

УДК 33

DOI 10.25799/AR.2019.91.2.018

## Основные тенденции и проблемы, связанные с ведением франчайзинговой деятельности в России

**Чиркова Елена Сергеевна**

Аспирант,  
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,  
115093, Российская Федерация, Москва, переулок Стремянный, 36;  
e-mail: eschirkova@gmail.com

### Аннотация

Необходимость развития малого и среднего предпринимательства (МСП) требует поиска и применения новых форм и моделей ведения бизнеса. Россия обладает значительным потенциалом применения франчайзинга как эффективной формы тиражирования бизнеса, который мог бы существенно повлиять на развитие экономики регионов. Однако в настоящее время применение данной бизнес-модели в России сталкивается с рядом проблем, ограничивающих ее развитие. В статье рассмотрены основные тенденции развития франчайзинга в Российской Федерации, проанализирован рынок франчайзинговых компаний, раскрыты проблемы, которые замедляют процессы распространения франчайзинга, исследованы вопросы правового регулирования франчайзинговой деятельности. Устранение выявленных проблем, по мнению автора, во многом будет способствовать активизации предпринимательской деятельности, снижению предпринимательских рисков, выравниванию уровня экономического развития регионов.

### Для цитирования в научных исследованиях

Чиркова Е.С. Основные тенденции и проблемы, связанные с ведением франчайзинговой деятельности в России // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 2А. С. 201-211.

### Ключевые слова

Франчайзинг, франчайзинговая деятельность, франшиза, масштабирование бизнеса, малый и средний бизнес, регулирование предпринимательской деятельности.

## Введение

Современные тенденции развития российской экономики диктуют предпринимателям искать наиболее выгодные условия выхода на региональные рынки, а также масштабировать компании с минимальным риском, особенно это касается малого и среднего бизнеса. Для того, чтобы предприятие было конкурентоспособным необходимо рассматривать новые и перспективные механизмы для расширения своей деятельности, среди которых отдельно можно отметить франчайзинг.

Актуальность данного исследования связана с тем, что на данный момент российский рынок нуждается в устойчивых компаниях, которые позволят улучшить экономику страны, создать дополнительные рабочие места, а также развивать региональное предпринимательство. Так, развитие малого и среднего бизнеса посредством франчайзинга значительно минимизирует риск, повышает прозрачность бизнеса, упрощает процесс внедрения инновационных технологий в компании и привлекает дополнительные инвестиции в предприятия. Кроме того, за счет оперативного развития масштаба деятельности предприятия посредством франчайзинга, происходит снижение расходов на производство товаров или услуг, открываются новые источники сбыта и оптимизируются внутренние организационные процессы. Однако на данный момент франчайзинг еще не получил широкого распространения среди предпринимателей в России, кроме того, ряд вопросов, связанных с ведением франчайзинговой деятельности, еще не изучено. Присутствует лишь небольшое количество литературы, связанной с предпринимательской деятельностью через механизм франчайзинга, но проблемы, замедляющие рост франчайзинговых предприятий, а также особенности работы данного механизма масштабирования бизнеса не находят должного освещения.

Исследованием данных вопросов частично занимались Ганебных Е.В., Годин А.М. и Давыдова Е.Л., которые изучали общие вопросы, связанные с франчайзингом. Алиев О.М. рассматривал развитие франчайзинга в зарубежных странах. Вронская М.В. и Амарян Л.А. анализировали российское и международное законодательство по вопросам франчайзинговой деятельности. Необходимо также отметить вклад, который внес Беленец П.С., детально рассмотрев вопросы, связанные с проблемами франчайзинга, возникающими в России.

В данной работе перед автором стояла такие задачи как, проведение анализа тенденций и проблем, связанных с ведением франчайзинговой деятельности в России, а также выявление мер, по которым в дальнейшем, с учетом возможности эффективного их использования, возможно увеличение франчайзинговых предприятий в РФ, а также устранение сложностей в текущих франшизных компаниях.

