

# СЛАГАЕМЫЕ УСПЕХА В БИЗНЕСЕ

- Источники финансирования бизнеса
- Основные принципы менеджмента
- Основы маркетинга

# Источники финанси- рования

**Внутренние  
(самофинан-  
сирование)**

**внешние**

**Прибыль  
фирмы**

**Амортиза-  
ционные  
отчисления**

**Банковские  
кредиты**

**Средства  
страховых и  
инвестиционных  
компаний,  
пенсионных  
фондов**

**Государственные  
и региональные  
фонды  
поддержки  
малого  
предприни-  
мательства**

БАНКОВСКИЙ КРЕДИТ – ДЕНЕЖНАЯ СУММА, ВЫДАВАЕМАЯ  
БАНКОМ НА ОПРЕДЕЛЕННЫЙ СРОК НА УСЛОВИЯХ  
ВОЗВРАТНОСТИ И УПЛАТЫ ПРОЦЕНТОВ

Банковский  
кредит

```
graph TD; A[Банковский кредит] --> B[Краткосрочный  
(на срок не более  
одного года)]; A --> C[Долгосрочный  
(более одного  
года)];
```

Краткосрочный  
(на срок не более  
одного года)

Долгосрочный  
(более одного  
года)

- **Менеджмент** – это деятельность по организации и координации работы предприятия
- **Менеджер** – это специалист по управлению производством и обращению товаров, наемный управляющий.

**Топ-менеджер –  
Генеральный директор,  
президент,  
или председатель  
правления компании –  
отвечает за работу всего  
предприятия**

**Менеджер среднего  
звена – заместитель директора  
по производству, или  
финансам, или снабжению и т.п. –  
Руководит менеджерами низшего  
звена и контролирует работу  
своего участка**

**Менеджер низшего звена –  
начальник участка, цеха или бригадир –  
руководит непосредственно  
рабочими и отвечает за работу своего  
подразделения**

# ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА

- 1. **Организация** – это распределение работ среди групп и координация их деятельности*
- 2. **Планирование** – это постановка целей и определение путей достижения этих целей.*
- 3. **Руководство** – это создание условий и желаний у людей для совместной работы по достижению целей компании.*
- 4. **Контроль** – это проверка деятельности фирмы на пути к ее цели и корректировка отклонений от поставленных целей.*

# МАРКЕТИНГ – ЭТО ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, НАПРАВЛЕННАЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ И УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ ЧЕЛОВЕКА ПОСРЕДСТВОМ ОБМЕНА



- *«Производить то, что можно продать, а не пытаться продать то, что можно произвести»*

Сегментация – (разделение рынка на  
отдельные  
части в зависимости от различных  
параметров)

Географическая  
(по региональному  
признаку с учетом  
климата,  
местности  
и т.п.)

Демографическая  
(пол, возраст,  
размер семьи,  
уровень доходов)

Психографическая  
(стиль жизни,  
личные качества  
Потребителей)

Поведенческая  
(мотивация  
покупок  
и поведение  
потребителя)





# ПРОНИКНОВЕНИЕ НА РЫНОК И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ СБЫТА

## Принцип «четыре пи»

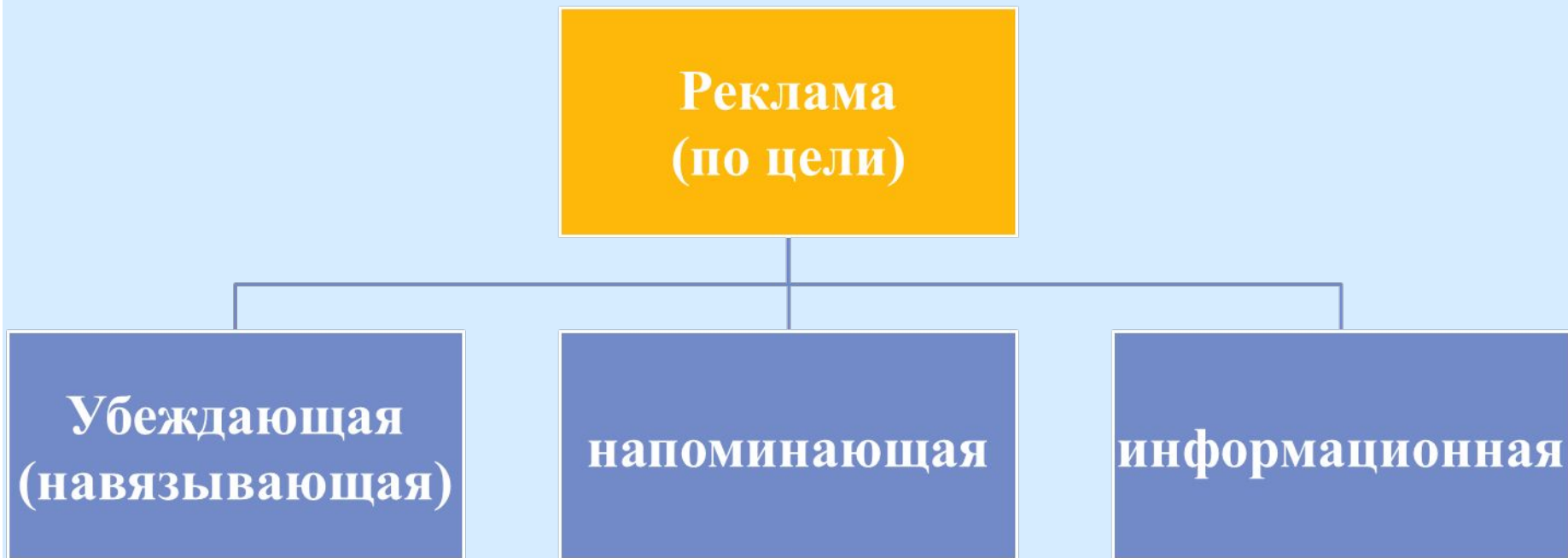
1. Product (продукт)
2. Price (цена)
3. Place (распространение)
4. Promotion (стимулирование  
сбыта)

• *ПРОДУКТ – ДОЛЖЕН УДОВЛЕТВОРЯТЬ ПОТРЕБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА КАК ПО КАЧЕСТВУ, ТАК И ПО ВНЕШНЕМУ ВИДУ.*



- *Распространение – это каналы сбыта, которые выбирает предприниматель*
- *Стимулирование сбыта - **реклама***

РЕКЛАМА – ЭТО ОБРАЩЕНИЕ К ПОТРЕБИТЕЛЯМ С ЦЕЛЬЮ ПРИВЛЕЧЬ ИХ ВНИМАНИЕ К ПОСТУПИВШИМ В ПРОДАЖУ ТОВАРАМ И УСЛУГАМ, ЧТОБЫ ПОДНЯТЬ НА НИХ СПРОС.





# 1995Г. ЗАКОН РФ «О РЕКЛАМЕ»

Реклама не должна:

- обманывать покупателей, чрезмерно преувеличивая достоинства изделий, предлагаемых к продаже;
- Превозносить свойства своего товара, ругая при этом товары конкурентов.

# ПРАКТИКУМ «ПРИДУМЫВАЕМ РЕКЛАМУ»

## Памятка составителям рекламы

1. главное в рекламе – простота и доступность изложения;
2. Рекламное объявление должно хорошо запоминаться;
3. Броский заголовок – половина успеха;
4. Текст объявления должен быть составлен грамотно и четко;
5. Реклама не должна быть назойливой, иначе она вызывает раздражение и дает эффект, противоположный тому, что вы ожидали.