

в таких магазинах товары не облагаются акцизами и/или пошлинами, НДС, что ведет к существенному снижению цен. Магазины беспошлинной торговли в Беларуси предлагают широкий ассортимент товаров мировых и отечественных брендов, в том числе алкогольная продукция, пиво, табачные изделия, парфюмерно-косметические товары, кондитерские товары, чай, безалкогольные напитки, аксессуары, кожгалантерейные товары, игрушки. Отдельное место в ассортименте занимают товары белорусских производителей: СОАО «Коммунарка», СП ОАО «Спартак», РУП «Кристалл», ООО «Завод «Бульбашъ», ОАО «Минский завод виноградных вин», а также продукция ГП «Белхудожпромислы». В магазинах беспошлинной торговли в Национальном аэропорту «Минск» реализация товаров осуществляется при наличии посадочного талона и паспорта. С 1 января 2018 г. Таможенным кодексом ЕАЭС предусмотрено, что товары в магазинах duty free можно будет покупать не только при выезде, но и при въезде в страны ЕАЭС — в Беларусь, Россию, Казахстан, Армению и Кыргызстан. Однако, согласно законодательству, это правило действует только в отношении аэропортов и морских портов. Также кодексом предусмотрена норма, согласно которой в магазинах, расположенных на въезд, алкогольные и табачные изделия будут продаваться в установленных нормах беспошлинного ввоза, т.е. не любое количество, как при выезде, а только в рамках беспошлинного ввоза.

Е.В. Демко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И.А. Леднева

(канд. экон. наук, доцент)

<http://edoc.bseu.by>

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ г. МИНСКА

Строительство торговых и торгово-развлекательных центров в г. Минске продолжается в крупных масштабах. Начиная с 2016 г., было сдано 14 новых ТЦ. По состоянию на 01.01.2018 г. в столице насчитывается порядка 80 ТЦ различной направленности. Однако, несмотря на большое количество уже функционирующих объектов, их строительство продолжается: в 2018 г. планируется ввести в эксплуатацию еще два торговых объекта.

В то время как количество объектов торговой недвижимости на рынке растет, девелоперы уже столкнулись с проблемой их заполнения — некоторые открываются полупустыми. Основной причиной такой ситуации, по мнению специалистов, является отсутствие позиционирования ТЦ и маркетинга в целом. Торговые центры вынуждены открываться с высокой долей вакантных площадей. Если раньше спрос был очень велик, то сейчас процесс заполнения объекта может затянуться на несколько лет.

Данная ситуация обусловлена рядом причин:

- потеря арендаторов в результате несоблюдения сроков сдачи объекта. В таком случае при открытии очередного ТЦ чаще всего имеется один продуктовый якорь, небольшое количество занятых площадей и остальные пустующие;

- в Беларуси ограниченное число брендов, пользующихся спросом у девелоперов и которые они хотели бы разместить на своих площадях;

- достаточно продолжительный период для того, чтобы ТЦ мог зарекомендовать себя и привлечь потенциальных арендаторов и покупателей. Это относится к любому торговому центру. На сегодняшний день срок экспозиции вакантных площадей ТЦ с момента открытия якорного магазина до полного (или практически полного) заполнения торговых площадей составляет порядка 8–12 месяцев [1]. Это является особенностью сегмента объектов торговли, в частности ТЦ, на рынке недвижимости г. Минска;

- текущая экономическая ситуация — это крайне важный фактор, который объективно влияет на рынок и, в частности, на заполняемость ТЦ. Так, если покупательская способность изменяется в худшую сторону, то это заставляет арендаторов досконально просчитывать всевозможные риски прихода на тот или иной объект, тем самым увеличивая сроки экспозиции торговой галереи ТЦ.

На сегодняшний день рынок коммерческой недвижимости, в том числе и торговой, практически исчерпал количественный рост и требует рост качественный, что потребует от девелоперов более серьезной экспертизы проектов. На рынке наблюдается парадоксальная ситуация: количество новых торговых объектов, уже функционирующих, большое, а крупным арендаторам найти удовлетворяющие определенным критериям площади пока еще сложно. В Минске не так много объектов, которые могли бы соответствовать требованиям известных мировых брендов.

Таким образом, один из путей решения поставленной проблемы — это обращение внимания на качественные аспекты при строительстве. Именно поэтому девелоперам следует все больше внимания обращать на функциональность и современность возводимых объектов и на соответствие их мировым требованиям, продумывая все до мелочей, еще на ранних стадиях проектирования.

Список использованных источников

1. Слабые умрут. Тренды торговой недвижимости на 2017 год [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://reality.ej.by/ably/2017/02/13/slabye-umrut-trendy-torgovoy-nedvizhimosti-na-2017-god.html>. — Дата доступа: 20.02.2018.