

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ**

*Франчайзинг є однією із найпрогресивніших форм зовнішньоекономічної взаємодії, що дозволяє підприємствам організувати конкурентоспроможний бізнес під відомою торговою маркою. В Україні франчайзинг – досить новий правовий інститут, тому підприємці постійно зіштовхуються з проблемою неврегульованості франчайзингових відносин у вітчизняному законодавстві. Основними нормативними актами, що регулюють розглянуті правовідносини, залишаються такі: Цивільний кодекс України (Глава 76), Господарський кодекс України (Глава 36) і Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». Особливістю обслуговування франчайзі та франчайзерів є можливе застосування оригінальних кредитних схем: кредитування франчайзерів з використанням механізму факторинга, кредитування франчайзі комерційним банком під поручительство франчайзера або «асоціації франчайзі», використання механізму венчурного інвестування, кредитування суб'єктів франчайзинга під заклад їх приватної власності з використанням гарантій третіх осіб, надання кредитів франшизам з використанням схем страхування кредитних ризиків великими страховими компаніями.*

*Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, франшиза, роялті, комерційний банк, кредит, комерційна концесія, бренд, кредитна схема.*

**Актуальність дослідження.** Кінець ХХ століття став періодом бурхливого розвитку франчайзингу як одного із методів збуту товарів і послуг, який використовувався в найрізноманітніших сферах підприємницької діяльності. Кардинальні зміни, які сталися наприкінці 80-х – на початку 90-х років ХХ століття у політичному і економічному житті СРСР, а потім і незалежної України, дали можливість іноземним компаніям, власникам широковідомих торговельних марок, створити в Україні франчайзингові мережі, в яких використовувались би ці марки. Прикладом цього є мережі McDonald's, Fuji, Kodak, Billa тощо. Названі мережі функціонують на основі франчайзингу.

Широкомасштабне використання франчайзингу відбувається завдяки його перевагам для обох сторін: франшизіара та франшизіата. Франшизіар отримує можливість швидкого будівництва розгалуженої збутової мережі, яка не тільки не

потребує капіталовкладень від нього, а навпаки, приносить йому дохід. Франшизіат, незалежно від наявності чи відсутності підприємницького досвіду, отримує можливість ведення прибуткової підприємницької діяльності.

Франчайзинг має переваги і для споживачів, які отримують конкурентоздатний товар або послугу за найнижчою ціною та найвищою якістю. Останні дослідження та публікації, на основі яких створювалася робота: Бедринець М., Величко О., Кабакова Е.

Робота присвячується такій невирішеній частині загальної проблеми, як виділення основних законів та державних документів, на основі яких здійснюється регулювання франчайзингу, тому що єдиного закону, що визначав би франчайзингові відносини в Україні на даний момент не має, а також дослідженні зв'язку банків із франчайзинговими компаніями при їх обслуговуванні.

Завдання роботи: дослідити державне регулювання, тобто законодавство франчайзингових відносин в Україні, визначити банківські відносини з франчайзинговими компаніями.

Мета дослідження полягає у проведенні аналізу державного регулювання франчайзингових відносин, особливостей банківського обслуговування франчайзингових компаній та схем участі банків у фінансуванні франчайзингових компаній.

На сучасному етапі франчайзинг є однією із найпрогресивніших форм зовнішньоекономічної взаємодії, що дозволяє підприємствам організувати конкурентоспроможний бізнес під відомою торговою маркою. При цьому велике значення має система державного регулювання діяльності учасників бізнесу. В Україні франчайзинг – досить новий правовий інститут, тому підприємці постійно зіштовхуються з проблемою неврегульованості франчайзингових відносин у вітчизняному законодавстві. Наразі існує проект Закону України «Про франчайзинг», внесений на розгляд Верховної Ради України ще 8 листопада 2001 року, що дає більш чітке визначення поняття договору франчайзингу, а також правові та економічні основи його існування, однак, прийняття його невиправдано затяглося [3, 4].

Основними нормативними актами, що регулюють розглянуті правовідносини, залишаються такі: Цивільний кодекс України (Глава 76), Господарський кодекс України (Глава 36) і Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». Однак у тексті статей закону терміни франчайзингу не застосовуються. Водночас, докладний розгляд Глави 76 статей 1115-1129 Цивільного кодексу України дозволяє

зробити висновок, що в законі під поняттям комерційної концесії фігурує положення франчайзингу.

