

swimwear of "Mark Formelle" will lead to the following positive effect: the speed and ease of finding information about new products and collections of swimwear on the company's website; providing the consumer with the possibility of a detailed choice of the best swimsuit model; increasing the volume of the target audience by expanding the range of bathing products due to the beach tunic; the possibility of convenient acquaintance with information on new bathing suits and tunics through Instagram; attracting consumers by placing posts and banners using triggers and sensor marketing tools.

Using the recommendations proposed in the promotion project will allow "Mark Formelle" to increase the reach of the target audience, attract the attention of potential consumers, which will have a positive socio-economic effect.

References

1. Mark Formelle [Elektronnyy resurs] / Ofitsial'naya gruppa OOO «Mark Formelle» v sotsial'noy seti Instagram. Available at: <https://instagram.com/markformelle?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ> (accessed: 23.05.2023).
2. Mark Formelle [Elektronnyy resurs] / Ofitsial'nyy sayt OOO «Mark Formelle». Available at: <https://markformelle.by> (accessed: 24.05.2023)..

УДК 339:187.44

ФРАНЧАЙЗИНГОВАЯ ПОЛИТИКА СОАО «КОММУНАРКА»: ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

М.А. Ровнейко

Брестский государственный технический университет
Республика Беларусь, г. Брест, ул. Московская, 267
0101margarita@mail.ru

В статье рассматривается разработанный автором проект рекомендаций по совершенствованию франчайзинга белорусского бренда СОАО «Коммунарка» в целях увеличения экономической прибыли предприятия.

Ключевые слова: инновационный маркетинг, франчайзинг, франчайзинговая политика, франшиза, франчайзи, франчайзер, Коммунарка.

FRANCHISING POLICY OF «KOMMUNARKA»: WAYS TO IMPROVE

M.A. Rovnejko

Brest State Technical University
Republic of Belarus, Brest, st. Moskovskaya, 267
0101margarita@mail.ru

The article discusses the draft recommendations developed by the author for improving the franchising of the Belarusian brand JOJSC «Kommunarka» in order to increase the economic profit of the enterprise.

Keywords: innovative marketing, franchising, franchising policy, franchise, franchisee, franchisor, Kommunarka.

Франчайзинг как один из самых успешных и эффективных способов ведения бизнеса применяется во всех странах с развитой рыночной экономикой [1–2]. На современном этапе мировой рынок франчайзинга растёт и считается одним из самых перспективных [3]. Одно из направлений деятельности белорусского кондитерского бренда СООО «Коммунарка» – развитие франчайзинговой сети [4]. С учётом анализа маркетинговой среды фабрики автором разработаны предложения по совершенствованию её франчайзинговой политики.

У СООО «Коммунарка» нет собственного сайта о франшизе. Информацию о её франчайзинговой деятельности можно получить на сайте Ассоциации франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» и на официальном сайте предприятия, пройдя в закладку «Торговая сеть», что не очень удобно для потенциального франшизополучателя [5–6]. Информация о франчайзинговой деятельности фабрики, размещённая на её сайте, требует доработки. Потенциальный франчайзи хочет оперативно получать достоверную и актуальную информацию с максимальным для себя комфортом. Будет удобно, если сможет ознакомиться с полным перечнем всей необходимой информации из одного источника, не совершая долгих поисков наиболее оптимального источника информации. Для решения рассмотренной проблемы автором было предложено непосредственно на сайте предприятия создать специальный каталог, кликнув по которому заинтересованное лицо сможет ознакомиться с нужной информацией. Для привлечения внимания франчайзи этот каталог должен занимать правильную позицию на веб-странице. Информацию о франшизе компании необходимо разместить в подразделе «Франчайзинг». Этот подраздел должен входить в раздел «О компании», который потенциальный франчайзи сможет увидеть сразу при входе на сайт фабрики. Путь к получению информации будет следующим: набор в строке поисковой системы ключевых слов «сайт коммунарки», далее переход по первой предложенной ссылке <http://www.kommunarka.by> (официальный сайт фабрики), затем открытие раздела «О компании» и выбор подраздела «Франчайзинг».

