

2. Угода про міжнародне пасажирське сполучення від 01.11.1951 року із зм. та доповн. від 08.10.2004 року // [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/998_014

3. Податковий кодекс України від 02.12.2010 року в редакції від 01.10.2013 року // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

4. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 року в редакції від 11.08.2013 року // [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

5. Закон України «Про страхування» від 07.03.1996 року в редакції від 11.08.2013 року // [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>

6. Закон України «Про залізничний транспорт» від 04.07.1996 року в редакції від 17.08.2012 року // [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/273/96-%D0%B2%D1%80>

7. Положення про обов'язкове особисте страхування від нещасних випадків на транспорті затверджене постановою КМУ від 14 серпня 1996 р. № 959 // [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-96-%D0%BF>

УДК 346.3:346.543(043.2)

Кошель Н. М.,

помічник адвоката, м. Київ, Україна

ДОГОВІР КОМЕРЦІЙНОЇ КОНЦЕСІЇ, ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ ТА ВИДИ ЗА ГОСПОДАРСЬКИМ КОДЕКСОМ УКРАЇНИ

Актуальність даної теми полягає у тому, що договір комерційної концесії є новим правочином у сфері господарської діяльності України, що знайшов своє відображення як у Цивільному (глава 76), так і у Господарському (глава 36) Кодексах України. У світовій практиці відповідний інститут має назву «франчайзинг». Саме цей термін пропонувалося закріпити у проекті ЦК України, що сприяло б уніфікації цивільного законодавства України із законодавством багатьох розвинених країн. Проте в ЦК України все ж закріпився інший термін – «комерційна концесія», тому зараз ці поняття вживаються, як синонімічні [1, с.546]. Також у 2001 році був внесений проект Закону України «Про франчайзинг», який до цього часу так і не було прийнято [2, с.177].

Відповідно до ГК України за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) на строк або без визначення строку право використання в підприємницькій діяльності користувача комплексу прав, належних правоволодільцеві, а

користувач зобов'язується дотримуватись умов використання наданих йому прав та сплатити правоволодільцеві обумовлену договором винагороду.

Предметом договору комерційної концесії за ГК України є використання ділової репутації (гудвілу) і комерційного досвіду правоволодільця. За ЦКУ до предмету договору також належать об'єкти права інтелектуальної власності (торгових марок, промислових зразків, винаходів, комерційних таємниць) правоволодільця. Отже, аналізуючи предмет договору комерційної концесії стає зрозумілим, що на відміну від ЦК України в ГК України поняття комерційної концесії надається більш широко та без прив'язки до права інтелектуальної власності. Проте, слід зазначити, що право на використання об'єктів права інтелектуальної власності, є серцевиною предмета договору концесії, а ділова репутація та комерційний досвід є похідними від прав інтелектуальної власності [3, с.180].

Також, особливостями договору концесії є: по-перше, те, що користувач може використовувати ділову репутацію та комерційний досвід правоволодільця різними шляхами, при цьому обов'язковим є надання йому правоволодільцем відповідних інструкцій з експлуатації концесійної системи і проведення правоволодільцем професійного навчання користувача та його працівників; по-друге, договір комерційної концесії розрахований на застосування у сфері підприємницької діяльності, тому його сторонами можуть виступати тільки суб'єкти підприємницької діяльності.

Ще однією особливістю, а одночасно і істотною умовою договору комерційної концесії є ціна, під якою розуміється винагорода, яку користувач сплачує правоволодільцю. На практиці така винагорода зазвичай складається з двох частин: плати за приєднання до фірмової мережі правоволодільця та подальших періодичних платежів, що визначаються у відсотках від прибутку користувача [4, с.12]. Залежно від сфери застосування договору виділяють основні види комерційної концесії.

Обробна (виробнича) комерційна концесія передбачає, що користувачеві надається право на виробництво та продаж продукції з торговельною маркою правоволодільця. У деяких випадках користувач одержує ліцензії на використання комерційної таємниці чи запатентованої технології. Комерційні концесії такого типу досить поширені, у системі ресторанного обслуговування і підприємств «швидкого харчування».

Сервісна комерційна концесія передбачає розробку правоволодільцем технології надання певних послуг, які користувач надаватиме своїм клієнтам відповідно до договору комерційної концесії. Прикладом такої концесії може слугувати підприємство, що надає послуги з діагностики і ремонту автомобілів.

Торговельна комерційна концесія передбачає, що правоволоділець виробляє продукцію і продає її користувачам. Останні перепродують продукцію з торговельною маркою правоволоділця своїм клієнтам на обумовлених договором територіях. За такою концесією може здійснюватися, наприклад, продаж автомобільного пального, косметики чи побутової електроніки.

Територіальна комерційна концесія – це договір спрямований на освоєння значних територій шляхом одночасного чи послідовного створення низки підприємств. Існують дві форми такої концесії: договір про розвиток комерційної концесії та договір первинної комерційної концесії.

За договором первинної комерційної концесії правоволоділець передає так званому первинному користувачеві права (інколи виключні) в межах певної території надавати субконцесію третім особам (вторинним користувачам) з метою більш повного використання потенційних підприємницьких можливостей на великих географічних територіях.[5, с.347].

Таким чином, договір комерційної концесії (франчайзингу) є новим правовим інститутом, що закріплений одночасно в ЦКУ і ГКУ, істотними умовами якого є його предмет та ціна. Не зважаючи на те, що використання даного виду договору не є таким поширеним в Україні, як в США чи Європі, через відсутність державної підтримки та законодавчої бази. Усе більше підприємців звертаються до використання такої форми ведення бізнесу, бо вона дає можливість суб'єктам підприємницької діяльності успішно вести свій бізнес, розширити сферу свого впливу, відкривати нові філії та підприємства, перейти на європейський рівень обслуговування.

Література

1. Вінник О. М. Господарське право: навчальний посібник. – К. : Правова єдність, 2009. – 766 с.
2. Кулик О. С. Правове регулювання державної реєстрації договору комерційної концесії. // Правове регулювання економіки. – 2009. – № 9. – С.177
3. Кулик О. С. Правове регулювання державної реєстрації договору комерційної концесії. // Правове регулювання економіки. – 2009. – № 9. – С.180.
4. Стасюк Р. Концесійний договір // Юрид. вісн. України. – 2003. – 8–14 берез. – № 10 (402). – С. 12.
5. Науково-практичний коментар ГК України / Редакційна колегія: Г. Л. Знаменський, Д. Х. Липницький, В. К. Мамутов. – Юрінком Інтер, 2004. – 506 с.
6. Господарський Кодекс України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 31 січня 2013 р.: (ОФІЦ. ТЕКСТ). – К.: Паливода, 2013. – 212 с.
7. Цивільний Кодекс України: чинне законодавство зі змінами та доповненнями станом на 31 січня 2013 р. – К.: Паливода, 2013. – 328 с.