Ряд із них відповідає відносинам франчайзингу, а саме:

1) 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 (п.1 ст. 1116 ЦК України);

2) за договором комерційної концесії одна сторона (правовласник) 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 (п. 1 ст. 1115 ЦК України);

3) правовласник зобов'язаний передати користувачеві технічну та комерційну документацію та надати іншу інформацію, необхідну для здійснення прав, наданих йому за договором комерційної концесії, а також проінформувати користувача та його працівників з питань, пов'язаних із здійсненням цих прав (рис. 1) (п. 1 ст. 1120 ЦК України);

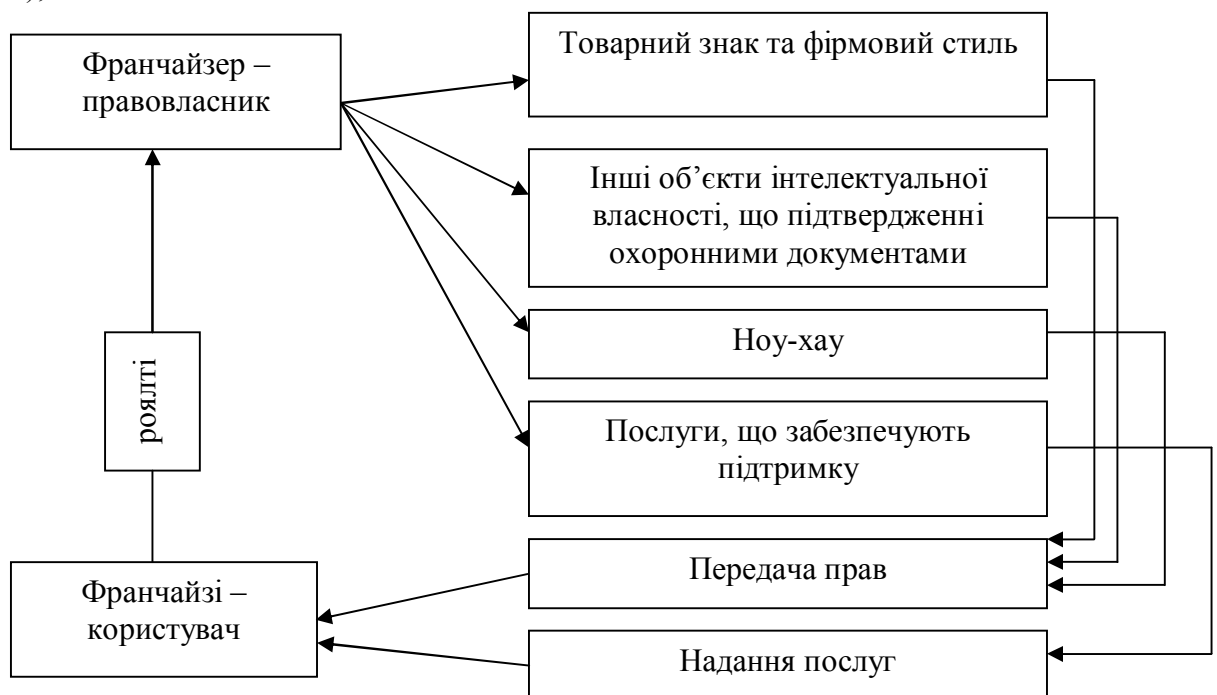


Рис. 1. Взаємовідносини франчайзера та франчайзі

4) правоволоділець зобов'язаний, якщо інше не встановлено договором комерційної концесії, надавати користувачеві постійне технічне та консультативне сприяння, включаючи сприяння у навчанні та підвищенні кваліфікації працівників (п. 2.2 ст. 1120 ЦК України) [5, 11].

Закон також передбачає обов'язок користувача (франчайзі) інформувати споживачів про присутність посередницьких відносин (п. 1.5 ст. 1121 ЦК України), забезпечувати належну якість пропонованих товарів, робіт, послуг, що виробляються (виконуються, надаються) відповідно до договору комерційної концесії, якості аналогічних товарів (робіт, послуг), що виробляються (виконуються, надаються) правочасник (п. 1.2 ст. 1121 ЦК України), а також відповідальність правочасника (франчайзера) за вимогами, що пред'являються до користувача (франчайзі) шляхом субсидіарної відповідальності у зв'язку з невідповідністю якості товарів (робіт, послуг), проданих (виконаних, наданих) користувачем [9].

