

логистике и обработке заказов, поступающих через цифровые платформы, что обеспечивает значительное снижение операционных расходов. Процесс оформления заказа осуществляется через мобильные приложения или веб-сайты, что исключает необходимость размещения объектов в местах с высокой арендной стоимостью.

Cloud kitchen обладает рядом преимуществ. Во-первых, данный формат облегчает внедрение новых концепций в маркетинге и сервисе, поскольку не ограничен стационарным пространством ресторана. Во-вторых, модель обеспечивает высокую гибкость: цифровой интерфейс позволяет оперативно обновлять меню, не затрачивая ресурсов на замену физических носителей информации. В-третьих, сокращаются капитальные и эксплуатационные затраты, поскольку отсутствует потребность в оборудовании зала для гостей и использовании элементов материальной инфраструктуры, таких как мебель, посуда или интерьерный декор.

Вместе с тем данная модель имеет и недостатки: высокая конкуренция и сложность дифференциации, поскольку успешные идеи быстро тиражируются конкурентами. Кроме того, возникают сложности с формированием и удержанием постоянной клиентской базы, а также риски появления негативных отзывов, которые могут распространяться в цифровой среде.

Финансирование Cloud kitchen может осуществляться через различные механизмы, выбор которых зависит от стадии развития проекта, его масштаба и стратегии. Традиционные банковские кредиты доступны при наличии устойчивых финансовых показателей и обоснованного бизнес-плана. На ранних этапах возможно привлечение инвесторов в обмен на долю в компании. При успешной операционной модели предприятие может использовать франчайзинг как способ расширения и привлечения дополнительных средств. В ряде стран действуют программы государственной поддержки малого бизнеса, предполагающие предоставление субсидий или грантов. Таким образом, источники финансирования включают собственный капитал, банковские займы, инвестиции и меры государственной поддержки.

В. В. Фильков

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Р. П. Валевич, канд. экон. наук, профессор

ПЕРСПЕКТИВЫ ОПТИМИЗАЦИИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫХ ФОРМ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Для активной вовлеченности торговых субъектов различных организационных правовых форм, развития национальной экономики

и решения задач национальной безопасности для них необходимо создать условия обеспечения финансовой прозрачности и независимости их деятельности.

По данным Белстата, в 2024 г. розничный товароборот Республики Беларусь составил 91 901,9 млн р. (+12,2 % в сопоставимых ценах к 2023 г.), на душу населения — 10 063 р. (+12,8 %). Торговая сеть насчитывает 66 564 объекта (60 165 магазинов и 6399 киосков/палаток) общей торговой площадью 6475,4 тыс. м². Структура по формам собственности: государственная — 8,0 %, частная — 64,1 %, иностранная — 27,9 %. Внутри частного сегмента доли распределяются так: микропредприятия и индивидуальные предприниматели — 5,1 % всего оборота страны (около 8 % от частного сектора), малые предприятия — 23 % (36 % от частного сектора), средние предприятия — 17 % всего оборота (26,5 % от частного сектора), крупные частные белорусские компании и сети — 18,9 % всего оборота (29,5 % от частного сектора) [1].

Сложившаяся структура экономических, торговых субъектов выявила особенности обеспечения субъектов финансовыми ресурсами и их использования: государственные (8 %) — от бюджетных дотаций (в 2024 г. более 5,6 млрд р.); мелкие и средние частные субъекты — от дорогих краткосрочных кредитов и высокой аренды; весь сектор — от иностранных сетей (27,9 % оборота), выводящих за рубеж до 20–25 % прибыли и создающих риски нестабильности.

Для достижения поставленных целей в рамках административно-го управления в Республике Беларусь введен ряд изменений, позволивших расширить возможности субъекта для осуществления хозяйственной деятельности. Так, в частности, принято решение о прекращении деятельности иностранных представительств, которые раньше занимались защитой интересов материнских компаний. Теперь для осуществления предпринимательской деятельности будут открываться филиалы, выполняющие функции юрлица в соответствии с Законом № 312-3 от 13.11.2023 г. «Об изменении кодексов», в который внесены соответствующие изменения: расширен перечень кодов в ОКЭД ОКРБ-2011. Закон вводит код 6300 «Филиалы иностранных юридических лиц» и уточняет три формы, критически важные для национальной розницы: ассоциации и союзы (5600), потребительские кооперативы (5100–5190) и товарищества собственников (5950) [2]. Это стало возможным после принятия Закона № 312-3 от 13.11.2023 г. (ст. 51-1 ГК РБ) и внесения изменений в Налоговый кодекс, сделавших филиалы постоянными налоговыми представительствами.

На основании этого предлагается оптимизация организационно-правовых форм: объединение мелких и средних торговцев в ассоциации/союзы (5600) для совместных закупок и внутренних фондов взаимного кредитования под 4–6 %; перевод государственных и районных магазинов в потребительские кооперативы (5100–5190) с полной реинвестицией прибыли; локализация иностранных сетей через пре-

образование в филиалы (6300) и создание совместных предприятий (оставление 50–70 % прибыли в стране); создание товариществ собственников торговых помещений (5950) для выкупа площадей в общую собственность и сокращения стоимости аренды в 4–5 раз.

Источники

1. Розничная торговля Республики Беларусь в 2024 г. : инфографика // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/official_statistika/2024/retail-2024.pdf (дата обращения: 10.11.2025).

2. Об общегосударственном классификаторе Республики Беларусь ОКРБ 019-2013 «Организационно-правовые формы» // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — URL: <https://www.belstat.gov.by/klassifikatory/obschegosudarstvennyye-klassifikatory-respubliki-belarus-ispolzuemye-dlya-zapolneniya-gosudarstvennoi-statisticheskoi-otchetnosti/okrb-019-2013-organizatsionno-pravovye-formy-okopf/> (дата обращения: 10.11.2025).

А. А. Царь
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Кармызов, канд. экон. наук

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ БРЕНДА «ВИТЕБСКАЯ ХУДОЖЕСТВЕННАЯ ШКОЛА» КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

В современной экономике культура все чаще рассматривается не как статья расходов бюджета, а как ресурс для получения прибыли. Для Беларуси, обладающей богатым историческим наследием, этот вопрос особенно актуален. Одним из самых известных белорусских брендов в мире является Витебская художественная школа и имена Марка Шагала и Казимира Малевича.

Для сравнения рассмотрим два города: Витебск (Беларусь) и Фигерас (Испания), где находится музей Сальвадора Дали. Оба города известны благодаря художникам мирового уровня. Однако статистика посещаемости показывает большой разрыв. По данным официального сайта, театр-музей Дали ежегодно посещает более 1,1 млн чел. [1]. В то же время посещаемость музея Марка Шагала в Витебске составляет примерно 30–50 тыс. чел. в год [2]. При этом население Фигераса почти в 8 раз меньше населения Витебска. Это говорит о том, что Витебск недополучает значительную часть выручки.

Главная проблема заключается в отсутствии развитой инфраструктуры вокруг музея. В экономике существует понятие «туристический мультипликатор». Суть его в том, что турист тратит деньги не