МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 075 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
Стратегічний маркетинг
(назва магістерської програми)

на тему: **«Удосконалення маркетингової діяльності "Bexhill Trading Auto"»**
(назва теми)

Виконавець:
студент 65 групи
факультету міжнародної економіки
Чорна Ангеліна Сергіївна

_____
/підпис/

Науковий керівник:
д.е.н., професор
(науковий ступінь, вчене звання)
Постан Михайло Якович

_____
/підпис/

ОДЕСА – 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. На сьогоднішній день на світовому ринку існує дуже велика та жорстка конкуренція, у зв'язку з цим компанії мають якось виділятись серед своїх конкурентів, щоб отримати прибуток. Важливу роль в цьому грає саме маркетингова діяльність, тому що вона встановлює зв'язок між компанією та середовищем, частиною якої вона є.

Маркетинг є виразом орієнтованого на ринок управлінського стилю мислення, який характеризується творчими, стабільними і нерідко агресивними підходами.

Маркетингова діяльність загалом має бути спрямована на створення умов для довготривалого існування фірми, на тривалі та міцні взаємозв'язки зі споживачами та іншими учасника ринку, забезпечити стабільність компанії та її розвиток, підвищити конкурентоспроможність товарів чи послуг, які пропонує компанія.

Її метою є те, щоб достатньо обгрунтовано, спираючись на запити ринку, встановлювати конкретні поточні і очним чином довготривалі (стратегічні) цілі, шляхи їх досягнення та реальні джерела ресурсів господарської діяльності.

Для того, щоб досягти усе перелічене маркетологам компанії необхідно відповісти на питання, які характеризують сутність маркетингу, а саме:

- Які потреби ринку, що йому необхідно і в якій кількості?
- Який сегмент ринку обрати?
- Яку ціну пропонувати на ринку, щоб не тільки покрити витрати, а й отримати прибуток?
- Як просувати на ринку свої товар або послуги?

Для того, щоб отримати відповіді на ці питання відділ маркетингу компанії проводить маркетингові дослідження, результати яких допомагають маркетологам зробити аналізи та розробити програму маркетингу, яка необхідна для покращення діяльності саме досліджуваної компанії.

Тема даної роботи є дуже актуальною, тому що, як відомо, потреби людей не мають межі, а ресурси підприємств є обмеженими. Воно не завжди може задовольнити потреби кожного споживача. Для нормального функціонування підприємства в системі ринкових відносин воно повинно проводити ефективну маркетингову діяльність, це є обов'язковою умовою для діяльності, розвитку та навіть для виживання підприємства в умовах сьогоденної жорсткої конкуренції. І корисність маркетингу для підприємства зростає з кожним моментом. Бо саме він допомагає виділити та вловити те, що потребують споживачі і забезпечити індивідуальний підхід до кожного суб'єкту ринку та підвищити прибуток підприємства. А отримання прибутку, як відомо, є основною метою діяльності комерційного підприємства.

Мета дослідження є дослідження комплексу маркетингу підприємства «Bexhill Trading Auto» в умовах українського ринку, аналіз

конкурентної позиції підприємства та надання пропозицій щодо удосконалення комплексу маркетингу підприємства.

Завдання дослідження:

- Дослідити сутність та цілі маркетингової діяльності на підприємстві;
- Знайти шляхи вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві;
- Дослідити процес управління маркетингом, організацію та планування маркетингової діяльності на підприємстві
- Проаналізувати основні тенденції на автомобільному ринку України
- Визначити конкурентні позиції компанії «Bexhill Trading Auto» на ринку України та виявити недоліки у функціонування компанії;
- Проаналізувати ефективність маркетингової політики компанії «Bexhill Trading Auto» та виявити шляхи її удосконалення
- Запропонувати заходи із підвищення ефективності маркетингової діяльності «Bexhill Trading Auto» та визначити їх економічний ефект.

Об'єкт дослідження підприємство «Bexhill Trading Auto»

Предмет дослідження процес управління комплексом маркетингу підприємства в сучасних умовах

Методи дослідження Використані методи аналізу та синтезу, історичного та логічного, наукової абстракції, групування, порівняння і графічного представлення результатів.

