

и государственное управление на местах, учитываются исторические, демографические особенности той или иной страны, политический режим, правовая система и другие факторы. Правовой основой организации самоуправления в зарубежных странах являются соответствующие положения конституций, национальных законов о местном управлении и самоуправлении, в федеративных государствах — также законы штатов, земель, других субъектов федерации. Важную правовую основу самоуправления для всех стран Европы составляет Европейская хартия местного самоуправления.

Ю.Ю. Князь, Д.С. Захарич
БГЭУ (Минск)

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

Договор франчайзинга является выгодной схемой ведения бизнеса как для правообладателя, так и для пользователя. Франчайзинг предоставляет широкие возможности отечественным компаниям перенять деловой и управленческий опыт и технологии ведущих иностранных компаний, приемы и методы ведения предпринимательской деятельности, разработанные в мировой экономике.

Международно-правовое регулирование отношений по договору франчайзинга осуществляется в соответствии с рекомендациями Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) — публикацией ВОИС № 480(R), типовым контрактом международного франчайзинга МТП, рекомендациями Международной франшизной ассоциации и т.д. Важную роль в развитии франчайзинга играют национальные и международные ассоциации франчайзинга, например Ассоциация франчайзеров США, Британская ассоциация франчайзинга, Международная ассоциация франчайзинга и др.

Гражданский кодекс Республики Беларусь предусматривает договор комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинг), согласно которому одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на определенный в договоре франчайзинга срок либо без указания срока комплекс исключительных прав (лицензионный комплекс), включающий право использования фирменного наименования правообладателя и нераскрытой информации, в том числе секретов производства (поу-хау), а также других объектов интеллектуальной собственности (товарного знака, знака обслуживания и т.п.),

предусмотренных договором франчайзинга, для использования в предпринимательской деятельности пользователя.

Существенным недостатком действующего законодательства в сфере франчайзинговых отношений является отсутствие специального закона о франчайзинге и учреждения (ассоциации), которое бы способствовало развитию франчайзинга в Республике Беларусь.

Франчайзинг предоставляет следующие возможности:

- франчайзи является собственником произведенного товара или услуг;
- франчайзер предоставляет франчайзи право на использование известной торговой марки, фирменного наименования. Таким образом, первоначально получает рекламу и занимает определенное место на рынке;
- франчайзер передает франчайзи комплект методических материалов в виде инструкций по материалам, сырью, оборудованию, поставщикам, системе сбыта, технологии ведения дела и проводит курс обучения для того, чтобы франчайзи мог в кратчайший срок начать новый бизнес;
- франчайзер оказывает помощь в снабжении производства франчайзи, предоставляя возможность приобретать по льготным ценам материал, сырье, оборудование как у самой компании, так и у ее поставщиков.

Однако франчайзинг имеет некоторые недостатки. Во-первых, франчайзи должен осуществлять определенные выплаты (роялти) в виде фиксированного платежа или отчисления от прибыли. Во-вторых, франчайзи обязан придерживаться методов ведения бизнеса франчайзера.

Тенденция развития мировой экономики указывает на дальнейшее увеличение использования франчайзинга, поскольку это эффективная и гибкая форма организации бизнеса, позволяющая снизить риск в малом предпринимательстве и способствующая быстрому продвижению современных технологий в сфере производства и услуг, делающая деловые связи между участниками этих отношений стабильными и взаимовыгодными.

Однако франчайзинг не получил на сегодняшний день должного применения в белорусской экономике и правовой системе. Следует назвать следующие причины: недостаточное развитие малого и среднего бизнеса; отсутствие соответствующего законодательства; малое количество известных марок отечественных производителей.