

с 2017 г.), 14,3 % — средние организации и 0,4 % товарооборота, как и в прошлом году, приходится на индивидуальных предпринимателей. Структура товарооборота за 2018 г. по формам собственности следующая: государственная — 22,6 %, 67,2 % — частная и 10,2 % иностранная. Товароборот общественного питания за январь-октябрь 2019 составил 2382,5 млн р., что на 13 % больше товарооборота за аналогичный период 2018 г. Все показатели имеют положительную динамику, а это говорит о том, что общественное питание в г. Минске развивается и конкурентная среда сформирована.

### **Источники**

1. Понятие конкуренции [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cinref.ru/razdel/03000marketing/22/341890.htm>.

2. Конкурентоспособность предприятий общественного питания [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://megaobuchalka.ru/10/23488.html>.

*2-е место по итогам работы секции*

**З.Р. Липская, П.О. Старинчик, А.А. Марков**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — О.П. Ефимова-Стадник,*  
*канд. экон. наук, доцент*

## **ФРАНЧАЙЗИНГ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Франчайзинг — это своеобразная форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер), предоставляет другой стороне (франчайзи) право осуществлять деятельность от своего имени, использовать товарные знаки, технологию, ноу-хау и другие объекты интеллектуальной собственности и др. В свою очередь владелец франшизы получает ежемесячный процент от оборота нового бизнеса (роялти) или другую выгоду [1]. Франчайзинг является эффективным инструментом для развития бизнеса в сфере услуг, в том числе при развитии сетей в общественном питании. Исследование, проведенное Международной ассоциацией франчайзинга, показало, что использование франчайзинга помогает развить объект общественного питания в два раза быстрее.

Развитие франчайзинга в Республике Беларусь соответствует мировым трендам. Большая часть проектов работает в сферах розничной торговли, общественного питания и услуг для населения, наименьшая доля — у производственной сферы. В настоящее время в Республике Беларусь работает около 450 франчайзинговых объектов, в том числе 45 на-

циональных франшиз от белорусских компаний. В сфере общественного питания насчитывают 45 иностранных и 11 белорусских франшиз. Примерами иностранных франшиз в общественном питании являются: сети ресторанов «Иль Патио», «FRIDAYS», сеть пироговых «Штолде», сеть пекарней «Paul» и др. Белорусские франшизы представляют сеть городских кафе «Pizza Smile», сеть городских кафе «GARAGE», кофейни «Перспектива.кофе», кофейни «YOU COFFEE», кофейни «Кофе Саунд», бар-кальянная «Premium Hookah Club» и другие.

Активным организатором и участником мероприятий в сфере франчайзинга в Беларуси и странах СНГ является организация «Белфранчайзинг», основная цель которой — популяризация и распространение отношений франчайзинга, формирование стандартов франчайзинга и контроль их соблюдения, защита прав и интересов субъектов франчайзинговых отношений в Беларуси [2]. Бюро разработки франшиз «Белфранчайзинг» предлагает успешным предприятиям развить свой бизнес, превратив его в широко известный, успешный сетевой бренд. Результатом работы специалистов бюро является предоставление клиенту полного пакета франшизы, включая документы и материалы, необходимые для продвижения и продажи франшизы. Информационный агент «Белфранчайзинг» представляет франшизы компаний, заинтересованных в развитии своей сети в Беларуси, помогает белорусским предпринимателям и компаниям подобрать наилучшим образом соответствующую их пожеланиям и возможностям франшизу.

Франчайзинг для Беларуси — резерв для количественного роста предпринимательского сектора, повышения качества бизнеса, возможностей интеграции его субъектов в систему международных экономических связей.

### Источники

1. Понятие франчайзинга [Электронный ресурс] // franshiza.ru. — Режим доступа: <https://franshiza.ru/article/franchising>.
2. Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» [Электронный ресурс] // БЕЛФРАНЧАЙЗИНГ. — Режим доступа: <https://belfranchising.by/associacia>.

**Е.А. Ляхова**

*БрГУ им. А.С. Пушкина (Брест)*

*Научный руководитель — Т.С. Силюк, канд. экон. наук, доцент*

## ПРОДВИЖЕНИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА ПОСРЕДСТВОМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Управление предприятиями в условиях современного постиндустриального общества невозможно без использования информацион-