ფრენშაიზინგი, როგორც ბიზნესის ფორმა და მისი განვითარების პერსპექტივები საქართველოში

მარიამი კარაპეტოვი

სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის სამართლის სკოლის ფაკულტეტზე, კერძო ბიზნეს სამართლის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად

სამაგისტრო პროგრამა, IIკურსი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: დიმიტრი ძაგნიძე, კერძო სამართლის მაგისტრი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი,

თბილისი 2022

განაცხადი

„როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორი ვაცხადებ, რომ ნაშრომი არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად“.

მარიამი კარაპეტოვი, მ.კარაპეტოვი

06.02.2022

აბსტრაქტი

ფრენშაიზინგის ხელშეკრულება თავისი მნიშვნელობიდან გამომდინარე წარმოადგენს ბიზნესის კეთების ერთ-ერთ წამყვან დარგს მსოფლიოს წამყვანი ქვეყნებისთვის, ვინაიდან მას გააჩნია ძალზე დიდი ეკონომიკური გავლენა. საქართველოსთვის სიახლეს არ წარმოადგენს აღნიშნული ინსტიტუტი, თუმცა არსებობს მრავალი ფაქტორი, რომელთა გამოც ჯერჯერობით მხოლოდ მის განვითარების პერსპექტივებზე საუბარი შეგვიძლია. აღნიშნული კვლევის მიზანიც სწორედ ისაა, გამოვავლინოთ რისკები და პრობლემები და ვიპოვოთ ამ პრობლემების აღმოსაფხველი გზები.

ნაშრომში გამოყენებულ მეთოდოლოგიას რაც შეეხება, საკვლევი თემიდან გამომდინარე ადეკვატური კვლევის მეთოდოლოგიაა გამოყენებული. საკვლევ კითხვებზე პასუხების გასაცემად გამოყენებულია ისტორიული კვლევის მეთოდი, შედარებით-სამართლებრივი კვლევის მეთოდი, შეფასების მეთოდი, რომელთა დახმარებითაც კვლევაში განხილული საკითხების ანალიზია წარმოდგენილი.

ფრენშაიზინგის არსისა და ისტორიული მიმოხილვის შედეგად ნაშრომში წარმოდგენილია დასკვნები მის ძირითად პრობლემებთან დაკავშირებით. ეს პრობლემები შეიძლება იყოს როგორც ინტელექტუალური საკუთრების საკითხები, ასევე ფრენშაიზინგის ხელშეკრულებიდან გამომდინარე ვალდებულების გადანაწილების პრობლემა. აღნიშნული ნაშრომით მივდივართ იმ დასკვნამდე, რომ საქართველოს სამოქალაქო კოდექსს უნდა დაემატოს რამდენიმე მნიშვნელოვანი ნორმა ფრენშაიზინგის ხელშეკრულების უკეთ დასარეგულირებლად. გარდა აღნიშნულისა, ნაშრომში წარმოდგენილია საქართველოში ფრენშაიზინგის პოპულარიზაციის და განვითარების გზები, რათა ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკაც ჩაებას იმ ძლიერ ეკონომიკურ ჯაჭვში, რომელშიც მსოფლიოს განვითარებული ყვეყნები არიან ჩაბმულნი სწორედ ფრენშაიზინგის მეშვეობით.

საკვანძო სიტყვები: ფრენშაიზინგი, ინტელექტუალური საკუთრება.