

УДК 338.12

И. А. Езангина

Волгоградский государственный технический университет, Волгоград,
e-mail: ezangirina@rambler.ru

Д. К. Стоянов

Волгоградский государственный технический университет, Волгоград,
e-mail: stodimas00@gmail.com

И. А. Чеховская

Волгоградский государственный технический университет, Волгоград,
e-mail: chehovskaia_irina@mail.ru

А. А. Пешков

Волгоградский государственный технический университет, Волгоград,
e-mail: zoorroz1@mail.ru

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ ПОДДЕРЖКИ БИЗНЕСА В РАЗВИТИИ РЫНКА ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ УСЛУГ

Ключевые слова: франчайзинг, предпринимательство, риск, франчайзер, франчайзи, государственная политика, государственная поддержка, субсидии, пониженная ставка налога, программы развития франчайзинга, государственный франчайзинг.

Франчайзинг представляет собой особый способ коммерческой деятельности, когда индивидуальный предприниматель или небольшое коммерческое предприятие договаривается с крупной фирмой, хорошо известной и пользующейся добротной репутацией на национальном или международном рынке, о том, что этот предприниматель будет вести свои коммерческие операции под именем такой фирмы или под торговой маркой, либо оказывать свои услуги под фирменным знаком обслуживания. Данная форма экономических отношений позволяет привлечь дополнительные инвестиции в отрасли промышленности и торговли, повысить уровень квалификации персонала и модернизировать бизнес – процессы для изготовления или продажи более конкурентоспособной и современной продукции. Франчайзинг в России – явление относительно новое, если сравнить историю развития мирового франчайзинга и российского, то следует отметить, что история мирового франчайзинга насчитывает более двухсот лет, а российский чуть больше двадцати лет. Франчайзинг, являясь одним из наиболее успешных способов развития малых и средних предприятий, обладает существенным потенциалом как форма ведения бизнеса, однако сегодня имеется ряд проблем, препятствующих более активному развитию франчайзинга в России. Соответственно, для решения возникающих проблем необходимо разработать пути их преодоления. В частности, в качестве одного из таких путей следует рассматривать активную поддержку со стороны государства. В статье рассмотрены особенности и перспективы государственной поддержки предпринимательства, в частности франчайзинга.

I. A. Yezangina

Volgograd State Technical University, Volgograd, e-mail: ezanginaia@rambler.ru

D. K. Stoyanov

Volgograd State Technical University, Volgograd, e-mail: stodimas00@gmail.com

I. A. Chekhovskaya

Volgograd State Technical University, Volgograd, e-mail: chehovskaia_irina@mail.ru

A. A. Peshkov

Volgograd State Technical University, Volgograd, e-mail: zoorroz1@mail.ru

THE ROLE OF THE STATE POLICY OF BUSINESS SUPPORT IN THE DEVELOPMENT OF THE FRANCHISE SERVICES MARKET

Keywords: franchising, entrepreneurship, risk, franchisor, franchisee, state policy, state support, subsidies, reduced tax rate, franchising development programs, state franchising.

Franchising is a special way of commercial activity when an individual entrepreneur or a small commercial enterprise agrees with a large firm, well-known and enjoying a good reputation on the national or international market, that this entrepreneur will conduct his commercial operations under the name of such a firm or under a trademark, or provide his services under a brand name services. This form of economic relations makes it possible to attract additional investments in industry and trade, to improve the level of personnel qualifications and modernize business processes for the manufacture or sale of more competitive and modern products. Franchising in Russia is a relatively new phenomenon, if we compare the history of the development of world franchising and Russian, it should be noted that the history of world franchising has more than two hundred years, and the Russian one has a little more than twenty years. Franchising, being one of the most successful ways of developing small and medium-sized enterprises, has significant potential as a form of doing business, but today there are a number of problems that hinder the more active development of franchising in Russia. Accordingly, in order to solve emerging problems, it is necessary to develop ways to overcome them. In particular, active support from the State should be considered as one of such ways. The article discusses the features and prospects of state support for entrepreneurship, in particular franchising.

