

ПРОБЛЕМИ ТА СУДЖЕННЯ

УДК 347.77:347.78:347.91

DOI <https://doi.org/10.32782/yuv.v3.2025.2>

П. Борцевич,

кандидат юридичних наук, доцент,
професор кафедри економіко-правових дисциплін
Навчально-наукового інституту права та психології
Національної академії внутрішніх справ,

А. Шелепа,

науковий співробітник науково-дослідної лабораторії
з проблем державотворення та правозастосування
Навчально-наукового інституту права та психології
Національної академії внутрішніх справ

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФРАНЧАЙЗИНГУ ЯК ФОРМИ ВИКОРИСТАННЯ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ У ГОСПОДАРСЬКИХ ПРАВОВІДНОСИНАХ

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку ринкової економіки та глобалізації господарської діяльності франчайзинг посідає особливе місце як ефективна форма комерційної співпраці, що поєднує елементи підприємництва, права інтелектуальної власності та договірних права. Водночас, зростання ролі інтелектуальної власності у формуванні вартості бізнесу зумовлює необхідність поглибленого наукового осмислення франчайзингу саме як правової конструкції використання об'єктів права інтелектуальної власності в межах господарських правовідносин.

Франчайзинг, ґрунтується на передачі прав на використання торговельних марок, комерційного досвіду, технологій, ноу-хау, логотипів тощо, виступає не лише інструментом тиражування успішних бізнес-моделей, а й правовою формою експлуатації нематеріальних активів. Проте, в українському правовому полі франчайзинг залишається недостатньо реґ-

ламентованим, що створює правову невизначеність для сторін франчайзингових відносин і стримує розвиток цього інституту.

Особливої актуальності набуває питання належного правового забезпечення прав та інтересів сторін договору франчайзингу щодо використання об'єктів права інтелектуальної власності. Судова практика свідчить про часті порушення з боку як франчайзерів, так і франчайзі, що пов'язано із прогалинами у законодавстві, а також складністю кваліфікації окремих об'єктів права інтелектуальної власності та меж їх використання.

Крім того, в умовах імплементації європейських стандартів у національне законодавство України, зростає потреба у гармонізації підходів до правового регулювання франчайзингу відповідно до кращих практик країн ЄС, з урахуванням досвіду міжнародних організацій. Таким чином, системний правовий аналіз франчайзингу як форми використання інтелектуальної

власності у господарських правовідносинах є не лише науково обґрунтованим, а й соціально значущим.

Саме тому, актуальність дослідження зумовлюється необхідністю забезпечення правової визначеності в сфері франчайзингових відносин, захисту прав інтелектуальної власності у процесі здійснення господарської діяльності та формування єдиної правозастосовної практики. Таким чином, обрана тема наукового дослідження відповідає сучасним тенденціям трансформації економіко-правових інститутів і є важливою як для розвитку правової доктрини, так і для практичного розвитку даного інституту.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретична база дослідження ґрунтується на узагальненні здобутків провідних науковців у сфері цивільного права, господарського права та права інтелектуальної власності. У дослідженні враховано позиції видатних науковців щодо сутності, правової природи та особливостей правового регулювання франчайзингу як специфічної форми реалізації права на об'єкти інтелектуальної власності у межах договірних господарських відносин.

В основу дослідження лягли правці таких українських науковців, як: О.В. Дзера, І.В. Спасибо-Фатєєва, Р.О. Стефанчук, Є.О. Харитонов, О.І. Харитонova, які висвітлюють загальні засади договірного регулювання суспільних відносин; І.І. Килимник, Д.С. Косінова, Ю.С. Паніна, Я.О. Сидоров, які аналізують правове регулювання договору комерційної концесії (франчайзингу). Попри значну увагу науковців до загальних правових засад франчайзингу, питання його правової природи, особливостей реалізації та захисту прав на об'єкти інтелектуальної власності у межах франчайзингових відносин залишаються недостатньо дослідженими та потребують подальшого ґрунтовного аналізу.

Метою статті є комплексний аналіз правових засад франчайзингу як форми використання об'єктів права інтелектуальної власності у господарських правовідносинах.

