

DOI: 10.31648/kpp.12909

Karolina Adamska

Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie

ORCID: 0009-0005-8629-930X

164891@student.uwm.edu.pl

Umowa franczyzy jako umowa nienazwana w polskim systemie prawnym

Wstęp

Umowy nienazwane zyskują na znaczeniu w dzisiejszym obrocie gospodarczym, będąc odzwierciedleniem zasady swobody umów, która znajduje się w art. 3531 Kodeksu cywilnego¹. Szybki rozwój relacji ekonomicznych powoduje, że praktyki rynkowe wyprzedzają istniejące przepisy prawne, tworząc nowe rodzaje zobowiązań, które nie są bezpośrednio osadzone w prawie. Przykładem takiego zjawiska jest umowa franczyzy, będąca jednym z najbardziej kontrowersyjnych typów takich umów, która w polskim systemie prawnym wciąż nie ma przypisanej nazwy.

Franczyza to unikalny sposób współpracy między przedsiębiorcami, który opiera się na dzieleniu się wiedzą, identyfikacjami firm oraz jednolitymi normami prowadzenia działalności. Dodatkowo relacje te charakteryzują się wyraźną dysproporcją między stronami, co wywołuje pytania dotyczące ochrony prawnej francyzobiorców, którzy są w tym stosunku słabszą stroną. Brak pełnej regulacji sprawia, że ich zabezpieczenie oparte jest głównie na ogólnych zasadach z zakresu prawa cywilnego, szczególnie na zasadach dotyczących umów nienazwanych, interpretacji oświadczeń woli oraz ogólnych klauzulach.

Celem artykułu jest zbadanie umowy franczyzy jako umowy nienazwanej w polskim prawie, ze szczególnym naciskiem na jej cechy prawne, wzajemność obowiązków oraz efekty wynikające z nierównowagi umownej między stronami. W artykule podjęto również próbę oceny zasadności wprowadzania regulacji ustawowych, dotyczących franczyzy w kontekście francyzobiorców oraz zachowania elastyczności tej formy współpracy w biznesie. Przyjęto jednocześnie tezę, że obecny model ochrony stron umowy franczyzy,

¹Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 1964 r., Nr 16, poz. 93 ze zm.).

oparty przede wszystkim na ogólnych przepisach prawa cywilnego, nie zapewnia wystarczającej ochrony franczyzobiorcy jako słabszej strony stosunku prawnego. Zdaniem autorki zasadne wydaje się rozważanie częściowej regulacji ustawowej umowy franczyzy, która pozwoliłaby zwiększyć bezpieczeństwo obrotu przy jednoczesnym zachowaniu elastyczności tej formy współpracy gospodarczej.

Umowy nienazwane w polskim prawie

Contractus innominatus, czyli umowy nienazwane, pozwalają ułożyć stosunek prawny według własnego uznania, byleby treść lub cel nie sprzeciwiały się ograniczeniom, wynikającym z 353¹ Kodeksu cywilnego, tzn. właściwości (naturze) stosunku prawnego, ustawie ani zasadom współżycia społecznego. Umowy nienazwane odzwierciedlają istnienie zasady swobody umów, pełniąc funkcję elastycznego instrumentu prawnego, który umożliwia dostosowanie regulacji kontraktowych do zmieniających się realiów obrotu gospodarczego². Strony mają więc możliwość samodzielnego określania treści, łączącego je stosunku prawnego, niezależnie od tego, czy typ umowy nie znajduje się w Kodeksie cywilnym, czy też w przepisach szczególnych. Nowe konstrukcje umów dostosowują się do potrzeb obrotu gospodarczego, a ich późniejsza stabilizacja może stanowić impuls do podjęcia przez ustawodawcę decyzji o unormowaniu umowy³.

