

# Источники информации

**Автор: Богоприимцева Е.А.,  
педагог ОДОД ГБОУ школа № 407  
Пушкинского района Санкт-Петербурга**

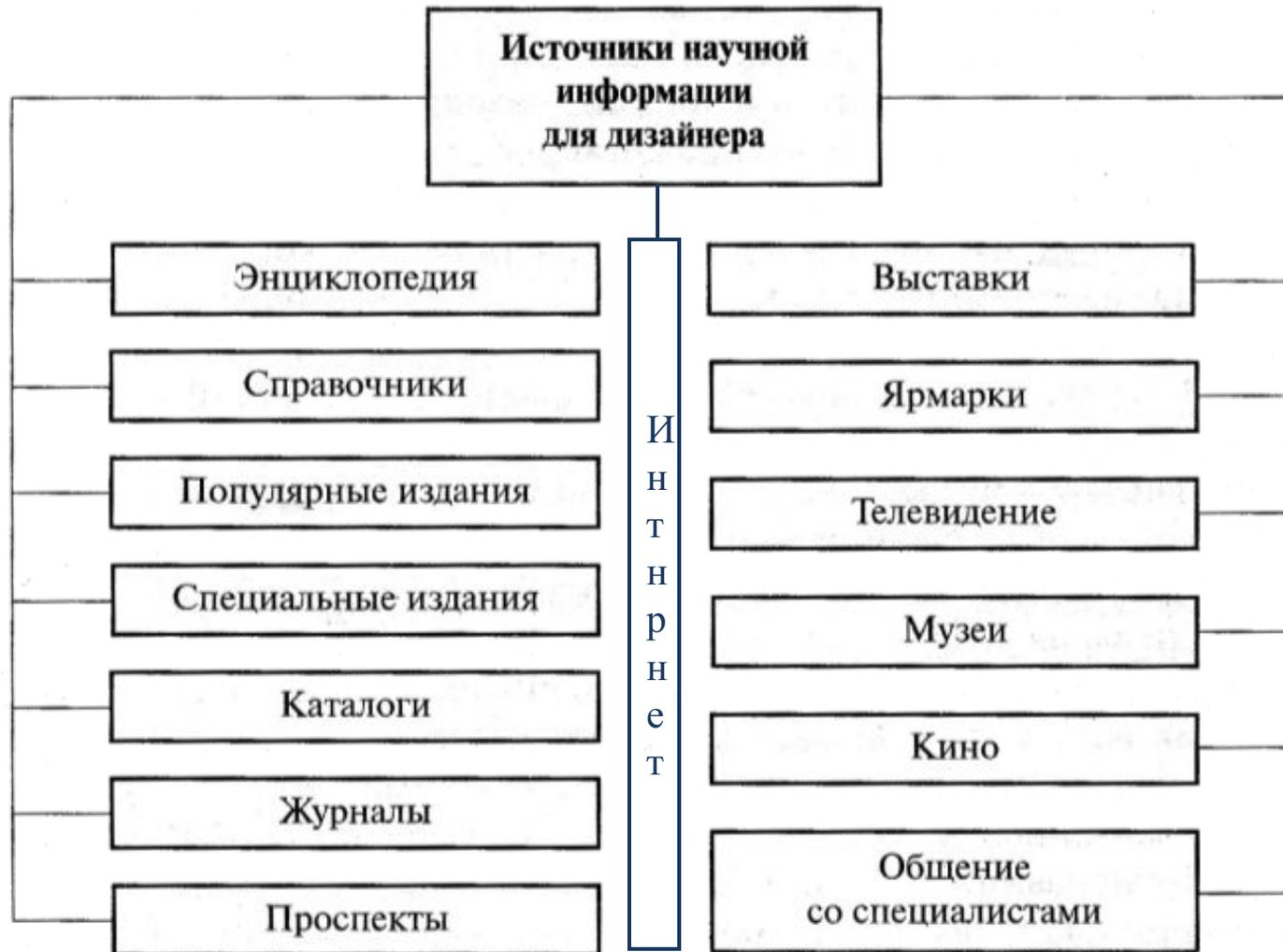
# Банк идей

- **Время**
- **Деньги**



# Источники информации

# Источники информации



**Постановка целей  
и изыскание средств  
проектирования :**

# Постановка целей и изыскание средств проектирования :

- чего добиваемся для потребителя
- чего добиваемся в производстве
- какими возможностями  
располагаем

# Чего добиваемся для потребителя:

- улучшение потребительских качеств
- увеличение рынка сбыта
- повышение или снижение цены
- конкурентоспособность

**Из чего состоит лампа?**



- Что-то взять от старой
- Что –то купить
- Что-то останется прежним
- Что-то новое – **новое оборудование и +++++++**

# Чего добиваемся в производстве :

- Массовое
- Серийное
- Мелкосерийное
- Единичное

- Отходы и их использование
- Продажа стандартных узлов конкурентам
- Доставка
- Дефицит материалов
- И т.д.

- Функция цели

- Время

- Деньги

# ● Бизнес-план

# Бизнес-план

- это документ, содержащий обоснование основных шагов, которые надо сделать для реализации проекта.

Цель разработки бизнес-плана—спланировать производственную деятельность на ближайшее и отдалённое время в соответствии с потребностями рынка и возможностями получения необходимых ресурсов.