Введение

Актуальность темы исследования. Франчайзинг представляет собой особый способ коммерческой деятельности, когда индивидуальный предприниматель или небольшое коммерческое предприятие договаривается с крупной фирмой, хорошо известной и пользующейся добротной репутацией на национальном или международном рынке, о том, что этот предприниматель будет вести свои коммерческие операции под именем такой фирмы или под торговой маркой, либо оказывать свои услуги под фирменным знаком обслуживания. Данная форма экономических отношений позволяет привлечь дополнительные инвестиции в отрасли промышленности и торговли, повысить уровень квалификации персонала и модернизировать бизнес – процессы для изготовления или продажи более конкурентоспособной и современной продукции. Франчайзинг в России – явление относительно новое, если сравнивать историю развития мирового франчайзинга и российского, то следует отметить, что история мирового франчайзинга насчитывает более двухсот лет, а российский чуть больше двадцати лет.

Франчайзинг как относительное новое явление в нашей стране, помогает обеспечить начинающих предпринимателей своего рода поддержкой.

Научная новизна исследования заключается в разработке теоретических положений государственной политики в области поддержки бизнеса в части развития рынка франчайзинговых услуг.

Цель исследования заключается в анализе государственной политики поддержки бизнеса в развитии рынка франчайзинговых услуг.

Методы проведения исследования: финансово-экономический, организационно-правовой, статистический и системный анализ.

Материалы и результаты исследования

История мирового франчайзинга насчитывает более двухсот лет, что определяет особое внимание многих развитых государств к данной форме ведения бизнеса, а также к формам его поддержки со стороны законодательной и исполнительной форм власти. Открытие франчайзинговых компаний предполагает не только создание новых рабочих мест, но и повышение собираемости налогов за счет легализации предпринимательской деятельности. Франчайзер, как следует из договорных отношений, осуществляет контроль за деятельностью франчайзи в части прозрачности финансовых операций, а также достоверности предоставляемой отчетности.

Применение франчайзинга способствует сокращению потерь предпринимательской деятельности, увеличению эффективности рекламной кампании, внедрению новшеств технического и технологического характера, повышению уровня продаж, и соответственно, прибыли организации. Все вышперечисленное, в свою очередь, способствует повышению темпов развития экономики страны в целом [14].

Франчайзинговые сети выступают в качестве каналов, по которым происходит движение инноваций. При этом, франчайзер выступает в качестве разработчика инноваций, а франчайзи – покупатель и испытатель.

На сегодняшний день, в сфере развития малого и среднего бизнеса существует ряд проблем, которые препятствуют полноценному раскрытию потенциала и возможностей организаций. Соответственно, предпринимателям необходимо предпринимать меры по расширению рынков сбыта, привлечению специалистов, формированию каналов взаимодействия представителей малого и крупного бизнеса.

Для решения вышеперечисленных проблем требуется внедрение такого экономического механизма, как франчайзинг, который позволит существенно увеличить эффективность функционирования малого и среднего бизнеса.

Вместе с тем, на сегодняшний день, ведение бизнеса в форме франчайзинга, встречается на своем пути проблемы, которые требуют скорейшего решения [6, с. 18].

Среди таких проблем можно отметить высокую стоимость франшизы при учете низкой покупательской способности, нестабильное развитие экономики страны, небольшой опыт ведения франчайзинговой деятельности, а также несовершенство нормативно-правового регулирования, в частности недостаточное внимание к вопросам, которые касаются интеллектуальной собственности.

Франчайзинг представляет собой сложную форму ведения предпринимательской деятельности, что предполагает необходимость его более детального нормативно-правового регулирования. В настоящий момент, регулирование сферы применения франчайзинга в российском законодательстве осуществляется Гражданским кодексом РФ, в частности главой 54 «Коммерческая концессия» [1].

Нормы российского законодательства не направлены на урегулирование вопроса, который касается конкуренции нескольких франчайзи на одной территории. В соответствии с законодательством (ст. 1033 Гражданского Кодекса РФ) урегулирован лишь вопрос конкуренции между пользователем и правообладателем по договору коммерческой концессии. Вместе с тем, пользователь

прав обязуется отказаться от аналогичных прав, принадлежащих конкурентам правообладателя [16, с. 113].

