

приемлемой основе, развитию миролюбивых отношений между государствами.

Список использованных источников

1. *Бобров, Р. Л.* Основные проблемы теории международного права / Р. Л. Бобров – М., 1993.
2. *Талалаев, А. Н.* Юридическая природа международного договора / А. Н. Талалаев – Киев, 1968.
3. *Ладыженский, А. М.* Мирные средства разрешения споров между государствами / А. М. Ладыженский, И. П. Блищенко – М., 1962.
4. *Бараташвили, Д. С.* Международно-правовые принципы мирного сосуществования / Д. С. Бараташвили // *Международная жизнь.* – 1996. – № 1. – С. 39.

Н. А. Наумовец

Научный руководитель – кандидат юридических наук А. Ю. Ломако
БГЭУ (Минск)

ДОГОВОР ФРАНЧАЙЗИНГА

Слово «franchise» французского происхождения и означает «привилегия». Одной из первых применила договор франчайзинга в 1898 г. компания General Motors. Франчайзинг является распространенной формой организации бизнеса в мире. Однако Беларусь здесь явно выпадает из общих тенденций. Понятие «франчайзинг» появилось в белорусском праве в 1998 г. с принятием нового Гражданского кодекса Республики Беларусь (далее – ГК). Первоначально законодательство ограничивалось лишь тем, что в ст. 910 ГК было дано определение договора франчайзинга [1].

Договор франчайзинга представляет собой предпринимательскую сделку, поэтому его сторонами могут быть лишь субъекты предпринимательской деятельности: франчайзер – компания, передающая право на ведение бизнеса, и франчайзи – компания, приобретающая право на ведение определенного бизнеса. Цель договора – содействовать продвижению на рынке определенных товаров (например, высокотехнологического оборудования) [2, с. 177].

Выделяют следующие виды франчайзинга:

- товарный представляет собой продажу готовой продукции франчайзера (примером может служить Singer Sewing Machine Company);
- производственный – дает право покупателю франшизы самостоятельно производить и реализовывать товар под брендом франчайзера (примером может служить Coca-Cola);
- сервисный – франчайзинг предоставляет маркетинговые и рекламные секреты фирмы, технологии продаж, обучает контакту с клиентами (примером может быть модель ведения бизнеса компании Hugo Boss, Pizza Hut);

• франчайзинг бизнес-формата – это франчайзинг на вид деятельности, т. е. покупатель франшизы становится частью компании-франчайзера (яркий пример – компания McDonald's) [3, с. 118–123].

Первой в Республике Беларусь компанией, зарегистрировавшей 23 января 2006 г. в Национальном центре интеллектуальной собственности договор комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), стала СООО «НТС». Эта компания развивает торговую розничную сеть под брендом «Родная Сторона». С этого момента начинается отсчет истории франчайзинга в Беларуси. Самыми яркими представителями национального франчайзинга являются такие бренды, как «Оранжевый верблюд», «Милавица», компания «Электросервис и К^о» (торговая марка «Электросила») [1].

Договор франчайзинга имеет свои положительные и отрицательные стороны. К положительным сторонам франчайзера можно отнести увеличение степени контроля на мировом рынке, франчайзи – снижение риска банкротства, экономия ресурсов и времени. К отрицательным сторонам для франчайзера можно отнести то, что, обучая франчайзи, франчайзер готовит себе возможного конкурента, а для франчайзи – возможность ограниченного доступа франчайзи к рынку сырья.

Темп развития франчайзинга в Республике Беларусь сдерживает слабая информированность возможных франчайзи как о самостоятельной франшизной бизнес-схеме, так и о возможности воспользоваться ею. С 2005 г. было зарегистрировано 109 договоров франчайзинга с 37 франчайзерами. Предпринимателю, желающему начать собственный бизнес, прежде всего следует оценить возможность начала своего дела под уже известным брендом. Хотя франчайзинг и не обеспечивает 100%-ный успех, но способствует его повышению, снижая почти все риски, связанные с началом бизнеса.

Список использованных источников

1. Официальный сайт ассоциации франчайзеров и франчайзи «БЕЛФРАНЧАЙЗИНГ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belfranchising.by/franchising-in-belarus/>. – Дата доступа: 10.03.2014.

2. *Кудашов, В. И.* Интеллектуальная собственность: охрана и реализация прав, управление: учеб. пособие / В. И. Кудашов. – Минск, 2004.

3. *Ягудин, С. Ю.* Венчурное предпринимательство. Франчайзинг: учеб.-метод. комплекс / С. Ю. Ягудин. – М., 2008.