

5. Соблюдение определённых правил, комбинирование видов и типов триггеров делает триггер-маркетинг эффективным инструментом управления поведением потребителя.

6. Некоторые триггеры стали использоваться настолько часто и неправильно, что постепенно теряют силу своего воздействия на аудиторию. Но это не повод отказываться от их использования, а возможность искать свежий подход и новые решения.

УДК 339:187.44

Ровнейко М. А.

Научный руководитель: канд. экон. наук, доцент Гарчук И. М.

РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время всё больше и больше компаний в мире развивается по схеме франчайзинга. Франчайзинг (англ. *franchising*) – термин, дословно означающий «передача коммерческой концессии» [1]. В данной бизнес-технологии отношения строятся между франчайзером (лицом, которое продаёт свою торговую марку, бизнес-схему) и франчайзи (лицом, которое выплачивает франшизную плату за право ведения своего бизнеса по образцу чужого).

Статистические данные свидетельствуют в пользу экономической эффективности франчайзинга (рис. 1).

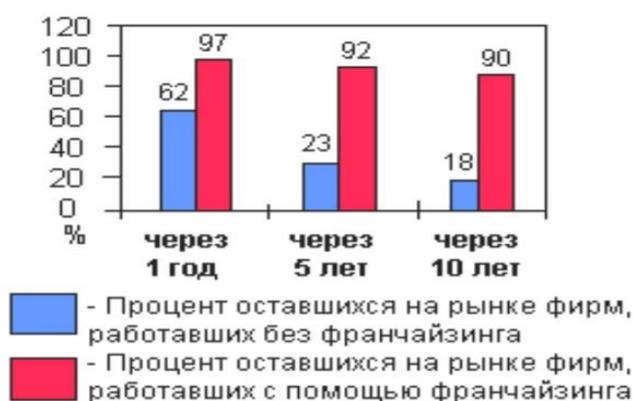


Рисунок 1 – Влияние франчайзинга на конкурентоспособность фирм

Источник: [2, с. 57]

Данная модель бизнеса, изобретённая в XIX в., распространена сейчас во всём мире и активно развивается во многих странах. Для Беларуси эта бизнес-технология пока хорошо не освоена, но уже имеет свою историю развития.

Актуальность исследования обусловлена тем, что франчайзинг – эффективный инструмент для решения проблемы темпов роста экономики нашей страны, несмотря на некоторые его недостатки и сложности развития в условиях пандемии COVID-19.

Как бизнес-концепция франчайзинг предлагает много преимуществ и для франчайзи, и для франчайзера, но есть и недостатки, которые необходимо учитывать, вступая во франчайзинговые отношения. При разумном построении отношений между франшизополучателем и франшизодателем ведение бизнеса в форме франчайзинга будет выгодно обеим сторонам.

Преимуществами франчайзинга для франчайзи (пользователя, франшизополучателя) являются: навыки работы по стандартам высокого качества; проверенная концепция ведения бизнеса при невысоком уровне вложения капитала; постоянная поддержка со стороны франчайзера; использование имени и репутации франчайзера привлекает клиентов; на создание предприятия в системе франчайзинга требуется меньше средств по сравнению с открытием аналогичного самостоятельного бизнеса; франчайзер может оказать содействие в доступе к кредитным ресурсам; возможность пользоваться результатами разработок франчайзера.

Франчайзер (правообладатель, франшизодатель), в свою очередь, кроме получения финансовой прибыли в виде франчайзинговых платежей, при создании системы франчайзинга получает целый ряд преимуществ: быстрое расширение рынков сбыта и укрепление своих позиций на них при низком уровне собственных капиталовложений; возможность сконцентрироваться на совершенствовании характеристик товара, разработке новых продуктов; расширение признания торговой марки фирмы.

Таким образом, бизнес-концепция франчайзинга предлагает преимущества и для франчайзи, и для франчайзера, но есть и недостатки.

Недостатки для франчайзи: зависимость бизнеса от успехов франчайзера; работа строго в рамках франчайзинговой системы.

Недостатки для франчайзера: трудности при контроле сделок франчайзи; влияние плохо работающих франчайзинговых предприятий; проблема сохранения коммерческой тайны; возможность выхода из франчайзинговой системы успешно работающих франчайзи и создание конкуренции.

Развитие франчайзинговых отношений имело проблемы в условиях пандемии COVID-19 как во всём мире, так и, в частности, в Беларуси. С учётом эпидемиологической ситуации и возникшего экономического кризиса франчайзеры опробовали новые форматы работы, постарались найти нестандартные пути решения возникших проблем, разработали специальные предложения для франчайзи. В 2020 г. подешевели многие франшизы благодаря внедрению новых форматов, удешевлению материалов, упрощению концепции. Больше всего кризис, вызванный пандемией COVID-19, затронул отрасли развлекательных услуг, туризма и гостиничного бизнеса, общепита, услуг красоты и здоровья. Повышенным спросом пользовались франшизы медуслуг, аптек, пунктов доставки, онлайн-образования, особенно востребованы стали франшизы формата «магазин у дома». Нельзя не отметить и переход ретейла и сферы услуг в онлайн-режим. Пандемия коронавируса спровоцировала активный интерес франчайзи к франшизам пунктов выдачи заказов от онлайн-магазинов.

