

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Д. Н. Скорый

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

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. Так, западные франчайзи, подписывая договор франчайзинга, с большей ответственностью относятся к интеллектуальной собственности франчайзера, которая адекватно охраняется законом. В странах бывшего советского союза интеллектуальная собственность пока еще «неосязаема» и, соответственно, попросту многими не воспринимается как какая-либо ценность. Хотя в франчайзинговом договоре, регламентирующем все отношения между его участниками, интеллектуальная собственность является ключевым элементом. Все еще усложняется тем, что 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 нашему 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 статье 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 (выполняемых, 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.

Помимо этих основных различий существует еще ряд факторов, которые также влияют на полноценное развитие белорусского франчайзинга:

- отсутствие развитого среднего класса;
- статичность экономики;
- слабый уровень знаний о франчайзинге;
- проблемы с коммерческой недвижимостью (ограниченность выбора, высокая цена);
- недостаток консультантов по франчайзингу, имеющих практический опыт у нас в стране;

- желание некоторых франчайзеров максимально зарабатывать на первоначальном платеже;
- непрозрачность;
- отсутствие адаптированных схем финансирования франчайзинга;
- неразвитость отечественной отрасли франчайзинга (т. е. практическое отсутствие производственного, инвестиционного франчайзинга, мягкого франчайзинга, франшизы-работы);
- проблема выбора подходящего партнера (франчайзера, франчайзи);
- проблемы с квалифицированным персоналом;
- отсутствие пилотных точек, доказавших свою жизнеспособность в наших условиях;
- у иностранных франшиз, проблемы адаптации к нашему бизнесу (менталитету);
- нет единого гаранта, который мог бы дать адекватную оценку франшизы потенциальному франчайзи (пример британской ассоциации франчайзинга).

В числе проблем, мешающих открыть бизнес по франшизе, выделяют также дефицит современных площадей в Минске и высокие арендные ставки.

Необходимо отметить причины «непопулярности» франчайзинга в Беларуси. Так, покупателями франшиз на западе являются представители среднего класса. В странах СНГ франшизы приобретают в основном бизнесмены, диверсифицирующие свои активы, так как приобрести франшизу от 10 000 долл., построить или купить недвижимость и оборудование, необходимое для открытия франчайзинговой точки, могут себе позволить не многие. В то же время белорусский франчайзинг имеет огромный потенциал. Это объясняется постоянно растущей емкостью внутреннего рынка, низкой насыщенностью многих сегментов.