

С 1 января 2018 года у туристов появляется возможность безвизового въезда на территорию туристско-рекреационной зоны «Брест» (это Брест, Брестский, Жабинковский, Каменецкий и Пружанский районы Брестской области, Свислочский район Гродненской области), безвизовое пребывание для гостей на территории Гродно и всего Гродненского района продлевается на срок до 10 суток. В этих туристических дестинациях увеличивается количество пунктов пропуска для безвизового въезда в туристических целях иностранных граждан, в том числе за счет пунктов пропуска, расположенных на железнодорожных вокзалах и в аэропортах. Это создает хорошие перспективы также для развития региональных аэропортов в Бресте и Гродно [2].

2018 год объявлен Годом туризма Беларуси в Китае. Китайцы – одна из самых путешествующих наций. В прошлом году Россию, где действует безвизовый режим для организованных туристических групп из Китая, посетило около 1,2 млн китайцев. И если в Беларуси будет проведена хорошая работа с российскими партнерами по взаимному признанию визового и безвизового режима, страна может привлечь 10% этого потока.

#### **Список цитированных источников**

1. Гордеева, Л. В. Современное состояние и перспективы развития туризма в Республике Беларусь // Орфановские чтения. Выпуск 3: сборник статей по материалам Всероссийской научно-практической конференции «Орфановские чтения – 2015». – Нижний Новгород: Мининский университет, 2015. – С. 105-109.
2. Национальный олимпийский комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.noc.by/news/belarus-po-itogam-2017-goda-uvlechit-dokhody-ot-turizma-na-chetverti/?print=y>. – Дата доступа: 05.05.2018.
3. Страница Министерства иностранных дел Республики Беларусь «Беларусь – страна в сердце Европы» <http://belarusfacts.by/ru/belarus/tourism/rbl/>. – Дата доступа: 02.05.2018.

УДК 334.021.1

*Мальцева Д. И., Левонюк И. В.*

*Научный руководитель: Кацер А. А., Лазарчук И. М.*

## **ФРАНЧАЙЗИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В настоящее время изучение франчайзинга является одним из актуальных вопросов белорусской экономики. Сегодня в Республике Беларусь уже никого не удивить товарами и услугами, обозначенными известнейшими товарными знаками таких фирм, как "Кока-кола", "Адидас", "Ксерокс", "Шелл", "МакДональдс" и многих других. Эти товарные знаки однозначно ассоциируются у нас с определенным производителем, имеющим высокую репутацию, и косвенно указывают на высокое качество товаров и услуг. Одним из эффективных каналов дистрибуции, по которому эти товары распространяются внутри стран и по всему миру, является франчайзинг.

Некоторые экономисты рассматривают франчайзинг как систему продвижения на рынке товаров и/или услуг, а также технологий, которая основана на тесном и продолжительном сотрудничестве между юридически и финансово независимыми сторонами – франчайзером и франчайзи.

При этом франчайзер – это крупная головная компания, которая передает определенные права, в том числе право пользования торговой маркой. Фран-

чайзи – небольшая компания, которая получает по договору определенные права, включая право на пользование торговой маркой. Контракт между этими сторонами представляет собой франшизу – право на создание франшизного предприятия и на торговлю продукцией или предоставление франшизных услуг более крупной фирмы на определенных условиях и за определенную компенсацию на определенной территории [1].

Современный франчайзинг заключается в предоставлении предпринимателю права пользования брендом и концепцией бизнеса. Это право предоставляется за определенную плату и ограничено со стороны правообладателя (франчайзера), так как он оставляет за собой полномочия принимать решения по ведению бизнеса и контролю.

Главным преимуществом франчайзинга считают минимизацию рисков для инвестора в новом бизнесе. Подобный бизнес потребует меньше средств на рекламу, а также раскрутку бренда, идеально подходя, к примеру, для торговли. Этим можно объяснить факт того, что в мире 90 процентов розничных сетей активно развиваются посредством франчайзинга. Однако, стоит отметить, что Беларусь данная тенденция пока почти не затрагивает [2].

На белорусском рынке стали известны американские, европейские и российские франшизы.

По отраслям наибольшее представительство получилось у торговцев готовой одеждой и обувью. Среди известных брендов, присутствующих на рынке Беларуси по франчайзингу, нидерландский Mexx, итальянский United Colors of Benetton, французский Etam, испанские Mango и Women's Secret, немецкий s.Oliver. Беларусь стала 40-й страной мира, в которой представлен британский бренд одежды для мам и детей Mothercare. В прошлом году появились на рынке Original Marines и Intersport.

