

УДК 347:339.187.44(061.1 ЄС)

А.Й. Француз
*Герой України, заслужений юрист України,
доктор юридичних наук, професор,
завідувач кафедри державно-правових дисциплін,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

К.В. Гречишнікова
*здобувачка вищої освіти ступеня «магістр»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

Особливості державної реєстрації договору франчайзингу в країнах Європейського Союзу

У статті авторами розкриваються специфіка та особливість державної реєстрації договорів франчайзингу в Україні та країнах ЄС. Розглядаються механізми державної реєстрації та проводиться оцінка доцільності такої реєстрації. Аналізуються нормативно-правові акти України та нормативні акти країн ЄС.

Ключові слова: франчайзинг, комерційна концесія, франшиза, Європейський Союз.

А.И. Француз
*Герой Украины, заслуженный юрист Украины,
доктор юридических наук, профессор,
заведующий кафедрой государственного-правовых дисциплин,
ВУЗ «Университет экономики и права «КРОК»*

К.В. Гречишникова
*соискатель высшего образования степени «магистр»,
ВУЗ «Университет экономики и права «КРОК»*

Особенности государственной регистрации договора франчайзинга в странах Европейского Союза

В данной статье автором раскрываются специфика и особенность государственной регистрации договоров франчайзинга в Украине и странах ЕС. Рассматриваются механизмы государственной регистрации и проводится оценка целесообразности такой регистрации. Анализируются нормативно-правовые акты Украины и нормативные акты стран ЕС.

Ключевые слова: франчайзинг, коммерческая концессия, франшиза, Европейский Союз.

*A. Frantsuz
Hero of Ukraine, Honored Lawyer of Ukraine,
Doctor of Law, Professor,
Head of the Department of State and Legal Disciplines,
“KROK” University
K. Grechishnikova
Graduate Student,
“KROK” University*

Features of the public registration of the franchizing agreement in the European Union

In this article the author reveals the specifics and features of state registration of franchising agreements in Ukraine and EU countries. The mechanisms of state registration are considered and an assessment of the feasibility of such registration is conducted. The normative legal acts of Ukraine and normative acts of the EU countries are analyzed.

Keywords: franchising, commercial concession, franchise, European Union.

Постановка проблеми

Франчайзинг (фр. franchise – пільга, привілей) – це спосіб організації бізнесу, згідно з яким на договірній основі одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) за винагороду право використання: знака для товарів та послуг; фірмового найменування; послуг і виробництва товарів; технологічного процесу; спеціалізованого обладнання. Проте, дотепер практично відсутня законодавча база для здійснення франчайзингової форми ведення бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проблемні питання щодо державної реєстрації договорів комерційної концесії (франчайзингу) розглядала низка науковців, таких як: В. К. Антошкіна, О. А. Теличко, І. Лукач, І. І. Килимник, Г. Цірат, І. Шкарівська та інші. Регулювання реєстрації франчайзингових угод у країнах Європейського Союзу досліджували: Дж. Гамбіс, П. Голландер, М. Джуоніс, К. Кейсераскі, Б. Кусак, П. Ніл, Б. Спігелфелд, М. Торрес та інші вчені.

Метою статті є порівняння правових особливостей правового регулювання дер-

жавної реєстрації договорів комерційної концесії (франчайзингу), оцінка доцільності реєстрації таких договорів в Україні та визначення оптимального механізму реєстрації.

Виклад основного матеріалу

Договори франчайзингу мають значні переваги як для франчайзера, так і для франчайзі. Так, франчайзер має можливість швидко просувати свій бізнес на великій території за рахунок франчайзі, тобто фактично франчайзер просто продає свою успішну ідею, яка реалізується за чужі кошти. Також франчайзинг, як правило, досить привабливий для франчайзера з фінансового погляду: франчайзер отримує плату власне за продаж бізнес-концепції; за надані послуги, необхідні для її здійснення (наприклад, навчання персоналу франчайзі, консалтинг, маркетинг, реклама); за використання об'єктів права інтелектуальної власності при продажу товарів, які він виробляє; за надання обладнання в оренду тощо.

Що стосується франчайзі, то для нього основною перевагою франчайзингу є отримання готової бізнес-моделі, а також постійної професійної підтримки з боку франчайзера, що дозволяє мінімізува-

ти ризик помилок, які часто допускають підприємці-початківці. Також з самого початку франчайзі починає працювати під відомою торговою маркою і використовує репутацію франчайзера, що відразу ж забезпечує стабільний потік лояльних клієнтів без значних затрат на рекламу і популяризацію марки. Додатково франчайзі може розраховувати на чітке розмежування території ведення бізнесу зі своїми конкурентами, що, як правило, передбачено у всіх франчайзингових мережах.

Що стосується сфер, в яких найчастіше використовується франчайзинг, то слід зазначити, що, за даними Асоціації франчайзингу України, станом на кінець 2017 року в Україні франчайзинг застосовувався в 78 різних галузях економіки. Так, в основному по франчайзингу працюють у сфері різних послуг, громадського харчування, випічок, продажу одягу і взуття тощо [7].

