

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРАВА

**РЕФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ СИСТЕМИ  
В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

МАТЕРІАЛИ  
IV Міжнародної науково-практичної конференції  
(Суми, 21–22 травня 2020 року)

**У двох частинах**

**Частина 1**



Суми  
Сумський державний університет  
2020

## ДО ПИТАННЯ ПРО ДОГОВІР КОМЕРЦІЙНОЇ КОНЦЕСІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ЗАКОНОДАВСТВІ

*Аллахвердієв Р.*

*Магістрант 1 року навчання ННІ права  
Сумського державного університету*

*Янішевська К. Д.*

*к. ю. н., доцент, ст. викладач кафедри КПДС ННІ права  
Сумського державного університету*

В українській економіці важливе місце займає малий і середній бізнес, більшість якого, на жаль, має проблеми, пов'язані із залученням джерел фінансування. Самофінансування не є доступним для усіх суб'єктів малого і середнього підприємництва, оскільки вони мають недостатній оборотний капітал або замало знань для управління та комерційної діяльності. Вихід з такої ситуації більшість підприємців знаходить у законодавчо закріпленій можливості взаємодії малого і великого підприємництва шляхом укладання договорів комерційної концесії, який відповідно до статті 1115 Цивільного кодексу полягає у зобов'язанні однією стороною (правоволодіцею) надання 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 [1]. Поняття «комерційної концесії» у жодному нормативному акті на сьогодні досі не має.

Досліджуючи зміст даної норми можна зазначити, що головною метою укладення договору комерційної концесії, з боку користувача, є отримання «комплексу» прав для виготовлення та успішної реалізації товарів, надання послуг чи виконання робіт, що впливатиме на розширення ділової репутації іншої особи. З позиції правоволодільца – це можливість створення виробничої, торгової чи збутової ланки в мережі свого бізнесу для просування товарів чи послуг, розширення ринку їх збуту. Тобто, є зрозумілим, що в укладенні договору комерційної концесії зацікавлені обидві сторони.

Важливим аспектом комерційної концесії є предмет договору, особливість якого полягає у наданні права на використання об'єктів права інтелектуальної власності (торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо), комерційного досвіду та ділової репутації.

Варто звернути увагу на думку В. Бачураякий стверджує, що ознаки договору комерційної концесії у своїй більшості відповідають поняттю ліцензійного договору. Твердження базується на тому, що необхідним елементом предмета договору комерційної концесії є дозвіл (ліцензія) на користування виняткових прав [2, с. 91]. Насправді питання щодо співвідношення цих видів договорів викликає багато питань. Спільною ознакою є те,

що обидва види договорів надають права щодо користування об'єктами інтелектуальної власності, також частково співпадає предмет. Але, у той же час, сторонами договору комерційної концесії можуть бути фізична та юридична особи, які обов'язково є суб'єктами підприємницької діяльності, тоді як для ліцензійного договору або видачі ліцензії такого обмеження не має. Стосовно предмета, то в ліцензійному договорі мова йде про конкретний об'єкт права інтелектуальної власності (визначається вид ліцензії, сфера використання об'єкта, порядок, строки і розмір виплати плати тощо). У договорі комерційної концесії предметом є саме право на використання об'єктів права інтелектуальної власності (торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо), комерційного досвіду та ділової репутації. Отже, з вищевикладеного можна зробити висновок що обидва договори за своєю суттю є різними, однак відмежувати їх один від одного, за чинним на сьогодні законодавством, складно. Також варто наголосити на питанні співвідношення всесвітньо прийнятого терміну «франчайзинг» та визначеного українським законодавством «комерційна концесія», котрі є одним й тим самим за своєю суттю, тобто національний законодавець вважає комерційну концесію еквівалентною франчайзингу, при цьому не надаючи законодавчо визначеного поняття останньому.

Не можливо не погодитись з думкою Г. В. Колісникової та І. О. Сокольської, що вживання терміну «Комерційна концесія» замість терміну «Франчайзинг» не відповідає світовій практиці та створює непорозуміння у відносинах з іноземними контрагентами. Лише в окремих країнах пострадянського простору відносини франчайзингу охоплюються терміном «Комерційна концесія» [3, с. 36].

Комерційну концесію слід відрізнити від концесій, що регулюються Главою 40 ГКУ «Концесії» і Законом України «Про концесію» від 03.10.2019 № 155-ІХ. Виходячи з положень обох нормативно-правових актів створюється враження ніби додавання законодавцем слова «Комерційна» до поняття «Концесія» повністю змінює дане поняття та наближує його до відносин подібних франчайзинговим. Хоча насправді це викликає ще більше проблем та породжує багато питань у практичній діяльності. Відповідно до пункту 11 статті 1 Закону України «Про Концесію», концесія – це форма здійснення державно-приватного партнерства, що передбачає надання концесієдавцем концесіонеру права на створення та/або будівництво (нове будівництво, реконструкцію, реставрацію, капітальний ремонт та технічне переоснащення), та/або управління (користування, експлуатацію, технічне обслуговування) об'єктом концесії, та/або надання суспільно значущих послуг у порядку та на умовах, визначених концесійним договором, а також передбачає передачу концесіонеру переважної частини операційного ризику, що охоплює

ризик попиту та/або ризик пропозиції [4].

Тобто з даного визначення можна вказати на сторони даного договору, де «концесієдавець» та «концесіонер» можна прийняти за сторони договору комерційної концесії.

Отже, з дослідження видно, що на сьогодні питання договору комерційної концесії не є достатньо врегульованим у нормативних актах, та містить ряд суперечностей. На нашу думку, задля усунення колізій у законодавчих актах України необхідно внести відповідні зміни, що вдосконалили б даний вид правовідношень, а саме:

- розробити поняття «комерційної концесії» якого досі не має в жодному нормативно-правовому акті;
- розглянути можливість заміни «Комерційної концесії» на термін «Франчайзинг» який є більш прийнятий у світовій спільноті і тим самим замінити найменування сторін даного договору, а саме: «правоволоділець» – термін «франчайзер», а замість терміну «користувач» – термін «франчайзі», що також допоможе вирішити колізію з договором концесії.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Цивільний кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
2. Бачур В. И. Сравнительно-правовая характеристика лицензионного договора и договора коммерческой концессии (франчайзинга). *Вісник Одеського національного університету*. 2008. Том 13. Вип. 10: Сер. «Правознавство». С. 89–95.
3. Сокольська І. О., Колісникова Г. В. Договір комерційної концесії та сфера його застосування. Підсумки розвитку наукової думки: 2018: зб. наук. праць «ЛОГОС» з матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Івано-Франківськ, 5 грудня 2018 р. Вінниця: ГО «Європейська наукова платформа», 2018. Т.1. С. 122.
4. Про концесію: Закон України від 03.10.2019 № 155-IX // Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/155-20>.

#### **ПОНЯТТЯ ФОТОГРАФІЧНОГО ТВОРУ ЯК ОСОБЛИВОГО ОБ'ЄКТА АВТОРСЬКОГО ПРАВА**

*Загорулько В. М.*

*Магістрант 1 року навчання ННІ права  
Сумського державного університету*

*Янішевська К. Д.*

*к. ю. н., доцент, ст. викладач кафедри КПДС ННІ права  
Сумського державного університету*