Рекомендуемый путь к получению информации отражён на рисунке 1:

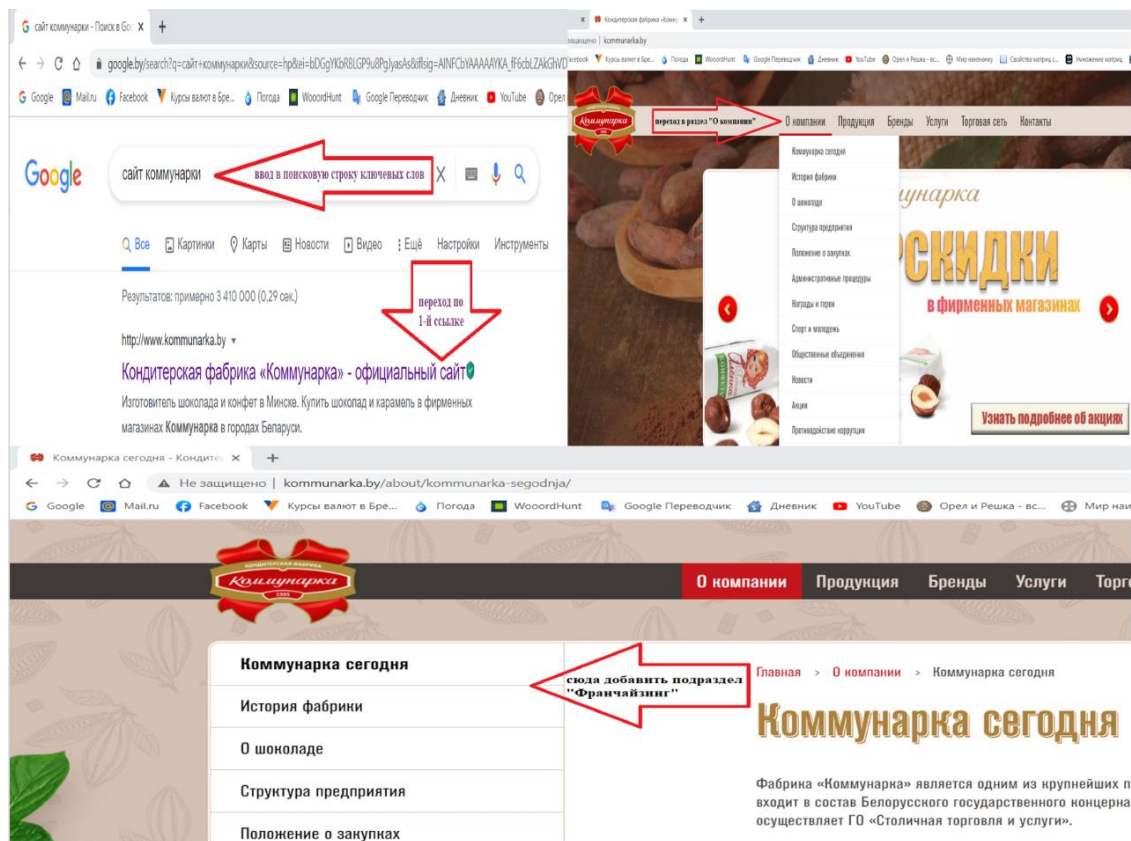


Рис. 1. Рекомендуемый путь к получению информации о франчайзинговой деятельности СООО «Коммунарка»

Следующий этап – изложение в рассматриваемом подразделе исчерпывающей информации. Для наиболее востребованной информации следует сделать специальную ссылку в виде красного подсвечивающегося прямоугольника (акцентирующий цвет) с надписью «FAQ» (часто задаваемые вопросы).

Расположение информации непосредственно о самой франшизе играет очень важную роль. Автор работы обратился к решению этой проблемы и предложил следующий порядок расположения информации: размер паушального взноса; размер выплаты роялти; срок окупаемости вложенных инвестиций; срок отсрочки платежа при поставке товара; направления, по которым даются рекомендации для франчайзи; основные требования к франшизополучателю при приобретении им франшизы; предпочтительные личностные черты характера потенциальных франчайзи. По мнению автора, такое расположение инфоблоков обеспечит максимальный охват всей необходимой информации в последовательной и исчерпывающей форме.

