

ассоциацией «Бизнес тинэйджер». Для получения первой степени — участие в заочном конкурсе; пятая степень предполагает краткосрочную учебу и стажировку за рубежом.

Если вы решили вступить в ассоциацию «Бизнес тинэйджер» и ваш возраст от 12 до 18 лет, вам необходимо внести вступительный взнос в размере 10 руб. на счет ДШМ почтовым переводом:

Москва, Прогрессбанк, Детская школа менеджеров

700417, Корреспондентский счет 161272 Прогрессбанка МФО 201791 в МГУ Госбанка с обязательным указанием фамилии, имени, отчества, возраста, домашнего адреса, телефона и переслать извещение о переводе или предложение по адресу:

103055, а/я 90, ассоциация «Бизнес тинэйджер».

После получения вступительного взноса ассоциация высылает вам временное удо-

стоверение с условиями конкурса на получение первой степени профессионального мастерства начинающего менеджера.

Телефон для справок 924-48-64 (звонить с 15 до 18).

Д. Серегин,  
менеджер по маркетингу  
ассоциации «Бизнес тинэйджер»

Бондаренко, А.Ф. Маркетинг: время пришло [Текст] / А.Ф. Бондаренко // Коммерческий вестник. — 1991. — № 21. — С. 20-21.

## Время пришло

Переход к рынку поставил перед потребительской кооперацией задачу создать развитую структуру маркетинговой деятельности. В потребительской кооперации объектами такой деятельности служат все ее отраслевые звенья и подразделения.

Современная структура рыночных отношений охватывает не только рынок товаров, но и услуг, кредитных ресурсов, ценных бумаг и инвестиций, а также рынок труда. Это перечисление элементов свидетельствует о многообразии объектов менеджмента, а также разносторонности управленческой деятельности. Но основные надо назвать: социально-психологические методы управления, основанные на изучении опыта работы, результатах социологических исследований, личного опыта и интуиции; экономические, основанные на анализе информации, прогнозе, результатах научных исследований; социально-экономические.

Основными принципами, характеризующими управленческую маркетинговую деятельность, являются плановость, научность и эффективность. Плановость выражается прежде всего в продуманной деятельности на ближайшее время и на перспективу. Научность предполагает использование в процессе управления научных методов: анализа, прогноза, сравнения и т. д. Эффективность менеджмента заключается в достижении положительного конечного результата.

Очень важно в маркетинге вести наблюдения на рынке с учетом уже известного нам понятия жизненного цикла товаров. Это помогает проследить за изменением ситуации с момента появления товара до его исчезновения.

Каждая отдельная фаза жизненного цикла товара (внедрение, рост спроса, стабилизация и спад) требует разработки отдельных управленческих решений, то есть элементов маркетинга. Какие, например, управленческие решения характерны для этапа внедрения товара на рынке? Это может быть организация пробных продаж товара, реклама, определение рынков сбыта, сопоставление соотношения полученной доли прибыли от реализации товара с расходами на маркетинговую деятельность, анализ результатов данного сопоставления и принятие решения по расширению сбыта продукции.

Другими словами, учитывая ситуацию, сложившуюся на рынке товаров, услуг и т. д., для обеспечения стабильности возникает необходимость поиска конкретных эффективных управленческих решений, основанных на методах и принципах маркетинга. И время применения их пришло.

А. БОНДАРЕНКО,  
кандидат  
технических наук