

УДК 339.138 (0758)

АНАЛИЗ УСПЕШНЫХ ПРИМЕРОВ ПРИМЕНЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ И МАРКЕТИНГА

*Пичугин М.М., студент 5 курса биотехнологического
факультета*

*Научный руководитель – Рассадин В.В., доцент, к. э. н.
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»*

Ключевые слова: *маркетинг, управление, примеры, карьера.*

Работа посвящена изучению роли управления и маркетинга в разных сферах жизни. В статье приводятся примеры успешных маркетинговых стратегий и управленческих решений.

Одна из причин, по которой мы так плохо управляем временем – это не то, что нам нравится ничего не делать, а то, что у нас есть другие причины, которые лежат в основе нашего нежелания выполнять задание. Нам может не понравиться сам проект, который нам приходится в данный момент выполнять (эта часть работы может не приносить нам удовольствия), или мы не верим в результаты данного процесса. Может просто нам не нравятся человек (люди), с которым (и) ассоциируется данное задание.

Откладывание дел, выполнение которых неизбежно, создает стрессы в нашей жизни. Мы чувствуем себя еще хуже, если мы не уложились в отведенный срок, не обязательно потому, что мы не уложились в срок, а потому что мы потеряли время. Никто не может вернуть время, дополнительное время нельзя купить [5,6].

Вскоре мы остановимся на вопросах, связанных с работой или карьерой, но мы должны знать о методах, применимых ко всем аспектам нашей жизни.

Приведем пример управления временем.

Однажды эксперт по управлению временем, выступая перед группой студентов факультета бизнеса, и для того, чтобы довести до них смысл сказанного, использовал пример, который студенты никогда не забудут. Он встал перед группой активных и успешных студентов и объявил: «А теперь время для проверки».

Затем он достал керамический кувшин с широким горлом и размером в один галлон и поставил его на стол перед собой. Затем он достал

с десяток камней размером с кулак и тщательно разместил их все по одному в кувшине. Когда кувшин наполнился до краев и больше в него не помещались камни, он спросил: «Кувшин полный?»

Вся группа ответила «Да».

Тогда он сказал: «Неужели?». Он достал из-под стола ведро гравия. Затем он высыпал немного гравия в кувшин и потряс его, чтобы гравий занял все пустоты между крупными камнями. Затем он спросил группу опять: «Этот кувшин полон?»

К этому времени класс уже понимал его. «Наверное, нет», ответил один из них. «Отлично!», - ответил он. Он опять заглянул под стол и достал оттуда ведро песка. Он начал высыпать песок в кувшин песок и стал заполнять пустоты между гравием и камнями. Он еще раз спросил: «Кувшин полон?»

«Нет!» вскричала группа. «Хорошо», - сказал он опять. Затем он взял кувшин с водой и начал наливать ее в кувшин до тех пор, пока вода не дошла до краев. Тогда он посмотрел на студентов и спросил: «В чем смысл данного примера?»

Один активный слушатель поднял руку и сказал: «Смысл такой – каким бы ни был загруженным Ваш график, если вы действительно постараетесь, Вы всегда сможете что-то еще вместить в него!».

«Нет,» ответил выступающий, - смысл не в этом. Истина, которой учит нас этот пример заключается в следующем: если вы не разместите сначала крупные камни, потом Вы не сможете их туда вместить. Что является для Вас крупными камнями? Ваши дети... Ваши любимые.... Ваша учеба... Ваши мечты.... Стоящие дела... Учить или воспитывать других... Делать то, что тебе нравится делать... Время на себя... Ваше здоровье... Ваша вторая половина.

Не забывайте положить эти **КРУПНЫЕ КАМНИ** вначале, или же вы никогда не сможете их вместить. Если вы используете более мелкие дела («гравий, песок»), тогда вы заполните свою жизнь мелкими делами, которые Вас тревожат, но которые, на самом деле, не так уж значительны, и у вас не останется времени для больших и важных дел (крупные камни).

Поэтому сегодня вечером или завтра утром, когда будете размышлять по поводу данной истории, задайте себе вопрос: Что составляет «крупные камни» в моей жизни? И затем положите их в свой кувшин первыми.

