

2. Мотивация персонала в современной организации: Учебное пособие / Под общ. ред. С. Ю. Трапицына. – СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007. – 224 с.

3. Мумладзе, Р.Г. Экономика и социология труда [Текст]: учебник / Р.Г. Мумладзе, Г.Н. Гужина. — Москва: КНОРУС, 2011. — 328 с.

УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Миронова В.В., магистрант
Научный руководитель Богданович Е.Г., канд. ист. наук, доцент

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Главная цель маркетинговой стратегии предприятия легкой промышленности – это увеличение объема продаж выпускаемой продукции. Осуществляя ее разработку, нужно постоянно собирать и анализировать информацию как о конкурентах, та и о потребителях продукции.

Одно из основных правил для разработки маркетинговой стратегии предприятия легкой промышленности – это стараться определить, что нравится целевым клиентам предприятия, а что нет.

Необходимо, чтобы маркетинговая стратегия предприятия легкой промышленности представляла собой некое уникальное соединение основных характеристик, дизайна, качества, обслуживания и стоимости. Финансы, производство, бухгалтерия и другие стороны деятельности предприятия не так уж и важны, если на ее товары и услуги нет достаточного спроса, который и дает предприятию возможность получать прибыль. Другими словами, финансовый успех организации в значительной степени зависит от эффективности ее маркетинговой службы. Коммерческий успех, для которого создается маркетинговая стратегия предприятия легкой промышленно-

сти, должен быть обязательно описан и выражен в цифрах. Наличие конкретной цели позволяет отслеживать и контролировать ситуацию, определять, насколько близко предприятие находится к поставленной цели.

Кроме того, маркетинговая стратегия предприятия легкой промышленности, как и любая другая, должна иметь четко установленные сроки достижения ожидаемого результата.

УДК 330.341.424

ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Михновец М.В., магистрант
Научный руководитель Дроздович Л.И., канд. экон. наук,
доцент кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
Минск, Беларусь

Чтобы организация могла осуществлять свою деятельность, ей необходимы финансовые ресурсы. От того, насколько грамотно осуществляется управление движением финансов, зависит успех деятельности, результат работы и продолжительность жизни организации. Разумеется, управление финансовыми потоками фирмы – дело экономистов, владеющих тонкостями финансового анализа и свободно ориентирующихся в глубинах бухгалтерского учета.

Финансовое планирование – это планирование всех доходов и направлений расходования денежных средств фирмы для обеспечения ее развития [1, с.19]. Финансовое планирование осуществляется путем составления финансовых планов разного назначения и содержания в зависимости от сроков и объектов планирования.

Основные задачи финансового планирования:

- обеспечение нормального воспроизводственного процесса необходимыми источниками финансирования. При этом огромное значение имеют целевые источники финансирования, их формирование и использование;