До недавнього часу порядок здійснення державної реєстрації договорів франчайзингу був не врегульований на законодавчому рівні. На практиці відсутність належного регулювання призводила до того, що відповідні органи просто відмовлялися реєструвати договори франчайзингу.

О. Корольчук вважає, що концептуально українське законодавство враховує ключові моменти франчайзингу, властиві європейській системі, однак, беручи до уваги те, що українське франчайзингове законодавство є відносно новим, можна зробити такий висновок: воно не регулює низку важливих аспектів, які, як правило, детально врегульовані в законодавстві або в судовій практиці країн, де франчайзинг вже давно ефективно використовується [9, с. 76].

Одними з таких прогалин є:

- відсутність вимоги про переддоговірне розкриття франчайзером інформації про франшизу;
- відсутнє регулювання питання щодо тестування франчайзером франшизи перш ніж запропонувати її франчайзі.

Як зазначає Ю. Гритченко, вимога про реєстрацію договорів франчайзингу не характерна для країн, де франчайзинг діє досить давно (наприклад, у Великобританії, Німеччині, Італії, Фінляндії, Японії та ін.).

Зате в окремих країнах реєстрації підлягає документ про переддоговірне розкриття інформації франчайзі, наприклад, у США [8, с. 118].

Починаючи з 1 січня 2004 року, відповідно до статті 1118 Цивільного кодексу (ЦК) України та статті 367 Господарського кодексу України, договори франчайзингу підлягали державній реєстрації органом, який здійснив державну реєстрацію правоволодільця. У разі, якщо правовласником є нерезидент, договір франчайзингу повинен був реєструватися органом, який здійснив державну реєстрацію користувача.

12 лютого 2015 р. Верховною Радою України було прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу (дерегуляція)», в якому було підтримано зміни до статті 367 Господарського кодексу України, що стосуються скасування обов'язкової реєстрації договорів комерційної концесії. Цим Законом скасовано вимогу щодо обов'язкової державної реєстрації договорів комерційної концесії (франчайзингу). Згідно з цим Законом сторони договору мають право посилення на відповідний договір концесії (який не є при цьому зареєстрованим) у разі, якщо виникає предмет суперечок [4].

Слід зазначити, що механізми реєстрації договорів комерційної концесії переважені бюрократичними процедурами і потребують дуже багато часу. Близько 85% договорів комерційної концесії є незареєстрованими.

Через свою надмірну переваженість бюрократичними процедурами норма, яка діяла стосовно обов'язкової реєстрації договорів комерційної концесії, тільки завжала повноцінній франчайзинговій діяльності, оскільки самі механізми такої реєстрації законодавством не визначалися і не визначаються. Отже, відміна обов'язкової реєстрації таких договорів сприятиме більш активному укладанню угод у сфері франчайзингу, що надасть поштовх його розвитку.

29 вересня 2014 р. Міністерство юстиції України своїм Наказом №1601/5 від 29.09.2014 р. затвердило Порядок держав-

ної реєстрації договорів комерційної концесії (субконцесії) (далі Порядок). Однак, цей Порядок втратив свою юридичну чинність, так і не набравши її (через втрату чинності ч. 2 ст. 1118 ЦК України та ч. 2 ст. 367 ГК України, на яких він і базувався).

04 червня 2015 р. Міністерство юстиції України своїм новим Наказом № 842/5 визнало Наказ про затвердження Порядку державної реєстрації договорів комерційної концесії (субконцесії) таким, що втратив чинність [5].

На нашу думку, остаточне скасування державної реєстрації договорів комерційної концесії у 2015 р. наразі є скоріше позитивним, ніж негативним явищем, адже додаткові зобов'язання щодо реєстрації договору комерційної концесії тільки стримували б розвиток та поширеність цього виду цивільно-правових договорів. Адже, як свідчить практика, чим простішою є процедура укладення того чи іншого договору, тим більша кількість таких договорів укладається. Оскільки договір комерційної концесії сприяє розвитку підприємництва, необхідно заохочувати суб'єктів господарювання до розробки власних комерційних мереж на основі комерційної концесії. До того ж така бізнес-модель сприяє й захисту прав споживачів, адже вони знають, що від конкретного бренду отримують товар (послугу) відповідної якості. Однак, спрощення процедури укладення договору не повинно наносити шкоду інтересам сторін відповідних договірних відносин.

Серед вітчизняних науковців ідею скасування державної реєстрації договорів комерційної концесії відстоювали Г. В. Цірат, І. Лукач, І. Шкарівська.

Вагомою перевагою скасування реєстрації договорів комерційної концесії є наближення їх правового регулювання до європейських засад регулювання франчайзингу, адже в межах ЄС жодна країна, окрім Греції, не закріпила на законодавчому рівні обов'язковість реєстрації договорів франчайзингу.

