

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

Кафедра маркетингу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 8.07075 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
Маркетинговий менеджмент
(назва магістерської програми)

на тему: «Маркетингова діяльність компанії ТОВ «Мітрідат Одеса»
на ринку транспортних послуг»

Виконавець:

студент ФМЕ факультету
Гусятнікова Аліна Вікторівна

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., професор
Кухарська Наталія Олександрівна

/підпис/

ОДЕСА – 2017

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми 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 транспортних та експедиторських послуг, виходячи з поточної кон'юнктури ринку.

Мета дослідження: є розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності ТОВ «Мітрідат Одеса», а саме організації маркетингового забезпечення послуг міжнародного експедирування в Україні, що призведе до підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства.

Завдання дослідження:

- розглянути сутність та особливості маркетингової діяльності компанії на ринку послуг;
- проаналізувати фінансові показники «Мітрідат Одеса»;
- 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 «Мітрідат Одеса»;
- розробити рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Мітрідат Одеса».

Об'єкт дослідження: є маркетингова діяльність на ринку транспортних послуг.

Предмет дослідження: є маркетингова діяльність ТОВ «Мітрідат Одеса», яке займається мультимодальними перевезеннями вантажу та наданням експедиторських послуг.

Методи дослідження: вторинний аналіз літератури, узагальнення, системний аналіз, аналіз вторинної інформації (статистичних даних), систематизація даних, елементи математичного моделювання, STEP-аналіз зовнішнього середовища підприємства тощо.

Інформаційна база дослідження: нормативно-правові документи; результати вторинного аналізу наукової літератури; публікації в періодичних виданнях.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (50 найменувань) . Загальний обсяг роботи становить 90 сторінок. Основний зміст викладено на 85 сторінках. Робота містить __13__ таблиць, __18__ рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні аспекти маркетингової діяльності на ринку послуг*» розглядається сутність та види послуг, фактори які впливають на маркетингову діяльність та особливості маркетингової діяльності на ринку транспортних послуг.

У другому розділі «*Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Мітрідат Одеса»*» проаналізовано конкурентне середовище підприємства на ринку експедиторських послуг. Досліджено інтернет - маркетингову діяльність ТОВ «Мітрідат Одеса».

У третьому розділі «*Розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності ТОВ «Мітрідат Одеса»*» Запропоновано вирішення існуючих проблем, шляхом розробки нової кадрової програми щодо мотивації персоналу компанії та проведення рекламних заходів для підвищення конкурентоспроможності на ринку транспортних послуг.

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 який 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 експедирування.

Основний напрямок діяльності ТОВ «Мітрідат Одеса» - 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», «Мітрідат Одеса» надає персоналізований сервіс та в кожному конкретному випадку пропонує найбільш вигідні рішення.

Проаналізувано фінансові показники «Мітрідат Одеса», 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, нераціональний 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 ТОВ «Мітрідат Одеса»:

- для поширення рекламної інформації ТОВ використовує занадто вузьке коло медіаносіїв, це означає, що інформацію отримали тільки обмежене число споживачів;
- «Мітрідат Одеса» 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 ТОВ 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 ТОВ «Мітрідат Одеса», яка включає 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.

АНОТАЦІЯ

Гусятнікова А.В., «Маркетингова діяльність компанії ТОВ «Мітрідат Одеса» на ринку транспортних послуг»,

(прізвище

та ініціали студента)

(назва кваліфікаційної роботи)

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності

«маркетинг»

за магістерською програмою «маркетинговий менеджмент»,

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2017 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – маркетингова діяльність на ринку транспортних послуг.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти маркетингу послуг, фактори які впливають на маркетингову діяльність, сутність та особливості маркетингової діяльності на ринку транспортних послуг.

Проаналізовано маркетингову діяльність ТОВ «Мітрідат Одеса». Проведено аналіз конкурентного середовища та дослідження інтернет – маркетингової діяльності компанії. На основі маркетингового дослідження розроблені рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності ТОВ «Мітрідат Одеса».

Запропоновано вирішення існуючих проблем, шляхом розробки нової кадрової програми щодо мотивації персоналу компанії та проведенням рекламних заходів для підвищення конкурентоспроможності на ринку транспортних послуг.

Ключові слова: маркетинг послуг, транспортні послуги, маркетинг, просування

ANNOTATION

Husiatnikova A., "Marketing services of the company LLC " Mithridat Odessa "on the road transport service",

(students surname and initials)

(work title)

thesis for Master degree in specialty «marketing»

under the program «marketing management»,

Odessa National Economic University

Odessa, 2017

Thesis consists of three chapters. Object of research - marketing activity in the market of transport services.

The theoretical aspects of marketing of services, factors influencing marketing activity, essence and features of marketing activity in the market of transport services are considered in the work.

The marketing activity of "Mitridat Odesa LLC" is analyzed. The analysis of the competitive environment and research of Internet marketing activity of the company was conducted. On the basis of marketing research, recommendations for increasing the efficiency of marketing activities of LLC "Mitridat Odesa" have been developed.

The solution of existing problems is proposed by developing a new personnel program for motivating company personnel and carrying out promotional measures for increasing competitiveness in the market of transport services.

Keywords: marketing of services, transport services, marketing, promotion