Информацию по каждому из предложенных пунктов необходимо привести в отдельных ссылках. С подробной информацией по каждому вопросу франчайзи сможет ознакомиться, перейдя по приведённым синим ссылкам.

Таким образом, на сайте СОАО «Коммунарка» подраздел «Франчайзинг» будет представлен так, как на рис. 2:

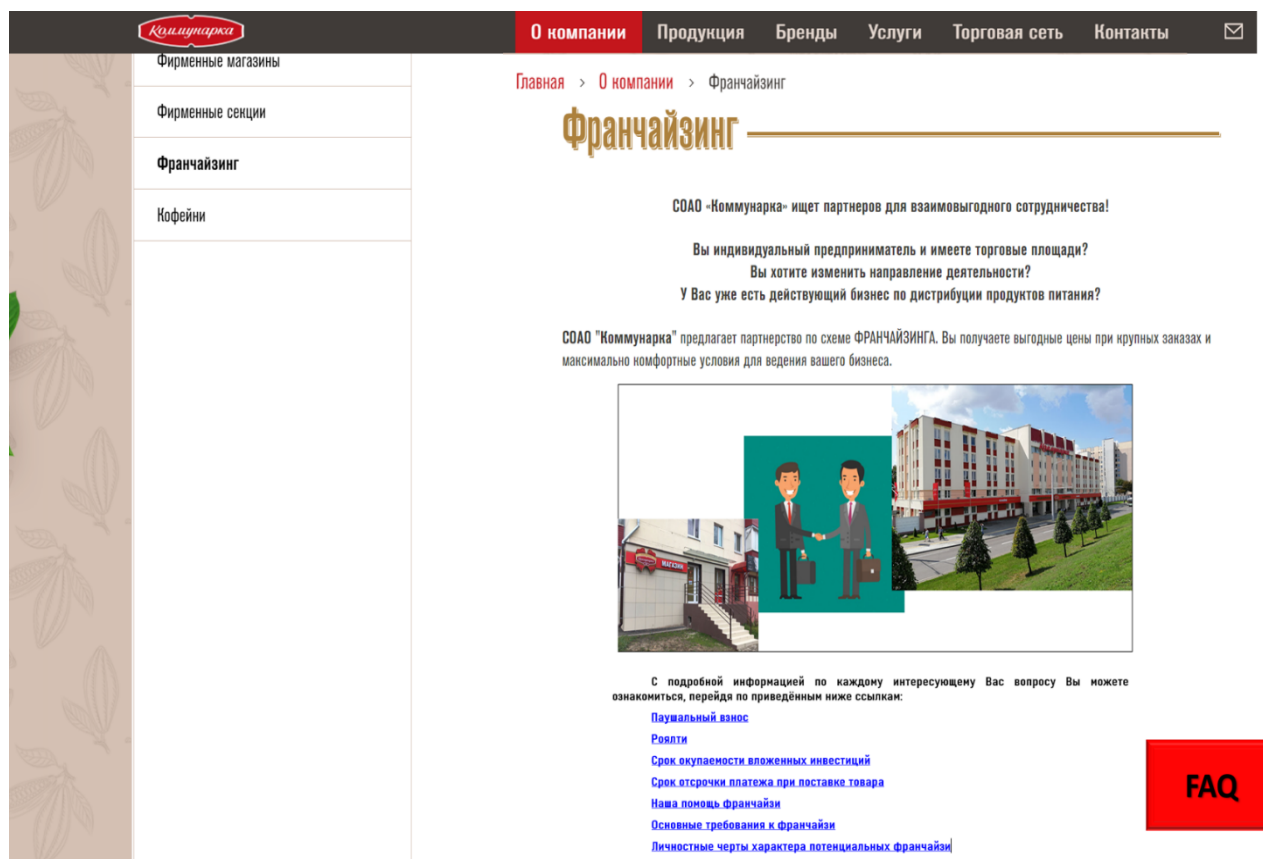


Рис. 2. Вариант оформления подраздела «Франчайзинг» на сайте СОАО «Коммунарка»

Следует обратить внимание на то, что информация о франшизе СОАО «Коммунарка» должна быть размещена на одной из самых популярных и наиболее посещаемых площадок – Instagram. С этой целью в уже имеющемся профиле предприятия в Instagram в разделе «Актуальное» можно создать подраздел «Франчайзинг», где будет представлена вся информация по предлагаемой франшизе [7].