Виклад основного матеріалу. Франчайзинг є специфічною формою організації підприємницької діяльності, що базується на використанні об'єктів інтелектуальної власності в межах господарських правовідносин. Його правова природа відображає поєднання майнових і немайнових прав, комерційних інтересів і механізмів захисту прав суб'єктів підприємництва. У науковій літературі франчайзинг здебільшого визначається як форма договірних відносин, за якої одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) на певний строк право на використання комплексу прав, що охоплює, зокрема, торговельну марку, комерційне найменування, ноу-хау, технології, систему ведення бізнесу, стандарти обслуговування та інші об'єкти права інтелектуальної власності [1, с.79]. Так, відповідно до Цивільного кодексу України (ст. 1115–1129) [2], аналогом франчайзингу виступає договір комерційної концесії, який, хоча й не відображає усі аспекти франчайзингових правовідносин, все ж є нормативною основою для їх реалізації в національному правовому середовищі. Види франчайзингу, що сформувався у правозастосовчій практиці, охоплюють товарний, сервісний, виробничий, класичний та змішаний франчайзинг, кожен із яких має свої особливості у предметі договору, обсязі переданих прав та сфері застосування. Наприклад, товарний франчайзинг передбачає право реалізації продукції під комерційним найменуванням франчайзера, тоді як виробничий – виробництво продукції із застосуванням торговельної марки франчайзера. У свою чергу, сервісний франчайзинг найбільш поширений у сфері послуг (ресторанний

вати договір до конкретних економічних, галузевих і регіональних умов [4, с. 26]. Йому кореспондує принцип автономії волі, який фіксує незалежність волевиявлення сторін щодо укладення, зміни та припинення договірних зобов'язань.

Не менш важливим є принцип законності, що зобов'язує сторони діяти в межах чинного національного та міжнародного законодавства, зокрема щодо охорони прав інтелектуальної власності, добросовісної конкуренції, захисту прав споживачів та комерційної таємниці. В умовах цифровізації та глобалізації бізнес-процесів дотримання цього принципу набуває особливої ваги, оскільки нехтування ним може мати транскордонні правові наслідки.

Принцип добросовісності та чесності відображає етичний імператив договірних відносин, передбачаючи необхідність утримання сторін від зловживань правом, введення в оману, маніпулювання умовами договору тощо [5, с.24]. Він також забезпечує взаємну довіру, без якої довгострокове функціонування франчайзингових відносин є неможливим.

Принцип уніфікації та стандартизації зумовлений специфікою франчайзингової моделі, яка передбачає розповсюдження ідентичної системи ведення бізнесу на різні ринки. Франчайзі зобов'язаний дотримуватися встановлених франчайзером стандартів якості, корпоративної стилістики, маркетингових стратегій, що гарантує цілісність бренду та лояльність споживачів.

Таким чином, принципи франчайзингу не лише забезпечують правову впорядкованість відповідних відносин, але й створюють передумови для сталого розвитку інноваційного підприємництва та комерційного обігу у сфері інтелектуальної власності.

Права інтелектуальної власності відіграють центральну роль у механізмі франчайзингу, виступаючи одним із об'єктів, права на які передаються від

Одним із базових є принцип свободи договору, який передбачає право сторін самостійно визначати істотні умови договору франчайзингу в межах, встановлених законом. Цей принцип забезпечує гнучкість правової конструкції та дозволяє адапту-

франчайзера до франчайзі з метою забезпечення ідентичності бренду та унікальності бізнес-моделі. В межах франчайзингових відносин можуть передаватися різні види об'єктів інтелектуальної власності, що охоплюють торговельні марки, комерційні таємниці, патентні права, ноу-хау, а також промислові зразки і географічні зазначення [6, с.15].

Відповідно до частини 2 статті 1118 Цивільного кодексу України, договір комерційної концесії підлягає обов'язковій державній реєстрації. Однак на сьогодні відсутній затверджений порядок такої реєстрації, і відповідні державні органи її не здійснюють. З огляду на цю правову невизначеність та її можливі негативні наслідки, на практиці концесійні правовідносини часто оформлюються через систему окремих договорів. Зокрема, укладаються: ліцензійний договір на використання торговельної марки, договір про передачу авторських прав (наприклад, на програмне забезпечення чи стандарти), договір купівлі-продажу між постачальником і покупцем товарів, договір про надання консалтингових послуг, договір щодо розвитку території, а також договори про передачу ноу-хау. У ряді випадків ці договори застосовуються комплексно [7].

