

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра менеджмента в образовании

**Совершенствование деятельности автотранспортного предприятия с
помощью инструментов маркетинга (на примере ООО «ВАССА-МСК»)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса, 421 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

Ренгач Анны Олеговны

Научный руководитель:

к.ф.н., доцент _____ «__» _____ 2019 г. /Н.Р. Вакулич /

Зав.кафедрой:

д-р соц.н., доцент _____ «__» _____ 2019г. / Н.В. Медведева/

Саратов 2019

Введение. В настоящее время маркетинговая деятельность современных предприятий заключается в формировании мер, воздействующих на рынок и потребительский спрос с целью роста прибыли с учётом удовлетворения запросов потребителей.

Актуальность данной работы заключается в том, что в настоящее время на рынке автотранспортных услуг стремительно развивается конкурентная борьба, возникающая вследствие увеличения количества организаций, оказывающих услуги по осуществлению перевозок, ужесточения законодательства в области требований, предъявляемых к используемым транспортным средствам и качеству перевозок.

Цель бакалаврской работы – разработка мероприятий по совершенствованию деятельности автотранспортного предприятия с помощью инструментов маркетинга.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изучить основные понятия маркетинга;
- определить особенности маркетинга предприятий, занимающихся грузовыми автотранспортными перевозками;
- проанализировать организационно-экономическую деятельность компании ООО «ВАССА-МСК»;
- проанализировать маркетинговую деятельность конкретной организации;
- выявить недостатки в деятельности транспортного предприятия;
- разработать рекомендации по совершенствованию деятельности ООО «ВАССА-МСК» при помощи инструментов маркетинга.

Предмет исследования — система маркетинга на данном предприятии и возможные маркетинговые мероприятия, направленные на совершенствование деятельности организации.

Сбор эмпирического материала для бакалаврской работы проводился в компании ООО «ВАССА-МСК». Основой для получения заключения и формулирования выводов послужили данные о деятельности компании ООО «ВАССА-МСК» за 2015-2017гг.

Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников.

Основное содержание работы. Услуга с точки зрения объекта маркетинга – объект продажи в виде действия исполнителя, приносящие потребителю преимущества либо полезный результат. В процессе оказания услуг не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в виде предметов потребления или обмена, а в форме деятельности.

Услуга не является материальным товаром, на что указывают следующие факторы:

- временной фактор;
- отсутствие необходимости хранения;
- сложность контроля и стандартизации;
- специфика оказываемых услуг.

Маркетинг, который применяется в деятельности автотранспортных предприятий, отличается от маркетинга в целом из-за специфики отрасли, но все же он выполняет основные функции маркетинга: контрольная, планирование, производственная, сбытовая и аналитическая. Каждая из перечисленных функций имеет свои особенности, относительно реализации грузоперевозок.

Сегодня услуга грузоперевозок является распространённым и востребованным видом деятельности, который требует особого внимания, высокой ответственности и согласованности, а также обладает своими особенностями.

Организации, предлагающие данные услуги должны учитывать желания клиента, четко структурировать и планировать работу, проводить мониторинг всего процесса грузоперевозки и осуществлять диспетчеризацию.

По данным Росстата, Росморречпорта, Росавиации грузоперевозки в 2017 году составили 5482 млрд. км.

Среди основных задач маркетинга грузовых автоперевозок можно выделить следующие:

- изучение занимаемого рынка и желаний потребителей услуг, объемов перевозок, безопасности и качества транспортного обслуживания;
- ориентация на клиента и удовлетворение его интереса;
- эффективное продвижение предоставляемых услуг;
- использование методов транспортной логистики для обеспечения оптимальности сферы материального обращения;
- обеспечение инновационности и современных технологий;
- регулярный аудит собственных транспортных операций, направленный на выявление и предупреждение претензий со стороны грузовладельцев (как правило, заказчиков в первую очередь волнуют 3 критерия: сохранность груза, соблюдение сроков доставки, стоимость);
- объективное и своевременное информирование потенциальных потребителей услуг о транспортных возможностях и воздействие на них с помощью гибкой тарифной политики, рекламы и других средств стимулирования спроса;
- а также самое принципиальное для любого клиента – гибкая политика цен.