Закончите самые трудные задания, чтобы у Вас больше времени осталось на выполнение более простых заданий, таким образом меньше себя перегружать. Как только Вы выполните свою работу, у Вас будет больше времени сделать то, что Вы хотите сделать.

Если Вы сделаете все наиболее приоритетные дела, у вас останутся лишь мелкие дела, и это будет создавать меньше стресса в вашей жизни. Стресс – это тоже трата времени, а время – это ценный товар [1,2,3,8].

Примеры маркетинга встречаются в нашей жизни на каждом шагу. Это и производственная сфера, и рынок товаров и услуг. Его вид, формы и типы определяют ряд факторов. Это и характер спроса, и сфера применения, по территориальному признаку, по результатам и целям различных видов деятельности и этот перечень можно еще очень долго перечислять. Ведь все эти и другие примеры маркетинга возникали, и будут возникать дальше вместе с развитием рынка, с появлением новых видов деятельности, услуг. Ярким примером является интернет – маркетинг, который своим рождением обязан появлению всемирной паутины.

Что представляет собой интернет-маркетинг? Маркетинг, в прямом смысле этого слова, означает торговля, продажа товара, услуг. Если же есть товар, значит, есть и покупатель. А продажа товара, услуг, как известно невозможна без рынка. Поэтому только на рынке можно найти существующих и будущих покупателей на свой товар или услуги.

При современном развитии рынок перенасыщен товарами и услугами. Продавец должен выжить в условиях жесткой конкуренции. Поэтому идет бесконечный поиск новых рынков сбыта. С развитием интернета как всемирной информационной сети в равной мере возросли возможности продавца и покупателя. Именно интернет стал их местом встречи и стал играть роль рынка. Такое слияние послужило поводом для появления еще одной разновидности маркетинга: интернет-маркетинг. При этом маркетинг сохранил все свои функции и цель – оптимальное соотношение качества и цены товара или предоставляемых услуг с требованиями покупателя, при котором товар уже будет продавать себя сам [12,14,15].

Использование возможностей интернета продавец и покупатель могут иметь полную информацию о продажах, о покупках интересующих их товаров, услуг. При этом они находятся в постоянном контакте друг с другом, даже не выходя из своих офисов. Это помогает снизить затраты связанные с поиском потребителя, а значит получить больший заработок. Рождением интернет – маркетинга можно считать момент, когда в интернете появилась первая информация о товарах. Размещение происходило на информационных сайтах. Сейчас задачи интернет – маркетинга расширились, и идет торговля товарами другой категории – это программные продукты, информационное пространство, бизнес – модели. И уже мы можем наблюдать новые примеры маркетинга, но уже в интернете.

Первая модель интернет маркетинга бизнес – потребитель или другими словами продавец-покупатель. Вторая модель бизнес – бизнес, это когда компании осуществляют бизнес друг с другом, и он не требует прямых продаж. Третья модель самая молодая и называется пользователь – пользователь. Здесь идет обмен и продажа товаров между обычными пользователями интернета. Применение интернет – маркетинга имеет ряд преимуществ. Как уже говорилось это владение информацией, статистическими данными про тот или иной товар. Помогают найти необходимую информацию из большого объема поисковые системы интернета. Второе – это расширение рынка сбыта от внутреннего масштаба до международного масштаба. Ведь, как известно интернет не имеет границ. При этом затраты минимальны. Это свойство делает популярным интернет – маркетинг и у простых пользователей. Заработок, который заключается в раскручивании своих веб – сайтов и блогов [2,9,10].

Блог – это кладовая информации, которая все время обновляется, предполагает дискуссию, как с автором, так и между другими пользователями. Информация здесь и выступает как товар. Поэтому, чтобы заработок автора блога рос ее надо продавать как можно больше. Значит первое, что нужно для раскрутки – это наличие качественной информации, интересных тем и т.п. Вам нужно заинтересовать других блогеров. Дальше идет цепная реакция. На вас будут ссылаться другие авторы блогов (блогеры). В результате вы получите обратные ссылки. Как известно блоги делятся по тематическим направлениям. Поэтому для привлечения посетителей вы сами должны участвовать в дискуссиях в блогах с подобной вашей тематике. При этом там вы оставляете свой комментарий и даете свою ссылку. Еще один способ привлечения посетителей посещайте форумы. Подымайте и раскручивайте интересные темы для посетителей форума и не забывайте о своих ссылках. То есть делаете рекламу свою блогу где только возможно. И главное. Чтобы вас нашли другие посетители всемирной паутины необходимо оптимизировать ваш блог под поисковую систему. Реклама вашего блога – это действующий рычаг интернет – маркетинга. Ее вы можете разместить на доски объявлений, в рейтингах и каталогах [7,11,13].

