

Отже, банки наділені колом повноважень, які забезпечують способи та методи контролю за фінансовою діяльністю та укладанням різних видів кредитних договорів, тощо. Контролювання за використанням кредитів, обігом коштів є не правом, а обов'язком банку згідно з чинних норм. Необхідно на державному рівні удосконалити законодавство у сфері фінансів, адже багато чинних норм є застарілими, допомогти в цьому може удосконалення норм згідно з міжнародними нормами інших країн, спадкування таким чином їх практики у сфері регулювання фінансів та бюджетних відносин. Необхідним є також стабілізація економіки та банківської системи загалом, а також контроль за використанням кредитних коштів та рефінансування.

Бібліографічні посилання:

1. Господарський кодекс України (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144) Редакція від 07.02.2019, підстава - 2473-VIII; <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>;
2. [Електронний ресурс]: INVESTOPEDIA ACADEMY: <https://www.investopedia.com/articles/investing/053115/how-central-banks-control-supply-money.asp>;
3. ПОСТАНОВА Правління НБУ «Про затвердження Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями». Редакція від 27.12.2018, підстава - v0146500-18;
4. [Електронний ресурс]: <https://www.moneyadviceservice.org.uk/en/articles/how-to-reduce-the-cost-of-personal-loans>.
5. Вовк В.Я., Хмеленко О.В. КРЕДИТУВАННЯ І КОНТРОЛЬ навч.посібник. Київ. Знання. 2008 р. 208 с.
6. Рогожнікова Н.В. Аналіз стану та динаміки кредитної діяльності банків України. Науково-практична конференція Черкаського інституту банківської справи Університету банківської справи НБУ. м. Київ. С.180-183

Коптяєва Анастасія Юріївна

здобувач вищої освіти

Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

Науковий керівник:

Аксютіна Анастасія Володимирівна

старший викладач кафедри

цивільно-правових дисциплін

Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

ДОГОВІР КОМЕРЦІЙНОЇ КОНЦЕСІЇ

Робота присвячена характеристиці договору комерційної концесії за сучасним цивільним законодавством України. Одним із нових правових інститутів, якому належить особливе місце в системі права, є договір комерційної концесії. Він укладається з метою створення нових господарюючих комплексів, розширення ринку збуту товарів і послуг під маркою правовласника. Метою даного дослідження є визначення особливостей комерційної концесії, аналіз порядку укладання, змісту та істотних умов договору комерційної концесії.

Відповідно до ст. 1115 ЦК України за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язана надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування комплексом належних цій стороні прав із метою виготовлення та (або) продажу певного виду товарів і (або) надання послуг [1]. Виходячи з положень законодавства розуміємо, що комерційна концесія — це

підприємницька діяльність, яка оформлюється договором з довгострокового ділового співробітництва, у процесі якого компанія (правоволоділець) надає юридичній або фізичній особі (приватному підприємцю або групі підприємців) — (користувачам) 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 [2, с.316]. Варто зазначити, що термін «франчайзинг» є тотожним щойно розтлумаченому поняттю.

У етимологічному аспекті термін «франчайзинг» має англо-американське походження від слова «franchise», яке сформувався завдяки сполученню англійського слова «frank» (франк), та старофранцузького слова «franche» (франш) [3, с. 693].

Перші кроки подібними до франчайзингових, зародилися у часи Середньовіччя. У своєму вже сучасному вигляді франчайзинг виник у Сполучених Штатах Америки, де отримав поширення як ефективний метод збуту товарів у таких галузях, як авто виробництво, виробництво прохолоджувальних напоїв, аптечний бізнес та сфера ресторанів швидкого обслуговування. У період з 1960-80-ті роки в США, франчайзинг почали використовувати такі відомі компанії, як: «Coca-Cola», «McDonald's», «Rexall», «GeneralMotors», «Singer» та багатоінших [4, с. 143-144].

