

# **СЛАГАЕМЫЕ УСПЕХА В БИЗНЕСЕ.**

*Работу выполнила ученица 11 класса «Б», Ежова Полина.*

# **ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ БИЗНЕСА:**

## Внутренние источники :

- ❖ Прибыль фирмы
- ❖ Амортизационные отчисления

## Внешние источники:

- ❖ Средства различных финансовых учреждений  
(инвестиционные фонды и страховые компании)
- ❖ Выпуск и продажа акций
- ❖ Банковские кредиты

# *МЕНЕДЖМЕНТ*

Это деятельность по организации и координации работы предприятия.

Менеджер- это специалист по управлению производством и обращениям товаров, наемный управляющий.

# ***ФУНКЦИИ МЕНЕДЖМЕНТА:***

- ❖ Организация- распределение работ среди людей или отдельных групп и координация их деятельности.
- ❖ Планирование- постановка целей и определение путей достижения этих целей.
- ❖ Руководство- создание условий и желания у людей для совместной работы по достижению целей компании.
- ❖ Контроль- 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.

Цель- приспособить производство к потребностям рынка во имя лучшего их удовлетворения и получения прибыли.

# ***ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА:***

- ❖ Изучение рынка
- ❖ Проникновение на рынок и разработка стратегии сбыта
- ❖ Воздействие на рынок

# ИЗУЧЕНИЕ РЫНКА

Одним из методов является сегментация рынка на:

Географическую-строится по региональному признаку с учетом климата, местности, природных ресурсов, плотности населения и др.

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

Поведенческую-связана с мотивацией покупок и поведением потребителя, его отношением к разного рода товарам.

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

# ***ПРОНИКНОВЕНИЕ НА РЫНОК И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ СБЫТА***

Предполагает не только выработку характеристики продукта или услуги и определение цены на них, но и выбор канала сбыта и видов рекламы.

Этот принцип можно отразить через такие 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.

Должна учитывать затраты на производство данного товара и прибыль, а также спрос и предложение, необходимость данного товара потребителю, привязанность к определенной марке и др.

# ***ЦЕНА***

# ***МЕТОДЫ УСТАНОВКИ ЦЕНЫ НА НОВЫЕ ТОВАРЫ:***

❖ «Снятие сливок»-это становление высокой цены на технически сложную продукцию, потому что предприниматель хочет возместить огромные средства, которые он затратил на разработку и производство.

❖ «Цена проникновения»-предусматривает первоначально низкую цену, чтобы завоевать рынок, а потом ее повышение.

# ***РАСПРОСТРАНЕНИЕ***

Это каналы сбыта, которые выбирает  
предприниматель.

# ***СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА***

Связано в основном с использованием рекламы, вид  
которой определяется предпринимателем.

# ***ВЫВОД:***

Слагаемые успеха в бизнесе:

- ❖ Финансирование
- ❖ Успешный менеджмент и маркетинг

***СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!***