### **Анализ тенденций и проблем, связанных с ведением франчайзинговой деятельности**

Программа социально-экономической стратегии развития Российской Федерации на период до 2020 года предполагает создание предпосылок для перехода к ускоренному развитию предпринимательского сектора в соответствии с долгосрочными целевыми показателями. В контексте данной программы развитие малого и среднего предпринимательства является одним из приоритетных направлений, а также основой для развития конкурентной среды, в которой повышению инновационной и инвестиционной активности хозяйствующих субъектов уделяется большое внимание.

Если рассмотреть в свою очередь стратегию пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, то в ней выделены такие задачи, как:

- сокращение различий по уровню социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, повышение конкурентоспособности экономик субъектов России за счет развития эффективных экономических специализаций;
- обеспечение ускорения экономического роста РФ и субъектов РФ за счет социально-экономического развития текущих крупных центров экономического роста;
- формирование условий для создания новых возможностей экономического роста за счет социально-экономического развития перспективных центров экономического роста;
- повышение устойчивости системы расселения в малых и средних городах (за пределами крупных городских агломераций) за счет устойчивого экономического роста.

В данном контексте такой способ ведения бизнеса как франчайзинг представляет собой эффективный механизм расширения бизнеса в регионах, а также предстает как стратегически перспективная возможность для развития предпринимательства в субъектах РФ с минимальными рисками для предпринимателей.

Так, если рассмотреть экономику США, франчайзинг является неотъемлемой частью роста ВВП, а также способствует расширению числа компаний за пределами крупных городов. Данный механизм масштабирования бизнеса позволил предприятиям внедрить инновации, повысить эффективность, снизить затраты, расширить рабочие места и быстро вырасти. Благодаря франчайзингу работодатели смогли расширить сферу охвата своих продуктов и услуг, позволяя людям открывать собственные малые предприятия. С помощью франчайзинга созданы 770 000 новых компаний, на которые приходится почти 18 миллионов прямых и косвенных рабочих мест и которые ежегодно приносят экономике США 2,1 триллиона долларов.

Стратегию масштабирования с помощью франчайзинга можно использовать для таких целей как: клонирование и расширение бизнеса, продвижение компании на внутреннем и зарубежном рынках, коммерциализация интеллектуальной собственности, повышение узнаваемости бренда и товарного знака, увеличение стоимости компании, а также для обеспечения дополнительных конкурентных преимуществ [Джумадидаева, 2014].

Кроме того, одно из главных преимуществ франчайзинга – это снижение предпринимательских рисков. Так, по данным исследования американской торгово-промышленной палаты, около 97% предприятий, открытых по франшизе, преодолевают планку работы в 5 лет и продолжают успешно работать в дальнейшем, в то время как 60% нефранчайзинговых предприятий прекращают свою деятельность в тот же период [Ганебных, 2012].

Однако на данный момент существует ряд проблем, которые замедляют рост франчайзинговой деятельности в России – это высокая стоимость франшизы при низкой покупательской способности, нехватка квалифицированных специалистов на рынке, отсутствие консультационных центров по франчайзингу, сложности для экспорта и импорта в условиях санкций, а также в целом нестабильность российской экономики [Беленец, 2014].

Кроме того, официальная статистика франчайзинговых предприятий в России не ведется, ввиду того что в соответствии с действующими в Российской Федерации нормативно-правовыми актами, франчайзинг не выделяется в отдельный вид бизнеса, по нему не предусмотрена специальная налоговая отчетность, единая методика статистического учета франчайзинговых компаний рынке отсутствует.

Так как актуальных точных количественных показателей по франчайзинговым предприятиям на данный момент нет, исследователям сложно оценить объем текущего франчайзингового рынка, однако существуют приблизительные оценки, сделанные специалистами, объединениями предпринимателей, а также некоторая информация из каталогов франшиз и данных Российской ассоциации франчайзинга [Иншакова, Кудряшова, Полякова, 2014].

Так, по данным специалистов Европейской ассоциации франчайзинга (EFF), за последние три года рынок франчайзинга в России Федерации увеличился на 98%. Согласно Российской ассоциации франчайзинга, рынок франчайзинговых предприятий за последние 5 лет возрастал на 25% ежегодно. Однако за последний год темпы роста снизились и составляют 15%. По данным РАФ, общее количество франчайзинговых компаний в России составило 1300, а франчайзинговых точек 74 657.