Інформаційна база дослідження законодавчі і нормативні акти з питань діяльності підприємства, дані офіційних статистичних джерел, періодична література з маркетингу, внутрішня звітність підприємства.

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

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: _____*(назва публікації)*_____ // _____*(назва видання, місце, рік).*

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «***Теоретичні основи маркетингової діяльності***» розглянуто теоретичні основи сутності комплексу маркетингу підприємства, еволюційні підходи до управління комплексом маркетингу підприємства та особливості маркетингової діяльності підприємств на автомобільному ринку.

У другому розділі «***Аналіз маркетингової діяльності підприємства «Bexhill Trading Auto»***» надано характеристику маркетингової діяльності «Bexhill Trading Auto»; проаналізовано маркетингове середовище Т«Bexhill Trading Auto» та досліджено комплекс маркетингу «Bexhill Trading Auto».

У третьому розділі «***Шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємства «Bexhill Trading Auto»»*** запропоновано шляхи удосконалення комплексу маркетингу, а саме покращення роботи сайту компанії. Також

надано пропозиції щодо оптимізації реклами та впровадження CRM-системи у компанії «Bexhill Trading Auto». Було також рекомендовано відкрити нові автосалони в великих містах України та пропонувати клієнтам додаткові послуги, такі як: підбір автозапчастин та ремонт автомобілей.

.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Досліджено сутність та цілі маркетингової діяльності. Встановлено, що маркетингова діяльність є основою будь-якого бізнесу. Під маркетинговою діяльністю слід розуміти діяльність підприємства по виробництву продукції, ціноутворення, інформування потенційних споживачів, а також просування її на ринок з метою реалізації та максимального задоволення потреб споживачів. Основними складовими маркетингової діяльності підприємства є: товар, ціна, місце продажу, а також методи просування. Саме ці елементи є базисом маркетингової діяльності. Жодне підприємство не може забезпечити собі успіх на ринку без ефективно налагодженої маркетингової діяльності.

2. Охарактеризовано організацію та планування маркетингової діяльності на підприємстві. З'ясовано, що маркетингова діяльність необхідна для подальшого розвитку кожного підприємства, зміцнення його позицій на ринку та збільшенню бази клієнтів. Саме управління маркетинговою діяльністю є одним із найважливіших інструментів підтримки конкурентоспроможності підприємства. Важлива наявність в підприємства чітко сформований відділ маркетингу. З метою забезпечення ефективної маркетингової діяльності підприємства необхідне його планування. Для цього складають маркетинговий план, який є основою маркетингової діяльності підприємства.

3. Розглянуто методику оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. Встановлено, що використання різноманітних методів оцінювання в комплексі дозволяє оцінити наскільки ефективно ведеться маркетингова діяльність на підприємстві, доцільність впроваження тих чи інших маркетингових заходів, а також обгрунтувати їх значення для діяльності фірми в цілому та для кожного виду діяльності зокрема. Розрахунок точних показників дозволить приймати вірні рішення щодо збільшення ефектиності і якості маркетингової діяльності підприємства.

4. Проведено дослідження діяльності підприємства «BEXHILL TRADING AUTO» на автомобільному ринку України. Встановлено, що підприємство «BEXHILL TRADING AUTO» є одним з передових компаній на вітчизняному ринку, що займається імпортом вживаних автомобілів з США та Кореї. Основним ринком для підприємства є ринок вживаних авто США. На підприємство «BEXHILL TRADING AUTO» припадає 15 % вітчизняного ринку та за цим показником знаходиться на третьому місці. Відтак, основним конкурентам підприємство «BEXHILL TRADING AUTO»

поступається лідируючим позиціям, а саме: «Columb Trade» та «Atlantic Express». Протягом останніх років досліджуване підприємство здійнсює досить вдалу господарську діяльність та нарощує обсяги діяльності. Зокрема, чистий дохід від реалізації продукції у 2019 р. склав рекордні 204204 тис. грн., а чистий прибуток – 25856 тис. грн. Підприємству «BEXHILL TRADING AUTO» необхідно у надалі удосокналюватися та підвищувати свою ефективність.

