



РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ ПО
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «РЕГИОННЕФТЕСТРОЙ»)

А.А. Чупринский, студент 2-го курса магистратуры,
ИНОТЭКУ, ФГБОУ ВО «Калининградский государственный
технический университет»
e-mail: alex95.03@mail.ru

Е.С. Енина, канд. экон. наук, доц.
ИНОТЭКУ, ФГБОУ ВО «Калининградский государственный
технический университет»
e-mail: ekaterina.enina@klgtu.ru

В работе представлены предложения по совершенствованию маркетинговой составляющей деятельности строительной компании ООО «Регионнефтестрой» за счет внедрения нового вида продукта и разработки корпоративного сайта предприятия. Для предложенного комплекса мероприятий рассчитана экономическая эффективность от внедрения. Результаты расчетов позволили сделать вывод о целесообразности и рентабельности предложенных мероприятий.

маркетинг-аудит, совершенствование маркетинговой деятельности, экономическая эффективность, внедрение нового продукта, усиление маркетинговых коммуникаций

Маркетинговая составляющая деятельности строительного предприятия ООО «Регионнефтестрой» представляет собой деятельность по разработке и реализации стратегических и тактических шагов в отношении элементов комплекса маркетинга организации [1].

Направления совершенствования маркетинговой составляющей деятельности компании, как правило, определяются на основе результатов маркетинг-аудита [2].

Маркетинг-аудит был проведен авторами в ходе научно-исследовательской работы за 2018 г. Он показал следующие основные недостатки в деятельности ООО «Регионнефтестрой»:

1. несмотря на достаточно сбалансированный товарный портфель, выявлен довольно узкий ассортимент продукции, что связано с недостаточным финансированием и высокой кредитной зависимостью предприятия;

2. несмотря на хорошую деловую репутацию и наличие партнерских соглашений, коммуникационную политику предприятия можно назвать лишь слабой, что также связано с отсутствием инвестирования средств на развитие компании.

Однако в 2019 г. ситуация в компании изменилась – ООО «Регионнефтестрой» для укрепления рыночных позиций принял помощь в части финансирования от одной из московских строительных компаний, в состав которой позже предприятие планирует войти. Это позволило авторам разработать комплекс мероприятий по совершенствованию маркетинговой составляющей деятельности предприятия на основе следующих предложений (табл.1).

Предлагаемый защитный гидроизоляционный состав «Кальматрон» обеспечивает водонепроницаемость зданий и строений, используется для надежной системы защиты бетона, железобетона и других капиллярно-пористых строительных материалов от воздействия воды и агрессивных сред природного и техногенного происхождения.

Кроме того, важным достоинством такого состава является его устойчивость к разного рода агрессивным воздействиям. Слой состава «Кальматрон» в 1,5-2 мм оберегает бетон

от газовой коррозии, значительно задерживает его карбонизацию и сокращает темп проникновения в бетон хлористых солей, что существенно поможет при строительстве и защите канализационных коллекторов.

Таким образом, применение состава «Кальматрон» при выполнении строительных и ремонтных работ повысит уровень надежности строительных сооружений. Покрытие зданий и сооружений подобным составом увеличит срок их службы, а также прочность.

По оценкам экспертов, рост объема реализации в результате применения нового материала «Кальматрон» в процессе строительства и ремонта объектов составит 1,3%. Приобрести «Кальматрон» можно в городе по цене 75 руб. за один мешок (вес 25 кг).

Планируемый объем закупки этого материала на второе полугодие 2019 г. составит 63,58 тыс. руб. Исходные данные для расчета экономической эффективности внедрения нового материала «Кальматрон» в процесс выполнения строительных и монтажных работ приведены в табл. 2.

Таблица 1 – Предложения по совершенствованию маркетинговой составляющей деятельности ООО «Регионнефтестрой»

Выявленный недостаток в маркетинговой деятельности	Предложение по устранению недостатка
Узкий ассортимент продукции	Расширение ассортиментного ряда предприятия за счет внедрения нового продукта – защитного гидроизоляционного состава «Кальматрон»
Слабая коммуникационная политика	Усиление маркетинговых коммуникаций путем создания корпоративного сайта

Таблица 2 – Исходные данные для расчета экономической эффективности внедрения нового гидроизоляционного материала «Кальматрон» в деятельность ООО «Регионнефтестрой» во втором полугодии 2019 г.

