

географическим положением Республики Беларусь. К основным статьям экспорта также относятся компьютерные и строительные услуги.

Основными торговыми партнёрами Беларуси в сфере услуг являются Россия (около 40% от объема экспорта) и страны ЕС (более четверти экспорта).

УДК 339.13

Студ. Т. С. Грищенко, А. П. Янковский
Науч. рук. доц. С. В. Шишло
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ФРАНЧАЙЗИНГ В БЕЛАРУСИ

В современном мире бизнеса ничто не стоит на месте – любое промедление может привести к поражению в конкурентной борьбе. Крупные компании стремятся стать еще крупнее, мелкие – занять достойное место на рынке и дорасти до размера крупных. Одним из самых эффективных средств достижения этих целей является франчайзинг.

Логика франчайзинга проста: если кому-то удалось воплотить в жизнь хорошую идею и заработать на ней деньги, то почему бы не предоставить эту идею в аренду другим предприимчивым людям и не заработать на ней еще больше. Развитие франчайзинга произошло в США, где с 1860-х годов франчайзинг использовался американской компанией по производству швейных машин «Зингер». Введение в практику торговли нового приема объяснялось следующим: домохозяйки неохотно приобретали новое механическое оборудование, а создание сети собственных продавцов на огромной территории США требовало значительных затрат. Тогда владелец компании решил продавать право на продажу и обслуживание швейных машин «Зингер» на определенной территории независимым продавцам. Причем продавцы платили за машину \$60, а продавали ее за \$125. Второй яркий пример в 1945-м Рэй Крок, создатель компании «McDonaldsInk.», предложил передавать вместе с франшизой не только товар и брэнд, но и целую модель ведения бизнеса. В договоре компании было прописано практически все возможное: от цвета униформы персонала до размера столиков в кафе.

Сегодня на рынке существуют тысячи франшиз. Они отличаются по отрасли, в которой работают, по размеру вступительного взноса и по содержанию договора, который подписывают партнеры. Современный франчайзинг – это

своеобразная форма лицензирования, где одна сторона, то есть франчайзер, предоставляет другой стороне – франчайзи – возмездное право действовать от своего имени, использовать товарные знаки, брэнды, ноу-хау, исследования, информацию и др. В свою очередь владелец франшизы получает ежемесячный процент от оборота нового бизнеса – так называемые роялти. Или другую выгоду – например, исключительное право поставлять франчайзи комплектующие или товар. К преимуществам франчайзинга относят, прежде всего, минимизацию рисков в новом бизнесе для инвестора. По данным Международной ассоциации франчайзинговых организаций, успешными оказываются 8 из 10 франчайзинговых компаний, так как они используют уже проверенную и эффективную бизнес-модель. Такой бизнес требует меньших затрат на рекламу и раскрутку брэнда и идеально подходит, например, для торговли. Это объясняет тот факт, что 90% розничных сетей в мире развиваются с помощью франчайзинга.

В 2012 году оборот мирового рынка франчайзинга составил около \$5,6 трлн. и продемонстрировал почти 37%-ный рост по сравнению с предыдущим годом. Лидером в этой сфере традиционно являются США, где на условиях франчайзинга работают более миллиона компаний. Рост оборотов франчайзинговых сетей сегодня в основном обеспечивается за счет активного выхода на азиатский рынок американских и европейских игроков, которые активно продвигают свои франшизы. При этом в Беларуси по ряду причин такой механизм ведения бизнеса развивался очень медленно.. Во-первых, долгое время в Беларуси не было законодательной базы для развития этого вида бизнеса. Только в 2005 г. в Гражданском кодексе появилась отдельная глава, посвященная франчайзингу. А если учитывать, что пик выхода мировых франшиз на рынок России и Украины пришелся как раз на начало 2000-х, то нетрудно сделать вывод, что наша страна попросту «проспала» наиболее благоприятное время для развития франчайзинга. Несмотря на то, что первый такой договор был зарегистрирован у нас в 2006 году, началом формирования белорусского рынка франчайзинга эксперты считают 2011-й, когда в стране появилась Ассоциация франчайзеров – «БЕЛФРАНЧАЙЗИНГ». Она занимается продвижением франшиз на белорусском рынке, а также в её состав входит бюро разработки франшиз. Бюро занимается тем, что помогает белорусским компаниям создать пакет документов, с помощью которого можно создавать и развивать свою франчайзинговую сеть.

По данным Национального центра интеллектуальной собственности, сейчас в Беларуси зарегистрировано около 130 франчайзинговых договоров. Большинство из них – в сфере розничной торговли, общепита и услуг. До Минска уже добрались хорошо известные иностранные франшизы: сети ресторанов «Иль Патио», «Фрайдис», сеть пироговых «Штолле», гостиница Crownplaza. А вот McDonald`s, который часто по ошибке считают франшизой, в Беларуси таковой не является. Он напрямую принадлежит McDonald`s Corporation. В последние годы активизировались и белорусские игроки, которые стали создавать франшизы. Активно открывает свои магазины за рубежом по системе франчайзинга «Мілавіца», «Коммунарка», «Красный пищевик» и т. д. на момент 2012 г. их было 550 в 20-ти странах мира. По франчайзингу работают также магазины «Оранжевый верблюд» и торговые точки производителя нижнего белья и трикотажа компании Serge.

УДК 339

Студ. Д. И. Самосюк, С. В. Жуков
Науч. рук. асс. Е. А. Дербинская
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА БЕЛАРУСИ

Социальная политика – это система мер, направленных на достижение социальных целей и результатов, связанных с повышением благосостояния, улучшением качества жизни населения и обеспечением социально-политической стабильности, социального партнерства в обществе

Социальная политика осуществляется как на микроуровне (социальная политика фирм, организаций, корпораций), так и на макроуровне (социальная политика государства).

Функции социальной политики: содействие развитию отношений справедливости в обществе; формирование системы социальной защиты, условий для роста благосостояния; проведение политики доходов; стабилизация социального мира, экономических отношений и социального положения; стимулирование экономической активности населения; гарантия обеспечения минимально допустимого уровня жизни, адресная поддержка граждан.

Задачи социальной политики: подготовка и реализация программ занятости; помощь наиболее социально уязвимым слоям