Организация «Общество с ограниченной ответственностью «Транспортно-экспедиционная компания «ВАССА-МСК» зарегистрирована 01 июня 2006 года по адресу 413121, Саратовская область, г. Энгельс, ул.

Промышленная, д. 19 А. Основным видом деятельности является организация перевозок грузов.

Целями данного предприятия являются:

1. Прибыль от оказываемых услуг и ее рост;
2. Удовлетворенность потребителей;
3. Расширение клиентской базы;
4. Увеличение значимости услуги;
5. Улучшение качества обслуживания (удовлетворенность, заинтересованность и высокая производительность труда служащих).

ООО «ВАССА-МСК» работает на рынке транспортных услуг Энгельса и Саратовской области 6 лет.

Основные принципы компании:

1. Построение устойчивых взаимовыгодных отношений с потребителями и сотрудниками;
2. Обеспечение контроля за выполнением предоставляемых услуг.

Анализ динамики и структуры имущества предприятия показал, что в 2017 году имущество предприятия уменьшилось на 106916 т.р. по сравнению с 2016 годом, а в 2018 на 87533 т.р. в сравнении с предыдущим отчетным периодом. В 2018 году уменьшились внеоборотные активы на 36591 т.р. и доля внеоборотных активов в общем имуществе увеличились на 0,8% и составили 45,77%. В структуре оборотных активов за 2018г. произошли отрицательные изменения, на конец года 2018 г. оборотные активы уменьшились на 50942 т.р., а в общей стоимости имущества доля оборотных активов снизилась на 0,8%.

Запасы в 2018 году увеличились на 7606 т.р. или на 13,2%, денежные средства наоборот уменьшились на 61273 т.р., что составило 16,59%, в общей структуре оборотных активов они составили 42,75%. Этот факт указывает на временные финансовые трудности компании ООО «ВАССА-МСК».

Оценка ликвидности предприятия показала, что коэффициент текущей ликвидности дает общую оценку ликвидности активов, показывая сколько рублей текущих активов приходится на 1 руб. текущих обязательств. В 2016 - 2018 годах текущие активы были меньше текущих обязательств, то есть предприятие рассматривается как плохо функционирующее.

Так же была проведена оценка финансовой устойчивости предприятия. Коэффициент концентрации собственного капитала характеризует долю владельцев предприятия в общей сумме средств, авансированных в его деятельность. Чем выше значение этого коэффициента, тем более финансово устойчиво, стабильно и независимо от внешних предметов предприятия. На 2016 г. доля собственного капитала составляла 37%, а на 2017 г. 29,6 %, а в 2018 г. – 2,9 %. Это показывает, что предприятия не сможет полностью погасить долги за счет собственных средств.

После проведения анализа внутренней среды, отмечаем, что ООО «ВАССА-МСК» в настоящий момент имеют достаточно большой опыт на ранке автоперевозок, а так же наличие устоявшегося профессионального коллектива и большой клиентской базы.

Стоит отметить, что, касательно большинства ресурсов, компания находится в устойчивом конкурентном соотношении с другими участниками рынка, которые определяют те же ресурсы как собственные конкурентные преимущества. Данная ситуация обуславливает позиционирование ООО «ВАССА-МСК» как одного из лидеров рынка.

Исходя из полученной информации в ходе SWOT-анализа, целесообразно выделить следующие основные компоненты стратегии:

- стратегические задачи: сохранение существующего положения, создание возможности перспективного роста;
- стратегические усилия: увеличение объема продаж услуг, повышение эффективности реализации;

- цели в отношении клиентов: удовлетворение потребностей заказчиков посредством анализа их потребностей и изменений среды;
- цели в отношениях конкурентов: анализ их целей, слабых и сильных сторон;
- создание конкурентного преимущества: использование превосходства по издержкам как основы увеличения доли рынка за счёт получения дополнительной прибыли и ценового преимущества.

Проанализировав результаты PEST-анализа, следует отметить, что наибольшее влияние среди внешних факторов оказывают политические, технологические и экономические факторы. Значительное внимание следует уделить влиянию социальных и технологических факторов, так как в случае развития неблагоприятного сценария приспособиться к ним будет в разы сложнее, чем к изменениям в политической или экономической средах.