№ п/п	Показатель	Ед. изм.	Усл. обознач.	Цифровое значение	Источник информации
1	Численность работающих до и после внедрения мероприятия	чел.	Ч	25	По данным предприятия
2	Прирост выручки	%	ΔB	1,3	Расчет
3	Среднегодовая заработная плата одного работающего	тыс. руб.	$\bar{З}$	131,4	По данным предприятия
4	Страховые отчисления	%	Н	30,0	Государств. норматив
5	Условно-постоянные расходы	тыс. руб.	$З_{у.п}$	4225	По данным предприятия
6	Выручка годового объема выполненных работ до внедрения мероприятия	тыс. руб.	$П_1$	529626	По данным предприятия
7	Выручка после внедрения мероприятия	тыс. руб.	O_2	536511,14	Расчет
8	Затраты, связанные с разработкой и внедрением мероприятия	тыс. руб.	$З_{тек}$	63,58	План

На основе исходных данных, представленных в табл. 2, произведем технико-экономическое обоснование нового вида деятельности для ООО «Регионнефтестрой» в табл. 3 [3].

Таким образом, в результате применения нового гидроизоляционного материала «Кальматрон» прирост производительности труда составит 1,3%, условная экономия численности – 0,32 чел., а условно-годовая экономия – 44,73 тыс. руб.

Создание корпоративного сайта – второе предлагаемое мероприятие при совершенствовании маркетинговой деятельности ООО «Регионнефтестрой».

Сайт – представительство бизнеса в Internet и является лицом предприятия. Цель хорошего сайта – дать преимущество перед конкурентами, повысить уровень продаж и провести рекламную кампанию в сети при минимальных затратах по сравнению с другими видами рекламы.

Вложения в раскрутку веб-проекта окупаются довольно быстро, в срок примерно от двух до четырех месяцев в зависимости от выбранных поисковых запросов и конкуренции по данному запросу. В процессе продвижения увеличивается количество посетителей на сайте и, соответственно, число звонков в организацию от потенциальных и реальных покупателей.

Продвижение сайтов в поисковых системах не поддается сравнению с другими методами рекламы продукции, товаров, услуг и работ, так как привлекает целевых покупателей с минимальными вложениями. Отношение стоимости вложенных средств в интернет-маркетинг к количеству целевых покупателей является самым низким – это наилучшая эффективность.

Таблица 3 – Расчет показателей экономической эффективности внедрения нового гидроизоляционного материала «Кальматрон» в деятельность ООО «Регионнефтестрой» во втором полугодии 2019 г.

Наименование показателя	Обозначение	Ед. изм.	Метод расчета	Расчет показателей
Прирост выручки в результате внедрения мероприятия	ΔB	тыс. руб.	$\Delta B = \text{Вобр} \times \text{Воб.пр}$	$529626 \times 1,3\% = 6885,14$
Темп роста выручки	Тоб. пр	%	$T_{\text{об.пр.}} = \frac{B_{2019} + \Delta B}{B_{2019}} \cdot 100\%$	$\frac{529626 + 6885,14}{529626} \cdot 100 = 101,3$
Условное высвобождение численности	Эч	чел.	$\text{Эч} = (\Delta \text{ПТ} \times \text{Чисх}) / (100 + \Delta \text{ПТ})$	$\text{Эч} = 1,3 \times 25 / (100 + 1,3) = 0,32 \text{ чел.}$
Экономия по заработной плате	Эз-п	тыс. руб.	$\text{Эз-п} = \text{Зср} \times \text{Эч}$	$\text{Эз-п} = 131,4 \times 0,32 = 42,05$
Экономия по страховым отчислениям	Эс-н	тыс. руб.	$\text{Эс-н} = \text{Эз-п} \times \text{Н} / 100$	$\text{Эс-н} = 42,05 \times 0,3 = 12,61$
Экономия по условно-постоянным расходам	Эу-п	тыс. руб.	$\text{Эу.п} = \left(\frac{3_{\text{у.н.}}}{\text{Опр}_1} - \frac{3_{\text{у.н.}}}{\text{Опр}_2} \right) \times \text{Опр}_2$	$\text{Эу-п} = (4225/529626 - 4255/536511,14) \times 536511,14 = 53,65$
Экономия по себестоимости	Эс/с	тыс. руб.	$\text{Эс/с} = \text{Эз-п} + \text{Эу-п} + \text{Эс-н}$	$\text{Эс/с} = 42,05 + 12,61 + 53,65 = 108,31$
Условно-годовая экономия	Эу-г	тыс. руб.	$\text{Эу-г} = \text{Эс/с} - \text{Зтек}$	$\text{Эу-г} = 108,31 - 63,58 = 44,73$

