

ЦИВІЛІСТИКА

АНАТІЙЧУК В. В.,

кандидат юридичних наук, асистент,
асистент кафедри приватного права
(Чернівецький національний
університет імені Юрія Федьковича)

ФЕДРАК А. М.,

студентка II курсу навчання юридичного
факультету
(Чернівецький національний
університет імені Юрія Федьковича)
Стаття поширюється на умовах
ліцензії CC BY 4.0

УДК 347.4

DOI <https://doi.org/10.32842/2078-3736/2025.4.1.7>**ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ДОГОВІРНА КОНСТРУКЦІЯ В ЦИВІЛЬНОМУ ПРАВІ:
ДО ПИТАННЯ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

У науковій статті досліджується договір франчайзингу як окрема цивільно-правова конструкція, що поєднує в собі елементи ліцензійного договору, договору купівлі-продажу, договору про надання послуг та інших правовідносин. На підставі аналізу чинного законодавства, судової практики, міжнародних договорів та наукової доктрини висвітлюються проблемні аспекти правового регулювання франчайзингу в Україні. Зазначено, що відсутність комплексного спеціального нормативного акта, який встановлює нормативні засади функціонування правовідносин у сфері франчайзингу, призводить до неоднозначного тлумачення прав і обов'язків сторін, а також ускладнює практику застосування цього інституту в підприємницькій діяльності. Особливу увагу приділено аналізу правової природи договору франчайзингу, його співвідношенню з іншими цивільно-правовими договорами та колізійним моментам у правозастосуванні. Автори приходять до висновку про необхідність кодифікації правовідносин у сфері франчайзингу, визначення на законодавчому рівні особливостей укладення, виконання та припинення договору франчайзингу, а також встановлення мінімальних вимог до змісту договору з урахуванням кращих практик зарубіжних країн. Обґрунтовується доцільність запозичення елементів правового регулювання з правових систем країн континентального та англосаксонського права з урахуванням української правової традиції. Запропоновані шляхи вдосконалення законодавства сприятимуть правовій визначеності, розвитку малого та середнього бізнесу, а також підвищенню довіри до інституту франчайзингу.

Ключові слова: франчайзинг, комерційна концесія, договір, цивільне право, законодавче регулювання, правова конструкція, неоднозначне тлумачення, правові норми, правозастосування, законодавча техніка, правова визначеність, судова практика, юридична доктрина, правові колізії, офіційне тлумачення.



Anatiichuk V. V., Fedrak A. M. Franchising as a contractual construction in civil law: on the issue of legislative regulation

The article examines the franchise agreement as a specific contractual construction in civil law, which incorporates elements of license agreements, sales contracts, service agreements, and other civil legal relations. Based on the analysis of current legislation, judicial practice, international treaties, and academic doctrine, the paper highlights key legal issues in the regulation of franchising in Ukraine. It is noted that the absence of a comprehensive special regulatory act that establishes the regulatory principles for the functioning of legal relations in the field of franchising leads to an ambiguous interpretation of the rights and obligations of the parties, and also complicates the practice of applying this institution in business activities. Special attention is paid to the analysis of the legal nature of the franchise agreement, its relationship with other types of civil law agreements, and conflicts that arise in legal practice. The author concludes that there is a pressing need to codify legal relations in the franchising field, including the development of legislative provisions that would establish the specific rules for the conclusion, execution, and termination of franchise agreements, as well as the mandatory minimum content of such contracts. The article substantiates the advisability of borrowing elements of legal regulation from both civil law and common law systems, adapting them to Ukrainian legal tradition. The proposed improvements aim to ensure legal certainty, support the development of small and medium-sized enterprises, and increase public and business trust in the franchising model.

Key words: *franchising, commercial concession, contract, civil law, legislative regulation, legal construction, ambiguous interpretation, legal norms, law enforcement, legislative technique, legal certainty, judicial practice, legal doctrine, legal conflicts, official interpretation.*

Вступ. Франчайзинг як форма підприємницької діяльності активно розвивається в усьому світі, поєднуючи в собі ефективні механізми передачі інтелектуальної власності, досвіду та бізнес-моделі. В Україні, попри поширення цього явища, його правове врегулювання залишається недостатньо визначеним і фрагментарним. У національному законодавстві переважає використання терміна «договір комерційної концесії», тоді як поняття «франчайзинг» майже не використовується, що спричиняє правову невизначеність та проблеми в судовій практиці.

