

відповідь: «згоден на усі ці умови». Відповідно до ч. 2 ст. 11 Закону електронна оферта, окрім істотних умов, може містити інформацію про: – технологію (порядок) укладення договору (у тому числі технічні засоби ідентифікації сторони); – можливість і порядок внесення змін до умов договору та виправлення помилок; – спосіб зберігання та пред'явлення інформації в електронній формі й умови доступу до них; – умови виготовлення та отримання паперових копій електронних документів; – інші відомості [4, с. 397-398].

Таким чином, поняття форми договору можна визначити як спосіб відображення взаємного волевиявлення сторін договору щодо його змісту на відповідному носії інформації. Незважаючи на те, що законодавством України встановлено правило щодо укладення господарських договорів у письмовій формі, прийняття законів України «Про електронну комерцію», «Про електронні документи та електронний документообіг» та «Про електронний цифровий підпис» стало передумовою для запровадження в господарській діяльності такого правового інструменту, як електронний договір.

Література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22. – Ст. 144.
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 40-44. – Ст. 356.
3. Кучаковська Н. Правове регулювання укладення господарських договорів / Н. Кучаковська // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2016. – № 6 – С. 62-74.
4. Хижняк О.С. Електронний договір: правовий аспект та особливості його укладання / О.С. Хижняк // Мукачівський державний університет. – Вип. № 10. – 2017. – С. 396-401.
5. Черкашин С.В. Окремі аспекти укладення електронного договору / С.В. Черкашин, В.С. Мілаш // Право і суспільство. – 2016. – № 3(2). – С. 87-91.

УДК 346.543(043.2)

Журавльова В. Г., студентка,
Навчально-наукового юридичний інститут,
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна
Науковий керівник: Беззубов Д.О., д.ю.н., доцент

ПРАВОВІДНОСИНИ КОМЕРЦІЙНОЇ КОНЦЕСІЇ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ІНВЕСТУВАННЯ

Франчайзинг є ефективною та гнучкою формою організації бізнесу та найбільш вигідною формою впровадження інновацій та залучення

інвестицій в економіку країни, у зв'язку з чим широко застосовується в усіх країнах з ринковою економікою. Для українського законодавства інститут комерційної концесії – відносно новий правовий інститут і до прийняття Верховною Радою України Цивільного та Господарського кодексів законодавство України не мало нормативної регламентації відносно комерційної концесії. Можна з упевненістю говорити про те, що комерційна концесія – єдиний відомий інструмент, за допомогою якого можна підвищити ефективність малого інноваційного бізнесу, оскільки дозволяє об'єднати переваги як малого, так і великого бізнесу. Це пояснюється тим, що основою ринкової економіки, з одного боку, є великі підприємства, які надають їй стабільності й керованості, визначають рівень науково-технічного і виробничого потенціалу, з другого – малий бізнес, який формує конкурентне середовище, характеризується високою мобільністю та забезпечує самостійність підприємницької ініціативи. На перший погляд, створення франчайзингового підприємства є реалізацією звичайного інвестиційного проекту: незалежний підприємець вкладає кошти у створення суб'єкта підприємницької діяльності з метою розширення свого бізнесу та отримання майбутніх грошових надходжень. На відміну від України, де франчайзинг тільки почав знаходити своїх прихильників, у світі відносини франчайзингу є невід'ємним атрибутом економіки. Проте з кожним днем франчайзингові пропозиції на українському ринку стають все більш різноманітними. Франчайзинг є не просто високоприбутковим і рентабельним бізнесом, а й економічно вигідним для держави. Економічний зміст франчайзингових відносин дозволяє стверджувати про наявність у них інвестиційних елементів. У цьому значенні, франчайзинг реалізується за допомогою договору комерційної концесії (франчайзингу), який можна віднести до групи договорів, що носять інвестиційний характер. У деяких країнах, наприклад, у США, франчайзинг розглядається як інвестиційна діяльність на законодавчому рівні. Договір комерційної концесії (франчайзингу) як правова форма опосередковує інвестиційні відносини між франчайзером – інвестором і франчайзі – реципієнтом інвестицій, суттю яких є залучення в підприємницький оборот об'єктів інтелектуальної власності, у першу чергу засобів індивідуалізації франчайзера та його продукції, а саме фірмового найменування та/або торговельних марок, а також його ноу-хау (комерційної таємниці) у вигляді конкурентоздатної системи організації певного виду підприємницької діяльності [1, с. 32].

Якщо проаналізувати договір комерційної концесії з погляду інвестиційної діяльності, то можна зробити висновок, що цей договір має всі ознаки, які характерні для інвестиційного договору. Обґрунтовуючи інвестиційну складову договору комерційної концесії слід зазначити наступне. По-перше, франчайзер, який виступає в якості свого роду інвестора, вкладає свої майнові права на фірмове (комерційне)

найменування та/або торговельну марку разом із конкурентноздатною системою організації і ведення певної підприємницької діяльності (комерційною таємницею), а також права на інші об'єкти інтелектуальної власності (при необхідності), за допомогою їхньої передачі за певну плату реципієнту – франчайзі на підставі договору комерційної концесії (франчайзингу) для їхнього використання останнім у підприємницькій діяльності, визначеній договором; по-друге, отримані франчайзі права на використання зазначених об'єктів на час дії договору комерційної концесії (франчайзингу) є частиною єдиного майнового комплексу у вигляді нематеріальних активів; по-третє, ринкова вартість прав на засоби індивідуалізації франчайзера визначається популярністю і позитивною діловою репутацією останнього; по-четверте, цінність і вартість комерційної таємниці визначається її невідомістю третім особам; по-п'яте, договір франчайзингу являє собою довгострокову угоду, а отже, і інвестиції мають довгостроковий характер [2, с. 115].

Франчайзинг є ефективним методом отримання комплексу інновацій за певну плату. Франчайзинг надає підприємцю відразу комплекс інновацій, тому завданням підприємця є вибір франшизи, що забезпечить найбільш стійку конкурентну перевагу бізнесу на основі ефективної системи інновацій. Таким чином, ключовим питанням у формуванні інноваційного потенціалу у торгівлі на основі франчайзингу повинна стати оцінка запропонованих франшиз. Розвиток франчайзингу в Україні залежить від вмілого формування та реалізації інноваційно-інвестиційної політики держави, оскільки, незважаючи на широкі можливості для розвитку відносин комерційної концесії, існують певні проблеми, які стримують розвиток цих відносин [3].

Так, однією з проблем є нестабільність та непередбачуваність розвитку економіки України, відсутність належного правового забезпечення, відсутність у потенційних франчайзі стартового капіталу; відсутність реальної допомоги з боку держави тощо. Державна підтримка розвитку франчайзингу сприятиме створенню нових робочих місць, забезпеченню впровадження нових ідей, методів та технологій в малому бізнесі, підвищенню правової захищеності малого підприємництва, залученню іноземних інвестицій в економіку України.

Література

1. Чернадчук В.Д., Сухонос В.В., Чернадчук Т.О. Основи інвестиційного права України: навч. посіб. / за заг. ред. В.Д. Чернадчука. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми: ВТД «Університетська книга»; К.: Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2015. – 384 с.

2. Малютін О.К. Концепція поліпшення інвестиційного клімату в Україні / О.К. Малютін // Фінанси України. – 2013. – № 11. – С. 41.

3. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>