



10. Конституция (Основной закон) Союза Советских Социалистических Республик. – М. : Известия советов народных депутатов СССР, 1988. – 64 с.

11. Печатное издание «Известия». – Вып. от 08.03.1991.

12. Указ Президента Украины «О провозглашении всеукраинского референдума по народной инициативе» от 15 января 2000 года № 65/2000. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/65/2000>.

13. Закон Украины от 06.11.2012 № 5475-VI «О всеукраинском референдуме». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5475-17>.

14. Василевич Г.А. Референдумы в Беларуси и ее путь к независимости в конце XX столетия / Г.А. Василевич. – Минск : Молодежное научное общество, 2001. – 156 с.

15. Постановление Верховного Совета Республики Беларусь от 13.04.1995 N 3728-XII «О проведении республиканского референдума по вопросам, предложенным Президентом Республики Беларусь, и мерах по его обеспечению» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pravovy.info/docum09/part33/akt33605.htm>.

16. Сайт Центральной комиссии Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов, сообщение Центральной комиссии Республики Беларусь по выборам и проведению республиканских референдумов «Об итогах голосования на республиканском референдуме 24 ноября 1996 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rec.gov.by/sites/default/files/pdf/Archive-Referenda-1996-Soob.pdf>.

17. Конституция Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://etalonline.by/?type=text®num=v19402875#/?type=text®num=v19402875#load_text_none_1.

ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ СТОРОН ДОГОВОРА ФРАНЧАЙЗИНГА ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ УКРАИНЫ И СТРАН ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА

Тарас ЛОПУШАНСКИЙ,

адвокат,

председатель адвокатского объединения «Ордер»

Summary

The measure of rights and obligations, their classification and comparison under the contract of franchising are investigated in the article. It is also analyzed the requirements set by legislator to the parties of franchising contract depending on their country of staying. As a result of scientific research of legislative regulation of rights and obligations of parties under the contract of franchising in countries of the European Union some proposals are made for appropriate changes to Ukraine's legislation.

Key words: franchising, franchisor, franchisee, commercial concession, rights and obligations of parties for contract.

Аннотация

В статье исследуются права и обязанности сторон договора франчайзинга, проводится их классификация и сравнение. Также анализируются требования, предъявляемые законодателем к сторонам договора франчайзинга в зависимости от страны пребывания. По результатам исследования законодательного регулирования прав и обязанностей сторон договора в странах Европейского Союза предлагается внесение соответствующих изменений в украинское законодательство.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, коммерческая концессия, права и обязанности сторон договора.

Постановка проблемы. Поскольку франчайзинговые отношения зародилась за рубежом, то и первыми франчайзерами на территории Украины стали зарубежные компании со всемирно известными именами. Именно поэтому сторонами договора франчайзинга часто выступают резиденты разных стран в силу разного правового регулирования этих отношений, что порождает ряд теоретических и практических вопросов, в том числе по отношению к объему прав и обязанностей сторон по законодательству Украины и стран Европейского Союза.

Актуальность темы исследования подтверждается отсутствием фундаментальных научных исследований прав и обязанностей сторон договора франчайзинга в сравнительно-правовом аспекте.

Права и обязанности сторон договора франчайзинга исследовали ряд украинских и зарубежных ученых: Г. Цират, И. Килимник, Я. Сидоров, В. Коссака, Дж. Стенворт, Б. Смит, А. Френьяни, Ф. Зейдман, Р. Баль, М. Мендельсон, Дж. Грейстоун, Б. Фокс, А. Ватсон, Д. Кирби, Р. Делфорд, А. Шульц, С. Шольц, М. Бреннан, Л. Петерс. Однако практически отсутствуют научные исследования сравнительно-правового характера.

Целью статьи является комплексный сравнительно-правовой анализ законодательства в сфере правового регулирования прав и обязанностей сторон договора франчайзинга в странах ЕС и Украине, а также разработка на этой основе теоретических положений и предложений по совершенствованию законодательства, совокупность которых будет способствовать развитию франчайзинговых отношений в Украине.