За вимогами, що пред'являються до користувача як виробника продукції (товарів) правочасника, правочасник відповідає солідарно з користувачем (ст. 1123 ЦК України) [2].

В рамках регулювання відносин франчайзингу українське законодавство передбачає можливість надання франчайзером більш широких прав, пов'язаних із використанням субфранчайзингу. За договором субфранчайзингу франчайзі має право продати субфраншизу, а значить дозволяти третім особам користуватися комплексом прав, що сам франчайзі одержав від франчайзера, або частиною комплексу прав на умовах, погоджених із правочасником або визначених договором комерційної концесії (рис. 2) (п. 1 ст. 1119 ЦК України) [11].

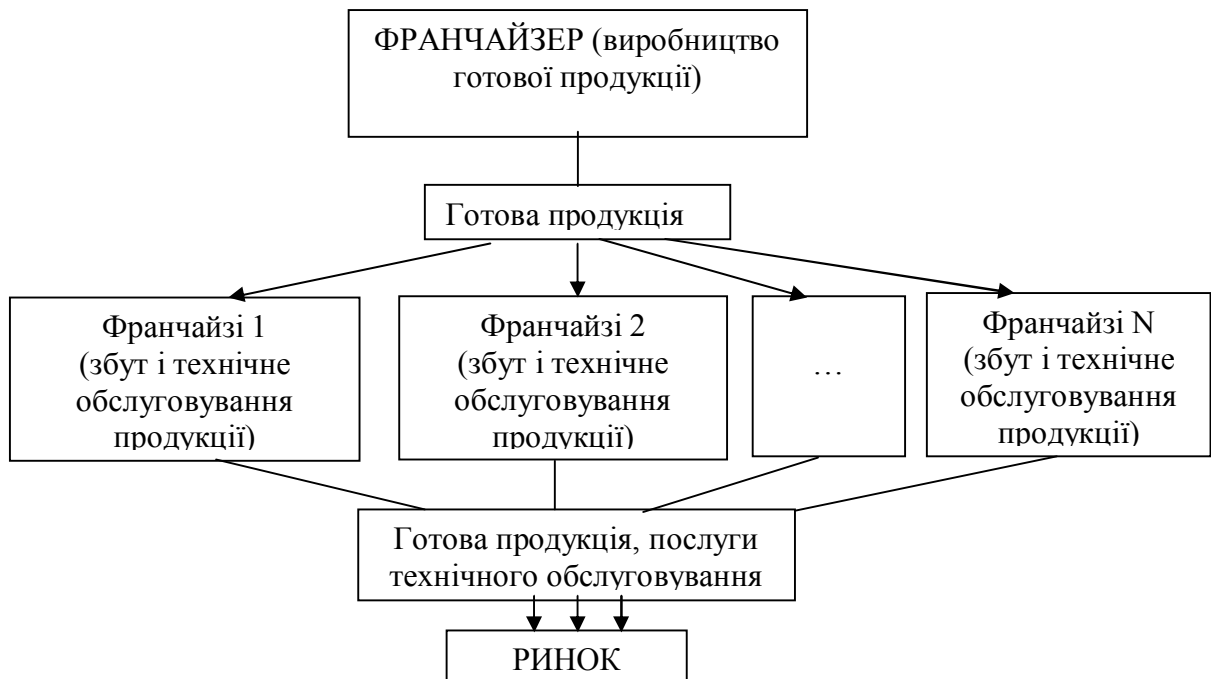


Рис. 2. схема поступу продукції на ринок через франчайзингову систему

## Особливості банківського обслуговування франчайзингових компаній

Звичайно, франчайзинг має свої позитивні та негативні сторони (табл.1.1). Тому в банках для регулювання франчайзингу створений франчайзинговий відділ, щоб надати кредит та полегшити умови франчайзі та франчайзера. Функцією франчайзингового відділу кредитної організації, яка грає основну роль, є забезпечення фінансовими ресурсами компаній франчайзі та франчайзерів. Фундаментальними складовими напряму діяльності відділу є: розробка програм, визначення інструментів та джерел боргового і акціонерного фінансування, участь в складенні і оптимізації внутрішньобанківських програм контролю [1, 10].