На данный момент активный интерес к франчайзинговым предприятиям в России идет по двум направлениям — ресторанный бизнес и общественное питание, а также услуги для населения и бизнеса. Прирост в 2018 году в данных сегментах по сравнению с 2017 годом составил 40%. Если сравнить, то в 2014 году продавалось 176 франчайзинговых пакетов в сегменте общепита и 347 пакетов в рамках B2B услуг, а к 2019 году их количество выросло в среднем в 1,5 раза. В то же время доля данных сегментов на рынке франчайзинга за данный период претерпела незначительные изменения. Так, в 2014-м за сферой общественного питания было 14%, в 2018-м 16%. В сфере бизнес-услуг данный показатель составлял соответственно 30%, а в 2018 году увеличился только на 3%<sup>1</sup>.

В 2018 года издание Forbes опубликовало рейтинг лучших франчайзинговых компаний. Рейтинг основан на данных порталов по франчайзингу, мнениях экспертов и базе издания Forbes.

Среди критериев рассматривалась дата запуска франшизы не позднее 2015 года. Кроме того, количество закрытых франчайзинговых точек в течение 2017 года должно было быть не более 50% от открытых за тот же период. Оценивался рынок по пяти критериям: средней годовой выручке с точки, сроку окупаемости, ROI, рентабельности и доле мультионеров (франчайзи, которые владеют двумя и более точками). В рейтинг попало 30 компаний, они распределены на три группы по объему инвестиций в открытие одной точки и ранжированы с учетом собранной информации.

В рейтинге компаний с объемом инвестиций от 5 до 25 млн. рублей (*табл. 1*) на первом месте сетевой ритейлер Ascona с разноформатными франшизами с числом действующих точек 256, сеть детских садов Sun School и сеть ресторанов итальянской кухни IL Патио. Больше 50% компаний представляют сегмент общественного питания.

**Таблица 1 – Рейтинг франчайзинговых компаний с инвестициями от 5 до 25 млн. руб.**

Место	Название компании	Инвестиции, млн. руб.	Количество фр. точек	Годовая выручка, млн. руб.	Годовая прибыль, млн. руб.
1	Аскона	7,3	256	37,5	6
2	Sun School	8,8	73	14,9	4,7
3	IL Патио	22,5	66	65	9,8

<sup>1</sup>По данным портала о франчайзинге <https://franshiza.ru>

Место	Название компании	Инвестиции, млн. руб.	Количество фр. точек	Годовая выручка, млн. руб.	Годовая прибыль, млн. руб.
4	Вилгуд	5	107	40,15	6
5	Fit Service	5,2	125	21,6	4,5
6	Papa John's	11	51	42	5
7	Шоколадница	10	89	33,6	5,7
8	2GIS	20	78	26	5,7
9	Додо Пицца	9	278	35,3	5,3
10	Subway	5	598	11	1,76

Источник: Составлено автором по данным материалов рейтинга франшиз Forbes за 2018 год.

В рейтинге франшиз с вложениями от 1 до 5 млн. рублей (табл.2) первые три места заняли сеть школ развития интеллекта и скорочтения IQ007, агентства недвижимости «Миэль», а также сеть салонов мебели Mr. Doors. В данном рейтинге присутствуют три компании, которые занимаются медицинскими услугами — на 4 месте находится сеть медицинских клиник «Лечу.Ру» с выручкой 42 млн. руб/год, на 5 месте лабораторная служба «Хеликс» и на 10-м — компания «Инвитро», число точек которой в 2018 году достигло 539.

В рейтинге с инвестициями на открытие одной точки до 1 млн. рублей (табл.3) первые два места занимают сеть детских танцевальных и футбольных клубов «Чемпионика» и сеть футбольных школ «Юниор». Развитием и образованием детей также занимается компания «Годограф» (9 место), которая подготовливает школьников к ЕГЭ и ОГЭ. Сегмент общественного питания представляют сетевые кафе-мороженое: компания «33 пингвина», насчитывающая 1481 франшизную точку, а также компания Gelateria Plombir, у которой пока 138 точек. Сфера услуг – компания по доставке СДЭК (3 место, насчитывает 1109 франшизных точек), автомобильные мойки Fast&Shine (4 место), студии по отбеливанию зубов White & Smile (7 место).