Изложение основного материала исследования. В Украине и странах ЕС договор франчайзинга используется в предпринимательских отношениях. Именно поэтому в большинстве стран Европейского Союза и в Украине на законодательном уровне закреплено требование, что сторонами этих договоров могут быть только физические и юридические лица, являющиеся субъектами предпринимательской деятельности. В большинстве стран ЕС и в Украине относительно франчайзера как стороны договора франчайзинга на законодательном уровне закреплено лишь одно законодательное требование: он должен быть субъектом предпринимательской деятельности. В Испании к франчайзеру как стороне договора франчайзинга относится еще одно законодательное требование: в



§ 2 ст. 62 Закона №7/1996 «О розничной торговле» закреплено, что любое физическое или юридическое лицо, которое планирует развивать свой бизнес как франчайзер в Испании, должно быть зарегистрировано в специальном реестре [11, с. 155]. В Украине, в отличие от Италии, Испании, Франции, Бельгии, на законодательном уровне отсутствует так называемый институт преддоговорного раскрытия информации. Поэтому на практике недобросовестный франчайзер может и не иметь (быть владельцем) минимального состава франшизы. Именно поэтому в Украине с целью защиты франчайзи нужно на законодательном уровне закрепить институт преддоговорного раскрытия информации. Сложность франчайзинговых отношений и чрезвычайно важная роль франчайзера вызывают еще ряд требований к этой стороне. Так, для того чтобы франчайзер мог стать членом Британской ассоциации франчайзинга (далее – БАФ) и считаться «полноценным» франчайзером его франчайзинговый стаж должен составлять не менее двух лет при наличии не менее четырех франчайзи. Франчайзер, который не соответствует этому требованию, может быть только ассоциированным членом БАФ.

Относительно другого субъекта договора франчайзинга – франчайзи, можно сказать, что он, приобретая права на использование комплекса исключительных прав (франшизы) в предпринимательской деятельности, должен быть физическим или юридическим лицом, являющимся субъектом предпринимательской деятельности. Кроме этого требования, которое закреплено на законодательном уровне, часто к франчайзи выдвигаются также и другие требования, а именно: требования о наличии у франчайзи опыта, помещения и тому подобное.

Стоит заметить, что, не смотря на довольно значительную как экономическую, так и юридическую интеграцию сторон, франчайзер и франчайзи остаются юридически и экономически независимыми субъектами предпринимательской деятельности.

Учитывая, что договор франчайзинга является двусторонним, то на стороне обоих контрагентов есть как права, так и обязанности. Через достаточно сложный, комплексный характер

обязательств, возникающих на основании договора франчайзинга, указанные права и обязанности сторон можно классифицировать по различным критериям. На наш взгляд, классификация прав и обязанностей сторон договора франчайзинга должна базироваться на принципах франчайзинга и быть направлена на достижение цели договора. Учитывая это, права и обязанности сторон можно разделить на основные и факультативные. К основным правам и обязанностям относятся те права и обязанности, при отсутствии которых стороны не смогут достичь цели, с которой заключали договор. Основной обязанностью франчайзера есть обязанность передать комплекс исключительных прав (франшизу). Данная обязанность закреплена в императивной форме в законодательных определениях франчайзинга как Украины, так и стран ЕС. 6 мая 2004 г. в Италии вступил в силу закон «Об общих положениях о порядке коммерческого присоединения (франчайзинга)». В соответствии со ст. 1 этого закона, франчайзинг (*L'affiliazione commerciale*) – это договор, независимо от его названия, что заключается между двумя юридически и экономически независимыми сторонами, на основании которого одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) за плату, комплекс промышленных и интеллектуальных прав, связанных с торговыми марками, фирменными наименованиями, промышленными образцами, вывесками, полезными моделями, авторскими правами, ноу-хау, патентами, техническими и коммерческими консультациями и поддержкой, благодаря которым франчайзи становится частью франчайзинговой системы с целью продажи определенных товаров или предоставления определенных услуг [10].

Согласно § 375 ст. 19 Обязательственно-правового Закона Эстонии по договору франчайзинга, одна сторона (франчайзер) обязуется предоставить другой стороне (франчайзи) право на использование в экономической или профессиональной деятельности совокупности принадлежащих франчайзеру прав и сведений, в том числе право на товарную марку, деловую идентификацию и ноу-хау франчайзера [13, с. 81]. В нашей стране такая обязанность следует из ст. 1115 Граж-