Правове регулювання франчайзингу в Україні базується на комплексі нормативно-правових актів, які визначають основи здійснення господарської діяльності та охорони інтелектуальної власності. Вітчизняне законодавство не містить спеціального закону про франчайзинг, тому основними нормативними джерелами є Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, а також Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг». Зокрема, у Цивільному кодексі закріплені положення щодо договору комерційної концесії (статті 1115–1129), який фактично є правовою основою для укладення франчайзингових угод.

Скасування Господарського кодексу України призводить до остаточного переходу договору франчайзингу до сфери цивільно-правового регулювання, що потребує адаптації договірної практики до положень Цивільного кодексу.

У міжнародному правовому полі франчайзинг регулюється через загальні принципи договорного права, норми міжнародних організацій та угод, зокрема Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (Віденська конвенція 1980 р.) [8], угоди TRIPS про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності [9], а також рекомендації та моделі договорів, розроблені Всесвітньою організацією інтелектуальної власності (WIPO) та Інститутом об'єднаних націй з права торгівлі та договорів (UNIDROIT). Для країн Європейського Союзу характерне застосування директив і регламентів, що уніфікують норми інтелектуальної власності та комерційної діяльності, створюючи сприятливі умови для розвитку франчайзингу на єдиному ринку [10]. Особливу увагу приділяють укладенню договору комерційної концесії, який у правовій науці розглядається як комплексний договір із багатогранними юридичними наслідками. Важливими елементами договору є чітке визначення предмета франшизи, обсягу прав і обов'язків сторін, строку дії, умов оплати, а також положень про захист конфіденційної інформації і механізми вирішення спорів. Недосконалість або нечіткість окремих положень може призводити до невиконання чи неналежного виконання умов договору та судового вирішення спору.

Проблематика розвитку франчайзингу в Україні характеризується низкою суттєвих викликів, які зумовлюють необхідність комплексного реформування правового поля. По-перше, відсутність спеціалізованого законодавчого акту,



що регулював би відносини у сфері франчайзингу, призводить до правової невизначеності та ускладнює практичне застосування існуючих норм Цивільного та Господарського кодексів. Така ситуація зумовлює неоднозначність тлумачення ключових положень договору комерційної концесії, а також недостатній рівень захисту прав і інтересів сторін, що істотно впливає на інвестиційну привабливість франчайзингового ринку в Україні.

По-друге, значною перешкодою є довготривалість процедури реєстрації прав інтелектуальної власності. Відсутність оперативного та прозорого механізму реєстрації унеможливорює ефективний захист об'єктів права інтелектуальної власності, що негативно впливає на стабільність господарських відносин і стримує розвиток інноваційної складової франчайзингу.

Порушення умов договору франчайзингу, як у формі повного невиконання, так і неналежного виконання зобов'язань, становить одну з найсуттєвіших проблем у сфері договірних регулювань комерційних відносин, що базуються на передачі комплексу виключних прав інтелектуальної власності, комерційного досвіду та ділової репутації. Особливість правової природи договору комерційної концесії (франчайзингу) полягає у складному та багатофункціональному характері об'єкта, який включає не лише окремі результати творчої діяльності, а й інтегровану бізнес-модель, що вимагає особливого рівня добросовісності, взаємної довіри та високого стандарту виконання зобов'язань обома сторонами.

Порушення з боку франчайзера зазвичай полягають у неналежній передачі об'єктів інтелектуальної власності, відсутності юридичного захисту чи належної державної реєстрації таких об'єктів, обмеженні доступу франчайзі до ноу-хау, або ухиленні від забезпечення належ-

ного навчання та супроводу. Такі дії можуть спричинити деструкцію локальної бізнес-моделі, зниження прибутковості субфранчайзингової мережі, втрату конкурентних переваг та, зрештою, призвести до дострокового розірвання договору за ініціативою франчайзі або до судового розгляду спору [11, с.221].