Эксперты в области изучения франчайзинговой деятельности отмечают следующие проблемы существенного характера, которые присущи данной сфере [9]:

- бюрократизм, который проявляется при государственной регистрации договора;
- вопросы регулирования международных франшиз (международные акты, которыми урегулированы вопросы применения франчайзинга, в нашей стране носят рекомендательный характер, и, как следствие, не имеют обязательной силы для субъектов предпринимательской сферы);
- отсутствие системы, которая предполагает оценку риска в случае приобретения франшизы.

Официальная статистика, которая отражает информацию о франчайзинговых организациях, в России отсутствует (методики статистического учета франчайзинговых компаний отсутствуют). В связи с тем, что франчайзинг не выделяется в отдельную форму ведения бизнеса, специальные формы налоговой отчетности по нему также отсутствуют.

К 2022 году в России успешно работало более 3095 франшиз. В сравнении с 2021 годом, рост составил 11%. В 2021 году на франчайзинговом рынке появилось порядка 480 новых компаний, а около 165 компаний перестали развиваться по франшизе или прекратили существование [10].

Рассмотрим рейтинги франчайзинговых компаний, составленные РосБизнесКонсалтинг (РБК) и Forbes в 2021-2022 гг. (табл. 1, 2).

Таблица 1

Популярные франшизы по версии РБК в 2021-2022 гг.

Место	Франшиза	Заклученные контракты	Расторгнутые контракты	Всего контрактов
1	1С	758	52	10 393
2	Фасоль	146	0	275
3	FIT SERVICE	116	1	345
4	Соfix	99	0	134
5	Гемотест	92	5	773
6	Pedant.Ru	91	11	210
7	У Палыча	88	1	370
8	Пив&Ко	85	0	196
9	Инвитро	68	1	785
10	Чебаркульская птица	64	30	276

Источник: составлено автором по данным материалов рейтинга франшиз РБК за 2021-2022 гг. [12, 13].

Популярные франшизы по версии Forbes в 2021-2022 гг.

Место	Франшиза	Инвестиции в открытие точки	Число франчайзинговых точек
Франшизы с инвестициями свыше 5 млн рублей			
1	FIT SERVICE	5 млн	242
2	2GIS	32 млн	87
3	Sun School	13,3 млн	96
Франшизы с инвестициями от 1 до 5 млн рублей			
1	IQ007	2 млн	625
2	Этажи	1,9 млн	148
3	Полиглотики	1,4 млн	148
Франшизы с инвестициями до 1 млн рублей			
1	KIBERone	0,4 млн	261
2	Чемпионика	0,7 млн	827
3	Gelateria Plombir	0,7 млн	268

Источник: составлено автором по данным материалов рейтинга франшиз Forbes за 2021-2022 гг. [12, 13].

В списках лучших находятся такие крупные и стабильно развивающиеся компании как: 1С, ретейл «Фасоль», FIT SERVICE, Соfix, ПЛ «У Палыча» и др.

Прошлый год привел в рейтинги медицинские франшизы: среди лучших в 2021-2022 годах оказались «Инвитро», «Гемотест».

В череде продуктового ретейла появилось много франшиз среднего ценового сегмента («Чебаркульская птица»).

Картографическая компания 2GIS, обратившись к франчайзингу, уверенно показывает рост и занимает высокие позиции в рейтинге Forbes.

Изменилась позиция образовательных франшиз. В число лучших в 2021-2022 годах вошли сеть языковых центров «Полиглотики», сети спортивных и развивающих центров для детей «Чемпионика».

Таким образом, на основании данного рейтинга можно сделать вывод о том, что сегмент общественного питания и детского образования является наиболее востребованным на сегодняшний день.

Как отмечалось ранее, в России франчайзинг развит мало, им пользуется только 2% компаний, которые относятся представителям малого и среднего бизнеса. На основании оценки экспертов, можно сделать вывод о том, что франчайзинговая деятельность формирует ВВП России на 3,5%, в то время как в других странах, в частности в США, франчайзинг формирует национальный ВВП на 10%.

Несмотря на то, что франчайзинг получил слабое развитие в условиях нестабильно функционирующей российской экономики, он остается перспективной формой ведения предпринимательской деятельности. В связи с чем развитие франчайзинга требует государственной поддержки.

Рассмотрим более подробно меры поддержки предпринимательства, в частности франчайзинга, со стороны государства [3].

