**Паніна Ю. С.**

*здобувач, асистент кафедри міжнародного*

*приватного права, правосуддя та адвокатури*

*Ужгородський національний університет*

*м. Ужгород, Україна*

**ЄВРОПЕЙСЬКИЙ КОДЕКС ЕТИКИ ФРАНЧАЙЗИНГУ ЯК ДЖЕРЕЛО ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВОРУ ФРАНЧАЙЗИНГУ**

При вивченні проблеми правового регулювання договору франчайзингу привертає увагу досвід ненормативної уніфікації норм, здійсненої франчайзинговими асоціаціями, які створені у багатьох країнах для захисту своїх інтересів, а також для створення умов, що сприяють розвитку франчайзингу.

Такі асоціації можуть поєднувати франчайзерів або франчайзі, чи тих і інших. Такі франчайзингові асоціації розробляють так звані кодекси поводження (їх ще називають кодекси поведінки, етичні кодекси, кодекси ділової етики), у яких, як правило, дається визначення франчайзингу, а також у тій чи іншій мірі визначаються права й обов'язки франчайзерів і франчайзі, визначається перелік інформації щодо франшизи, яку франчайзер розкриває до підписання франчайзингового договору [2, с. 92].

Однак слід відзначити, що кодекси поведінки були прийняті не тільки по відношенню до договорів франчайзингу. Вперше кодекси поведінки з’явилися в 30-х роках ХХ ст. у США. Серед таких документів слід назвати «Міжнародний кодекс рекламної практики», створений Міжнародною торговою палатою у 1937 р. Нею було створено також ряд кодексів щодо маркетингової діяльності: з питань просування товару, їх продажу поштою, практики безпосереднього продажу, а також з проведення маркетингових і соціальних досліджень. Схожі за правовою природою документи створюються різними асоціаціями, біржами, навіть окремими комерсантами [1].

Ключовим кодексом поведінки в сфері франчайзингових відносин в ЄС є Європейський Кодекс Етики Франчайзингу, прийнятий Європейською Федерацією Франчайзингу. Однак юридична сила вищезазначеного Кодексу, не є чітко визначеною. Для з’ясування цього питання слід спочатку визначити правовий статус Європейської Федерації Франчайзингу.

Європейська Федерація Франчайзингу (далі ЄФФ) була створена у 1972 р. як міжнародна неурядова некомерційна організація, яка об’єднала дев’ять держав: Австрію, Бельгію, Данію, Німеччину, Італію, Нідерланди, Великобританію, Португалію та Францію [4, с. 39].

На сьогоднішній день ЄФФ є єдиною представницькою організацією франчайзингового сектору в Європі. До складу членів ЄФФ входять національні франчайзингові асоціації, що є представницькими організаціями не тільки країн-членів ЄС, але й країн, що є потенційними членами ЄС, або які мають деякі офіційні зв’язки з ЄС. ЄФФ незалежна від будь-якого управлінського інституту ЄС. Однією з основних місій ЄФФ є моніторинг законодавчої ініціативи Європейської Комісії та донесення своєї позиції до відома ЄС для захисту про-конкурентного розвитку франчайзингу на території всієї Європи [6].

Європейський Кодекс Етики Франчайзингу (далі ЄКЕФ) був прийнятий 1972 р., в рік заснування ЄФФ, та переглянутий і оновлений у 1991 р. На сьогодні чинною є саме редакція 1991 р. ЄКЕФ – це набір етичних норм, покликаних сприяти саморегулюванню країн-членів ЄФФ, які повинні на основі цих етичних правил самостійно визначати, якими засобами запобігати поведінці, яка може мати згубні наслідки для іміджу та розвитку франчайзингу у відповідній країні. ЄКЕФ зарекомендував себе як принципово корисний документ не тільки для саморегуляції практики франчайзингу на європейському ринку, але й для забезпечення надійної ролі ЄФФ у відносинах з авторитетними представниками національної влади та представниками владних органів ЄС [5].

Насамперед, ЄКЕФ закріплює уніфіковані визначення ключових термінів у сфері франчайзингу – власне терміну «франчайзинг», терміну «ноу-хау» як пакету незапатентованої практичної інформації. Крім цього, положення ЄКЕФ закріплюють основні обов’язки сторін (франчайзера та франчайзі), врегульовують переддоговірні відносини сторін, порядок залучення франчайзі та надання йому попередньої інформації про франчайзингову пропозицію. ЄКЕФ лаконічно визначає основні істотні умови («необхідний мінімум питань»), які мають регулюватись договором франчайзингу [3].