У свою чергу, неналежне виконання договору з боку франчайзі, що може полягати у недотриманні корпоративних стандартів, зниженні якості товарів або послуг, несанкціонованому використанні торговельної марки або розголошенні конфіденційної інформації, тягне за собою репутаційні ризики для франчайзера, порушує цілісність бренду на ринку та підриває механізми правової охорони переданих об'єктів права інтелектуальної власності.

Таким чином, проблематика невиконання або неналежного виконання зобов'язань у межах договору франчайзингу актуалізує потребу у більш детальному правовому регулюванні, уніфікації судової практики щодо способів захисту порушених прав сторін, а також у напрацюванні якісних типових форм договорів, що враховують баланс інтересів сторін, принципи добросовісності, належної обізнаності та передбачуваності правових наслідків.

Наукова дискусія також акцентує увагу на необхідності розробки спеціального законодавства, яке б систематизувало правові норми франчайзингу, запроваджувало дієві механізми контролю за дотриманням стандартів і захистом інтелектуальної власності, а також забезпечувало ефективне врегулювання спорів між учасниками договору. У контексті вказаних проблем і перспектив формування сучасного правового середовища для франчайзингу в Україні виступає фундаментальним фактором для сталого розвитку бізнесу та інтеграції в європейський та світовий економічний простір.



Висновки. У результаті проведеного дослідження було встановлено, що правове регулювання франчайзингу в Україні характеризується окремими недоліками, зокрема відсутністю спеціального законодавства, яке б комплексно врегульовувало особливості франчайзингових відносин та захист прав інтелектуальної власності, що передаються в рамках договорів комерційної концесії. Існуючі норми Цивільного та Господарського кодексів не забезпечують належного рівня правової визначеності і безпеки для учасників господарських відносин, що стримує розвиток франчайзингу та знижує інвестиційну привабливість галузі. Виявлено також низку проблем, пов'язаних із процедурою реєстрації прав інтелектуальної власності, які ускладнюють ефективний захист прав франчайзерів і створюють додаткові ризики порушення умов договору.

Для подолання виявлених проблем у сфері правового регулювання франчайзингу в Україні пропонується розробити та прийняти спеціальний закон про франчайзинг, який би систематизував правові норми, врегульовував механізми передачі прав інтелектуальної власності, стандарти якості та контролю за їх дотриманням, а також передбачав ефективні процедури вирішення спорів між сторонами договору. Реалізація цих пропозицій сприятиме створенню сприятливого правового середовища, що стимулюватиме розвиток франчайзингових відносин в Україні, підвищуватиме рівень захисту прав учасників ринку та сприятиме залученню інвестицій і інновацій у національну економіку.

Актуальність заявленої теми наукового дослідження зумовлена зростанням ролі інтелектуальної власності як ключового нематеріального активу та необхідністю удосконалення правових механізмів її комерціалізації в умовах

ринкової економіки. Франчайзинг як особлива форма використання прав інтелектуальної власності в господарських правовідносинах виступає інструментом поширення інноваційних технологій, підвищення конкурентоспроможності та стимулювання підприємницької активності, що набуває особливої актуальності в умовах економічної нестабільності та правової трансформації в Україні.

У зв'язку з цим дослідження спрямоване на визначення правової природи франчайзингу, з'ясування його правових засад та принципів як інструменту використання об'єктів права інтелектуальної власності в господарській діяльності, а також на виявлення проблем у реалізації франчайзингових відносин в умовах прогалин правового регулювання. Методологічною основою дослідження виступають формальний, порівняльно-правовий, системно-функціональний методи, що дозволяють проаналізувати національне законодавство, практику його застосування та міжнародні стандарти правового регулювання франчайзингу.

У статті розкрито сутність франчайзингу як комплексної договірної конструкції, в якій право на використання торговельної марки, ноу-хау та інших об'єктів права інтелектуальної власності є центральним елементом. Особливу увагу приділено недолікам правового регулювання комерційної концесії в Україні, проблемам виконання та належного оформлення договорів франчайзингу, а також способам уникнення негативних правових наслідків.

