

1. МИНСК ЧЕРЕЗ ДВА ГОДА ПОПРОЩАЕТСЯ С «ЭПОХОЙ ГИПЕРМАРКЕТОВ»

Период активного строительства и открытия гипермаркетов в Минске может подойти к концу через два года.

Как рассказал руководитель проектов по торговой недвижимости «Твоя столица. Недвижимость для бизнеса» Дмитрий Дробышев, эпоха закончится как из-за инициативы городских властей ограничить число разрешений на строительство подобных объектов, так и по причине пересмотра операторами планов по расширению сетей. По словам эксперта, инициатива городских властей ограничить строительство новых гипермаркетов в Минске вполне логична.

«Однако рынок может справиться с этой задачей не менее эффективно: жесткая конкуренция среди продуктовых ритейлеров и недостаточно высокая покупательская способность населения вынуждают торговые сети сворачивать или оптимизировать свои программы развития. В такой ситуации им проще отказаться от идеи открытия крупного объекта, требующего серьезных вложений и сопряженного с большими рисками», – подчеркнул эксперт.

Гипермаркет обычно открывают в местах плотной жилой застройки с интенсивным пешеходным трафиком или на автомобильных артериях города. Но многие такие объекты в Минске страдают от дефицита покупателей. Торговые сети сейчас не готовы строить «с нуля» крупные объекты, опасаясь не достичь необходимого трафика и ожидаемой выручки.

Через два года появление новых продуктовых магазинов площадью от 5 тыс. «квадратов» в пределах МКАД и вовсе может стать редким явлением.

Городские власти смогут ограничить присутствие на рынке новых супермаркетов и гипермаркетов площадью от 2 тыс. м². Но в городе есть множество частных торговых помещений площадью до 1,5 тыс. м², которые могут использовать крупные сети под магазины шаговой доступности.

За «эпохой гипермаркетов» вернется время магазинов формата «у дома». В этом направлении, по всей видимости, планируют развивать государственную сеть под брендом «Радзивиловский». Появление нового оператора в продуктовом ритейле может усилить конкуренцию, что должно привести к снижению цен для конечного потребителя.

«Основной вопрос – сможет ли государственная сеть оптимизировать всю цепочку производства, закупки и реализации товаров до уровня коммерческих ритейлеров, где в каждом звене ведется серьезный контроль над качеством, оптимизацией и уровнем обслуживания клиентов», – добавил Дмитрий Дробышев.

В ближайшие годы продуктовые ритейлеры, такие, как «Доброном», «Мартинн», «Корона» и «Простор», будут инвестировать в открытие магазинов шаговой доступности.

«Этот формат снова может стать популярным. К тому же постепенно будут сближаться цены в крупных и небольших сетевых магазинах, от чего выиграет потребитель», – подытожил представитель «Твоя столица. Недвижимость для бизнеса».

2. БЮДЖЕТНАЯ СИСТЕМА

Бюджет определяет собой форму образования и государственного расходования денежных средств для обеспечения функционирования государственной власти.

Объективный характер бюджетных отношений обусловлен тем, что в руках государства должна концентрироваться часть национального дохода, необходимая для решения задач, возложенных на государство (управление и защита).

Особенности бюджетных отношений проявляются в том, что они имеют неэквивалентный характер, т. е. они не находятся под прямым воздействием закона стоимости (закона эквивалентного обмена), что приводит к тому, что бюджетные методы государственного управления имеют принудительный характер и свободны от влияния конкуренции.

Бюджетное устройство Республики Беларусь основано на принципах единства, полноты, реальности, гласности и самостоятельности.

Одним из методов перераспределения национального дохода государством в пользу определённых социальных групп населения является создание внебюджетных фондов (ВБФ), которые могут быть социальными и экономическими.

К социальным внебюджетным фондам относятся пенсионный фонд, фонд социального страхования, фонд занятости населения.

К экономическим внебюджетным фондам относятся дорожные фонды, фонд воспроизводства минерально-сырьевой базы, кредитные фонды.

Эти фонды формируются за счёт:

1) обязательных взносов в социальные и другие внебюджетные фонды, установленные в законодательном порядке;

2) добровольных взносов и пожертвований граждан и различных хозяйствующих субъектов на соответствующие цели;

3) суммы штрафов (загрязнение окружающей среды, нерациональное природопользование и пр.);

4) иных доходов ВБФ в соответствии с законодательством.