Стан дослідження теми. Правове регулювання франчайзингу досліджується в межах цивільного права. У науковій літературі звертається увага на відсутність єдиного термінологічного підходу, недосконалість законодавчої техніки та відсутність спеціального нормативного акта, що ускладнює правозастосування. Дискусійним залишається співвідношення понять «франчайзинг» і «комерційна концесія». Серед українських авторів, які порушували цю тематику, варто відзначити Кучеренко О., Юніну М. П., Яшана Ю. Б., Карягіна О. І., Золоту Л. В., Піддубну В. Ф. Серед зарубіжних – John M. Doroghazi, Emily L. Bridges, Matthew Gruenberg. Водночас єдності щодо правової природи франчайзингу та механізмів його регулювання досі не досягнуто.

Актуальність. Актуальність статті зумовлена відсутністю спеціального нормативно-правового акта, який би комплексно врегулював відносини у сфері франчайзингу. Наявна колізійність між українським та європейським підходами ускладнює укладання і виконання договорів такого типу. Крім того, відсутність обов'язкового механізму переддоговірної інформування та уніфікованих вимог до укладання договорів франчайзингу зумовлює підвищення ризиків для потенційних франчайзі, що, в свою чергу, негативно позначається на інвестиційній привабливості українського ринку.

Мета статті полягає у комплексному аналізі франчайзингу як цивільно-правової договірної конструкції, встановлення його особливостей у вітчизняному законодавстві,



виявлення недоліків чинного правового регулювання та вироблення пропозицій щодо його вдосконалення з урахуванням міжнародного досвіду.

Постановка завдання. Необхідність розгляду сучасного стану правового регулювання франчайзингових відносин в Україні, з'ясування причин правової неоднозначності щодо співвідношення понять «франчайзинг» і «комерційна концесія», виокремлення основних ознак та істотних умов відповідного договору, а також аналізу ризиків, що виникають у правозастосуванні через відсутність чітких нормативних приписів. Обґрунтування доцільності гармонізації національного законодавства з європейськими та міжнародними підходами, зокрема через впровадження спеціального правового акту або адаптацію національних норм до загальноновизнаних стандартів франчайзингу.

Виклад основного матеріалу. Правове регулювання франчайзингу в Україні характеризується специфічними особливостями, зокрема мінімальним використанням терміна "франчайзинг" у законодавстві. Натомість у Цивільному кодексі України закріплено правову конструкцію договору комерційної концесії. Такий підхід ускладнює процес гармонізації національного правового регулювання з європейськими та міжнародними стандартами, де термін "франчайзинг" є усталеним і широко вживаним у правовій доктрині та нормативних актах.

В українській юридичній науці та практиці триває дискусія щодо співвідношення понять «франчайзинг» і «комерційна концесія». Більшість дослідників вважає ці терміни тотожними, трактуючи комерційну концесію як правову форму реалізації франчайзингових відносин. Водночас існує й інша позиція: деякі вчені розглядають франчайзинг як ширше поняття, що охоплює різні моделі співпраці, тоді як договір комерційної концесії – лише один із можливих юридичних інструментів. Деякі автори, зокрема, трактують комерційну концесію як різновид ліцензійного договору [1].

Міжнародна практика також характеризується різноманітністю підходів до правового регулювання франчайзингу. У правовій системі Європейського Союзу відсутній уніфікований нормативно-правовий акт, що комплексно регулює сферу франчайзингу. Основним орієнтиром слугує Європейський кодекс етики франчайзингу, який визначає етичні стандарти ведення бізнесу за цією моделлю. У Німеччині, хоч і відсутній спеціальний закон про франчайзинг, активно використовується саме цей термін, а також принцип *culpa in contrahendo* – доктрина переддоговірної відповідальності, яка забезпечує належне інформування сторін під час переговорів. Натомість в Україні немає законодавчих вимог щодо обов'язкового розкриття інформації до укладення договору, що може створювати передумови для недобросовісної поведінки з боку франчайзерів і посилює ризики для франчайзі [2].