Політика різних кредитних організацій в сфері надання фінансових ресурсів франшизам схожа. Її основними аспектами є: встановлення більш низьких відсоткових ставок в порівнянні з даним параметром, застосовуваним при кредитуванні самостійних підприємств, можливість прив'язки відсоткових ставок по кредитах до базових галузевих показників [8].

Обслуговування комерційними банками суб'єктів франчайзинга має ряд особливостей в порівнянні з обслуговуванням самостійних компаній.

Основною особливістю такого роду є необхідність надання суб'єктам франчайзингу комплексного обслуговування, що включає широкий спектр банківських продуктів. Окрім отримання класичних банківських послуг, таких як розрахунково-касове обслуговування, інкасація виручки юридичних осіб, первинне розміщення цінних паперів, обслуговування корпоративних дебетових і кредитних карт, ведення депозитних рахунків співробітників підприємств, оптимізація фінансового менеджменту клієнта і генерування фінансових схем, суб'єкти комерційної концесії пред'являють попит на оригінальні види послуг, що надаються відділом обслуговування суб'єктів франчайзингу комерційного банку [12].

Таблиця 1.1

### Позитивні та негативні сторони франчайзингу для франчайзі

<b>Позитивні сторони франчайзингу</b>	<b>Негативні сторони франчайзингу</b>
Франчайзі отримує франшизу разом з аналізом потенційної прибутковості	Свобода франчайзі у зміні дизайну та напрямку підприємства жорстко обмежується
Франчайзі не потрібно створювати фірмовий знак. Він починає працювати відразу ж ефективно і покладається на репутацію, яку	Кращі франшизи коштують дорого, та їх важко отримати

підприємство вже заробило раніше, до відкриття його точки. Клієнти вже знають цей бренд	
Франчайзі навчають працювати та управляти роботою підприємства	Окрім роялті, франчайзі також сплачує податки та витрати на рекламу
Франчайзі отримує маркетингову підтримку та її оплата буде нижче, ніж якщо б франчайзі наймав свою маркетингову службу	Франшиза надається з умовою виконання ряду правил. Якщо вони порушуються, франчайзі може бути оштрафований, або втратити право на франшизу

Комплексний підхід до обслуговування франчайзингових компаній неможливо якісно здійснити декільком (відособленим) банківським підрозділам (таким як кредитний відділ, юридичний відділ, відділ маркетингу і відділ інформаційних технологій) через приведені нижче причини:

- незручність для суб'єктів франчайзингу в отриманні різних видів послуг та продуктів в диференційованих банківських підрозділах через значні часові затрати на отримання послуг кредитної організації, складності формування цілісної думки по цікавлячи питанням після консультацій з різними банківськими спеціалістами, які нерідко мають опозиційні точки зору по різним аспектам комерційної концесії;
- у разі обслуговування суб'єктів франчайзинга диференційованими банківськими підрозділами вартість послуг для компаній, що діють в області комерційної концесії, стає вища у зв'язку з високою собівартістю послуг для самого банку;
- можливість більш якісної розробки ексклюзивних схем та продуктів, що надаються суб'єктам комерційної концесії, а також здійснення великомасштабних маркетингових компаній в області франчайзинга спеціалістами, що досконально знають ринок пільгового підприємництва та мають досвід роботи в якості менеджерів франчайзингових компаній або національних франчайзингових асоціацій;
- складність розробки кредитною організацією комплексної моделі обслуговування суб'єктів франчайзинга через неорганізованість та внутрішню конкуренцію в спільній роботі різних перекислених вище відділів банку, ймовірність виникнення яких достатньо велика [6, 7].

Необхідно також відмітити, що західні компанії – франчайзери та франчайзі, звикли до отримання всього спектру послуг у спеціалізованих внутрішньобанківських підрозділах, що обслуговують винятково суб'єктів франчайзингу та надання такого роду послуг якимось українськими кредитними організаціями буде значним

стратегічним кроком останніх до взаємовигідного і довгострокового співробітництва з компаніями-учасниками ринку франчайзинга [7].

В нашій країні по даним української Асоціації роботодавців у сфері франчайзингу, сфери бізнесу, охоплені франчайзингом мають різний відсоток (рис. 3).