Налоги и другие платежи, предназначенные для зачисления в бюджет, не подлежат направлению в ВБФ.

3. ВНЕШНИЕ И ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ БАНКРОТСТВА

Банкротство, или экономическая несостоятельность, – это неплатежеспособность должника – юридического лица или индивидуального предпринимателя, которая приобрела устойчивый характер и была признана хозяйственным судом.

Выделяют внешние и внутренние факторы банкротства.

К внешним факторам относят:

1. Экономические факторы: кризисное состояние экономики страны, общий спад производства, инфляция, нестабильность финансовой системы, рост

цен на ресурсы, изменение конъюнктуры рынка, неплатежеспособность и банкротство партнеров.

2. Политические факторы: политическая нестабильность общества, внешнеэкономическая политика государства, разрыв экономических связей, потеря рынков сбыта, изменение условий экспорта и импорта.

3. Усиление международной конкуренции в связи с развитием научно-технического прогресса.

К внутренним факторам относят:

1. Дефицит собственного оборотного капитала как следствие неэффективной производственно-коммерческой деятельности.

2. Низкий уровень техники, технологии и организации производства.

3. Снижение эффективности использования производственных ресурсов предприятия, его производственной мощности и как следствие высокий уровень себестоимости, убытки.

4. Создание сверхнормативных остатков незавершённого строительства, незавершённого производства, производственных запасов, готовой продукции, в связи с чем происходит затоваривание, замедляется оборачиваемость капитала и образуется его дефицит.

5. Плохая клиентура предприятия, которая платит с опозданием или не платит вовсе по причине банкротства.

6. Отсутствие сбыта из-за низкого уровня организации маркетинговой деятельности.

Банкротство является, как правило, следствием совместного действия внутренних и внешних факторов. В развитых странах с рыночной экономикой разорение субъектов хозяйствования на 1/3 связано с внешними факторами и на 2/3 – с внутренними.

4. МАРКЕТИНГ

Что такое маркетинг?

Многие полагают, что маркетинг – это лишь реклама и продажи. И это неудивительно: каждый день на нас обрушиваются сотни рекламных роликов, объявлений в газетах и сообщений о распродажах. Однако реклама и продажи – это лишь составные части маркетинга. Они существуют как два неотъемлемых компонента маркетинга.

Маркетинг – социальный и управленческий процесс, направленный на удовлетворение нужд и потребностей как отдельных индивидов, так и общественных групп посредством создания, предложения и обмена товаров и услуг.

Маркетинг – рыночная концепция управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия, направленная на изучение рынка и конкретных запросов потребителей.

Маркетинг – это процесс, заключающийся в прогнозировании потребностей потенциальных покупателей и в удовлетворении этих потребностей путём предложения соответствующих товаров – изделий, технологий, услуг и т. д.

К основным видам маркетинговой деятельности относятся исследования (потребителя, товара, рынка); планирование; ценовая политика; упаковка; комплекс маркетинговых коммуникаций; сбытовая деятельность (работа со штатом товаропроводящей сети, тренинги, контроль, организация специальных систем продажи, мероприятия по оптимизации продажи на местах и т. д.); выработка системы распределения товара по сбытовым точкам; международные операции; послепродажное обслуживание.

Целью современного маркетинга является не продажа товара или услуги любым способом (включая обман покупателя), а удовлетворение потребностей клиентов.

Цель маркетинга – привлекать новых клиентов, обещая им высшую потребительскую ценность, и сохранять старых клиентов, постоянно удовлетворяя их меняющиеся запросы.

Основная задача маркетинга – понять нужды и потребности каждого рынка и выбрать те из них, которые их компания может обслуживать лучше других. Это позволит компании производить товары более высокого качества и тем самым увеличивать объёмы продаж и повышать свои доходы путём лучшего удовлетворения потребностей целевых покупателей.

5. ПОНЯТИЕ БАНКРОТСТВА

Банкротство, или экономическая несостоятельность, – это неплатежеспособность должника – юридического лица или индивидуального предпринимателя, которая приобрела устойчивый характер и была признана хозяйственным судом или правомерно объявленная должником, согласно требованиям действующего законодательства о банкротстве юридических лиц.

