

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Н. А. Курочка

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

Отметившийся в последние годы интерес к использованию объектов интеллектуальной собственности поднимает вопросы не только повышения эффективности их использования, но и грамотной организации процессов передачи этих прав от правообладателя другим заинтересованным лицам. Следует отметить, что владельцу имущественных прав на объект интеллектуальной собственности (далее ОИС) принадлежит исключительное право правомерного использования этого объекта по своему усмотрению в любой форме и любым способом. Таким образом, обладатель исключительного права на ОИС может передать это право другому лицу полностью или частично, разрешить другому лицу использовать этот объект или распорядиться им иным образом.

Основной формой передачи имущественных прав в сфере интеллектуальной собственности является договор, который должен содержать предмет договора, фиксировать участников договора, определять их права и обязанности, сроки действия, ответственность за нарушение условий договора, определяемых участниками. В определенных случаях договоры подлежат государственной регистрации.

Если при традиционных экспортно-импортных операциях одновременно с товаром передаются все права собственности на него, то при реализации лицензионных соглашений автор эксклюзивной разработки или ее владелец (лицензиар) в редких случаях отчуждает в пользу покупателя – пользователя (лицензиата) все права собственности. Основным способом распространения разработки является передача лицензии, оговаривающей отчуждение только части прав собственности лицензиату, другая часть остается за лицензиаром.

Одной из правовых форм передачи прав на результаты интеллектуальной деятельности выступает **договор комплексной предпринимательской лицензии – франчайзинг**. В соответствии с Гражданским Кодексом Республики Беларусь, по 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.

Наряду с передачей прав на пользование ОИС договор франчайзинга, как правило, содержит указание на дополнительные обязательства франчайзера (продавца) по отношению к франчайзиату (покупателю) такие, как:

- обучение франчайзиата;
- передача дополнительной информации о «деловом комплексе»;
- оказание консультационных и маркетинговых услуг (постоянное консультационное и техническое содействие);
- контроль качества производимых товаров либо выполняемых услуг;
- поставка необходимого сырья и комплектующих;
- содействие в ограничении конкуренции на конкретных рынках (на основе передачи исключительной лицензии).

В свою очередь обязанности франчайзиата по отношению к франчайзеру можно разделить на следующие основные группы:

- соблюдение всех требований, установленных франчайзером для эксплуатации «делового комплекса»;
- соблюдение конфиденциальности;
- информирование покупателей (заказчиков) наиболее очевидным для них способом о том, что франчайзиат использует фирменное наименование, товарный знак или иное средство индивидуализации на основании договора франчайзинга;
- уплата вознаграждения франчайзеру и др.

В общем виде франчайзинг (франшиза) является определенным типом организации бизнеса путем создания широкой сети однородных предприятий, имеющих единый товарный знак, одинаковые организационно-технологические условия, методы и формы продажи товаров и оказания услуг, единые требования к качеству товаров и их цене. Наиболее распространенными видами деятельности по договору франчайзинга являются рестораны быстрого обслуживания (McDonald's), кафе-мороженое, автоцентры, салоны красоты, различные виды бытовых услуг (химчистки, прачечные, фотостудии и многие другие).

Международный предпринимательский франчайзинг уже имеет обширный опыт в области профессиональных услуг организации автозаправок и станций техобслуживания, лизинга транспортных средств, пунктов быстрого питания и поставок продуктов питания, сервисного обслуживания и проката бытовых приборов, медицинского и фармацевтического оборудования.

В нашей стране франчайзинг используется в крайне незначительных масштабах, хотя первые компании подобного типа в Беларуси появились задолго до формального определения франчайзингового договора в законодательстве.

Решение стать франчайзиатом принимается по результатам качественной и количественной оценки предпринимателем своих возможностей по обеспечению требуемого уровня качества и сбыта товаров или услуг в регионе. Кроме того, можно сформулировать семь основных пунктов качественной оценки «бизнес-мощности» франчайзинга:

1. Широкая известность зарегистрированного товарного знака или знака обслуживания.
2. Доказанный успех бизнеса франчайзера, который может быть воспроизведен на территории франчайзиата.
3. Невысокая трудоемкость внедрения и поддержания системы защиты высокого качества.
4. Универсальность спроса на продукт или его неограниченность территорией франчайзера.
5. Мобильность ноу-хау – возможность быстрой передачи технологии и обучения франчайзиата.

Управление инвестиционной, инновационной деятельностью 313

6. Готовность франчайзера к совершенствованию методов ведения бизнеса, обмену техническими и управленческими идеями.

7. Наличие средств у предпринимателей – потенциальных франчайзиатов для самостоятельных инвестиций.

Пока в белорусском законодательстве франчайзинг рассматривается как разновидность лицензионной торговли, тогда как во всем мире он выделился в отдельную сферу предпринимательской деятельности. Однако, следует отметить, что на сегодняшний день франчайзинг является одним из перспективных направлений развития предпринимательской деятельности в Республике Беларусь, как в сфере обслуживания и торговли, так и в производственной сфере.