

# О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Д. Н. Скорый

*Гомельский государственный технический университет  
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Инновационные идеи обеспечивают прямую экономию финансовых ресурсов, снижающих предпринимательские риски. Одной из таких бизнес-идей является франчайзинг. Под крылом крупной фирмы собственник относительно небольшого капитала с меньшими затратами и большей выгодой получает возможность открыть свое дело. Владелец мелкого предприятия экономит на рекламе, организационных и других расходах, большую часть которых берет на себя франчайзер. Единые стандарты продаваемой продукции и услуг, привычка потребителя к знакомой торговой марке позволяют держателю франшизы утвердиться на тех рынках, где самостоятельной небольшой фирме новичку закрепиться значительно труднее.

Согласно данным Национального центра интеллектуальной собственности Республики Беларусь, за период с 2005 по 2012 г. в Беларуси зарегистрировано немногим более 100 договоров франчайзинга. К сожалению, это очень скромный показатель среди современных европейских стран. Из них 50 % всех договоров передают права использования фирменного наименования и нераскрытой коммерческой информации в сфере розничной торговли, 20 % всех договоров – в сфере услуг для бизнеса, 19 % – услуг для населения и лишь 5 % – в сфере общественного питания.

За период 2005–2012 гг. в Беларуси было продано около 30 франшиз. Причем опросы, проведенные специалистами, показывают, что реально работает только половина из этих сетей. При этом большинство договоров заключаются в обход официальному порядку, в результате «реальной» ситуации мы не видим.

Из представленных франшиз не более 10 – национальные, остальные – международные. Крупнейшей белорусской франчайзинговой сетью является оператор розничной торговой сети НТС (торговая марка «Родная сторона»). Крупнейшая белорусская франчайзинговая сеть, открывающая точки за рубежом, – розничная сеть магазинов белья «Милавица».

Следует отметить, что создана и работает Ассоциация франчайзеров и франчайзи «БЕЛФРАНЧАЙЗИНГ» (далее – Ассоциация) – это организация, занимающаяся развитием франчайзинга в Беларуси. Ассоциация совместно с союзом юридических лиц «Республиканская Конфедерация Предпринимательства» при поддержке Департамента по предпринимательству Министерства экономики Республики Беларусь

ежегодно иницируют форум «Франчайзинг Беларусь» – масштабное специализированное мероприятие, посвященное развитию и использованию франчайзинга белорусскими компаниями и предпринимателями.

Одним из путей развития является финансовая поддержка франчайзинговых проектов. Среди партнеров Ассоциации есть инвестиционные компании. Также существует возможность привлечения кредитных ресурсов для реализации проектов. Необходимо отметить, что банковские учреждения европейских стран предлагают специализированные кредиты на приобретение франшиз. В Республике Беларусь не предлагают таких специализированных кредитных продуктов. Однако есть кредиты, предоставляемые на цели открытия бизнеса, которые могут быть использованы в том числе и на покупку франшизы. По заверениям специалистов, Ассоциация ведет переговоры с банками Беларуси по вопросу разработки специализированных кредитов.

Актуальной проблемой на сегодняшний день для франчайзинговых отношений в бизнесе является аспект барьеров, препятствий на пути продвижения подобной формы предпринимательской деятельности.

Первое препятствие связано со страновыми различиями: ментальностью, этнокультурными особенностями, способными усложнить договорные отношения между франчайзером и франчайзи – представителей разных государств. В мире не сложилось единого определения классического франчайзинга, так как в разных странах оно приобретало свои специфические особенности и формы.

Вторым препятствием является снижение интереса к малому бизнесу со стороны молодежи, выбирающей свой профессиональный путь. Это означает, что тем не менее выбравшие данную стезю характеризуются повышенной амбициозностью, смелостью, обладают отличными навыками действовать в рискованных условиях местной бизнес-среды. В такой ситуации угроза того, что активные предприниматели-франчайзи становятся рано или поздно потенциальными конкурентами для франчайзера и их начинают тяготить рамки договорных отношений, особенно очевидна. В мировой практике существуют проблемы, связанные с конкуренцией между неоправданно большим количеством покупателей франшизы, что приводит к разорению некоторых из них. Во многих случаях при заключении договоров франчайзи несут неоправданное бремя необоснованных условий, обеспечивающих привилегии именно франчайзеру.

Третьим препятствием, по моему мнению, является отсутствие эластичности в договорных отношениях со стороны франчайзера. Анализ мировой статистики сравнительной прибыльности франчайзинговых сетей и «владельческого» бизнеса свидетельствует, что франчайзинговые сети показывают меньшую производительность, чем сети вертикальные, где все точки находятся в собственности фирмы.

Четвертым препятствием является особенность нашего франчайзинга, связанная в первую очередь с дороговизной приобретения франшизы и переходом непосредственно к деятельности, вследствие чего мы наблюдаем ситуацию, когда управление франшизой непосредственно осуществляется менеджером, нанимаемым франчайзи. Соответственно, остро стоит вопрос заинтересованности, компетентности и добросовестности этих наемных рабочих.

Пятое препятствие заключается в ответственности правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю. Согласно ст. 910-6 Гражданского кодекса Республики Беларусь правообладатель несет субсидиарную ответственность по предъявляемым к пользователю требованиям о несоответствии качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) пользователем по договору франчайзинга, качеству аналогичных товаров (работ, услуг), продаваемых (выпол-

---

няемых, оказываемых) непосредственно правообладателем. Данное обстоятельство зачастую пугает иностранных правообладателей, так как в строительстве системы контроля они попросту не заинтересованы.

Шестое препятствие – это отсутствие единого гаранта, который мог бы дать адекватную оценку франшизы потенциальному франчайзи, здесь в качестве примера для создания национальной системы можно взять за основу британскую ассоциацию франчайзинга.

Следует отметить, что в силу особенности договора франчайзинга в Республике Беларусь предусмотрена обязательная регистрация франшизы в патентном органе. Однако в силу отсутствия ответственности не все приобретаемые франшизы регистрируются в установленном порядке, что создает дополнительные сложности как для государства, так и для контрагентов такого договора франчайзинга.