

Для повышения привлекательности своих карточных продуктов банкам следует перенимать опыт у ОАО «АСБ Беларусбанк» по внедрению БПК БЕЛКАРТ-Maestro, а также карточек БЕЛКАРТ-Премиум. Банкам необходимо развивать начатую ОАО «Белинвестбанк» программу лояльности по продукту БЕЛКАРТ-ПРЕМИУМ-Maestro. Она совмещает все преимущества микропроцессорной премиальной карточки БЕЛКАРТ, международную функциональность Maestro и программу лояльности «Мощная картка». Основной целью данной программы является увеличение количества безналичных платежей по карточкам и дополнительных услуг по ним, повышение лояльности клиентов и расширение клиентской базы банков [2].

Список литературы

1. *Русак, Ю.В.* Методический подход к оценке конкурентоспособности платежных систем на основе банковских платежных карточек / Ефременко Е.А., Русак Ю.В. // Социально ориентированная экономика Республики Беларусь: проблемы и перспективы развития: материалы X Респ. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и магистрантов, Бобруйск, 14 апр. 2015 г. — Минск: РИВШ, 2015. — С.120–122.
2. *Сотников, А.* Развитие платежной системы Белкарт: достижения и вызовы / А. Сотников // Банкаўскі веснік. — 2015. — № 1(618). — С. 42–46.

А.В. Рыжиченко

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.В. Буховец

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В Г. МИНСКЕ

Автор анализирует развитие рынка коммерческой недвижимости города Минска, выявляет проблемы и определяет перспективы развития рынка коммерческой недвижимости в городе Минске.

Коммерческая недвижимость — важный источник пополнения государственного бюджета. Налог на недвижимость дает до 70 процентов доходной части бюджета в развитых странах. Коммерческая недвижимость имеет «устойчивую» стоимость, привлекательна для инвестиций. Именно поэтому исследование развития рынка коммерческой недвижимости является важным и необходимым условием успешного функционирования субъектов данного рынка, а особенно в условиях риска и неопределенности, когда необходимо представлять перспективы и направления развития рынка коммерческой недвижимости.

Для проведения анализа рынка коммерческой недвижимости изучались такие показатели, как средняя стоимость аренды торговых площадей, цены реальных сделок купли-продажи коммерческой недвижимости и цены пред-

ложений продажи, а также цены арендных ставок на офисные площади в период с 2010 г. по 2014 г.

Проанализировав данные о сделках купли-продажи и предложения арендных торговых площадей, необходимо отметить, что общая площадь торговых объектов, участвующих в сделках и предложенных в аренду, в 2013 г резко снизилась по отношению к 2012 г. Так, объем сделок купли-продажи во втором квартале 2013 г по отношению к первому кварталу упал на 45 %, а аренды — на 46 %. Что касается объема предложений продажи, то данный показатель увеличился на 24,5 %.

Средняя арендная плата на торговые площади за четвертый квартал 2013 г составила 27,1 евро/м², что выше на 6,7 %, чем в третьем квартале 2013 г., средняя арендная плата по двум кварталам 2014 г составила 31,4 евро/м², что выше на 15,8 %, чем в четвертом квартале 2013 г. (рисунок 1).

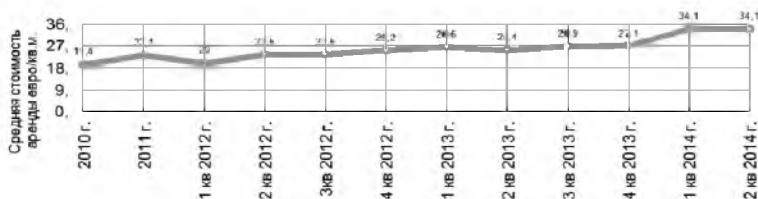


Рис. 1. Средняя стоимость аренды торговых площадей

На рисунке 2 представлена динамика цен, по которым торговые объекты были предложены для продажи, и цен, по которым непосредственно были совершены сделки купли-продажи. Как видно из рисунка, данные цены существенно различаются, то есть объекты продаются по цене ниже, чем те цены, по которым они изначально были предложены для продажи.

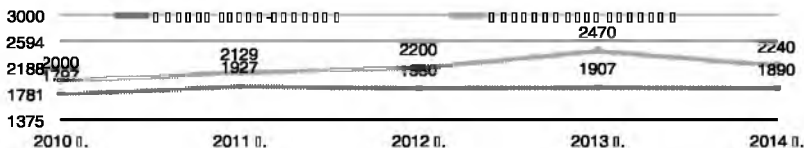


Рис. 2. Разница цены предложения и цены продажи торговых объектов

Рынок офисных помещений в Республике Беларусь представлен четырьмя классами: А, В, С и D. На рынке аренды, где, как видно из графика (рисунок 3), рост по классу «В» в 2013 году был достаточно существенный, в первом и втором кварталах 2014 года средняя арендная ставка медленно, но продолжала расти.

Для успешного развития рынка коммерческой недвижимости является важным не только возможность проведения анализа и прогнозирования основных показателей, но и выявление проблем, сдерживающих развитие рынка, а также определение основных тенденций развития рынка коммерческой недвижимости.