**Таблица 2 – Рейтинг франчайзинговых компаний с инвестициями от 1 до 5 млн. руб.**

Место	Название компании	Инвестиции, млн. руб.	Количество фр. точек	Годовая выручка, млн. руб.	Годовая прибыль, млн. руб.
1	IQ007	1,4	418	21,6	11,4
2	Миэль	1,7	78	36	12
3	Mr. Doors	3	79	50	5
4	Лечу	3,5	83	42	7,6
5	Лабораторная служба Хеликс	2,5	293	24,2	6,5
6	Позитроника	3,5	184	37,5	7,25
7	Четыре глаза	1,8	70	21,1	7,8
8	Unibrait	2,2	109	7,7	5,6
9	Мария	2,5	201	30	4,5
10	Инвитро	2,9	539	20,5	3,7

Источник: Составлено автором по данным материалов рейтинга франшиз Forbes за 2018 год.

Помимо вопросов, связанных со статистикой, важным аспектом остается вопрос регулирования франчайзинговой деятельности, в-частности проработка законодательства, связанного с франчайзингом. Данный аспект является неоспоримо актуальным в Российской

Федерации, ввиду того что сейчас нет единого подхода к формированию и форме выражения правовых вопросов, связанных с передачей прав франшизы.

**Таблица 3 – Рейтинг франчайзинговых компаний с инвестициями до 1 млн. руб.**

Место	Название компании	Инвестиции, млн. руб.	Количество фр. точек	Годовая выручка, млн. руб.	Годовая прибыль, млн. руб.
1	Чемпионика	0,5	455	7	3
2	Юниор	0,5	345	3,8	3,4
3	СДЭК	0,7	1109	13,4	3,1
4	Fast&Shine	0,2	464	4,08	1,2
5	Слетать.ру	0,3	519	2,6	1,5
6	Gelateria Plombir	0,5	138	4,2	1,7
7	White & Smile	0,3	270	1,4	0,9
8	33 Пингвина	1	1481	5,6	1,6
9	Годограф	0,5	69	3,45	1,5
10	GrossHaus	0,8	181	7	2,5

*Источник:* Составлено автором по данным материалов рейтинга франшиз Forbes за 2018 год.

Так, согласно Давыдовой Е.Л. [Давыдова, 2011], существуют следующие модели правового регулирования франчайзинга:

Совместного правового регулирования (представлена США)

- действуют нормативно-правовые акты федерального уровня в которых отражен минимальный набор прав и обязанностей участников франчайзинговых отношений
- действуют нормативно-правовые акты отдельных штатов, в которых гарантии и права франчайзера и франчайзи могут быть расширены

Совместного наднационального правового регулирования (представлена Европейским союзом)

- осуществляется законодательством каждой конкретной страны-участницы Европейского союза
- осуществляется законодательством Европейского союза (Регламент № 2790/1999)

Исключительного правового регулирования (представлена Канадой)

- регулирование осуществляется на уровне провинций

Регулирование франчайзинговой деятельности в Российской Федерации можно отнести к модели исключительного правового регулирования, однако франчайзинговое законодательство, которое входит в состав законодательства об интеллектуальной собственности, относится к исключительной федеральной компетенции.

Зарубежный опыт регулирования франчайзинговой деятельности показывает строгий подход к стандартизации. В Европейском союзе и США среди требований обязательным является регистрация торгового знака, франчайзер должен располагать соответствующей инфраструктурой для поддержания франчайзи, он должен иметь хорошую репутацию на рынке, возможности для обучения. Также компания-франчайзер должна соответствовать условиям стандарта, по которому рассматриваются такие пункты как: уставочный капитал, площадь и организация помещений, опыт руководителя [Вронская, Амарян, 2017].