К успешным франчайзинговым проектам относится сеть магазинов американского бренда Columbia и польского Top Secret. У каждого число торговых точек, открытых в различных городах страны, превышает десяток. Несколько лет присутствует в Беларуси польский джинсовый бренд Big Star. И, конечно, нужно отметить экспансию на белорусский рынок российских брендов. Это, прежде всего, "Твое", Sela и Oodji. В нескольких городах Беларуси открыты магазины одежды Tom Farr, Concept Club, Savage, Newform и других брендов. Самый крупный проект россиян в этом сегменте – это сеть магазинов Kari и Kari kids. Их число в Беларуси перевалило за сорок.

На сегодняшний день на белорусском рынке представлены практически все известные мировые бренды, которые занимаются сдачей в аренду и в лизинг автомобильной техники. Это – французский Europcar, немецкий Sixt, британский Avis Europe и американский Budget Rent A Car.

Высок интерес международных брендов в отельной индустрии. В 2014 году в Минске открылся отель Renaissance. В текущем году сдают в эксплуатацию отель под еще более популярным на рынках брендом Hampton by Hilton. Также открылся DoubleTree by Hilton и сразу нескольких отелей под брендами французской гостиничной группы Accor – Novotel, Mercure и Ibis. Крупнейшая туристическая сеть Tez Tour.

В 2014 году к одной из крупнейших мировых сетей общепита T.G.I. Friday's прибавились пекарня Cinnabon, американская пиццерия Papa John's Pizza, KFC, Burger King, Subway, McDonald's.

В сегменте "Красота и здоровье" есть успешные франшизы – сеть магазинов французской косметики Yves Rocher, Inglot. Несколько лет на белорусском ювелирном рынке представлен швейцарский часовой бренд Swatch, Swarovski. Официальным партнером австрийцев стала белорусская компания Ziko.

Динамично развивается в Беларуси, открывая новые заведения, американская сеть спортивных клубов Curves International. Еще одно направление в этом сегменте – это сеть медицинских лабораторий "Инвитро".

Франшизой № 1 в Беларуси, если брать число торговых точек или партнеров, безусловно, являются программные продукты известной российской компании 1С.

За последние годы стали активизироваться белорусские игроки, создавая свои франшизы. Отрываются за рубежом по франчайзинг-системе и магазины «Мілавіца», которых нынче более 550 в двадцати странах. По франчайзингу осуществляют свою деятельность также торговые объекты «Оранжевый верблюд», а также магазины фирмы Serge.

Для того, чтобы увидеть, насколько развит франчайзинг в Республике Беларусь, сравним его с некоторыми странами в табл. 1

Таблица 1 – Развитие франчайзинга [3]

Страна	Развитие	Кол-во франчайзеров	Кол-во франчайзи	Уровень развития франчайзинга в стране
США	с 1851 года (с продажи швейных машин Зингера); классический товарный франчайзинг – с 1920-х годов	2400	767000	Очень высокий практически во всех сферах; лидер в развитии франчайзинга
Германия	с 60-х годов XX века как новый метод распределения товаров	950	49000	Высокий; передовые позиции среди европейских стран
Великобритания	Основы франчайзинга использовались в 1800-х годах; зарождение классического франчайзинга – 50-е годы XX века	670	30000	Высокий; передовые позиции среди европейских стран; испытывает влияние США
Китай	в начале 90-х годов XX века как новое орудие бизнеса	2500	130000	Высокий; динамичное развитие; огромное число франчайзинговых сетей
Россия	с 1992 года	150	2500	Развитие идёт достаточно быстрыми темпами; в скором времени ожидается франчайзинговый бум
Беларусь	2005 год – начало эры франчайзинга	около 5	около 100	Находится на начальном этапе

США, Германия, Великобритания, Китай занимают передовые позиции в развитии франчайзинга, Россия и Беларусь по количеству франчайзеров и франчайзи заметно отстают.

Прежде всего следует отметить, что в странах-лидерах франчайзинг как новая форма бизнеса появился давно, к настоящему времени у них накоплен определённый опыт и закрепились позиции на рынках многих стран. В Беларуси франчайзинговые договоры начали заключать только с 2005 года, для наших предпринимателей это новое явление, которое будет изучаться годами [4].

Рынок франчайзинга в Беларуси находится на ранней стадии развития. Эксперты полагают, что многие успешные компании в республике пока еще не осознали важность таких механизмов для развития собственных сетей. Белорусские предприятия в настоящее время выступают в основном в роли франчайзи (т. е. покупателя франшизы), так как для того чтобы предлагать свою продукцию к реализации по системе франчайзинга, необходимо иметь стабильное материальное положение, готовность поддержать своего партнера во время становления компании. А многие отечественные предприятия зачастую сами находятся в кризисной ситуации, поэтому не могут брать на себя такую ответственность. В то же время очевидно, что при благоприятном развитии ситуации в странах СНГ могло бы найтись множество предприятий, заинтересованных в распространении белорусской продукции.