Банкротство предприятия рассматривается в хозяйственных судах согласно Хозяйственному процессуальному кодексу Республики Беларусь. Также банкротство в Беларуси регулируется следующими законодательными актами: Законом Республики Беларусь «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» от 18 июля 2000 г. № 423-4; Указом Президента Республики Беларусь от 12 ноября 2003 г. № 508 «О некоторых вопросах экономической несостоятельности (банкротства)» и другими нормативно-правовыми актами.

Основным признаком банкротства является неспособность предприятия обеспечить выполнение требований кредиторов в течение трёх месяцев со дня наступления сроков платежей. По истечении этого срока кредиторы получают право на обращение в арбитражный суд о признании предприятия-должника банкротом.

Банкротство предопределено самой сущностью рыночных отношений, которые сопряжены с неопределённостью достижения конечных результатов и риском потерь.

Несостоятельность субъекта хозяйствования может быть:

1) «несчастной», не по собственной вине, а вследствие непредвиденных обстоятельств (стихийные бедствия, военные действия, политическая неста-

бильность общества, кризис в стране, общий спад производства, банкротство должников и другие внешние факторы);

2) «ложной», т. е. корыстной, возникшей в результате умышленного сокрытия собственного имущества с целью избежания уплаты долгов кредиторам;

3) «неосторожной», возникшей вследствие неэффективной работы, осуществления рискованных операций.

Предпосылки банкротства многообразны – это результат взаимодействия многочисленных факторов как внешнего, так и внутреннего характера.

6. РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ

Рынок ценных бумаг, или фондовый рынок, – система экономических отношений между теми, кто выпускает и продаёт ценные бумаги, и теми, кто их покупает и становится их владельцем.

Фондовый рынок регулирует многие рыночные процессы: посредством него обеспечивается перелив капитала из одной отрасли (региона) в другую отрасль (регион), что позволяет проводить своевременные структурные преобразования в экономике, повышать её адаптационную способность к новым условиям глобализации.

Развитый фондовый рынок располагает для этих целей эффективными финансовыми инструментами мобилизации сбережений и их конвертации в инвестиционные ресурсы.

Фондовый рынок способствует повышению уровня ликвидности финансов предприятий, поддерживая гарантийную долю ликвидных ценных бумаг в их портфеле. Фондовые индексы (Доу-Джонса, NASDAQ и др.) служат барометром рыночной конъюнктуры, давая макроэкономическую характеристику и отражая состояние определённого сектора фондового рынка и экономики в целом.

Самым важным изменением последнего десятилетия в сфере торговли ценными бумагами явилась динамично развивающаяся интеграция национальных фондовых рынков в единой мировой фондовый рынок. Главной составляющей этого процесса стала интеграция международного фондового рынка и национальных стран с переходной экономикой. Именно в этот период появилась теория управления международным портфелем.

В настоящее время практически каждая из крупнейших финансовых структур формирует свой портфель с соблюдением условия содержания в нём ценных бумаг отдельной страны пропорционально капитализации её фондового рынка в мировой капитализации. Так, фондовый рынок в США занимает 42 %, Японии – 15 %, Великобритании – 9 %, в других высокоразвитых государствах – 23 %, на возникающих рынках – 11 %.

Главная задача фондового рынка страны – это мобилизация свободных денежных средств мелких, средних и крупных инвесторов, необходимых для реализации соответствующих проектов.

7. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА ГОСУДАРСТВА

Финансовая система – совокупность организаций, обеспечивающих денежный оборот в рамках определённой страны и включающих в себя:

1) государственную финансовую подсистему, которая обеспечивает поступление денежных средств в бюджет и их расходование;

2) банковскую подсистему, которая содержит финансовые учреждения, обеспечивающие расчёты, кредиты, инвестиции, операции с денежными средствами;

3) подсистему обращения государственных ценных бумаг, служащую для привлечения денежных средств на вторичных рынках ценных бумаг.

Государство управляет обществом и состоит из ряда структур: политической, экономической, социальной, религиозной и др.