Отличительной особенностью постов для франчайзи может стать маленький значок рукопожатия, расположенный в верхнем левом углу (в этом месте он не будет мешать прочте-

нию основного текста поста). Эта деталь поможет сакцентировать внимание на том, что этот пост на тему франчайзинга. Кроме того, знак рукопожатия – это символ надёжных, доверительных отношений, что психологически очень важно для франшизодателя и франшизополучателя.

С целью реализации вышеперечисленных рекомендаций автором предложена следующая разработка для профиля СОАО «Коммунарка» в Instagram (рис. 3):

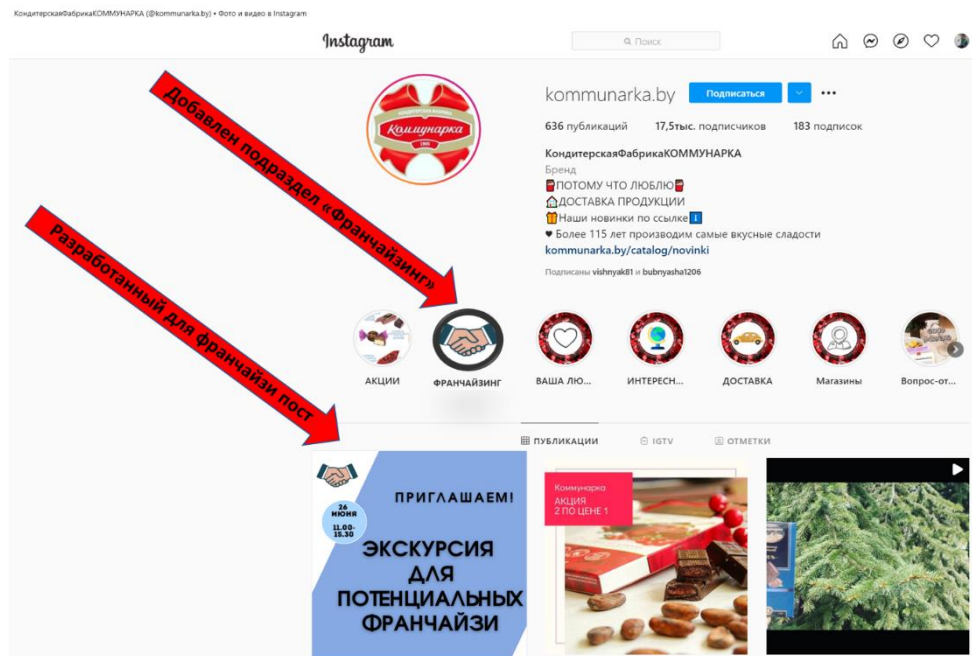


Рис. 3. Вариант разработки для профиля СОАО «Коммунарка» в Instagram

Следует отметить, что специалисту по франчайзинговой деятельности предприятия необходимо быстро и профессионально реагировать на запросы потенциальных франчайзи. В связи с этим рациональным шагом будет подготовка квалифицированных консультантов, которые смогут сделать качественную рекламу франшизы фабрики и помочь франчайзи в организации бизнеса. Такой специалист должен уметь представить необходимую информацию в наглядной форме, что особенно удобно для восприятия. Например, он может предложить потребителю франчайзинговых услуг посмотреть свою презентацию, в которой кратко и доступно изложена информация по франшизе. Особенно важным будет слайд, на котором размещена информация под названием «Ваши дальнейшие действия». Такой заголовок психологически подталкивает потенциального франчайзи к приобретению предлагаемой франшизы (триггер «импульс»).