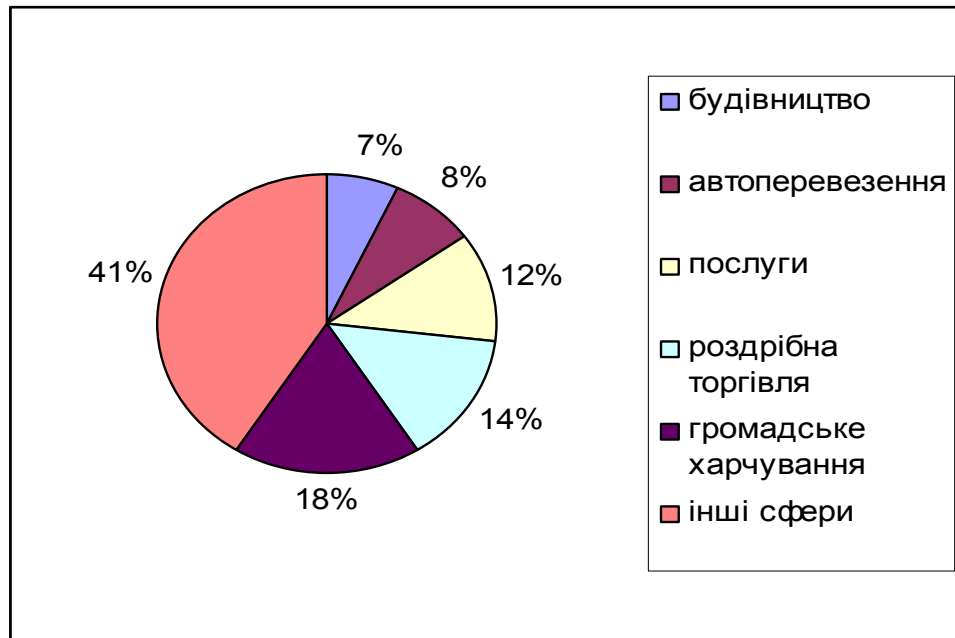


Рис. 3. Сфери бізнесу, що охоплені франчайзингом в Україні

Наступною особливістю обслуговування франчайзі та франчайзерів є можливе застосування оригінальних кредитних схем. Основні схеми участі комерційних банків у фінансуванні франчайзингових компаній зводяться до наступних.

Кредитування франчайзі комерційними банками з використанням державних гарантій. Відповідно до даних механізмів держава виступає поручителем по кредитах, що надаються франчайзинговим підприємствам, і у разі неповернення отриманих фінансових ресурсів останніми за рахунок коштів бюджету або не бюджетних фондів відшкодовує банку його збитки.

Слід відмітити, що за надання гарантій державним органом стягується комісія у розмірі 2,5-5% від суми кредиту. Діяльність ряду країн показала, що загальний розмір комісій значно перевищує витрати по відшкодуванню збитків комерційних банків і складає вельми істотний дохід держави [6, 12].

Кредитування компаній-франчайзерів під заклад брендів, що належать їм. При використанні даної схеми вартість бренду повинна оцінюватися компаніями, що спеціалізуються в даній сфері. У цьому разі бренд повинен бути достатньо відомим і

мати вартість, сумарну з розміром запитуваного кредиту. При неповерненні кредиту бренд може бути реалізований шляхом проведення аукціону або перейти у власність банку. В останньому разі кредитна організація набуває право збору роялті з діючих франчайзі данної мережі. Перевагою данного механізму є те, що при реалізації бренду або регулярному стягуванні роялті з операторів франшизи комерційний банк має можливість отримати значно більшу суму, ніж розмір кредиту та відсотки по ньому [7, 12].

Кредитування франчайзерів з використанням механізму факторингу. У цьому разі відсоткові платежі за користування кредитом франчайзер не виплачує безпосередньо банку, а надає останньому право вимоги роялті з одного чи декількох франчайзі. При цьому об'єм роялті повинен бути сумарним з розміром відсоткових платежів за користування кредитними ресурсами.

Кредитування франчайзі комерційним банком під поруку франчайзера або «асоціації франчайзі», тобто структур, об'єднуючих франчайзі одною або декількома франшизами і прагнучих захистити інтереси франчайзі, надати інформаційні та консалтингові послуги, взаємне кредитування за рахунок коштів спільно створеного фонду, поруку по кредитним договорам та договорам займу [6].

