

Ю.А. МОИСЕЕНКО, А.С. ПОДРЯБИНКИН

Научный руководитель Д.С. КАЛИНИН, канд. экон. наук
ГУ ВПО «БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Суть белорусского франчайзинга заключается в том, что он практически не представлен на рынке Беларуси. Так же проблемой является то, что искаженное понятие термина «франчайзинг» используется и употребляется как угодно, но только не так как это должно быть на самом деле.

В январе 2006 года Национальный Центр Интеллектуальной Собственности в Минске зарегистрировал первый договор франчайзинга. Со временем НЦИС зарегистрировал еще несколько договоров франчайзинга и на сегодняшний день их количество достигло двадцати двух. Самый крупный отечественный франчайзор – компания «Электросервис и Ко» (торговая марка «Электросила»), работающий в области розничной торговли бытовой техники, – имеет десять зарегистрированных договоров франчайзинга.

Практика заключения договоров как национального так и международного франчайзинга в Республике Беларусь немногочисленна. Основное место занимают договоры национального франчайзинга, причем абсолютное большинство среди них относится к сфере розничной торговли.

Имеются также и международные договоры франчайзинга, но их количество незначительно.

На территории Республики Беларусь заключены 4 международных договора сервисного франчайзинга (аудиторские услуги), в которых правообладателем выступает Латвийская фирма КПМГ Болтикс СИА.

Такую ситуацию можно объяснить малой информированностью предпринимательских кругов об особенностях франчайзинга. Для обывателя это скорее красивое слово, чем целостный и по настоящему коммерческий феномен, который кроет в себе не только простую передачу товарного знака, фирменного наименования и других объектов интеллектуальной собственности. Это еще и комплекс знаний, нераскрытой информации, деловой репутации, без которой не может быть достигнуто качество продукта, услуг франчайзера.

Можно сделать вывод о том, что на данном этапе времени франчайзинг в Беларуси находится на стадии зарождения. Иностранные правообладатели не особенно стремятся расширять свои сети в Беларуси, а национальные вообще не рассматривают франчайзинг как действенный механизм развития бизнеса.