Франчайзинг – один из эффективнейших способов развития бизнеса как для фирм, уже добившихся успеха и желающих развиваться дальше, так и для мелкого предпринимателя, начинающего бизнесмена [5].

Среди тенденций развития франчайзинга можно выделить:

- увеличение числа предприятий на основе франчайзинга;
- государственный сектор всё больше стал рассматривать франчайзинг как наиболее вероятную стратегию своего ближайшего развития малого предпринимательства в Республике Беларусь;
- начались изменения в законодательной базе, направленные на снятие ограничений на заключение договоров франчайзинга;
- всё большая заинтересованность предпринимателей в данной форме бизнеса, проведение различных конференций, развитие информационной базы.

Франчайзинг – это новая и перспективная система отношений по построению и ведению бизнеса. Франчайзинг открывает широкие возможности для бизнесмена. Используя франчайзинг, франчайзер стремится получить выгоды от широкого и быстрого расширения своего бизнеса, не прибегая к кредитам и не беря на себя серьезные финансовые обязательства.

Франчайзинг позволяет производителям осуществлять больший контроль над условиями реализации своей продукции по сравнению с тем, который они могли бы осуществлять, если бы использовали один из каналов реализации, где отсутствует такая тесная взаимосвязь с агентами или представителями. Франчайзинг дает предпринимателю возможность начать собственное дело, пользуясь опытом, знаниями и поддержкой со стороны того, кто предоставляет франшизу.

Франчайзинг в Беларуси находится на начальном этапе своего развития в основном из-за отсутствия специальной правовой базы, регулирующей функционирования франчайзинга и из-за отсутствия понимания у людей о том, что данная форма бизнеса является всё более перспективной.

На сегодняшний день для Республики Беларусь чрезвычайно важным является открыть себя для всемирно известных компаний-франчайзеров. В выигрыше от этого будут все: белорусское государство, субъекты хозяйствования и потребители, а также зарубежные франчайзеры. Ведь наше государство на сегодняшний день остро нуждается в скорейшем развитии тех сфер, где франчайзинг наиболее широко применяется – сферы быстрого питания, придорожного сервиса, автосервиса, бытового обслуживания, отдыха и развлечений, охраны здоровья, мелкорозничной торговли и многих других. Участвуя во франчайзинговых соглашениях с известными зарубежными производителями этих услуг, белорусский малый и средний бизнес мог бы способствовать решению таких важных проблем национальной экономики, как создание новых рабочих мест, обеспечение мирового качества услуг, поступление валюты. Таким образом, направив свои силы на развитие франчайзинга в Республике Беларусь, можно постепенно решать целый ряд других экономических проблем.

#### **Список цитированных источников**

1. Багдасарян, А. Ф. Гражданско-правовые проблемы заключения договора коммерческой концессии (франчайзинга) // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук / Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова (МГУ). – Москва, 2008.
2. Бахарев, В. В. Франчайзинг как инструмент развития малого предпринимательства // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2013.
3. Колесников, В. Построение франчайзингового бизнеса. Курс для правообладателей и пользователей франшиз. – СПб.: Питер, 2012. – 288 с.
4. Ардашева, Л. М. Положительные отношения между целями прибыли франчайзера и ростом франчайзинговой системы / Л. М. Ардашева, А. О. Скопин // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2010.
5. Артеменков, И. Стоит начать с франчайзинга // Экономика и жизнь. – 2016.

УДК 339.371.5

**Марчук А. В.**

**Научный руководитель: ст. преподаватель Бударян Т. А.**

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

В современной экономике возрастает важность развития и совершенствования розничной торговли и государственного регулирования этого процесса. Благополучие современной экономики напрямую зависит от состояния потребительского рынка. Особая роль розничной торговли выражается в том, что она влияет на развитие производства, дает возможность наиболее эффективно использовать материальные ресурсы для удовлетворения потребностей населения. Несмотря на небольшую ёмкость рынка, у белорусской сетевой торговли внушительный потенциал.

Одной из самых привлекательных сфер вложения капитала в Республике Беларусь сегодня становится сетевой ритейл. За несколько последних лет этот сегмент изменился до неузнаваемости. Причем не только за счет появления на белорусском рынке новых игроков. Практически все более или менее крупные торговые компании, а вслед за ними производители, начали со-