

ОСОБЕННОСТИ ДОГОВОРА ФРАНЧАЙЗИНГА

Адамович Ю. А., Власюк Н. Н., студенты 3-го курса
Научный руководитель – Мишкова М. П.,
ст. преподаватель кафедры «Управление, экономика и финансы»

Брестский государственный технический университет
г. Брест, Беларусь

Под договором франчайзинга понимаются отношения, в силу которых одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение комплекс исключительных прав (лицензионный комплекс), включающий право использования фирменного наименования правообладателя и охраняемой коммерческой информации, а также других объектов исключительных прав (товарного знака, знака обслуживания и т.п.), предусмотренных договором для предпринимательской деятельности пользователя [1].

Исходя из определения франчайзинга, данного ГК Республики Беларусь, можно выделить следующие основные признаки договора франчайзинга: двусторонний; возмездный; консенсуальный; срочный (как правило); характеризуется предметом «лицензионный комплекс».

Существуют родственные, признанные законодательством, правовые формы, схожие с франчайзинговым договором, но он не является смешанным договором, а представляет самостоятельный тип договора в гражданском праве, так как содержит черты, не присущие ни одному из сходных договорных типов.

Независимо от быстрого распространения франчайзинга по миру, его правовая природа является еще недостаточно изученной.

Список литературы

1. Гражданское право: Учебник. Часть 2 // Под ред. А. П. Сергеева, Ю. К. Толстого. – М.: "Проспект", 1997. – 784 с.