Пандемия стала новой ступенью развития для электронного бизнеса. Режим ограничений, а также страх перед общественными местами из-за коронавируса значительно увеличили объёмы интернет-торговли.

Закрытие границ привело к росту внутреннего туризма и отдыха в агро- и экоусадебях. При сохранении данного тренда идёт расширение национальных франшиз в сфере экотуризма.

Франчайзинговая система в белорусской экономике на данный момент находится на стадии становления и не может избежать кризисов и потрясений. Именно поэтому важно, выявив слабые и сильные стороны функционирования данной системы бизнеса на белорусском рынке, понять, как свести негативные последствия к минимуму и какие предложения следует разработать для совершенствования франчайзинга в Беларуси.

Для успешного развития франчайзинга в Беларуси существует ряд барьеров. Необходимо принять определённые правовые, законодательные и экономические меры для успешного развития франчайзинга в нашей стране:

1. Разработать сильное и развитое нормативно-правовое регулирование франчайзинга. В частности, целесообразно издание Закона Республики Беларусь «О франчайзинге» для детального регулирования правоотношений франчайзинга.

2. Избавить франчайзинговый бизнес от излишней бюрократической регламентации.

3. Совершенствовать законодательство в области охраны интеллектуальной собственности.

4. Необходимо усиление государственной поддержки предпринимательства в Республике Беларусь, а в её рамках – франчайзинга.

5. Улучшение условий кредитования на покупку франшизы.

6. Снижение высоких арендных ставок для франшизных предприятий.

7. Для привлечения иностранных франчайзеров следует использовать тот факт, что белорусский рынок пока не насыщен известными брендами и на нём нет серьёзной конкуренции.

8. Целесообразно предложить франчайзерам разрабатывать новые продукты и при их внедрении просить у франчайзи активную обратную связь, что позволит увидеть новые возможности для бизнеса.

9. Необходимо учитывать факт, что франшиза белорусской компании может стать хорошим стартом для бизнеса. Следует обратить внимание на белорусские предложения франшиз, так как преимущества такого сотрудничества очевидны: а) бренд белорусского франчайзера уже известен на локальном рынке, а значит имеет свой круг потребителей; б) работа в рамках законодательства одной страны значительно сокращает риск юридических и правовых нюансов, не требует адаптации под белорусскую действительность (готовый бизнес уже с учётом белорусского законодательства, приоритетов и платёжеспособности населения); в) минимализация издержек на обучение франчайзи положительно сказывается на эффективности ведения бизнеса; г) стоимость франшиз белорусских компаний обычно меньше зарубежных.

10. Следует обратить внимание на то, что сейчас в небольших белорусских городах ввиду невысокой конкуренции удачное время для запуска франшиз. Кроме того, в маленьких городах лучше всего работает самый дешёвый вид продвижения бизнеса – «сарафанное радио».

11. Необходимо обеспечить подготовку достаточного количества квалифицированных специалистов, консультантов, которые смогут помочь в организации франчайзинговой бизнес-технологии в Беларуси.

12. Дополнительное образование заинтересованных лиц (проведение семинаров, тренингов, бизнес-интенсивов, презентаций, выставок, издание специализированных пособий, ведение курса лекций данной тематики в университетах с целью создания благоприятной информационной среды).

Таким образом, наиболее актуальными вопросами исследования франчайзинга являются: оценка его преимуществ и недостатков; влияние экономического кризиса, вызванного пандемией COVID-19; преодоление барьеров, препятствующих развитию франчайзинговой бизнес-технологии в Беларуси.

Список цитированных источников

1. Франчайзинг [Электронный ресурс] / Википедия: свободная энциклопедия. – Wikipedia, 2021. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Франчайзинг>. – Дата доступа: 12.03.2021.

2. Практическое пособие по франчайзингу [Электронный ресурс] / Официальный портал Могилёвского облисполкома. – Могилёвский региональный информационный центр, 2021. – Режим доступа: http://mogilev-region.gov.by/files/prakticheskoe_posobie_franchayzing.pdf. – Дата доступа: 16.02.2021.

УДК 330.332

Савицкая М. С., Макаревич А. С.

Научный руководитель: канд. техн. наук, доцент Парфомук С. И.

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЙ РАСЧЕТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

В современных условиях многообразных экономических процессов и взаимоотношений между гражданами, предприятиями, финансовыми институтами, государствами на внутреннем и внешнем рынках острой проблемой является эффективное вложение капитала с целью его приумножения, или инвестирование.

Инвестиционная деятельность – вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [1].

Инвестирование представляет собой один из наиболее важных аспектов деятельности любого динамично развивающегося коммерческого предприятия. Для всех предприятий актуальность реализации инвестиционных проектов связана с необходимостью создания дополнительной материальной базы, расширения производства, обновления основных фондов [2].

Для принятия решения по реализации коммерческого проекта проводится оценка его экономической эффективности.

В качестве критериев оценки при вынесении решения о разумности реализации используют следующие показатели эффективности:

- чистая приведенная стоимость (*NPV*);
- внутренняя ставка рентабельности (*IRR*);