Zakwalifikowanie stosunku prawnego jako umowy nienazwanej pociąga za sobą obowiązek spełnienia równorzędnie kilku przesłanek. Musi on przybrać postać dwustronnej czynności prawnej, której konstrukcja nie została ustawowo przewidziana i nazwana. Istotny jest przy tym brak normatywnego określenia elementów *essentialia negotii* w Kodeksie cywilnym bądź w przepisach szczególnych. Co więcej, konstrukcja nie może odpowiadać żadnemu z typów umów nazwanych ani stanowić ich modyfikacji, gdzie wyraźnie widać byłoby różnice w pozycji stron. Stosunek prawny powinien w sposób dostateczny określać jego strony, przedmiot oraz wzajemne prawa i obowiązki. Warunkiem *sine qua non* pozostaje zgodność treści i celu umowy z naturą stosunku zobowiązaniowego, ustawą oraz zasadami współżycia społecznego⁴.

W ocenie Sądu Najwyższego akcentuje się konieczność ustalania charakteru umowy na podstawie jej rzeczywistej treści oraz celu gospodarczego, niezależnie od nazwy nadanej przez strony. W wyroku z 6 października 2004 r., sygn. akt I CK 199/04 Sąd Najwyższy podkreślił, że przyjęcie oferty obejmującej wyłącznie przewóz rzeczy, przy braku zachowań konkludentnych świadczących o rozszerzeniu zakresu świadczenia, prowadzi do zakwalifikowania umowy jako przewozowej, a nie spedycyjnej. Rozstrzygnięcie to potwierdza, że o rodzaju stosunku prawnego przesądzają faktyczne obowiązki stron, co ma istotne znaczenie dla ustalenia zakresu odpowiedzialności kontraktowej⁵.

²G. Bieniek, H. Ciepla, S. Dmowski, J. Gudowski, K. Kołakowski, M. Sychowicz, W. Wiśniewski, C. Żuławska, *Komentarz do Kodeksu cywilnego. Księga trzecia. Zobowiązania*, t. 1, Warszawa 2009, s. 21.

³W.J. Katner, [w:] W.J. Katner (red.), *Prawo zobowiązań – umowy nienazwane*, seria: System Prawa Prywatnego, t. 9, 2024, Legalis, komentarz do art. 353¹ KC, nb 17.

⁴Ibidem, nb 28.

⁵Wyrok SN z 6 października 2004 r., sygn. akt I CK 199/04, Legalis nr 81822.

Znaczenie ochrony strony słabszej w stosunkach obligacyjnych znajduje potwierdzenie również w aktualnym orzecznictwie Sądu Najwyższego. W wyroku z 15 lipca 2025 r., sygn. akt II NSNc 133/24 sąd podkreślił, że jednym z fundamentalnych zadań sądów cywilnych jest przeciwdziałanie legalizowaniu zachowań sprzecznych z prawem lub zasadami współżycia społecznego. Wskazano przy tym, że standard wynika z konstytucyjnej zasady demokratycznego państwa prawnego i ma na celu realizowanie sprawiedliwości społecznej. Te konkretne rozstrzygnięcie zapadło na tle problematyki nadmiernych, lichwiarskich odsetek, ale mimo wszystko ma ono szersze znaczenie i może być odwołane również do innych stosunków obligacyjnych, jak umowy nienazwane, gdzie mamy do czynienia z nierównowagą kontraktową⁶.

Kwestia ochrony strony słabszej kontraktu ma zasadnicze znaczenie w przypadku umów nienazwanych, w której mimo zalety swobody kontraktowania można doprowadzić do naruszenia równowagi kontraktowej. Często spotykany jest pogląd, że z perspektywy aksjologii zasady wolności umów brak niektórych typów kontraktów w Kodeksie cywilnym i innych przepisach stanowi świadomy wybór racjonalnego prawodawcy. Pozostawienie umowy poza schematem normatywnych unormowań, tak jak w umowie franczyzy czy faktoringu, będącymi zwyczajowo przyjętymi w obrocie gospodarczym, pozwala zachować elastyczność tych konkretnych typów umów. Jednakże w kontekście umowy franczyzy widoczne jest ciągłe dążenie do ustawowej jej regulacji⁷.