В российском законодательстве в главе 54 Гражданского кодекса ряд следующих положений также соответствует международным стандартам регулирования франчайзинговых отношений:

- участниками заключается договор (коммерческой концессии), в котором правообладатель обязуется предоставить пользователю принадлежащие ему исключительные права, такие как: права на товарный знак, знак обслуживания, а также ноу-хау на определенный срок за вознаграждение в форме разовых фиксированных и (или) периодических платежей, отчислений от выручки, наценки на оптовую цену товаров, либо прочих, предусмотренных договором;

- правообладатель обязан передать пользователю техническую и коммерческую документацию, а также предоставить информацию, необходимую для осуществления деятельности, помимо этого, ему необходимо проинструктировать пользователя и его сотрудников по вопросам, связанным с данной деятельностью;

- если договором не предусмотрено иное, правообладателю необходимо оказывать пользователю постоянное техническое и консультативное содействие, включая содействие в обучении и повышении квалификации сотрудников, а также контролировать качество товаров (работ, услуг), оказываемых пользователем (на основании договора коммерческой концессии) [Орлова, 2017].

Условия, связанные с раскрытием полной информации о франшизе, а также с соблюдением конфиденциальности со стороны франчайзи, в договоре коммерческой концессии отсутствуют. Так, например, франчайзер не обязан предоставлять полную финансовую отчетность франчайзи. К тому же явные требования к апробации на практике модели бизнеса нет. Еще существует проблема, когда между несколькими франчайзи создается дополнительная конкуренция, в случае если они находятся на одной территории. Данный аспект не контролируется законодательными органами.

В США, в свою очередь, есть несколько основных правовых документов, регулирующих данные вопросы франчайзинговых отношений:

1. Franchisee Disclosure Document – FDD. Документ, содержащий информацию о франшизе. Содержит полную информацию о франчайзере.

2. Letter of Intent – LOI. Протокол о намерениях. В данном договоре франчайзи подписывает соглашение о конфиденциальности и неразглашении информации о франшизе и франчайзере.

3. Договор о франчайзинге и договор о предоставлении эксклюзивной территории [Алиев, 2017].

Таким образом, на данный момент существуют следующие проблемы, замедляющие рост франчайзинговых компаний в России:

- бюрократизм при государственной регистрации, противоречивость законодательства
- отсутствие необходимости преддоговорного раскрытия информации о франшизе;
- необходимость заключения дополнительных договоров, помимо договора коммерческой концессии (например, договора дистрибуции);
- проблема регулирования ответственности сторон по договору и меры по контролю за качеством с обеих сторон франчайзинговых отношений;
- сложности с передачей фирменного наименования. По закону оно является неотчуждаемым, а также должно указывать на вид деятельности и правовую форму организации;
- защита только товарного знака;
- проблема расторжения договора и постдоговорная ответственность сторон, защита ноу-хау;
- субсидиарная ответственность. Подразумевает ответственность франчайзера за деятельность франчайзи;
- проблемы регулирования международных франшиз;

- проблемы создания благоприятного экономического климата (сложности с оформлением кредитования, лизинга и пр.);
- проблемы отсутствия системы по оценке риска при приобретении франшизы (так, например, в России существует практика создания новой франшизы без ведения франчайзером коммерческой деятельности в данной сфере бизнеса) [Беленец, 2016].

Отсюда следует, что для эффективной работы механизма правового регулирования франчайзинговой деятельности в Российской Федерации необходима теоретическая доработка по данным пунктам Главы 54 «Коммерческая концессия» Гражданского Кодекса РФ с дальнейшим выделением законодательства в области франчайзинга как самостоятельного элемента в Гражданском кодексе [Годин, 2006].

В рамках деятельности Российской Ассоциации франчайзинга был разработан проект закона «О франчайзинге», основные задачи которого сводятся к тому, чтобы упростить взаимодействие малого и крупного бизнеса в рамках договорных отношений. Однако на данный момент данный законопроект не прошел в первом чтении.

