

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

Written by МАРЕНИЧ АЛІНА АНДРІЇВНА, магістрант юридичного факультету Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м.Дніпро)

Thursday, 06 December 2018 06:05

В останній час в Україні спостерігається зростання підприємницької активності, що стимулює все більшу кількість працездатного населення до відкриття свого власного бізнесу. Проте, незважаючи на значні можливості малого бізнесу у процесі становлення і функціонування ринкової системи господарювання, він має свої слабкі сторони, пов'язані, перш за все, із фінансуванням. Нерідко керівник малого підприємства, який добре обізнаний із власною справою, не завжди є фахівцем із комерційних та економічних питань. Значних додаткових коштів потребує постійне оновлення продукту виробництва, використання нового обладнання тощо. Причини, через які малий бізнес може бути неефективним, криються, в основному, в тому, що малі підприємства намагаються діяти самостійно, без залучення ресурсів фірм, що вже мають значне становище на ринку [1, с. 34].

Тому, в цей час, важливого значення набуває встановлення тісної взаємодії малого і великого підприємництва з метою розв'язання спільних проблем їх функціонування. Такою формою організаційно – фінансової підтримки з боку великих підприємств, здатною сприяти залученню у малий бізнес великого кола осіб, які не мають можливості займатися підприємницькою діяльністю самостійно, без відповідної підтримки і навчання, є франчайзингова система [1, с. 35]. Саме вона є тією формою організації бізнесу, створеною світовою практикою, яка в комплексі з іншими ринковими структурами могла б відігравати вирішальну роль у стимулюванні розвитку малого бізнесу в Україні.

Загалом франчайзинг – це така організація бізнесу, за якою компанія (франчайзер) передає певній людині чи компанії (франчайзі) право на продаж продукту і послуг цієї компанії [2, с. 96].

Слід зауважити, що розвиток франчайзингу в Україні може виявитися однією із найбільш ефективних форм підтримки малого підприємництва, що є одним із можливих рішень важливої державної задачі.

Проте, на жаль, розвиток франчайзингу в Україні не знаходить належної підтримки на державному рівні. Перше, що заважає ефективному розвитку франчайзингу в Україні – внутрішнє національне законодавство. Якщо в зарубіжних країнах цей вид діяльності не вимагає ніяких офіційних оформлень і реєстрації, то згідно з ЦК України договір комерційної концесії необхідно реєструвати, що призводить до бюрократичної тяганини [3, с. 238; 4].

Уявляється, що для України надзвичайно важливим було б створення в умовах становлення ринкової економіки нормативного акта, який би розкривав сутність франчайзингових відносин для потенційних франчайзерів і франчайзі, закріпив франчайзинг – як спосіб ведення підприємницької діяльності, що поряд з державною підтримкою малого бізнесу, створило би додаткові можливості, обумовлені альянсом великих фірм із малими і середніми підприємствами.

Оскільки ЦК України передбачена можливість прийняття спеціального закону щодо регулювання відносин комерційної концесії, цей закон слід було б розробити на базі Типового закону, що надало б можливість включити в нього питання, не врегульовані ЦК України та встановити вимоги щодо переліку інформації, яку повинно бути розкрито франчайзером, процедуру та форму такого розкриття, а також момент здійснення розкриття [5, с. 2].

Типовий закон обмежує право франчайзі вимагати розірвання договору франчайзингу на підставі ненадання або неналежного надання інформації, встановлюючи строк позовної давності – 1 рік. Фактично, законом встановлюються спеціальні вимоги відносно

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

Written by МАРЕНИЧ АЛІНА АНДРІЇВНА, магістрант юридичного факультету Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м.Дніпро)

Thursday, 06 December 2018 06:05

позовної давності щодо розірвання договору франчайзингу. У ст. 258 ЦК України встановлюється спеціальний термін позовної давності в один рік при розірванні договорів, з зазначенням виду договорів, для яких така давність встановлена. На нашу думку, ця стаття ЦК повинна бути доповнена переліком видів договорів, розірвання яких дозволяється здійснювати протягом року з моменту укладення, а саме в ст. 258 ЦК повинно бути включено договір комерційної концесії [6, с. 140].

Цікаво додати, що договір франчайзингу знайшов своє відображення у цивільних кодексах таких країн, як Білорусь, Вірменія, Грузія, Казахстан, Російська Федерація, Узбекистан. В Україні регулюванню франчайзингу також присвячена відповідна глава Цивільного кодексу.

