УДК 658.788.5

Н.И. Зайцева, Я.Л. Шумер

БИЗНЕС-ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ БЕЛОРУССКОЙ ЭКОНОМИКИ

Бизнес-франчайзинг завоевал большую популярность во всем мире. Однако в Республике Беларусь франчайзинг только начинает «набирать обороты». Несмотря на существенные различия франчайзинга Беларуси и Европы, анализ белорусского рынка показывает, что он заинтересован как в привлечении иностранных франшиз, так и в продвижении отечественных технологий. Функционирование в Республике Беларусь Ассоциации франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг», а также детально регламентированное законодательство в данной сфере позволяют ускорить процесс адаптации системы франчайзинга на белорусском рынке. Уже сейчас больше ста предприятий, функционирующих на территории страны, пользуются преимуществами бизнес-франчайзинга. Использование франчайзинговой системы на предприятиях Республики Беларусь даст мощный положительный стимул как для их внутреннего развития, так и для экономики страны в целом.

Введение

Как показывает практика, в последние годы экономика большинства развитых стран претерпела существенные изменения. Возникло большое количество нововведений, и ведущей движущей силой национальных экономик стала интеллектуальная собственность. Интеллектуальная собственность включает в себя две сферы прав: 1) право промышленной собственности и 2) авторское право и смежное право.

Важнейшим направлением в эффективной реализации объектов интеллектуальной собственности является торговля лицензиями на научно-технические достижения и другие результаты интеллектуального труда. Широко распространенной формой передачи прав на использование интеллектуальной собственности является франчайзинг. Таким образом, целью данной публикации является ознакомление с системой франчайзинга и анализ степень использования данной системы в экономике Республики Беларусь.

Ознакомление с системой франчайзинга

Франчайзинг можно определить как систему отношений, в которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) право использовать имя, технологии, секреты производства, системную поддержку в бизнесе, а франчайзи за пользование таким правом выплачивает франчайзеру часть своего дохода [1].

В мировой практике принято выделять три вида франчайзинга: товарный, производственный и деловой.

1. Товарный (селективное распределение). Франчайзер реализует свою продукцию не через оптово-розничную торговлю, а в основном через предприятие-франчайзи, которое не продает аналогичный товар конкурентов. Данный вид франчайзинга используется, например, для сбыта бензина, автомобильных товаров и сельскохозяйственного оборудования.

2. Производственный. Компания-правообладатель предоставляет франчайзи оборудование, право пользования товарным знаком и общим рекламным фондом при производстве и сбыте продукции. Обязательное условие – строжайший контроль качества со стороны франчайзера.

3. Деловой (франчайзинг в бизнесе). Франчайзер выдает лицензию на право пользования товарным знаком или знаком обслуживания, способом ведения торговли товарами или услугами и соответствующим обеспечением (обычно в форме ноу-хау). Он в основном применяется для открытия магазинов и киосков с целью продажи набора продуктов и оказания услуг под фирменным наименованием франчайзера [2].

Франчайзинг наиболее часто используется в сфере услуг и розничной торговли, однако и некоторые производители к нему также прибегают.

Для франчайзера продажа права на пользование его товарным знаком довольно выгодна, так как это позволяет ему решить сразу несколько серьезных задач:

- 1) расширение рынка сбыта за счет привлечения соседних регионов;
- 2) снижение числа конкурентов путем привлечения под свой бренд сильных игроков;
- 3) поддержание известности на рынке;
- 4) увеличение прибыли за счет получения сервисной платы.

Франчайзи, в свою очередь, также получает ряд очевидных преимуществ:

- 1) снижение предпринимательского риска;
- 2) ускорение развития собственного бизнеса;
- 3) поддержка коммерческой репутации со стороны франчайзера.

К недостаткам можно отнести следующие:

Для франчайзера:

- 1) франчайзеры не рассматривают франчайзинг как быстрый способ расширить свой бизнес;
- 2) франчайзер получает меньше прибыли от торгового франчайзингового предприятия, чем от собственного филиала;
- 3) трудности контроля достоверности финансовых отчетов франчайзи;
- 4) зачастую субъекты малого бизнеса – франчайзи – вынуждены сокращать издержки, нередко это происходит за счет снижения качества выпускаемой продукции или оказываемых услуг, что влечет причинение ущерба имиджу бренда и в итоге снижает его привлекательность для покупателей;
- 5) не исключена подготовка самому себе возможного конкурента в лице активного франчайзи.