Charakter i typy umowy franczyzy

Franczyza jest formą prowadzenia działalności gospodarczej, opartą na systemie sprzedaży produktów lub usług, która zakłada ścisłą współpracę między niezależnymi podmiotami – francyzodawcą i francyzobiorcą. W Polsce pojawiła się w latach 90. XX w. i stanowi alternatywny model prowadzenia biznesu. Według Europejskiego kodeksu etyki franczyzy system ten opiera się na stałej współpracy między prawnie i finansowo odrębnymi podmiotami. Franczyza polega na udostępnianiu przez francyzodawcę znaków towarowych, *know-how*, koncepcji organizacyjnej i strategii działania, które francyzobiorca ma obowiązek wdrażać, inwestując własny kapitał i pracę. Cechami charakterystycznymi stosunku franczyzy pozostają: decentralizacja współpracy, jednolity wizerunek na rynku, pionowa organizacja kooperacji, system kontroli i wsparcia, a także długoterminowa umowa, regulująca prawa i obowiązki stron, przy zachowaniu prawnej samodzielności francyzobiorcy⁸.

Umowę franczyzy klasyfikujemy jako kategorię umów nienazwanych. Jest ona odpłatna, konsensualna i zawierana długoterminowo. Opiera się na wzajemnym zaufaniu i obejmuje przede wszystkim dobra niematerialne⁹. W Polsce ochronę francyzo-

⁶Wyrok SN z 15 lipca 2025 r., sygn. akt II NSNc 133/24, Legalis nr 3264086.

⁷W.J. Katner, [w:] W.J. Katner (red.), op. cit., nb 28.

⁸D. Rychel, M. Skorza, M. Zimoląg, *Franczyza jako źródło finansowania działalności*, „Studia Ekonomiczne, Prawne i Administracyjne” 2023, nr 1, s. 60–62, DOI: 10.24136/sepia.2023.006.

⁹R. Adamus, *W sprawie potrzeby uregulowania umowy franczyzy w Polsce*, „Prawo w Działaniu. Sprawy Cywilne” 2021, nr 48, s. 138–139, DOI: 10.32041/pwd.4805.

biorców zapewniają głównie przepisy ogólne prawa cywilnego, stosowanie do umów nienazwanych, które regulują, m.in. wykładnię woli stron, zakaz sprzeczności z ustawą i zasadami współżycia społecznego, nieważność postanowień, naruszających naturę stosunku prawnego oraz wzajemność świadczeń¹⁰, chociaż ta ostatnia kwestia pozostaje w doktrynie i orzecznictwie sporna.

W literaturze różnie analizowana jest wzajemność umowy franczyzy. Według Alfreda Kleina spełnienie jednego świadczenia prowadzi do spełnienia świadczenia drugiej strony, a odpłata powinna być dostosowana do konkretnego stosunku zobowiązaniowego. Stefan Grzybowski podkreśla, że sama odpłatność, jeśli stanowi element *essentialia negotii*, warunkuje wzajemność czynności. Z kolei Zbigniew Radwański wskazuje na to, że ekwiwalentność nie jest cechą konstytutywną umów wzajemnych (*do ut des*). Leopold Stecki popiera zasadę wzajemności, zauważając jednak, że świadczenia organizatora sieci mogą przewyższać te po stronie francyzobiorcy¹¹.

