**Ученици читајте си од материјалот за во петок првите две наставни единици и секоја наредна недела по една плус.**

**Околу проверка на знаењата дополнително ќе ве известам.**

**Поздрав и се надевам дека ова ќе ви биде интересно,**

**ТЕМА 4** : **ОСНОВИ НА ФИНАНСИСКА ПИСМЕНОСТ, МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖБА**

 **Наставна единица 1: ПОИМ ЗА ПАРИ** 

**1. Пари** - општоприфатено средство за размена на производите и услугите во една заедница (општество).

Пред појавата на парите размената на производите и услугите се извршувала преку таканаречената трампа. **Трампата** е размена на предмет за предмет, стока за стока, производ за услуга ,и тоа **без посредство на пари.**

Во текот на историскиот развој, голем број производи служеле како пари. Вообичаено, кај сточарските народи, добитокот служел како пари. Номадските народи како средство за размена употребувале кожи. Како средство за размена се употребувале и определени парчиња накит. Кај војнички настроените народи за таа цел често служело и оружјето. Покрај споменатите добра, кои служеле и како употребни вредности, па и поради тоа биле многу барани, како средства за размена служеле и предмети кај кои е тешко да се утврди поводот поради кој биле избрани за таа улога, како, на пример, човечки или животински черепи, огромни камења и друго.

Парите се јавуваат во физичка форма на **монети** и книжни **банкноти** , и во поново време во електронска форма (дебитни и кредитни картички,електронско плаќање и сл.)

2. **Валута** - парична единица во некоја земја.

 Моментална курсна листа според среден курс на НМБ

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Земја | Валута | Ознака | Соодност со денарот |
| Македонија | Денар | Ден. |  |
| Америка | Долар | $ | 1$ - 55,88ден. |
| Англија | Фунта | £ | 1£ - 67,49ден. |
| Европска Унија | Евро | € | 1€- 61.6ден. |

 **Наставна единица 2 : Поим за финансии и финансирање**

**Финансии** - изразот потекнува од латинскиот збор **finantio** , што значи **рок на плаќање**. Денес зборот финансии се употребува во двојно значење , и тоа : 1. како парични работи на физичките и правните лица , и како 2. активност на државата за собирање, управување и располагање со парични средства.

**Финансирање** претставува обезбедување на парични средства за одредена намена.

Основни финансиски поими

* **Приход** - се добива кога ќе се помножи вкупната количина на продадени производи со цената на производот.
* **Трошоците** претставуваат вредносен (паричен) израз на потрошените елементи на производството.

Основна поделба на трошоци:

* **Фиксни** - Фиксните трошоци се долгорочни трошоци. Вообичаено во вкупниот износ остануваат исти , независно од обемот на производство.Не се менуваат при промена на обемот на производството( не зависат од мали промени во однос на големината на линијата на производство или интензитетот на производство).

(Пр. трошоци за амортизација, наемнина на простор , телефонски трошоци , плати на вработени, камата и сл.)

* **Варијабилни** - променливи трошоци , чијашто големина зависи од обемот на производство , односно тоа се трошоци што се менуваат со менувањето на активноста на бизнисот.

(Пр. суровини и материјали , енергија , транспорт и сл.)

**Варијабилни трошоци = Вкупни трошоци - фиксни трошоци**

Меѓутоа, покрај трошоците на непосредното производство, во претпријатијата настануваат и други трошоци-деловни и режиски трошоци, кои се во врска со функцијата на производството (пр: трошоци на продажба, трошоци на разни набавки, организирање, потоа платите на директорот, другите менаџери и сите вработени кои не се директно инволвирани во производството, како и сите заеднички трошоци-греење, осветлување,чистење и сл.)

* **Профит** - (лат. profectus - добивка, корист) - Финансиска добивка, заработка изразена во пари, остаток по одбивањето на сите трошоци за производство.

**Профит = Цена - Цена на чинење**

* **Цена на производ** - (продажна цена) паричен износ за кој се продава определен производ или услуга на одреден пазар. Во цената влегуваат трошоците за производство на производот, трошоците за маркетинг и сл. и врз неа влијаат понудата у побарувачката (на пазарот).
* **Цена на чинење** - Претставува збир на трошоците за производство на еден производ.

 Цена на чинење =Профит - продажна цена

Цена на чинење = варијабилни трошоци / принос



**Наставна единица 3: Извори на финансирање**

**Финансирање** претставува користење и манипулација со пари. Обезбедување на пари за започнување на бизнис претставува еден вид на финансирање. Овие пари се нарекуваат **капитал** за започнување на бизнис.

Доколку претприемачот нема или не може да обезбеди доволно пари потребни за бизнисот втората опција е да се користат пари на други лица.

Постојат **два начина** да се обезбедат пари од други лица за бизнисот. Тие извори на финансирање се:

**1. Извори на сопственички, т.е. траен капитал**

Бизнисот се откажува од одреден процент на сопствеништвото за парите кои ги добива. Овие пари остануваат на трајно користење во бизнисот, односно истиот нема обврска да ги врати тие пари на оној кој вложува. Ова значи дека вложувачот добива процент од идните добивки од бизнисот врз база на процентот на сопствеништвото.

Изворите на сопственички, односно **траен капитал кој не треба да се враќа**, но има влијание на сопственичката структура може да се појави во различни облици. Во практиката обезбедување на финансии несекогаш како траен капитал на бизнисот влијае на сопственичката структура, односно претприемачот останува единствениот сопственик, таков е случајот кога се обезбедуваат пари со позајмица од роднини или пријатели.

