

Dzhuchchi, R., Herasym, H., and Lakhmund, I. *Nahliad za diialnistiu u finansovomu sektori Ukrainy: chy dopomozhe ob'iednannia nahliadovykh orhaniv?* [Supervision of the financial sector of Ukraine: Would an integrated supervisor?]. Kyiv: Instytut ekonomichnykh doslidzen ta politychnykh konsultatsii; Nimetska Konsultatyvna Hrupa pry Uriadi Ukrainy, 2005.

E. Goodhart, C. A. *The Organizational Structure of Banking Supervision*. Basel: Financial Stability Institute; Bank for International Settlements, 2002.

James, R. Barth "A Cross-Country Analysis of the Bank Supervisory Framework and Bank Performance". *Economic and Policy Analysis Working Paper* (2002).

Luk'ianets, O. V. "Reformuvannia finansovoho rehuliuvan-
nia ta nahliadu dlia zabezpechennia stiikosti finansovoi systemy Ukrainy" [Reform of financial regulation and supervision to ensure the stability of the financial system of Ukraine]. *Problemy i perspektyvy rozvytku bankivskoi systemy Ukrainy* (2011): 382.

Masciandro, D., and Quintyn, M. "Regulating The Regulators: The Changing Face Of Financial Supervision Architectures Before And After The Crisis". *European Company Law*, vol. 6, no. 5 (2009).

Sait Svitovoho banku. siteresources.worldbank.org

УДК 334.75

КОМЕРЦІЙНА КОНЦЕСІЯ ТА СУМІЖНІ ДОГОВОРИ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ

ЦЕСЛІВ А. С.

УДК 334.75

Цеслів А. С. Комерційна концесія та суміжні договори: порівняльний аспект

Франчайзинг вважається однією з найефективніших форм організації бізнесу у світі, проте, в українському законодавстві не існує такого поняття. Натомість використовується термін «комерційна концесія». У науковій літературі немає єдиної думки щодо відповідності цих цивільно-правових угод. Тому метою статті є виявлення рівня співвідношення понять франчайзинг і комерційна концесія, а також порівняння таких угод із суміжними договорами. У статті детально проаналізовані терміни «франчайзинг» і «комерційна концесія», розглянуто основні законодавчі документи, які регламентують даний вид цивільно-правових відносин і виділено фактори, що гальмують розвиток таких відносин. Встановлено, що в українському законодавстві ці терміни є рівнозначними. Також було виділено основні компоненти, на яких базується франчайзинг, це: передача комерційного досвіду та (або) прав на користування об'єктами інтелектуальної власності; двосторонність відносин; юридична, фінансова та адміністративна самостійність сторін; платність; консультативна та інша підтримка; наявність письмового зареєстрованого договору. Здійснено порівняння договору комерційної концесії з ліцензійним договором і договором про спільну діяльність та виділено їх відмінності.

Ключові слова: франчайзинг, комерційна концесія, франшиза, ліцензія, спільна діяльність.

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 14.

Цеслів Анна Степанівна – асистент, кафедра теоретичної та прикладної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» (пр. Перемоги, 37, Київ, 03056, Україна)

E-mail: tsestiv@rambler.ru

УДК 334.75

UDC 334.75

Цеслів А. С. Коммерческая концессия и смежные договоры: сравнительный аспект

Франчайзинг считается одной из самых эффективных форм организации бизнеса в мире, однако в украинском законодательстве не существует такого понятия. Вместо этого используется термин «коммерческая концессия». В научной литературе нет единого мнения относительно соответствия этих гражданско-правовых сделок. Поэтому целью статьи является выявление уровня соотношения понятий «франчайзинг» и «коммерческая концессия», а также сравнение таких соглашений с смежными договорами. В статье подробно проанализированы термины «франчайзинг» и «коммерческая концессия», рассмотрены основные законодательные документы, регламентирующие данный вид гражданско-правовых отношений и выделены факторы, тормозящие развитие таких отношений. Установлено, что в украинском законодательстве эти понятия равнозначны. Были выделены основные компоненты, на которых базируется франчайзинг, это: передача коммерческого опыта и (или) прав на пользование объектами интеллектуальной собственности; двусторонность отношений; юридическая, финансовая и административная самостоятельность сторон; платность; консультативная и другая поддержка, наличие письменного зарегистрированного договора. Были сравнены договоры коммерческой концессии с лицензионным и договором о совместной деятельности и выделены их отличия.

