

Е.В. Лишай, Т.Ю. Галай
БГЭУ (Минск)

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

ФРАНЧАЙЗИНГ В ТОРГОВЛЕ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

Сегодня франчайзинг — это перспективная форма сотрудничества между предпринимателями, позволяющая тысячам отдельных лиц формировать совокупное богатство.

Впервые термин «франчайзинг» упоминается в Гражданском кодексе в 1998 г., когда в него была внесена глава 53 «Комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг)», в которой содержалось лишь понятие договора франчайзинга [2]. В нашей стране начало развития франчайзинга относится к 2005 г., когда законодательно впервые появилась возможность заключать соответствующие договоры. Первый договор франчайзинга был заключен в 2006 г. (франчайзер — «НТС» ООО, франчайзи — «ЦЕНТР» ООО). С 2006 по 2017 гг. было заключено и зарегистрировано 366 договоров франчайзинга (включая те, которые были расторгнуты или срок которых истек).

На долю розничной торговли в Республике Беларусь на декабрь 2017 г. по данным учета ассоциации «Белфранчайзинг» приходился 51 % франчайзинговых предприятий, на сайте данной ассоциации представлены международные и российские франшизы, и только малая часть из них являются белорусскими [1].

2017 г. стал знаменательным для белорусского рынка в сфере франчайзинга. Наиболее шумевшими стали открытия магазинов испанской группы Inditex: Zara, Bershka, Massimo Dutti, Stradivarius и Pull&Bear, магазинов группы компаний LPP SA — польской фирмы, владельца брендов Reserved, Cropp, House, Mohito, Sinsay, объектов Calzedonia и Intimissimi итальянской компании Calzedonia SpA. Помимо одежных и обувных брендов в Беларусь пришел голландский ритейлер SPAR International.

Число проблем, препятствующих эффективному формированию белорусского рынка франчайзинга, потенциально огромно: несовершенство законодательства, социально-психологические проблемы франчайзинга, первоначальное финансирование проектов, практика невыполнения обязательств между партнерами, разногласия в ходе заключения договора франчайзинга и др.

Преодолеть имеющиеся проблемы можно с помощью совершенствования как законодательной базы, так и всей системы франчайзинговых отношений: осуществлять предоставление целевых кредитов на приобретение франшиз малым бизнесом; способствовать развитию рынка недвижимости; разрабатывать модели механизма сотрудничества различных субъектов бизнеса на основе франчайзинговых отношений; совершенствовать нормативно-правовую базу, ре-

гулирующую отношения франчайзинга в нашей стране; обеспечить информационное сопровождение франчайзинговых предложений; организовать сети учебных и консультационных центров по франчайзингу; создавать общественных ассоциаций, занимающихся проблемами развития и продвижения франчайзинга на территории Республики Беларусь.

Таким образом, важно развивать франчайзинговую деятельность в Республике Беларусь, от чего в выигрыше будут все: белорусское государство, субъекты хозяйствования, потребители, а также зарубежные франчайзеры.

Источники

1. Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» [Электронный ресурс] // Белфранчайзинг. — Режим доступа: <http://belfranchising.by>. — Дата доступа: 26.11.2018.

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г., № 218-З : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобрен Советом Респ. 19 нояб. 1998 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 г., № 14-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь. — Минск, 2017.

А.В. Маевская
БГЭУ (Минск)

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

СОСТОЯНИЕ И НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Электронная коммерция является одним из направлений деятельности, которое стремительно развивается в последнее время. Крупные белорусские компании, а также представители малого и среднего бизнеса не могут позволить себе остаться вне пространства мирового и белорусского рынка на данном этапе развития экономики Республики Беларусь, в котором все большую долю постепенно начинает занимать его электронная часть.

Уровень развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) является одним из наиболее важных показателей экономического и социального благополучия государства. На сегодняшний день по оценке Международного союза электросвязи, Республика Беларусь занимает 32-е место среди 176 стран мира по ИКТ [1].

По данным Министерства связи и информатизации Республики Беларусь, количество абонентов (юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и физических лиц) всех видов передачи данных