У США франчайзинг розглядається як система ліцензійних відносин, у межах якої франчайзер надає партнерам не лише право на використання бренду, а й забезпечує підтримку та навчання. У Литві, на відміну від більшості країн ЄС, діє спеціальний закон про франчайзинг, де чітко визначено, що йдеться про передачу права на використання об'єктів інтелектуальної власності та комерційних знань за відповідну винагороду.

У журналі *Franchise Law Journal* (т. 42, № 3, весна 2023), що видається Американською асоціацією юристів, розглядаються актуальні питання правового регулювання франчайзингових відносин [3]. Зокрема, у статті Девіда Герніка досліджується значення юридичних максим (загально правових принципів) у контексті вирішення франчайзингових спорів. Автор аналізує підходи судової практики до тлумачення неясних або суперечливих положень договорів на основі цих загально правових засад.

Ще одна цікава справа, висвітлена в журналі, стосується конфлікту між компаніями JEG-United та Planet Fitness щодо розвитку франшизи в Мексиці. Суд відхилив претензії JEG-United на компенсацію в розмірі \$232 мільйони як занадто спекулятивні, проте визнав обґрунтованим розгляд вимог на \$46 мільйонів, які стосувалися реалістичної угоди про відкриття 20 філій. Водночас звинувачення у недобросовісному втручанні з боку Planet Fitness були відхилені через відсутність доказів неправомірних дій.

Окремої уваги заслуговує динаміка розвитку франчайзингу в Китаї. Цей ринок активно зростає та привертає все більше іноземних інвесторів. Станом на сьогодні приблизно 70%



китайського населення належить до середнього класу, тоді як ще 15 років тому ця цифра становила лише 4–5%. Це свідчить про стрімке зростання платоспроможності споживачів, що створює сприятливі умови для франчайзингового бізнесу.

Франчайзинг у Китаї став одним із найефективніших способів виходу на локальний ринок. Проте на початкових етапах багато компаній обережно ставилися до цього процесу через труднощі з пошуком надійних партнерів, нестачу кваліфікованих управлінців та проблеми із захистом бренду. Саме тому часто створювалися спільні підприємства або дочірні компанії, що дозволяло зменшити ризики та адаптувати бізнес-модель до місцевих умов[4].

Таким чином, світовий досвід демонструє, що ефективне регулювання франчайзингу потребує балансу між гнучкістю договірних відносин та наявністю чітких стандартів інформування, відповідальності та етичної поведінки.

Україна має значний потенціал для розвитку франчайзингу як сучасної та ефективної форми підприємницької діяльності. Водночас, реалізація цього потенціалу потребує як удосконалення нормативно-правової бази, так і підвищення рівня правової культури учасників ринку. Попри відсутність прямої законодавчої регламентації франчайзингу, у національному правопорядку вже існує конструкція, подібна за своєю правовою природою – договір комерційної концесії.

Договір комерційної концесії передбачає надання однією стороною (правоволодільцем) іншій стороні (користувачеві) за плату права користування комплексом прав, що належать правоволодільцю. Таке право надається з метою виготовлення та/або реалізації визначеного виду товарів чи надання послуг відповідно до встановлених вимог.

Договір франчайзингу, своєю чергою, передбачає надання користувачеві права на використання визначеного комплексу об'єктів, що охоплюють ділову репутацію, комерційний досвід та інші нематеріальні активи правоволоділця. Таке використання здійснюється у межах певної сфери підприємницької діяльності, з можливістю встановлення територіальних обмежень або без них.

Щодо ознак, то це консенсуальний характер, адже виконується протягом певного часу, оплатність – присутнє зустрічне задоволення (франчайзер – нові підприємства, розширення бізнесу, освоєння нових територій, плата; франчайзі – бізнес, допомога, гроші від бізнесу), двосторонність, оскільки обидві сторони мають як права, так і обов'язки, які ми розглянемо у наступному пункті.

