

стимулировать внедрение инновационных ВИЭ-технологий и снижение себестоимости производства электроэнергии из возобновляемых источников. Для интернализации положительных внешних эффектов, возникающих в результате производства электроэнергии из ВИЭ, необходимо поощрять производителей такой электроэнергии путем выплаты бонусов.

Источники литературы

1. Renewables 2018: global status report [Electronic resource] / Renewable Energy Policy Network for the 21st century. – Paris, 2018. – Mode of access: http://www.ren21.net/wp-content/uploads/2018/06/17-8652_GSR2018_FullReport_web_1.pdf. – Date of access: 15.10.2018.
2. Legal sources on renewable energy [Electronic resource] // RES LEGAL Europe. – Mode of access: <http://www.res-legal.eu>. – Date of access: 16.10.2018.
3. Act on the development of renewable energy sources (Renewable energy sources Act – RES Act 2014) [Electronic resource] // Federal ministry for economic affairs and energy. – Mode of access: http://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Downloads/renewable-energy-sources-act-eeg-2014.pdf?__blob=publicationFile&v=1. – Date of access: 14.10.2018.
4. A policymaker's guide to feed-in tariff policy design [Electronic resource] / National renewable energy laboratory (U.S.) [etс.] ; ed.: T. D. Couture [et al.]. – Washington : U.S. Dep. of Energy, 2010. – Mode of access: <http://www.nrel.gov/docs/fy10osti/44849.pdf>. – Date of access: 13.10.2018.

Revitskaya Tatsiana, Sushkevich Elena

Belarus state economic university

The use of fixed tariffs for electricity from renewable sources on the example of EU countries

Annotation. In this article fixed tariffs as one of the tools for the production of electricity from renewable energy sources stimulation are presented. Features of fixed tariffs application and different approaches to their differentiation are considered. Data on the specifics of fixed tariffs usage in various EU countries.

Key words: renewable energy sources; electricity; fixed tariffs.

УДК 339.187

Рёмина Александра Андреевна

Белорусский государственный экономический университет

alexandra.remina@mail.ru

Развитие франчайзинга в Республике Беларусь

В современном быстроразвивающемся мире бизнеса конкуренция побуждает не стоять на одном месте, так как любое промедление может предпринимателю стоить слишком дорого. Мелкие компании стремятся занять достойную нишу на рынке, а крупные компании – стать еще крупнее. Одним из самых эффективных средств достижения этих целей является франчайзинг. Как показывает практика, во многих странах франчайзинг развивается стабильно и приносит высокие



прибыли. А это подтверждает актуальность всестороннего изучения данного вопроса не только в теоретическом, но и практическом плане.

Целью настоящего исследования является анализ состояния и развития франчайзинга в Республики Беларусь.

Термин «франчайзинг» происходит от французского слова «franchise» – льгота, привилегия, особое право на свободу ведения какой-либо деятельности. Франчайзинг – система организации предпринимательской деятельности, при которой одна сторона, франчайзер, предоставляет другой стороне, франчайзи, право использовать свое имя, технологии, секреты производства, репутацию и деловой опыт, проводит обучение работников франчайзи, оказывает системную помощь и поддержку, а франчайзи за пользование такими привилегиями перечисляет часть своего дохода франчайзеру.

Мировым лидером по развитию франчайзинга является Северная Америка. Самой первой франшизой стало производство швейных машин компании «Singer». На сегодняшний день в США функционируют более 2200 франшизных систем, а количество франшизных предприятий достигает 885тысяч единиц в более 75 видах деятельности. По мнению экспертов, успех американского франчайзинга во многом определяется поддержкой государства, серьезным отношением к продвижению торговых марок, сильными маркетинговыми позициями, принятием, совершенствованием и выполнением стандартов качества как продукта, так и бизнес-систем в целом [1].

Сегодня мировой рынок представляет тысячи франшиз, которые отличаются по отраслям работы, размерам вступительных взносов, условиям ведения бизнеса.

Впервые термин «франчайзинг» был упомянут в белорусском законодательстве в 1998 году, когда в Гражданский кодекс была внесена глава 53 «Комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг)». В ней содержалась одна статья, которая определяла понятие договора франчайзинга. При этом отмечалось, что договор франчайзинга может быть заключен только в случаях, прямо предусмотренных законодательством. Никаких подзаконных актов в развитие данной статьи принято не было, поэтому на практике франчайзинговые отношения не получили своего развития. Дальнейшее совершенствование законодательства способствовало тому, что с 2006 года в нашей стране отдельные предприниматели приступили к использованию франчайзинговых схем. В настоящее

время в Республике Беларусь зарегистрировано 438 договоров франчайзинга. Около 50 национальных компаний являются франчайзерами (Shagovita, Pizza Smile, Mark Formelle, Makeй, Красный пищевик и другие), причем часть из них заключила договора франчайзинга за рубежом [2]. Самыми популярными отраслями развития в франчайзинга в Республике Беларусь являются розничная торговля и общественное питание.

На рисунке 1 отражена динамика числа зарегистрированных договоров франчайзинга в Республике Беларусь за период 2006–2017 гг.

