

О. В. Гладка,

здобувач кафедри господарського права
Національного юридичного університету
імені Ярослава Мудрого

ПРАВОВІДНОСИНИ КОМЕРЦІЙНОЇ КОНЦЕСІЇ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ІННОВАЦІЙНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Франчайзинг є ефективною та гнучкою формою організації бізнесу та найбільш вигідною формою впровадження інновацій та залучення інвестицій в економіку країни, у зв'язку з чим широко застосовується в усіх країнах з ринковою економікою.

Впровадження в економіку України ринкових принципів її функціонування призвело до появи різноманітних організаційно-правових форм здійснення господарської діяльності, посилення конкуренції, залучення до господарської діяльності великої кількості населення, впровадження ефективного обладнання та прогресивних технологій та обумовило необхідність в нових підходах до організації комерційної діяльності, одним з яких є побудова франчайзингової системи.

Для українського законодавства інститут комерційної концесії – відносно новий правовий інститут і до прийняття Верховною Радою України Цивільного та Господарського кодексів законодавство України не мало нормативної регламентації відносин комерційної концесії.

В сучасних умовах посилення розвитку економічної кризи, конкуренції на внутрішніх ринках та обмеженості фінансових можливостей для підприємств важливим та ефективним кроком є використання франчайзингових відносин. Можна з упевненістю говорити про те, що комерційна концесія – єдиний відомий інструмент, за допомогою якого можна підвищити ефективність малого інноваційного бізнесу, оскільки дозволяє об'єднати переваги як малого, так і великого бізнесу. Це пояснюється тим, що основою ринкової економіки, з одного боку, є великі підприємства, які надають їй стабільності й керованості, визначають рівень науково-технічного і виробничого потенціалу, з другого – малий бізнес, який формує конкурентне середовище, характеризується високою мобільністю та забезпечує самостійність підприємницької ініціативи.

За кордоном саме ті галузі, в яких переважають підприємства, що працюють за договором франчайзингу, характеризуються інтенсивним вкладенням капіталу.

На перший погляд, створення франчайзингового підприємства є реалізацією звичайного інвестиційного проекту: незалежний підприємець (підпри-

емство) вкладає кошти у створення суб'єкта підприємницької діяльності з метою розширення свого бізнесу та отримання майбутніх грошових надходжень.

На відміну від України, де франчайзинг тільки почав знаходити своїх прихильників, у світі відносини франчайзингу є невід'ємним атрибутом економіки. Проте з кожним днем франчайзингові пропозиції на українському ринку стають все більш різноманітними, з'являються нові галузі, в яких активно використовуються франчайзингові технології.

Франчайзинг є не просто високоприбутковим і рентабельним бізнесом, а й економічно вигідним для держави, оскільки дозволяє створювати значну кількість нових робочих місць, сприяє сплаті податків і розвитку економіки в цілому.

Економічний зміст франчайзингових відносин дозволяє стверджувати про наявність у них інвестиційних елементів. У цьому значенні, франчайзинг реалізується за допомогою договору комерційної концесії (франчайзингу), який можна віднести до групи договорів, що носять інвестиційний характер. У деяких країнах, наприклад, у США, франчайзинг розглядається як інвестиційна діяльність на законодавчому рівні.

Договір комерційної концесії (франчайзингу) як правова форма опосередковує інвестиційні відносини між франчайзером – інвестором і франчайзі – реципієнтом інвестицій, суттю яких є залучення в підприємницький оборот об'єктів інтелектуальної власності, у першу чергу засобів індивідуалізації франчайзера та його продукції, а саме фірмового найменування та/або торговельних марок, а також його ноу-хау (комерційної таємниці) у вигляді конкурентоздатної системи організації певного виду підприємницької діяльності.

Якщо проаналізувати договір комерційної концесії з погляду інвестиційної діяльності, то можна зробити висновок, що цей договір має всі ознаки, які характерні для інвестиційного договору.

Обґрунтовуючи інвестиційну складову договору комерційної концесії слід зазначити наступне. По-перше, франчайзер, який виступає в якості свого роду інвестора, вкладає свої майнові права на фірмове (комерційне) найменування та/або торговельну марку разом із конкурентоздатною системою організації і ведення певної підприємницької діяльності (комерційною таємницею), а також права на інші об'єкти інтелектуальної власності (при необхідності), за допомогою їхньої передачі за певну плату реципієнту – франчайзі на підставі договору комерційної концесії (франчайзингу) для їхнього використання останнім у підприємницькій діяльності, визначеній договором; по-друге, отримані франчайзі права на використання зазначених об'єктів на час дії договору комерційної концесії (франчайзингу) є частиною єдиного

майнового комплексу у вигляді нематеріальних активів; по-третє, ринкова вартість прав на засоби індивідуалізації франчайзера визначається популярністю і позитивною діловою репутацією останнього; по-четверте, цінність і вартість комерційної таємниці визначається її невідомістю третім особам, а також позитивними результатами використання франчайзингової системи; по-п'яте, договір франчайзингу являє собою довгострокова угода, а отже, і інвестиції мають довгостроковий характер.

Франчайзинг є ефективним методом отримання комплексу інновацій (організаційних, маркетингових, технологічних тощо) за певну плату.

Договір комерційної концесії є найбільш повною фінансовою схемою залучення інвестиційних ресурсів до інноваційної діяльності. Відносини комерційної концесії передбачають тиражування інновацій завдяки залученню великого капіталу. Окрім фінансових коштів за договором франшизи інноваторові можуть передаватися нематеріальні активи (технології, ноу-хау), торговельний знак, імідж фірми тощо.

Франчайзинг надає підприємцю відразу комплекс інновацій, тому завданням підприємця є вибір франшизи, що забезпечить найбільш стійку конкурентну перевагу бізнесу на основі ефективної системи інновацій. Таким чином, ключовим питанням у формуванні інноваційного потенціалу у торгівлі на основі франчайзингу повинна стати оцінка запропонованих франшиз.

Недостатні обсяги фінансування інноваційної діяльності в Україні, несприятливий для інновацій підприємницький клімат, і в цілому недостатня реформаторська політика України в інноваційній сфері є причиною низької інноваційної активності підприємств України. Саме в цих умовах важливо використовувати таку форму опосередкованого фінансування інноваційної діяльності як франчайзинг, завдяки якому не тільки здійснюється трансфер, але й поширення технологічних, маркетингових, організаційних інновацій.

Розвиток франчайзингу в Україні залежить від вмілого формування та реалізації інноваційно-інвестиційної політики держави, оскільки, незважаючи на широкі можливості для розвитку відносин комерційної концесії, існують певні проблеми, які стримують розвиток цих відносин. Так, однією з проблем є нестабільність та непередбачуваність розвитку економіки України, відсутність належного правового забезпечення, відсутність у потенційних франчайзі стартового капіталу та складність в отриманні кредиту для його створення; відсутність реальної допомоги з боку держави тощо.

Державна підтримка розвитку франчайзингу сприятиме створенню нових робочих місць, забезпеченню впровадження нових ідей, методів та технологій в малому бізнесі, підвищенню правової захищеності малого підприємництва, залученню іноземних інвестицій в економіку України.