Ключевые слова: франчайзинг, коммерческая концессия, франшиза, лицензия, совместная деятельность.

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Библ.:** 14.

Цеслів Анна Степанівна – асистент, кафедра теоретичної та прикладної економіки, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» (пр. Перемоги, 37, Київ, 03056, Україна)

E-mail: tsestiv@rambler.ru

Tsestiv A. S. Commercial Concession and Adjacent Agreements: Comparative Aspect

Franchise is considered to be one of the most efficient forms of organisation of business in the world, however, there is no such a notion in Ukrainian legislation. Instead, the term «commercial concession» is used. There is no common opinion in scientific literature regarding correspondence of these civil and legal transactions. That is why, the goal of the article is to reveal the level of correlation of «franchise» and «commercial concession» notions and comparison of these agreements with adjacent agreements. The article analyses «franchise» and «commercial concession» terms, considers main legislative documents that regulate this type of civil and legal relations and marks out factors that hinder development of these relations. The article establishes that these notions are equivalent in the Ukrainian legislation. It specifies main components, on which franchise is based: transfer of commercial experience and (or) rights to use objects of intellectual property; two-way relationship; legal, financial and administrative independence of the parties; payment; consultancy and other support; and availability of a written registered agreement. It compares agreements of commercial concession with licence ones and agreements on joint activity, and marks out their differences.

Key words: franchise, commercial concession, licence, joint activity.

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Библ.:** 14.

Tsestiv Anna S. – Assistant, Department of the Theoretical and Applied Economics, National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute» (pr. Peremogy, 37, Kyiv, 03056, Ukraine)

E-mail: tsestiv@rambler.ru

Франчайзинг є однією з найбільш ефективних форм ведення бізнесу у світі, що дедалі більше набирає популярність в Україні. Законопроект «Про франчайзинг» був поданий на розгляд у 2004 р., але не був прийнятий. Тому в українському законодавстві не існує поняття «франчайзинг». Натомість використовується поняття «комерційна концесія», використання якого регулюється главою 76 Цивільного Кодексу (ЦК) і главою 36 Господарського Кодексу (ГК) України.

Проте, для ведення бізнесу та реалізації договорів на основі франчайзингу іноземними та вітчизняними інвесторами необхідне чітке розуміння змісту термінів для запобігання конфліктів та непорозумінь. Тому вважаємо актуальним більш глибокий аналіз понять франчайзинг, комерційна концесія і встановлення їх відмінності від суміжних договорів.

У науковій літературі немає єдиної думки щодо відповідності цих цивільно-правових угод. Так, Рикова І. вважає, що комерційна концесія є вужчим поняттям ніж франчайзинг і може відобразити його лише частково, а Опейда З. [1], Афан А. [2], Новосельцев О. – що ці поняття є тотожними. Існує також думка, що франчайзинг є різновидом ліцензійної угоди. Так, Ф. Котлер [3] визначає франчайзинг, як найпоширенішу форму ліцензування.

Отже, *об'єктом* дослідження є комерційна концесія, франчайзинг, ліцензійний договір і договір про спільну діяльність. Для їх дослідження використано такі методи: індукції, дедукції та метод компаративізму.

Метою статті є виявлення рівня співвідношення понять франчайзинг та комерційна концесія, а також порівняння таких угод з суміжними договорами.

