

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

Кафедра маркетингу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

“ ____ ” _____ 20__ р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «Маркетинг»

за темою:

Маркетингова діяльність підприємства «Укромарін» на ринку послуг

Виконавець

студентка _____ ЦЗФН _____ факультету

Коничева Анастасія Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

д.е.н., професор

(науковий ступінь, вчене звання)

Кухарська Наталія Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2017

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ ПОСЛУГ	5
1.1 Сутність та види послуг.....	5
1.2 Фактори, які впливають на маркетингову діяльність	9
1.3 Особливості маркетингової діяльності на ринку послуг.....	22
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «УКРАМАРІН»	28
2.1 Загальна характеристика підприємства «Украмарін».....	28
2.2 Аналіз конкурентного середовища підприємства «Украмарін» на ринку експедиторських послуг.....	36
2.3 Дослідження інтернет-маркетингової діяльності підприємства «Украмарін».....	43
Висновки до розділу 2.....	53
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА «УКРАМАРІН»	56
3.1 Розробка нової кадрової програми щодо мотивації персоналу підприємства.....	56
3.2 Планування рекламної кампанії підприємства	62
3.3 Підвищення ефективності проведення маркетингових заходів підприємства «Украмарін».....	67
Висновки до розділу 3.....	70
ВИСНОВКИ	72
Список використаної літератури	76

ВСТУП

Тенденції розвитку світової економіки свідчать про зростання важливості сфери послуг та збільшення обсягів послуг на міжнародних ринках. З розвитком ринкових відносин та, відповідно, посиленням конкуренції на товарних ринках в Україні підприємства відчують необхідність залучати та утримувати клієнтів за рахунок надання більш якісних послуг. Входження України в систему світових економічних зв'язків призвело до нових умов функціонування ринку, зокрема, в сфері послуг міжнародних вантажоперевезень та експедирування.

Міжнародне експедирування являє собою організацію перевезень вантажів і як складова частина зовнішньоекономічної діяльності України має свої характерні ознаки, які обумовлені специфікою ринкових процесів, та потребує відповідного маркетингового забезпечення.

Актуальність даної роботи полягає в тому, що для отримання прибутку в умовах високого рівня конкуренції і важкого економічного становища в країні, важливо детально досліджувати маркетингове середовище фірми, своєчасно виявляти усі як негативні, так і позитивні фактори діяльності підприємства, ризики, можливості, розробляти економічно обґрунтований план розширення частки ринку фірми, стратегії ціноутворення та позиціонування експедиторських послуг, виходячи з поточної кон'юнктури ринку.

Об'єктом випускної роботи є маркетингова діяльність на ринку послуг.

Предметом роботи є маркетингова діяльність підприємства «Украмарін», яке займається мультимодальними перевезеннями вантажу та наданням експедиторських послуг.

Метою роботи є розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства «Украмарін», а саме організації маркетингового забезпечення послуг міжнародного експедирування в Україні, що призведе до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Для виконання поставленої мети поставлено наступні завдання:

- розглянути сутність та особливості маркетингової діяльності підприємства на ринку послуг;
- проаналізувати фінансові показники підприємства «Укромарін»;
- виявити чинники макромаркетингового середовища;
- виявити чутливість підприємства до факторів макромаркетингового середовища;
- проаналізувати конкурентне середовище експедиторських компаній та конкурентоспроможність підприємства відносно основних конкурентів;
- провести класифікацію основних учасників ринку контейнерних перевезень України;
- визначити частку іноземних компаній на ринку України;
- визначити динаміку змін кількості пошукових запитів за ключовими словами за допомогою інструменту «Google trends» та «Yandex wordstat»;
- виявити недоліки в маркетинговій діяльності підприємства «Укромарін»;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

При написанні роботи використовувалися наступні *методи дослідження*: аналіз вторинної інформації (статистичних даних), систематизація даних, елементи математичного моделювання, STEP-аналіз зовнішнього середовища підприємства тощо.

Випускна робота складається з вступу, 3 розділів, висновків та списку літератури.

ВИСНОВКИ

Сфера послуг міжнародного експедирування активно розвивається на українському ринку та потребує детального вивчення і аналізу. Відповідно до даних Міжнародної федерації експедиторських асоціацій, сьогодні у світі понад 75% усіх зовнішньоторговельних перевезень здійснюється за участю міжнародних експедиторів.

