

спадкодавцю; відсутність спадкоємців за заповітом, або за законом, чи осіб які були усунуті від права на спадкування, або осіб що не прийняли спадщину, або відмовилися від такої. За загальним правилом заява про визнання спадщини відумерлою може бути подана після спливу одного року після відкриття спадщини, однак не раніше.

Стосовно спеціально строку для звернення до суду із заявою про визнання спадщини відумерлою законодавець зазначає, що заява може бути подана після спливу одного року з дня відкриття спадщини. Однак не таким чином, як зазначено у статті 1270 ЦКУ, де визначено, що строк відкриття спадщини є пів року, тобто не більше, не менше. Однак у разі частини 2 статті 1277 ЦКУ визначено, що заява про визнання спадщини відумерлою може подаватися послі спливу 1 року, однак скільки часу є у зацікавлених осіб – не визначено, тобто така заява може бути подана і через 2 чи 5 років.

Не менш важливим фактом є те, що у разі наявності певних вимог кредиторів до спадкодавця задовольнити їх вимоги. Такі вимоги мають бути задовільнені пропорційно до вартості відумерлого майна, однак в його межах вартості, що визнається відумерлим.

У висновку можна дійти думки, що питання визнання спадщини відумерлою в цілому визначена не тільки у просторі цивільного законодавства, а й цивільного процесуального законодавства України, що дає змогу зацікавленим особам набувати права на відумерлу спадщину згідно з законом у судовому порядку.

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#n5886>.

2. Кухарев О. Є. Визнання спадщини відумерлою: окремі питання правозастосування. Часопис цивільного і кримінального судочинства. 2013. № 4. С. 119-128.

3. Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 р. № 1618-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1618-15#Text.lfnf>.

УДК 347.77

DOI: 10.31733/17-03-2023-658-659

**Лілія ТИМЧЕНКО**

доцент кафедри  
цивільно-правових дисциплін,  
кандидат юридичних наук

**Світлана ГРИСЕНКО**

здобувач вищої освіти  
Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ

### **ІСТОРИЧНИЙ РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГУ**

На сьогоднішній день питання щодо розвитку української економіки є досить «гострим» та важливим, яке потребує вирішення. Одним із каталізаторів, який міг би дати змогу для вирішення проблем в сфері підприємницької діяльності в національній економіці можна назвати франчайзинг. Оскільки в сучасному світі франчайзинг є відносно не новою течією, але для вітчизняної економіки є досить ефективним видом господарської діяльності. Він надає можливість на розширення меж своєї підприємницької діяльності національним суб'єктам господарювання, а також дає змогу переймати досвід завдяки партнерству з іноземцями, що в додаток може навчити швидкого адаптування до досить мінливих умов в діловому середовищі.

Не дивлячись на те що, роль франчайзингу в провідних країнах світу має загальну значимість, серед дослідників нема загального погляду на дану діяльність. Визначення франчайзингу вперше було зазначено в Оксфордському словнику англійської мови, де було написано, що «franchising – це права і свободи єпископатів, які були надані королівською короною у 1559 році, а Franchise – ярмарки, ринки та інші місця, призначенням яких є торгівля». Але таке припущення є хибним і не має достатнього наукового підґрунтя [1]. Загальне визначення Міжнародної асоціації франчайзингу: «Франчайзинг – це договірні відносини між франшизодавцем і франшизоодержувачем, де франшизодавець пропонує або зобов'язується виявити постійний інтерес до діяльності франшизоодержувача в таких сферах, як ноу-хау та навчання персоналу, тоді як франшизоодержувач здійснює власну діяльність під спільним

фірмовим найменуванням, форматом чи процесом, яким володіє франшизодавець, та вклав або вкладе значні інвестиції у це підприємство із власних ресурсів» [2].