Можните облици на извори на сопственички капитал се:

* Претприемачот.
* Неповратни финансиски средства.
* Роднини и пријатели.
* Бизнис партнери.
* Ризичен (или venture) капитал (venture capital firms).
* Бизнис- ангели
* Издавање акции.
* Реинвестирање на профитот.

**2. Извори на позајмени финансиски фондови, т.е. финансирање преку задолжување**

Бизнисот позајмува пари и ги враќа во определен временски интервал со определено зголемување за износ на камата за користење на тие пари. При еден ваков извор на финансирање, претприемачот потпишува договор во кој се обврзува да го врати износот на целиот долг зголемен за износот на каматата.

Овој втор облик на финансирање на бизнисот претставува **позајмување**, односно **задолжување** при што претприемачот оди кај лицата или институциите и позајмува пари со потпишување на договор дека во определен временски период ќе ги врати заедно со износот на каматата.

* Позајмување од банка
* Лизинг
* Факторинг

Освен овие два начини на финансирање постојат многу успешни примери на таканаречено „**bootstrap**” финансирање.

**Bootstrap** финансирање претставува збир на методи кои се користат за намалување на износот на надворешен долг и капитално финансирање од банки и инвеститори. На ваков начин бизнисите сами го финансираат почетокот или растот на бизнисот преку сопствена заработка, заштеда или тековен имот. Не користат кредити или инвеститори кои би добиле удел во бизнисот. Една од најголемите **предности** е што вашиот бизнис ќе вреди повеќе бидејќи помалку ќе должи и што нема да плаќате високи камати за кредитите кои ги користите.



 **Наставна единица 4 : Буџет и буџетирање**

Зборот **буџет** потекнува од латинскиот збор **bulga** со кој се означувала кожна торба која при поднесување на барањата на парламентот ја отворал министерот за финансии. Подоцна овој збор доживеа трансформација во старофранцускиот збор **budgette** за да потоа помине во В.Британија и се модифицира во зборот budget. Денес зборот буџет е општо прифатен во најголем број на земји во теоријата и практиката. Постојат повеќе дефиниции за буџетот, и авторите на различен начин приоѓаат кон дефинирање на буџетот.

Класичарите буџетот го дефинираат како акт на предвидување на приходи и разходи на државата. Според СТОУРМ буџетот претставува акт со кој се **предвидуваат/пресметуваат приходите и расходите на државата за период од година дена**. Исто така за буџетот се смета дека тој е акт на претставничкото тело (парламентот) со кој се предвидуваат и однапред одобруваат, за иден период (по правило за една година) распределбата на приходите и расходите во рамките на финансирањето како и во врска со политичката и социјалната природа. Постои сфаќање дека буџетот претставува закон во формална смисла на зборот, или попрецизно само по својот надворешен облик.

Значи,

**БУЏЕТОТ претставува премсетување на приходите и расходите на одредена организација за едно однапред одредено време , односно една година.**

**Наставна единица 5 : Улога и суштина на маркетинг**

Зборот **маркетинг** потекнува од зборот "**market**" што значи **пазар** и од суфиксот "**ing**" кој означува некоја **акција или процес** , што би значело некое пазарно дејствие, акција што се одвива на пазарот во економска смисла

Многу автори сметаат дека маркетингот се сведува на рекламирање и продавање што е тотално погрешно бидејќи тие се само дел од многуте функции на маркетингот.

Маркетингот е процес или техника на промоција, продажба и дистрибуција на производот или услугата , т.е. збир на функции вклучени во движењето на производите од производителот до потрошувачот. Значи маркетингот ги опфаќа сите активности кои ги превзема една компанија за своите производи да ги стави во рацете на своите крајни потрошувачи , исклучувајќи ги само оние активности кои на некој начин можат да ја изменат формата на производите.

Фундаменталната **задача** на маркетингот и на луѓето кои се занимаваат со маркетингот е да се стави во фокус на вниманието на купувачот и неговите потреби и желби. **Според маркетингот купувачот е секогаш во право!** Целта на маркетингот е и да утврди што сака купувачот, односно што за купувачот претставува вредност, желба или потреба и секогаш мора да се излезе во пресрет на нивните барања, насочувајќи се кон одредена целна група каде може да се оствари најголем профит. Тоа значи дека кога се формира маркетинг стратегија треба да се сегментира пазарот односно да се најде целна група врз која ќе биде имплементирана маркетинг стратегијата. Неможат да се задоволат сите потрошувачи одеднаш. (Пр. целна група постари лица , жени , тинејџери , мали деца , млади родители , пензионери , невработени и сл.

Во маркетингот вообичаено, целите се дефинираат со помош на следните показатели:

* обем на продажба,
* пазарно учество,
* остварениот профит,
* создавање на корист и
* врски со купувачите.

Маркетинг поими:

**Побарувачка** - количество на производи и услуги кои крајните потрошувачи се спремни да ги купат.

**Понуда** - количеството на производи и услуги кои една компанија е спремна да ги пласира и продаде на пазарот.

**Продажба** - процесот на размена на парични средства за добра и услуги.

**Бренд** - е колекција на искуства и асоцијации поврзани со услуга, личност или некој ентитет.

**Задоволство на потрошувачите** - степенот до кој една компанија ги исполнува желбите, потребите

**Интеренет маркетинг** - остварување на маркетинг целите преку примена на дигиталните технологии.

**Таргет група** - (уште се нарекува целна група) се група на потрошувачи кон кои одредена компанија решава да ги насочи своите маркетинг напори и стратегии.