Предполагаемые меры поддержки государства в отношении развития франчайзинга [11, с. 36]:

1. Внести изменения в нормативно-правовые акты в части устранения дискриминации договора коммерческой концессии, разработать и принять государственную программу, которая будет направлена на поддержку развития франчайзинга.

2. Необходимо существенно сократить сроки государственной регистрации договоров на предоставление франшиз. Вместе с тем, следует ввести порядок проверки франчайзи административными органами. Для распределения нагрузки следует рассмотреть вопрос делегирования функций контроля за объектами сети франчайзерам. Следует рассмотреть вопрос субсидирования франчайзи с целью снижения для них финансового порога.

3. Разработать специальные условия и кредитные продукты для франчайзинга (например предоставление длинного платежного дня, овердрафта, управление счетом – полностью онлайн), привлечь государ-

ственные дотации на пополнение оборотных средств и закупку имущества франчайзи, принять в ключевых регионах программы развития франчайзинга (в частности, такие меры поддержки, в качестве пилотного проекта, можно ввести в таких крупных городах, как Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Нижний Новгород, Омск).

4. Ввести общественный контроль, который будет направлен на проверку сроков предоставления и объемов дотаций и преференций по программам развития франчайзинга. Вместе с тем, следует проводить работу по созданию центров поддержки развития франчайзинга в крупных федеральных округах, а затем ввести систему оценки развития франчайзинга в них.

6. Принять программы развития франчайзинга в Российской Федерации, в которых предусматривалось бы:

- субсидирование открытия новых предприятий по схеме франчайзинга;
- введение количественных показателей (количество франчайзи, франчайзеров, объектов сетей, занятых в сетях и т.д.) и принятие программ развития франчайзинга в регионах;
- включение мероприятий по популяризации франчайзинга в программы поддержки развития малого и среднего предпринимательства.

Контроль за реализацией программ, направленных на развитие франчайзинга [5, с. 25]:

1. На федеральном уровне: следует создать отдельный общественный орган, в составе которого будут представители Российской ассоциации франчайзинга, который будет осуществлять контроль за расходованием средств, выделяемых с целью финансирования паушального взноса, оборотного капитала и покупки оборудования.

2. На региональном уровне: российское сообщество франчайзеров должно осуществлять общественный контроль за торгово-промышленными палатами регионов РФ с целью проверки сроков и объемов выделения государственных и муниципальных субсидий на развитие франчайзинга в рамках той или иной территории.

Вместе с тем, одной из мер поддержки франчайзинга со стороны государства будет являться организационно-экономический механизм, сущность которого заключается во взаимодействии государственных структур с представителями предпринимательства в форме государственного франчай-

зинга [4, с. 32]. Несмотря на то, что франчайзинг является достаточно устоявшимся понятием в экономике, рассмотрением его в контексте партнерства бизнеса и власти практически никто не занимался.

В современных российских условиях особую актуальность приобретает партнерство государственных и предпринимательских структур на основе частно-государственного предпринимательства. В системе частно-государственного предпринимательства в России все большее значение приобретает франчайзинг как особый способ организации и осуществления бизнеса. Применение франчайзинга дает существенные преимущества для развития предпринимательской деятельности, в том числе, как для акторов, предоставляющих право использовать свои средства индивидуализации.

Цель развития института государственно-го франчайзинга состоит в сближении интересов государственных и предпринимательских структур при взаимодействии в особо значимых в социальном смысле отраслях экономики и развитии стратегического партнерства государства и бизнеса [7, с. 65].

С целью привлечения малого и среднего бизнеса в особо значимые в социальном смысле отрасли экономики и использования его потенциала в системе стратегического партнерства государства и бизнеса рассмотрим механизм хозяйственных отношений между государством и бизнесом – государственный франчайзинг. На рисунке 1 представлен организационно-экономический механизм государственного франчайзинга.

Представленный организационно-экономический механизм государственного франчайзинга представляет собой совокупность факторов, принципов, ресурсных составляющих с учетом субъектного состава государственного франчайзинга, рациональная интеграция и взаимодействие которых создает основу для сближения интересов государственных и предпринимательских структур, реализации между ними эффективного взаимодействия, улучшения делового климата и развития стратегического партнерства государства и бизнеса в формате государственного франчайзинга. Центральное место в разработанном механизме государственного франчайзинга занимает инновационная бизнес-модель государственного франчайзинга, разработанная в соответствии с основными канонами бизнес-моделирования [15, с. 207].