5. Здійснено аналіз маркетингового середовища «BEXHILL TRADING AUTO». З'ясовано, що на діяльність підприємства «BEXHILL TRADING AUTO» має вплив низка факторів макро- та мікромаркетингового середовища. Найбільший вплив на діяльність підприємства мають економічні фактори, подальші обсяги реалізації своїх послуг та продукції залежить від платоспроможності вітчизняного клієнта. Проведена оцінка конкурентоспроможності показала, що підприємство «BEXHILL TRADING AUTO» має досить високий конкурентний потенціал, разом з тим поступається лідерам ринку, а саме «Columb Trade» та «Atlantic Express». Зважаючи на стан маркетингового середовища досліджуваному товариству необхідно продовжувтаи діяльність націлену на збільшення частки ринку.

6. Оцінено маркетингової діяльності підприємства «BEXHILL TRADING AUTO». Встановлено, що маркетингова діяльність є основою розвитку та існування підприємства «BEXHILL TRADING AUTO». Для цього на підприємстві створений відокремлений структурнйи підрозділ – відділ маркетингу та реклами, до якого входить 4 співробітника: менеджер по зв'язку з клієнтами; SEO-спеціаліст; SMM-маркетолог та PPC-спеціаліст. Загалом маркетингова діяльність досліджуваного підприємства є досить ефективною, підтвердженням чому є постійний приріст чистого доходу від реалізації продукції та чистого прибутку «BEXHILL TRADING AUTO». Проведена оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства на основі методики 4P встановлено, що вона має нормальний рівень ефективності. З цієї позиції підприємстсу необхідно продовжувати розвиватися, посилювати конкурентні позиції та збільшувати свою присутнітсь на ринку. Подальші перспективи діяльності підприємства «BEXHILL TRADING AUTO» криються у розширенні можливостей маркетингової діяльності та збільшення її активності. До головних недоліків маркетингової діяльності підприємства слід віднести: ігнорування з боку вищого керівництва сучасних інтернет-технологій у маркетинговій діяльності підприємства, низька якість та швидкість прийняття маркетингових рішень, переважно оперативне маркетингове планування, а також вузький асортимент допоміжних послуг.

7. Розроблено пропозиції щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства «BEXHILL TRADING AUTO». З метою підвищення ефективності маркетингової діяльності запропоновано три ключові заходи, які слід впровадити у діяльність підприємства «BEXHILL TRADING AUTO». Зокрема, такими заходами є: відкриття при підприємстві власного СТО, впровадженням сучасної CRM-системи, а також

перехіж на стратегічне маркетингове планування. Ключовими з них є перші два заходи. Відкриття СТО дозволить розширити джерела надходження підприємства шляхом диверсифікації діяльності. Впровадження CRM-системи дозволить ліквідувати ряд проблем, з якими найчастіше стикають співробітники підприємства, створити єдину клієнтську базу та автоматизувати повністю бізнес-процеси у сфері маркетингу, реклами та продаж.

8. Проведена оцінка економічної ефективності запропонованих заходів. За результатами проведеної оцінки встановлено, що відкриття СТО та впровадження CRM-системи «Бітрікс24» у діяльність «BEXHILL TRADING AUTO» є економічно вигідним. Зокрема, відкриття СТО згідно проведених розрахунків може принести 443,81 тис. грн. накопиченого дисконтованого чистого грошового потоку. Загальні ж витрати на відкриття СТО складуть 3253,068 тис. грн. Що стосується впровадження CRM-системи «Бітрікс24», то її вартість складе 178,4 тис. грн. Корисний ефект полягатиме у отриманні прирості валового прибутку на 7,07 % або 6 млн. грн. З огляду на результати проведених розрахунків вважаємо, що прпооновані заходи можуть бути впроваджені у діяльність «BEXHILL TRADING AUTO» з метою підвищення ефективності маркетингової діяльності та покращення його фінансових результатів.