данского кодекса Украины (далее – ГК Украины), в которой закреплено, что по договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за плату право пользования, в соответствии с ее требованиями, комплексом принадлежащих этой стороне прав с целью изготовления и (или) продажи определенного вида товара и (или) предоставления услуг. Из приведенных выше законодательных определений можно сделать ошибочный вывод, что обязанность по передаче франшизы прекращается исполнением (передачей франшизы). Однако это не совсем верно. Мы считаем, что данная обязанность не просто комплекс одnorазовых действий, эта обязанность должна продолжаться на протяжении всего действия договора франчайзинга. Кроме обязанности «поддерживать» свои права на торговую марку и объекты патентного права, франчайзер обязан принимать меры по сохранению своей коммерческой тайны. Разглашение коммерческой тайны независимо от умысла франчайзера превращает ее из объекта прав интеллектуальной собственности в обычную информацию, которая не имеет коммерческой ценности. Потеря коммерческой тайны франчайзером, если по договору франчайзинга не передается объект патентного права, должна быть основанием для досрочного прекращения договора франчайзинга. Часть 1 ст. 1120 ГК Украины закрепляет обязанность правообладателя передать пользователю техническую и коммерческую документацию и предоставить иную информацию, необходимую для осуществления прав, предоставленных ему по договору коммерческой концессии, а также проинформировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением этих прав. Данная обязанность неразрывно связана с обязанностью передачи франшизы, и в части передачи технической и коммерческой информации является ее составляющей. Нормы, закрепленные в ч. 1 ст. 1120 ГК Украины, сформулированы таким образом, что данные обязанности заключаются в одnorазовом действии и прекращаются также одnorазовым выполнением. Мы исходим из того, что франчайзинговые от-



ношения являются, во-первых, долгосрочными, а во-вторых, особенность и сущность этих отношений заключается в постоянной поддержке франчайзером своего франчайзи. Именно поэтому обязанности франчайзера по передаче франчайзи технической и коммерческой документации и другой информации, необходимой для осуществления франчайзи своих прав, предусмотренных договором, а также информирование франчайзи и его работников по вопросам, связанным с осуществлением этих прав, должны осуществляться в течение действия договора франчайзинга. Исходя из того, что в ГК Украины обязанность по передаче комплекса исключительных прав напрямую не закреплена, а следует из определения договора коммерческой концессии, закрепленном в ст. 1115 ГК Украины, предлагаем объединить эту обязанность с обязанностями, предусмотренными в ч. 1 ст. 1120. Таким образом, с учетом вышеизложенного, предлагаем ч. 1 ст. 1120 ГК Украины изложить в следующей редакции: «Франчайзер обязан передать франчайзи комплекс исключительных прав (франшизу), а также техническую и коммерческую документацию и предоставлять другую информацию, необходимую для осуществления прав, предоставленных франчайзи по договору франчайзинга, а также информировать франчайзи и его работников по вопросам, связанным с осуществлением этих прав. Франчайзер обязан поддерживать исключительные права на каждый объект интеллектуальной собственности, образующих франшизу, в течение действия договора франчайзинга». В ч. 2 ст. 1020 ГК Украины закреплена еще три обязанности франчайзера. Если иное не установлено договором коммерческой концессии, то правообладатель обязан следующее: обеспечить государственную регистрацию договора; предоставлять пользователю постоянное техническое и консультативное содействие, включая содействие в обучении и повышении квалификации работников; контролировать качество товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) пользователем на основании договора коммерческой концессии. Все эти обязанности украинский законодатель опре-

делил как диспозитивные. Однако в законодательстве и практике зарубежных стран есть мысли по определению обязанности предоставления франчайзи технического и консультативного содействия в императивной форме. Согласно ст. 1 п. 3 ч. (Б) Регламента Комиссии (ЕС) от 30 ноября 1988 г. № 4087/88 «О применении статьи 85 (3) Римского договора к категории франчайзинговых договоров», договор франчайзинга должен содержать обязанность франчайзера по предоставлению франчайзи коммерческой или технической помощи в течение всего действия договора [7]. Также в императивной форме этот долг закреплена в этический кодекс франчайзинга, где отмечается, что франчайзер обязан обеспечить франчайзи начальное обучение и постоянную коммерческую и/или техническую помощь на протяжении всего действия договора [8].

Мы также считаем, что данная обязанность должна быть закреплена как императивная. Именно возможности франчайзи опираться на опыт и поддержку франчайзера позволяют ему максимально эффективно использовать франшизу, особенно это касается первых лет франчайзинговой деятельности. Благодаря данной обязанности договор франчайзинга сочетает в себе две группы договоров: договора о распоряжении правами интеллектуальной собственности и договора о предоставлении услуг. П. 3 ч. 2 ст. 1120 ГК Украины закрепляет обязанность правообладателя (франчайзера), если иное не установлено договором коммерческой концессии (франчайзинга), контролировать качество товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) пользователем (франчайзи) на основании договора коммерческой концессии. Как видим, эта обязанность также закреплена в диспозитивной форме, и на практике могут заключаться договора, в которых франчайзер может и не иметь этой обязанности. Однако такая законодательная формулировка п. 3 ч. 2 ст. 1120 ГК Украины не учитывает особенностей ответственности франчайзера, закреплённой в императивной форме в ст. 1123 ГК Украины, порождая тем самым правовую коллизию. Так, в ст. 1123 ГК Украины закреплена субсидиарную ответствен-

