

Слагаемые успеха в бизнесе

**Кошечко
Макарова**



Источники финансирования бизнеса

Любой предприниматель, будь он владелец маленькой фирмы или крупной корпорации, имеющий желание развивать свое предприятие вынужден искать источники финансирования бизнеса, независимо от того, как «хорошо» или «плохо» идут дела предпринимателя.



Источники финансирования бизнеса

```
graph TD; A[Источники финансирования бизнеса] --> B[Внутренние источники]; A --> C[Внешние источники];
```

**Внутренние
источники**

**Внешние
источники**

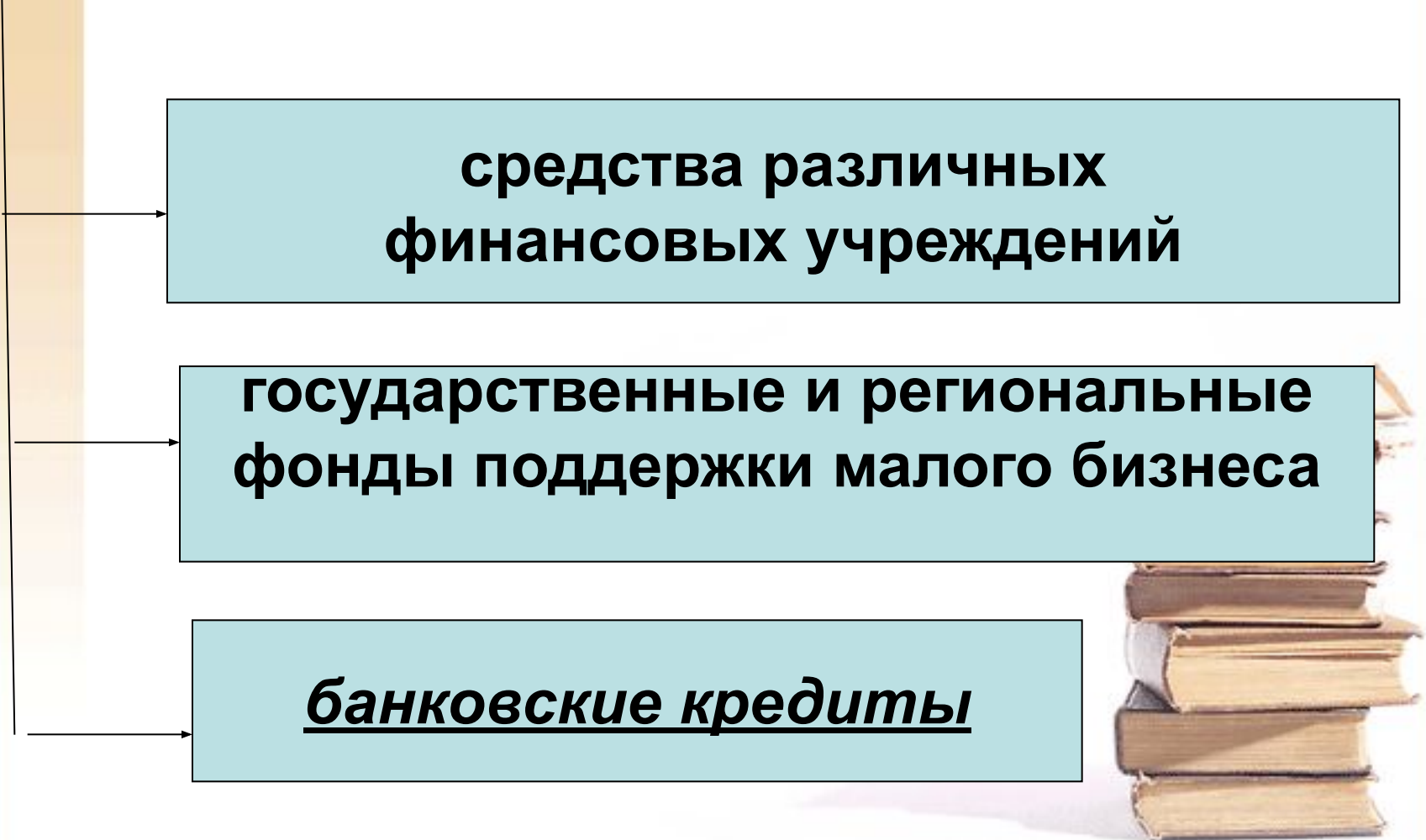
**Внутренними
источниками
могут служить:**