Основой рыночных отношений на автомобильном транспорте является конкуренция автотранспортных предприятий как производителей «транспортных услуг» за рынок сбыта своих «услуг», то есть за рынок перевозок с целью получения прибыли.

Ведущими конкурентами фирмы ООО «ВАССА-МСК» являются следующие АТП: ООО «Деловые линии» транспортно-экспедиционная компания и ОАО «Алло-такси», которая занимается не только пассажирскими перевозками, но и грузоперевозками.

На основе документов компании можно провести анализ структуры оказываемых услуг ООО «ВАССА-МСК». Наибольший удельный вес в общем объёме реализации услуг в 2017 году занимает: «Перевозка грузов грузовым автотранспортом» – 38,27% в отличие от 2018 года, где эта же услуга снизилась и составила – 71,49% от общего объёма реализации услуг. Это явление было обусловлено снижением спроса на данную услугу.

Были также произведены расчеты и выявлена стоимость предлагаемых услуг. На основе полученных данных можно сделать вывод, о том что в

целом за анализируемый год в сравнении с 2017 годом, снизилась стоимость услуг на 0,51%. Причиной этому является снижение стоимости отдельных видов услуг. Это может свидетельствовать об издержках конкурентной борьбы в сфере автотранспортных услуг по городу в целом.

Показатель уменьшения стоимости может свидетельствовать о сокращении объема реализации услуг. Это говорит об узкой специализации предприятия, что в общей динамике рынка может негативно отразиться на формировании клиентской базы предприятия и уменьшении прибыли ООО «ВАССА-МСК».

Не смотря на отсутствие отдела маркетинга на анализируемом предприятии, целесообразно говорить о таком маркетинговом подходе в деятельности компании «ВАССА-МСК» как деление потребительского рынка на сегменты. Компания ООО «ВАССА-МСК» обратила свою деятельность ко всем сегментам потребителей, независимо от правового статуса, а также с разным достатком и разной степенью платежеспособности.

Преследуемые цели компанией при ценообразовании:

- обеспечение определенного размера прибыли;
- обеспечение определенного объема продаж;
- сохранение существующего положения фирмы.

Подводя итоги, следует отметить, что компания ООО «ВАССА_МСК» находится в затруднительном финансовом положении, вследствие чего для дальнейшего развития АТП необходимо совершенствование организационной структуры (создание отдела маркетинга, который будет отвечать за стратегию продвижения и сбыта услуг), а также провести мероприятия направленные на выход на новый сегмент рынка и создание новых услуг.

В настоящее время на предприятии отсутствует отдел маркетинга, его роль выполняют одновременно все сотрудники компании. Фактически данное «явление» нельзя назвать полноценным отделом маркетинга.

Выход на новые рынки сбыта продукции также обуславливается возможностью быстро реализовывать продукцию, чему, безусловно, способствует создание отдела маркетинга на предприятии.

Основные принципы, которые предлагается заложить при создании отдела маркетинга, следующие:

- отдел маркетинга организуется в виде самостоятельного подразделения;
- отдел маркетинга имеет в своем составе бюро, которые планируют, организуют и контролируют выполнение определенных маркетинговых функций предприятия;
- отдел маркетинга подчиняется заместителю директора по коммерческим вопросам.

Для создания отдела маркетинга на предприятии ООО «ВАССА-МСК» мы предлагаем рассчитать сумму необходимых расходов на реализацию предложенных мероприятий и экономическую выгоду от их внедрения.

Затратная часть проекта формируется из расходов, связанных непосредственно с реализацией предложенных мероприятий. Расходы на реализацию мероприятий включают:

1. Расходы, связанные с наймом новых сотрудников отдела маркетинга;
2. Расходы, связанные с оплатой труда принятым работникам;
3. Расходы на приобретение необходимой мебели и оборудования для организации рабочих мест новым сотрудникам;
4. Расходы, связанные с внедрением различных модулей.

Отдел маркетинга будет выполнять следующие функции:

- разрабатывать рекламную стратегию новых продуктов;
- выводить продукты на новые рынки;
- организовывать сбытовую, ценовую и коммуникационную политики ООО «ВАССА-МСК»;

- анализировать покупательский рынок;
- выявлять необходимые услуги и продукты для совершенствования деятельности.