Все ж таки в Україні законодавець приймає рішення про включення глави 76 «Комерційна концесія» до ЦК України. Підставами, що спонукали законодавця до розробки та прийняття даної глави, очевидно, можна назвати фактичне використання відносин франчайзингу у вітчизняних умовах; необхідність поширення інформації про франчайзинг у суспільстві, необхідність надання легітимності процесу виникнення франчайзингових відносин [7, с. 177].

У спеціальній літературі висловлена думка про те, що законодавча регламентація необхідна по – перше, насамперед, з погляду захисту прав споживачів, по – друге, з метою захисту ринку від зловживань, можливих у зв'язку з недобросовісною реалізацією франшиз і укладенням договорів франчайзингу, умови яких, можуть значно обмежити права користувачів у їх бізнесовій діяльності.

Таким чином, Україна приєдналась до ряду країн, що мають законодавство про франчайзинг.

До того ж, розкриваючи поняття комерційної концесії, слід зауважити, які він і договір франчайзингу мають особливості, що їх наближують:

І комерційна концесія, і договір франчайзингу мають загальну сферу діяльності – поширення товарів, придбаних у виробника з метою доведення їх до споживача.

Обидва договори пов'язані з виключністю наданих прав.

Одна сторона (виробник) надає іншій стороні (покупцю) виключне право на проведення операцій, передбачених у договорі, на визначеній сторонами території.

Обидва договори є за своїм змістом «рамковими», в них закріплюються принципи і правила договірних відносин учасників обороту, які, в свою чергу, стануть основою формування їхніх умов щодо проведення конкретних господарських операцій [8, с. 172].

Крім того, термін «комерційна концесія» не є сталим. Договір про виключне право продажу товарів у ряді країн, зокрема, Франції, Бельгії, Швейцарії, визначають як договір комерційної концесії. У більшості ж держав такий договір називають ексклюзивним, а сторону, що одержала виключне право на поширення товарів – «ексклюзивний дистриб'ютор» [6, с. 142].

Очевидно, подібність комерційної концесії і договору франчайзингу і породила сумніви в існуванні договору франчайзингу як самостійного виду договору, і, як наслідок, договір франчайзингу в ЦК України був названий комерційною концесією.

У свою чергу, відмінність договору франчайзингу від договору комерційної концесії полягає у наступному:

– за договором франчайзингу надається більш широкий, у порівнянні з комерційною концесією, обсяг прав (комплекс прав), тому що крім виключного права на продаж товарів, наданих виробником товару, він передбачає надання прав на об'єкти

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

Written by МАРЕНИЧ АЛІНА АНДРІЇВНА, магістрант юридичного факультету Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ (м.Дніпро)

Thursday, 06 December 2018 06:05

інтелектуальної власності, правоволодільцем яких він є;

– при комерційній концесії, як правило, виробник надає право використання в комерційній діяльності покупця товарний знак, знак обслуговування, надає всебічну допомогу (комерційну, технічну й ін.) в організації такого збуту [8, с. 173].

Отже, правове регулювання комерційної концесії здійснено Главою 76 ЦК України, так, відповідно до ст. 1115 ЦК України за договором комерційної концесії правоволоділець зобов'язується надати користувачеві за плату право користування відповідно до його вимог комплексом належних йому прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг.

Список використаних джерел:

1. Сидоров Я.О. Франчайзинг – нова договірна форма здійснення бізнесової діяльності в Україні. *Підприємництво, господарство і право*. 2003. №3. С. 34—36.
2. Бедринець М.Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні. *Фінанси України*. 2010. № 2. С. 96—104.
3. Рибчинський О.М. Загальна характеристика договору комерційної концесії та його державна реєстрація. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*. Економічні науки. 2014. Вип. 9. С. 238—240.
4. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року (зі змінами і допов.). *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 40. Ст. 356.
5. Кравцова Ю.С. Особливості використання франчайзингу в Україні. *Ефективна економіка*. 2013. № 7. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_7_30
6. Науково-практичний коментар Цивільного кодексу України: у 2 т. / За ред. О.В. Дзери (кер. авт. кол.), Н.С. Кузнецової, В.В. Луця. – 5-те вид., перероб. і доп. Київ: Юрінком Інтер, 2013. Т. 1. 832 с.
7. Якубівський І.Є. Правова природа договору комерційної концесії (франчайзингу). *Університетські наукові записки*. 2016. № 3—4. С. 177—181.
8. Супрун Д. Порівняння договору франчайзингу та комерційної концесії. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2011. Вип. 1. С. 171—173. {jcomments on}