Swoje stanowisko dotyczące wzajemności wyznaczył również Sąd Najwyższy w wyroku z 5 kwietnia 2007 r., sygn. akt II CSK 546/06, zakładając, że literalne brzmienie postanowień nie może stać w sprzeczności z charakterem wzajemnej i odpłatnej umowy. W razie wątpliwości należy bowiem interpretować umowę zgodnie z wolą stron i jej celem (art. 65 Kodeksu cywilnego), a przepisy nakładające sprzeczne obowiązki uznać za nieważne. Orzeczenie podkreśla potrzebę uwzględnienia zarówno istoty stosunku prawnego, jak i zasad współżycia społecznego oraz ochrony interesów wszystkich stron, w tym przedsiębiorców wchodzących do sieci franchisingowej¹². W ocenie autorki najbardziej przekonujące pozostaje stanowisko uznające franczyzę za umowę wzajemną. Mimo że świadczenia stron nie zawsze mają charakter ekonomicznie równoważny, pozostają one funkcjonalnie powiązane i stanowią odpowiedź na świadczenie drugiej strony. Francyzodawca udostępnia markę, *know-how* oraz wsparcie organizacyjne, natomiast francyzobiorca zobowiązuje się do uiszczania opłat oraz prowadzenia działalności zgodnie ze standardami sieci. Trudno zatem uznać, że świadczenia te mają charakter niezależny lub jednostronny, co przemawia za kwalifikowaniem umowy franczyzy jako umowy wzajemnej.

W zależności od charakteru przedmiotu umowy możemy wyróżnić różne typy franczyzy. Franczyza dystrybucyjna polega na odsprzedaży towarów przez francyzobiorcę, zgodnie z wytycznymi francyzodawcy, przy czym głównym celem jest ujednolicenie zasad sprzedaży i wykorzystanie rozpoznawalnych znaków oraz doświadczenia francyzodawcy. Na tej podstawie francyzobiorca może prowadzić sprzedaż pod marką francyzodawcy. Franczyza usługowa skupia się na świadczeniu usług zgodnie z ustalonymi standardami francyzodawcy. Francyzobiorca ma obowiązek zachować określony wygląd lokalu i przestrzegać standardów operacyjnych. Franczyza produkcyjna obejmuje działalność wytwórczą, gdzie francyzobiorca wytwarza produkty według wskazówek francyzodawcy, dzięki czemu zachowana zostaje jakość i standardy w całej sieci. Francyzodawca udostępnia *know-how*, technologie oraz doświadczenie. Ostatecznie

¹⁰ Zob. art. 353¹, art. 58, art. 65, art. 481, art. 487 Kodeksu cywilnego.

¹¹ Zob. W.J. Katner (red.), op. cit., s. 882–883.

¹² Wyrok SN z 5 kwietnia 2007 r., sygn. akt II CSK 546/06, Legalis nr 164768.

istnieje również franczyza mieszana, obejmująca elementy kilku wskazanych modeli, umożliwiając jednoczesną produkcję i sprzedaż towarów¹³.

Pozycja francyzodawcy i francyzobiorcy

Transakcja francyzowa z definicji zakłada udział co najmniej dwóch podmiotów, tj. francyzodawcy i francyzobiorcy, często określanych jako organizator sieci oraz beneficjent zezwolenia francyzowego. Relacja ta zostaje sformalizowana przez zawarcie umowy, której celem jest kompleksowe uregulowanie wzajemnych praw i obowiązków stron przez cały okres jej obowiązywania, a niekiedy także po jej rozwiązaniu. Francyzodawca jest podmiotem tworzącym i zarządzającym systemem francyzowym. Dysponuje on prawami do znaków towarowych, *know-how*, technologii produkcyjnych lub koncepcji świadczenia usług, które udostępnia francyzobiorcom. Do jego kompetencji należy również wybór partnerów przystępujących do sieci, przy czym selekcja ta powinna opierać się na obiektywnych kryteriach, takich jak kwalifikacje czy zdolność organizacyjna, z wyłączeniem jakichkolwiek przejawów dyskryminacji. Francyzobiorca zaś jest samodzielnym przedsiębiorcą, który na podstawie zawartej umowy uzyskuje prawo do prowadzenia działalności gospodarczej pod marką francyzodawcy. Zachowuje on niezależność prawną, organizacyjną i ekonomiczną, ponosząc tym samym ryzyko związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa. Francyzobiorca dokonuje zakupów towarów lub surowców od francyzodawcy lub wskazanych przez niego dostawców na swój koszt, a następnie oferuje produkty lub usługi klientom we własnym imieniu i na własny rachunek¹⁴.