ность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю в связи с несоответствием качества товаров (работ, услуг), проданных (выполненных, оказанных) пользователем. По требованиям, предъявляемым к пользователю как производителю продукции (товаров) правообладателя, последний отвечает солидарно с пользователем. Таким образом, на практике возможны случаи, что франчайзер несет субсидиарную или солидарную ответственность даже тогда, когда договором не предусмотрено этой обязанности и, соответственно, со стороны франчайзера нет вины. Учитывая это, предлагаем ст. 1122 ГК Украины дополнить ч. 2 следующего содержания: «Франчайзер освобождается от ответственности, если докажет, что такой контроль невозможно было осуществлять должным образом или в случаях, когда пользователь препятствовал осуществлению такого контроля». В договоре нужно также определить, какие санкции может применять франчайзер в случае выявления недостатков в качестве товаров или услуг, в том числе это может служить основанием для досрочного расторжения договора или наложения денежного взыскания. Учитывая вышеприведенные соображения и опыт стран ЕС, считаем целесообразным закрепить обязанность, предусмотренную в п. 3 ч. 2 ст. 1120 ГК Украины, в императивной форме.

Права и обязанности франчайзи. Исследуя права и обязанности франчайзи, нужно учитывать тот факт, что на практике договора франчайзинга часто бывают договорами присоединения. Именно поэтому прав у франчайзи меньше, чем у франчайзера, а обязанности – гораздо шире. Учитывая это, стоит согласиться с мнением С. Сосны, который отмечает, что обязанности франчайзи многочисленные, достаточно широкие и по некоторым обязанностям несимметричные и непропорциональные обязанностям франчайзера [3, с. 123]. В Украине на законодательном уровне закреплена также дисбаланс обязанностей сторон. Так, в ГК Украины определена только одна императивная обязанность к франчайзеру, в то время как к франчайзи – целых шесть. В ст. 1121 ГК Украины обязанности пользователя определены в императивной форме, в том числе с уче-



том характера и особенностей деятельности, осуществляемой пользователем по договору коммерческой концессии. Пользователь обязан следующее: 1) использовать торговую марку и другие обозначения правообладателя определенным в договоре способом; 2) обеспечить соответствие качества товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) в соответствии с договором коммерческой концессии, качеству аналогичных товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) правообладателем; 3) соблюдать инструкции и указания правообладателя, направленные на обеспечение соответствия характера, способов и условий использования комплекса предоставленных прав использования этих прав правообладателем; 4) предоставлять покупателям (заказчикам) дополнительные услуги, на которые они могли бы рассчитывать, покупая (заказывая) товары (работы, услуги) непосредственно у правообладателя; 5) информировать покупателей (заказчиков) наиболее очевидным для них способом об использовании им торговой марки и других обозначений правообладателя по договору коммерческой концессии; 6) не разглашать секреты производства правообладателя, другую полученную от него конфиденциальную информацию.

Обязанность пользователя использовать торговую марку и другие обозначения правообладателя определенным в договоре способом сформулирована, на наш взгляд, несколько узко. Украинский законодатель не учел комплексность объекта (франшизы) договора франчайзинга, который образуют не только торговая марка или фирменное наименование, но и другие объекты интеллектуальной собственности. Одной из ключевых обязанностей франчайзи есть обязанность по обеспечению соответствия качества товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) в соответствии с договором коммерческой концессии, качеству аналогичных товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) правообладателем. Данная обязанность франчайзи прежде всего направлена на защиту прав потребителей, которые, покупая у франчайзи товары или услуги, имеют вполне законное право рассчитывать на качество

товаров, работ или услуг, как и у франчайзера. Именно поэтому данная обязанность неразрывно связана с обязанностью франчайзи соблюдать инструкции и указания франчайзера, направленные на обеспечение соответствия характера, способов и условий использования комплекса предоставленных прав. Практика зарубежных стран показывает, что такие рекомендации и указания франчайзера могут касаться практически всех аспектов его деятельности. Несоблюдение франчайзи таких указаний может стать основанием для расторжения франчайзером договора. В частности, компания «McDonald's» расторгла франчайзинговый договор с франчайзи Р. Дайан, владельцем 14 ресторанов во Франции, после того, как комиссией компании «McDonald's» было установлено, что в этих ресторанах не поддерживается должный уровень чистоты [2, с. 254].

