

1	2	3
Продвижение в соцсетях (SMM)	- Невысокая стоимость; - вирусная реклама; - большая постоянная аудитория; - скрытое воздействие на людей	- Неразвитая аналитика; - контроль модераторов социальных сетей; - потребности в администраторе группы
Email-маркетинг	- Возможность сообщить потенциальному клиенту о важной акции, мероприятии или действующих скидках; - возможность быть на связи с потенциальными клиентами	- Частое попадание рассылки в спам; - многие пользователи не используют электронную почту или используют ее редко; - возможно использовать контактную базу только реальных клиентов; - не подходит для наращивания аудитории

Источник: собственная разработка.

Таким образом, инструменты продвижения необходимо выбирать исходя из конкретной цели. Добиться долгосрочного эффекта в высококонкурентных нишах возможно через распланированное SEO-продвижение. На начальных этапах продвижения интернет-магазина результативны контекстная реклама, привлечение новых клиентов в прайс-агрегаторах и раскрутка в социальных сетях, а для поддержания взаимоотношений с клиентами — email-маркетинг.

Д. Ю. Мурадян, К. Е. Чурко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

СОСТОЯНИЕ БЕЛОРУССКОГО РЫНКА ФРАНШИЗЫ

В настоящее время развитие франчайзинговых отношений является одним из актуальных вопросов белорусской экономики, так как франчайзинг положительно влияет на развитие малого и среднего бизнеса, способствует созданию новых рабочих мест, ускоряет внедрение инновационных технологий, дает возможность увеличить инвестиционную привлекательность предприятий и отраслей. На сегодняшний день в Беларуси активно развиваются десятки франшиз в различных секторах экономики. На начало 2019 г. рынок франчай-

зпнга в Беларуси был представлен почти 1300 компаниями. Свои сети развивают более 100 национальных франшиз. По информации ассоциации «Белфранчайзинг», число запросов на поиск и приобретение франшиз резко упало в марте 2020 г. из-за пандемии, к середине лета оно почти восстановилось, а в августе снова упало до минимальной отметки за последние пять лет. В совокупности в 2020 г. число сделок по приобретению франшиз упало более чем на 50 % по сравнению с 2019 г. К концу 2020 г. ситуация стала меняться. Отложенный спрос проявил себя в конце 2020 г., и число запросов на покупку франшиз на белорусском рынке росло ежемесячно (+17 % в ноябре, +45 % в декабре, +45 % в январе 2021 г.) [1].

Национальное рейтинговое агентство BIK Ratings провело исследование белорусского рынка франчайзинга в 2020 г. и составило на его основе национальный рейтинг. Результаты исследования представлены в таблице.

Рейтинг франшиз в Республике Беларусь за 2020 г.

Франшиза	Место	Оценка, балл
Hobby Games	1	77,18
«ПОН-ПУШКА»	2	77,11
«Адреналин»	3	76,79
«Кофе Саунд»	4	70,00
Premium Hookah Club	5	69,98
«Перспектива»	6	65,86
«Красный пищевой»	7	65,49
«Минск “Кристалл”»	8	60,42
Кафе GARAGE	9	59,88
Belorus Expert	10	31,27

Источник: [1].

Первое место в рейтинге занимает интернет-магазин настольных игр Hobby Games. Это говорит о том, что масштаб бренда или срок его присутствия на рынке не являются определяющими критериями в общей эффективности работы франчайзера. Даже у такого нишевого продукта, как настольные игры, есть шанс потеснить более узнаваемые и традиционные бизнесы.

Источник

1. Свежий топ-10 франшиз Беларуси [Электронный ресурс] // Про Бизнес. — Режим доступа: <https://probusiness.io/markets/7837-situaciya-stalaozhivat-nazvan-top-10-belorusskikh-franshiz.html>. — Дата доступа: 07.11.2021.