Основу экономической системы государства составляют отношения, возникшие в государстве, в которых участвуют четыре субъекта: государство, регион, хозяйствующий субъект и гражданин. У каждого субъекта свои права и обязанности. Вступая между собой в отношения, они участвуют в товарно-денежных отношениях, что приводит к созданию финансовой системы государства.

Каждое звено финансовой системы выполняет свои конкретные задачи и обслуживает определённую группу финансовых отношений.

Задача общегосударственных финансов заключается в концентрации финансовых ресурсов в распоряжении государства и направлении их на финансирование общегосударственных нужд. Они формируются за счёт налогов, сборов, государственных пошлин, сумм, полученных от выкупа государственных предприятий, и т. п.

В состав общегосударственных финансов входят государственный бюджет, государственное страхование, государственное кредитование, внебюджетные фонды.

Главную роль в финансовой системе государства играют финансы хозяйствующих субъектов. Их задача заключается в формировании и использовании своих денежных средств. Они выступают как ведущее звено в финансовой системе.

8. ФИНАНСОВЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ

Финансовые институты – это финансовые учреждения и все структурные подразделения государственной налоговой службы Республики Беларусь.

К финансовым институтам относятся банки, небанковские кредитные организации, страховые компании, негосударственные пенсионные фонды, лизинговые компании и др.

Большинство этих институтов действует как финансовые посредники.

Финансовый посредник – экономический субъект, который аккумулирует денежные средства граждан и хозяйствующих субъектов, преумножает эти

средства за счёт прибыльной (доходной) деятельности и эффективности их мобилизации в материальное производство.

Банк – кредитная организация, которая имеет исключительное право осуществлять в совокупности следующие операции:

1) привлечение денежных средств граждан и хозяйствующих субъектов во вклады;

2) размещение этих средств от своего имени и за свой счёт на условиях возвратности, платности и срочности;

3) открытие и ведение счетов граждан и хозяйствующих субъектов.

Банк призван накапливать временно свободные денежные средства, предоставлять кредиты, проводить операции с ценными бумагами, взаимными платежами и расчётами между хозяйствующими субъектами и гражданами.

В Республике Беларусь функционирует двухуровневая банковская система: Центральный банк Республики Беларусь и коммерческие банки.

Биржа представляет собой организованный и регулярно функционирующий рынок по купле-продаже товаров, ценных бумаг и других активов.

Торги биржевыми активами производятся в специально оборудованном помещении и специально обученным персоналом.

Биржа выполняет следующие функции:

1) мобилизация временно свободных денежных средств путём обмена их на биржевой товар;

2) установление рыночного курса финансовых активов.

Биржа создаётся в форме некоммерческого партнёрства (не должна извлекать прибыли от своей биржевой деятельности).

9. ФИНАНСЫ

Финансы представляют собой совокупность денежных отношений в сфере формирования и использования ресурсов, посредством которых государство осуществляет прямое перераспределение национального дохода в целях обеспечения стимулов к наиболее эффективному процессу хозяйствования.

Следует подчеркнуть, что финансы – это не деньги, а денежные отношения, возникающие при переходе части дохода от одного владельца к другому. В качестве собственников здесь могут выступать государство, местные органы власти, фирмы, население. Финансовые отношения носят объективный характер и образуют систему экономических связей, возникающих между государством и предприятиями разнообразных форм хозяйствования; непосредственно между предприятиями; внутри предприятий; между органами власти различных уровней; между государством и общественными организациями; между государством и населением; между государствами.

Объектом финансовых отношений являются финансовые ресурсы, которые включают чистый доход, амортизационные отчисления, налоги и неналоговые платежи, финансовые резервы, часть средств общественных организаций и др. В связи с этим финансовые отношения выражают процесс распределения и пе-

перераспределения стоимости общественного продукта и на этой основе – формирование денежных средств у участников воспроизводственного процесса.

На базе финансов формируется финансовая система. Финансовая система – система финансовых учреждений, регулирующих финансовую деятельность и финансовые отношения.

Функции финансов:

1) распределительная (распределение финансовых ресурсов между сферами национальной экономики, субъектами хозяйства);

2) контрольная (контроль за поступлением и использованием финансовых ресурсов);

3) стимулирующая (внедрение инноваций, расширение производства);

4) воспроизводственная (обеспечение процесса кругооборота производственных фондов).