Еще одна императивная обязанность франчайзи заключается в обязанности информировать покупателей (заказчиков) наиболее очевидным для них способом об использовании ими торговой марки и других обозначений франчайзера по договору франчайзинга. Невершенство данной нормы заключается в том, что законодатель не приводит конкретных способов такого информирования, зато принимает оценочное понятие «наиболее очевидным для них способом», что может приводить к злоупотреблениям со стороны франчайзи. Более совершенной по этому поводу является позиция законодательства Великобритании. Так, в законе «О бизнес наименовании» от 1985 г. (Business Names Act) предусмотрено, что субъекты хозяйствования, которые выступают в предпринимательской деятельности не под своим наименованием, обязаны соблюдать правила раскрытия информации при осуществлении своей предпринимательской деятельности. Такие лица обязаны, в соответствии с их правовым статусом, указывать или наименование компании, или наименование каждого партнера, или индивидуальное имя лица [5]. Нарушение норм по раскрытию этой информации влечет за собой как минимум два негативных последствия: во-первых, это является преступлением, за которое предусмотрен штраф в размере до 1000 фунтов; во-вторых,

недействительность тех договоров, которые эти лица заключили без указания информации, предусмотренной положениями «Закона о бизнес наименовании» [4, с. 53].

Чрезвычайно важным является обязанность франчайзи, закрепленная в п. 6 ч. 1. ст. 1121 ГК Украины, по неразглашению секретов производства правообладателя и другой полученной от него конфиденциальной информации. В украинском законодательстве нет четкого понятия секретов производства, что вызывает трудности с его правовой охраной. Учитывая это, данную норму нужно изложить в более широкой универсальной редакции, в частности, предусмотреть обязанность франчайзи не разглашать коммерческую тайну франчайзера. Кроме этого, такая формулировка позволит привлечь виновных франчайзи не только к гражданско-правовой, но и к уголовной ответственности на основании ст. ст. 231 и 232 Уголовного кодекса Украины.

Договор франчайзинга является оплатным. Это следует как из понятия договора, так и с предпринимательской сферы его использования. Соответственно, одной из основных обязанностей франчайзи по договору является выплата вознаграждения франчайзеру. Несмотря на это, в главе 76 ГК Украины цена прямо не закреплена как существенное условие договора франчайзинга, что, на наш взгляд, является явным недостатком. Законодательство Украины и стран ЕС практически не регулирует формы и способы оплаты франчайзи за использование франшизы, но на практике таких способов немало. Еще одно право франчайзи возникает при условии надлежащего выполнения им своих договорных обязательств. Это право заключается в возможности заключения договора франчайзинга на тех же условиях, на которых был заключен предварительный договор франчайзинга. Так, согласно ст. 1124 ГК Украины, пользователь, надлежащим образом исполнивший свои обязанности, имеет право на заключение договора коммерческой концессии на новый срок на тех же условиях. Стоит заметить, что в несколько расширенной форме подобная норма содержится и в ст. 6.774 Гражданского кодекса Литвы [6], а именно: франчайзи, который надлежащим образом



исполнял свои обязанности, в соответствии с договором франчайзинга, имеет право по истечении срока его действия на заключение договора на новый срок на тех же условиях; франчайзер имеет право отказать в заключении договора франчайзинга на новый срок при условии, если в течение трех лет со дня истечения срока данного договора он не будет заключать с другими лицами аналогичные договоры франчайзинга и не будет давать согласие на заключение аналогичных договоров субфранчайзинга, действие которых будет распространяться на ту же территорию, на которой действовал прежний договор. Очевидно, что такие нормы направлены на защиту интересов франчайзи как экономически более слабой стороны, которая после окончания действия договора вынуждена была бы осваивать другой вид деятельности.

