

разница между полученными результатами до и после, составляет прогноз относительно восприятия бренда потребителями.

6. *Исследование рекламных средств.* На этом этапе необходимо проводить эмпирический анализ рекламных средств. Выборочный персональный опрос 100 или 150 потребителей позволяет оценивать пропорцию между рекламными средствами, продуктом и брендом. Исследование включает также тест с применением видеонаблюдения.

7. *Отслеживание хода рекламной кампании* - это инструмент для контроля успеха рекламной кампании в рамках продвижения бренда. После выборочного опроса 100-150 человек. Каждую неделю проводятся телефонные интервью.

*Удовлетворенность клиентов и укрепление отношений с клиентами:* здесь осуществляется мониторинг оказания услуг клиентам, т.е. проверяются потенциальные возможности процесса контактирования торговой организации с имеющимися клиентами.

При оценке бренда постоянно возникает препятствие: ведь наряду с однозначными числовыми параметрами, такими как финансовые показатели и результаты панельных опросов, есть еще и «неуловимые» качественные параметры, представляющие собой подлинную основу ценности бренда. С другой стороны, качественные оценки и суждения потребителей можно всегда назвать субъективными. Но эта дилемма обычна для маркетинга, которая имеет дело с людьми и их чувствами.

Список использованных источников

1. Аакер, Д. Бренд – лидерство: новая концепция брендинга / Д. Аакер, Э. Йохимштайлер. – М. : Изд. дом Гребенщикова, 2003. – 380 с.
2. Веденин, Г. А. Международный маркетинг : уч. пособие для вузов / Г. А. Веденин. – Витебск, 2003. – 318 с.

УДК 658.14/.17

## **ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ**

**О.М. Атрощенко, Е.С. Грузневич, Т.В. Касаева**

*УО «Витебский государственный технологический университет»*

Хозяйственная деятельность любого предприятия неразрывно связана с движениями денежных средств. Большинство хозяйственных операций влечет за собой поступление либо расходование денежных средств. Сейчас все большее число авторов начинает относить к одному из важнейших признаков грамотного управления организацией не столько получение достаточной прибыли, сколько эффективное управление денежными потоками. Таким образом, денежные потоки организации во всех формах и видах в настоящее время являются важнейшим самостоятельным объектом анализа ее финансового состояния. Это обусловлено тем, что денежные потоки обслуживают проведение финансово-хозяйственной деятельности организации. Они обеспечивают финансовое равновесие организации в процессе ее развития. Денежные потоки позволяют сократить потребность в заемном капитале, они являются финансовым рычагом для ускорения оборота капитала и, наконец, позволяют получать дополнительную прибыль.

Денежный поток – это совокупность распределенных во времени объемов поступления и выбытия денежных средств в процессе осуществления хозяйственной деятельности организации [1, с. 264].

Для обеспечения эффективного управления денежными потоками целесообразно осуществлять их классификацию по различным признакам, что позволит распределить денежные потоки по различным показателям, которые в дальнейшем могут быть использованы при оценке финансового состояния организации. Обобщив мнения различных авторов, авторами предлагается следующая классификация денежных потоков (рисунок 1). Данная классификация была применена в реальных условиях функционирования субъекта хозяйствования ЧУП «Объединенные ресурсы». Разбивка денежных потоков организации по видам деятельности представлена в таблице 1.