Перші франчайзингові договори в Україні було укладено в 1993 році. Коли було здобуто незалежність у 1991 році українські підприємці, шукаючи нові шляхи розвитку свого бізнесу та прагнучі використати корисний досвід зарубіжних компаній, також почали звертатися до методів франчайзингового бізнесу. Першою компанією, яка почала відкривати франчайзингові магазини в Україні, називають компанію «Арго Трейдинг», яка у 1992 році, використовуючи франчайзинг, відкрила торгові точки під брендами: «Benetton», «Reebok» та «Lee/Wrangler». На початку 2000-х років в Україні вперше почали з'являтися туристичні франчайзингові мережі. У зв'язку з проведенням в Україні фінальної частини Євро – 2012 великим попитом почав користуватися франчайзинг у сфері готельного бізнесу [5].

Укладення договору комерційної концесії переслідує мету отримати однією особою дозвіл на використання об'єктів інтелектуальної власності та комерційного досвіду для успішної реалізації товарів, надання послуг чи виконання робіт і впливати таким чином на розширення ділової репутації іншої особи. З позиції користувача – це можливість використання у підприємницькій діяльності комплексу виключних прав контрагента, а право володільця – створення виробничої, торгової чи збутової ланки в мережі свого бізнесу для просування товарів чи послуг, розширення ринку їх збуту. Таким чином, в укладенні договору комерційної концесії зацікавлені обидві сторони [6, с. 428-429].

Предметом договору комерційної концесії є право на використання трьох складових: 1) об'єктів права інтелектуальної власності (комерційних найменувань, торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо); 2) комерційного досвіду; 3) ділової репутації [7].

Залежно від сфери використання вирізняють такі види договору комерційної концесії (франчайзингу):

- 1) торговий франчайзинг (відкриття торговельною організацією мереж магазинів, які юридично не є її структурними підрозділами, філіями тощо);
- 2) збутовий франчайзинг (побудова єдиної розгалуженої збутової мережі, функціонування якої перебуває під контролем виробника товару);
- 3) франчайзинг у сфері обслуговування та надання послуг (відкриття мережі фірмових готелів, ресторанів, юридичних, консалтингових фірм тощо);
- 4) виробничий франчайзинг (розширення виробництва товарів та просування їх на нові ринки) [8, с. 345].

Строк не є істотною умовою договору комерційної концесії: як правило, такий договір укладається на невизначений або досить тривалий строк (понад 20 років), який здебільшого поновлюється. [1].

Положення щодо можливості укладення договору комерційної концесії на невизначений строк містить як ЦК України (ст. 1126), так і ГК України (ст. 366). Проте воно створює колізію із загальним положенням ч. 3 ст. 180 ГК України, що передбачає необхідність при укладенні господарського договору (в тому числі й договору комерційної концесії) у будь-якому разі погоджувати предмет, ціну та строк його дії [9].

Договір комерційної концесії повинен обов'язково укладатися у письмовій формі. Відповідно до ч. 1 ст. 206 ЦК усно можуть вчинятися правочини, які повністю виконуються сторонами у момент їх вчинення, за винятком правочинів, які підлягають нотаріальному посвідченню та (або) державній реєстрації, а також правочинів, для яких недодержання письмової форми має наслідком їх недійсність. Оскільки договір комерційної концесії є довгостроковим, таким, що підлягає обов'язковій реєстрації, а також стосовно форми якого є чіткі вказівки у ч. 1 ст. 1118 ЦК і ст. 367 ГК, у разі недодержання його письмової форми він вважатиметься нікчемним. До речі, за бажанням сторін його можна і посвідчити нотаріально [1,9].

Щодо комерційної концесії законодавство встановлює такі «спеціальні» вимоги – згідно зі ст. 367 ГК договір комерційної концесії повинен бути укладений у вигляді єдиного документа. Недодержання цієї вимоги тягне за собою недійсність договору [9].