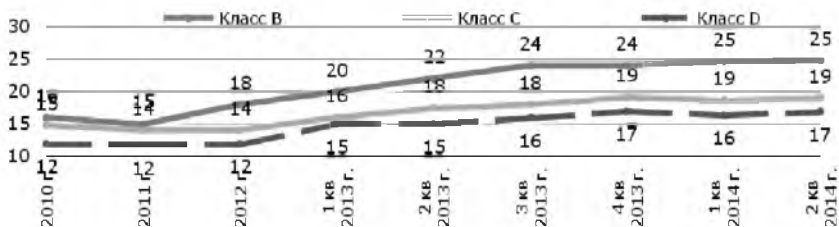


Рис. 3. Динамика средних арендных ставок по офисным помещениям

К основным проблемам, сдерживающим развитие рынка коммерческой недвижимости, можно отнести: отсутствие системы мониторинга рынка недвижимости, охватывающей большинство учреждений и специалистов на рынке недвижимости; наличие сегмента «теневой экономики»; дефицит кадров, отсутствие менеджеров, специализирующихся по определенной проблематике; высокая «стоимость» денег, инвестиционная привлекательность объектов только со сроком окупаемости до 5 лет; отсутствие площадок для строительства новых объектов; высокий уровень бюрократии при получении разрешительной документации на строительство; отсутствие возможности застраховать существующие риски; проблемы с таможенным законодательством; правовые проблемы строительства коммерческой недвижимости; проблемы при регистрации прав на коммерческую недвижимость. Для устранения этих проблем необходимо создать систему мониторинга рынка коммерческой недвижимости, которая позволит сделать рынок недвижимости более «открытым» для инвесторов, появится возможность прогнозировать изменение цен на объекты коммерческой недвижимости. Некоторые изменения в законодательстве (а именно в налоговом), регулирующем функционирование рынка коммерческой недвижимости, поспособствует устранению такого явления, как «теневая экономика». Неизбежно и совершенствование системы государственной регистрации, кроме повышения квалификации сотрудников необходимо создать системы экстерриториальной и электронной регистрации. Новые возможности экстерриториальной и электронной регистрации создадут более удобные условия как для граждан и юридических лиц, так и для государства, ускорив оборот недвижимости.

К основным тенденциям развития рынка коммерческой недвижимости можно отнести повышение уровня профессионализма владельцев проектов, появление новых форматов и рост конкуренции на рынке торговой недвижимости. На рынке будут присутствовать три различные инвестиционные стратегии: наиболее распространенная — частичная распродажа площадей крупным арендаторам и совместное владение объектом; владение объектом с целью получения максимального дохода от сдачи площадей в аренду; продажа торгового центра, бизнес-центра после выхода на проектную мощность через определенное время. На рынке останутся только профессиональные игроки как в сфере организации и управления архитектурно-строительными проектами, так и в сфере консалтинга и посредничества. Будут отсекаться

недостаточно проработанные с экономической и, конечно же, с архитектурной точки зрения проекты. Все чаще, наряду с традиционными торговыми центрами, будут строиться и ТРЦ с обширным развлекательным сектором.

Таким образом, можно сделать вывод: на рынке коммерческой недвижимости наблюдается снижение активности сделок, что вызвано завышенными ценовыми ожиданиями продавцов. Однако, судя по разнице цены предложения и цены реальных сделок, можно сказать, что покупатели не готовы отдавать такие деньги за объекты, следовательно, в ближайшее время можно ожидать существенное снижение цен на рынке коммерческой недвижимости.

Список литературы

1. База данных об объектах недвижимости/ ПО «Недвижимость» 3.0. — 2014. — Дата доступа: 08.12.2014.
2. Цены на недвижимость в Беларуси on-line/ Национальное кадастровое агентство [Электронный ресурс]. — 2014. — Режим доступа: <http://pr.nca.by>. — Дата доступа: 28.11.2014

А.О. Савич

Научный руководитель — кандидат экономических наук Т.В. Кузнецова

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА РАЦИОНАЛЬНОГО МАРШРУТА ДЛЯ ПЕРЕВОЗКИ ГРУЗОВ

Логистическим операторам, которым была отдана функция транспортировки на аутсорсинг, важно не только удовлетворить потребность клиента с учетом минимизации затрат, но и обеспечить высокий уровень обслуживания. К одному из таких способов автор относит организацию тщательного отбора поставщиков транспортных услуг, где предлагает рассматривать модификации классических методов, учитывая различные частные критерии, которые носят стоимостной характер.

Одной из основных задач, стоящей перед экспедитором в процессе организации его деятельности, является выбор рационального маршрута. Рассмотрим данную задачу на примере поступившей заявки от клиента на перевозку медицинского оборудования из Шанхая в Москву.

Возможны различные маршруты перевозок из порта Шанхая до дверей получателя в Москве, а именно:

- № 1 Довоз до порта-Шанхай-Гамбург-Котка-Терминал-Получатель
- № 2 Довоз до порта-Шанхай-Гамбург-СПб-Терминал-Получатель
- № 3 Шанхай-Гамбург-Котка-Терминал-Получатель
- № 4 Шанхай-Гамбург-СПб-Терминал-Получатель
- № 5 Шанхай-Гамбург-Котка-Терминал-Получатель