

научно-исследовательской работы, проведенной Институтом экономики Национальной академии наук. В целом цены ниже на 13–19 %, но разница с некоторыми сетями достигает 22 %. Предложение более низких цен достигается за счет прямых закупок больших партий товаров, применения более низких торговых наценок, эффективной собственной транспортно-складской логистики, собственного производства мясных полуфабрикатов, хлебобулочных, кондитерских, кулинарных изделий.

2. Широкий ассортимент. Ежедневная аналитика ассортиментной матрицы товаров, постоянный поиск сезонных товаров, развитие собственного импорта товаров (импорт товаров из Китая, Таиланда, Венгрии, Украины, России, Италии и т.д.) и создание собственных торговых марок.

3. Современная логистика. «Евроопт» первым построил собственный логистический центр, способный ежедневно хранить и перемещать более 20 000 паллет.

4. Постоянные акции и предложения. Ежедневно в магазинах «Евроопт» проходят специальные акции и скидки на различные группы товаров: еженедельная акция «Красная цена», эксклюзивные акции совместно с поставщиками, рекламная игра «Удача в придачу» и многое другое.

Таким образом торговая сеть «Евроопт» — крупнейший ритейлер, который продолжает свое активное развитие и использует различные инструменты для укрепления и расширения своих конкурентных позиций.

Список использованных источников

1. Открытие магазинов «Евроопт» на селе позволит жителям глубинки экономить на покупках до 30 % [Электронный ресурс] // БЕЛТА — Новости Беларуси. 2018. — Режим доступа: <http://www.belta.by/economics/view/otkrytie-magazinov-evroopt-na-sele-pozvolit-zhiteljam-glubinki-ekonomit-na-pokupkah-do-30-291066-2018/>. — Дата доступа: 22.02.2018.

Э.В. Астукевич, Н.Д. Якубовская
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.А. Леднева
(канд. экон. наук, доцент)

РАЗВИТИЕ СКЛАДСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Развитие оптовой торговли приводит к непосредственному влиянию на качественное изменение товарных рынков в Республике Беларусь. При этом функционирование данной сферы невозможно без наличия

достаточного объема складских помещений, что обуславливает тесную взаимосвязь между оптовой торговлей и складской недвижимостью. Рынок коммерческой недвижимости, в Республике Беларусь является одним из наиболее активно и динамично изменяющихся, поэтому существует необходимость в постоянном мониторинге тенденций его развития. Данный рынок отличается широким многообразием объектов недвижимости по своему целевому назначению и представлен офисными и производственными помещениями, гостиничными комплексами, объектами общественного питания, складскими помещениями и логистическими центрами.

За последние 10 лет рынок складской недвижимости показал невероятный скачок в своем развитии, как по качественным, так и по количественным показателям. Емкость данного рынка увеличилась с 11,9 до 957,9 тыс. м², или почти в 80 раз [1].

По оценкам ряда экспертов общая площадь крытых складских площадей классов «А» и «В» составляет более 670 тыс. м², из них склады общего пользования составляют 520 тыс. м², склады временного хранения и таможенные склады — 107 тыс. м², низкотемпературные склады и склады холодильники — 43 тыс. м² [2].

Спрос на аренду складских площадей в 2017 г. падал, что привело к превышению спроса складских площадей и росту их вакантности. Это свидетельствует о том, что в настоящее время предъявляются все более высокие требования к складской недвижимости от оптовых продавцов, которые являются непосредственной целевой аудиторией для данного вида коммерческой недвижимости. В связи с этим цены на современные склады и логистические комплексы не сильно превышают цены на склады классов С и D [2], что приводит к моральному и физическому устареванию и необходимости ухода с рынка в связи с низкой конкурентоспособностью последних.

На данный момент существует недозагрузка складов в связи с падением спроса на них. Это вызвано снижением на 5,1 % числа оптовых продавцов в городе Минске в 2017 г. по сравнению с 2016 г. На конец 2017 г. 12 874 склада занято оптовыми поставщиками [3], что составляет 43 % общей площади всех складов Республики Беларусь. С одной стороны, это влечет за собой убытки владельцев, но с другой стороны, данный аспект отражает потенциал материально-технической базы для развития оптовой торговли в Республике Беларусь.

Список использованных источников

1. Коммерческая недвижимость. Обзор рынка г. Минска за 2017 год [Электронный ресурс] // Журнал «Colliers International». — Режим доступа: http://www.colliers.com/-/media/files/emea/belarus/research_full/2017-03-colliers-annual-report-web.pdf?la=ru-by. — Дата доступа: 08.02.2018.

2. Иванов, Е.А. Современная складская инфраструктура в Республике Беларусь (по итогам 2017 года) [Электронный ресурс] / Е.А. Иванов, Д.В. Курочкин // Науч.-исслед. Междунар. ун-т «МИТСО». — 2017. — Режим досту-

па: <https://www.tehnoviza.by/assets/files/log-center-v-RB-2017.pdf>. — Дата доступа: 08.02.2018.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 12.02.2018.

М.А. Бардонова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.А. Леднева
(канд. экон. наук, доцент)

СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Франчайзинг в Республике Беларусь демонстрирует устойчивое развитие. За 2014–2017 гг. франчайзинговые предприятия в Республике Беларусь в значительной степени пополнились розничными торговыми объектами и международными франчайзинговыми объектами в сфере услуг (семейные рестораны итальянской кухни «IL ПАТИО», агентство недвижимости «RE/MAX»). Ожидается, что в 2018 г. рынок пополнился известными брендами в сфере общественного питания (рестораны быстрого обслуживания «Grillmaster»).

По-прежнему большая часть предпринимателей, де-факто использующая модель франчайзинга для создания своего бизнеса, как правило, юридически оформляет такие отношения лицензионным договором в совокупности с договором поставки или договором поставки, расширенным специальными условиями по использованию средств индивидуализации.

Согласно каталогу франшиз на сайте Ассоциации «Белфранчайзинг» в Беларуси представлено около 150 франшиз из разных стран — России, Украины, Литвы, Германии, Англии, Италии. Более 30 белорусских компаний предлагают приобрести свою франшизу предпринимателям для деятельности в нашей стране (городские кафе Pizza Smile, фаст-фуд кафе GooDburger), а другие франшизы являются для франчайзера способом выхода на рынки соседних стран (магазины белья Milavitsa, точки продажи изделий «КАЖАН») [1].

По данным Ассоциации «Белфранчайзинг», не менее 30 бизнесов были созданы в 2017 г. предпринимателями без опыта осуществления предпринимательской деятельности в возрасте до 27 лет через покупку франшизы. Более половины из этих предпринимателей открыли свой бизнес не в г. Минске [1].

Однако развитие франчайзинговых сетей требует дальнейшего совершенствования законодательства. Серьезной проблемой является вопрос первоначального финансирования проектов. С одной стороны, отсутствие доступной системы кредитования франчайзинга не позволяет начинающим предпринимателям рассчитывать на банковский кредит