У дослідженні О. Рогача показано стан законодавства про франчайзинг деяких країнах, наприклад, у Фінляндії державна

реєстрація договорів франчайзингу тільки рекомендується кодексом етики франчайзингу відповідної країни. Розвинені країни ЄС, наприклад, Австрія, вже скасували відповідну процедуру реєстрації договорів франчайзингу, а більшість – ніколи її і не закріплювали. Так, не передбачена державна реєстрація договорів франчайзингу в Бельгії, Болгарії, Чехії, Данії, Естонії, Франції, Німеччині, Угорщині, Ірландії, Італії, Латвії, Нідерландах, Польщі, Португалії, Словаччині, Словенії, Швеції, Великобританії [14, с. 121].

Висновки

Розвиток франчайзингу в Україні поки що проходить свої початкові етапи та потребує більш деталізованого врегулювання, ніж у країнах, у яких франчайзинг уже має багаторічну історію та налагоджену систему функціонування, гармонізовану з чинним законодавством.

В Україні процедура реєстрації є надзвичайно обтяженою бюрократичними процедурами та вимагає великих затрат часу та коштів. Щоб популяризувати серед українських франчайзі та франчайзерів процедуру реєстрації договорів франчайзингу необхідно на законодавчому рівні спростити таку процедуру і зробити її максимально привабливою для франчайзі та франчайзерів. Було б доцільно впровадити іспанський механізм реєстрації, який передбачає реєстрацію франчайзерів та укладених ними договорів. А з метою захисту прав та інтересів сторін договорів за допомогою Реєстру франчайзерів (створеному в Україні) необхідно під час процедури реєстрації автоматично передавати відповідну інформацію до Державної служби інтелектуальної власності України. Такі кроки значно підвищать рівень захищеності таких угод від шахрайства.

На нашу думку, українському законодавству життєво необхідно враховувати досвід інших країн у сферах, які у нас відстають від високих стандартів. Упровадження такого позитивного досвіду матиме потужний позитивний вплив на розвиток як правотворчої галузі, так і економіки.

Література

1. Конституція України від 28.06.1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40 – 44. – Ст. 356.
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18 – 22. – Ст. 144.
4. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу (дерегуляція)» від 12.02.2015 № 191-VIII / Верховна Рада України // Офіційний вісник України. – 2015. – № 25. – Ст. 721.
5. Порядок державної реєстрації договорів комерційної концесії (субконцесії) : затверджений Наказом Міністерства юстиції України від 29.09.2014 р. № 1601/5 // Офіційний вісник України. – 2014. – № 82. – Ст. 2346.
6. Антошкіна В. К. Проблеми правового регулювання договору франчайзингу / В. К. Антошкіна, Г. В. Ключко // Вісник Донецького національного університету. Серія: Економіка і право. – 2010. – № 2. – Т. 2. – С. 549–553.
7. Асоціація франчайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://franchising.ua/aktualno/asociaciya-franchayzingu/>
8. Гритченко Ю. О. Судебная практика в области франчайзинга стран общего и континентального права / Ю. О. Гритченко // Актуальные проблемы гуманитарных и социальных наук : сб. науч. тр. / ред.кол. : А. В. Лаврухин (гл. ред.) [и др.]. – Вильнюс : ЕГУ, 2007. – Вып. 1. – С. 116–134.
9. Корольчук О. Формування франчайзингових мережевих структур та їхня економічна ефективність / О. Корольчук // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2017. – № 1. – С. 75–87.
10. Килимник І. І. Особливості правового регулювання договору комерційної концесії (франчайзингу) : дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03 / І. І. Килимник. – Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого. – Х., 2003. – 252 с.
11. Лукач І. Проблеми державної реєстрації договорів комерційної концесії / І. Лукач, І. Шкарівська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Юридичні науки – 2013. – № 2 (96). – С. 111–115.
12. Паніна Ю. С. Нормативно-правове регулювання договору комерційної концесії за Цивільним та Господарським кодексами України: порівняльно-правовий аналіз / Ю. С. Паніна // Прикарпатський юридичний вісник. – 2016. – № 3. – С. 41–45.
13. Паніна Ю.С. Тенденції правового регулювання договору франчайзингу в країнах Європейського Союзу / Ю.С. Паніна // Jurnalul juridic national: teorie și practică. – 2016. – № 6. – Т. 1. – С. 86–89.
14. Рогач О. Я. Проблеми термінології в українському законодавстві / О. Я. Рогач // Науковий вісник Ужгородського національного університету : Серія ПРАВО. – Вип. 3. – Ужгород : «Ліра», 2004. – С. 16–20.
15. Теличко О. А. Правові засади укладення договору комерційної концесії / О. А. Теличко // Право і суспільство. – 2014. – № 6 – 2. – Ч. 3. – С. 73–78.
16. Цират А. В. Руководство по составлению и заключению франчайзинговых договоров : право и практика : учеб.-практ. пособие / А. В. Цират. – К. : Истина, 2010. – 352 с.
17. Цеслів А. Комерційна концесія та суміжні договори: порівняльний аспект / А. Цеслів // Бізнес Інформ. – 2013. – № 6. – С. 351–355.
18. Цивільне право : підруч. : у 2 т. / Нац. ун-т Юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого; за ред. : В. І. Борисова, І. В. Спасиво-Фатєєва, В. Л. Яроцький. – Х. : Право, 2014 – Т. 2. – 816 с.