Структура франшизних мереж по кількості точок, що входять до них, також неоднорідна (рис. 4).

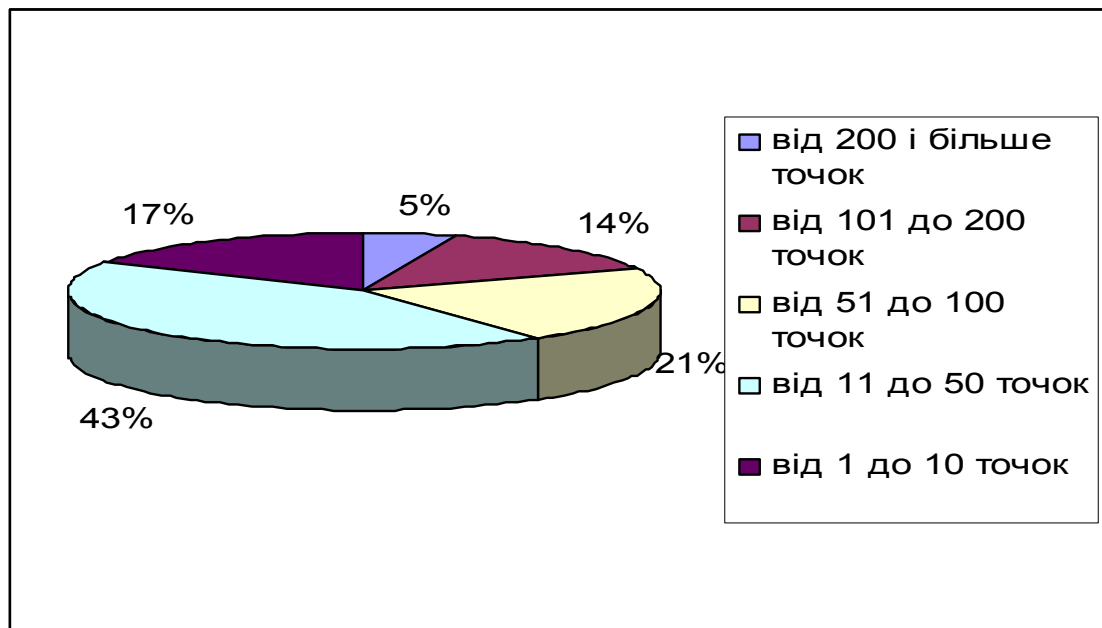


Рис. 4. Структура франшизних мереж за кількістю точок



Використання механізму венчурного інвестування, що здійснюється банком для забезпечення франчайзингових компаній фінансовими ресурсами. Дані інвестиції здійснюються з метою отримати дохід від росту капіталізації компанії. Ріст капіталізації франшиз відбувається швидше в порівнянні з незалежними фірмами. Та, незважаючи на простоту і привабливість описаного механізму венчурного інвестування і більшу вірогідність росту капіталізації франчайзингових компаній, дана схема використовується тільки по відношенню до компаній-франчайзерів. Це відбувається тому, що можливість компанії-франчайзі бути публічною та відповідно імітувати акції жорстко обмежується франчайзером по ряду причин.

Кредитування суб'єктів франчайзинга під заклад їх приватної власності з використанням гарантій третіх осіб.

Надання кредитів франшизам з використанням схем страхування кредитних ризиків великими страховими компаніями.

Наступною функцією франчайзингового відділу, яка має природу реклами, є проведення виставок, презентацій та конференцій з питань франчайзинга, популяризація основних принципів комерційної концесії серед підприємців. Окрім цього, франчайзинговий відділ займається проведенням тренінгових та освітніх програм в області комерційної концесії, консультуванням з питань кадрового менеджменту [12].

Ще однією складовою функцій франчайзингового відділу є постановка, контроль та оптимізація системи регулярного менеджменту у франчайзингових компаніях.

Важливою складовою діяльності франчайзингового відділу банку, якій в останній час приділяється більше уваги, є надання програмного забезпечення, його установка та навчання франчайзі роботи з ним.

Іншою функцією відділу франчайзинга є підготовка та просування пропозицій по внесенню змін та доповнень до законодавства у сфері франчайзингу [12].

