

УДК 338.246.025:622.323

Х. В. Горбова,

асистент кафедри фінансів Інституту підприємництва та перспективних технологій Національного університету "Львівська політехніка"

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ КОНЦЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НАФТОГАЗОВОГО КОМПЛЕКСУ

Проаналізовано проблемні питання концесійної діяльності підприємств нафтогазового комплексу і причини виникнення цих проблем. Запропоновано підходи до вирішення проблемних питань концесійної діяльності підприємств нафтогазового комплексу.

Ключові слова: концесія, нафтогазовий комплекс, франчайзинг, комерційна концесія.

The problem questions of concession activity of enterprises of oil and gas complex and reason of origin of these problems are analysed. Offered approach to the decision of problem questions of concession activity of enterprises of oil and gas complex.

Keywords: concession, oil and gas complex, franchayzing, commercial concession.

Постановка проблеми. Тепер в Україні існує найважливіша проблема – створення енергетичної незалежності. Це пояснюється тим, що практично вся технологічна база промисловості, яка дісталась нам після розпаду Радянського Союзу, є морально застарілою, але саме головне – надзвичайно енергоємною. Споживання енергоносіїв на підприємствах в Україні в 2 – 3 рази перевищують їх споживання на подібних підприємствах в економічно розвинених країнах. Очевидно й те, що миттєво здійснити переозброєння більшості підприємств промисловості також неможливо – на все це потрібен час. Тому, на нашу думку, вихід один – треба досягти мінімальної вартості більшості енергетичних ресурсів. Тільки у такому разі продукція українських виробників буде конкурентоспроможною на світовому ринку.

Найвагомішим заходом, який сприятиме такому здешевленню, є зростання видобутку нафти і газу в Україні. Але реалізувати такі плани досить складно. Найперспективніші поклади цих ресурсів знаходяться на шельфах Чорного та Азовського морів. Освоєння цього шельфу лише державними ресурсами на сьогодні видається неможливим, оскільки найперспективніші нафтогазові поклади Чорного моря знаходяться на глибині 4-5 тис. метрів, а існуючі державні видобувні підприємства не мають відповідного досвіду і технічного обладнання для виконання цих робіт. Глибоководний видобуток – складний і високотехнологічний процес, який потребує унікальних технологій, якими володіє невелике коло компаній. Окрім цього, якщо виконувати ці роботи власними силами, на це потрібно витратити значні кошти, виділення яких з бюджету тепер в Україні не реально. Тому, на нашу думку, вихід один – залучати закордонних інвесторів для виконання цих робіт на засадах концесії.

Існує і інша проблема, яка стосується видобутку нафти і газу. Враховуючи значний досвід з виконання пошукових робіт з визначення покладів нафти і газу, уряди багатьох країн (Єгипту, Лівії, Середньої Азії і ін.) запрошують фахові підприємства України виконувати ці роботи у них, а потім на концесійних умовах займатись їх видобутком. Проблема полягає в тому, що у такому разі треба ретельно прораховувати поставлені умови, а для цього треба мати чітко сформульовану методику, яка б враховувала більшість можливих ризиків і показувала реальну прибутковість кожного проекту. Але, на жаль, тепер такої методики практично не існує.

Існує ще й третя проблема, яка виникає при здійсненні пошукових робіт і видобутку нафти та газу за межами України – це часткова передача технології і вмінь з виконання цих робіт для місцевого населення. Такі роботи проводились ще в радянський період (Афганістан, В'єтнам і ін.), але вони значною мірою були не комерційного, а політичного плану. Тому будь-яких особливих законодавчих і економічних обґрунтувань не потребували. Зовсім інакше треба ставитись до цих питань в сучасних умовах. Будь-який проект, навіть який значною мірою пов'язаний з політичним рішенням, потребує економічного обґрунтування і законодавчих норм для впровадження. І в світовій практиці така форма взаємодії давно вже існує – це франчайзингова система, головна мета створення якої якраз і полягала в тому, що потужна ведуча фірма передає основні елементи технології і здійснює навчання з ведення відповідного бізнесу для середніх і малих нових підприємств. Ця система франчайзингу може бути як міжнародною, так і національною. Відповідним недоліком є те, що ця система на підприємствах нафтогазового комплексу практично не застосовується, хоча такою діяльністю вони частково постійно займаються.

Тому, на нашу думку, тепер на нафтогазових підприємствах існує три види проблемних питань, які потребують економіко-законодавчого вирішення:

- створення сприятливих і економічно обґрунтованих умов для залучення іноземних інвесторів для розробки шельфу Чорного моря на засадах концесії;
- створення методів економічного обґрунтування ведення пошукових робіт в інших країнах і розробки їх родовищ нафтогазовими підприємствами України на засадах міжнародної концесії;
- створення законодавчої бази і економічного обґрунтування для застосування системи франчайзингу (головним чином міжнародного) на нафтогазових підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Публікацій, в яких розглядаються проблеми концесійної діяльності в Україні, є не так багато. Окрім того значна частина з них стосується висвітленню юридичної сторони проблем [1-5]. Без сумніву, це також актуальний і потрібний напрям наукових досліджень, оскільки без законодавчого регулювання цього процесу неможливо приступати до застосування концесійних угод в реальних умовах. Значно менше публікацій, у яких досліджуються організаційно-економічне обґрунтування ефективності концесійної діяльності [6]. Таке обґрунтування є актуальним тому, що у такому разі виникає необхідність вкладати значні інвестиції (мільярди доларів) на довготривалий період (20 і більше років). Тому ризики у прийнятті такого складного рішення є значні.

