

ОСОБЕННОСТИ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

Аннотация. Рассмотрена сущность франчайзинговой деятельности. Определены плюсы и минусы ее ведения в Украине, а также приведены нормативно-правовые акты, которые регулируют франчайзинговую деятельность.

Анотація. Розглянуто сутність франчайзингової діяльності. Визначено плюси і мінуси її ведення в Україні, а також наведено нормативно-правові акти, які регулюють франчайзингову діяльність.

Annotation. The essence of franchising was discussed. The pros and cons of conducting it in Ukraine were identified, and normative and legal acts that regulate franchising activities were provided.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзи, франчайзер, объект интеллектуальной собственности, нормы хозяйственного и гражданского права.

На данный момент в Украине распространено движение "start-up". Это объединение молодых и находчивых предпринимателей, которые имеют желание работать, создавать бизнес, однако не имеют опыта работы на рынке и поддержки инвесторов. Как правило, такие объединения имеют небольшой возраст деятельности, находятся в стадии развития или исследования перспективных рынков. Для таких объединений важно найти поддержку и возможность легко использовать свои способности. В таком случае наиболее выгодным, по мнению автора, будет использование объектов интеллектуальной собственности путем выдачи или получения лицензии, то есть применение франчайзинга. Однако организация своего бизнеса не является легкой, так как регулирование франчайзинга в Украине практически не закреплено на законодательном уровне.

Рассмотрение проблематики получения франшизы и самого франчайзинга, как вида отношений на рынке, особенно актуально для Украины, так как это направление широко распространено не только среди стартаперов, но и среди известных украинских предпринимателей. Несогласованность различных нормативных актов Украины, различия законодательной базы иностранных партнеров, которые заключают договор франчайзинга, негативно влияют на развитие отношений между участниками рыночных отношений.

В то время как Украина стоит на пути Евроинтеграции существует необходимость усовершенствовать нормы законодательства, которые регулируют отношения между участниками договора франчайзинга. Это необходимо для повышения эффективности деятельности франчайзеров и франчайзи, а также для правильного заключения договоров между ними, так как в случае объединения Украины с ЕС откроются новые возможности для развития такого вида бизнеса среди украинских предпринимателей.

Наибольшее количество договоров франчайзинга заключается между фирмами Украины и России. Однако из-за несоответствия некоторых правовых аспектов выдачи и оформления договоров лицензирования, деятельность многих франчайзи и франчайзеров является неправомерной.

Франчайзинг – это форма ведения бизнеса. Существуют различные подходы к пониманию франчайзинга. В экономической литературе содержится следующее определение: франчайзинг – форма организации бизнеса, при которой одна сторона (франчайзер) на заранее оговоренных условиях передает другой стороне (франчайзи) право на использование ее торговой марки, фирменного стиля, опыта ведения бизнеса, производственных и маркетинговых технологий, а также других нематериальных активов (франчайзинговый пакет, или франшиза) [1].

Однако в юридической литературе, франчайзинг понимается как соглашение между сторонами по поводу передачи прав. Так, согласно ст. 1108 Гражданского кодекса Украины, одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю [2].

Участниками франчайзинга являются франчайзи и франчайзер. Франчайзи может быть как физическое лицо, так и юридическое лицо (банк, фирма, предприятие и т. д.), получающее от франчайзера право на деятельность под его товарным знаком и обязующееся соблюдать предписанные стандарты качества и методы ведения бизнеса. Франчайзер – лицо, передающее право на какие-либо виды деятельности или оказывающие определенные услуги или консультации более мелким партнерам по бизнесу и получающее за это от них компенсацию [3].

К особенностям франчайзинга Ф. Котлер относит то, что франчайзер получает отчисления за использование своего товарного знака, то есть франчайзинг это платный возмездный договор. Также франчайзи выплачивает взнос за право стать частью системы, а франчайзер предоставляет ему систему ведения бизнеса. Тем самым становится очевидной взаимность прав и обязанностей участников договора [4].

Франчайзинг имеет множество положительных сторон, которые благополучно отражаются на деятельности как франчайзера, так и франчайзи. Для франчайзера явная выгода заключается в том, что он гарантировано получает стабильный объем продаж своей продукции, так как франчайзи обязаны покупать у него определенные

обременен трудностями, связанными с рядом расходов, которые есть у других субъектов рыночной среды – обучение и подбор персонала, контроль качества, нахождение места сбыта продукции. Кроме того, развитие франчайзинговой сети является отличной рекламой бренда, не требующей специальных финансовых вложений.

Стартапер, в роли франчайзи, также получает свою выгоду после заключения контракта: использование проверенной системы ведения бизнеса, обеспечение удачного выхода на рынок, узнаваемость продукции, минимальные затраты на маркетинг, получение опыта от более успешной фирмы. Получение этих выгод еще раз подтверждает, что такой вид деятельности подходит для начинающих, для тех, кто не имеет опыта работы на рынке, но хочет развиваться.