Також окремими ознаками можна відзначити фідучіарний та алеаторний характер. Вони пов'язані з довірою до особи, франчайзі, який буде підтримувати бізнес ідею та буде вимушений дотримуватись всіх правил щодо ведення бізнесу, проте франчайзер не може бути впевнений у цьому, що може у майбутньому загострити їхні відносини та потягнути за собою занепад відкритої точки через порушення умов договору, правил ведення бізнесом, персонал чи обслуговування клієнтів.

Становлення довірчих відносин між учасниками франчайзингової співпраці здійснюється поетапно та охоплює три ключові стадії взаємодії.

Перша стадія характеризується укладенням договору, підготовкою франчайзі (навчанням, облаштуванням), що закладає початковий рівень довіри між сторонами.

Друга стадія охоплює функціонування франчайзингового підприємства та формування стабільної і тривалої структури взаємин, заснованої на довірі.

Третя стадія позначає припинення співпраці з причин, що можуть бути як порушеннями договору, так і незалежними від волі сторін, що впливає на подальший рівень фідучіарних відносин [5].

Основною ознакою договору є його каузальний характер, тобто мета. Вона полягає в тому, що договір має чітко визначену правову та економічну підставу – передачу комплексу виключних прав (товарного знака, ноу-хау, ділової репутації, технологій тощо) з метою здійснення підприємницької діяльності за вже апробованою бізнес-моделлю. Цей договір укладається не формально, а з метою отримання вигоди обома сторонами: правоволоділець



отримує оплату за передачу прав, а користувач – можливість вести бізнес під відомим брендом і зменшити ризики.

До істотних умов (ознак) договору франчайзингу слід віднести: предмет, ціну (винагороду), строк дії та територію договору.

Предметом даного договору є надання комплексу виключних прав на використання: торговельної марки (знаків для товарів і послуг), фірмового найменування франчайзера, технологій ведення бізнесу (рецептури, виробничі процеси, стандарти обслуговування), ноу-хау, комерційних таємниць, ділової репутації [6].

Особливістю договору франчайзингу є те, що передача прав супроводжується зобов'язанням франчайзі діяти виключно за встановленими стандартами та на умовах (на території, строками використання, способами застосування) франчайзера. При цьому франчайзі не набуває права власності на передані об'єкти, а лише отримує право їх тимчасового використання [7].

Наукові дослідження підкреслюють, що невизначеність або надмірна загальність формулювання предмета договору виступають одними з ключових причин визнання таких договорів недійсними у судовій практиці.

Ціна договору є однією з ключових складових франчайзингового контракту. Обов'язковим є встановлення паушального внеску – одноразової плати за вступ до франчайзингової системи, роялті – періодичних платежів, які можуть бути фіксованими або розраховуватися як відсоток від обороту, а також внесків на маркетингові заходи для фінансування спільних рекламних кампаній [6]. Окрім того, договір може передбачати додаткові платежі за участь у тренінгах, користування CRM-системами, використання рекламних матеріалів тощо. За даними Української Асоціації Франчайзингу (2023), понад 85 % франчайзингових договорів в Україні включають поєднання паушального внеску та роялті [8].

Строк дії договору може бути визначеним або невизначеним. У практиці франчайзингу переважають договори строком на 5–10 років, що забезпечує франчайзі можливість окупити інвестиції, впровадити бізнес-процеси та досягти рентабельності [6]. Важливими умовами є передбачення можливості пролонгації або дострокового розірвання договору. При строкових договорах розірвання за ініціативою однієї сторони можливе лише за наявності істотних порушень з боку контрагента.

Франчайзинговий договір повинен містити чітке визначення території, на якій користувач має право здійснювати підприємницьку діяльність під брендом франчайзера. Виділяють два основних підходи: виключна територія – франчайзі є єдиним представником на певній території, невиключна територія – кілька франчайзі можуть діяти на одній території [7]. Територіальне обмеження має велике практичне значення: воно дозволяє користувачу уникнути внутрішньомережевої конкуренції і стимулює інвестиційну активність.