Аудитория интернета постоянно растет и насчитывает огромную армию пользователей. Для того чтобы привлечь больше пользователей из интернета на веб-ресурс ООО «Регионнефтестрой», будет проводиться интернет-реклама и поисковое продвижение сайтов в поисковых машинах, таких как Яндекс, Гугл и Рамблер. Продвижение интернет-ресурса проводится в связи с тем, что примерно 90% пользователей сети Интернет для поиска товаров и услуг используют поисковики.

Веб-мастер обучает работе с системой управления, самостоятельному изменению текстов и иллюстраций (обучение входит в стоимость создания сайта). Планируется заказать создание корпоративного сайта веб-студии Visali. Затраты на создание сайта составят 35 000 руб. Согласно данным, предоставленным фирмой-разработчиком сайта, возможный прирост объема реализации будет 1,5%. Исходные данные для расчета экономической эффективности при создании корпоративного сайта представлены в табл. 4.

Таблица 4 – Исходные данные для расчета экономической эффективности при создании корпоративного сайта для ООО «Регионнефтьстрой»

№ п/п	Показатель	Ед. изм.	Усл. обознач.	Цифровое значение	Источник информации
1	Численность работающих до и после внедрения мероприятия	чел.	Ч	25	По данным предприятия
2	Прирост объема выполненных работ	%	ΔOp	1,5	Данные экспертов
3	Среднегодовая заработная плата одного работающего	тыс. руб.	$\bar{З}$	131,4	По данным предприятия
4	Страховые отчисления	%	Н	30,0	Государств. норматив
5	Условно-постоянные расходы	тыс. руб.	$З_{у.п}$	4225	По данным предприятия
6	Годовой объем выполненных работ до внедрения мероприятия	тыс. руб.	O_1	529626	По данным предприятия
7	Годовой объем выполненных работ после внедрения мероприятия	тыс. руб.	O_2	537570,4	Расчет
8	Текущие затраты, связанные с разработкой и внедрением мероприятия	руб.	$З_{тек}$	35,00	Данные веб-студии Visali

На основе исходных данных, представленных в табл. 4, произведем технико-экономическое обоснование создания корпоративного сайта в табл. 5.

Таким образом, в результате создания корпоративного сайта прирост объема выполненных работ составит 7944,4 тыс. руб., условно-годовая экономия – 209,24 тыс. руб., прирост производительности труда – 1,5%, а условная экономия численности – 0,4 чел.

На основании рассчитанных показателей общей экономической эффективности предлагаемых мероприятий можно составить сводную таблицу экономической эффективности проектируемых мероприятий (табл. 6).