Метою статті є обґрунтування підходів до вирішення проблемних питань концесійної діяльності підприємств нафтогазового комплексу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливість застосування концесійних угод полягає в тому, що в світовій економіці склалась така ситуація: основними запасами нафти і газу володіють не самі розвинені в технологічному плані країни (хоча існують й кремні випадки); і, навпаки, в розвинених країнах споживання цих енергетичних ресурсів з кожним роком зростає, а власний видобуток перекидає тільки незначну частину потреб. Вирішення цього протиріччя в багатьох країнах (Єгипет, Лівія, Іран, країни Середньої Азії тощо) вбачають у застосуванні концесійних угод, які укладатимуться з ведучими закордонними нафтогазовими підприємствами (у тому числі й підприємствами України). Треба відмітити, що концесійні угоди широко застосовувались у 20-і роки і в СРСР [7].

Згідно закону України “Про концесії”, який визначає поняття та правові засади регулювання відносин концесії державного та комунального майна, під “концесією” розуміють надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі юридичній або фізичній особі (суб’єкту підприємницької діяльності) права на створення (будівництво) та управління (експлуатацію) об’єкта концесії (строкове платне володіння), за умови взяття суб’єктом підприємницької діяльності (концесіонером) на себе зобов’язань по створенню (будівництву) та управлінню (експлуатації) об’єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику. З цього визначення видно, що цей закон формулює основні принципи і положення, які стосуються концесійних угод.

Для вирішення окремих специфічних питань паливно-енергетичного комплексу у 2011 році був прийнятий новий закон України “Про особливості оренди чи концесії об’єктів паливно-енергетичного комплексу, що перебувають у державній власності”. Головним недоліком цього закону є те, що він значною мірою стосується вугледобувної промисловості. Тому для об’єкту вивчення вирішення питань із залучення іноземних інвесторів на розробку шельфу Чорного моря і створення умов для роботи вітчизняних нафтогазових підприємств за кордоном на засадах концесії треба, на нашу думку, розробити спеціальний закон, який би враховував специфіку цієї галузі.

Застосуванню франчайзингу у вітчизняних умовах присвячена глава 76 Цивільного кодексу України під назвою “Комерційна концесія”, яка значною мірою відповідає главі 36 Господарського кодексу України, який також вступив у дію 1 січня 2004 року. Проте виникають питання юридичного і економічного плану з розкриття сутності нової категорії “комерційна концесія”, оскільки треба встановити, якими сутнісними властивостями вона відрізняється від базового поняття “концесія”. Окрім того, відповідним недоліком можна назвати й те, що спрощено франчайзинг у багатьох випадках ототожнюють з розвитком пільгового підприємництва, що зовсім не відповідає його основному змісту.

До введення нового Цивільного кодексу України термін “комерційна концесія” був невідомий в Україні. Цей термін в окремих країнах Європи розглядається як договір на ексклюзивне поширення товарів (дистрибуторський договір), за яким, як правило, поряд із правом на поширення товару надається право на використання товарного знаку, знаку обслуговування тощо. Окрім того можна відзначити, що тепер в літературних джерелах відносно договору комерційної концесії використовуються терміни “концесійний договір”, “надання прав за концесією”, що призводить до термінологічної плутанини, оскільки викликає асоціацію не з “комерційною концесією”, а зі справжньою “концесією”, яка утворюється зовсім на інших юридичних засадах [8, с. 39]. Особливими рисами справжнього концесійного договору є те, що концесіодавцем завжди виступає держава (точніше – уповноважені нею органи), оскільки це пов’язано з монополічним правом держави давати дозвіл на користування об’єктом концесії (землею, надрами, державними підприємствами тощо) і на заняття діяльністю, пов’язаною з ними (пошук, оброблення, будівництво, видобуток тощо).

За Цивільним кодексом України дається таке визначення договору комерційної концесії: за договором комерційної концесії одна сторона (правоволодівець) 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 [9].

Предметом договору комерційної концесії є право на використання об’єктів права інтелектуальної власності (торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо), комерційного досвіду та ділової репутації. Сторонами в договорі комерційної концесії можуть бути фізична та юридична особи, які є суб’єктами підприємницької діяльності [9].

За цими визначеннями видно, що “комерційна концесія” за своїм статусом відповідає зовсім іншим критеріям у порівнянні з “концесією”. Тому, на нашу думку, коли мається на увазі “договір комерційної концесії”, то недопустимо у всіх інших випадках упускати слово “комерційна”. Це зніме можливу плутанину у вживанні цих ніби то подібних понять.