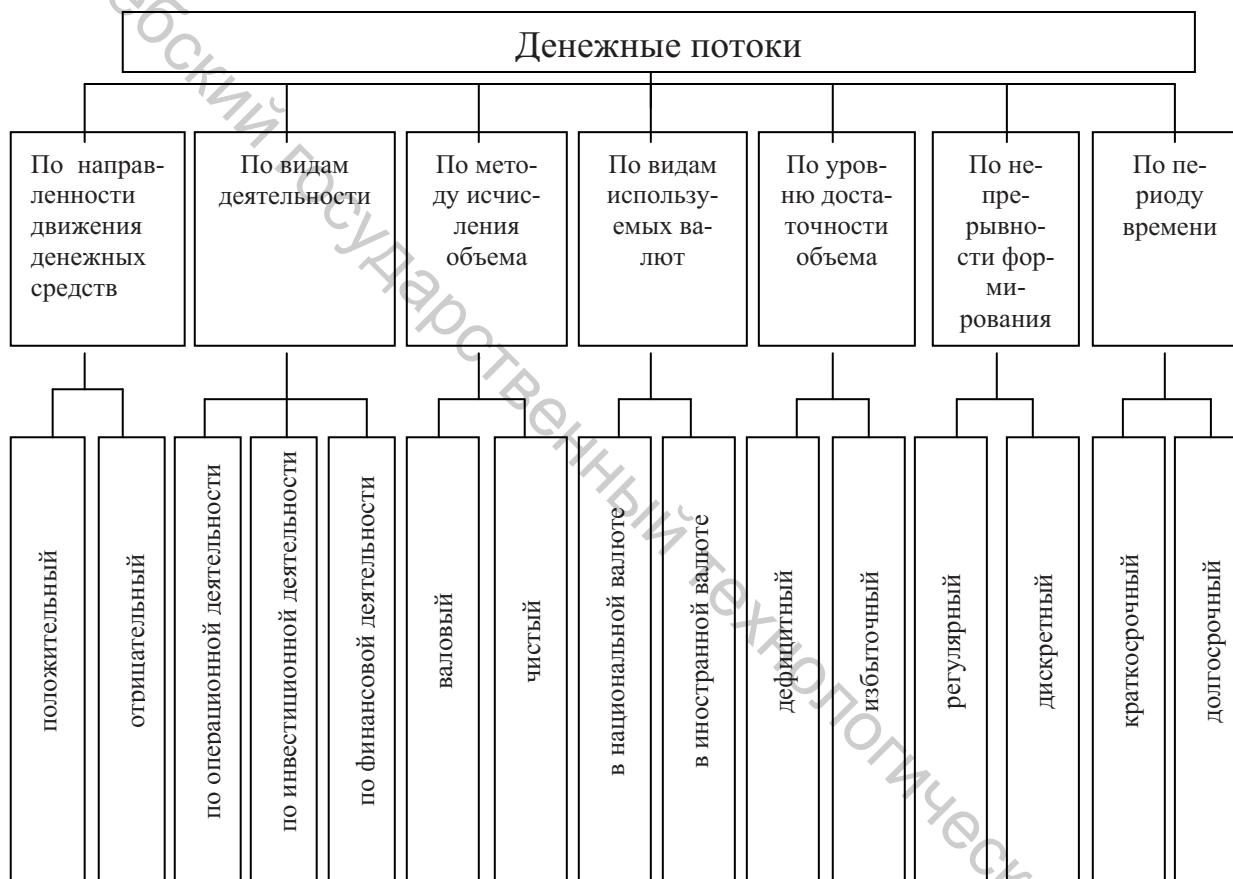


Рисунок 1 – Классификация денежных потоков

Источник: собственная разработка

Таблица 1 – Показатели динамики денежных потоков по видам деятельности ЧУП «Объединенные ресурсы»

Показатель денежных потоков		Сумма, млн.руб.			Темп роста, %	
		2008	2009	Изменение (+,-)		
Положительный – всего		2984	4757	1773	159,5	
Отрицательный – всего		3003	4757	1754	158,4	
Чистый – всего		-19	0	19	200,0	
В том числе по видам деятельности	текущая	положительный	1636	2824	1188	172,6
		отрицательный	1625	2817	1192	173,4
		чистый	11	7	-4	-136,4
	финансовая	положительный	1348	1933	3430	354,5
		отрицательный	1378	1940	562	140,8
		чистый	-30	-7	23	176,7

Из таблицы видно, что при осуществлении хозяйственной деятельности предприятие в 2009 году значительно увеличило объем притока денежной массы. Данное увеличение свидетельствует о росте масштабов деятельности. При рассмотрении показателей денежных потоков в разрезе текущей и финансовой деятельности можно отметить, что наибольший объем денежных ресурсов приходится на текущую деятельность. Сумма притока денежных средств по текущей деятельности в 2009 году по сравнению с 2008 годом увеличилась на 1188 млн. руб., темп прироста составил 72,6%. При анализе финансовой деятельности предприятия можно увидеть, что оно в первую очередь ориентировалась на привлечение заемных средств для расширения масштабов деятельности.

Если рассматривать другие классификационные признаки, можно отметить, что денежные потоки анализируемых периодов являлись краткосрочными, поступали и выбывали в национальной валюте. Валовой денежный поток равен сумме поступления денежных средств, в 2008 он составил 2984 млн. руб., а в 2009 – 4757 млн. руб. В 2008 г. денежные потоки организации являлись дефицитными (-19 млн. руб.), а в 2009 г. организация сумела их сбалансировать. Данный факт свидетельствует о том, что организация в 2009 году более эффективно управляла денежными потоками.

Список использованных источников

1. Пласкова, Н. С. Экономический анализ : учеб. / Н.С. Пласкова. – М.: ЭКСМО, 2007. – 704 с.
2. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учеб. / Г. В. Савицкая. – 13-е изд., испр. – М.: Новое знание, 2007. – 679 с.

УДК 657.471.6 : 687

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ЗАТРАТ ШВЕЙНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

*К.И. Жаворонок, Т.В. Касаева*

*УО «Витебский государственный технологический университет»*

Минимизация затрат на производство продукции является одной из актуальнейших задач любой организации, функционирующей на отечественном рынке. Одним из направлений поиска резервов снижения себестоимости продукции является сравнительный анализ затрат родственных организаций. В данной работе в качестве объекта исследования были выбраны организации швейной промышленности. Анализ ассортимента выпускаемой продукции позволил выбрать следующие из них: ОАО «Элема», ОАО «Знамя индустриализации», ОАО «Славянка».

Так как организации имеют разные объемы производства и доли выпуска продукции из давальческого сырья, некорректным будет сравнение абсолютных величин затрат, поэтому в качестве объекта сравнения берется структура затрат.

В таблице 1 представлен сравнительный анализ структуры затрат организаций, который показал, что если в 2007 году наблюдались значительные расхождения, то к 2009 году структура затрат стала схожей. В особой степени это коснулось ОАО «Знамя индустриализации»: если в 2007 году продукция ОАО «Знамя индустриализации» была трудоемкой, то к 2009 году она стала материалоемкой.