Для франчайзи:

- 1) постоянный контроль со стороны франчайзера, что оставляет франчайзи меньше самостоятельности в бизнесе;
- 2) дополнительная статья расходов: необходимость выплаты роялти, вычитаемых из прибыли франчайзи;
- 3) невозможность быстрого выхода из бизнеса: обычно договор франчайзинга заключается на относительно большой срок и может содержать запрет для франчайзи в течение определенного времени после прекращения действия договора вступать в аналогичные франчайзинговые сети;
- 4) очень многие франчайзинговые фирмы представляют собой точные копии существующих компаний. Если сходных схем деятельности будет слишком много, это сведет на нет любые проекты получения прибыли.

По данным некоторых источников, в последние годы до половины всего розничного товарооборота в Европе и США осуществляется через франчайзинговые сети [3]. Сегодня мировой рынок франчайзинга растет и считается одним из самых перспективных. По данным Всемирной организации франчайзинга, в течение первых 5 лет работы прекращают свою деятельность 8 из 10 самостоятельно созданных фирм, а в случае с франчайзинговыми проектами, наоборот, 8 из 10 продолжают действовать. В 80 странах франчайзинговые компании создают более 10% валового национального продукта. На сегодняшний день в мире насчитывается 18 000 франчайзеров и более 2 млн франчайзи. Франчайзинг как явление охватил практически все сферы бизнеса. Лидерами франчайзинга, экспортерами мастер-франшиз по всему миру являются США, Германия, Франция, Великобритания, Канада, Корея, Япония, Австралия [3].

В США, по статистическим данным 2010 г., работает около 909 253 франчайзинговых предприятий, а это более 11 млн человек, которым выплачивают ежегодно зарпла-

ты на сумму 278600 млн долл. Ежегодный оборот этого бизнеса составляет 2,31 трлн долл. (мировой оборот – 3 трлн долл. в год) [3].

Франчайзинг в Германии является растущей и сильной частью экономики. Оборот всех германских предприятий, работающих по франшизе, в 2010 г. составил 55 млрд евро. Так же, как и в России, в Германии нет специального закона, который бы регулировал исключительно франчайзинг. Несмотря на это, франчайзи имеет высокую степень защиты, которая отражена в положении об охране товарных знаков; трудовом праве; правовых нормах, регулирующих ведение конкурентной борьбы [3]. Во Франции за последние два десятилетия количество франчайзинговых сетей выросло вдвое; особенно динамично развивался международный франчайзинг (оборот компаний в 2010 г. достиг 48 млрд евро). Этому способствует благоприятный правовой режим, доступ к инновационным технологиям, поддержка и обучение франчайзи внутри сети. Франция – единственная страна в Европе, где принят закон по регулированию франчайзинга [3]. Великобритания является лидером среди стран Европы по количеству франчайзи и франчайзеров. Так, по данным 2010 г., в стране были зарегистрированы 842 франчайзинговые сети, оборот компаний составил 144 млрд евро, а количество занятых в сфере франчайзинга в 2010 г. составило 465 000 человек. В Великобритании нет специального закона, регулирующего франчайзинг, отсутствует и его законодательное определение [3].

Анализ использования франчайзинга в Республике Беларусь

За последние восемь лет оборот во франчайзинговом бизнесе вырос более чем в 2 раза, и многие бизнесмены заработали на нем миллионы. Но необходимо понимать, что франчайзинг в Европе существует уже много лет, а в Республике Беларусь только «набирает обороты». Нужно отметить, что законодательно возможность заключать договоры франчайзинга в Беларуси появилась только в 2005 г. С этого времени было зарегистрировано более 130 договоров франчайзинга [4]. Цифра, явно не соответствующая емкости белорусского рынка.

Хотя за последние 3 года в Республике Беларусь наметилась тенденция увеличения насыщенности рынка известными брендами, и то лишь в областных городах, однако этого недостаточно. Следовательно, иностранных франчайзеров на рынке Беларуси сравнительно немного. Отчасти это объясняется нестабильностью экономики страны, сложностью ведения бизнеса, частыми и значительными изменениями в законодательстве. В то же время развитие белорусских брендов и торговых марок вообще незначительно, и, как следствие, почти отсутствуют белорусские франчайзеры. Для изменения сложившейся ситуации необходимо увеличить поддержку для развивающихся предприятий посредством предоставления льгот, субсидий, способствующим выходу на рынок. Таким образом, анализ белорусского рынка показывает, что рынок заинтересован как в привлечении иностранных франшиз, так и в формализации и продвижении собственных успешных технологий и опыта. Несмотря на все преимущества и недостатки франчайзинга, нужно понимать, что интегрировать франчайзинг в белорусскую бизнес-среду довольно сложно. Бизнес-франчайзинг на Западе – это хорошо отрегулированный механизм, но, столкнувшись с реалиями белорусской экономики, он, безусловно, претерпел изменения. Сравнительная характеристика франчайзинга в Европе и в Республике Беларусь представлена в таблице.