Для вирішення поставленої задачі порівняємо визначення комерційної концесії та франчайзингу. 1 січня 2004 р. вступив у силу Цивільний Кодекс України, глава 76 якого регулює відносини комерційної концесії (лат. *concession* – дозвіл, поступка). У цій главі дається пояснення, що являє собою договір комерційної концесії, проте відсутнє саме визначення терміну. Так, у ст. 1115 вказано, що «за договором комерційної концесії одна сторона (правовласник) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг» [4].

Таким чином, можна сказати, що комерційна концесія – це самостійний вид цивільно-правового договору, що передбачає співпрацю двох сторін (франчайзера і франчайзі) з приводу передачі права на використання комплексу виключних прав і діє на умовах платності, підтримки і самостійності.

Приймемо це визначення за основне, з яким і будемо порівнювати визначення франчайзинг. Оскільки цей термін не регулюється українським законодавством, розглянемо визначення, запропоновані міжнародною асоціацією франчайзингу (IFA) і відомими науковцями, які займалися вивченням даної сфери (*табл. 1*).

Як бачимо з наведених визначень, можна зробити висновок про те, що не існує єдиного поняття «франчайзинг».

Проаналізувавши визначення, можна виділити особливі риси, що притаманні франчайзингу (*рис. 1*):

Таблиця 1

Визначення терміна «франчайзинг»

Автор	Визначення
Спінеллі С.	Франчайзинг – це така форма організації та ведення бізнесу, у відповідності до якої один з підприємців (франчайзер) розробляє модель бізнес-процесу і продає права на ведення бізнесу у відповідності до цієї моделі іншому підприємцю (франчайзі)
Цірат А. В.	Франчайзинг – це певний спосіб просування і збуту товарів і послуг.
Міжнародна асоціація франчайзингу	Франчайзинг - це договір або ліцензія між двома юридично незалежними сторонами, який надає: <ul style="list-style-type: none"> людині або групі людей (франчайзі) право на продаж продукту або послуги, використовуючи товарний знак або фірмову назву іншої компанії (франчайзера); франчайзі право на продаж товару або послугу, використовуючи методи роботи франчайзера; франчайзі зобов'язання по виплаті франчайзеру плати за надані права; франчайзеру зобов'язання з надання прав і підтримки франчайзі
Гончаров С. М.	Франчайзинг – специфічна форма договірних економічних взаємовідносин великих компаній з дрібними виробничо-підприємницькими структурами, за якої малі підприємства (франчайзі) можуть функціонувати під егідою великих організацій (франчайзерів), користуючись їхніми товарними знаками й емблемами. При цьому вони не втрачають адміністративної, фінансової і юридичної самостійності
Ягудін С. Ю.	Франчайзинг – це ліцензія на використання товарного знака та технології зі взаємними зобов'язаннями і пільгами по веденню бізнесу між франчайзером (передавальна фірма) і франчайзі (одержуюча фірма або приватний підприємець), що надається за певну компенсацію і оформлена у відповідності до закону про товарні знаки
Бланк І. А.	Франчайзинг (<i>franchising</i>) – продаж ліцензії на технологію або товарний знак фірми, що має високий імідж на ринку, за умови дотримання покупцем (франчайзіатом) визначених продавцем ліцензії (франчайзером) стандартів якості продукції та послуг у процесі її реалізації

Розроблено за [5 – 10].