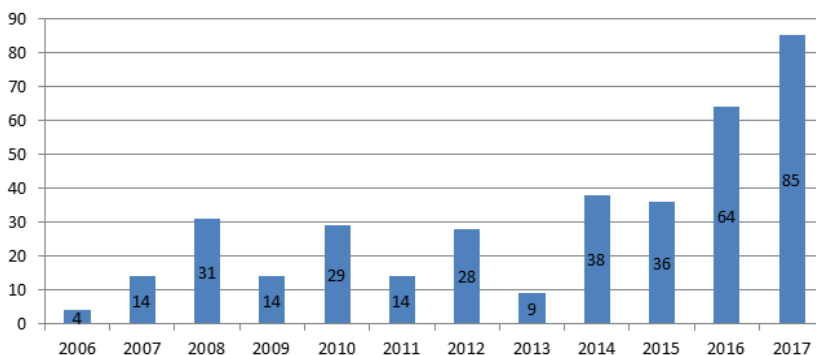


Рисунок 1 – Число зарегистрированных договоров франчайзинга в Беларуси на 01.01.2018 года

Примечание-Источник: [3]

Признаки активизации развития рынка франчайзинга наблюдаются с 2012 года. Определенную роль в развитии франчайзинга сыграла созданная в 2011 году ассоциация «Белфранчайзинг», специалисты которой начали оказывать участникам рынка экспертную помощь и консультации в сфере франчайзинга. Кроме того, в Беларуси в этот период увеличилось предложение торговых площадок, пригодных для размещения магазинов крупных международных брендов. Приход каждой такой компании способствует привлечению и других игроков рынка. Следует отметить, что с 2017 года в Беларуси начали действовать несколько специальных программ финансирования франчайзинговых проектов.

На развитие франчайзинга в нашей стране, особенно в регионах, значительное влияние оказала популяризация предпринимательства, а также появление национальных франшиз, которые стали более

доступными для предпринимателей из малых городов, нежели иностранные франшизы.

Вместе с тем следует отметить, что популярность франчайзинга в нашей стране пока невелика. Эксперты выделяют ряд проблем, имеющих место в процессе развития франчайзинга:

- отсутствие понимания у предпринимателей преимуществ ведения данного рода бизнеса;

- узость законодательной базы;

- слабая заинтересованность в обладании интеллектуальной собственностью;

- сложности в получении кредита на приобретение оборудования или выполнение других требований договора;

- нехватка профессиональных кадров;

- избыточные ожидания франчайзи;

- малое развитие некоторых ниш (например, производственного франчайзинг);

- трудности доступа к недвижимости.

Тем не менее, несмотря на наличие сдерживающих факторов, франчайзинг в Республике Беларусь в условиях усиления государственной поддержки частному бизнесу имеет хорошие перспективы развития. Для того, чтобы эти возможности были успешно использованы, необходимо обеспечить реализацию следующих условий:

- совершенствование нормативно-правовой базы;

- продвижение консультационных служб по вопросам франчайзинга в регионы;

- развитие системы кредитования франчайзинговых схем;

- активное формирование обучающих программ по созданию и развитию франшиз;

- участие белорусских компаний в выставках франшиз;

- привлечение и развитие франшиз в области различных сфер хозяйствования.

По результатам выполненных исследований можно сделать вывод, что франчайзинг является перспективной формой ведения бизнеса. Тенденция увеличения числа иностранных франшиз на белорусском рынке свидетельствует о росте заинтересованности отечественных компаний в использовании франчайзинговых схем, что в значительной мере объясняется усилением рыночного спроса на брендовую продукцию и услуги со стороны потребителей. В

ближайшей перспективе можно ожидать появления новых белорусских брендов, работающих по системе франчайзинга как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Активизация частного бизнеса в регионах будет способствовать развитию франшиз на региональном уровне.

Источники литературы

1. Леонтьева, О.Л. Франчайзинг: практическое пособие для предпринимателей/ О.Л. Леонтьева – Минск: Альтиора Форте, 2018. – 46 с.
2. Белфранчайзинг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://belfranchising.by/> — Дата доступа: 04.11.2018.
3. Национальный центр интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://belgopatent.by/> — Дата доступа: 04.11.2018.

Remina Alexandra

Belarus state economic university

Development of franchising in the Republic of Belarus

Annotation. In the article state and development of franchising in the Republic of Belarus are considered, problems are revealed and ways of their solution are offered .

Key words: franchising, franchise, franchisee, economics, business.

УДК 339.9

Рёмина Александра Андреевна, Сегень Диана Степановна
Белорусский государственный экономический университет
alexandra.remina@mail.ru, diana.segen.98@mail.ru

Оценка состояния и основные направления развития сферы туризма в Республике Беларусь

Туризм – одна из наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Туристская индустрия открывает много дверей в развитии региональной индустрии гостеприимства, в укреплении регионов и всей республики в целом, появлении новых рабочих мест. Однако на сегодняшний день в сфере туризма существует ряд нерешенных проблем, что лишь подтверждает актуальность всестороннего изучения данного вопроса не только в теоретическом, но и практическом плане.

Согласно Закону Республики Беларусь о туризме, под туризмом понимается туристическое путешествие, а также деятельность юридических лиц, физических лиц, в том числе индивидуальных предпринимателей, по его организации. [1]. Туристский потенциал Республики Беларусь сосредоточен на многообразии и красоте природы, уникальности историко-культурного наследия и включает более 15 тысяч объектов, имеющих историческую, культурную, архитектурную значимость, а также памятных мест, связанных с именами выдающихся деятелей мировой истории и культуры.