Библиографический список:

1. Иванова, Н.А. Взаимосвязь инновационной активности и экономической стабильности сельскохозяйственных предприятий (на примере Ульяновской области) / Н.А. Иванова // материалы международной

научно-практической конференции «Молодежь и наука XXI века». – Ульяновск: ГСХА, 2006.- С. 210-214.

2. Павлов, А.Ю. Менеджмент / А.Ю. Павлов, В.Н. Батова, В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина, А.В. Рассадин. - Пенза: ООО «Формат», 2014. – 299 с.

3. Рассадин, В.В. Зарубежный опыт государственного управления земельными ресурсами в аграрном секторе экономики / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина // Сборник статей международной научно-практической конференции «Инновационное развитие современной науки». – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – С. 206-210.

4. Рассадин, В.В. Логистика: учебно-методический комплекс / В.В. Рассадин, Н.Г. Белокопытова, А.В. Рассадин. – Ульяновск: УГСХА, 2009. – 212 с.

5. Рассадин, В.В. Менеджмент (курс лекций) / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина, А.В. Рассадин. - Ульяновск: ГСХА им. П.А. Столыпина, 2013. – 225 с.

6. Рассадин, В.В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности персонала / В.В. Рассадин // Труд и социальные отношения. - 2008. - № 3. - С. 53-59.

7. Рассадин, В.В. Организация посреднической логистики в торговле / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина, А.М. Медников // Материалы IV международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Т. 3. - Ульяновск, ГСХА, 2012. - С. 167-173.

8. Рассадин, В.В. Различие и сходство понятий менеджмент и управление / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина // Материалы международной научно-практической конференции «Развитие аграрного сектора экономики в условиях глобализации». – Воронеж, 2013. – С. 114-118.

9. Рассадин, В.В. Проблемы управления персоналом в сельскохозяйственных организациях на примере Приволжского федерального округа / В.В. Рассадин. – М.: ВНИИЭСХ, 2010. – 350 с.

10. Рассадин, В.В. Продолжительность работы в неделю – один из главных социальных показателей (статья) / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина, А.В. Рассадин, Е.А. Чупахина, А.М. Медников // Материалы III международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». - Т. 1. - Ульяновск, ГСХА, 2011. - С. 147-149.

11. Рассадин, В.В. Роль транспорта в экономике сельского хозяйства и выбор транспортных средств / В.В.Рассадин, А.В.Рассадин // Вестник

Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. - 2007. - № 1 - С. 51-55.

12. Рассадин, В.В. Оплата труда по функциям управления: руководитель (топ-менеджер) / В.В. Рассадин, Е.В. Рассадина // Нормирование и оплата труда на автомобильном транспорте. - №10. – 2013. – С. 30-37.

13. Рассадина, Е.В. Оптимизация управления земельными ресурсами на основе рационального землепользования / Е.В. Рассадина // Материалы II Международной научно-практической конференции «Экономика и право современной России: проблемы и пути развития». – Самара: НОАНО ВПО СИБиУ, 2014. – С. 116-119.

14. Соколов, А.П. Совершенствование функций учета расчетов с поставщиками и заказчиками / А.П. Соколов, Н.А. Богданова, В.В. Рассадин, А.В. Рассадин // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. - 2009. - № 2.- С. 21-25.

15. Rassadin V.V. Strategic management of enterprise labour potential as a tool for economic security / V.V. Rassadin, V.N. Batova // Middle-ist journal of scientific research. - 21 (2): 401-405, 2014.

ANALYSIS OF SUCCESSFUL EXAMPLES OF THE USE OF MANAGEMENT AND MARKETING

Pichygin M.M.

Keywords: *marketing, management, samples, career.*

The work is devoted to the role of management and marketing in various fields of life. The article gives examples of successful marketing strategies and management decisions.