

В целях оптимизации закупочной деятельности можно предложить Центру «Торговый комплекс БГЭУ» организовать совместные закупки с Торговыми комплексами БГПУ и БГТУ. При объединении закупочных функций появятся следующие преимущества: получение скидок и отсрочек платежей у поставщиков, получение прибыли из-за возрастающей разницы между закупочной и продажной ценами; увеличение объема продаж благодаря низким ценам. Вместе с тем у такого объединения есть и недостатки. В основном это связано с риском утечки коммерческой информации, который может быть предотвращен в результате заключения между партнерами договора о неразглашении информации.

Таким образом, проблему с излишками продукции на складе можно решить прогнозированием сезонных объемов реализации на основе данных о товарообороте прошлых периодов, оптимизацией закупочной деятельности предприятия в целом путем совместных закупок с торговыми комплексами других учреждений образования.

Источники

1. *Сысолятин, А.В.* Оценка эффективности закупочной деятельности [Электронный ресурс] / А.В. Сысолятин // Naukarastudent.ru. — Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/13/2370/>.

Я.В. Гецман
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент

ФРАНЧАЙЗИНГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Общественное питание — одна из наиболее динамично развивающихся сфер в Беларуси, поэтому франчайзинг является перспективным механизмом создания бизнеса, облегчающим выход на рынок и снижающим риски при его ведении, для развития которого в Республике Беларусь имеются достаточно широкие возможности, но их реализация требует создания определенных условий.

Мировой опыт доказывает, что четко отработанная схема ведения бизнеса, проверенный продукт и раскрученный бренд в значительной степени увеличивают шансы молодой компании выжить на рынке, а состоявшиеся фирмы могут открывать для себя новые рынки сбыта.

На данный момент потенциал продаж франчайз-проектов общественного питания Беларуси в значительной степени недооценен предпринимателями, успешно работающими на открытом рынке. Мировые же бренды все более охотно стремятся выходить на белорусский рынок. Так, наиболее известные сети, открывшие свои заведе-

ния ранее, в 2018 г. продолжают стремительно развиваться. Важно, что их расширение происходит и в регионах. Например, в областных центрах в 2017 г. открыли свои точки KFC, Burger King, Domino's Pizza, Sbarro [1].

На западе своими франчайз-проектами представлены тысячи фирм, в то время как отечественная экономика может похвалиться лишь одиночными франшизными системами. В свою очередь только 9 организаций общественного питания предлагают франшизу для реализации. Наиболее популярной является сеть небольших заведений, таких как «Кофе Саунд» (38 объектов открыто по франшизе, один из которых в России), UTRO (37 торговых точек), Pizza Smile (14 объектов) [2].

Ввиду узкого спектра услуг франчайзи плата за лицензию не устроит инвестора, ведь он ждет предоставления добавочных консультационных услуг (в том числе юридических и бухгалтерских), поддержки в поиске здания, поставок продукта и оборудования и т.д. А невозможность осуществлять контроль над денежными потоками франчайзи в условиях, когда преобладает «серая» бухгалтерия и неспособность обеспечить франчайзором достаточную поддержку собственным партнерам, угроза для репутации самого бренда вследствие плохой работы региональных представителей являются наиболее существенными проблемами развития франчайзинга отечественного общественного питания.

Создание условий для развития франчайзинга придаст импульс динамике сектора малого бизнеса, совершенствованию его отраслевой структуры и развитию инновационного потенциала; приведет к совершенствованию организации управления, внедрению технических требований и международных стандартов, что в результате позволит обеспечить мировой уровень качества продукции и услуг, выход отечественных организаций общественного питания на международный уровень. Ведь с начала 2017 г. появились дополнительные возможности финансирования франчайзинговых проектов — за счет средств Банка развития Республики Беларусь, за счет средств Белорусского фонда финансовой поддержки предпринимателей, а также по специальной кредитной программе Банка Москва-Минск.

Источники

1. О развитии франчайзинга в Беларуси [Электронный ресурс] // Совет по развитию предпринимательства. — Режим доступа: <http://ced.by/ru/publication/orazvitii-franczajzjng-a-v-belarusi>. — Дата доступа: 07.11.2016.

2. Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://belfranchising.by>. — Дата доступа: 25.11.2018.