Dla francyzodawcy stosunek francyzowy stanowi efektywny sposób ekspansji, umożliwiający szybkie zwiększenie skali działalności przy ograniczonych nakładach kapitałowych. Fakt, że rozwój sieci finansują francyzobiorcy, zmniejsza ryzyko inwestycyjne, zwiększając rozpoznawalność marki. Tym samym organizator sieci zyskuje zmotywowanych partnerów, którzy prowadzą działalność operacyjną. Z tym systemem wiążą się jednak dla francyzodawcy wyzwania, takie jak trudności w doborze i kontroli francyzobiorców, ryzyko obniżenia standardów jakości czy ograniczona możliwość bezpośredniego nadzoru nad jednostkami sieci ze względu na skalę i decentralizację.

Dla francyzobiorcy franczyza oznacza ułatwiony start działalności z gotowym modelem biznesowym. Prowadzenie jej pod rozpoznawalną marką zmniejsza ryzyko rynkowe, ułatwia pozyskanie finansowania oraz zapewnia dostęp do *know-how*, technologii i wsparcia organizacyjnego. Centralne działania marketingowe i szkolenia dodatkowo wzmacniają pozycję przedsiębiorcy na rynku lokalnym. Jednocześnie francyzobiorca musi liczyć się z ograniczoną autonomią, sztywnymi warunkami umownymi, stałymi opłatami niezależnymi od wyników finansowych oraz kontrolą ze strony francyzodawcy. Brak kompleksowej regulacji ustawowej franczyzy może dodatkowo osłabiać jego pozycję kontraktową¹⁵.

¹³M. Modrzejewska, K. Szczepanowska-Kozłowska, M. Grochowski, W. Kocot, M. Krajewski, E. Rott-Pietrzyk, [w:] M. Stec (red.), *Prawo umów handlowych*, t. 5B, 2020, Legalis, nb 437.

¹⁴D. Rychel, M. Skorża, M. Zimoląg, op. cit., s. 63.

¹⁵M. Ziółkowska, *Franczyza: nowoczesny model rozwoju biznesu*, Warszawa 2010, s. 33.

Krytyczna ocena ochrony franczyzobiorcy w polskim modelu franczyzy.

Mimo niewątpliwych korzyści gospodarczych wynikających z funkcjonowania systemów franczyzowych obecny model ochrony prawnej franczyzobiorców budzi istotne wątpliwości. Formalna niezależność przedsiębiorcy przystępującego do sieci nie zawsze znajduje odzwierciedlenie w rzeczywistej pozycji kontraktowej stron. W praktyce to franczyzodawca dysponuje przewagą ekonomiczną, organizacyjną oraz informacyjną, która umożliwia mu jednostronne kształtowanie treści umowy. Franczyzobiorca najczęściej przystępuje do już istniejącego systemu współpracy, którego podstawowe warunki zostały wcześniej opracowane przez organizatora sieci i nie podlegają rzeczywistym negocjacjom¹⁶.

W ocenie autora szczególne znaczenie ma asymetria informacyjna występująca na etapie poprzedzającym zawarcie umowy. Potencjalny franczyzobiorca podejmuje decyzję inwestycyjną w oparciu o informacje przekazane przez franczyzodawcę, nie zawsze dysponując możliwością ich pełnej weryfikacji. Dotyczy to zwłaszcza prognoz ekonomicznych, przewidywanej rentowności przedsięwzięcia czy rzeczywistych kosztów prowadzenia działalności w ramach sieci. Brak ustawowych obowiązków informacyjnych powoduje, że zakres przekazywanych danych zależy wyłącznie od dobrej woli franczyzodawcy¹⁷.

