Федеральное агентство по образованию

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Санкт-Петербургский государственный

инженерно-экономический университет»

Факультет Логистики и транспорта

Кафедра Логистики и организации перевозок

Самостоятельная работа

по дисциплине:

«Маркетинг»

на тему:

«Маркетинговый анализ услуги компании DHL»

Выполнила: студентка 4 курса

Группы бакалавриат 2272

Трухина О.Е

Проверила: доц. Бобкова В.М.

Оценка: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дата: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2010

Оглавление

Введение……………………………………………………………………………...3

1. Общая характеристика компании………………………………………………..4

2. Описание основного вида деятельности компании…………………………….4

3. Сегменты рынка и основные конкуренты……………………………………….5

4. Динамика развития компании……………………………………………………6

Заключение…………………………………………………………………………...9

Список использованной литературы……………………………………………...10

Введение

Маркетинговый анализ – это анализ спроса на вашу продукцию или услуги на основании статистики пользовательских запросов и статистики счётчиков, каталогов, рейтингов.

Маркетинговый анализ позволяет правильно определить спрос на ваши товары и услуги.

Именно поэтому так важно провести блиц-анализ вашего рынка перед началом проектирования рекламной кампании.

Маркетинг затрагивает интересы каждого из нас в любой день нашей жизни. Маркетинг представляет собой вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд, потребностей, посредством обмена.

В данной работе представлен маркетинговый анализ основного вида деятельности – экспресс-доставка, копании DHL.

DHL является компанией с мировым именем. Богатый опыт в области экспресс-доставки, морских, воздушных, наземных перевозок, доставки международных почтовых отправлений, логистики и организации цепи поставок в сочетании с пониманием особенностей региональных рынков и возможностями транспортной сети, развернутой по всему миру. Сеть компании DHL охватывает более 220 стран мира, а ее сотрудники сделают все, чтобы превзойти ожидания и удивить скоростью и надежностью сервиса.

Анализ деятельности проводился на основе данных полученных из интернет источников и официального сайта компании информации.

1. Общая характеристика компании

Компания DHL – ведущий в мире поставщик услуг в области экспресс-доставки и логистики.

Основана в Сан-Франциско, более чем 40 лет назад тремя многообещающими предпринимателями – Адрианом Далси, Лерри Халлбломом и Робертом Линном – DHL продолжает расширяться феноменальными темпами. Со дня создания компания росла и развивалась быстрыми темпами, и сегодня DHL занимает ведущие позиции на мировом рынке экспресс-доставки и логистики.

DHL вышла на рынок России в 1984 году. По состоянию на 2008 год, компания доставляла грузы и корреспонденцию в более чем 600 населённых пунктов страны. Имеется свыше 150 собственных и агентских офисов; транспортный парк DHL в России — более 700 еди-ниц. Компания является зарегистрированным таможенным брокером.

Основным видом деятельности компании DHL является экспресс-доставка, воздушных, наземных, морских перевозок, а также компания является зарегистрированным таможенным брокером.

2. Описание основного вида деятельности компании

Основной вид деятельности компании DHL в Санкт-Петербурге является экспресс-доставка. Экспресс доставка, или экспресс почта - это доставка почты в ускоренном и безопасном режиме. Безопасном, прежде всего, для груза, потому как любой посылке экспресс почта уделяет максимальное внимание. Так как компания DHL является мировой организацией, ее сеть охватывает более 220 стран мира, можно с уверенностью говорить, она осуществляет доставку в любую точку мира.

DHL работает не только с крупными компаниями, но и с любым человеком, которому требуется доставить в самые кратчайшие сроки документы или груз из одного города России или мира в другой. При этом получает высочайший сервис в сфере услуг по экспресс доставке как любой клиент DHL. В зависимости от срочности и веса вашего отправления DHL предлагает различные варианты по транспортировке. А так же большой спектр дополнительных услуг, начиная от дополнительной упаковки и страховки отправления от повреждений и заканчивая уведомлением о доставке и специальными условиями по транспортировке и доставке вашего груза получателю.

DHL, как мировой лидер в области логистики, предлагает множество интересных возможностей в разных подразделениях во всем мире.

Они всегда способствует расширению горизонтов и реализации потенциала своих сотрудников, предлагая самые разнообразные варианты обучения и развития.