Таблица 5 – Расчет показателей экономической эффективности создания корпоративного сайта для ООО «Регионнефтьстрой»

Наименование показателя	Обозначение	Ед. изм.	Метод расчета	Расчет показателей
Прирост объема выполненных работ	ΔB	тыс. руб.	$\Delta B = B_{об.п} \times B_{об.пр}$	$529626 \times 1,5 \% = 7944,4$
Темп роста объема выполненных работ	$T_{об.пр}$	%	$T_{об.пр} = \frac{B_{2019} + \Delta B}{B_{2019}} \cdot 100\%$	$\frac{529626 + 7944,4}{529626} \cdot 100 = 101,5$
Условное высвобождение численности	Эч	чел.	$Эч = (\Delta ПТ \times Чисх) / (100 + \Delta ПТ)$	$Эч = 1,5 \times 25 / (100 + 1,5) = 0,4$ чел.
Экономия по заработной плате	Эз-п	тыс. руб.	$Эз-п = З_{ср} \times Эч$	$Эз-п = 131,4 \times 0,4 = 52,56$
Экономия по социальным отчислениям	Эс-н	тыс. руб.	$Эс-н = Эз-п \times Н / 100$	$Эс-н = 52,56 \times 0,3 = 15,8$
Экономия по условно-постоянным расходам	Эу-п	тыс. руб.	$Эу-п = \left(\frac{З_{у.п.}}{O_{np1}} - \frac{З_{у.п.}}{O_{np2}} \right) \times O_{np2}$	$Эу-п = (4225/529626 - 4225/537570,4) \times 537570,4 = 53,76$
Экономия по себестоимости	Эс/с	тыс. руб.	$Эс/с = Эз-п + Эу-п + Эс-н$	$Эс/с = 52,56 + 15,8 + 53,76 = 122,12$
Условно-годовая экономия	Эу-г	тыс. руб.	$Эу-г = Эс/с - З_{тек}$	$Эу-г = 122,12 - 35,0 = 87,12$

Таблица 6 – Сводная таблица экономической эффективности предложенных мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности ООО «Регионнефтестрой»

№ п/п	Мероприятия	Усл. экономия численности, чел.	Прирост произво- дит. труда, %	Прирост выручки, тыс. руб.	Условно-годовая экономия, тыс. руб.	Затраты, тыс. руб.		Год. эконом. эффект., тыс. руб.
						Кап.	Тек.	
1	Применение инновационного гидроизоляционного материала «Кальматрон» при выполнении строительных и ремонтных работ	0,32	1,3	6885,14	108,31	-	63,58	44,73
2	Создание корпоративного сайта	0,4	1,5	7944,4	244,24	-	35	209,24
	ИТОГО	0,0,72	2,8	14829,54	352,65		98,58	253,97

Подводя итоги анализа эффективности всех предложенных мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности ООО «Регионнефтестрой», можно заключить, что они позволят получить дополнительную выручку в размере 14829,54 тыс. руб., увеличить производительность труда на 2,8 %. При этом общий годовой экономический эффект составит 253,97 тыс. руб.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маркетинг: учебник по направлению подгот. 080200.62 «Менеджмент». Уровень подготовки «Бакалавр» / под ред. И. В. Липсица. – Москва: ГЭОТАР-Медиа, 2012. – 576 с.
2. Глимязь, С. С. Анализ маркетинговой деятельности автотранспортного предприятия на основе современных методик внутреннего аудита / С. С. Глимязь, Е. В. Беклемешева // Вестник молодежной науки. – 2019. – №1(18). – С. 1-6.
3. Савицкая, Г. В. Экономический анализ: учебник / Г. В. Савицкая. – 8-е изд., перераб. – Москва: Новое знание, 2003. – 640 с.

DEVELOPMENT OF THE COMPLEX ACTIONS FOR MARKETING IMPROVEMENT (FOR EXAMPLE OF LLC “REGIONNEFTESTROY”

A.A.Chuprinsky, 3-d year student of the master's degree,
Kaliningrad State Technical University,
e-mail: alex95.03@mail.ru

E.S. Enina, PhD, Associate Professor,
Kaliningrad State Technical University
e-mail: ekaterina.enina@klgtu.ru

The paper presents the complex actions for the improvement of marketing activities for construction company LLC “Regionneftestroy”, which include the introduction of new type of product and creation the corporate website. The cost efficiency of the offered actions is calculated. The calculation results show the profitability of development complex actions.

marketing audit, improvement of marketing activity, cost efficiency, introduction of new product, strengthening of marketing communications