

Маврїду В.Ю.

Харківський національний економічний університет, м. Харків

## АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ ТА ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРАКТИКИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ

Розвиток України як правової, демократичної, соціальної держави пов'язаний із активним впровадженням інститутів ринкової економіки серед яких чинного місця набуває франчайзинг.

Одним з найважливіших факторів, рівень розвитку якого безпосередньо впливає на рівень розвитку франчайзингу в країні, є державне регулювання на законодавчому рівні.

Тому виникає потреба у аналізі рівню розвитку правового регулювання франчайзингової діяльності у закордонній та вітчизняній правовій базі.

Країнами, де у різних формах законодавчо закріплені правила здійснення франчайзингової діяльності, є: США, Канада, Бразилія, Франція, Іспанія, Італія, Австралія, Китай, Японія, Білорусія, Казахстан, Молдова, Росія, Україна [1].

Аналіз законодавства цих країн дозволяє розділити їх на дві групи:

- 1) країни, де законодавчо регулюються переддоговірні відносини між франчайзером і франчайзі;
- 2) країни, де франчайзингові правовідносини регулюються лише на стадії виконання та припинення франчайзингового договору.

Діюче українське право встановлює окремі вимоги щодо обов'язків сторін договору, але не встановлює вимог до франчайзера щодо попереднього розкриття інформації про свій бізнес, та не містить чіткого переліку інформації і документації, яка повинна бути передана по договору франчайзингу.

В Україні франчайзингові відносини на законодавчому рівні регулюються Цивільним кодексом України [2] та Господарським кодексом України [3] з 1 січня 2004 року.

Окрім Цивільного та Господарського кодексів франчайзингові відносини в Україні регулюються і іншими нормативно-правовими актами, зокрема:

– в частині передачі та використання об'єктів інтелектуальної власності – законами: «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» N 3769-XII від 23.12.1993 р.; «Про охорону прав на промислові зразки» N 3770-XII від 23.12. 1993 р.; «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» N 3771-XI від 23.12.1993 р.; «Про авторське право і суміжні права» N 3793-XII від 23.12.1993 р.;

– в частині конкурентних відносин – Законом «Про захист економічної конкуренції» N 2210-III від 11.01.2001 р. та прийнятими до його виконання відповідними розпорядженнями Антимонопольного комітету України.

Незважаючи на існування нормативно-правових актів, які в той чи іншій мірі регулюють франчайзингові відносини, на теперішній час найголовнішою проблемою застосування франчайзингу в Україні є відсутність саме Закону «Про франчайзинг». Проект Закону, який розроблено Урядом України, у січні 2002 року був розглянутий на засіданні Комітету з питань науки та освіти Верховної Ради України. Але під час обговорення законопроекту були висловлені зауваження, які зашкодили його прийняттю [4].

У результаті проведення аналізу законодавчого регулювання франчайзингу у світі, виявилось, що основою правового регулювання франчайзингу більшості країн є документ про розкриття інформації (disclosure document), який повинен містити у собі дані, що дозволять потенційному франчайзі прийняти відповідні рішення. Це пов'язане з важливістю переддоговірного етапу франчайзингових відносин, коли франчайзер повинен надати потенційному франчайзі вичерпну та правдиву інформацію про своє підприємство. Як визначалось раніше, українське законодавство не встановлює вимог щодо попереднього розкриття інформації про франшизу, ця інформація може бути надана лише у процесі виконання франчайзингового договору, тобто після того, як франчайзі вже прийняв на себе певні зобов'язання.

Як показує практика, саме на переддоговірному етапі відбувається найбільша частина зловживань з боку франчайзера. Тому, вважається доцільним доповнити існуючі нормативно-правові акти відповідними умовами розкриття інформації.

Як зразок, можна використовувати «Типовий закон про опублікування інформації відносно франшизи», який був прийнятий 25.09.2002 року Міжнародним інститутом уніфікації приватного права у Римі (UNIDROIT) для запобігання практиці несумлінного франчайзингу. Відповідно до цього Закону, як мінімум за 14 днів до підписання франчайзингового договору франчайзер зобов'язаний надати франчайзі наступну інформацію:

- інформація про франчайзера (назва, адреса, торговельна марка, яка використовується при експлуатації франшизи),
- дані про строк і досвід використання франшизи;
- «судова історія» з інформацією про усі судові процеси, які пов'язані із франчайзером та його посадовими особами;
- дані про всіх існуючих франчайзі, а також про франчайзі, що розірвали франчайзинговий договір із зазначенням причин розірвання;
- дані про інтелектуальну власність, права користування якою передаються франшизою із зазначенням її режиму, а також розміру території, на якій вона діє;
- фінансові аспекти франчайзингового договору: дані про розмір платежів, розміри інвестицій у підприємство франчайзі, вартість обов'язкового для придбання обладнання;
- умови припинення і продовження договору, уступки прав і обов'язків за договором [5].

#### Література

1. Свиткова М. Национально-правовые и кросс-культурные проблемы глобализации франчайзинга // Инновации № 005 от 27.06.05. // [www.logistics.ru](http://www.logistics.ru).
2. Цивільний кодекс України // ВВР, 2003, №№3 40-44, Ст.. 356.
3. Господарський кодекс України // ВВР, 2003, №№ 19-20; № 21-22, Ст.. 144.
4. Корольчук О.П. Формування та розвиток вертикальних маркетингових систем в Україні. Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-ек. ун-т, 2004 – 217 с.
5. Цират А. Триумфальное шествие франчайзинга // Юридическая практика № 52(210), 26.12.2001 // [www.yurpractika.com](http://www.yurpractika.com).