

глого стола / под ред. С. Г. Радько. – Москва: ФГБОУ ВО «РГУ им. А. Н. Косыгина», 2023. – С. 139–144.

6. Буянова, М. Э. Оценка эффективности создания региональных инновационных кластеров / М. Э. Буянова, Л. В. Дмитриева // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3, Экон. Экол. – 2012. – № 2(21). – С. 54–62.

7. Сафиуллин, М. Р. Роль высшей школы в формировании региональных инновационных кластеров / М. Р. Сафиуллин, Л. А. Ельшин // Alma mater. – 2019. – № 10. – С. 41–47.

8. Ускова, Т. В. Развитие региональных кластерных систем / Т. В. Ускова // Региональная экономика. – 2008. – № 1(1). – С. 92–104.

9. Фуряева, Т. В. Профессиональное социальное образование в контексте кластерного подхода / Т. В. Фуряева, О. В. Логунова // Alma mater. – 2018. – № 2. – С. 16–21.35.

10. Руководящие принципы создания и организации кластеров в Республике Беларусь / Т. П. Быкова [и др.]. – Минск: Колорград, 2018. – 96 с.

11. Кластерные политики и кластерные инициативы: теория, методология, практика: монография / под ред. Ю. С. Артамоновой, Б. Б. Хрусталева. – Пенза: ПГУАС, 2012. – 264 с.

12. Кластерная политика: достижение глобальной конкурентоспособности / В. Л. Абашкин, С. В. Артемов, Е. А. Исланкина [и др.]; Минэкономразвития России, АО «РВК», Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва: НИУ ВШЭ, 2017. – 324 с.

(Дата подачи: 06.02.2025 г.)

С. Л. Флерко

ИООО «Дана Астра», Минск

S. L. Fliarko

FLLC “Dana Astra”, Minsk

УДК 339.187.44(476)

РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА КАК ФОРМЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БЕЛАРУСИ

DEVELOPMENT OF FRANCHISING AS A FORM OF SMALL BUSINESS IN BELARUS

В Республике Беларусь для активизации деятельности граждан, занятых в малом бизнесе, требуется поиск таких форм предпринимательства, которые с минимальными рисками позволяют начать собственное дело. Одна из таких форм образования малого предпринимательства – франчайзинг. Франчайзинг, как особый способ ведения бизнеса, завоевывает все большие территории, получая признание по всему миру. Популярность франчайзинга во многом объясняется присущими ему эффективностью и высокой устойчивостью вновь образующихся предприятий.

Ключевые слова: франчайзинг; малый бизнес; договор франчайзинга; франшиза; маркетплейсы; франчайзер; франчайзи.

In the Republic of Belarus, in order to activate the activities of citizens engaged in small business, it is necessary to search for such forms of entrepreneurship that will allow starting your own business with minimal risks. One of such forms of small business formation is fran-

chising. Franchising, as a special way of doing business, is conquering ever larger territories, gaining recognition all over the world. The popularity of franchising is largely due to its inherent efficiency and high stability of newly formed enterprises.

Keywords: franchising; small business; franchise agreement; franchise; marketplaces; franchisor; franchisee.

С совершенствованием рыночных отношений в белорусском предпринимательстве все большее развитие получают новые формы экономического взаимодействия субъектов хозяйствования. Наряду с крупным бизнесом появился целый класс малых и средних организаций, что привело к возникновению принципиально новых экономических реалий.

По данным Национального статистического комитета, в Беларусь на 1 января 2024 г. хозяйственную деятельность осуществляли 252 тыс. индивидуальных предпринимателей и 116 тыс. организаций малого и среднего предпринимательства. Субъекты малого и среднего предпринимательства в 2023 г. обеспечили 25,2 % ВВП Беларусь, в том числе средние организации составили 7,4 %, микро и малые – 17,9 %, индивидуальные предприниматели – 2,5 %.

Отметим, что в 2022 г. в Республике Беларусь осуществляли свою деятельность 262 тыс. индивидуальных предпринимателей. Таким образом, индивидуальных предпринимателей в стране за год на 10 000 стало меньше [1].

В сфере малого и среднего предпринимательства на протяжении последних лет наиболее распространенными видами деятельности являются оптовая и розничная торговля, а также ремонт автомобилей и мотоциклов, транспортная деятельность, складирование, почтовая и курьерская деятельность.

Несмотря на высокую вовлеченность малого бизнеса в экономику страны, следует отметить, что он занимает скромное место по сравнению с той ролью, которую он играет в развитых странах. Среди факторов, сдерживающих развитие малого бизнеса в Беларусь, можно выделить следующие:

- отсутствие у большей части населения достаточного для развития бизнеса объема накопленных денежных средств;
- нежелание рисковать, вызванное отсутствием у большинства граждан четкой концепции понимания бизнеса, и, как следствие, страх перед потенциальной возможностью потерять вложенные средства;
- недостаточно развитая система информационной поддержки предпринимателей, отсутствие доступных широким слоям общества образовательных программ о малом бизнесе.