Wątpliwości budzi również sposób konstruowania niektórych postanowień umownych. W praktyce obrotu spotykane są klauzule przewidujące daleko idące uprawnienia kontrolne po stronie franczyzodawcy, obowiązek ponoszenia przez franczyzobiorcę dodatkowych kosztów związanych z funkcjonowaniem sieci czy możliwość jednostronnego rozwiązania umowy przez organizatora systemu. Ochrona wynikająca z ogólnych zasad prawa cywilnego ma charakter następczy i aktualizuje się dopiero po powstaniu sporu między stronami, co nie zawsze gwarantuje skuteczną ochronę słabszego uczestnika stosunku prawnego¹⁸.

Nie oznacza to jednak, że umowa franczyzy powinna zostać objęta pełną i szczegółową regulacją ustawową. Argumenty zwolenników zachowania obecnego stanu prawnego, odwołujące się do konieczności utrzymania elastyczności tej formy współpracy, zasługują na częściową aprobatę. Należy jednak zauważyć, że wprowadzenie podstawowych standardów ochronnych nie musi prowadzić do ograniczenia swobody kontraktowania. Polski system prawny zna wiele przykładów umów nazwanych, które mimo ustawowej regulacji pozostawiają stronom znaczną swobodę w kształtowaniu wzajemnych praw i obowiązków. Zdaniem autorki najbardziej racjonalnym rozwiązaniem byłoby przyjęcie modelu częściowej regulacji ustawowej umowy franczyzy. Regulacja taka mogłaby obejmować obowiązki informacyjne poprzedzające zawarcie umowy, zasady jej rozwiązania oraz minimalne standardy ochrony franczyzobiorcy, pozostawiając jednocześnie stronom szeroką autonomię w zakresie organizacji współpracy.

¹⁶R. Adamus, op. cit., s. 138–139.

¹⁷Zob. A. Łukasiewicz, *Franczyza w Polsce powinna mieć swoją ustawę*, <https://legalis.pl/franczyza-w-polsce-powinna-miec-swoja-ustawe/> (data dostępu: 21.07.2026).

¹⁸Wyrok SN z 15 lipca 2025 r., sygn. akt II NSNc 133/24, Legalis nr 3264086.

Kwestia konieczności uregulowania umowy franczyzy

Długofalowa popularność umowy franczyzy stanowi konsekwencję szerokiej swobody francyzodawców w kształtowaniu zasad funkcjonowania sieci. Brak konkretnych regulacji prawnych, w przeciwieństwie do umowy agencyjnej, pozwala na elastyczne dopasowanie modelu współpracy do realiów rynkowych i sprzyja dynamicznemu rozwojowi franczyzy zarówno w obrocie krajowym, jak i międzynarodowym. Jednocześnie w praktyce zauważane są liczne nadużycia, wynikające z dominującej pozycji francyzodawców, prowadzące do nadmiernej nierównowagi kontraktowej. Przejaw ten jest zauważany w nadmiernym obciążaniu francyzobiorców obowiązkami, asymetrycznych klauzulach rozwiązania umowy oraz braku adekwatnych mechanizmów ochronnych po stronie słabszej kontraktu. W konsekwencji w doktrynie i w praktyce zaczęto formułować postulaty częściowego uregulowania umowy franczyzy, zmierzające do określenia podstawowych praw i obowiązków stron, w szczególności na etapie przedkontraktowym oraz przy rozwiązaniu współpracy¹⁹.

Franczyza jako alternatywa wobec tradycyjnych zewnętrznych form finansowania działalności gospodarczej, takich jak *leasing*, umacnia swoją pozycję w polskiej gospodarce. Jak wynika z danych zawartych w *Raporcie o franczyzie w Polsce w 2016*, rynek ten rozwija się coraz bardziej dynamicznie. W latach 2011–2016 stosunek istnienia systemów francyzowych wzrósł o 31,8%, a liczba placówek francyzowych o 28,2%²⁰.

