

и молодежными товарами. Использование спокойных и размеренных мелодий целесообразно в книжных и антикварных магазинах. Если в таких заведениях воспроизведение «классики» уместно в аутентичном варианте, то в супермаркетах такие записи лучше воспринимаются в адаптированном, близком к современному стилю, варианте. Многие крупные компании (к примеру, брэнды Calvin Klein и Gucci) проводят политику централизованной системы производства записей, которые затем рассылаются по специализированным магазинам. Корпоративный стиль у таких производителей прослеживается во всем – начиная от вывески магазина и заканчивая музыкальным оформлением торгового зала.

*Шумских И. С., Минск (БГЭУ)*

## **МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Экономика любого государства не может нормально развиваться без оптимального сочетания крупного, среднего и малого предпринимательства.

Важной составляющей рыночной экономики является предпринимательство, нашедшее отражение прежде всего в малом бизнесе, который в значительной мере способствует созданию конкурентной среды на рынке, так как данные субъекты антимонопольны по своей природе.

В Республике Беларусь субъекты малого предпринимательства представлены в виде малых предприятий и индивидуальных предпринимателей. Для поддержки данного сектора экономики предпринимаются меры по стимулированию развития: приняты соответствующие законы, разрабатываются программы государственной поддержки малого предпринимательства на государственном и областном уровнях, созданы центры поддержки предпринимательства.

Весьма неравномерно развивается малое предпринимательство по регионам республики. 53% всех малых предприятий находится в Минске, остальная часть – в областных центрах и других крупных городах. Недостаточно развит данный сектор экономики в малых городах и сельской местности. Однако именно такие населенные пункты испытывают в большей степени дефицит товаров и услуг, проблемы трудоустройства, культурного досуга и т.д. Столичные предприниматели более информированы и обладают большим спектром возможностей для ведения бизнеса, чем в областях. Лидером по количеству субъектов малого предпринимательства является торговля и общественное питание: 42,4 к общему количеству предприятий. Второе место занимает промышленность – 22,2% к итогу; строительство – 11,6, транспорт – 6,1%, все остальные отрасли имеют относительно невысокий удельный вес в общем числе малых предприятий. Такая ситуация обусловлена ориентацией предпринимателей на отрасль, где можно получить максимальный доход в кратчайший срок при инвестировании, таким критериям отвечает торговля и общественное питание.

*Щербич Г. А., БГЭУ (Минск)*

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА**

Успешная хозяйственная деятельность предприятия требует выполнения значительного числа различных исследований, среди которых можно выделить:

- оценку общеэкономической ситуации рынка;
- анализ влияния глобальных сил и факторов макросреды маркетинга;

- оценку, анализ и характеристику емкости рынка и определение спроса на отдельные группы товаров;
- изучение структуры спроса и анализ факторов, оказывающих влияние на уровень спроса;
- оценку собственных возможностей предприятия;
- сегментацию рынка и анализ дифференцированных требований сегментных групп потребителей;
- исследование конкурентов, их возможностей, слабых и сильных сторон;
- изучение и анализ товарной, ценовой политики предприятия;
- анализ системы распределения, прямого и косвенного распределения;
- изучение коммуникационной политики, ее структуры, затрат, уровня воздействия на потребителей;
- учет и анализ товарооборота, товарных запасов, издержек обращения и прибыли в целом и по этапам жизненного цикла товаров;
- оценку эффективности маркетинговых мероприятий;
- информационно-аналитическое обеспечение стратегического и оперативного маркетингового планирования;
- оценку эффективности маркетинговых исследований рынка.

*Э Чженьюань, БГЭУ (Минск)*

## **ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В КИТАЕ**

На конец 2003 года валютные резервы КНР составили 403,3 млрд. долларов США. Китай занимает второе место по объему валютного резерва в мире после Японии (652,8 млрд.USD). С 1978 по 2003 г. объем внешней торговли Китая увеличился более чем в 30 раз, среднегодовой прирост занял первое место в мире. В 2002 году Китай уже занял шестое место в мире по объему внешней торговли. Китай является самым крупным потенциальным рынком в мире. Китай входит в число немногих развивающихся стран с высокой степенью открытости экономики. В 1979 – 2003 гг. Китай в общей сложности использовал иностранные инвестиции на сумму 700 млрд. долларов США.

В целях обеспечения функционирования рыночной экономики китайское правительство приняло решение о том, что Китайский Народный банк является центральным банком Китая. В его главные функции входят эмиссия денег, стабилизация стоимости денег, разработка и реализация финансовой политики, а также и контроль за финансовым рынком. Китайский Народный банк является частью правительства Китая, который функционирует под руководством вице-премьера Госсовета. Китайский Народный банк непосредственно несет ответственность перед правительством.

Система китайских коммерческих банков включает в себя государственные коммерческие банки, акционерные коммерческие банки, городские коммерческие банки и деревенские кредитные кооперативы. В Китае существует четыре крупных государственных коммерческих банка – Китайский торгово-промышленный банк, Китайский строительный банк, Китайский аграрный банк и Банк Китая. Операциями с китайской валютой юань и иностранными валютами в Китае занимается 177 иностранных банков.

С 1990 года Китай стал создавать и развивать рынок капиталов. Закон о фондовом рынке был ратифицирован и вступил в силу в 1999 году. До реформы финансов в Китае была лишь одна государственная страховая компания – Китайская Народная страховая компания. В настоящее время в Китае работают 25 страховых компаний, которые занимаются страхованием имущества и жизни, а также и перестрахованием.