Теоретичне значення дослідження полягає в уточненні правової природи франчайзингу та визначенні принципів франчайзингу як форми господарського використання об'єктів права інтелектуальної власності, а також



у формулюванні концептуальних підходів до вдосконалення його правового регулювання. Практичне значення наукового дослідження полягає в розробці пропозицій щодо підвищення ефективності договірної практики у сфері франчайзингу, зокрема шляхом мінімізації правових ризиків і стимулювання комерціалізації нематеріальних активів.

Ключові слова: франчайзинг, комерційна концесія, право інтелектуальної власності, господарські правовідносини, договір, захист прав, розпорядження правами інтелектуальної власності.

Bortsevych P., Shelepa A. Legal Principles of Franchising as a Form of Intellectual Property Rights Utilization in Commercial Legal Relations

The relevance of the chosen research topic is driven by the growing role of intellectual property as a key intangible asset and the need to improve legal mechanisms for its commercialization in a market economy. Franchising, as a specific form of exercising intellectual property rights within commercial legal relations, serves as an instrument for spreading innovative technologies, enhancing competitiveness, and stimulating entrepreneurial activity – gaining particular importance amid economic instability and legal transformation in Ukraine.

Accordingly, the study aims to determine the legal nature of franchising, clarify its legal foundations and principles as a tool for utilizing intellectual property objects in business activities, and identify problems in the implementation of franchising relations due to gaps in legal regulation. The methodological basis of the research includes formal, comparative-legal, and systemic-functional methods, which allow for the analysis

of national legislation, its practical application, and international standards for franchising regulation.

The article reveals the essence of franchising as a complex contractual structure in which the right to use trademarks, know-how, and other intellectual property objects is the central element. Particular attention is paid to the shortcomings of the legal regulation of commercial concession in Ukraine, issues related to the execution and proper drafting of franchise agreements, as well as methods for avoiding negative legal consequences.

The theoretical significance of the study lies in clarifying the legal nature of franchising and defining the principles of franchising as a form of commercial use of intellectual property objects, as well as in developing conceptual approaches to improving its legal regulation. The practical value of the research consists in developing proposals for increasing the effectiveness of contractual practice in the field of franchising, particularly through minimizing legal risks and stimulating the commercialization of intangible assets.

Key words: franchising, commercial concession, intellectual property law, commercial legal relations, contract, rights protection, disposal of intellectual property rights.

Література:

1. Килимник І. І. Особливості правового регулювання договору комерційної концесії (франчайзингу). дис. ... канд. юрид. наук. Харків, 2003. 195 с. URL: <https://uacademic.info/download/file/0404U000049/aref.doc>
2. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 року № 435-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 40–44. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
3. Види франчайзингу. URL: <https://franchise-capital.com/blog/vidi-franchajzingu/>



4. Вакулович Е. В. Визначення меж дії принципу свободи договору в зобов'язальному праві (на прикладі публічного договору). Актуальні проблеми вітчизняної юриспруденції. № 1. 2020. С. 24–27. URL: http://apnl.dnu.in.ua/1_2020/8.pdf

5. Логуш Л. В. Принцип добросовісності в договірних відносинах. Дні науки Національного університету "Киево-Могилянська академія" на факультеті правових наук: тези наукових доповідей та повідомлень [на круглих столах 23 та 27 січня 2014 року / редкол.: Мелешевич А. А. та ін.] ; Нац. ун-т «Киево-Могилян. акад.», Ф-т правових наук. Київ : [НаУКМА], 2014. С. 22–27.

6. Золота Л. В. Зміст франчайзингу: особливості договору комерційної концесії. Нове українське право. Вип. 2, 2024. С. 14–20. URL: <http://newukrainianlaw.in.ua/index.php/journal/article/view/579/527>

7. Коваль М. Правовий захист власника франшизи в Україні. URL: <https://surl.li/psghua>

8. Конвенція Організації Об'єднаних Націй про договори міжнародної купівлі-продажу товарів від 11 квітня 1980 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_003#Text

9. Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності від 15.04.1994 р. № 981_018. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_018#Text

10. Intellectual property law and the Single Market: the way ahead. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12027-014-0349-9>

11. Войнаренко М. П. Ризики у франчайзинговій діяльності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 6, Т. 1. С. 218–222. URL: https://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_6_1/pdf/218-222.pdf