Маркетинг - це різновид людської діяльності, спрямованої на задоволення потреб споживачів за допомогою обміну, то маркетингові комунікації забезпечують взаємозв'язок між виробниками та споживачами товарів у процесі цього обміну. Це єдиний комплекс, який об'єднує учасників, канали розповсюдження і прийоми підприємств та організацій.

Аналіз макросередовища і врахування його факторів в стратегії розвитку – це дуже важливий процес для виживання організації в сучасних умовах і дуже складний процес якій потребує пильного відстеження процесів в середовищі, оцінки факторів і встановлення зв'язків між факторами і тими сильними і слабкими сторонами, а також можливостями і погрозами, що укладені в макрооточенні.

Усі фактори макросередовища знаходяться в стані сильного взаємовпливу. Зміна одного з факторів обов'язково приводить до того, що відбувається зміна інших факторів. Тому їхнє вивчення й аналіз повинні вестися не відокремлено, а системно з відстеженням не тільки одного фактора, але і з умовою того, як його зміна позначається на інших.

Що стосується мікросередовища, то підприємство може зі свого боку впливати на взаємовідносини із суб'єктами мікрооточення і повинно налагоджувати конструктивну співпрацю з ними.

Маркетингове середовище постійно змінюється: ринкові можливості й загрози виникають, змінюються й зникають, тому для підприємства є дуже

важливим, вчасно розпізнавши ринкові можливості й загрози, розвивати можливості та знешкоджувати загрози.

Проведення аналізу маркетингового середовища забезпечує: розуміння конкуренції та інших факторів середовища; адекватне розуміння бізнесу, в якому працює підприємство; основи для вироблення чіткої стратегії; прийняття правильних тактичних рішень. Стан розвитку транспортної інфраструктури та рівень використання новітніх технологій, необхідних для забезпечення якісних послуг міжнародного експедитування.

Основний напрямок діяльності підприємства «Украмарін» - міжнародні морські перевезеннями вантажів в контейнерах різними видами транспорту та надання транспортно-експедиторських послуг.

Для задоволення потреби клієнтів у транспортуванні вантажів за схемою «від дверей до дверей», підприємство «Украмарін» надає персоналізований сервіс та в кожному конкретному випадку пропонує найбільш вигідні рішення.

Проаналізувано фінансові показники підприємства «Украмарін», виявлено чутливість підприємства до факторів макромаркетингового середовища, проаналізувано конкурентне середовище експедиторських компаній та саме конкурентоспроможність підприємства відносно основних конкурентів, проведено класифікацію основних учасників ринку контейнерних перевезень України шляхом вивчення доступної інформації про історію цих компаній, які, ймовірно, дозволяють займати те чи інше становище на ринку, визначено частку іноземних компаній на ринку України.

В результаті вивчення статистичних даних про кількість оброблених контейнерів проведено порівняльний аналіз результатів роботи національних і іноземних компаній на українському ринку контейнерних перевезень.

За допомогою інструменту «Google trends» та «Yandex wordstat» визначено динаміку змін кількості пошукових запитів за ключовими словами, які є основним видом діяльності підприємства.

Визначено заходи, які є необхідними для підвищення конкурентоспроможності національних компаній на міжнародному ринку контейнерних перевезень, а саме: повинен бути прийнятий комплекс заходів з боку держави щодо сприяння розвитку національних операторів контейнерних перевезень.

До необхідних заходів з боку держави можна віднести:

- спрощення системи оформлення вантажів в портах;
- гармонізація національного законодавства в сфері надання транспортно-експедиторських послуг з міжнародними нормами;
- створення транспортних кластерів для забезпечення процесу інтеграції транспорту з наукою з метою збільшення рівня конкурентоспроможності за рахунок науково-технічного прогресу.

Було узагальнено основні недоліки діяльності підприємства, до яких відносяться малоефективне використання маркетингового інструментарію, нерациональний розподіл рекламного бюджету.

Розроблено рекомендації щодо ліквідації основних недоліків та планування комунікаційної кампанії для завоювання більшої частки ринку, виходячи з аналізу маркетингового середовища експедиторської компанії.

