

розвитку соціокультурної сфери: матер. Міжнарод. наук.-практ. конф. Львів: Центр сусп. інновац., «Сполом», 2014. С. 19–26.

6. Конституція України від 28 червня 1996 року № 254к/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст.141.

7. Про громадянство України: Закон від 18.01.2001 № 2235-III. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 13. Ст. 65.

**Юлія Марина Петрівна**

доцент кафедри  
цивільного права та процесу  
Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ,  
кандидат юридичних наук

**Яшан Юлія Борисівна**

адвокат, м. Кропивницький

**ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ДОГОВОРУ ФРАНЧАЙЗИНГУ  
ЗА ЗАКОНОДАВСТВОМ УКРАЇНИ ТА НІМЕЧЧИНИ**

Сьогодні франчайзинг є одним з найбільш поширених та ефективних видів підприємницької діяльності. Адже саме за допомогою франчайзингу великі компанії збільшують кількість своїх представництв без значних капіталовкладень, розширюючи тим самим ринки збуту своїх товарів, а франчайзі (користувачи) отримують право на використання вже перевіреної бізнес-моделі, яка має відоме для споживача найменування та довела свою ефективність та прибутковість.

В Україні наразі за допомогою франчайзингу розвиваються як місцеві підприємницькі мережі (зокрема, Pizza Celentano Ristorante, Львівська майстерня шоколаду, Mafia), так і міжнародні учасники ринку (наприклад, KFC, Mothercare, Yves Roscher) [3].

Однак, незважаючи на поширення вказаного договору в підприємницькій практиці, у чинному законодавстві України наразі дефініція «франчайзинг» майже не використовується, лише 21.12.2007 до Верховної Ради України був внесений проект Закону про франчайзинг. В Цивільному кодексі та Господарському кодексі України щодо договорів франчайзингу застосовується поняття договору комерційної концесії, що може призвести до труднощів та колізій в процесі гармонізації вітчизняного законодавства з законодавством ЄС в рамках євроінтеграційної політики нашої держави.

Що стосується Німеччини, то на території цієї країни франчайзинг також набув за останні роки великого поширення. Так, з 2007 р. до 2017 р. загальна кількість франчайзингових компаній зросла з 630 до більш ніж 1000. Якщо у 2007 р. річний оборот у сфері франчайзингу склав близько 40 млрд. євро, то у 2017 р. він оцінювався приблизно у 99,2 млрд. євро, тобто за 10 років збільшився більш ніж на 100%. Три найбільші сектори франчайзингової діяльності – надання послуг (39%), роздрібна торгівля (31%), готелі та гастрономія (20%) [6].

Незважаючи на широке застосування у підприємницькій практиці, законодавство Німеччини не містить легального визначення франчайзингу. Німецькі суди при розгляді відповідної категорії справ використовують визначення, надане у п. 1 Європейського етичного кодексу франчайзингу, прийнятого Європейською федерацією франчайзингу. Відповідно до цього визначення франчайзинг – це система продажу товарів та/або послуг та/або технологій на основі тісної та постійної співпраці між юридично та фінансово незалежними підприємствами – франчайзером та франчайзі, у межах якої франчайзер надає франчайзі право та покладає на нього обов'язок здійснювати підприємницьку діяльність відповідно до концепції франчайзера. Франчайзі, в обмін на пряму чи опосередковану фінансову винагороду, має право використовувати комерційне найменування франчайзера та/або торговельну марку, ноу-хау, підприємницькі і технічні методи діяльності, процедурну систему та інші права інтелектуальної власності, користуючись постійною комерційною та технічною допомогою в рамках та на строк дії письмового договору франчайзингу, укладеного між сторонами для цієї мети [5].

Спеціального закону у сфері франчайзингової діяльності Німеччина також не має. Однак норми, що регулюють здійснення франчайзингової діяльності, містяться, зокрема, у Господарському та Цивільному кодексах Німеччини, конкурентному, прецедентному праві, антимонопольному законодавстві, а також у загальноєвропейських та міжнародних нормативно-правових актах.