Варто виділити загальні умови, які традиційно включаються до франчайзингового договору: стандарти та контроль якості, конфіденційність і захист інтелектуальної власності. Договір передбачає суворе дотримання франчайзі корпоративних стандартів, зокрема опис стандартів якості, вимоги до оформлення закладу, поведінки персоналу та використання фірмового стилю [9]. Франчайзер має право проводити планові та позапланові перевірки із застосуванням відповідних заходів – від рекомендацій до розірвання договору при грубих порушеннях.

Оскільки франчайзі отримує доступ до конфіденційної інформації, договір містить положення про її збереження, заборону розголошення технологій, маркетингових стратегій, баз даних та відповідальність за порушення конфіденційності. Крім того, більшість міжнародних франчайзерів вимагають підписання окремих угод про нерозголошення (NDA) поряд із франчайзинговим договором [10].

Сторонами договору франчайзингу є франчайзер (правоволоділець) і франчайзі (користувач) – суб'єкти господарювання, які вступають у договірні відносини з метою організації бізнесу на основі передачі комплексу виключних прав, комерційного досвіду та ділової репутації.



Франчайзер надає франчайзі право користування об'єктами інтелектуальної власності, передає необхідну документацію, забезпечує інформаційну, технічну та консультативну підтримку, а також контролює дотримання встановлених стандартів.

Франчайзі, у свою чергу, зобов'язується здійснювати підприємницьку діяльність відповідно до умов договору, дотримуючись стандартів бренду, забезпечуючи якість товарів або послуг, конфіденційність отриманої інформації та сплачуючи визначену договором винагороду [11].

Договір може передбачати додаткові умови, зокрема щодо територіальної ексклюзивності, обмеження конкуренції, розголошення інформації або субконцесій. У міжнародній практиці поширеним є укладення окремої угоди про нерозголошення (NDA).

Сторони мають право достроково розірвати договір за умови попереднього повідомлення, а франчайзі – претендувати на його продовження за належного виконання умов. Водночас умови договору не повинні суперечити імперативним нормам, зокрема щодо свободи ціноутворення.

Питання припинення та розірвання договору франчайзингу має суттєве значення для стабільності правовідносин між сторонами та захисту їхніх майнових і немайнових інтересів. В умовах відсутності спеціального законодавства, що комплексно регулює франчайзинг в Україні, припинення таких договорів здійснюється з урахуванням загальних принципів договірної права та особливостей відповідної договірної конструкції.

Договір франчайзингу може припинятися з різних підстав, зокрема внаслідок належного виконання зобов'язань, закінчення строку дії, за взаємною згодою сторін або з ініціативи однієї зі сторін за умов, передбачених договором. Окремі випадки припинення можуть бути зумовлені об'єктивними обставинами, такими як втрата прав на об'єкти інтелектуальної власності, неможливість подальшого виконання зобов'язань або припинення діяльності контрагента [12].

У практиці поширені випадки дострокового розірвання договору у зв'язку з істотними порушеннями умов, що зумовлює необхідність передбачення відповідних процедур у договорі: строків повідомлення, умов компенсації, механізмів передачі прав та захисту комерційної таємниці.

Недотримання сторонами встановлених умов припинення договору може спричинити правові наслідки, зокрема виникнення спорів щодо правомірності використання елементів франшизи, притягнення до відповідальності або відшкодування збитків. Тому питання припинення має бути врегульоване в договорі з урахуванням балансу інтересів та потенційних ризиків сторін.

Висновки. Правове регулювання франчайзингу в Україні має специфіку, зумовлену відсутністю спеціального законодавства та заміною терміна «франчайзинг» поняттям «комерційна концесія», що ускладнює гармонізацію з міжнародними стандартами. Незважаючи на відсутність уніфікованого підходу в інших країнах, міжнародна практика свідчить про важливість балансу між договірною гнучкістю, прозорістю, етичністю та захистом прав учасників.

Франчайзинг в Україні функціонує як комплексна договірна модель, що поєднує елементи ліцензійних, підрядних і агентських відносин. Його ефективність залежить від чітко сформульованих умов договору та фідучіарного характеру відносин між сторонами. Водночас, відсутність обов'язкових механізмів розкриття інформації, контролю стандартів і захисту конфіденційності створює ризики і потребує нормативного врегулювання.