Сегодня одной из перспективных форм сотрудничества между предпринимателями, которая значительно снижает степень риска, является франчайзинг. Этот метод позволяет предпринимателям начать дело, опираясь на уже проверенные бизнес-модели.

Эксперты бизнеса определяют отношения по франшизе как наиболее привлекательную форму предпринимательской деятельности. Предприни-

матерь, начинающий свой бизнес через покупку франшизы, снижает риски старта, а также экономит несколько лет (или десятилетий) на создание успешной бизнес-модели, технологий работы на рынке, системы организации своего предприятия и, как следствие, бренда, завоевавшего популярность среди потребителей.

В настоящее время франчайзинг используется в самых различных видах бизнеса. В частности, он интенсивно развивается в таких отраслях промышленности и сферы услуг, как автомобильная и автосервис; помощь в организации и ведении бизнеса, бухгалтерии, делопроизводства и рекламы; строительство, услуги, связанные с ремонтом и обслуживанием домов; услуги, связанные с образованием; отдых и развлечения; рестораны, бары и кафе; медицинские и косметические услуги; розничная торговля и другие виды деятельности.

В действующем Гражданском кодексе Республики Беларусь франчайзинговое соглашение квалифицируется как самостоятельный тип договора, который называется «договор комплексной предпринимательской лицензии». В соответствии с п. 1 ст. 910 ГК по договору комплексной предпринимательской лицензии (договору франчайзинга) одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение комплекс исключительных прав (лицензионный комплекс), включающий право использования фирменного наименования правообладателя и охраняемой коммерческой информации, а также других объектов исключительных прав (товарного знака, знака обслуживания и т. п.), предусмотренных договором, для предпринимательской деятельности пользователя [2].

Государственное регулирование франчайзинга играет важную роль в защите интересов как франчайзера, так и франчайзи. Оно помогает обеспечить соблюдение стандартов качества продукции или услуг, защитить интеллектуальную собственность и предотвратить недобросовестные практики со стороны сторон. Кроме того, государственное регулирование способствует развитию франчайзинга как формы бизнеса, обеспечивая стабильность и прозрачность отношений между участниками.

В последние годы франчайзинг становится одним из распространенных способов ведения бизнеса в Беларуси.

Первый договор франчайзинга был зарегистрирован в 2006 г., а первым франчайзером стало ООО «НТС» – крупнейший белорусский ритейлер, развивающий сеть универмагов «Родная сторона». Но началом формирования белорусского рынка франчайзинга эксперты считают 2011 г., когда в стране появилась Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг», которая ставит своей целью популяризацию и распространение отношений франчайзинга, формирование стандартов франчайзинга и контроль их соблюдения, защиту прав и интересов игроков субъектов франчайзинговых отношений в Беларуси.

Сейчас в Беларуси на основе договора комплексной предпринимательской лицензии существуют сеть пироговых «Штолле», гостиницы «Minsk Marriott Hotel» и «Crowne Plaza Minsk», пекарня «Cinnabon», сеть мобильных автомоек «Fast & Shine», сеть магазинов «Kari» и «Kari kids» и др. Примером белорусских франчайзинговых сетей могут быть сеть магазинов «Milavitsa», магазины «Serge» и «Світанак», кафе «Pizza Smile» и «Garage», закусочная «Good Burger», шаурмичная «Papa Doner», бабл-ти кафе «Toko Tea», кафе паназиатской кухни «Padthai», школа рисования «Все Малевичи», зоомагазины «ZOОмаркет», магазины инструментов и стройматериалов «ОМА», кондитерские сети «Спартак», «Коммунарка», «Красный пищевик», студии красоты «Brow Bar 12» и др.

Среди наиболее динамично развивающихся национальных франшиз можно выделить сеть кофеен «Кофе саунд» (200 работающих объектов), пончиковые «Пон-Пушки» (было открыто более 30 объектов за 2023 г. и 3 объекта в Российской Федерации), кондитерские сети «Спартак», «Коммунарка», «Красный пищевик». Среди российских концепций наиболее активно открывала объекты сеть «Тунец» – 10 объектов за год в Минске и других городах.

Активная регистрация договоров франчайзинга в Беларуси наблюдается в период с 2019 г. и до настоящего времени. Белорусский рынок франчайзинга не отстает от мировых трендов – модель остается устойчивой и показывает рост в условиях экономической неопределенности. На сегодняшний день предлагают свои франшизы уже более 270 белорусских организаций.