Однако существуют и негативные моменты в ведении франчайзинговой деятельности, а именно: франчайзи вынуждены следовать правилам и ограничениям, установленным франчайзером, даже если они не приносят максимальной пользы бизнесу; франчайзи часто обязаны закупать сырье и продукцию у поставщиков, назначенных франчайзером, что может ограничивать их доступ к свободному рынку и вынуждать покупать сырье и продукцию по завышенным ценам; для франчайзи могут быть установлены жесткие ограничения на выход из бизнеса, включая запрет на открытие конкурирующих организаций в течение определенного срока или на определенной территории; франчайзи редко могут оказать влияние на вопросы централизованного маркетинга и рекламы, но при этом могут быть вынуждены оплачивать централизованные маркетинговые и рекламные кампании. Таким образом, их средства могут использоваться нерационально.

В Украине договор франчайзинга и вся деятельность, связанная с ним, в недостаточной степени определены на законодательном уровне, что негативно влияет на осуществление франчайзинговой деятельности, так как не существует определенных рамок ведения такой деятельности.

Так, на законодательном уровне, договор франчайзинга регулируется Гражданским кодексом Украины. Согласно ст. 1108 Гражданского кодекса Украины "Лицензия на использование объекта права интеллектуальной собственности", где франчайзи выступает лицензиатом, франчайзер – лицензиаром, а сам договор о франчайзинговой деятельности – лицензией на использование объекта прав интеллектуальной собственности. То есть, лицо, которое имеет исключительное право разрешать использование объекта прав интеллектуальной собственности (лицензиар), может предоставить другому лицу (лицензиату) письменные полномочия, которые предоставляют ему право на использование этого объекта в определенной ограниченной сфере (лицензия на использование объекта права интеллектуальной собственности) [2].

Кроме гражданского права, франчайзинг регулируется и нормами хозяйственного права в качестве коммерческой концессии. Так, в Хозяйственном кодексе Украины рассмотрены нормы, регулирующие деятельность, связанную с коммерческой концессией. Ст. 366 Хозяйственного кодекса Украины предусматривает, что по договору коммерческой концессии одна сторона (правовладелец) обязуется предоставить второй стороне (пользователю) на срок или без определения срока право использования в предпринимательской деятельности пользователя комплекса прав, надлежащих правовладельцу, а пользователь обязуется придерживаться условий использования предоставленных ему прав и уплатить обусловленную договором сумму вознаграждения.

Под коммерческой концессией предполагается использование комплекса предоставленных пользователю прав, деловой репутации и коммерческого опыта правовладельца в определенном объеме, с указанием или без указания территории использования относительно определенной сферы предпринимательской деятельности [5].

То есть, и гражданское, и хозяйственное законодательство определяет франчайзинг как соглашение по поводу перехода комплекса исключительных прав на объект интеллектуальной собственности за вознаграждение.

На сегодняшний день в Украине нормативно закреплена и действует институт коммерческой концессии, который значительно расширяет возможности для ведения бизнеса, поскольку позволяет использовать уже готовые бизнес-модели (с известными торговыми марками, отлаженными схемами предоставления услуг/реализации товаров и др.). Однако в действующем законодательстве остается неурегулированной процедура государственной регистрации подобных договоров, что значительно сужает возможность субъектов использовать этот договорный инструмент для ведения своего бизнеса. Как альтернативный вариант, на практике можно заключать лицензионный договор и договор на предоставление услуг, которые, при условии точного и правильного указания всех условий, смогут заменить договор коммерческой концессии.

Исходя из изложенного, видно, что субъект хозяйствования при подписании договора о франчайзинге и в дальнейшей своей деятельности может столкнуться с множеством проблем, которые возникают из-за "пробелов" в законодательстве, что само по себе отпугивает начинающих бизнесменов осуществлять деятельность, связанную с передачей прав на интеллектуальную собственность.

Франчайзинг является удобным инструментом ведения бизнеса. Начинаящим предпринимателям он позволит открыть свое дело с нуля, даже при отсутствии опыта. В то же время крупная компания, владеющая известной торговой маркой, с помощью данного инструмента может существенно расширить сферу своего влияния, получая при этом доход, паушальные взносы или роялти.

Учитывая высокую эффективность использования в хозяйственной деятельности франчайзинга, необходимой является корректировка украинского законодательства, путем внесения поправок в существующие статьи в Хозяйственном и Гражданском кодексах Украины, а также принятие специализированного нормативно-правового акта – Закона "О ведении франчайзинговой деятельности", что значительно упростит деятельность, поможет определить рамки ведения такого вида деятельности и деятельность украинских франчайзеров и франчайзи станет правомерной и экономически эффективной.

Научн. рук. Коршакова О. Н.

Литература: 1. Экономика предприятия / под ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2006. – 608 с. 2. Гражданский кодекс Украины [Электронный ресурс]. – Х. : ПАО "Одиссей", 2011. – 195 с. – Режим доступа : <http://www.rada.gov.ua>. 3. Научный словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : academic.ru. 4. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер. – 2004. – С. 575. 5. Хозяйственный кодекс Украины [Электронный ресурс]. – Х. : ПАО "Одиссей", 2011. – 184 с. – Режим доступа : <http://www.rada.gov.ua>.