На основании приведённых мною расчетов можно сделать вывод, что отдел маркетинга является одним из важнейших звеньев организационной структуры всего предприятия в целом, которое совместно с другими подразделениями обеспечивает бесперебойную, стабильную и успешную деятельность, направленную на удовлетворение потребительского спроса и получение прибыли.

Также для улучшения и совершенствования деятельности предприятия необходимо улучшить политику сбыта предприятия ООО «ВАССА-МСК». Рынок сбыта реализуемых услуг развит лишь в Саратовской области. В связи с этим представляется целесообразным разработать мероприятия по развитию региональной сети сбыта услуг с помощью прямых продаж посредством открытия фирменных торговых филиалов. Фирменные филиалы предлагается разместить в областных центрах регионов, а также на окраинах для удобной транспортной развязки. В качестве рекламы предлагается использовать рекламу на билбордах (около 10000 рублей в месяц), в печатных СМИ (текст до 250 знаков с периодичностью размещения 6 раз в месяц – около 5000 рублей в месяц), а также ТВ-ролики (30-ти секундный ролик повтор 15-20 раз в день – около 15000 рублей в месяц), в которых кратко, но ясно будет излагаться суть предоставляемых услуг ООО «ВАССА-МСК», ее преимущества перед конкурентами и стоимость.

В качестве регионов для открытия новых филиалов предполагается рассмотреть Воронежскую, Волгоградскую и Пензенскую области, т.к. в данных областях развитая инфраструктура и автотранспортная развязка, что является существенным фактором для успешного развития осуществляемого бизнеса организацией ООО «ВАССА-МСК». Необходимо отметить, что в данных регионах наблюдается средняя конкурентная борьба среди АТП,

предоставляющих услуги грузоперевозок. Спектр оказываемых услуг фирм-конкурентов достаточно широко развит, однако стоимость предоставляемых ими услуг выше, чем стоимость предлагаемая ООО «ВАССА-МСК».

Так же рассчитана смета затрат на открытие новых торговых мест на месяц. Предполагаемый экономический результат от создания новых филиалов значительно превышает затраты, следовательно мероприятие по созданию и открытию новых региональных филиалов компании ООО «ВАССА-МСК» можно считать целесообразным.

Исходя из выше изложенного можно сделать вывод, что организация филиалов по грузоперевозкам на региональных рынках повлечет значительное улучшение финансового состояния ООО «ВАССА-МСК», а именно рост прибыли, улучшение показателей рентабельности, улучшение конкурентного положения организации. И что не маловажное, от этого выиграют и потребители - качественная доставка груза по ценам значительно ниже, чем у конкурентов.

Заключение. В ходе исследования мы определили, что услуга – это действие, направленное на удовлетворение потребителя, или другими словами комплекс мероприятий, подразумевающий, что одна сторона предлагает свои услуги (товар, работы) другой стороне.

В первой главе работы рассмотрены теоретические аспекты понятий услуга, ее классификация и виды, маркетинг автотранспортных организаций, а также изучены статистические данные грузоперевозок на 2017 год.

Во второй главе работы исследована финансово-хозяйственная деятельность предприятия за 2015-2017 гг., проведен анализ внешней и внутренней сред АТП. Выявлено, что ООО «ВАССА-МСК» в настоящее время имеет неблагоприятное финансовое положение, однако управленческий состав предприятия нацелен на совершенствование своей деятельности. Также во второй главе определены преимущества и недостатки в работе исследуемой компании.

В третьей главе выпускной квалификационной работы предложены маркетинговые мероприятия, направленные на совершенствование деятельности ООО «ВАССА-МСК». В качестве мероприятий предложены совершенствование организационной структуры предприятия – создание отдела маркетинга и открытие новых филиалов в граничащих с Саратовской областью регионах, с целью повышения финансовой прибыли, а также укрепления конкурентных позиций.

Также в данной главе определены сумма затрат на каждое из предложенных мероприятий и рассчитана сумма экономической эффективности, которая составила от создания отдела маркетинга – 1740150 рублей, от открытия новых филиалов АТП - 1339600 рублей.

Предполагаемые экономические результаты от предложенных мероприятий значительно превышают затраты на их реализацию, следовательно мероприятия по созданию отдела маркетинга и открытию новых региональных филиалов компании ООО «ВАССА-МСК» можно считать целесообразным.