Подавляющее количество договоров было заключено между белорусскими организациями. В то же время отмечается интерес среди российских, турецких и арабских франчайзеров к развитию своих франшиз на рынке Беларуси.

Значимым событием стало подписание в мае 2024 г. меморандума о создании Евразийского совета по франчайзингу. Этот документ принят ассоциациями франчайзинга Беларуси, России, Казахстана, Узбекистана и Армении, что даст возможность сформировать общий каталог франшиз в этих странах, совместно проводить мероприятия в области франчайзинга, популяризировать лучшие практики и эффективные решения в этой сфере бизнеса.

В Республике Беларусь бизнес на основе покупки франшизы развивается преимущественно по следующим направлениям:

- *общественное питание*. В сфере общественного питания предлагается 58 франшиз. Наиболее известные из них: «Хинкальня», «Padthai», «ТОКО ТЕА», «Настоящая пекарня», «Кофе Саунд», «Papa Doner», «Капибара», «Пон-Пушки» и др.;

- *розничная торговля*. В сфере торговли представлено наибольшее число франшиз – 85. Наиболее известные из них: «Шаговита», «Красный

пищевик», «Коммунарка», «Макей», «ZOОмаркет», «Аскона», «ОМА», «Світанак» и др.;

- *услуги для населения.* В сфере услуг населению предлагается 63 франшизы. Наиболее известные из них: «Образовательный центр «Лидер», «2GIS», «СДЭК», «Все Малевичи», «WARPOINT» и др.

Как правило, франшизы сферы услуг для населения были основаны в Российской Федерации или в Республике Беларусь. Наиболее успешную франчайзинговую деятельность ведет «СДЭК», имеющее 220 объектов по всему миру, в том числе и в Беларуси. Образовательный центр «Лидер» имеет наибольшее количество функционирующих объектов;

- *услуги для бизнеса.* В сфере услуг для бизнеса представлены франшизы следующих организаций: «Альфа», «Контрактор», «Reisswolf», «Kiberman» и т. д. Наибольшее развитие получила франшиза «Контрактор», которая не взимает паушальный взнос и роялти;

- *сфера красоты.* В сфере красоты представлены франшизы следующих организаций: «Чаровница», «Город красоты», «Дикая орхидея», «Barbershop BORODACH», «BROW BAR 12» и др.;

- *физкультуры и спорта.* В сфере спортивных услуг наибольшую популярность получили франшизы «Дом фитнеса», «Адреналин», «ЭКОфитнес», «Броско фитнес», «FitCurves». Наиболее успешную франчайзинговую деятельность ведет организация «FitCurves», которая имеет более 5000 объектов по всему миру, из них 23 объекта в Республике Беларусь;

- *развлечения.* В этом направлении представлены франшизы следующих организаций: «Невидимый мир», «Мозгобойня», «Наука-Шоу», «Робин Гуд», «Сумасшедшая наука». Наиболее успешную франчайзинговую деятельность ведет организация «Мозгобойня». Она была создана в 2012 г. и на данный момент развивает франчайзинговую сеть на территории России, стран СНГ и Европы. Всего франшизы организации представлены в 15 странах мира

Одним из новых и быстроразвивающихся бизнес-моделей франчайзинга является открытие пункта выдачи заказов крупнейших маркетплейсов.

В отличие от большинства видов бизнеса, открыть собственный пункт выдачи заказа самостоятельно не получится, поскольку пункт выдачи заказов (далее – ПВЗ) – не отдельный бизнес, а часть более глобального – маркетплейса. И способом заработать на такой идее будет покупка франшизы таких компаний, как «Wildberries», «OZON», «СДЭК» и др.

Услуги пунктов выдачи выгодны как для маркетплейсов, так и для покупателей. Так, маркетплейсы могут доставлять товары в пункты выдачи бренда вместо доставки на дом заказчику, что снижает расходы на доставку. Покупателям они позволяют выбирать наиболее удобное место и время для выдачи заказанного товара.

Кроме того, маркетплейс может стимулировать выбор приоритетных для него локаций, что позволяет создавать надежную сеть по доставке заказов.

Для франчайзи (партнера маркетплейса) существует ряд преимуществ:

- работа под брендом известной компании;
- готовые бизнес-процессы: пункты выдачи работают по отлаженной системе, начиная с момента открытия;
- ежегодно спрос на товары маркетплейсов и их популярность растет, в связи с этим увеличивается рынок доставки, спрос на услуги пунктов выдачи продолжает расти;
- открытие бизнеса требует минимальных вложений;
- быстрый запуск бизнеса;
- поддержка головной компании на всех этапах создания и развития бизнеса.