Світовий досвід (США, ЄС, Литва, Китай) доводить, що ефективне регулювання франчайзингу ґрунтується на поєднанні правових норм, етичних принципів і договірної свободи. Для України ключовим завданням є вдосконалення регулювання, підвищення правової культури та розвиток довірчих відносин у межах франчайзингових партнерств.

Отже, подальший розвиток франчайзингу в Україні залежить від комплексного підходу до гармонізації законодавства, впровадження дієвих інструментів контролю та захисту, а також формування сприятливого правового середовища для інвесторів і підприємців.



Список використаних джерел:

1. Юніна М. П., Яшан Ю. Б. Порівняльна характеристика договору франчайзингу за законодавством України та Німеччини. *Міжнародна та національна безпека: теоретичні і прикладні аспекти* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф.: Дніпро, 2019. С. 323-324. URL: <https://dduvs.edu.ua/wp-content/uploads/files/Structure/science/publish/np2d5.pdf>
2. Кучеренко О. Договір комерційної концесії: питання понятійно-категоріального апарату. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. Дніпро, 2022. № 1. С. 69–73. URL: <https://er.dduvs.edu.ua/bitstream/123456789/10119/1/11.pdf>
3. Franchise Law Journal: Editorial board 2022–2023. John M. Doroghazi, Emily L. Bridges, Matthew Gruenberg and others. *American Bar Association*, 2023. Vol.42, № 3. P. 1. URL: https://www.americanbar.org/content/dam/aba/publications/franchising_law_journal/spring23/franchise-law-vol42-no3-spring23.pdf
4. Реферат «Китай. Франчайзинг». *Hellper.com.ua*: веб-сайт. URL: <https://hellper.com.ua/product/referat-kitaj-franchayzing> ua.prostopravo.com.ua (дата звернення: 12.07.2025).
5. Сидоров Я. Франчайзинг – нова договірна форма здійснення бізнесової діяльності в Україні. *Підприємництво, господарство і право*. 2003. № 3. URL: http://www.datamining.zntu.edu.ua/book_list.pl
6. Золота Л. В. Зміст франчайзингу: особливості договору комерційної концесії. *Нове українське право*. 2024. № 2. С. 14-20. URL: <https://doi.org/10.51989/NUL.2024.2.2>
7. Піддубна В. Ф. Щодо питання правової природи договору комерційної концесії (франчайзингу). *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право*. 2017. Вип. 47, т. 1. С. 152–154. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/34604>
8. Звіт про розвиток ринку франчайзингу в Україні у 2023 році. Українська Асоціація Франчайзингу: веб-сайт. URL: <https://franchising.org.ua/newukrainianlaw.in.ua> (дата звернення: 12.07.2025).
9. Правове регулювання договору комерційної концесії (франчайзингу). *Студопедія*: веб-сайт. URL: https://studopedia.com.ua/1_401970_pravove-regulyuvannya-dogovoru-komertsiynoi-kontsesii-franchayzingu.html (дата звернення: 12.07.2025).
10. Договір комерційної концесії (франчайзингу) в Україні: ключові аспекти. *Dominus Legal Group*: веб-сайт. URL: [https://dominuslegal.com/Wiki Legal Aid+15Dominus+15stud.com.ua+15](https://dominuslegal.com/Wiki%20Legal%20Aid+15Dominus+15stud.com.ua+15) (дата звернення: 12.07.2025).
11. Чи бути спеціальному закону про франчайзинг в Україні? *Юридична газета*: веб-сайт. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/civilne-pravo/chi-buti-specialnomu-zakonu-pro-franchayzing-v-ukrayini.html> (дата звернення: 12.07.2025).
12. Кодекс України з процедур банкрутства: Кодекс, Закон України від 18 жовт. 2018 р. № 2597-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19#Text> (дата звернення: 12.07.2025).

Дата першого надходження рукопису до видання: 24.07.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 19.08.2025

Дата публікації: 26.09.2025