В целом среди основных мер по регулированию франчайзинговой деятельности, а также повышению эффективности данного механизма развития бизнеса в России необходимо выделить следующие:

- создание благоприятных условий для реальной конкуренции франчайзинговых систем – это касается в том числе межфирменной конкуренции между участниками франчайзинговых отношений;
- ведение официальной статистики по франчайзинговым предприятиям;
- усовершенствование законодательных актов, которые упростят взаимодействие между участниками франчайзинговых отношений и закрепят юридически их полную ответственность перед друг другом, а также перед государством;
- закрепление юридически финансовой прозрачности фирмы-франчайзера для контролирующих органов, а также для будущих покупателей франшизы;
- возможность предоставления налоговых льгот для франчайзи, а также прочие виды государственной поддержки;
- разработка банковской поддержки и кредитных программ, стимулирующих к открытию предприятий посредством франчайзинга;
- создание новых и поддержка действующих консультационных центров, в которых будут популяризировать франчайзинг.

## **Заключение**

В современной экономической системе такой механизм масштабирования бизнеса как франчайзинг эффективной и результативной предпринимательской деятельности.

На основе обобщения и анализа данных о современных тенденциях и проблемах развития франчайзинга в Российской Федерации автором выделены основные меры по повышению эффективности данного механизма расширения бизнеса, подробно раскрыты проблемы, связанные с регулированием франчайзинговой деятельности, а также выявлены факторы, которые тормозят распространение данной модели бизнеса.

Автором был проанализирован рынок франшиз в России на основе рейтинга Forbes, а также выявлены основные тенденции и перспективные направления франчайзинговой деятельности. Однако вопросы, связанные с ведением статистического учета по франчайзинговым предприятиям, по-прежнему являются актуальными, так как точных количественных

официальных показателей по числу компаний на данный момент нет, а с оценкой объема текущего франчайзингового рынка возникают сложности.

Кроме этого, остается вопрос регулирования франчайзинговой деятельности, в частности проработка законодательства, связанного с франчайзингом. Данный аспект является неоспоримо актуальным в Российской Федерации, ввиду того что в настоящее время нет единого подхода к формированию договоров по передаче прав франшизы, отсутствует обязанность преддоговорного раскрытия информации, а также возникают сложности в процессе расторжения франчайзинговой сделки.

Таким образом, на взгляд автора для эффективной работы механизма правового регулирования франчайзинговой деятельности в Российской Федерации необходима теоретическая доработка по данным пунктам Главы 54 «Коммерческая концессия» Гражданского Кодекса РФ с дальнейшим выделением законодательства в области франчайзинга как самостоятельного элемента в Гражданском кодексе, а также развитие системы статистического учета предприятий, которые работают по модели франчайзинга.

## Библиография

1. Алиев О.М. Анализ развития франчайзинга в зарубежных странах // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 9. С. 143-147.
2. Беленец П.С. Использование франчайзинга в предпринимательской деятельности как основа повышения эффективности продаж товаров и услуг. Владивосток, 2016. 167 с.
3. Беленец П.С. Основные тенденции и проблемы развития франчайзинга в России // Территория новых возможностей. 2014. № 3(26). С. 9-19.
4. Вронская М.В., Амарян Л.А. Договор коммерческой концессии и договор франчайзинга: сравнительно-правовой анализ российского и международного законодательства // Территория новых возможностей. 2017. Т. 9. № 4. С. 122-134.
5. Ганебных Е.В. Франчайзинг как способ развития малого предпринимательства // Российское предпринимательство. 2012. Том 13. № 19. С. 113-119.
6. Годин А.М. Франчайзинг. М., 2006. 120 с.
7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 29.07.2018).
8. Давыдова Е.Л. Франчайзинг. М., 2011. 118 с.
9. Джумадилдаева Ж.Б. Франчайзинг как стратегия выхода на внешний рынок // Вестник университета «Туран». 2014. №4 (64). С. 280-284.
10. Завьялов Д.В., Сагинова О.В., Завьялова Н.Б. Проблемы и задачи развития малого и среднего предпринимательства в России // Российское предпринимательство. 2017. Том 18. № 3. С. 203-214.
11. Иншакова Е.И., Кудряшова И.В., Полякова Ю.В. Иностранные франчайзинговые сети в России: масштабы функционирования и роль в экономике // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 3. 2014. № 1 (24). С. 99.
12. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 28.09.2018).
13. Круглов В.Н., Пауков С.А. Инновационный рост: угрозы и вызовы // Концепт. 2016. Т. 49. С. 28-32.
14. Лебедев И.В. Франчайзинг по-русски. Мифы и реальность. СПб.: Вектор, 2006. 160 с.
15. Леонтьева Л.С., Воронов А.С., Доронина И.Э. Управление ресурсами при развитии предпринимательского потенциала региона // Государственное управление. 2018. № 67. С. 203-222.
16. Михайлов А.А., Горюнова Л.А., Цветкова Л.А. Формирование и анализ финансовой модели бизнес-проекта // Российское предпринимательство. 2015. 16(23). С. 4245-4260.
17. Орлова Л.Н. Риски управления интеллектуальной собственностью в Российской Федерации // Устойчивое развитие российской экономики. 2017. С. 143-150.
18. Проект Стратегии пространственного развития России до 2025 года. Сайт министерства экономического развития Российской Федерации.
19. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р (ред. от 28.09.2018) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года».
20. Ягудин С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг. СПб.: Питер, 2011. 256 с.