Крупнейшими маркетплейсами, функционирующими на территории Беларуси, являются «Wildberries» и «OZON».

Подводя итоги работы в Беларуси в 2024 г., руководство компании «Wildberries» отметило, что они укрепили сотрудничество с местным бизнесом и создали условия для его масштабирования в онлайн-продажах.

Все больше белорусских предпринимателей и производителей выходят в онлайн-сегмент и реализуют свою продукцию через платформу. В 2024 г. продажи местных продавцов на «Wildberries» выросли на 74,9 % по сравнению с 2023 г., а количество зарегистрированных поставщиков из Беларуси увеличилось на 17,2 %. [3].

«Wildberries» запустил франшизу в Беларуси в 2021 г. Тогда маркетплейс поставил перед собой цель расширять сеть ПВЗ за счет открытия брендированных пунктов. Потенциальным владельцам пунктов выдачи заказов на тот момент предоставлялись субсидии в виде повышенного вознаграждения от оборота в первые четыре месяца работы. Кроме того, предпринимателям давали возможность покупать мебель в рассрочку для своего помещения. В настоящее время «Wildberries» предоставляет субсидии за открытие ПВЗ в приоритетных для маркетплейса локациях.

Действующая франшиза предусматривает два формата сотрудничества:

- открытие собственного помещения по программе франшизы «Wildberries»;
- покупка уже действующего пункта выдачи «Wildberries».

Доступные для покупки пункты выдачи представлены на интерактивной карте в разделе «Аукционы». Маркетплейс предоставляет потенциальным покупателям данные с финансовыми показателями пункта, проходимостью и оборотом, что позволяет понять выгодность покупки франшизы [4].

«Wildberries» предлагает будущим франчайзи интерактивную (тепловую) карту, которая позволит выбрать наилучшее место размещения пункта выдачи.

«Wildberries» предъявляет строгие требования к пункту выдачи, регламентирует интерьер и экстерьер пункта. Кроме внешнего вида пункта, качество обслуживания, которое может быть оценено покупателями, может

привести не только к увеличению дохода ПВЗ, но также к штрафам и закрытию пункта.

Приобретая франшизу «Wildberries», предприниматель получает таким образом готовый план по открытию ПВЗ, что позволяет потенциальным франчайзи оптимизировать время и затраты на открытие.

Растут на белорусском рынке и продажи маркетплейса «OZON». На площадке сейчас представлено более 600 тысяч продавцов. Количество заказов у них постоянно растет. При этом повторные заказы в 2024 г. покупатели делали на 40 % больше. Если в 2023 г. было 19 заказов на одного человека в год, то в 2025 г. – уже 25.

Выручка группы компаний «OZON» в 2024 г. за год выросла на 41 %, а оборот – на 59 %. В Беларусь же и вовсе оборот маркетплейса за год увеличился в два раза. С 2022 г. в Минске работает фулфилмент-центр «OZON» площадью 13 тыс. м². Маркетплейс «OZON» на конец I квартала 2024 г. открыл около 50 000 пунктов выдачи, «Wildberries» организовал работу около 45 000 пунктов выдачи.

Маркетплейсы предлагают своим франчайзи конкурентоспособные условия для открытия франчайзинговых пунктов выдачи, оказывают материальную и консультационную помощь при открытии. Для пунктов выдачи заказов характерны невысокие затраты для входа на рынок и быстрая окупаемость. В целом открытие пункта выдачи является свежей бизнес-идеей, которая может быстро начать приносить прибыль с небольшими затратами по сравнению с иными бизнес-концепциями.

Таким образом, рынок франчайзинга в Республике Беларусь активно развивается и заинтересован как в привлечении иностранных франшиз, так и в формализации и продвижении собственных успешных технологий и опыта. Развитие франчайзинга в Беларусь позволяет решить такие важные проблемы национальной экономики, как создание новых рабочих мест, повышение качества товаров, работ и услуг, поступление средств в экономику, повышение конкурентоспособности продукции.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2025. – URL: <http://belstat.gov.by> (дата обращения: 10.02.2025).
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь. Глава 53 «Комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг)» // Национальный центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2025. – URL: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=HK9800218> (дата обращения: 15.01.2025).
3. Wildberries о статистике продаж белорусских товаров через маркетплейс // Экономическая газета. – 2025. – URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/wildberries-o-statistike-prodazh-belorusskikh-tovarov-cherez-marketpleys> (дата обращения: 05.01.2025).
4. Интерактивная карта Wildberries // pvz-stat-map. – 2025. – URL: <https://pvz-stat-map.wildberries.ru> (дата обращения: 05.01.2025).

(Дата подачи: 25.02.2025 г.)