

лировал ряд проблемных вопросов, возникавших в ходе реализации договоров международного лизинга, и значительно улучшил условия существования экспортной лизинговой деятельности [4].

На фоне сравнительно удачного для лизинговой отрасли 2010 г., 2011-й стал годом «тревог и испытаний». Из-за невозможности приобретения предметов лизинга за белорусские рубли с февраля начали сокращаться объемы поставок техники по договорам внутреннего и международного лизинга. Множественность курсов и ограничения по приобретению валюты на межбанковском рынке заставили большинство заводов-поставщиков прекратить реализацию продукции за национальную валюту. Сократился также импорт предметов лизинга [2]. Однако белорусским лизингодателям все же удалось в таких сложных условиях удержать рынок от существенного падения и показать положительную динамику в национальной валюте [1].

Существенные изменения претерпела структура предметов лизинга. Рост доли лизинга транспортных средств произошел благодаря появлению нового для нашей страны предмета лизинга – железнодорожных вагонов, которым занимались две компании – ООО «ВТБ-Лизинг» и УП «АСБ Лизинг». По итогам 2010 г. на условиях финансовой аренды было реализовано более 2 тыс. вагонов. Основным лизингополучателем выступала Белорусская железная дорога. Поставки осуществлялись из России. Важную роль в развитии рынка лизинговых услуг в Беларуси в ближайшее время может сыграть и капитал из Китая, второго мирового лидера по объему инвестиций, ведь кредитная ставка там колеблется в пределах 3-4% годовых [1].

Отмечается также тенденция к приросту иностранного капитала в развитие рынка лизинговых услуг. На сегодняшний день более 50% сделок финансируется за счет внешнего кредитования, в основном из России и стран Прибалтики, а так же капитала из Китая. В пересчете на евро по средневзвешенному курсу за 2011 г. объем нового бизнеса был равен 854 млн. евро и снизился на 16% по сравнению с предыдущим годом. В валовом внутреннем продукте удельный вес финансовой аренды остался на прежнем уровне – 2,5% [1].

В последние три года высокими темпами рос объем международного лизинга. Например, в 2012 г. объем заключенных за год договоров международного лизинга вырос по сравнению с 2011 г. на 66%, причем, 55,7% договоров заключено с резидентами СНГ и 44,3% – с резидентами дальнего зарубежья [1]. В 2013 г. доля договоров международного лизинга составила 8,4%, т. е. 746 580 млн. бел. руб. Рост объемов международного лизинга в 3,7 раза, говорит о напряженной работе двух национальных лизинговых операторов ОАО «Промагролизинг» и ООО «АСБ Лизинг». В 2013 г. 97,6% договоров международного лизинга заключено с резидентами СНГ, и лишь 2,4% с резидентами других стран [2].

Экспортный лизинг в Республике Беларусь, прежде всего, ориентировался на страны СНГ, а не дальнего зарубежья. Причинами этого можно назвать нехватку отечественного оборудования, высокую конкуренцию на внешнем рынке, а также высокую стоимость заимствования на белорусском рынке [2].

Выводы. Таким образом, международный лизинг в Республике Беларусь развивается, хоть и последнее время, с некоторым замедлением из-за последствий мирового финансового кризиса и нестабильности курса белорусского рубля. Поэтому актуальным для Республики Беларусь является наращивание объемов лизинговых сделок по переоснащению основных фондов белорусских предприятий, что станет толчком для развития экспортного лизинга. В свою очередь, экспортный лизинг может решить проблему затоваривания складов продукцией, откроет новые рынки сбыта на мировом уровне. Так же необходимо развитие международного импортного лизинга. С учетом развития НТП и внедрения в зарубежных странах новых технологий, белорусские предприятия-лизингополучатели смогут в течение короткого срока вернуть взятое в лизинг оборудование с заменой его на более совершенное, что позволит переориентировать потребителей на приобретение отечественных товаров.

#### Список цитированных источников:

1. Белорусский рынок лизинга. Обзор 2012 г. / А.И. Цыбулько, С.В. Шиманович. – Минск: ООО «Мэджик», 2013. – 48 с.
2. Белорусский рынок лизинга. Обзор 2013 г.: Сборник материалов / А.И. Цыбулько, С.В. Шиманович. – Мн.: Издатель А.Н. Вараксин, 2014. – 52 с.
3. Международный лизинг – нестандартные возможности для финансирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://expomap.ru/article\\_info.php/articles\\_id/4/article/mezhdunarodnyi-lizing-nestandardnye-vozmozhnosti-dlya-finansirovaniya](http://expomap.ru/article_info.php/articles_id/4/article/mezhdunarodnyi-lizing-nestandardnye-vozmozhnosti-dlya-finansirovaniya) – Дата доступа: 07.11.2014
4. Шарапова, Н.В. Международный лизинг по-новому // Промышлен.-торгов. право. – 2013. – №1. – С. 72-75.