Переважає кількість дослідників, котрі вивчають дану тему дотримуються думки, що франчайзинг бере свій початок у США. Під кінець XIX століття, після того як достатньо велика кількість великих компаній США почали малому бізнесу продавати право на продаж своїх виробів на території всієї країни. Першим, хто освоїв основи франчайзингу стала компанія «Зінгер». Причиною, котра спонукала власника вищевказаної компанії до цього стала нестача коштів для найму робітників, тому що в той період часу купівля-продаж відбувалася вдома у покупця, шляхом наочної демонстрації властивостей товару. Для того щоб обсяг виробництва не зменшувався було прийнято рішення продати право на реалізацію швейних машин незалежним продавцям на певній території [3]. Франчайзинг на початку 1930-х років став основною течією розвитку ресторанів фаст-фуду, як приклад можна привести такі компанії як Kentucky Fried Chicken, McDonald's, Hardee's та інші. Як наслідок після «великої депресії» в Сполучених Штатах Америки компанії почали використовувати своєрідний аналог франчайзингу – джоббінг.

В 60-70 двадцятого сторіччя в США стався різкий сплеск франчайзингу в розвитку малого та середнього бізнесу. Для країн пострадянського простору, включаючи Україну розвиток франчайзингу почався пізніше, а саме в 80-роках двадцятого століття, в той час коли світова практика свідчить про активне використання даного виду здійснення підприємницької діяльності понад 150 років [4].

Якщо дивитися на дослідження франчайзингової діяльності в межах України потрібно вказати те, що перший франчайзинговий договір був підписаний в 1994 році. Однак ні в одному нормативно-правовому документі державного значення категорія франчайзингу не зазначена. Зустрічається вона лише в законопроекті «Про франчайзинг», котрий було подано на розгляд до Верховної Ради України ще в 2001 році, але який так і не було прийнято. Станом на сьогодні сукупність всіх теоретичних та практичних питань, які пов'язані з такою господарською діяльністю, регулює Господарський та Цивільний Кодекси України, котрі замість категорії «франчайзинг» використовують термін «комерційна концесія». У главі 76, ст. 1115 Господарського Кодексу зазначено, що «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» [5]. Якщо порівнювати це визначення з визначенням Міжнародної асоціації франчайзингу ми можемо дійти висновку, що ці два поняття є досить близькими за своїми значеннями, але не є зовсім тотожними, оскільки мають абсолютно різну природу походження. Варто також зазначити те, що розбіжність цих термінів і відсутність чіткого визначення на законодавчому рівні рівні автоматично створюють ряд перешкод для ефективного розвитку подібних економічних відносин в Україні [6].

Не дивлячись на наявність недоліків, котрі мають місце на національному ринку франчайзингу, поступовий розвиток відбувається не так швидко як в країнах ЄС та США. Однак зазначений вид бізнесу, в стані кризового становища являється одним із найперспективніших і менш ризикованих, до того ж він надає можливість підвищити конкурентоспроможність вітчизняної економіки. Оскільки поняття «франчайзинг» не закріплене на законодавчому рівні, а використовується термін «комерційна концесія» в цьому і проявляється складність відносин. Це зумовлює наявність різних позицій щодо формулювання його сутності, до того ж світова спільнота не дійшла до єдиної точки зору щодо визначення сутності франчайзингу, тому в кожній країні він набув свої специфічні властивості.

1. Амеліна І. В., Семенець В. В. Розвиток франчайзингової діяльності в Україні. Економіка та управління підприємствами. 2015. № 2 (51). С. 21-24.

2. Давидюк Л. П. Розвиток франчайзингового бізнесу в Україні та світі. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2019. № 1 (46-1). С. 13-19.

3. Присвітла О. В. Сутність становлення франчайзингової форми ведення бізнесу. Економічний вісник Дніпровського державного технічного університету. 2021. № 2 (1). С. 23-29.

4. Семененко І. М. Використання франчайзингу в діяльності промислових підприємств. Бізнес Інформ. 2012. № 7. С. 102-104.

5. Господарський Кодекс України, гл. 76, ст. 1115. URL: [http://code.leschishin.org/ec/ec\\_36.php](http://code.leschishin.org/ec/ec_36.php).

6. Григоренко Т. М. Сучасний стан розвитку франчайзингових систем в Україні. Формування ринкових відносин в Україні. 2009. № 9. С. 98-110.