

*Карякіна О. Ю.,**здобувач кафедри цивільного та трудового права  
ДВНЗ «Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана»*

## ПРИНЦИПИ УКЛАДЕННЯ ТА ВИКОНАННЯ ДОГОВОРІВ ФРАНЧАЙЗИНГУ

**Анотація.** У статті науково обґрунтовано зміст принципів під час укладення та виконання учасниками господарських правовідносин умов договору франчайзингу та їх вплив на побудову економічно ефективних правовідносин у межах правового поля.

**Ключові слова:** договір франчайзингу, принцип добросовісності, господарський кодекс, конфіденційна інформація, конкуренція.

**Постановка проблеми.** Предметом дослідження є система чинних нормативно-правових актів в Україні, положення законодавства зарубіжних країн, акти міжнародного приватного права, вітчизняні та зарубіжні наукові джерела, що стосуються принципів укладення та виконання договорів франчайзингу в господарському обороті.

**Мета статті** – сформулювати юридичний підхід до визначення принципів франчайзингу та їх змісту; виявити правові наслідки, які спричиняє їх застосування чи ігнорування.

Дослідженням питань принципів франчайзингу під час укладання та виконання відповідних договорів займалися українські та зарубіжні вчені, а саме: Ж. Дельтей, М. Абель, А.В. Попов, С.А. Сосна, Е.Н. Васильєва та інші. Загалом більшість наукових досліджень присвячені економічним, а не юридичним принципам побудови франчайзингових мереж. При цьому відсутній комплексний науковий доробок щодо обраної теми та впливу застосування принципів франчайзингу на розвиток господарських правовідносин в Україні, що негативно впливає на їх розвиток.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Договір франчайзингу є більш сприятливими для франчайзерів. Це зумовлюється фактором необхідності захисту франчайзером своєї сторони на підставі того, що він приймає на себе більші ризики, даючи іншим право використовувати свою інтелектуальну власність, у тому числі конфіденційну інформацію та ноу-хау. Безумовно, договір франчайзингу супроводжує керівництво з експлуатації, але воно не повинно змінювати положення договору франчайзингу, тому всі ключові положення повинні бути включені в сам договір [1].

З історичної точки зору більша частина принципів права містилася в тлумаченнях середньовічних юристів і фактично принципи права містилися виключно в юридичній доктрині.

У 1990 році Європейською Федерацією Франчайзингу було прийнято Європейський кодекс етики франчайзингу, покликаний виправити дисбаланс у правових статусах сторін договору франчайзингу. Етичний кодекс – намагання формалізувати основоположні принципи побудови законних та економічно-ефективних правовідносин на засадах ширості, довіри, чесності, поваги, істинності, ефективної комунікації, відкритості, довіри. У кодексі містяться основні принципи, якими повинні керуватися сторони договору франчайзингу. Зазначений кодекс замінює всі національні й регіональні етичні кодекси, які існували до його прийняття, тим самим проголошуючи єдині прин-

ципи франчайзингу на всій території Європейського Союзу [2, с. 229].

Дослідивши праці науковців, ми виділили такі принципи укладання та виконання договорів франчайзингу, систематизувавши їх зміст.

По-перше, *принцип добросовісності*. Він належить до загальних принципів договірного права та слугує для виключення багатьох різномірних форм недобросовісності. Дотримання цього принципу полягає у вчиненні сторонами дій, що не суперечать розумним діловим очікуванням іншого учасника та не позбавляє іншу сторону економічної вигоди, яка передбачена умовами договору.

Етичний стандарт добросовісності було запозичено в правову ідеологію та правові норми, а його дотримання вимагає такі юридичні обов'язки зі співпраці для досягнення договірних об'єктів: дотримання чесних норм поведінки; дотримання норм поведінки, які є розумними з урахуванням інтересів сторін в умовах актуальних економічних реалій, а не ґрунтуючись на суб'єктивних надіях [3, с. 6]. Це так звані «розумні комерційні стандарти», які передбачають, що сумлінність повинна виключати опортуністичну поведінку сторін або використання договірних умов у цілях, прямо протилежних договору.

Асиметрія у франчайзингових правовідносинах викликана віртуальною ідентичністю між юридично незалежними, але економічно взаємопов'язаними договірними партнерами (франчайзером) і франчайзі. Цей розрив між правовою та фактичною реальністю в договорах франчайзингу є передумовою виникнення різного роду зловживань і пасток у правовідносинах [4, с. 424].

Можна виділити такі прояви недотримання принципу добросовісності (сумлінності): необґрунтовані дії або бездіяльність сторони договору, а також необережність, які порушують права та законні інтереси контрагента; діяльність сторони договору франчайзингу, яка за своїм змістом є репресивною або несправедливою щодо іншої (наприклад, прагнення не допустити виконання договору або вчинення дій, які перешкоджають іншій стороні отримувати переваги, передбачені договором); нездатність поважати договірні інтереси іншої сторони; нездатність поводитися «розумно» взагалі.