Структура финансовой системы:

1) централизованные, или государственные, финансы (госбюджет, местные бюджеты);

2) децентрализованные финансы: финансы предприятий, учреждений, организаций, населения, домашних хозяйств.

Основным источником поступлений денежных средств государства для выполнения его функций являются налоги.

10. ЦЕНА ТОВАРА

Цена (price) – это денежное выражение стоимости товара, определённая сумма денег, в обмен на которые продавец готов передать в собственность покупателя (продать) одну единицу товара.

Цена лишь косвенно определяет величину затраченных на производство товаров ресурсов (времени, сил и средств, сырья и материалов). В цену закладывают не только затраты на производство товара, но и на его реализацию, логистику, рекламу и маркетинг.

Цена товара (цена работы, услуги) – это цена, сложившаяся при взаимодействии покупателя и продавца на рынке аналогичных, схожих по параметрам и маркетинговым характеристикам товаров (услуг или работ) в сопоставимых маркетинговых (рыночных, экономических, коммерческих) условиях.

Цена договорная (contract price) – цена, устанавливаемая соглашением сторон. Договорная цена определяется не от сложившейся на практике цены на аналогичный товар, а является предметом разовой договоренности продавца и покупателя в зависимости от конкретных условий.

Цена закупочная (purchase price) – цена продукции, закупаемой дистрибуторами, дилерами, заготовителями у производителя, фиксируемая договорами купли-продажи.

Цена оптовая (trade price) – цена товара, реализуемого продавцом или поставщиком покупателю с целью его последующей перепродажи или профессионального использования. При этом товар продаётся партиями в заводской транспортной упаковке.

Цена оптовая определяется участниками оптовой сделки, на разных уровнях маркетингового канала оптовая цена различна.

Цена розничная (retail price, sales price) – цена товара, реализуемого покупателю не для перепродажи, а непосредственно для персонального, семейного, домашнего использования.

Цена определяется розничным продавцом продукции по согласованию с поставщиком и складывается на практике взаимодействии покупателя и продавца. Розничная цена фиксируется в договоре розничной купли-продажи или ценнике на товар. В этом случае покупатель, приобретая товар, соглашается с условиями и заявленной ценой без заключения договора на покупку товара.

11. ЧТО ТАКОЕ ПРИБЫЛЬ?

Прибыль – это количество полученной выгоды в виде материальных благ или денежных активов после вычета всех затрат, связанных с хозяйственной деятельностью, производством, доставкой. Существуют понятия «грязная» прибыль и «чистая».

Грязная прибыль – это сумма всех доходов за вычетом затрат, связанных с производством, доставкой, амортизацией оборудования, выплатой заработной платы наёмным рабочим, кроме вычета налогов.

Чистая прибыль, или окончательная прибыль, – это сумма доходов, полученная с вычетом всех налогов.

Прибыль с точки зрения капитализма означает прибавочную стоимость произведённого товара или предоставленной услуги, безвозмездно присвоенную капиталистом и не выплаченную наёмным рабочим. Говоря простыми словами, под прибылью понимают величину прибавочной стоимости к произведённому товару или оказанной услуге.

Показатель прибыли характеризует рентабельность бизнеса. Чем рентабельнее бизнес, тем выше получается прибыльность (рост, преумножение, увеличение) при обороте вложенного капитала.

Любой бизнес предполагает эффективный оборот вложенного капитала, иначе организация бизнеса не имеет смысла и ведет к банкротству.

Динамика развития бизнеса напрямую зависит от прибыли.

Прибыль выполняет определённые функции:

- 1) стимулирующая – как фактор развития производства,
- 2) воспроизводственная – как показатель разницы между доходами и затратами,
- 3) контрольная – как критерий оценки эффективности деятельности экономического объекта.

От прибыли зависит динамика развития бизнеса, и именно эта категория отражает финансовую результативность хозяйственной деятельности фирмы, компании, предприятия. Часть прибыли идёт на развитие компании, то есть повышение заработной платы и стимулирование работников, улучшение условий трудовой деятельности, закупку нового оборудования, развитие социальной

инфраструктуры. Другая часть способствует повышению благосостояния владельцев предприятия или компании.