## The main trends and problems associated with the conduct of franchising in Russia

**Elena S. Chirkova**

Postgraduate,  
Plekhanov Russian University of Economics,  
115093, 36, Stremyanniy lane, Moscow, Russian Federation;  
e-mail: eschirkova@gmail.com

### Abstract

The need to develop small and medium-sized enterprises (SMEs) requires the search and application of new forms and models of business. Russia has a significant potential to use franchising as an effective form of business replication and scaling, which could significantly affect the development of the regional economy. However, at present, the application of this business model in Russia faces a number of problems that limit its development. The article considers the main trends in the development of franchising in the Russian Federation, analyzes the market of franchising companies, reveals the problems that slow down the spread of franchising, examines the issues of legal regulation of franchising activities. According to the author, the elimination of the identified problems will greatly contribute to the activation of entrepreneurial activity, reduction of entrepreneurial risks, equalization of the level of economic development of the regions. In the opinion of the author, for the effective operation of the mechanism for the legal regulation of franchising activities in the Russian Federation, theoretical revision of these clauses of Chapter 54 “Commercial concession” of the Civil Code of the Russian Federation is necessary, with a further emphasis on franchising legislation as an independent element in the Civil Code that work on the model of franchising.

### For citation

Chirkova E.S. (2019) Osnovnye tendentsii i problemy, svyazannye s vedeniem franchaizingovoi deyatel'nosti v Rossii [The main trends and problems associated with the conduct of franchising in Russia]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (2A), pp. 201-211.

### Keywords

Franchising, franchising, franchise, business scaling, small and medium business, business regulation.

### References

1. Aliev O.M. (2017) Analiz razvitiya franchaizinga v zarubezhnykh stranakh [Analysis of the development of franchising in foreign countries]. *Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovaniy* [International Journal of Applied and Fundamental Research], 9, pp. 143-147.
2. Belenets P.S. (2016) *Ispol'zovanie franchaizinga v predprinimatel'skoi deyatel'nosti kak osnova povysheniya effektivnosti prodazh tovarov i uslug* [The use of franchising in business as the basis for improving the efficiency of sales of goods and services]. Vladivostok.
3. Belenets P.S. (2014) Osnovnye tendentsii i problemy razvitiya franchaizinga v Rossii [The main trends and problems of development of franchising in Russia]. *Territoriya novykh vozmozhnostei* [Territory of new opportunities], 3 (26), pp. 9-19.

