

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

*Прадід І. І.
студентка 5-го курсу юридичного факультету
ДВНЗ «УжНУ»*

Анотація. Стаття присвячена дослідженню особливостей реалізації франчайзингу в Україні. Розглядаються правове регулювання та проблеми франчайзингу в Україні.

Ключові слова: франчайзинг, договір комерційної концесії, франчайзер, франшиза, франчайзі, роялті.

Постановка проблеми. Таке явище як франчайзинг є доволі популярним у світі, проте є порівняно новим для нашої держави. До сих пір в літературі не можна зустріти чіткого та однозначного визначення франчайзингу.

Аналіз досліджень та публікацій. Питання франчайзингу у разний час було багатьох науковців, юристів, економістів, як українських: Г.Андрощук, Є.Васильєва, З. Опейда, В. Денисюк, А. Цірат, І. Килимник, Я. Сидоров; так і зарубіжних: І.Риков, Н. Месяшна, С.Сосна, Д.Прат, Д. Стенворт, Б.Сміт, Я. Мюрей, Ж.Адамс, М. Мельдельсон, Р. Гамельтон.

Мета статті. Окреслити особливості франчайзингу та виділити основні проблеми правового регулювання франчайзингу в Україні.

Виклад основного матеріалу. В Україні немає правового визначення поняття «франчайзинг», натомість його відносини регулюються договором комерційної концесії, який знайшов своє законодавче закріплення у главі 76 Цивільного кодексу України та у главі 36 Господарського кодексу України. Також даний договір регулюється спеціальними законодавчими актами у сфері захисту прав інтелектуальної власності.

Так, відповідно до ст.1115 ЦК України за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг.

Сторонами договору можуть бути як фізичні, так і юридичні особи, які є суб'єктами підприємницької діяльності [1].

Інститут франчайзингу має свої специфічні, притаманні йому терміни, такі як:

- франчайзер, тобто сторона, яка володіє будь – яким об'єктом права інтелектуальної власності (торгівельною маркою, ноу – хау, пакетом послуг, що є загальновідомими, впізнаваними, користуються попитом у споживача тощо);
- франчайзі, тобто сторона, яка за певну плату користується вже готовою бізнес – системою;
- франшиза (комплекс прав, який надається франчайзером);
- роялті (плата за користування франшизою) ;

Загалом, умови франчайзингу можуть бути найрізноманітнішими, проте всі вони повинні визначатися договором франчайзингу (комерційної концесії). Франчайзер повинен виставити блок умов, які франчайзі повинен виконувати, щоб успішно вести бізнес та отримувати прибуток. Хоча варто відзначити, що франчайзингу притаманна юридична незалежність, на відміну від інших схожих форм підприємницької діяльності, таких наприклад, як філія підприємства.

Що це означає на практиці? Так, наприклад особа хоче розпочати власну справу, але в тій чи іншій сфері для цього необхідна певна впізнаваність з боку споживачів, ділова репутація. Саме франчайзинг надасть цій особі елементи вже готової справи, бізнесу, який випробований та вже зарекомендував себе на ринку. Особа отримає можливість використовувати базу знань франчайзера, буде здійснювати мінімальні затрати на рекламу, отримає клієнтську базу завдяки репутації.

У свою чергу, франчайзер теж має власний інтерес. Так, він має можливість розширювати свою мережу, водночас не турбуватися про забезпечення структурної ланки цієї мережі, а ще й отримувати грошовий

дохід. Зі своєї сторони власник також може надавати підтримку, зокрема, проводити навчання, здійснювати підготовку фахівців тощо.

В Україні досить поширений франчайзинг з іноземними компаніями. Так, мабуть найвпізнаваніший приклад іноземного франчайзингу – мережа закладів швидкого харчування МакДональдз. У 1997 році Україна стала 102 країною, де була відкрита ця мережа [7, 15].

Якщо розглядати франчайзинг з правової точки зору, то в Україні він має широку низку недоліків. Недостатність правового регулювання викликає незрозумілість та плутаницю укладення такого договору. Також значно гальмують розвиток франчайзингу відсутність досвіду, національна особливість ведення бізнесу українцями, недотримання ділової репутації.

Проблема регулювання договору комерційної концесії двома кодексами – ЦК та ГК викликають розбіжності у застосуванні договору. Так, наприклад, ЦК встановлює нікчемність за недодержання письмової форми договору, а ГК – недійсність.

Так, у 2001 році була спроба прийняти відповідний закон про франчайзинг [3], який би прямо регулював укладення однойменного договору, містив основні поняття, регулював відповідальність сторін тощо. Відповідний проект Закону було зареєстровано у Верховній Раді 8 листопада 2001р., проте, спроба не була втілена в життя, і законопроект до сьогодні є неприйнятним. Вважаю, що даний законопроект потрібно ще доопрацювати, оскільки його прийняття може призвести ще до більшої плутанини у відносинах франчайзингу.