Instytut Wymiaru Sprawiedliwości w raporcie autorstwa dr hab. Rafała Adamusa zaleca wprowadzenie odrębnej ustawy, regulującej działalność francyzową w Polsce. Taki odrębny akt prawny byłby bardziej przejrzysty i elastyczny w przypadku przyszłych nowelizacji, w przeciwieństwie do rozproszonego regulowania zagadnień franczyzy w Kodeksie cywilnym i w innych ustawach. Proponowane rozwiązania obejmować mogłyby kwestie, takie jak obowiązki przedkontraktowe związane z selekcją i informowaniem francyzobiorców, istotne elementy samej umowy francyzowej, prawa i obowiązki stron, zasady rozwiązywania kontraktu, przeciwdziałanie czynom nieuczciwej konkurencji oraz ochronę interesów francyzobiorcy.

Franczyza pozwala rozwijać markę w sposób zdecentralizowany, przy zachowaniu samodzielności francyzobiorców, którzy ponoszą własne ryzyko ekonomiczne i prawne oraz zatrudniają pracowników. Jednocześnie muszą stosować się do ustalonych przez francyzodawcę standardów, dzięki czemu nie ponoszą kosztów opracowania metod prowadzenia działalności ani promocji, korzystając z gotowej sprawdzonej metodyki sieci²¹.

Podsumowanie

Przeprowadzona analiza potwierdza, że umowa franczyzy, mimo braku jej uregulowania, zajmuje istotne miejsce w polskim obrocie gospodarczym jako klasyczny przykład umowy nienazwanej. Jej konstrukcja opiera się na zasadzie swobody umów, jednak

¹⁹ M. Stec (red.), op. cit., nb 414–415.

²⁰ P. Biernat, E. Gronek, *Franczyza jako alternatywne źródło finansowania działalności gospodarczej polskich przedsiębiorstw*, „Studia Ekonomiczne, Prawne i Administracyjne” 2017, nr 3, s. 54.

²¹ A. Łukasiewicz, op. cit.

w praktyce prowadzi do różnic w zakresie przyznanych praw i obowiązków stron, w szczególności na niekorzyść franczyzobiorcy. Dominująca pozycja francyzodawcy, wynikająca z kontroli nad marką, *know-how* oraz standardami sieci, sprawia, że franczyzobiorca funkcjonuje w warunkach ograniczonej autonomii gospodarczej, mimo formalnej niezależności. Obowiązujące przepisy prawa cywilnego zapewniają jedynie pośrednią ochronę stron umowy franczyzy, odwołując się do klauzul generalnych, zasad wykładni oświadczeń woli oraz kontroli zgodności treści umowy z jej naturą i zasadami współżycia społecznego.

Orzecznictwo Sądu Najwyższego potwierdza konieczność uwzględniania wzajemnego charakteru umowy franczyzowej oraz ochrony równowagi kontraktowej, jednak mechanizmy te mają charakter reaktywny i nie zawsze zapewniają wystarczające bezpieczeństwo obrotu. W tej sytuacji na uwagę należy mieć argumenty teoretyków, którzy wskazują na potrzebę częściowego regulowania umowy franczyzy przez prawo, szczególnie w odniesieniu do zasad informacji przed podpisaniem umowy, procedur jej zakończenia oraz ochrony franczyzobiorców przed nadużyciami ze strony mocniejszej. Jednocześnie ingerencja ze strony ustawodawcy powinna odbywać się w taki sposób, aby nie zredukować zbyt mocno elastyczności franczyzy jako sposobu współpracy w sferze gospodarczej.