Таблица – Сравнение франчайзинга в Европе и в Республике Беларусь

Показатели	Европа	Республика Беларусь
Уровень конкуренции	Высокий.	Невысокий.
Покупатели франшиз	Менеджеры среднего звена, военные пенсионеры, домохозяйки.	Бизнесмены, диверсифицирующие свои активы.

Продолжение таблицы

Управляющий франшизой	Владелец франшизы.	Менеджер, нанимаемый инвестором.
Уровень знаний о франчайзинге	Высокий.	Низкий.
Степень ответственности за подписанный договор	Высокая.	Низкая (влияние менталитета).
Получение кредита на развитие для реализации проекта с купленной франшизой	Свободное получение кредита.	Низкая вероятность получения кредита.
Законодательство	Не во всех странах законодательством регламентированы отношения франчайзинга.	Отношения франчайзинга законодательно регламентированы.
Вступительный взнос	Обязательная выплата единовременного вступительного взноса франчайзеру.	Ряд отечественных франчайзеров отказываются платить единовременный вступительный взнос, считая, что отсутствие первоначального взноса является конкурентным преимуществом, привлекающим новых франчайзи.

Несмотря на существенные различия, многие компании в Республике Беларусь всерьез задумываются об использовании данной схемы организации бизнеса. Хотелось бы отметить, что нормативное регулирование франчайзинга в Республике Беларусь развито достаточно хорошо. Более того, Республика Беларусь входит в ограниченное число стран (в мире их чуть более полутора десятков), законодательство которых регламентирует отношения франчайзинга.

Основным источником регулирования отношений франчайзинга является Гражданский Кодекс Республики Беларусь (ГК). Глава 53 ГК в редакции Закона от 18 августа 2004 г. № 316-3 детально раскрывает сущность взаимоотношений правообладателя и пользователя в связи с лицензионным комплексом. Помимо норм ГК договор франчайзинга (в части передачи прав на объекты интеллектуальной собственности) регулируется Законом Республики Беларусь «О товарных знаках и знаках обслуживания», Законом Республики Беларусь «О патентах на изобретения, полезные модели, промышленные образцы», Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 21 марта 2009 г. № 346 «О регистрации лицензионных договоров, договоров уступки, договоров залога прав на объекты права промышленной собственности и договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга)». Уместным также будет обратить внимание на рекомендации Британской ассоциации франчайзинга. Данная организация разработала этический кодекс, определяющий пределы влияния правообладателя на пользователя [5].

Двумя основными документами по франшизе являются руководство по франшизе и договор. Руководство содержит подробные инструкции и советы для франчайзи по ведению дела. Договор определяет формальные отношения между франчайзером и франчайзи и очень подробно и конкретно формулирует обязанности франчайзи. Договор франчайзинга имеет черты, отличающие его от остальных видов сделок:

1. Обязательным предметом договора является предоставление правообладателем права пользования частью комплекса исключительных прав – права на товарный знак.

2. Участниками франшизы могут быть лишь занимающиеся предпринимательской деятельностью лица (коммерческие организации или физические лица, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей). Это отличает договор франчайзинга от лицензионного договора.

3. Цель договора – получение выгоды каждым из его участников: франшиза используется в предпринимательской деятельности франчайзи, и правообладатель создает сеть для продвижения своих товаров или услуг, расширения рынка их сбыта.

4. Взаимные ограничения сторон: отношения между франчайзером и франчайзи по конкретному договору не могут существовать обособленно от отношений франчайзера с другими пользователями по аналогичным договорам. Ни при каких обстоятельствах эта деятельность не должна приводить к чрезмерному усилению конкуренции на рынке товаров или услуг. Кроме того, франчайзер стремится защитить свои права при передаче права пользования ими, поэтому в договоре обязательно есть условия об охране коммерческой тайны, конфиденциальной информации [6].

