

*Ю.А. Нечаева, 2 курс**Научный руководитель – О.А. Паришутич, к.э.н., доцент**Полесский государственный университет*

Актуальность данной темы исследования обусловлена тем, что задачами Беларуси на современном этапе являются развитие экспорта, привлечение иностранных инвестиций, развитие бизнеса в регионах, а франчайзинг представляет собой эффективный способ для решения всех этих задач.

Франчайзинг – особый способ ведения бизнеса, который получил признание по всему миру. Франчайзинговые сети успешно работают в Европе и США, а в последнее десятилетие бурно развиваются в России, Украине, Казахстане. В США, к примеру, эта форма малого бизнеса приносит свыше 13 процентов ВВП. Доля франчайзинговых компаний превышает 40 процентов общего объема торговли американского рынка; суммарно в них задействовано более 7 миллионов сотрудников. В Австралии более 90 процентов торговых предприятий быстрого обслуживания работают по договорам франчайзинга. В Европе лидером является Германия — там насчитывается более 500 франчайзеров и более 20 тысяч франчайзи. На последнем месте — Дания, где насчитывается «всего» около 100 материнских компаний и несколько тысяч франчайзи. По подсчетам Международной франчайзинговой ассоциации, франчайзинг используется в 75 различных отраслях экономики [1].

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 [2, с. 19].

Популярность франчайзинга во многом объясняется эффективностью и высокой устойчивостью вновь образующихся предприятий: по статистике, среди новых предприятий только 15% остаются на рынке за первые пять лет деятельности, тогда как среди франчайзинговых малых предприятий успешно развиваются каждые 8 из 10 [3].

Франчайзинг привлекателен и для желающих начать свой бизнес, и для тех, кто стремится быстро расширить бизнес без существенных дополнительных инвестиций.

В Беларуси франчайзинг не получил пока должного распространения. В Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь зарегистрировано 142 договора. Причем количество вновь заключаемых договоров в 2013 году по сравнению с 2012 годом сократилось более чем в 2 раза, с 25 до 10. Сегодня в Беларуси работает 32 франчайзера, а число франчайзи пока ограничивается 121 предприятием [4].

Примерами иностранных франшиз являются: сети ресторанов «Иль Патио», «Фрайдис», сеть пироговых «Штолле», гостиница Crownplaza. А вот McDonald's в Беларуси не является франшизой, так как напрямую принадлежит McDonald's Corporation [3].

Примером белорусских франчайзинговых сетей могут быть сеть универсамов «Родная сторона», сеть магазинов «Мілавіца», которая активно открывает свои магазины в других государствах по системе фран-

чайзинга, магазины «Оранжевый верблюд» и Serge, городские кафе «Pizza Smile», бургерная закусочная «Good Burger» [3].

Термин франчайзинг впервые был упомянут в 1998 году в Гражданский кодекс Республики Беларусь, однако на практике правовая основа для развития франчайзинга в Беларуси была создана только в 2004 году.

Первый договор франчайзинга был зарегистрирован в 2006 году, а первым франчайзером стало ООО «НТС» – крупнейший белорусский ритейлер, развивающий сеть универсамов «Родная сторона». Но началом формирования белорусского рынка франчайзинга эксперты считают 2011-й, 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, защита прав и интересов игроков субъектов франчайзинговых отношений в Беларуси [3].

Причинами низкого уровня развития франчайзинга в Беларуси являются:

- Регулирование франчайзинга множеством нормативных правовых актов и отсутствие отдельного закона о франчайзинге [2, с. 19];
- Значительные финансовые и временные издержки на оформление франчайзинговых отношений, связанные необходимостью регистрации договора в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь и уплаты пошлины;
- Низкая осведомленность предпринимателей о механизме франчайзинга, недостаток информационной поддержки и обучающих программ по вопросам франчайзинга;
- Недоступность кредитных ресурсов для франчайзинга;
- Особенности белорусского менталитета: в Беларуси предпочтение отдается товарам, имеющим материальное выражение, а франчайзинг представляет собой передачу и оплату «неосязаемой» интеллектуальной собственности.

Особенностью франчайзинга в Беларуси является то, что большинство франшиз реализуется в области розничной торговли, а не в общественном питании, как в других странах.

Для развития франчайзинга в Беларуси можно предложить следующие мероприятия:

1. совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей франчайзинговые отношения для привлечения иностранных брендов на белорусский рынок;
2. предоставление целевых кредитов на приобретение франшиз малым бизнесом;
3. развитие системы информационной поддержки, обучающих программ по вопросам франчайзинга,
4. развитие рынка недвижимости, так как большинство франшиз в сфере общественного питания, розничной торговли, бытовых услуг требует размещения в современных торговых центрах с большим потоком потенциальных клиентов.

Для дальнейшего развития франчайзинга созданы следующие предпосылки:

- единое экономическое пространство с Россией и Казахстаном, низкий уровень коррупции;
- строительство и открытие в 2015 году большого числа торговых площадей, необходимых для размещения франчайзинговых фирм;
- Ассоциация франчайзеров и франчайзи включена в государственную программу по развитию предпринимательства на 2013-2015 годы.

Развитие малого и среднего предпринимательства - один из факторов экономического роста Республики Беларусь, поэтому франчайзинг является перспективным механизмом создания бизнеса, облегчающим выход на рынок и снижающим риски при его ведении. Франчайзинг предоставляет возможности для малого и среднего бизнеса в Беларуси выхода на внешние рынки. Франчайзинговые соглашения малого и среднего бизнеса с зарубежными брендами позволили бы решить такие важные проблемы национальной экономики, как создание новых рабочих мест, повышения качества услуг, поступление валюты. Создание собственных франчайзинговых сетей позволит белорусским производителям расширять географию продаж, увеличивать доходы, повышать конкурентоспособность своей продукции.

Таким образом, для Беларуси франчайзинг - резерв для количественного роста предпринимательского сектора, повышения качества бизнеса, возможностей интеграции его субъектов в систему международных экономических связей.

Список использованных источников

1. Термины франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.franchiser.by/about_franchaising/urid_aspekti/history/index.htm
2. Корзун В. Франчайзинг: сущность, проблемы, правовое регулирование\ Корзун В. //Белорусский журнал международного права и международных отношений - 2004 — № 4
3. Петько П. Франчайзинг в Беларуси: доходный бизнес по чужому «рецепту» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://delo.by/news/~shownews/franchaising-v-belarusi-dohodniy-biznes>.
4. Национальный центр интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belgospatent.org.by>.