Компания готова предложить:

## 1) [Наземная доставка грузов весом до 2500 кг;](http://www.dhl.kz/ru/logistics/freight_transportation/road_and_rail_freight/groupage.html" \o "DHL Euroconnect" \t "_self)



## 2) Доставка грузов весом более 5000 кг;

3)Специализированные транспортные услуги.

Специальные решения. Располагая офисами по всему миру, обладая лучшими специалистами DHL предлагает своим клиентам только самые лучшие решения. DHL подберет лучший вариант, основываясь на потребностях, планируемых объемах, оптимизирует рабочий процесс.

3. Сегменты рынка и основные конкуренты

По мнению экспертов, распределение долей российского рынка экспресс-доставки можно оценить следующим образом: 60% принадлежит четырем международным операторам: DHL, UPS, TNT и Fedex, 40% -- российским операторам: "EMS Почта России", СПСР, Pony Express, "Гарантпост". Причем в последние годы происходит перераспределение рынка в пользу российских операторов. "Показатели перераспределения весьма условны, так как зависят от подходов в оценке рынка. По данным экспертов, доля рынка, занимаемая компанией DHL, в 2009 году составила 17 процентов, в 2004 году – 26 процентов". Отметим, что, по оценкам самой DHL, она занимает 30% российского рынка.

Основные конкуренты:

1) Pony-express (экспресс-доставки почтовых отправлений и грузов по всей территории России, в страны СНГ и за рубеж, услуги складской логистики, услуги таможенного оформления)

2) Русская экспресс-почта (экспресс-доставки по России)

3) UPS, TNT

Конкурентная стратегия предприятия:

1) Введение новых или усовершенствование старых информационных технологий, позволяющих снижать издержки.

Например, в DHL внедрена новая система таможенной обработки документов Clear in the Air («Оформление в воздухе»). Суть ее довольно проста: когда курьер DHL в какой-либо стране забирает груз у клиента и привозит его на станцию отправления, сопроводительные документы сканируются и передаются в глобальную Intranet-сеть DHL.

2) Построение обучение и подбор персонала.

В DHL есть несколько типов обучения, но все без исключения сотрудники – от курьера до топ-менеджера – обязаны при поступлении на работу пройти водный курс.

3) Дифференциация по услугам.

Знаменитый слоган DHL «Всего один звонок поможет доставить Ваш груз в Россию» или «Вы импортируете тяжёлые грузы? Подумайте о DHL»; хорошо продуманная рекламная кампания, так как в рекламе DHL нет ничего лишнего. Они просто предлагают легкий способ доставки грузов по всему миру.

4. Динамика развития компании

По оценки «Экспресс-Обзор» доля DHL за последние 3 года с 2006-2009 увеличилась на 15%. Причины этого: DHL проводит активную рекламную поддержку и расширяет свои логистические комплексы – компания собирается инвестировать в развитие своей сети в России 250 млн.дол. до 2012 года.

Таким образом, в рейтинге экспресс-перевозчиков за 2009 год, с большим отрывом лидирует DHL, как и все предыдущие годы своего функционирования на российском рынке.

Итоги деятельности компании DHL в России за период с 1998 по 2008 гг.

С 1998 по 2008 год число клиентов компании выросло со 100 до более 10 000 по всей России и СНГ. Если в 1998 году основными клиентами DHL были представительства иностранных компаний, международные информационные агентства, дипломатические миссии, то к 2005 году услугами DHL постоянно пользуются ведущие российские и международные компании, работающие в различных отраслях, таких как автомобильная, нефтегазовая промышленность, высокотехнологичное производство, банковская, фармацевтическая, пищевая сферы и т.д.

По прогнозам, в 2009 году количество отправлений составит 3,2 млн. За все время работы DHL в России существенно изменился и тип отправлений, пересылаемых по сети DHL. В первые года работы компании основной поток грузооборота составляли документы. А с 2004 году на транспортировку документов приходится лишь 20% от общего объема отправлений, остальные 80% составляют тяжелые грузы - запасные части, образцы продукции и т.д.