По-друге, *принцип зберігання таємниці конфіденційної інформації* (у тому числі тієї, що надається учаснику правовідносин у ході переговорів, навіть якщо в майбутньому договір не буде укладено) [5, с. 317]. На основі принципу добросовісності франчайзер зобов'язаний здійснити переддоговірне розкриття інформації [6], оскільки перед початком співпраці сторонам передусім необхідно скласти уявлення один про одного й про предмет франшизи. Тому рекомендується укладати з потенційним франчайзі договір про нерозголошення конфіденційної інформації.

По-третє, *принцип чесних і сумлінних ділових правовідносин*, який історично походить від проголошення їх як свого роду презумпції, якої мають дотримуватися сторони договору

франчайзингу в усій сукупності своїх взаємин, у тому числі їх конкретне застосування до кожної з істотних умов договору (наприклад, включенню в закон вичерпного переліку обставин, за наявності яких франчайзер має право достроково розірвати договір або відмовити франчайзі в його поновленні; обмеженні вимог щодо строків дії договору; забороні низки дій, які не є необхідними для виконання умов угоди; введенні мінімальних термінів попереднього повідомлення однієї зі сторін про намір достроково припинити договір або відмовитися від його поновлення) [7, с. 35].

По-четверте, *принцип переддоговірного розкриття інформації щодо предмету майбутнього франчайзингового договору*. В українському законодавстві не передбачений такий обов'язок праволодільця. Це ризикований крок для франчайзера й водночас необхідність для франчайзі на етапі прийняття рішення стосовно франшизи, оскільки він нестиме ризики як підприємець, починаючи бізнес за «правилами» іншого учасника економічних правовідносин. Така інформація включає інформацію про франчайзингові платежі та обсяги необхідних інвестицій на початкових етапах налагодження бізнесу; фінансову інформацію франчайзера та/або майстер-франчайзі (якщо такий є) за останні 2–3 роки; бізнес-історію франчайзера; оцінку загальних витрат франчайзі, пов'язаних зі створенням франчайзингового бізнесу; загальний опис основних характеристик ноу-хау; надання технічної підтримки франчайзером франчайзі; назви та адреси існуючих франчайзингових підприємств у франчайзинговій мережі; кількість франчайзі, договори франчайзингу з якими було розірвано протягом останніх 1–2 років з обов'язковим зазначенням причин; інформація, що стосується всіх ліцензій, передбачених законом для створення та функціонування франчайзингового бізнесу; основні елементи договору франчайзингу, такі як права й обов'язки обох сторін, термін дії договору, пролонгація або припинення, умови про ексклюзивність тощо; відомості про комплекс прав інтелектуальної власності, які будуть передані франчайзі.

По-п'яте, спільні узгоджені та скоординовані дії франчайзера та франчайзі відповідно до умов договору розкривають зміст *принципу свободи конкуренції*. Існування франчайзингу стало можливим лише після того, як щодо нього були істотно пом'якшені або зовсім зняті вимоги антимонопольного законодавства завдяки зміні концептуального підходу до нього.

Було визнано, що умови договору франчайзингу не спрямовані на створення горизонтальних розподільно-збутових структур, здатних монополізувати ринок. Наприклад, під час створення трестів, картелів і тому подібних ринкових об'єднань, що мають на меті маніпулювання цінами, їх підтримку на монополю високому або, навпаки, на демпінговому рівні, цінову дискримінацію, нав'язування договірних умов, бойкоти. На відміну від таких утворень франчайзинг – вертикальна асоційована торгово-посередницька структура. Це означає, що франчайзер очолює весь ланцюжок від виробництва до збуту продукції, а одна з ланок надається ним контрагенту, тобто франчайзі. Це схоже на розподіл праці між франчайзером і франчайзі. Така система менш схильна до монополії. Згідно з таким же підходом Регламент КЕС № 2790/1999 встановив, що антимонопольні положення ст. 81 (1) Римського договору не поширюються на угоди або на узгоджену комерційну практику, якщо вони укладаються між двома або більше підприємствами, кожне з яких діє на різних рівнях виробничого або розподільчого ланцюжка під час закупівлі, продажу або перепродажу товарів або надання послуг («вертикальна угода») [8].

По-шосте, *принцип однаковості умов договору для всіх франчайзі* означає, що договори розробляються франчайзером

задовго до приєднання до франчайзингової мережі нових учасників. Проте на власний розсуд франчайзер може йти на поступки в поодиноких випадках [9, с. 63].

По-сьоме, *принципи вирішення франчайзингових спорів*. Можна виділити два керівні принципи: франчайзери повинні уникати прийняття жорсткого юридичного підходу, за винятком випадків серйозного порушення умов договору; франчайзери не повинні справляти враження слабковільної та поступливої франчайзингової мережі, тому що, як наслідок, франчайзі може вибирати, яким положенням керівництва з експлуатації підкорятися, а яким ні.