В соответствии с законодательством Республики Беларусь договор франчайзинга, а также изменения к нему и его досрочное расторжение подлежат регистрации в патентном органе Республики Беларусь – Национальном центре интеллектуальной собственности. Соответствующие сведения вносятся в Государственный реестр договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) Республики Беларусь. Если по договору комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) передаются права в отношении изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, сортов растений, топологий интегральных микросхем, секретов производства (ноу-хау), относящихся к продукту или способу в любой области техники, такие договоры также подлежат регистрации в Государственном реестре лицензионных договоров, договоров уступки и договоров залога прав на объекты интеллектуальной собственности Республики Беларусь. Регистрация договоров франчайзинга осуществляется в течение одного месяца с даты поступления в патентный орган правильно оформленных документов. Несмотря на то, что белорусские законы регламентируют франчайзинг, их использование при реализации данной бизнес-модели вызывает много затруднений и сложностей.

В 2011 г. для популяризации и развития франчайзинга в Беларуси, а также установления единых стандартов отношений франчайзинга, защищающих права и интересы участников этого рынка, была учреждена Ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг». Это значительно упростило ведение бизнеса в форме франчайзинга в Республике Беларусь. На сайте данной ассоциации представлены каталог франшиз и информация о франшизах тех сетей, которые желают расширяться в Беларуси. В белорусском каталоге есть различные предложения стоимостью от 3 тыс. долл. до 250 тыс. долл. [4]. За два года «Белфранчайзинг» провел много мероприятий, включая презентации и обучающие мастер-классы, однако общая осведомленность белорусских предпринимателей и компаний о возможностях, которые предоставляет франчайзинг, остается крайне низкой.

Так, в целях расширения областей применения франчайзинга 22 октября 2013 г. в г. Бресте прошел областной Форум «Создание и развитие бизнеса. Технология франчайзинга. Программа деловых консультационных услуг ЕБРР». Участники Форума ознакомились с возможностями франчайзинга, преимуществами его использования, особенностями построения франчайзинговых сетей, получили актуальную информацию о состоянии рынка франчайзинга в Беларуси.

Национальным центром интеллектуальной собственности Республики Беларусь в 2005–2012 гг. в Беларуси зарегистрировано немногим более 100 договоров франчайзинга. Причем, понятно, что часть договоров к настоящему времени уже прекратила свое действие. Чуть более 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 данный период были зарегистрированы случаи передачи прав на 28 франшиз, при этом среди представленных в Беларуси франшиз не более 10 национальные, остальные – международные. Из этих компаний 18 подтвердили в ассоциации «Белфранчайзинг» свою деятельность. Даже если эту цифру увеличить в 3–4 раза с учетом незарегистрированных, но фактически действующих отношений, то рынок все равно остается практически свободным, особенно в регионах [7].

В части запросов на покупку франшизы наблюдается определенная тенденция: в крупных городах высок спрос на иностранные бренды с нестандартным торговым предложением (специализированные заведения питания; услуги, ориентированные на определенный сегмент потребителя; производственные франшизы; пакеты франшиз), а в небольших городах в основном интересуются концепциями, не требующими крупных финансовых вложений, здесь наибольший интерес представляют предложения успешных белорусских компаний, которые приняли решение развиваться через франчайзинг.

Среди белорусских предприятий наиболее успешный опыт по использованию системы франчайзинг имеет СП ЗАО «Милавица». Сегодня под брендом «Милавица» работают магазины 466 франчайзи в 19 странах. Благодаря построению франчайзинговой сети «Милавица» стала одним из самых узнаваемых брендов на территории постсоветских стран [4].

На рынке одежды выделяется бренд детской одежды «Оранжевый верблюд». Первый магазин был открыт в Минске в 2004 г. В следующем году компания начала оптовые поставки в Москву. К 2010 г. появились 8 магазинов коллекционной детской одежды «Оранжевый верблюд» в разных городах Беларуси. Компания активно привлекает к сотрудничеству дилеров и франчайзи.

Еще одним крупным предприятием, использующим систему франчайзинга, является «БЕЛВЕСТ». В настоящее время франчайзи «БЕЛВЕСТ» в Беларуси выступают десять субъектов хозяйствования как частной, так и государственной формы собственности. Есть среди них и предприятие Белкоопсоюза, открывшее магазин по франшизе БЕЛВЕСТ в Слониме.

Брестский филиал ЗАО «Минский завод виноградных вин» по договору франчайзинга начал выпуск оригинального шотландского виски Raeburn. Данный проект является импортозамещающим. Его реализация способствует экономии валютных средств государства. Немаловажно и то, что новый вид продукции брестского завода планируется продавать не только в Беларуси, но и в других странах Таможенного союза – России и Казахстане. Практика розлива алкогольных напитков по франчайзингу все шире применяется на МЗВВ: это в первую очередь позволяет снижать стоимость продукции. Выпуск шотландского виски не первый проект. Здесь на условиях франчайзинга уже налажен розлив французских, итальянских, грузинских и молдавских вин, а также известных литовских водок и настоек.

