

ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

К.А. Каразей, 4 курс

Научный руководитель – А.Ф. Зубрицкий, ст. преподаватель

Белорусский национальный технический университет

Суть белорусского франчайзинга заключается в том, что он практически не представлен на рынке Беларуси. Искаженное понятие термина «франчайзинг» используется и употребляется как угодно, но только не так как это должно быть на самом деле. Кто-то, что-то себе представляет об этом инструменте ведения бизнеса, но это представление не всегда, к сожалению, соответствует действительности.

Впервые термин франчайзинг был упомянут в далеком 1998 году, когда в Гражданский кодекс Республики Беларусь (далее - ГК) была внесена Глава 53 «Комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг)». В Главе содержалась всего одна ст. 910, которой было суждено стать пионером новых отношений. Ее содержание сводилось к следующему:

1. 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. Отношения по франчайзингу регулируются законодательством. Договор франчайзинга может быть заключен только в случаях, прямо предусмотренных законодательством.

Норма, закреплённая в ГК, не нашла своего логического продолжения, т.к. никаких подзаконных актов в её развитие так и не было издано. Последствием этого стало отсутствие практики применения статьи ГК, и, как следствие, франчайзинговые отношения "повисли в воздухе" на следующие 6 лет.

В 2004 году белорусский законодатель опять обратился к франчайзингу.

В Главу 53 ГК Республики Беларусь были внесены изменения и дополнения, которые позволяют говорить о возникновении правовой основы для развития отношений франчайзинга на территории Республики Беларусь.

С того времени ситуация начала понемногу меняться. Теперь уже можно заключать договоры франчайзинга, регистрировать их и начинать развивать по всей стране сети кафе, супермаркетов, СТО, ателье, производств мебели и т.д. Однако этого не произошло.

Первый договор франчайзинга был зарегистрирован в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь только 23 января 2006 г. (франчайзер - «НТС» ООО, франчайзи - «ЦЕНТР» ООО).

Сторонами договора франчайзинга могут выступать исключительно коммерческие организации и индивидуальные предприниматели.

Договор франчайзинга должен быть заключен в письменной форме и подлежит регистрации в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь (далее - НЦИС). Незарегистрированный договор считается недействительным.

Практика заключения договоров как национального, так и международного франчайзинга в Республике Беларусь немногочисленна. Однако налицо динамика развития данных отношений. По состоянию на 2007 год в НЦИС было зарегистрировано 4 договора франчайзинга, а в процессе рассмотрения находилось всего несколько заявок. На начало 2009 г. зарегистрировано уже 49 договоров франчайзинга.

Основное место занимают договоры национального франчайзинга, причем абсолютное большинство среди них относится к сфере розничной торговли.

Имеются также и международные договоры франчайзинга, но их количество незначительно.

Во-первых, на территории Республики Беларусь заключены 4 международных договора сервисного франчайзинга (аудиторские услуги), в которых правообладателем выступает Латвийская фирма КПМГ Болтикс СИА. Во-вторых, по договору международного франчайзинга функционирует ресторан Фрайдис в центре Минска. В-третьих, в сфере розничной торговли обувью работает сеть салонов Opinions (правообладатель ОПИНИОНС ЛИМИТЕД (Кипр), Лимассол). В-четвертых, на белорусский рынок пришел гостиничный франчайзинг - правообладателем выступает Сикс Континентс Хотелс, Инк., Атланта, Джорджия (США), а пользователем Иностранное частное унитарное гостиничное предприятие «МИНСК ПРИНЦЕСС ОТЕЛЬ» Акционерного общества «ИРАДА» (РБ). По указанному международному договору франчайзинга в центре Минска был построен и уже функционирует гостиничный комплекс «Сrown Plaza Minsk».

Подобная ситуация на рынке Беларуси связана в первую очередь с неосведомленностью субъектов хозяйствования с принципами деятельности франчайзинговых сетей. Мало кто из предпринимателей представляет себе, что такое франчайзинг, какие плюсы и минусы он может принести. Для обывателя это скорее красивое слово, чем целостный и по настоящему коммерческий феномен, который кроет в себе не только простую передачу товарного знака, фирменного наименования и других объектов интеллектуальной собственности. Это еще и комплекс знаний, нераскрытой информации, деловой репутации, без которой не может быть достигнуто качество продукта, услуг франчайзера.

Может быть, на территории Республики Беларусь должна быть образована организация по координации развития франчайзинга наподобие Российской ассоциации франчайзинга или других подобных институтов на пост советском пространстве.

На сегодняшний день для Республики Беларусь чрезвычайно важным является открыть себя для всемирно известных компаний-франчайзеров. В выигрыше от этого будут все: белорусское государство, субъекты хозяйствования и потребители, а также зарубежные франчайзеры. Ведь наше государство на сегодняшний день остро нуждается в скорейшем развитии тех сфер, где франчайзинг наиболее широко применяется – сферы быстрого питания, придорожного сервиса (кафе, мотели, кемпинги), автосервиса, бытового обслуживания, отдыха и развлечений, охраны здоровья, мелкорозничной торговли и многих других.

Обобщая все вышеизложенное, приходится констатировать, что на данном этапе времени франчайзинг в Беларуси находится на стадии зарождения. Иностранные правообладатели не осоз-

бенно стремятся расширять свои сети в Беларуси, а национальные вообще не рассматривают франчайзинг как действенный механизм развития бизнеса.

Список использованных источников

1. Алейников, С.М. Договор франчайзинга: учеб. пособие /С.М. Алейников. – Минск, 1998.
2. Андрощук, Г., Денисюк В. Франчайзинг: особенности, типовые структуры, задачи развития // Предпринимательство, хозяйство и право. – 1996. – №11.
3. Гражданское право: В 2 ч. Ч. 2: учебник / Под общ. ред. проф. В.Ф. Чигира. – Мн.: Амалфея, 2002. – С. 675-689.
4. Доуран, Д. Перспективные направления для франчайзинговых предприятий / Д. Доуран // Финансы. – 1998. - №8.
5. Колбасин, Д.А. Гражданское право. Особ. часть. Изд. 2-е., доп. и перераб.: – Минск: «МНО». 2001.
6. Комментарий к Гражданскому кодексу Республики Беларусь: В 2 кн. Кн. 2./Отв. ред. В.Ф. Чигир. – Минск: Амалфея, 1999.
7. Международная франчайзинговая ассоциация, сайт <http://www.franchise.org>
8. Парашенко, В.Н. Хозяйственное (предпринимательское) право Республики Беларусь. Особенная часть. Практик. пособие. – Минск: «МНО», 2001.
9. Предпринимательское право: Учеб. пособие; Под. ред. А.Н. Тура, А.Ю. Сазонова. – Минск: Тэхналогія, 2000.
10. Рыкова, И.В. Франчайзинг: новые технологии, методология, договоры / И.В. Рыкова. – М.: Современная экономика и право, 2000.