**прибыль
фирмы**

**амортизационн
ые
отчисления**



Внешние источники



средства различных
финансовых учреждений

государственные и региональные
фонды поддержки малого бизнеса

банковские кредиты

Банковский кредит – это денежная сумма, выдаваемая на определенный срок на условиях возвратности и оплаты определенного процента.

Типы кредитов

Краткосрочный(срок не более одного года)

Долгосрочный(срок более одного года)



Основные принципы менеджмента

**Менеджер – это специалист
по управлению производством
и обращениям товаров,
наемный управляющий**

**Менеджмент –
это деятельность по
организации и координации
работы предприятия**



Функции менеджмента

Функции менеджмента

Организация – это распределение работ среди людей или отдельных групп и координация их деятельности

Планирование – это постановка целей и определение путей достижения этих целей

Руководство – это создание условий и желания у людей для совместной работы по достижению целей компании

Контроль – это проверка деятельности фирмы на пути к её цели и корректировка отклонений от поставленных целей



Маркетинг,
направленная на формирование и
удовлетворение
потребностей человека посредством
обмена.

Главная цель маркетинга –
приспособить
производство к потребностям рынка
во имя лучшего удовлетворения
потребностей и
получения прибыли.

Принципы маркетинга

- изучение рынка*
- проникновение на рынок
и разработка*
- стратегии сбыта*
- воздействие на рынок*



Изучение рынка – отправная точка любых маркетинговых действий. Одним из методов является сегментация рынка на географическую, демографическую, психографическую, поведенческую и др.



Сегментация рынка

Географическая сегментация строится по региональному признаку с учетом климата, местности, природных ресурсов, плотности населения, наличия городов и сел и др.

Демографическая сегментация связана с такими характеристиками, как пол, возраст, размер семьи, уровень доходов, род занятий и др.



Сегментация рынка

Поведенческая сегментация

связана с мотивацией
покупок и поведением потребителя, его
отношением к
различного рода товарам

Психогеографическая сегментация

включает такие
факторы, как стиль жизни, личные
качества потребителя,
их реакции на тот или иной товар



Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта

Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта – наиболее важный принцип, потому что предполагает не только выработку характеристики продукта или услуги и определение цены на них, но и выбор каналов сбыта и видов рекламы. Этот принцип можно отразить через четыре основных понятия:

- продукт,
- цена
- распространение
- стимулирование сбыта



Продукт должен удовлетворять потребности человека как по качеству, так и по внешнему виду, упаковке, послепродажному обслуживанию, если речь идет о технически сложных товарах.



Цена

Цена должна учитывать затраты на производство данного товара и прибыль, а также факторы рынка – спрос и предложение, необходимость данного товара потребителю, привязанность к определенной марке и др.



Цена

Также существует несколько методов установки цены на новые товары – ***«снятия сливок»*** и ***«цена проникновения»***.



Метод «снятия сливок» - это становление высокой цены на технически сложную продукцию, потому что предприниматель хочет возместить огромное средство, которые он затратил на разработку и производство



Метод «цена проникновения»
предусматривает первоначально
низкую
цену, чтобы завоевать рынок, а
потом её
повышение



Распространение и стимулирование сбыта

Распространение – это каналы сбыта, которые выбирает предприниматель

Стимулирование сбыта связано в основном с использованием рекламы, вид которой определяется предпринимателем