# Какими возможностями располагаем

- Сколько времени на проектирование
- Найдём ли новые материалы
- Когда поступит новое оборудование
- Где приобрести детали
- Есть ли электроэнергия
- Как использовать отходы
- Как подготовить рабочие кадры
- Где взять денежные средства

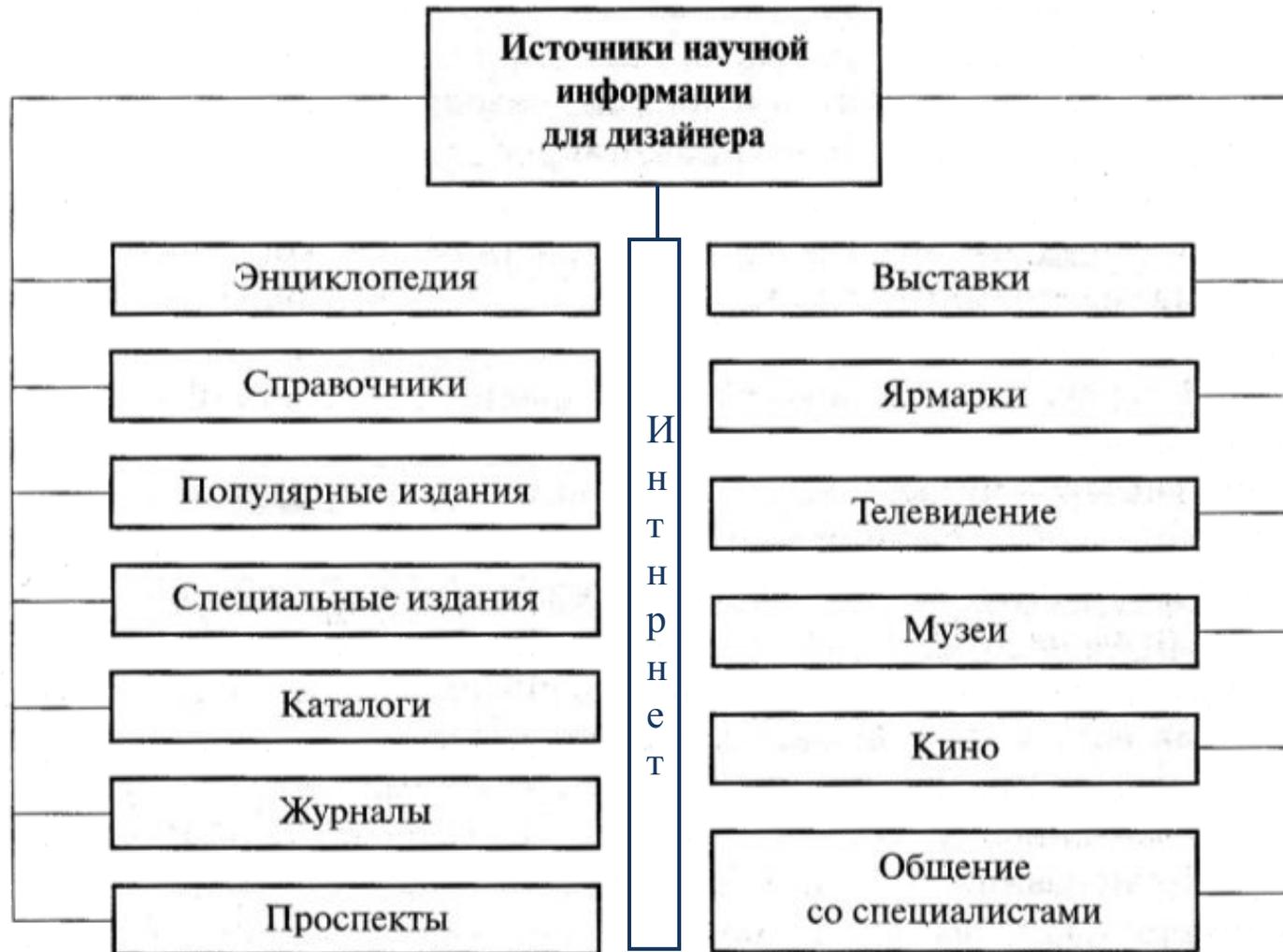


# Бизнес-план помогает решить следующие основные задачи:

- определить конкретные направления деятельности, целевые рынки и место на этих рынках
- сформулировать долгосрочные и краткосрочные цели, стратегию и тактику на пути к ним
- определить показатели товаров(услуг) , которые будут предлагаться потребителям, оценить производственные и торговые издержки по их созданию и реализации
- определить состав маркетинговых мероприятий по изучению рынка, рекламе, стимулированию продаж, ценообразованию, каналам сбыта и т.п.
- определить соответствие финансовых и материальных ресурсов поставленным целям
- предусмотреть трудности и «подводные камни», которые могут помешать выполнению бизнес-плана;

# Источники информации

# Источники информации





# Статьи расходов включают в себя:

- информационное обеспечение;
- подготовка и воспитание квалифицированных кадров;
- создание работоспособных творческих коллективов;
- большие затраты времени;
- необходимые научные исследования и изыскания;
- оргтехника;
- создание макетов и образцов на опытном производстве и испытание опытных образцов;
- рекламные компании;
- аренда помещений ;
- зарплата исполнителей;

# Маркетинг

Главная задача маркетинга – гибкое и постоянное реагирование на изменение рынка, а значит на изменение условий сбыта продукции.

Объекты изучения и воздействия – это потребители и конкуренты, т.е. промышленники, производящие тот же или похожий товар, а так же характеристики самого товара

и того, как соотносятся между собой спрос, предложение, уровень цен, товарные запасы.