

Этого можно достичь, проанализировав факторы, которые влияют на выбор потребителя на каждом этапе принятия решения о покупке, воспользовавшись теорией Филипа Котлера [1, с. 143] и результатами опроса, проведенного среди студентов БГЭУ.

Первым этапом принятия решения о покупке является возникновение проблемы. На этом этапе важнейшими факторами являются культура и мотивация. Осознав потребность в товаре, потребитель переходит к этапу поиска информации, где важнейшими факторами являются референтные группы, а также отзывы и рейтинги.

Следующим этапом является оценка вариантов [2, с. 53]. Выделяемые факторы: социальное положение и персонализация приложений.

После оценки всех вариантов потребитель приступает к принятию решения о покупке. Влияющие факторы: тип личности, быстрота и удобство покупки.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что выбор потребителей является совокупностью факторов, многие из которых не поддаются влиянию со стороны производителей, но полезны для поиска покупателей с повышенной заинтересованностью в продукте. В то же время разумное сочетание технических и антропологических факторов повышает качество обслуживания клиентов. Следовательно, понимание факторов, определяющих потребительские предпочтения в цифровую эпоху, становится крайне важным для бизнеса, маркетинга и экономической теории, ведь доступ к информации, онлайн-покупки, персонализированные рекомендации и другие цифровые инновации меняют способы принятия решений и взаимодействия с товарами и услугами.

### **Источники**

1. *Котлер, Ф.* Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. — Минск : Вильямс, 2007. — 656 с.

2. *Hawkins, D.* Consumer Behavior: Building marketing Strategy / D. Hawkins, R. J. Best, K. A. Coney. — 9-th ed. — Boston : McGraw-Hill Irwin, 2007. — 790 p.

3. *Береговская, Т. А.* Поколение Z: потребительское поведение в цифровой среде / Т. А. Береговская, С. А. Гришаева // Вестн. ГУУ. — 2020. — № 1. — С. 92–100.

**А. К. Зверева**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Т. В. Ревецкая  
БГЭУ (Минск)*

## **РОЛЬ ФРАНЧАЙЗИНГА В РАЗВИТИИ БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Франчайзинг является одной из эффективных стратегий развития бизнеса, позволяющей компаниям расширять свое присутствие на рынке за счет партнер-

ства с инвесторами или предпринимателями. В Республике Беларусь франчайзинг становится все более значимым инструментом развития предпринимательства и фактором экономического роста.

Согласно данным мировой статистики, франчайзинг значительно снижает риски ведения бизнеса: если среди самостоятельно созданных бизнесов лишь около 15 % работают больше пяти лет, то среди франчайзинговых — более 80 %. Для франчайзера — это способ быстро развить сеть, разделяя инвестиции и риски с покупателями франшизы [1].

Рынок франчайзинга в Республике Беларусь возник около 20 лет назад. К основным трендам его развития относятся ежегодный рост числа зарегистрированных договоров и преобладание сделок, связанных с покупкой белорусских франшиз.

В 2023 г. в Беларуси было зарегистрировано 175 договоров франчайзинга. Практически все они заключены между белорусскими субъектами хозяйствования. Подавляющее большинство франшиз относится к сферам общественного питания (включая кофе-пойнты) и торговли (кондитерские изделия, одежда, строительные товары, велосипеды, автомобильные запчасти, иные товары) [2].

Лидером белорусского рынка по числу зарегистрированных договоров является компания «Кофе Саунд групп». В 2023 г. она открыла 200-ю кофейню под своим брендом. Значительное количество договоров зарегистрировали белорусские производители кондитерской продукции «Красный пищевик», «Спартак» и «Коммунарка». В 2023 г. более 30 новых точек было открыто сетью пончиковых «Пон-пушка», которая не только успешно развивается в нашей стране, но вышла на российский рынок [3].

Согласно прогнозам экспертов, в ближайшем будущем, если не произойдут очередные серьезные потрясения, рынок франчайзинга продолжит укреплять свои позиции в Республике Беларусь. Однако нестабильность экономической среды и изменения в законодательстве могут временно замедлить темпы его роста и вынудить предпринимателей адаптироваться к новым условиям и требованиям [4].

Для обеспечения устойчивого развития франчайзинга в Республике Беларусь в будущем важно поддерживать баланс между регулятивными изменениями и стимулированием франчайзинговых инвестиций.

## Источники

1. Какие франшизы можно открыть в Беларуси в 2024 году [Электронный ресурс] // Onliner. — Режим доступа: <https://money.onliner.by/2024/02/15/biznes-po-franshize>. — Дата доступа: 15.03.2024.

2. Кофе, пончики и прочие сладости: какие франшизы были самыми популярными в Беларуси в 2023-м [Электронный ресурс] // PROBUSINESS.IO. — Режим доступа: <https://probusiness.io/markets/11318-kofe-ponchiki-iprochie-sladosti-kakie-franshizy-byli-samyimi-populyarnymi-vbelarusi-v2023-m.html>. — Дата доступа: 15.03.2024.

3. Какие франшизы популярны в Беларуси? Спросили у эксперта [Электронный ресурс] // Myfin.by. — Режим доступа: <https://myfin.by/stati/view/skolko-stoit-fransiza-uznali-o-predlozeniah-na-belorusском-rynke>. — Дата доступа: 15.03.2024.

4. «Без резких провалов и подъемов»: как прошел год для белорусского рынка франчайзинга [Электронный ресурс] // Новости Беларуси: экономика, финансы, право и бизнес. — Режим доступа: <https://neg.by/novosti/otkrytj/kak-proshel-god-dlya-belorusского-rynka-franchayzinga/>. — Дата доступа: 15.03.2024.

**В. А. Степаненко**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук А. А. Бажина  
БГЭУ (Минск)*

## **ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В БЕЛАРУСИ**

До начала процессов глобализации экономика Беларуси была ориентирована на Советский Союз и в значительной степени зависела от него. Преобладала плановая экономика. Более 70 % предприятий находились в государственной собственности, что обеспечивало государству контроль над экономикой.

Изменения начались с 1996 г., когда первым Всебелорусским народным собранием были одобрены Основные направления социально-экономического развития Республики Беларусь на 1996–2000 гг. В Беларуси начался последовательный экономический рост, и все последующие годы республика систематически демонстрировала стремление к улучшению своих экономических показателей.

Положительное сальдо внешней торговли товарами и услугами Беларуси в 2023 г. составило 480,7 млн долл. Внешнеторговый оборот товаров и услуг составил 95,259 млрд, экспорт товаров и услуг — 47,87 млрд долл., импорт — 47,389 млрд долл.

Валовой внешний долг в 2023 г. продолжил снижаться: с начала года он сократился на 7,9 % и на 01.10.2023 г. составил 36,7 млрд долл. США (49,6 % к ВВП).

В сельском хозяйстве производство продукции в 2023 г. выросло на 1,1 % г/г за счет увеличения производства продукции животноводства и валового сбора картофеля, сахарной свеклы при более низкой урожайности зерновых и зернобобовых культур.

Строительство в 2023 г. работало в условиях восстановления инвестиционной активности, затраты на строительно-монтажные работы выросли на 8,1 % г/г, в целом инвестиции в основной капитал — на 14,8 % г/г (против снижения на 19,1 % в 2022 г.). Быстрыми темпами росли инвестиции в машины, оборудование и транспортные средства, которые в 2023 г. увеличились на 32 % г/г, преодолев спад 2022 г., ставший результатом санкционных ограничений в привлечении внешнего финансирования и поставках оборудования.