Przeprowadzona analiza prowadzi do wniosku, że utrzymywanie franczyzy wyłącznie w sferze umów nienazwanych staje się coraz mniej adekwatne do skali i znaczenia tego modelu biznesowego we współczesnym obrocie gospodarczym. Aktualne instrumenty ochrony prawnej nie zawsze zapewniają skuteczną ochronę franczyzobiorcy przed skutkami nierównowagi kontraktowej. Z tego względu najbardziej uzasadnione wydaje się przyjęcie modelu częściowej regulacji ustawowej, obejmującej podstawowe gwarancje ochrony słabszej strony kontraktu przy jednoczesnym zachowaniu zasady swobody umów.

BIBLIOGRAFIA

Akty prawne

Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 1964 r., Nr 16, poz. 93 ze zm.).

Orzecznictwo

Wyrok SN z 6 października 2004 r., sygn. akt I CK 199/04, Legalis nr 81822.

Wyrok SN z 5 kwietnia 2007 r., sygn. akt II CSK 546/06, Legalis nr 164768.

Wyrok SN z 15 lipca 2025 r., sygn. akt II NSNc 133/24, Legalis nr 3264086.

Literatura

Adamus R., *W sprawie potrzeby uregulowania umowy franczyzy w Polsce*, „Prawo w Działaniu. Sprawy Cywilne” 2021, nr 48, DOI: 10.32041/pwd.4805.

Bieniek G., Ciepla H., Dmowski S., Gudowski J., Kołakowski K., Sychowicz M., Wiśniewski W., Żuławska C., *Komentarz do Kodeksu cywilnego. Księga trzecia. Zobowiązania*, t. 1, Warszawa 2009.

- Biernat P., Gronek E., *Franczyza jako alternatywne źródło finansowania działalności gospodarczej polskich przedsiębiorstw*, „Studia Ekonomiczne, Prawne i Administracyjne” 2017, nr 3.
- Katner W.J. (red.), *Prawo zobowiązań – umowy nienazwane*, seria: System Prawa Prywatnego, t. 9, 2024, Legalis.
- Rychel D., Skorża M., Zimoląg M., *Franczyza jako źródło finansowania działalności*, „Studia Ekonomiczne, Prawne i Administracyjne” 2023, nr 1, DOI: 10.24136/sepia.2023.006.
- Stec M. (red.), *Prawo umów handlowych*, t. 5B, 2020, Legalis.
- Ziółkowska M., *Franczyza: nowoczesny model rozwoju biznesu*, Warszawa 2010.

Źródła internetowe

- Łukasiewicz A., *Franczyza w Polsce powinna mieć swoją ustawę*, <https://legalis.pl/franczyza-w-polsce-powinna-miec-swoja-ustawe/>.

Franchise agreement as an unnamed contract in Polish civil law

Summary

The franchise agreement constitutes one of the most widespread yet controversial examples of unnamed in the Polish civil law system. Its dynamic development in economic practice results from the principle of freedom of contract and the absence of comprehensive statutory regulation. At the same time, the franchise relationship is characterized by a significant contractual imbalance between the franchisor and the franchisee, which raises important concerns regarding the legal protection of the weaker party to the obligation.

The aim of this article is to analyse the franchise agreement as an unnamed contract under Polish civil law, with particular emphasis in its legal nature the reciprocity of obligations, and the contractual position of the parties. The study also seeks to assess the effectiveness of existing protective mechanisms derived from the general provisions of the Civil Code and to consider the legitimacy of introducing a separate statutory regulation governing franchise agreements.

The analysis leads to the conclusion that the current model of protection for parties to a franchise agreement, based primarily on general clauses and judicial interpretation, remains insufficient. The dominant position of the franchisor contributes to contractual imbalance especially at the stages of contract formation and termination. Therefore, it appears justified to consider partial statutory regulation of franchise agreements, provided that such intervention preserves the flexibility of franchising as a form of economic cooperation.

Keywords: franchise agreement, unnamed contract, freedom of contract, contractual imbalance, Polish civil law