Ещё одна рекомендация по совершенствованию франчайзинга в СОАО «Коммунарка» – проведение рекламных экскурсий по предприятию для потенциальных франшизополучателей. Благодаря данной экскурсии кандидаты во франчайзи смогут получить полный объём информации о предприятии, ознакомиться с его продукцией и франчайзинговой деятельностью. Предложенный автором руководству СОАО «Коммунарка» план такой экскурсии был одобрен и внедрён в хозяйственную деятельность фабрики.

Таким образом, разработанные автором предложения по совершенствованию франчайзинговой деятельности СОАО «Коммунарка» приведут к следующему положительному эффекту: быстрота и лёгкость нахождения информации о франшизе предприятия на сайте фабрики; предоставление потенциальному франчайзи полной информации по интересующим вопросам; возможность удобного ознакомления с информацией по франшизе с помощью социальной сети Instagram; увеличение аудитории потенциальных франшизополучателей компании.

Вышеперечисленные эффекты помогут предприятию построить более рентабельную франчайзинговую модель, что положительным образом отразится на его экономических показателях.

Список использованных источников

1. Франчайзинг не существует отдельно от бизнес-среды [Электронный ресурс] / Экономическая газета. 2021. № 45. URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/franchajzing--ne-suschestvuet-otdelno-ot-biznes-sredy/> (дата обращения: 10.09.2023).
2. Практическое пособие по франчайзингу [Электронный ресурс] / Официальный портал Могилёвского облисполкома. URL: http://mogilev-region.gov.by/files/prakticheskoe_posobie_franchayzing.pdf (дата обращения: 06.09.2023).
3. Общепит со скромными вложениями: какие франшизы сейчас наиболее популярны в Беларуси [Электронный ресурс] / Информационный центр Ассоциации профессиональных управляющих в сфере антикризисной деятельности. URL: <https://prodelo.by/obshhepit-so-skromnymi-vlozheniyami-kakie-franshizy-sejchas-naibolee-populyarny-v-belarusi/> (дата обращения: 09.09.2023).
4. СОАО «Коммунарка» [Электронный ресурс] / Официальный сайт СОАО «Коммунарка». URL: <http://www.kommunarka.by> (дата обращения: 06.09.2023).
5. Белфранчайзинг [Электронный ресурс] / Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг». URL: <https://belfranchising.by> (дата обращения: 23.08.2023).
6. Каталог франшиз: Коммунарка [Электронный ресурс] / Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг». URL: <https://belfranchising.by/katalog-franshiz/kommunarka> (дата обращения: 07.09.2023).
7. Коммунарка [Электронный ресурс] / Официальная группа СОАО «Коммунарка» в социальной сети Instagram. URL: <https://instagram.com/kommunarka.by?igshid=MzRIODBiNWFIZA==> (дата обращения: 10.09.2023).

References

1. Franchayzing ne sushchestvuet ot del'no ot biznes-sredy. Available at: <https://neg.by/novosti/otkrytj/franchajzing--ne-suschestvuet-otdelno-ot-biznes-sredy/> (accessed: 10.09.2023).
2. Prakticheskoe posobie po franchayzingu. Available at: http://mogilev-region.gov.by/files/prakticheskoe_posobie_franchayzing.pdf (accessed: 06.09.2023).
3. Obshhepit so skromnymi vlozheniyami: kakie franshizy sejchas naibolee populyarny v Belarusi. Available at: <https://prodelo.by/obshhepit-so-skromnymi-vlozheniyami-kakie-franshizy-sejchas-naibolee-populyarny-v-belarusi/> (accessed: 09.09.2023).
4. SOAO «Kommunarka» Available at: <http://www.kommunarka.by> (accessed: 06.09.2023).
5. Belfranchayzing. Available at: <https://belfranchising.by> (accessed: 23.08.2023).
6. Katalog franshiz: Kommunarka. Assotsiatsiya franchayzerov i franchayzi «Belfranchayzing». Available at: <https://belfranchising.by/katalog-franshiz/kommunarka> (data obrashcheniya: 07.09.2023).
7. Kommunarka Available at: <https://instagram.com/kommunarka.by?igshid=MzRIODBiNWFIZA> (accessed: 10.09.2023).

© Rovneyko M.A., 2023