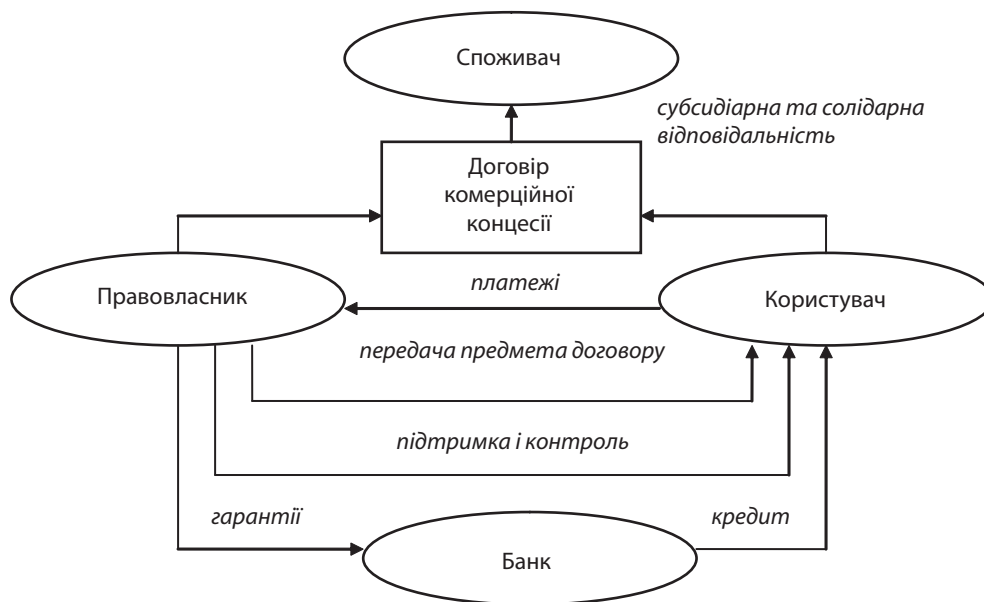


Рис. 1. Схема взаємодії елементів комерційної концесії (авторська розробка)

- ✦ передача комерційного досвіду та (або) прав на користування об'єктами інтелектуальної власності;
- ✦ двосторонність відносин;
- ✦ юридична, фінансова і адміністративна самостійність сторін;
- ✦ платність;
- ✦ консультативна та інша підтримка;
- ✦ наявність письмового зареєстрованого договору.

Франчайзинг не може існувати без підписання договору. У даному питанні комерційна концесія повністю відповідає франчайзингу, оскільки у ЦК зазначено, що договір вважається дійсним лише при укладанні його в письмовій формі і державній реєстрації, функція якої покладена на правовласника (якщо інше не встановлено договором).

Обидві сторони – самостійні суб'єкти господарювання. За даним пунктом поняття комерційна концесія також відповідає франчайзингу, оскільки користувачем може виступати юридична чи фізична особа, що є суб'єктом підприємницької діяльності.

Отримання постійної консультативної та іншої допомоги з боку франчайзера є базовою функцією франчайзингу, і в українському законодавстві передбачено технічне та консультативне сприяння з боку правовласника.

Одним із ключових моментів, на якому базується франчайзинг, є його предмет договору. При купівлі франшизи відбувається передача комерційного досвіду та прав на користування об'єктами інтелектуальної власності (ТМ, назва, ноу-хау, тощо). Розглядаючи договір комерційної концесії в Україні, його предметом є також право на використання об'єктів прав інтелектуальної власності (ст. 1116 ЦК). У ЦК і ГК України визначається необхідним контроль якості продукції чи послуг, що надає користувач (франчайзі) з боку правовласника (франчайзера), що співпадає із загально визначеними стандартами ведення бізнесу франчайзингу у світі.

У разі порушення якості продукції вони разом несуть відповідальність.

Крім того, комерційна концесія діє на платній основі і не є обов'язково обмежена на певній території та за строком, а правовласник не має права встановлювати ціну на продукт або її рівень [11].

Отже, можна сказати, що в Україні ці терміни можуть бути взаємозамінювані. Тим більше, що Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва у листі № 761 від 11. 02. 2004 р. дав пояснення, що поняття «франчайзинг» відповідає поняттю «комерційна концесія».

Проте, укладаючи франчайзингові договори з іншими країнами, необхідно розуміти особливості регулювання франчайзингових угод на їх території. У ряді країн поняття комерційної концесії є вужчим, ніж поняття «франчайзинг». Так, у таких країнах, як Бельгія, Франція і Швейцарія, комерційна концесія є різновидом дистриб'юторських угод і відповідає лише збутовому типу франчайзингу (при праві використання фірмового найменування) [1].