Особливу увагу при укладенні договорів франчайзингу підприємці Німеччини приділяють дотриманню принципу *culpa in contrahendo* (принцип переддоговірної відповідальності у цивільному праві), передбаченого у ч. 2 ст. 311 ЦК Німеччини. Згідно з цим принципом обидві сторони майбутнього договору франчайзингу під час переговорів щодо укладання договору повинні надати правдиві дані, не вводити одна одну в оману та не давати хибних обіцянок, але у той же час вони не мають права розкривати суттєву інформацію. Якщо ж франчайзер або його представники нададуть помилкову або неправдиву інформацію, вони будуть нести відповідальність відповідно до ч. 3 ст. 311 ЦК Німеччини. Будь-яке недотримання вказаного принципу може призвести до визнання недійсним договору та покладення на франчайзера обов'язку повернути франчайзі до того стану, в якому б останній перебував, якби франчайзер виконав своє зобов'язання щодо розкриття інформації, зокрема повернути кошти, отримані за продаж франшизи, а також відшкодувати франчайзі всі збитки, яких той зазнав у зв'язку з проведеною операцією [4].

На жаль, чинне законодавство України не містить подібної норми щодо обов'язкового переддоговірного розкриття інформації, важливої для майбутніх контрагентів за договором, наприклад відомостей, які суб'єкт господарювання-франчайзер повинен надати про свою діяльність, зокрема про її концепцію та рентабельність. Вказане ставить під сумнів захист інтересів майбутнього франчайзі, який сплачує за використання неперспективної та неприбуткової бізнес-моделі.

Таким чином, незважаючи на швидке поширення франчайзингу у світі в цілому та в Україні зокрема, законодавче регулювання вказаного договору потребує подальшого удосконалення та врахування чинних у країнах Європейського Союзу норм у сфері франчайзингу, що довели свою ефективність. Це стосується, наприклад, норм щодо захисту інтересів майбутніх контрагентів за договором на етапі переддоговірних відносин, зокрема захисту франчайзі від надання франчайзером недостовірної інформації щодо концепції франчайзингу, точної інформації про рентабельність франчайзингової діяльності тощо.

1. Дмитришин В.С. Міжнародний досвід правового регулювання відносин у сфері франчайзингу. *Часопис цивілістики*. 2012. № 13. С. 90-94.
2. Європейський Кодекс Етики Франчайзингу. URL: <https://franchising.ua/franchayzing/94/evropeyskiy-kodeks-etiki-franchayzingu>.
3. Микуляк В., Махінова А. Українське обличчя франчайзингу. URL: [https://www.sk.ua/sites/default/files/franishiza\\_ukr.pdf](https://www.sk.ua/sites/default/files/franishiza_ukr.pdf).
4. Паніна Ю.С. Європейський Кодекс Етики Франчайзингу як джерело правового регулювання договору франчайзингу. *Актуальні питання юридичної теорії та практики: наукові дискусії: міжнародна науково-практична конференція*, м. Харків, 2-3 грудня 2016 р.: у 2-х частинах. Ч. 2. Х.: Східноукраїнська наукова юридична організація, 2016. С. 204-206.
5. Marzheuser-Wood, B. *The Franchise Law Review*. Germany. Law Business Research Ltd. London, 2014. pp. 273-283.
6. Statistiken zum Thema Franchise. URL: <https://de.statista.com/themen/1166/franchise>.

**Ярошенко Артем Сергійович**  
старший викладач кафедри  
цивільного права та процесу  
Дніпропетровського державного  
університету внутрішніх справ,  
кандидат юридичних наук

**Костенко Оксана Миколаївна**  
адвокат

### **ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЗАХИСТУ ПРАВ ДИТИНИ НА НАЛЕЖНЕ УТРИМАННЯ В КОНТЕКСТІ ОБОВ'ЯЗКУ ПО СПЛАТІ АЛІМЕНТІВ**

Право на виховання і утримання неповнолітніх дітей є найважливішим серед батьківських прав, одночасно визначене законодавцем і як прямий обов'язок. Воно має комплексний характер та включає в себе всі напрямки цілісного і гармонійного розвитку дитини, здійснюваного, як правило, добровільно і на основі відомих фінансових можливостей. Форма і порядок надання матеріального утримання (в тому числі аліментів) фіксуються зобов'язаними особами самостійно, наприклад, шляхом укладення відповідної угоди. В іншому випадку належна сума стягується примусово за допомогою публічно-правових гарантій забезпечення виплати аліментів.