Прикладами таких порушень і виникнення спорів можуть бути випадки, коли франчайзі провокує та заохочує інших франчайзі до порушення положень договору франчайзингу; розголошення конфіденційної інформації; зловживання межами використання торгової марки або інших порушень домовленостей за договором франчайзингу щодо об'єктів прав інтелектуальної власності; має намір створити конкуруючих бізнес; відмовляється здійснювати обов'язкові платежі. У таких випадках основний обов'язок франчайзера полягає в прийнятті швидкого й ефективного рішення, щоб франчайзі не уникнув відповідальності, а також сповіщення інших членів франчайзингової мережі. У випадках виникнення інших спорів, які не порушують істотні умови договору, франчайзери повинні спробувати вступити в діалог зі своїми франчайзі та знайти рішення проблеми. Такий діалог передбачає формат переговорів, якщо не вдається вирішити спір – посередництво й, зрештою, арбітраж. Судове вирішення спорів повинно бути в крайньому випадку.

**Висновки.** Рішення економічних проблем у країні вимагає нових економічних механізмів, одним із яких є франчайзинг. Щороку число іноземних та вітчизняних франшиз збільшується, що свідчить про зростання інтересу малих підприємств до франчайзингової продукції та послуг. Незважаючи на заходи, які вживаються урядом щодо надання допомоги в розвитку франчайзингових відносин, принциповим та фундаментальним є дотримання учасниками франчайзингових правовідносин, наведених у статті принципів, що гарантує їм необхідну міру правової безпеки.

Підсумовуючи вищевикладене, можна тезисно визначити рамки допустимої поведінки сторін договору франчайзингу:

1. Усі учасники унікальної франчайзингової системи (франчайзер, франчайзі, постачальники, споживачі) визначають, підтримують і застосовують стандарти бренду, враховуючи й не порушуючи інтереси кожного, визначених рамками закону та договору франчайзингу.

2. Мета договору франчайзингу – отримання франчайзером та франчайзі прибутку. Проте, як і в будь-який бізнес-моделі, франчайзинг не застрахований від ризику економічної невдачі з обох сторін договору.

3. Франчайзі повинен чітко розуміти франчайзингову бізнес-модель, перш ніж інвестувати в неї, це відповідальність кожного перспективного франчайзі. Цей пункт включає відносини між сторонами щодо попереднього розкриття інформації перед підписанням будь-якого договору франчайзингу;

4. Франчайзер є власником своєї інтелектуальної власності, що включає володіння та розпорядження без обмежень його товарними знаками, торговими секретами, методами й стандартами діяльності. Франчайзер має право, а також обов'язок, відповідно до законодавства про захист своєї інтелектуальної власності, визначити умови користування ліцензією та іншими об'єктами цього інтелектуальної власності учасниками правовідносин.

*Література:*

1. Managing Intellectual Property Issues in Franchising // World Intellectual Property Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo\\_pub\\_1035.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo_pub_1035.pdf)
2. Попов А.В. Принцип добросовестности как основополагающее начало договора коммерческой концессии / А.В. Попов // Образование и право. – 2013. – № 3 (43) – 4 (44). – С. 227–235
3. Cary Di Lernia, Nigel Finch and Andrew Terry Good faith – an idea past its time // World Business Institute : Proceedings of the 12th International Business Research Conference. – Vol. N/A. – 2010. – P. 1–10.
4. Milenković Kerković T. The precontractual disclosure as the emanation of the good faith principle in the franchising agreements / T. Milenković Kerković // Facta Universitatis Series: Economics and Organization. – Vol. 7. – N 4. – 2010. – P. 423–434
5. Ergysa Ikonomi Franchise contract and good faith // Mediterranean Journal of Social Sciences. – Vol. 5. – N. 22. – September 2014. – P. 313–319.
6. 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>
7. Сосна С.А. Франчайзинг. Коммерческая концессия / С.А. Сосна, Е.Н. Васильева. – М. : ИКЦ «Академкнига», 2005. – 375 с.
8. Франчайзинг – регулювання в країнах Європейського Союзу // Національний каталог франшиз України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uafranchise.com/?page\\_id=416](http://uafranchise.com/?page_id=416).
9. Дельтей Ж. Франчайзинг / Ж. Дельтей ; пер. с фр. В.А. Петров. – СПб. : Издательский дом «Нева», 2003. – 128 с.

**Карякина О. Ю. Принципы заключения и исполнения договоров франчайзинга**

**Аннотация.** В статье научно обосновано содержание принципов при заключении и выполнении участниками хозяйственных правоотношений условий договора франчайзинга и их влияние на построение экономически эффективных правоотношений в рамках правового поля.

**Ключевые слова:** договор франчайзинга, принцип добросовестности, хозяйственный кодекс, конфиденциальная информация, конкуренция.

**Kariakina O. Principles of imprisonment and execution of franchising contracts**

**Summary.** The content of principles during the negotiation and execution of participants of economic relations of franchise contract terms and their impact on cost-effective relationships building within the legal field is scientifically justified in the article.

**Key words:** franchising agreement, principle of good faith, Commercial Code, confidential information, competition.