

# Слагаемые успеха в бизнесе

# Источники финансирования бизнеса

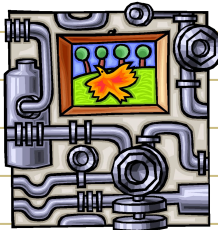


## Основное правило:

Доходы должны превышать расходы

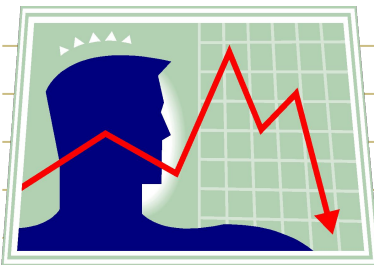
предпринимательство

?



-увеличение объема производства,  
-найм квалифицированных работников  
-новые технологии и т. д,

?



**кризис**

-зарплата,  
-сырье,  
-кредиты и т. д.



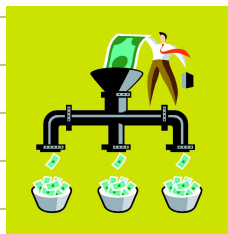
Финансы – денежные средства предприятия

# Источники финансирования бизнеса



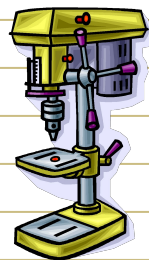
**Финансирование:**  
Пополнение финансов – внутренние  
или дополнительные источники

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ



### 1. ВНУТРЕННИЕ

- прибыль,
- амортизация



### АМОРТИЗАЦИЯ

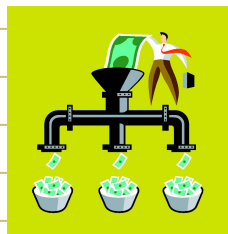
Возмещение стоимости  
оборудования за срок  
его службы

- входит в цену товара-**  
**возмещается по годам,**  
**-ускоренная - за счет**  
**увеличения цены**

# Источники финансирования бизнеса

## УСКОРЕННАЯ

-на крупных фирмах –  
**меньшие затраты,**  
**большая прибыль –**  
**часть на расширение**  
**производства**



## 2. ВНЕШНИЕ

- банковские кредиты
- инвестиции
- государственные фонды

## БАНКОВСКИЙ КРЕДИТ



- краткосрочные - до 1 года,
- долгосрочные – более года

# Источники финансирования бизнеса

## БАНКОВСКИЙ КРЕДИТ



краткосрочный

- 3-6 месяцев под залог векселя (за нереализованный товар),
- на закупку сырья, зарплату...,
- погашается автоматически в ходе реализации товара

## БАНКОВСКИЙ КРЕДИТ

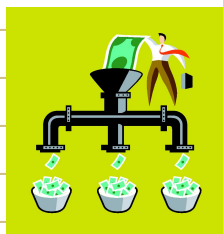


долгосрочный

- на модернизацию
- гарантия: земля, имущество, поручительство партнеров по бизнесу,
- погашается будущими доходами

# Источники финансирования бизнеса

**???** ЕСЛИ НЕТ ВОЗМОЖНОСТИ



## **3. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПАРТНЕРА**

- создание товарищества,
- создание акционерного общества



## **РОЛЬ**

## **ГОСУДАРСТВА**

- налоговые льготы,
- поддержка малого бизнеса из фондов,
- гарантии банкам



# Принципы менеджмента



**РАЦИОНАЛЬНОЕ  
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ**

**Мелкая фирма – владелец  
Крупная фирма - менеджер**

**-специалист по управлению производством и  
обращением товаров, наемный управляющий**

**Топ-менеджмент** – ген.директор,  
президент и т.д.

**Среднее звено** – зам. директора  
(контроль своего участка работы)

**Нижнее звено** – начальник участка  
(отвечает за работу подразделения)



# Принципы менеджмента

## МЕНЕДЖМЕНТ

Деятельность по организации и координации  
работы предприятия



**Функции**



- организация,
- планирование,
- руководство,
- контроль

### 1. ОРГАНИЗАЦИЯ



- Определение структуры фирмы,
- Распределение работников.



# Принципы менеджмента

## 2. ПЛАНИРОВАНИЕ



- Постановка целей (краткосрочные долгосрочные),
- Определение путей достижения.

## 3. РУКОВОДСТВО



- Создание условий, заинтересованности и желания для совместной работы,
- Мотивация работников.

## 4. КОНТРОЛЬ



- Проверка деятельности по достижению цели,
- Корректировка отклонений.

# Основы маркетинга

## МАРКЕТИНГ

-деятельность, направленная на формирование и удовлетворение потребностей человека посредством обмена.

**ЦЕЛЬ: приспособление производства к требованиям рынка**

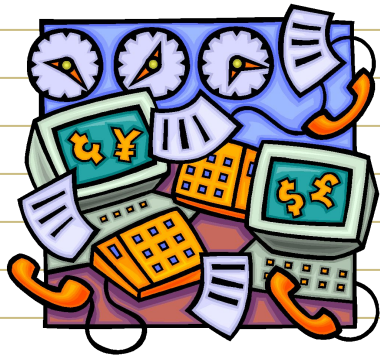


## ПРИНЦИПЫ

- изучение рынка,
- проникновение на рынок,
- разработка стратегии сбыта

# Основы маркетинга

## 1. ИЗУЧЕНИЕ РЫНКА



- нужен ли товар потребителю,
- есть ли товар на рынке,
- цена на рынке,
- конкуренты и их сила

### МЕТОД: СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

-географическая (климат, ресурсы, плотность населения и т.д.)

-демографическая (пол, возраст, семейное положение),

-психографическая (стиль жизни, реакция на товар),

-поведенческая (мотивация покупок и поведения потребителя).

# Основы маркетинга

## КАТЕГОРИИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

- |                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <b>I.</b><br><b>СУПЕРНОВАТОРЫ</b> | <b>-высокий доход, активное приобретение новых товаров</b>        |
| <b>II.</b><br><b>НОВАТОРЫ</b>     | <b>-состоятельные люди,<br/>-меньше склонны к риску</b>           |
| <b>III. ОБЫКНОВЕННЫЕ</b>          | <b>-основательные люди,<br/>-стараяются не рисковать.</b>         |
| <b>IV.</b><br><b>КОНСЕРВАТОРЫ</b> | <b>-подражают обыкновенным,<br/>-против I и II группы</b>         |
| <b>V. СУПЕРКОНСЕРВАТОРЫ</b>       | <b>-против любых изменений,<br/>-сохраняют привычки молодости</b> |

# Основы маркетинга

## 2. ПРОНИКНОВЕНИЕ НА РЫНОК



### Принцип «четыре пи»

- продукт (product)
- цена (price),
- распространение (place),
- стимулирование сбыта (promotion)

## 3. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ СБЫТА



- метод «снятия сливок» (высокая цена на новый технологичный товар,
- метод «цена проникновения» (низкая цена, затем повышение),
- реклама (неоднозначна)

Домашнее задание:  
изучить параграф №7 и  
презентацию.

Письменно вопросы для  
самопроверки стр. 79 №1,2,4-6.

Работу выполнить письменно в wordе, указав:  
Тему, фамилию, имя, класс, дату выполнения  
работы.

Отправить по адресу: [acvarius59@mail.ru](mailto:acvarius59@mail.ru)