Отже, в українському законодавстві поняття договору франчайзингу не існує. Відсутні і нормативні акти, що описують франчайзингові відносини. В Україні франчайзингова діяльність регламентується тільки комерційної концесією. У цивільному законодавстві договором франчайзингу відповідає договір комерційної концесії. Але, як видно з малюнків та діаграм, франчайзингова діяльність в Україні розвивається швидкими темпами.

Особливістю обслуговування франчайзі та франчайзерів є можливе застосування оригінальних кредитних схем: кредитування франчайзерів з використанням механізму факторингу, кредитування франчайзі комерційним банком під поручительство франчайзера або «асоціацій франчайзі», використання механізму венчурного інвестування, кредитування суб'єктів франчайзинга під заставу їх приватної власності з використанням гарантій третіх осіб, надання кредитів франшизам з використанням схем страхування кредитних ризиків великими страховими компаніями.

#### **Список використаних джерел:**

1. Величко О.Л. Договір франчайзингу. Проблеми укладання // Юридичний журнал. – 2010. – № 1 (7). – С. 75.
2. Гайворонський В.М., Жушман В.П. Господарське право України: Підручник. – Х.: Право, 2005. – 384 с.
3. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. (з поправкою у 2011 році).
4. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15 грудня 1993 р. (з поправкою у 2011 році).
5. Кабакова Е. Особенности финансирования франчайзинга // Финансовая консультация. – 2009. – №23. – С. 4-24.
6. Кузьмін О., Сухорська У., Мирончук Т. Франчайзинг у підприємницькій діяльності. – Львів: В-во “Вільна Україна”. – 2008. – 144 с.
7. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України. Підручник. – К.: КНЕУ, 2007. – 948 с.
8. Панченко М.І. Цивільне право України. Навчальний посібник. – К.: Знання, 2010. – 583 с.
9. Сидоров Я. Франчайзинг - нова договірна форма здійснення бізнесової діяльності в Україні. - Підприємництво, господарство і право. - 2009.
10. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. (з поправкою у 2011 році).

#### **ХОМИЧ Г.Н. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ОТНОШЕНИЙ В УКРАИНЕ**

*Франчайзинг является одной из самых прогрессивных форм внешнеэкономического взаимодействия, что позволяет предприятиям организовать конкурентоспособный бизнес под известной торговой маркой.*

*В Украине франчайзинг - достаточно новый правовой институт, поэтому предприниматели постоянно сталкиваются с проблемой неурегулированности франчайзинговых отношений в отечественном законодательстве.*

*Основными нормативными актами, регулируемыми рассмотренные правоотношения, остаются следующие: Гражданский кодекс Украины (Глава 76), Хозяйственный кодекс Украины (Глава 36) и Закон Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг».*

*Особенностью обслуживания франчайзи и франчайзеров есть возможное применение оригинальных кредитных схем: кредитование франчайзеров с использованием механизма факторинга, кредитование франчайзи коммерческим банком под поручительство франчайзера или «ассоциаций франчайзи», использование механизма венчурного инвестирования, кредитование субъектов франчайзинга под залог их частной собственности с использованием гарантий третьих лиц, предоставление кредитов франшиз с использованием схем страхования кредитных рисков крупными страховыми компаниями.*

**Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франшиза, роялти, коммерческий банк, кредит, коммерческая концессия, бренд, кредитная схема.**

## **НOMICH G.N. GOVERNMENT CONTROL OF ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ OF RELATIONS IS IN UKRAINE**

*Franchising is one of the most progressive forms of foreign economic cooperation, which allows businesses to organize a competitive business under a trade name.*

*In Ukraine, franchise is a new legal institution, so businesses are constantly faced with the problem of irregularity franchise relations in the national legislation.*

*The basic regulations governing the considered legal are these: the Civil Code of Ukraine (Chapter 76), the Economic Code of Ukraine (Chapter 36) and the Law of Ukraine "About Protection of Rights to Marks for Goods and Services."*

*The feature service franchisees and franchisers is possible to use the original loan schemes: lending to franchisees of the mechanisms of factoring, commercial bank lending to franchisees bail franchisor or "franchisee association," the mechanisms of venture capital, lending of franchising in their institution of private property with safeguards third party lending franchise with credit risk insurance schemes large insurance companies.*

**Key words: franchising, franchisor, franchisee, franchise, royalties, commercial bank loans, commercial concession, brand, credit scheme.**