УДК 339.187.44(476)

**Кишкель И.А.**

**Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, г. Гродно**

**Научный руководитель: к.э.н., доцент Витун С.Е.**

## РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что использование франчайзинга, как одной из форм «аренды» товарного знака, является одним из путей решения проблемы динамичного развития и устойчивости предпринимательской деятельности. Эта высокоэффективная форма организации бизнеса характеризуется низким уровнем риска и стабильным уровнем прибыльности, и при этом выступает как форма продолжительного делового сотрудничества.

Целью данной статьи является исследование состояния рынка франчайзинга и выявления проблем развития его в Республике Беларусь.

В ходе написания статьи были использованы материалы периодических изданий, официальный сайт Ассоциации франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг». В качестве методов исследования – графический, метод сравнения, анализа.

Во всем мире франчайзинг давно зарекомендовал себя как один из наиболее эффективных инструментов ведения бизнеса. Свыше 40% товаропроводящей сети приходится на долю франчайзинговой системы. Огромный потенциал франчайзинга подтверждается тем, что франчайзинг в США создает 10% богатства страны – это в 3 раза больше, чем торговля автомобилями. В Австралии свыше 90% общей торговли на предприятиях быстрого обслуживания осуществляется на условиях франчайзинга. Международная франчайзинговая ассоциация признает, что франчайзинг используется более чем в 75 отраслях промышленности [2, с. 53-54].

В нашей стране франчайзинг не получил должного распространения. В Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь в настоящее время зарегистрировано немногим более ста договоров.

Франчайзинг – одна из новых для белорусской практики систем ведения бизнеса. В Республике Беларусь юридически она закреплена в гл. 53 Гражданского кодекса в виде понятия «комплексная предпринимательская лицензия». Все договоры франчайзинга и внесенные в них изменения подлежат обязательной регистрации в Государственном реестре договоров комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга) государственным учреждением «Национальный центр интеллектуальной собственности». Франчайзинговые правовые отношения возникают на договорной основе между крупными и мелкими субъектами хозяйствования. Такой договор заключается между, как минимум, двумя компаниями, именуемыми франчайзером и франчайзи. Первая обладает известной торговой маркой, вторая желанием работать под этой торговой маркой и соответствующими возможностями. По заключаемому договору франчайзинга франчайзер передает франчайзи в пользование свою торговую марку вместе с технологиями производства товаров и оказания услуг, а франчайзи обязуется периодически уплачивать за это определенную денежную сумму. Предприятие и система предприятий, которые существуют в соответствии с франчайзинговым договором, называется франшизой [1, с. 92-94].

Франчайзинг имеет ряд преимуществ и, безусловно, выгоден как для франчайзера, так и для франчайзи. С одной стороны, франчайзи за определенную плату получает квалифицированную помощь, которая в другом случае для его отдельного предприятия оказалась бы слишком дорогостоящей. Таким образом, повышается степень выживаемости малых предприятий, работающих на основе франчайзинга, так как они опираются на опыт и поддержку крупного бизнеса и работают на уже освоенных им сегментах рынка. При этом франчайзи сохраняет за собой самостоятельность принятия решения, в том числе в вопросах кадровой политики и распределение прибыли. Однако, приобретая франшизу, предприниматель берет на себя обязанность придерживаться всех норм, правил и ограничений, предписанных концепцией франчайзера. В такие правила могут входить, например, распорядок рабочего дня, обращение с клиентами, оформление помещений, внешний вид служащих, процедуры приготовления блюд и т.д. [3, с. 18].

С другой стороны, благодаря франчайзингу франчайзер может быстро развиваться и территориально расширяться, внедряясь в новые географические районы и используя при этом денежные ресурсы других людей (франчайзи). Также уменьшаются проблемы с персоналом и затраты на заработную плату, так как франчайзеру требуется меньшее количество управляющих. Кроме того, франчайзи обладают более сильной мотивацией, чем наемные руководящие сотрудники компании. По данным международной франчайзинговой ассоциации франчайзинг занимает сильные позиции на рынке и вскоре будет преобладать в сфере розничной торговли и услуг.

За период с января 2006 г. по январь 2014 г. в Беларуси было зарегистрировано 145 договоров франчайзинга (рис. 1).

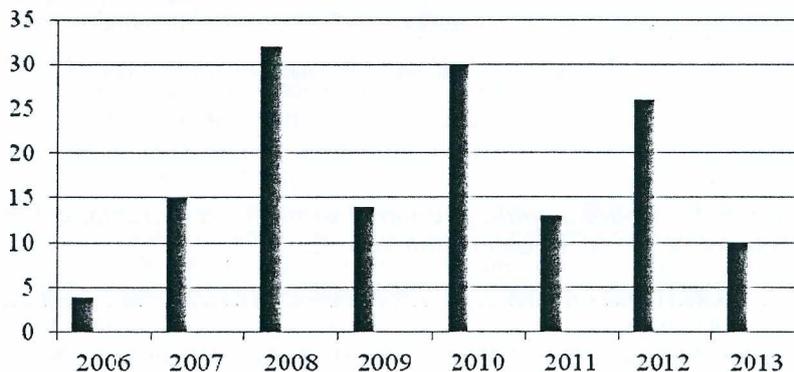


Рисунок 1. Договоры франчайзинга, [5]

За указанный период в Беларуси было продано около 30 франшиз.