4. Davydova E.L. (2011) *Franchaizing* [Franchising]. Moscow.
5. Dzhumadildaeva Zh.B. (2014) Franchaizing kak strategiya vykhoda na vneshnii rynek [Franchising as a strategy for entering the foreign market]. *Vestnik universiteta «Turan»* [Bulletin of the Turan University], 4 (64), pp. 280-284.
6. Ganebnykh E.V. (2012) Franchaizing kak sposob razvitiya malogo predprinimatel'stva [Franchising as a way of small business development]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo* [Russian Journal of Entrepreneurship], 13, 19, pp. 113-119.
7. Godin A.M. (2006) *Franchaizing* [Franchising]. Moscow.
8. *Grazhdanskii kodeks Rossiiskoi Federatsii (chast' vtoraya) ot 26.01.1996 № 14-FZ (red. ot 29.07.2018)* [Civil Code of the Russian Federation (Part Two) of January 26, 1996 No. 14-Φ3 (as amended on July 29, 2017)].
9. Inshakova E.I., Kudryashova I.V., Polyakova Yu.V. (2014) Inostrannye franchaizingovye seti v Rossii: masshtaby funktsionirovaniya i rol' v ekonomike [Foreign franchise networks in Russia: scale of operation and role in the economy]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 3* [Bulletin of Volgograd State University], 1 (24), pp. 99.
10. *Kontsepsiya dolgosrochnogo sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Rossiiskoi Federatsii na period do 2020 goda. Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 17.11.2008 N 1662-r (red. ot 28.09.2018)* [The concept of long-term socio-economic development of the Russian Federation for the period up to 2020. Order of the Government of the Russian Federation of 17.11.2008 N 1662-p (as amended on 09/28/2018)].
11. Kruglov V.N., Paukov S.A. (2016) Innovatsionnyi rost: ugrozy i vyzovy [Innovative Growth: Threats and Challenges]. *Kontsept* [Concept], 49, pp. 28-32.
12. Lebedev I.V. (2006) *Franchaizing po-russki. Mify i real'nost'* [Franchising in Russia. Myths and reality]. St. Petersburg: Vektor Publ.
13. Leont'eva L.S., Voronov A.S., Doronina I.E. (2018) Upravlenie resursami pri razvitiu predprinimatel'skogo potentsiala regiona [Resource management in the development of the entrepreneurial potential of the region]. *Gosudarstvennoe upravlenie* [State administration], 67, pp. 203-222.
14. Mikhailov A.A., Goryunova L.A., Tsvetkova L.A. (2015) Formirovanie i analiz finansovoi modeli biznes-proekta [Formation and analysis of the financial model of a business project]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo* [Russian Journal of Entrepreneurship], 16(23), pp. 4245-4260.
15. Orlova L.N. (2017) Riski upravleniya intellektual'noi sobstvennost'yu v Rossiiskoi Federatsii [Risks of Intellectual Property Management in the Russian Federation]. In: *Ustoichivoe razvitie rossiiskoi ekonomiki* [Sustainable Development of the Russian Economy].
16. *Proekt Strategii prostranstvennogo razvitiya Rossii do 2025 goda. Sait ministerstva ekonomicheskogo razvitiya Rossiiskoi Federatsii* [Draft Strategy for the Spatial Development of Russia until 2025. Site of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation].
17. *Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 17.11.2008 № 1662-r (red. ot 28.09.2018) «O Kontsepsii dolgosrochnogo sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Rossiiskoi Federatsii na period do 2020 goda»* [Order of the Government of the Russian Federation of November 17, 2008 No. 1662-p (as amended on September 28, 2017) "On the Concept of the long-term socio-economic development of the Russian Federation for the period up to 2020"].
18. Vronskaya M.V., Amaryan L.A. (2017) Dogovor kommercheskoi kontsessii i dogovor franchaizinga: sravnitel'no-pravovoi analiz rossiiskogo i mezhdunarodnogo zakonodatel'stva [Commercial concession agreement and franchising agreement: a comparative legal analysis of Russian and international legislation]. *Territoriya novykh vozmozhnostei* [Territory of new opportunities], 9, 4, pp. 122-134.
19. Yagudin S.Yu. (2011) *Venchurnoe predprinimatel'stvo. Franchaizing* [Venture entrepreneurship. Franchising]. St. Petersburg: Piter Publ.
20. Zav'yalov D.V., Saginova O.V., Zav'yalova N.B. (2017) Problemy i zadachi razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossii [Problems and objectives of the development of small and medium enterprises in Russia]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo* [Russian Journal of Entrepreneurship], 18, 3, pp. 203-214.