

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;