Слід відзначити таке важливе положення ЄКЕФ як обов’язок розкриття певної інформації про франшизу перед укладенням основного договору франчайзингу. Стаття 3.3 ЄКЕФ закріплює: «Для того щоб окремі потенційні франчайзі могли вступати у договірні зобов’язання з повними знаннями, їм має бути надано копію діючого Кодексу Етики та повне і точне письмове розкриття інформації щодо франчайзингових відносин протягом розумного строку до укладення зобов’язуючих документів» [3].

Як вже зазначалось, відповідний обов’язок франчайзера розкривати важливі відомості про себе та запропоновану франшизу передбачений та детально врегульований національним законодавством кількох держав-членів ЄС. Порівняно з цим законодавством Європейський Кодекс Етики Франчайзингу не визначає конкретний період часу перед укладенням основного договору, протягом якого франчайзі повинен отримати документ про розкриття інформації. Цей проміжок часу визначений тільки як розумний строк. Так само не визначеними є і відомості, які франчайзер повинен заздалегідь повідомити потенційному франчайзі у документі про розкриття інформації. Тож положення ЄКЕФ є дуже узагальненими.

На підставі свого членства в ЄФФ в кожній країні, що приєдналась до Федерації, відповідна національна франчайзингова асоціація бере на себе зобов’язання поважати та сприяти поширенню положень ЄКЕФ [5]. На сьогоднішній день членами ЄФФ є двадцять одна європейська держава: Австрія, Бельгія, Великобританія, Хорватія, Чехія, Данія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Угорщина, Італія, Нідерланди, Польща, Португалія, Сербія, Словенія, Іспанія, Швеція, Швейцарія та Туреччина. Зазначені держави на основі ЄКЕФ ухвалили власні кодекси етики франчайзингу, які виступають джерелом регулювання відносин франчайзингу, хоча й не мають загальнообов’язкового характеру.

Отже, етичні норми, закріплені в ЄКЕФ, не мають нормативного характеру, оскільки втілюють в собі рекомендаційні положення, ухвалені неурядовою міжнародною організацією. ЄКЕФ містить основоположні принципи комерційної етики, розроблені з урахуванням специфіки франчайзингових правовідносин, та служить фундаментом для національних кодексів етики, ухвалених франчайзинговими асоціаціями окремих країн-членів ЄФФ. В силу відсутності у багатьох державах-членах ЄС законодавчих норм, які б регулювали договір франчайзингу, або недостатності відповідного нормативно-правового регулювання, дуже часто саме ЄКЕФ стає основою для врегулювання відносин між франчайзером та франчайзі.

**Список літератури:**

1. Боярська З. І. Міжнародне комерційне право: Навч. Посібник [Електронний ресурс] / З.І. Боярська. — К.: КНЕУ, 2001. — 143 с. – Режим доступу: <http://studentam.net.ua/content/view/6117/93/> (дата звернення: 13.02.2015).

2. Дмитришин В. С. Міжнародний досвід правового регулювання відносин у сфері франчайзингу / В. С. Дмитришин // Часопис цивілістики. – 2012. – № 13. – С. 90–94.

3. Європейський Кодекс Етики Франчайзингу [Електронний ресурс]: Європейська Федерація Франчайзингу. – 1991 р. – Режим доступу: <http://franchising.ua/franchayzing/94/evropeyskiy-kodeks-etiki-franchayzingu/> (дата звернення: 10.02.2015).

4. Римская С. В. Эволюция института франчайзинга в РФ и странах Западной Европы / С. В. Римская // Право: история, теория, практика: материалы междунар. науч. конф. (г.Санкт-Петербург, июль 2011 г.).  — СПб.: Реноме, 2011. — С. 37–40.

5. Introduction to European Code of Ethics: an example of Self Regulation / European Franchise Federation [Electronic resource] // Official website of the European Franchise Federation. – Mode of access: <http://www.eff-franchise.com/spip.php?rubrique14> (viewed on February 24, 2015).

6. Presenting the Federation [Electronic resource]: The Aims of the Federation / European Franchise Federation // Official website of the European Franchise Federation. – Mode of access: <http://www.eff-franchise.com/spip.php?rubrique14> (viewed on February 23, 2015).