Необхідно враховувати, що в українському законодавстві існують суперечливі моменти щодо укладання договору комерційної концесії. Права і обов'язки сторін такої угоди роз'яснено в ст. 1120 – 1122 ЦК і ст. 370 – 372 ГК. Згідно зі ст. 1123 ЦК правовласник несе субсидіарну і солідарну відповідальність з користувачем (франчайзі). Проте солідарна відповідальність виникає при корпоративних формах ведення бізнесу, а франчайзі і франчайзер є самостійними суб'єктами господарської діяльності. Ст. 1119 ЦК визначає, що до договору субконцесії застосовуються ті ж норми, що і до концесії. Постає питання, чи зможе кінцевий користувач при виникненні проблем звернутися за компенсацією спочатку до субфранчайзі, потім до франчайзі та франчайзера і як відповідають франчайзери за товари, що продаються під їх ТМ [2].

Також франчайзер не має права вимагати від франчайзі підтримку цін на певному рівні, що може стати причиною неможливості встановлення єдиної цінової політики у всіх підприємств, що діють під єдиною ТМ, що погано впливає на франчайзерів. Як і умова про продовження угоди на тих самих умовах, що не дає франчайзеру можливість враховувати зміни умов у ринковій кон'юнктурі.

У ст. 1122 ЦК вказано, що в угоді може бути чітке обмеження на продаж товарів конкретним особам, проте даний принцип суперечить принципу економічної конкуренції.

Актуальними залишаються питання щодо реєстрації договору (він стає чинним лише з моменту його державної реєстрації), але процедура реєстрації таких договорів не затверджена. Враховуючи нерозвиненість механізму реєстрації договору комерційної концесії, замість неї іноді використовують ліцензійний договір. Деякі юристи радять підписувати не лише один договір комерційної концесії, а низку договорів для кращого захисту своїх прав. Наприклад, укладати договір ліцензії на використання об'єктів прав інтелектуальної власності, договору оренди чи лізингу при передачі в оренду, договору про надання послуг, договору поставок тощо [12].

Перед підписанням договору потенційному франчайзі необхідно запросити і ретельно перевірити інформацію про франшизу, але в Україні переддоговірні стосунки не регулюються законом, на відміну від таких країн, як США, Іспанія, Франція та ін.

Зрозуміло, що наведені фактори гальмують розвиток франчайзингу в Україні і потребують удосконалення (створення) нових законодавчих документів, що регламентують дані відносини.

Аналізуючи наведені визначення франчайзингу, можна помітити, що частина науковців вважають його різновидом ліцензійної угоди. Проте, на думку автора, це різні види цивільно-правових договорів. Так, предметом комерційної концесії є комплекс прав, що належать правовласнику, а ліцензійний договір дає дозвіл на використання конкретного об'єкта права інтелектуальної власності, і державна реєстрація договору комерційної концесії є обов'язковою, а ліцензійного договору – ні (лише на вимогу однієї з сторін) [13]. Крім того, існує значна різниця у кінцевій меті договорів: якщо перший прагне до максимізації прибутків обох сторін через досягнення синергетичного ефекту, то другий спрямований лише на передачу права на використання і отримання конкретного прибутку. Така ситуація складається ще й тому, що ліцензіат вже має існуючий бізнес, і за рахунок нової технології хоче зменшити витрати чи покращити якість продукції, а для франчайзі підписання угоди означає відкриття нового бізнесу «з нуля».

Спрямованість на різні результати зумовлює відмінності у співпраці сторін таких угод. При франчайзингових стосунках взаємодія є набагато глибшою, а франчайзі отримує можливість використовувати нові розробки франчайзера протягом дії договору. Наступна відмінність проявляється у тому, що торгівля або ви-

готовлення продукції франчайзі відбувається при суворому дотриманні методів організації бізнесу і відповідності товару вимогам щодо якості і, відповідно, ступінь впливу франчайзера на франчайзі набагато більший, ніж при підписанні лише ліцензійного договору. Порівняння даних цивільно-правових угод наведено в *табл. 2*.