Крім вищезазначеного законопроекту, у 2011р. до Верховної Ради був внесений Проект Закону про внесення змін до Цивільного та Господарського кодексів України (щодо договорів комерційної концесії), у якому було вказане таке обґрунтування необхідності внесення змін:

“ Відповідно до частини другої статті 1118 Цивільного кодексу України, договір комерційної концесії підлягає державній реєстрації органом, який здійснив державну реєстрацію правоволодільца. Відповідно до частини другої статті 367 Господарського кодексу України Договір комерційної концесії підлягає державній реєстрації органом, який здійснив реєстрацію суб’єкта господарювання, що виступає за договором як правоволоділець. Таким чином, здійснювати державну реєстрацію договору комерційної концесії відповідно до чинного законодавства має державний реєстратор. Проте, законом України “Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців” реєстрація договору комерційної концесії державними реєстраторами не передбачена. Отже, користувач по договору комерційної концесії може правомірно здійснювати свою підприємницьку діяльність (з використанням прав, отриманих внаслідок укладення договору комерційної концесії), лише у випадку наявності державної реєстрації такого договору. Враховуючи викладене, логічним є покладення завдання державної реєстрації договорів комерційної концесії на Державну службу інтелектуальної власності України, як на орган, який забезпечує реалізацію державної політики у сфері інтелектуальної власності. Крім того, потребують уточнення положення

Цивільного кодексу України щодо істотних умов договорів комерційної концесії.» [4]

Як вже зазначалося, в Україні договір комерційної концесії згідно закону, повинен мати письмову форму та підлягає обов'язковій державній реєстрації. Проте на практиці особам, що хочуть зареєструвати даний договір, відмовляють, посилаючись на відсутність повноважень для вчинення таких дій та рекомендують, в свою чергу, реєструвати договір комерційної концесії в судовому порядку.

Так, у судовій справі № 910/26026/13 за твердженням позивача, при врахуванні, що жодних правових механізмів правового регулювання договірних відносин «франчайзингу» не визначено у Цивільному та (або) Господарському кодексах України, наявними є підстави для вимоги в судовому порядку щодо тлумачення укладеного між сторонами 23.07.2011р. договору франчайзингу як такого, що за своїм правовим змістом відповідає правовим приписам глави 76 «Комерційна концесія» Цивільного кодексу України. На що Господарський суд м. Києва, виносячи рішення від 14.03.13 р., зробив акцент на тому, що недоліки законодавчого регулювання щодо державної реєстрації договорів комерційної концесії не можуть бути підставою вимагати в судовому порядку визнати договір недійсним, і у будь-якому випадку відсутність реєстрації договору комерційної концесії у відповідному органі не спричинить його недійсність, а лише позбавляє сторони права посилатися на договір у відносинах з третіми особами, що прямо передбачено ч. 4 ст. 1118 ЦКУ.

Якщо порівнювати регулювання франчайзингу з іншими країнами Європи та США, то можна відчутти реальну неповноту механізму регулювання в Україні. Так, до прикладу, лише в США існує близько 100 законодавчих актів у сфері франчайзингу.

Проте, незважаючи на недоліки у правовій системі, франчайзинг в Україні все ж таки існує, і має непогані показники. Так, згідно статистики, з 2001 року, коли кількість франчайзерів в Україні дорівнювала 48, станом на минулий 2014 рік, зросла до 570.

Якщо спочатку франчайзинг існував у великих містах, то зараз в невеликих містах компанії активно розширюють свою мережу [6, 194].

Висновки. По своїй суті, франчайзинг допомагає особам, що хочуть розпочати власну справу, але не вміють правильно розпочати її чи організувати. Можна констатувати, що в Україні правове регулювання франчайзингу є недостатнім, а відтак – виникають проблеми у його застосуванні. Крім цього, не розвинена судова практика щодо регулювання договорів комерційної концесії. Але, незважаючи на це, ринок франчайзингу успішно розвивається. Звичайно, що для подальшого розвитку франчайзингу в Україні необхідно реформувати законодавство, зокрема, внести зміни у розділи ЦК та ГК, що містять положення про договір комерційної концесії, а також почати використовувати міжнародну термінологію франчайзингу.

*Науковий керівник
К.ю.н., доц. Литвин С.Й.*

Список використаних джерел:

1. Цивільний кодекс України. Прийнятий Верховною Радою України від 16.01. 2003 р., введений в дію з 01.01.2004р.// Відомості Верховної Ради України. – 03.10.2001. – №40. – Ст.356
2. Господарський кодекс України. Прийнятий Верховною Радою України від 16.01. 2003 р., введений в дію з 01.01.2004р.// Відомості Верховної Ради України. –02.05.2003. – №18. – Ст.144
3. Проект Закону про франчайзинг № 8241 від 08.11.2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?skl=4&pf3516=8241
4. Проект Закону про внесення змін до Цивільного та Господарського кодексів України (щодо договорів комерційної концесії) № 8515 від 16.05.2011[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=8515&skl=7
5. Пивоваров М.Г., Саблін О.О. Франчайзинг та перспективи його розвитку // Держава та регіони: серія Економіка та підприємництво - 2006. - № 2 - С.192-195.
6. Соковатий О.В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні // Проблеми науки. - 2007. - №2. - С.14-18