Из представленных в Беларуси франшиз не более 10 – национальные, остальные – международные. Наиболее крупной белорусской франчайзинговой сетью, развивающейся в Беларуси, является оператор розничной торговой сети НТС (торговая марка «Родная сторона»). Наиболее крупная белорусская франчайзинговая сеть, открывающая точки за рубежом, – розничная сеть магазинов белья «Милавица». Сегодня компания поставляет свою продукцию в 20 стран, основным потребителем является Россия.

Среди успешных иностранных франчайзеров выделяется российская «1С». Эффективное управление бизнесом в Беларуси демонстрируют и другие заграничные компании, но их немного:

- Латвийская SIA KPMG Baltic заключила 4 франчайзинговых договора с местными предпринимателями на предоставление аудиторских услуг.

- Белорусским предпринимателям удалось открыть бизнес по франшизе Opinions (Кипр). Под этим брендом в республике построена целая сеть обувных салонов.

- По франчайзингу запущен гостиничный комплекс CrownPlazaMinsk. Соглашение подписано между АО «ИРАДА» и SixContinentsHotels, Inc (США).

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 (рис. 2).

Следует признать, что использование франчайзинга как особого способа ведения бизнеса в нашей стране остается незначительным. Белорусские бизнесмены достаточно настороженно относятся к использованию института франчайзинга при ведении бизне-

са. Зарубежные компании также не столь охотно заключают франчайзинговые договоры, поскольку: во-первых, требования к предприятиям иногда не соответствуют технологии ведения бизнеса в рамках стандартов, принятых в международных компаниях; во-вторых, в Беларуси рынок менее развит, причем не только с точки зрения финансовых возможностей потребителя, но и с точки зрения наличия готовых к этому виду бизнеса предпринимателей.

Еще одна проблема, которая сдерживает зарубежные компании, – это необходимость защиты интеллектуальной собственности. Она имеет место во всех странах, но в нашей стране она особенно актуальна, так как белорусское законодательство пока значительно отличается от норм международного права [4, с. 32-35].

Можно выделить проблемы, которые оказывают значительное влияние на развитие франчайзинга в Республике Беларусь:

- отсутствие у большей части населения страны достаточного для развития бизнеса объема накопленных денежных средств, недоступность внешних источников финансирования;
- отсутствие у большинства граждан четкой концепции понимания бизнеса, и как следствие, страх перед потенциальной возможностью потерять вложенные средства, нежелание рисковать;
- недостаточно развитая система информационной поддержки предпринимателей, отсутствие доступных широким слоям общества образовательных программ о малом бизнесе.

На наш взгляд, франчайзинг для малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь должен представлять особый интерес как один из способов выхода на внешние рынки, в частности на международный рынок услуг. В силу своего географического положения, являясь транспортным коридором между Россией и странами западной Европы, Беларусь заинтересована в развитии таких сфер бизнеса, как гостиничный, ресторанный и туристический бизнес, автосервис, консалтинговые услуги. Именно в этих областях франчайзинг может применяться наиболее широко и с высокой эффективностью, обеспечивая их быстрое развитие. Участвуя во франчайзинговых соглашениях с известными зарубежными производителями услуг, белорусский малый и средний бизнес мог бы способствовать решению таких важных проблем национальной экономики, как создание новых рабочих мест, обеспечение мирового качества услуг, поступление валюты.

#### Список цитированных источников:

1. Клименко, К.С. Договор франчайзинга в РБ: проблемные вопросы применения / К.С. Клименко, М.П. Короткевич // Промышленно-торговое право. – 2012. – №8. – С. 92-96.
2. Попков, М. Франчайзинг в Беларуси. Пути становления // Гермес. – 2010. – №8. – С.53-56.
3. Турейко, В. Франчайзинг как форма развития малого бизнеса в Беларуси // Банкаўскі веснік. – 2007. – №7. – С. 17-20.
4. Тарасов, В. Было ваше – стало наше // Дело. – 2006. – №10. – С.32-36.
5. Франчайзинг – инструмент тиражирования успеха [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www. http://bel-franchising.by/](http://bel-franchising.by/) - Дата доступа: 07.11.2014.

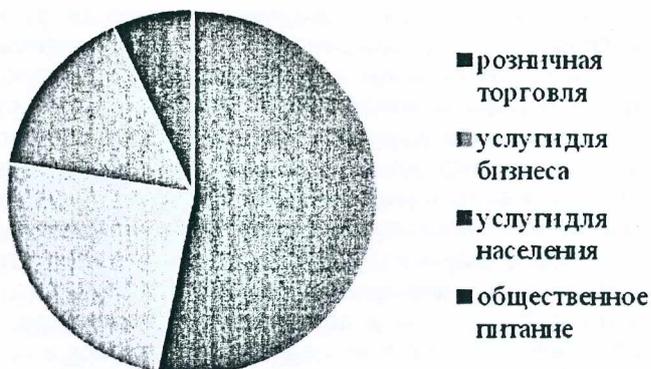


Рисунок 2. Отрасли, развивающиеся с использованием франчайзинга, [5]