

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В БЕЛАРУСИ

Н.А. Трофимович

Научный руководитель – *О.В. Привалова*
Белорусский национальный технический университет

Термин «франчайзинг» имеет французское происхождение. «Франшиза» (фр. franchise) - привилегия, льгота. Однако, несмотря на неанглийское происхождение термина, сами отношения франчайзинга обязаны своему возникновению и популярности не континентальной Европе, а США, в праве которого термин «франшиза» используется для описания различного вида отношений. Например, «спортивная франшиза» представляет собой разрешение на создание спортивной команды на определенной территории под эгидой лиги, предоставившей такое разрешение. «Избирательная франшиза» представляет собой право на участие в голосовании, гарантированное пятнадцатой, девятнадцатой и двадцать четвертой поправками к Конституции США. Устав корпорации также трактуется как «франшиза» - «генеральная (общая) франшиза», в то время как «специальная франшиза» включает в себя любое право, предоставленное обществом, по использованию имущества в общественно-полезных целях и в целях получения личной выгоды.

Однако нашей целью является исследование только «предпринимательского франчайзинга» (англ. business format franchising), под которым в соответствии с американским правом понимаются «длющиеся деловые отношения между франчайзером и франчайзи, которые включают в себя не только продукцию, услуги и торговую марку, но и целый комплекс деловых отношений - маркетинговую стратегию и план, руководство для персонала и производственные стандарты, контроль качества и двусторонний постоянный обмен информацией». [1]

Таким образом, под франчайзингом следует понимать такие отношения хозяйствующих субъектов, при которых одно лицо (франчайзер) в целях освоения новых рынков, получения прибыли и т.д. передает другому лицу (франчайзи) комплекс принадлежащих ему прав (в первую очередь на использование фирменного наименования, товарного знака) и оказывает необходимую информационную поддержку (передавая опыт ведения бизнеса, сведения о новых технологиях, ноу-хау и т.п.), получая за это определенную плату (обычно в виде первоначального взноса и последующих выплат).

Специального законодательства о франчайзинге в нашей республике пока нет. Однако в статье 910 Гражданского Кодекса Республики Беларусь определено понятие договора комплексной предпринимательской лицензии (договора франчайзинга), из которого следует, что под франчайзингом понимается передача правообладателем пользователю за вознаграждение комплекса исключительных прав (включающего право использования фирменного наименования и закрытой коммерческой информации, а также другие права, предусмотренные договором). [2]

Нераспространенность франчайзинга в Беларуси связана также с тем, что крайне узок круг лиц, знакомых с этим удивительным явлением в бизнесе. Для правовой системы Республики Беларусь договор франчайзинга является новым. Франчайзинг таит в себе еще множество белых пятен, не учтенных законодателем, и уже сейчас становится очевидным, что необходима детальная правовая регламентация этого вида договорно-обязательных отношений. Помогут в этом опыт зарубежного законодательства и практика его применения. В Беларуси имеются все условия для развития франчайзинга.

Литература

1. Тынель А., Хвалей В., Фулк Я. Курс международного торгового права. – Мн.: Амалфея, 2000. – 200 с.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь. – Мн.: Национальный центр правовой информации Республики Беларусь, 1999. – 512 с.