Мы тоже стоим на позиции усиления прав франчайзи, однако у нас возникает вопрос, не противоречит ли эта норма, а именно «заключение договора коммерческой концессии на новый срок на тех же условиях», принципам договорного права, а также основам предпринимательской деятельности. Ведь законодатель не учел тот факт, что франчайзинговые отношения на начальной стадии предусматривают от сторон значительных финансовых вложений, которые могут вернуться только с определенным временем франчайзинговой деятельности, поэтому и договоры франчайзинга заключаются, как правило, на срок от 3 до 5 лет. Также бывают случаи, когда договоры франчайзинга заключаются на еще более длительный срок. Так, компания «McDonald's» продает свою франшизу за 400 тыс. долларов США и заключает договор, сроком на 20 лет [1, с. 83]. Учитывая это, представляется некорректным обязывать франчайзера заключать договоры на новый срок на тех же условиях, поскольку ситуация на рынке за столь длительное время может существенно измениться и те условия, которые были выгодны для франчайзера, скажем, пять лет назад, в заключении нового договора могут быть просто убыточными. Обязательства франчайзера заключать договор на тех же условиях не согласуются со ст. 627 ГК Украины, согласно которой стороны свободны в заключении догово-

ра, выборе контрагента и определении условий договора с учетом требований этого Кодекса, других актов гражданского законодательства, обычая делового оборота, требований разумности и справедливости. Исходя из выше изложенного, предлагаем ст. 1124 ГК изложить в следующей редакции: «Франчайзер, который надлежащим образом исполнял свои обязанности, имеет преимущественное право перед другими лицами на заключение договора франчайзинга на новый срок. Франчайзи, который намерен воспользоваться преимущественным правом на заключение договора франчайзинга на новый срок, обязан сообщить об этом франчайзеру в срок, установленный договором, а если он не установлен договором, в разумный срок. Франчайзер имеет право отказать в заключении договора франчайзинга на новый срок при условии, если в течение трех лет со дня истечения срока данного договора он не будет заключать с другими лицами аналогичные договора франчайзинга (в которых тождественны минимальные элементы франшизы, определенные в ст. 1116 ГК Украины) и не будет давать согласие на заключение аналогичных договоров субфранчайзинга, действие которых будет распространяться на ту же территорию, на которой действовал прежний договор. В случае, если до истечения трехлетнего срока франчайзер решит предоставить кому-либо те же права, которые были предоставлены франчайзи по договору, он обязан предложить франчайзи заключить новый договор либо возместить убытки, причиненные таким отказом».

Выводы. В результате проведенного исследования прав и обязанностей сторон договора франчайзинга в законодательстве Украины и стран Европейского Союза выявлены существенные недостатки украинского законодательства в этой сфере. Учитывая это, в данной статье предлагается с учетом законодательства стран ЕС внесение соответствующих изменений в украинское законодательство с целью устранения этих недостатков.

Список использованной литературы:

1. Герчикова И.Н. Деловая этика и регулирование международной ком-

мерческой практики : [учебное пособие] / И.Н. Герчикова. – М., 2002. – С. 157.

2. Дэниэлс Джон Д. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции / Д. Джон Дэниэлс, Х. Ли Радеба. – М., 1994. – С.484.

3. Сосна С.А. Коммерческая концессия / С.А. Сосна. – М. : ИКЦ «Академкнига», 2005. – 375 с.

4. Лопушанський Т.В. Правове регулювання фірмових найменувань у країнах ЄС та в Україні / Т.В. Лопушанський // Вісник Академії адвокатури України. – К., 2008. – Вип. 12. – С. 152.

5. Business Names Guide. Companies House [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.comanieshouse.gov.uk>.

6. Civil code of the republic of Lithuania [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_1?p_id=245495.

7. Commission Regulation (EEC) N 4087/88 of 30 November 1988 on the application of Article 85(3) of the Treaty to categories of franchise agreements // Official Journal of the European Communities. 1988. Vol. 31, L 359. P. 46–52.

8. European Code of Ethics for franchising [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.eff-franchise.com/EFF%20Code%20of%20Ethics%20for%20Franchising.pdf>.

9. Franchising in Europe/ Ed.by Mendelson M. – L. : N.Y. : Cassel, 1992. – P. 134.

10. Legge 6 maggio 2004, n. 129 Norme per la disciplina dell'affiliazione commerciale Gazzetta Ufficiale N. 120 del 24 Maggio 2004.

11. Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, BOE. Boletín Oficial del Estado, number 15 of 17 January 1996 (núm. 156).

12. Real decretor 2485/1998, de 13 de noviembre, por el que se desarrolla el artículo 62 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, relativo a la regulación del régimen de franquicia, y se crea el Registro de Franquiciadores // BOE. Boletín Oficial del Estado, 26 Noviembre 1998 (núm. 283)

13. Völaðigussædus, Vastu vöetud 26.09.2001, jõustunud 01.07.2002. a seadusega // RT I 2001, 487.