

Ситуационная задача по маркетингу с решением

ЗАДАНИЕ.

Оцените ситуацию и примите решение: усовершенствовать организационную структуру управления маркетингом или упразднить, передав ее основные функции консалтинговым компаниям.

| Показатель | Консалтинговая компания | | | |
|---|-------------------------|-----|-----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Ожидаемая прибыль, тыс. руб. | 100 | 200 | 50 | 1 000 |
| Бюджет маркетинга для функциональных подразделений, тыс. руб. | 200 | 300 | 100 | 500 |

РЕШЕНИЕ.

Определим среднее значение показателей эффективности, вычисленных для каждой консалтинговой компании, путем деления ожидаемой прибыли на бюджет маркетинга для функциональных подразделений:

| Показатель | Консалтинговая компания | | | |
|---|-------------------------|------|-----|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Ожидаемая прибыль, тыс. руб. | 100 | 200 | 50 | 1 000 |
| Бюджет маркетинга для функциональных подразделений, тыс. руб. | 200 | 300 | 100 | 500 |
| Эффективность | 0,5 | 0,67 | 0,5 | 2 |

Рассчитаем среднее значение показателей эффективности маркетинговых консалтинговых компаний, работающих с фирмой определяется по формуле:

$$\bar{\mathcal{E}}_{cp} = \frac{1}{n-1} \times \left(\frac{\mathcal{E}_1}{2} + \sum_{i=1}^n \mathcal{E}_i + \frac{\mathcal{E}_n}{2} \right)$$

где

\mathcal{E}_1 – эффективность первой консалтинговой компании;

\mathcal{E}_i – эффективность i -й консалтинговой компании;

n – количество посредников (консалтинговых компаний), работающих с фирмой и выполняющих функции маркетинга.

Соответственно средняя эффективность маркетинговых консалтинговых компаний составит:

$$\mathcal{E}_{cp} = \frac{1}{4-1} \times \left(\frac{0,5}{2} + 0,67 + 0,5 + \frac{2}{2} \right) = 1,21$$

Далее определим эффективность работы собственного отдела маркетинга как отношение ожидаемой прибыли к затратам на маркетинг:

$$\mathcal{E}_y = \frac{100 + 200 + 50 + 1000}{200 + 300 + 100 + 500} = 1,23$$

Для определения качества взаимодействия консалтинговых компаний с фирмой в рамках маркетинга применим коэффициент взаимодействия:

$$K_v = \frac{\mathcal{E}_y}{\mathcal{E}_{cp}} = \frac{1,23}{1,21} = 1,0165$$

Таким образом, полученный результат показывает, что функционирование отдела маркетинга в качестве собственной структуры эффективнее, чем деятельность функциональных маркетинговых посредников.

Следовательно, имеет смысл усовершенствовать организационную структуру предприятия.