Виявлено наступні недоліки в маркетинговій діяльності підприємства:

- для поширення рекламної інформації компанія використовує занадто вузьке коло медіаносіїв, це означає, що інформацію отримали тільки обмежене число споживачів;
- підприємство «Украмарін» витрачає більшу частину рекламного бюджету на представницькі витрати і друковану продукцію, що не є раціональним, так як така реклама має незначний вплив на цільову аудиторію;
- на сайті компанії нема інформації стосовно рівня ставок за перевезення вантажу в контейнері, а це є дуже великим недоліком, так як у всіх конкурентів є онлайн-кулькулятори, де споживачі можуть залишити запит та протягом декілька хвилин отримати валіну ставку;

- компанія практично не використовує систему знижок.

Розроблена рекламна кампанія, яка включала наступні елементи:

- розповсюдження листівок, яке може привести 3 нових клієнтів;
- використання SEO оптимізації, яка принесе до сотні нових клієнтів;
- співпрацювання з великими підприємствами(ПриватБанк);
- використання білборду на Середньофонтанській вулиці.

Вартість рекламної кампанії складатиме 76518 грн.

Додатковий прибуток складатиме 87182 грн.

Список використаної літератури

1. Тультаєв Т. А. Маркетинг послуг [Текст]: Навчально-методичний комплекс / Т. А. Тультаєв - изд. центр ЕАОІ. 2008. - 192 с.
2. Маркетинг послуг [Текст]: підручник / О. В. Воронкова, Н. І. Саталкіна, 2011. - 158 с.
3. Основи маркетингу [Текст] / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг; пер. з англ. - 2-е. изд. -М., СПб., К.: Видавничий дім «Вільямс», 1999. - 736 с.
4. Кальченко А. Г. Логістика [Текст]: Підручник / А. Г. Кальченко— К.: КНЕУ, 2003. — 284 с.
5. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті.[Текст] — Одеса: ОНМУ, 2011. — № 37. — С. 35–46.
6. Агапова, С.Ф. Макроекономіка [Текст]: Підручник / С. Ф. Агапова. - М.: ДІС, 2007. - 789 с.
7. Особливості маркетингу послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ua.textreferat.com/referat-17372-1.html>
8. Сутність послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/126/76/1/50/>
9. Маркетингова товарна політика підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://pidruchniki.com/1924070140041/marketing/>
10. Класифікація послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу:http://pidruchniki.com/11631018/menedzhment/klasifikatsiya_zagalna_harakteristika_poslug
11. Маркетинг послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://pidruchniki.com/1759020150014/marketing/marketing_poslug
12. Маркетинг на ринку послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-5/5-8-marketing-poslug>

13. Маркетингове середовище підприємства послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://bukvar.su/marketing/138521-Analiz-marketingovoiy-sredy-predpriyatiya.html>
14. Сутність та структура маркетингового середовища підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://westudents.com.ua/glavy/35872-tema-2-marketingove-seredovische-pdprimstva.html>
15. Особливості маркетингу послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ua.textreferat.com/referat-17372-1.html>
16. Специфіка сфери послуг [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.br.com.ua/referats/Managment/33268-4.html>
17. Рейтинг логістичних операторів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://logist.today/2017/04/12/rejting-vedushhih-logisticheskikh-3pl-operatorov>
<https://dsv.ua/rejting-vedushchih-logisticheskikh-3pl-operatorov>
18. Національний морський рейтинг України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: \www/URL: [http:// rating.portsukraine.com/index.html](http://rating.portsukraine.com/index.html)
19. SeaNews [Electronic resource]. — Available at: \www/URL: <http://www.seanews.com.tr/article/worldship/>
20. Логістика в Україні: парадокси ринку [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://logist.fm/publications/logistika-v-ukraine-paradoksy-rynka-i-puti-raskrytiya-potenciala>
21. Логістика в Австралії [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://soyuzcargo.ru/ru/news/articles/468/>
22. Логістика в США [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://soyuzcargo.ru/ru/news/articles/477/>
23. Google Trends [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://trends.google.ru/trends/>
24. Yandex Wordstat [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://wordstat.yandex.ua>

25. Украмарін [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<http://ukramarine.com.ua>

26. Кадрова політика підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
http://pidruchniki.com/12920522/menedzhment/kadrova_politika_pidpriyemstva

27. Кадрова політика підприємства в сучасних умовах та методологічні засади її формування [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
http://www.rusnauka.com/16_NPRT_2009/Economics/47577.doc.htm

28. Мотивація персоналу [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://www.hr-director.ru/article/63038-motivatsiya-menedjerov-po-prodajam>