Еще одним белорусским предприятием, которое использует в своей деятельности систему франчайзинга, является ОАО «БЭМЗ». На рынке РФ медицинская продукция ОАО «БЭМЗ» распространяется косвенным методом через дилера (ИП С.Н. Шатило, г. Краснодар), действующего на основании системы франчайзинга. Необходимо отметить, что предприятие производит продукцию по трем направлениям (сельскохозяйственная техника, медицинское оборудование, счетчики электроэнергии), а система франчайзинга используется только по медицинскому оборудованию. Однако на основании анализа всех плюсов и минусов франчайзинга, а также учитывая, что предприятию уже знакома данная система, ее внедрение целесообразно и по двум другим направлениям.

Среди успешных иностранных франчайзеров выделяют российскую «1С», латвийскую SIA KPMG Baltic, которая заключила 4 франчайзинговых договора с местными

предпринимателями на предоставление аудиторских услуг. По договору международного франчайзинга в Минске работает один ресторан американской сети Friday's.

Заключение

Для эффективного развития франчайзинга в Беларуси необходимо, чтобы в государственных программах был прописан реальный механизм поддержки франчайзинговых отношений, что позволит расширить бизнес-франчайзинг на территории страны. Функционирование в Республике Беларусь Ассоциации франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг», а также детально регламентированное законодательство в данной сфере позволяет ускорить процесс адаптации системы франчайзинга на белорусском рынке. Кроме того, «Белфранчайзинг» включен в государственную программу по развитию предпринимательства на 2013–2015 гг., что дает прерогативы франчайзингу. Таким образом, использование франчайзинговой системы на предприятиях Республики Беларусь и на внешнем рынке даст мощный положительный стимул как для их внутреннего развития, так и для экономики страны в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Понятие франчайзинга [Электронный ресурс] / БЕЛФРАНЧАЙЗИНГ. – Режим доступа : <http://www.belfranchising.by/about-franchising/concept/>. – Дата доступа : 10.10.2013.
2. Виды франчайзинга. [Электронный ресурс] / E-xecutive. – Режим доступа : <http://www.e-xecutive.ru/wiki/index.php/Франчайзинг>. – Дата доступа : 10.10.2013.
3. Винокурова, Ю.Ю. Франчайзинг как путь к совершенствованию бизнеса / Ю.Ю. Винокурова, И.Ю. Пчельникова / Рос. акад. народного хоз-ва и гос. службы при президенте Российской Федерации. Первый тамбовский филиал [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.tmborags.ru/>. – Дата доступа : 10.10.2013.
4. Франчайзинг в Беларуси [Электронный ресурс] / БЕЛФРАНЧАЙЗИНГ. – Режим доступа : <http://www.belfranchising.by/about-franchising/franchising-in-belarus>. – Дата доступа : 10.10.2013.
5. Правовое регулирование франчайзинга в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Франчайзинг «под ключ». – Режим доступа : http://www.franchiser.by/about_franchising/urid_aspekti/pravovoe_reglirovanie/index.htm. – Дата доступа : 10.10.2013.
6. Франчайзинг: в лучах чужой бизнес-славы [Электронный ресурс] / ДЕЛО-ПРЕСС. – Режим доступа : <http://www.delo-press.ru/articles.php?n=7221>. – Дата доступа : 10.10.2013.
7. Франчайзинг Беларуси – реальность и перспективы / Республиканская конф. предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rce.by/all-news/2983-франчайзинг-в-беларуси-реальность-и-перспективы>. – Дата доступа : 10.10.2013.

Zaitseva N.I., Schumer J.L. Business Franchising as one of Direction of the Belarusian Economy

Business franchising has won great popularity all over the world. However, in the Republic of Belarus franchise is just beginning to «gain momentum». Despite the significant differences franchise Belarus and Europe, the Belarusian market analysis shows that the market is interested in attracting foreign franchises, as well as in the promotion of domestic technologies. Functioning in the Republic of Belarus Association of franchisors and franchisees «Belfranchayzing» and regulated in detail by the law in this area can accelerate the process of adaptation of the franchise system in the Belarusian market. Already, more than a hundred companies operating on the territory of the country benefit from the business of franchising. Using the franchise system in the enterprises of the Republic of Belarus will give a strong positive incentive, both for their internal development as well as for the economy as a whole.

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 22.10.2013