

большого экономического и социального эффекта достигает общество. Применение той или иной формы товароснабжения зависит от сложности ассортимента товаров. Для того чтобы обеспечить рациональную организацию процесса товароснабжения, необходимо соблюдать следующие основные принципы:

- применение кратчайших путей товароснабжения;
- широкое использование централизованной доставки товаров в розничную торговую сеть;
- выбор рациональных транспортных средств и эффективное их использование;
- широкое применение тары-оборудования и средств механизации погрузочно-разгрузочных работ, внутрискладского и внутримагазинного перемещения грузов;
- постоянное совершенствование и оптимизация технологической цепи товароснабжения на основе широкого использования в торговле достижений научно-технического прогресса.

В то же время проблемы организации товароснабжения розничной торговли в условиях рыночной экономики исследованы недостаточно. Требуется разработка комплексного подхода к оценке товароснабжения розничной торговли и обоснование рекомендаций по его совершенствованию в современных условиях.

Источники

1. Типичные ошибки поставщика торговой сети [Электронный ресурс] // Work 5. — Режим доступа: <http://www.work5.ru/gotovye-raboty/86931>. — Дата доступа: 01.12.2018.

2. Особенности организации поставки товаров в розничные торговые сети [Электронный ресурс] // Work 5. — Режим доступа: <http://www.work5.ru/gotovye-raboty/86931>. — Дата доступа: 01.12.2018.

К.Д. Жуков
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И.А. Леднёва, канд. экон. наук, доцент

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И ТИПЫ НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫХ СКИДОК НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

Все скидки на рынке недвижимости делятся на два типа:

- плановые скидки. Скидки, которые формируются с помощью общей суммы управленческих (накладных, косвенных, непрямых) расходов;
- тактические скидки. Источником этих скидок является прибыль. Цель — создание дополнительных стимулов для клиентов за счет прямого снижения цены объекта недвижимости.

Скидка — сумма, на которую снижается продажная цена товара, реализуемого покупателю [1]. К плановым скидкам относятся рекламные деvelopepом строящегося жилого комплекса с указанием риэлтерского агентства, обратившись в которое, можно приобрести квартиру. Тем самым застройщик экономит средства своих посредников в сбыте на маркетинг и продвижение объекта, что по экономической природе равнозначно предоставлению дополнительной скидки, которая в последующем может выражаться в снижении размера агентского вознаграждения.

Тактические скидки обеспечивают снижение реальной цены приобретения объектов на рынке недвижимости, которое приводит к увеличению выигрыша ценности покупки для самого клиента [2, с. 193].

На рынке новостроек с большими скидками обычно предлагаются те квартиры, которые пользуются меньшим спросом. Причиной могут быть не только объективные недостатки типа неудачных планировок, окон на северную сторону, расположения в угловых секциях или на низких этажах, но и субъективные обстоятельства. Например, многокомнатные квартиры обычно трудно продать из-за более высокой цены, однако для большой семьи это желанный вариант.

На рынке вторичного жилья перспективными в плане скидок являются квартиры, в которых собственник не живет. Максимальный дисконт можно получить в случае срочной продажи — если владелец переезжает в другой город или страну и его уже ничего с этой недвижимостью не связывает.

На максимальную скидку при покупке квартиры как на первичном, так и на вторичном рынке прежде всего могут рассчитывать покупатели, обладающие всей суммой, необходимой для оплаты недвижимости.

Оптовые покупатели — те, кто приобретает сразу несколько квартир или, например, квартиру и машино-место — также могут надеяться на особое расположение девелоперов.

Продавцы часто готовы идти навстречу льготным категориям граждан — ветеранам, инвалидам, пенсионерам, многодетным семьям. Скидку могут предоставить и девелопер, и риэлтор, уменьшив тем самым размер своей комиссии.

Акции и бонусы — прекрасный способ стимулировать продажи, поэтому повышенную щедрость застройщики демонстрируют именно в периоды их сезонного падения (январе, мае, августе).

Покупка квартиры по акции может быть очень выгодной, однако сэкономить еще большую сумму можно, приобретая жилье в первые недели со старта продаж. В этот период застройщику как никогда нужны «живые» деньги, поэтому именно тогда предоставляются самые большие дисконты [3].

Источники

1. Предоставление скидки [Электронный ресурс] // GB.by — Бухгалтерский портал. — Режим доступа: <https://www.gb.by/izdaniya/glavnyi-bukhgalter/postavshchik-predostavlyaet-skidku-otraz>. — Дата доступа: 28.11.2018.

2. Асаул, А.Н. Экономика недвижимости / А.Н. Асаул. — СПб. : Питер, 2013. — 416 с.

3. Покупка квартиры: как получить максимальную скидку [Электронный ресурс] // Индикаторы рынка недвижимости. — Режим доступа: <https://www.irn.ru/articles/39488.html>. — Дата доступа: 28.11.2018.

А.Н. Заврагина, В.С. Лысенкова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О.Б. Пароля

АНАЛИЗ УСЛОВИЙ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ограниченный доступ к финансовым ресурсам — это одно из основных препятствий, которые появляются в процессе развития малого бизнеса в Беларуси. Как показывает международный опыт, микрофинансовые организации наиболее эффективны в предоставлении займов малому бизнесу, нежели обычные коммерческие банки, и как следствие, развитие микрофинансирования наилучшим образом может решить данную проблему в республике.

Четкого определения термина «микрофинансирование» не существует, тем не менее в целом его можно определить как оперативное предоставление микрокредитов (микрозаймов) на короткий период времени малому бизнесу. Микрофинансовые организации являются главными агентами, которые предоставляют микрофинансовые услуги, основными чертами выступают сокращение операционных затрат по оказываемым услугам, уменьшение времени обслуживания клиентов, использование гибких требований по обеспечению кредита, увеличение суммы выдаваемого кредита на основании предоставляемого заемщиком баланса и наличия обеспечения, а также с течением времени при наличии положительной кредитной истории.

В Республике Беларусь институционально сектор микрофинансирования представлен:

1) коммерческими банками, которые выполняют функции банков-агентов по предоставлению кредитов субъектам малого предпринимательства из целевых бюджетных средств или же размещенных в депозиты временно свободных бюджетных средств, формирующие микрокредитный портфель из собственных ресурсов, либо на условиях софинансирования;

2) государственными организациями финансовой поддержки малого предпринимательства, которые предоставляют различные виды финансирования за счет бюджетных ресурсов и собственных средств. Примерами могут выступать целевые займы и лизинг;

3) некоммерческими микрофинансовыми организациями;