Таблиця 2

Порівняння договорів франчайзингу та ліцензії

Ознака	Франчайзинг	Ліцензування
Предмет договору	Комплекс прав на об'єкти права інтелектуальної власності, комерційний досвід, ділова репутація	Об'єкт права інтелектуальної власності
Необхідність обов'язкової державної реєстрації договору	Так	Ні
Можливість використання подальших розробок правоволодільця	Так	Ні
Можливість ліцензіатом (користувачем) передачі ліцензії третій особі	Ні	Так (при невиключній ліцензії)
Необхідність сплати періодичних внесків (роялті)	Так, або за домовленістю	Так
Мета укладання угоди	Максимізація доходу обох сторін	Отримання доходу
Установлення територіального обмеження	Не обов'язково	Так
Встановлення строкового обмеження	Не обов'язково	Так
Контроль якості товару	Так	Ні

Авторська розробка.

При порівнянні франчайзингу з договором про спільну діяльність головною відмінністю можна вважати те, що франчайзі не відповідає своїм майном при банкрутстві франчайзера, а при збитковій діяльності має сплачувати франчайзеру незмінну суму (у випадку встановлення фіксованої суми виплат у договорі). А спільною рисою є те, що кожна із сторін робить свій внесок для процвітання системи в цілому [14].

ВИСНОВОК

Таким чином, у статті детально проаналізовані терміни «франчайзинг» і «комерційна концесія», розглянуто основні законодавчі документи, які регламентують даний вид цивільно-правових відносин, і виділено

фактори, що гальмують розвиток таких відносин. Встановлено, що для українського законодавства ці терміни є рівнозначними.

Також було виділено основні компоненти, на яких базується франчайзинг, це: передача комерційного досвіду та (або) прав на користування об'єктами інтелектуальної власності; двосторонність відносин; юридична, фінансова і адміністративна самостійність сторін; платність; консультативна та інша підтримка; наявність письмового зареєстрованого договору.

Здійснено порівняння договору комерційної концесії з ліцензійним договором і договором про спільну діяльність та виділено їх відмінності.

Вважаємо доцільним подальше дослідження оцінки ефективності від впровадження комерційної концесії на промислових підприємствах і створення математичної моделі визначення оптимальної кількості франчайзі для системи в цілому. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Опейда З. Франчайзинг чи комерційна концесія? / З. Опейда // Юридическая газета. – 2006. – № 18(78) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.yur-gazeta.com/article/379/>

2. Афан А. Американская мечта по украинскому законодательству, или еще один подводный камень франчайзинга / А. Афан // Генеральный директор. – 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.law-prime.com.ua/public/american>

3. Kotler Philip. Marketing Management / P. Kotler, K. Keller. – 12th Edition. – Prentice Hall, 2006. – 816 p. – ISBN-10: 0131457578.

4. Зведення кодексів України: станом на 30 липня 2009 р. // Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К. : Парлам. Вид-во, 2009. – 632 с. – (Бібліотека офіційних видань). – ISBN 978-966-611-730-76.

5. Спинелли С. Франчайзинг – путь к богатству / С. Спинелли, М. Розенберг, С. Берли / Пер. с англ. Н. Ю. Скачек. – М. : Вильямс, 2007. – 384 с. – ISBN 5-8459-0950-3.

6. Цират А. В. Франчайзинг и франчайзинговый договор / А. В. Цират. – К. : Истина, 2002. – 246 с. – ISBN 966-7613-24-0.

7. Сайт міжнародної асоціації з франчайзингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.franchise.org/>

8. Гончаров С. М. Тлумачний словник економіста / С. М. Гончаров, Н. Б. Кушнір. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 268 с. – ISBN: 978-966-364-783-8.