Проте існує й інше застереження – багато науковців вважає, що терміни “комерційна концесія” і “франчайзинг” за своєю сутністю означають те саме поняття, а тому термін “комерційна концесія” є зайвим. Ця дискусія, окрім суто наукового, набула також практичного характеру, оскільки почасти франшизодавцями в Україні виступають зарубіжні фірми з країн, національне законодавство яких послуговується саме терміном “франчайзинг”.

Існує багато визначень цьому терміну, але найбільш відомим є такі.

Франчайзинг (фр. *franchissage* – пільга, привілей) – це форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами (компаніями та/або фізичними особами), в рамках якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, комерційними таємницями, репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою на певних умовах [10].

Міжнародна асоціація франчайзингу пропонує таке визначення: “франчайзинг – це договірні відносини між франшизодавцем і франшизоотримувачем, де франшизодавець пропонує або зобов’язується виявляти постійний інтерес до діяльності франшизоотримувача в таких сферах, як ноу-хау і навчання персоналу, тоді як франшизоотримувач здійснює власну діяльність під спільним фірмовим найменуванням, форматом і/чи процесом, яким володіє та контролює франшизодавець, і вклав або вкладає суттєві інвестиції у це підприємство із власних ресурсів” [10].

Британська асоціація франчайзингу визначає франчайзинг як “ліцензію, що надається однією особою (франшизодавцем) іншій особі (франшизоотримувачу), яка: дозволяє або вимагає від франшизоотримувача впродовж строку дії договору здійснювати передбачений вид підприємницької діяльності під найменуванням, що належить або асоціюється з франшизодавцем; дає право франшизодавцю впродовж строку дії договору здійснювати поточний контроль за діяльністю франшизоотримувача; зобов’язує франшизодавця надавати франшизоотримувачу допомогу в здійсненні цієї підприємницької діяльності (щодо організації ведення бізнесу франшизоотримувача, навчання його персоналу, управління тощо); зобов’язує франшизоотримувача впродовж строку дії договору виплачувати франшизодавцю періодичні грошові відрахування за надане право користування франшизою або за товари чи послуги, надані франшизодавцем франшизоотримувачеві; не є угодою між основною компанією та її дочірнім підприємством або між дочірніми підприємствами цієї основної компанії або між фізичною особою і компанією, що ним контролюється” [10].

Із цих визначень видно, що дійсно за своєю сутністю ці поняття “комерційної концесії” і “франчайзинг” мають багато спільного. Тим не менше, слід брати до уваги, що в законодавстві деяких країн поняття “франчайзинг” і “комерційна концесія” не є цілком тотожними. Якщо, наприклад, у Російській Федерації “комерційна концесія” також розглядається як еквівалент поняттю “франчайзинг”, то в таких країнах, як Франція, Португалія, Бельгія і Швейцарія договір комерційної концесії є одним із видів “дистрибуторських” угод. За національним законодавством цих країн під договором комерційної концесії розуміється угода, за якою одна сторона закупає в іншій стороні товари, виготовлені або придбані останньою, з метою їх перепродажу в межах певної території.

Тому окремі автори [8, 9] стверджують, за своїм змістом термін “комерційна концесія” є вужчим ніж “франчайзинг”. На нашу думку, все навпаки – комерційна концесія є ширшим поняттям, оскільки має охоплювати і класичний “франчайзинг”, і “дистрибуторські угоди”, і інші угоди, які не перечать сутності цього поняття.

Список літератури.

1. Першотравнева О. Поняття концесії та концесійного договору // Економіка, фінанси, право. – 2001. – № 12. – С.13 – 16.
2. Трахтенгерц Л. Договор коммерческой концессии // Юридический мир. – 1997.– апрель. – С. 45 – 51.
3. Сидоров Я.О. Договір комерційної концесії: аналіз зарубіжного досвіду і тенденції розвитку в Україні // Підприємництво, господарство і право. – 2004.– №1.– С. 51 – 54.
4. Суханов Е.А. Коммерческая концессия // В кн. Комментарий части второй ГК РФ. Под ред. О. Н. Садикова. – М; 1996. – С. 246 – 252.
5. Суханов Е.А. Коммерческая концессия // Хозяйство и право. – 1996. – № 11. – С. 15 – 23.
6. Новосельцев О. Оценка коммерческой концессии. // Хозяйство и право. – 2000. – №3. – С. 99 – 115.
7. Бутковский В. Иностранные концессии в народном хозяйстве СССР. – М., 1928.
8. Сидоров Я.О. Франчайзинг та франчайзингова угода: деякі концептуальні положення // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2003. – № 1. – С. 37 – 41.
9. Цивільний Кодекс України. Від 16 січня 2003 року. – К: "Атіка".– 2003. – 416 с.
10. Опейда З. Франчайзинг чи комерційна концесія? [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.yur-gazeta.com/article/379>.

Стаття надійшла до редакції 26.03.2012 р.



ТОВ "ДКС Центр"