Згідно із ч. 2 ст. 1118 ЦК і ч. 2 ст. 367 ГК договір комерційної концесії підлягає державній реєстрації органом, який здійснив державну реєстрацію правоволодільця. Коли правоволодільць зареєстрований в іноземній державі, реєстрація договору комерційної концесії на території України здійснюється органом, який зареєстрував користувача.

Договір комерційної концесії може бути змінений на загальних підставах, а саме відповідно до гл. 53 ЦК України.

Висновки. Резюмуючи вищенаведене, договір комерційної концесії є самостійним видом договору, що має тільки йому властиві ознаки. Предметом договору комерційної концесії є право на використання трьох складових: 1) об'єктів права інтелектуальної власності (комерційних найменувань, торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних

таємниць тощо); 2) комерційного досвіду; 3) ділової репутації Якщо громадянин України хоче займатись франчайзингом він повинен знати як вірно оформити договір комерційної концесії, для цього потрібно звернутися до ЦК України та ГК України.

Бібліографічні посилання:

1. Цивільний кодекс України : Закон України від 16 січня 2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40–44. – Ст. 356 (зі змінами та доповненнями станом на 29.10.2019) р URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
2. Доліненко Л. О. Цивільне право України: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. О. Доліненко, С. О. Сарновська. — К.: МАУП, 2005. — с. 316
3. Oxford Dictionary of English. - Oxford University Press Print Publication. — 2010. Print, с. 693.
4. Будник К.А. Правове регулювання договору комерційної концесії (франчайзингу) «Наше право». – 2014. – № 3. – С. 140-145.
5. Правове регулювання договору комерційної концесії. Електронна бібліотека юридичної літератури. URL: <http://www.pravoznavec.com.ua/period/article/47337/%C1>.
6. Борисова В. І. Цивільне право України: Підручник: У 2 т. Борисова В. І., Баранова Л. М., Жилінконе І. В. та ін.; За заг. ред. В. І. Борисової, І. В. Спасибо-Фатєєвої, В. Л. Яроцького. - К.: Юрінком Інтер, 2007. – т. 2. – с. 440.
7. Договір Франчайзингу. URL: <http://torgmarka.ua/ua/mainovi-prava/rasporjazhenie-imuschestvennyimi-pravami.html>.
8. Бичкова С. С. Цивільне право України. Договірні та недоговірні зобов'язання: С. С. Бичкова, І. А. Бірюков, В. І. Бобрик та ін.; за заг. ред. С. С. Бичкової. – 3-тєвид., змін. та допов. – К.: Алерта, 2014. – с. 496.
9. Господарський Кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст. 14 ст. 367. 356 (зі змінами та доповненнями станом на 29.10.2019) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.

Корсун Юлія Віталіївна

здобувач вищої освіти

Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ

Науковий керівник: Карпенко Роман Валерійович

викладач кафедри цивільно-правових дисциплін

Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

ПОДАТКОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

На сучасному етапі, що пов'язаний з інтеграційними та глобалізаційними процесами, з'явилися нові виклики (загрози), нові умови, які впливають на конкурентоспроможність національної економіки. Однією з таких визначальних умов є міжнародна податкова конкуренція. Процесів глобалізації, що відбуваються сьогодні, виступають передумовою розвитку сучасного виду міжнародної конкуренції. Саме завдяки процесам глобалізації відбувається підвищення міжнародної мобільності факторів виробництва, що тягне за собою збільшення чутливості інвестицій і бізнесу до оподаткування, і спонукає уряди держав здійснювати лібералізацію податкового законодавства, змінюючи склад, структуру, механізм справляння на своїй території податків для приваблювання іноземних інвестицій. Чіткого єдиного загальноприйнятого визначення міжнародної податкової конкуренції в науковій літературі поки що не існує. Явище податкової конкуренції, зокрема міжнародної податкової конкуренції не раз розглядалось як зарубіжними так і вітчизняними вченими, думки яких щодо визначення сутності цієї категорії дещо відрізняються.