

## **ОСОБЛИВОСТІ ДОГОВІРНИХ ВІДНОСИН ТА ОБЛІКУ МІЖНАРОДНОГО ФРАНЧАЙЗИНГУ**

На сучасному етапі розвитку світової економіки все більше зростає роль франчайзингових відносин, відповідно збільшується кількість франшиз. У кризовий період краще будувати відносини уже перевіреним шляхом, а не натикатись на «підводні камені» тоді, коли у такий час шансів на помилку майже немає.

За даними «Franchise Group» – франчайзинг продовжує стрімко розвиватись. Однією з причин такого явища є те, що українці розглядають франчайзинг як одну із життєздатних форм інвестування капіталів, оскільки він пропонує надійні та перевірені на практиці моделі ведення бізнесу. На сьогодні в Україні функціонує 565 франчайзерів, 431 з яких – це відомі компанії, а 134 – нові гравці на ринку, які відкрили свої перші торгові точки.

У світлі підписання Угоди про асоціацію з ЄС Україна має прийняти європейські правила гри та забезпечити вільний і прозорий розвиток економіки. Не залишаються осторонь і операції франчайзингу. Відповідно до «Положення про франчайзинг»[4] Всесвітньої організації інтелектуальної власності «франчайзинг – це «договір, за яким одна особа, франчайзер (правовласник), яка має розроблену систему бізнесу, дозволяє іншій особі – франчайзі – використовувати цю систему відповідно до вимог володільця франшизи в обмін на винагороду». Регламент ЄС № 593/2008[6] визначає франчайзинг як договір, за яким франчайзер надає франчайзі за пряму або опосередковану винагороду право на використання франшизи на ринку певного типу товарів і послуг.

Правовою особливістю франчайзингу в Україні є те, що в національному законодавстві не передбачено договору з такою назвою. Але це не є перешкодою провадження діяльності, оскільки в ЦКУ[7] передбачений договір комерційної концесії, який за сутністю повністю відповідає франчайзингу. За договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) 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. Предметом договору є право на використання об'єктів інтелектуальної власності.

Іноземні франшизи на території України походять з таких країн, як Бельгія, Франція, Польща, Білорусь, Німеччина, Китай, Фінляндія, Росія, США, Італія та Угорщина. Внаслідок девальвації української гривні, інфляції та зниження купівельної спроможності населення спостерігається зростання інтересу до тих франшиз, які деноміновані в національній валюті і не прив'язані до іноземного обладнання.

Щоб завести на вітчизняний ринок нові франшизи, треба забезпечити сприятливі умови, в тому числі законодавчі. В Україні на відміну від Італії, Іспанії, Франції, Бельгії на законодавчому рівні відсутній, так званий, інститут

переддоговірною розкриття інформації франчайзером про склад франшизи, через що франчайзі при укладенні договору практично діє на власний ризик. Тому на практиці недобросовісний франчайзер може і не мати мінімального складу франшизи. Якщо право на торговельну марку, винахід, корисну модель, промисловий зразок при укладенні договору франчайзер може засвідчити відповідними документами, то право на фірмове найменування і наявність комерційного досвіду документально підтвердити досить складно.

Франчайзинг в ЄС є предметом регулювання значної кількості нормативно-правових актів. Існує загальне та спеціальне законодавство щодо франчайзингу. Для вивчення франчайзингу за основу у Європі беруть Кодекс Етики франчайзингу[1] та закон «Модель франчайзингу. Закон про розкриття інформації»[3]. Кодекс Етики франчайзингу – це «настільна книга» франчайзингу, на основі якої будується все інше регулювання франчайзингових відносин в кожній окремій європейській країні. Кодекс надає визначення франчайзингу, розглядає основні засади, обов'язки сторін, рекрутацію, оголошення, розголошення, відбір потенційних клієнтів та договір франчайзингу. Закон «Модель франчайзингу. Закон про розкриття інформації» є основою для регулювання відносин і норм відповідальності за розкриття комерційної інформації при продажі франшизи.

В Україні Кодекс Етики[2] був розроблений Федерацією Розвитку Франчайзингу України та відповідає положенням Європейського Кодексу Етики. Також консалтингова фірма «FranchiseGroup» у 2014р. розробила проект закону «Про франчайзинг»[5], але закон так і не поставили на розгляд до сьогодні.

Платою за франшизу є роялті, облік яких прямо залежить від терміну використання франшизи. В обліку роялті в закордонного франчайзера існують певні відмінності порівняно із вітчизняним обліком, а саме – у вітчизняному законодавстві непотрібно розраховувати поточну вартість роялті, потім робити коригування дебіторської заборгованості на їх суму. На міжнародному рівні існує залежність обліку від наявності послуг франчайзера у майбутньому. В українському законодавстві роялті за франшизу з необмеженим терміном користування вважаються доходами звітного періоду (субрахунок 719 «Інші доходи операційної діяльності»), а з необмеженим – доходами майбутніх періодів (рахунок 69 «Доходи майбутніх періодів»). У франчайзі роялті за франшизу з необмеженим терміном користування визнаються операційними витратами того періоду, в якому вони були понесені (рахунок витрат залежно від облікової політики), а з необмеженим – витратами майбутніх періодів (рахунок 39 «Витрати майбутніх періодів»).

Для того, щоб відповідати міжнародним стандартам ведення франчайзингової діяльності необхідно усунути неузгодженість облікового і цивільного законодавства, а саме: ідентифікувати назву договору; прийняти закон про франчайзинг та зазначити там глосарій з франчайзингу, аналогічний міжнародному для вірного трактування подій; усунути недоліки Податкового кодексу, що досі не врегулював платежі роялті; виділити спеціалізовані рахунки для обліку франчайзингу.

### **Список використаної літератури:**

1. Європейський Кодекс Етики Франчайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchising.ua/franchayzing/94/evropeyskiy-kodeks-etiki-franchayzingu/>
2. Кодекс Етики Франчайзингу України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fdf.org.ua/about-franchise/kodeks-etiki-franchayzingu>
3. Модель Франчайзингу. Закон про розкриття інформації.– Рим, вересень 2002 р.//UNIDROIT Model Franchise Disclosure Law.– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unidroit.org/english/modellaws/2002franchise/2002modellaw-e.pdf>.
4. Правова природа франчайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/Portal/soc\\_gum/naukma/Spec/2002\\_202/14\\_velycho\\_ov.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/Portal/soc_gum/naukma/Spec/2002_202/14_velycho_ov.pdf)
5. Проект Закону України «Про франчайзинг».– режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/ua/J824100A.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ua/J824100A.html)
6. Регламент Європейського Парламенту и Совета "О праве, подлежащем применению к договорным обязательствам ("Рим I") [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994\\_905/print1447293235380822](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_905/print1447293235380822)
7. Цивільний Кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/435-15>