Изменению типа отправлений, а также существенному расширению спектра услуг способствовало не только развитие российской экономики, но и начавшаяся в 2003 году интеграция компаний DHL Worldwide Express, мирового лидера экспресс-авидоставки, Danzas, лидера грузовых и морских перевозок, и Deutsche Post Euro Express, европейского лидера почтовых перевозок, под единым брендом DHL. Объединенная компания имеет многообещающие перспективы: теперь DHL смогла предложить больше - опыт и знания сразу трех компаний, более широкую сеть, а также логистические и транспортные решения, объединенные в одно сервисное предложение.

Результаты работы Группы Deutsche Post World Net, основного держателя акций DHL, в 2008 году оцениваются весьма положительно. Впервые за всю историю работы компании на рынке ее прибыль превысила 50 млрд. евро, составив 40,2 млрд., что на 1,9% больше по сравнению с прошлым годом. Операционная прибыль (доходы без вычета процентов, налогов и амортизации) также увеличилась по сравнению с результатами прошлого года и составила 3,98 млрд. евро.

В 2008 году компания DHL продолжила активное развитие и на российском рынке. Объемы отправлений DHL Express увеличились на 30% по сравнению с 2007 годом. Прибыль компании DHL в России за тот же период выросла на 40%. В I квартале 2009 года продолжился рост объемов отправлений DHL Express, которые на 42% превысили результаты аналогичного периода прошлого года. Прибыль компании DHL в России в I квартале 2009 года выросла на 45% относительно I квартала 2008 года. Основной объем отправлений пришелся на грузы, перевозимые по России. Также приоритетными направлениями остаются страны Европы и СНГ, США и Азиатско-Тихоокеанский рынок.

Увеличение спроса на услуги DHL было вызвано укреплением российской экономики. Помимо стабильных показателей роста бизнеса DHL также сообщает о расширении своей клиентской базы среди компаний и предприятий малого и среднего бизнеса. Для обеспечения высокого уровня сервиса, а также удовлетворения спроса постоянных и новых клиентов в минувшем году DHL разработала ряд услуг, поддерживающих основное сервисное предложение компании. DHL вывела на российский рынок серию новых услуг в области доставки тяжелых грузов и логистики. К числу дополнительных добавились услуги по проактивному отслеживанию грузов и по доставке отправлений на территории России и европейских стран в субботу. В 2006 году компания DHL представляет услугу по доставке грузов в европейские страны и по России к определенному дню. Услуга подразумевает доставку в более длительные сроки и предназначена для клиентов компании, которые предпочитают осуществлять транспортировку тяжелых грузов по экономичной цене. Вывод на рынок данной услуги был осуществлен в течение 2006 года. Услуга по доставке тяжелых грузов к определенному дню будет характеризоваться высокими стандартами качества и надежности, отличающими все продукты компании DHL.

Заключение

После рассмотрения анализа деятельности компании можно седлать вывод, что компания лидирует среди экспресс-перевозчиков, сейчас так и все предыдущие годы своего функционирования на российском рынке.

Стратегически важной задачей DHL является сохранение и укрепление позиции лидера в области экспресс-доставки и логистики.

DHL является мировым лидером экспресс-доставки и логистики, предлагая клиентам полный спектр новаторских и индивидуальных решений. DHL задает тон в отрасли, предоставляя быстрый и надежный сервис, учитывающий потребности клиентов компании. Прибыль DHL в 2009 году составила 38 млрд. евро. DHL имеет богатый опыт в области экспресс-доставки, воздушных, наземных, морских перевозок, а также логистических решений. DHL сочетает в себе обширную территорию обслуживания с глубоким пониманием местных рынков. Сеть DHL охватывает более 220 стран и территорий мира. Штат компании по всему миру насчитывает более 160 000 высокопрофессиональных сотрудников, деятельность которых направлена на предоставление оперативного сервиса высокого уровня. Основным акционером DHL является Deutsche Post World Net. Компания DHL является лидером российского рынка, предоставляющим решения в области экспресс-доставки и логистики. DHL вышла на российский рынок в 1984 году и за это время территория, обслуживаемая компанией, расширилась до более чем 500 населенных пунктов по всей федерации. На сегодняшний день компания имеет более 100 собственных и агентских офисов. Российское отделение DHL насчитывает более 1400 сотрудников. Транспортный парк составляет 300 коммерческих транспортных средств.

Список использованной литературы

1. <http://www.dhl.ru/>, официальный сайт компании

2. <http://www.avia.ru/pr/2602/>, пресс-релиз от 24.07.2009 г