9. Ягудин С. Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг / С. Ю. Ягудин. – С-П. : Питер, 2011. – 256 с. – ISBN 978-5-459-00402-1.

10. Бланк И. А. Словарь-справочник денежного менеджера / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1998. – 481 с. – ISBN 5-89329-057-9.

11. Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність : збірка праць ІХ (ХНІ) Всеукр. наук.-практ. конф., Київ, 14-15 берез. 2013 р. / [редкол.: В. Г. Герасимчук (відпов.ред) та ін.]. – К. : НТУУ «КПІ», 2013. – 314 с.

12. Поликарп Г. Франчайзинг: клонирование успеха. Понятие и виды франчайзинга, аспекты его нормативного регулирования, особенности развития за рубежом и на

Украине / Г. Поликарп // Юридическая практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.pravo.ua/article.php?id=10009065>

13. Кубах А. І. Право інтелектуальної власності / А. І. Кубах. – Харків : ХНАМГ, 2008. – 149 с.

14. Ліпич О. А. Франчайзинг як організаційна форма реалізації інновацій / О. А. Ліпич // Вісник Національного Водного господарювання та природокористування. – 2009. – № 2 (46). – С. 192–199.

Рецензент – Яловий Г. К., доктор економічних наук, професор, кафедра теоретичної та прикладної економіки, НТУУ «КПІ», м. Київ

REFERENCES

Afan, A. "Amerikanskaia mehta po ukrainskomu zakonodatelstvu, ili eshche odin podvodnyy kamen franchayzinga" [The American Dream by Ukrainian legislation, or another pitfall of franchising]. <http://www.law-prime.com.ua/public/american>

Blank, I. A. *Slovar-spravochnik denezhnogo menedzhera* [Glossary of money manager]. Kyiv: Nika-Tsentr, 1998.

Honcharov, S. M., and Kushnir, N. B. *Tlumachnyi slovnyk ekonomista* [Dictionary of Economics]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, 2009.

Kotler, P., and Keller, K. *Marketing Management*: Prentice Hall, 2006.

Kubakh, A. I. *Pravo intelektualnoi vlasnosti* [Intellectual Property]. Kharkiv: KhNAMH, 2008. [Legal Act of Ukraine] (2009).

Lipych, O. A. "Franchayzinh yak orhanizatsiina forma realizatsii innovatsii" [Franchising as an Organizational Form of innovation]. *Visnyk Natsionalnoho Vodnoho hospodariuvannia ta pryrodokorystuvannia*, no. 2(46) (2009): 192-199.

Mizhnarodne naukovo-tekhniche spivrobotnytstvo: prynetsy, mekhanizmy, efektyvnist. Kyiv: NTUU «КПІ», 2013.

Opeida, Z. "Franchayzinh chy komertsiiina kontsesiia?" [Franchise or Commercial license?]. <http://www.yur-gazeta.com/article/379/>

Polikarp, G. "Franchayzing: klonirovanie uspekha. Poniatie i vidy franchayzinga, aspekty ego normativnogo regulirovaniia, osobennosti razvitiia za rubezhom i na Ukraine" [Franchising: cloning success. Concept and types of franchising aspects of its regulatory features of the development abroad and in Ukraine]. <http://www.pravo.ua/article.php?id=10009065>

Spinelli, S., Rozenberg, M., and Berli, S. *Franchayzing – put k bogatstvu* [Franchising – the path to riches]. Moscow: Viliams, 2007.

Sait mizhnarodnoi asotsiatsii z franchayznhu. <http://www.franchise.org/>

Tsirat, A. V. *Franchayzing i franchayzingovyy dogovor* [Franchising and franchise agreement]. Kyiv: Istina, 2002.

Yagudin, S. Yu. *Venchurnoe predprinimatelstvo. Franchayzing* [Venture business. Franchising]. St. Petersburg: Piter, 2011.