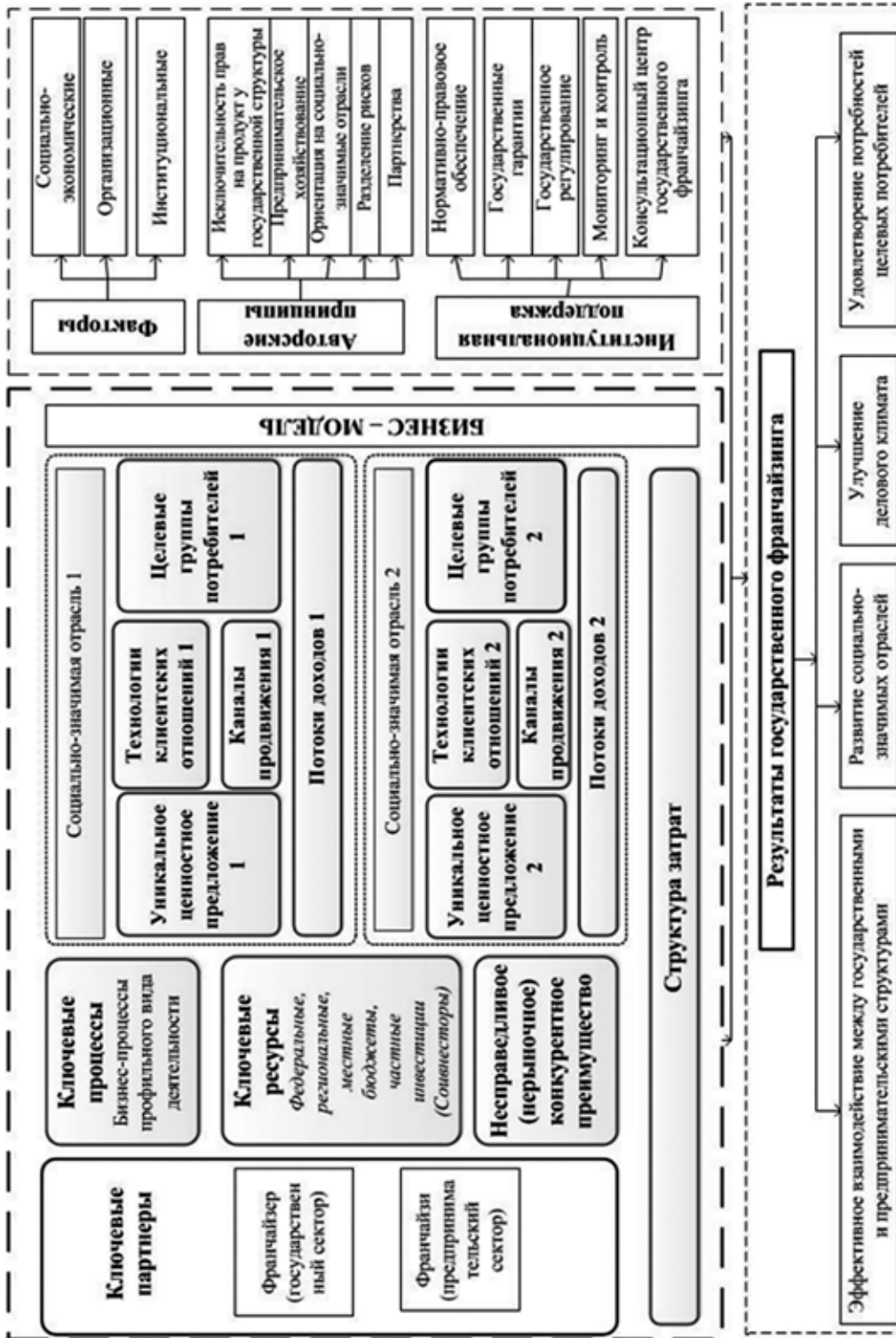


Рис. 1. Организационно-экономический механизм взаимодействия государственных и предпринимательских структур в формате государственного франчайзинга
 Источник: по материалам [4, с. 33]

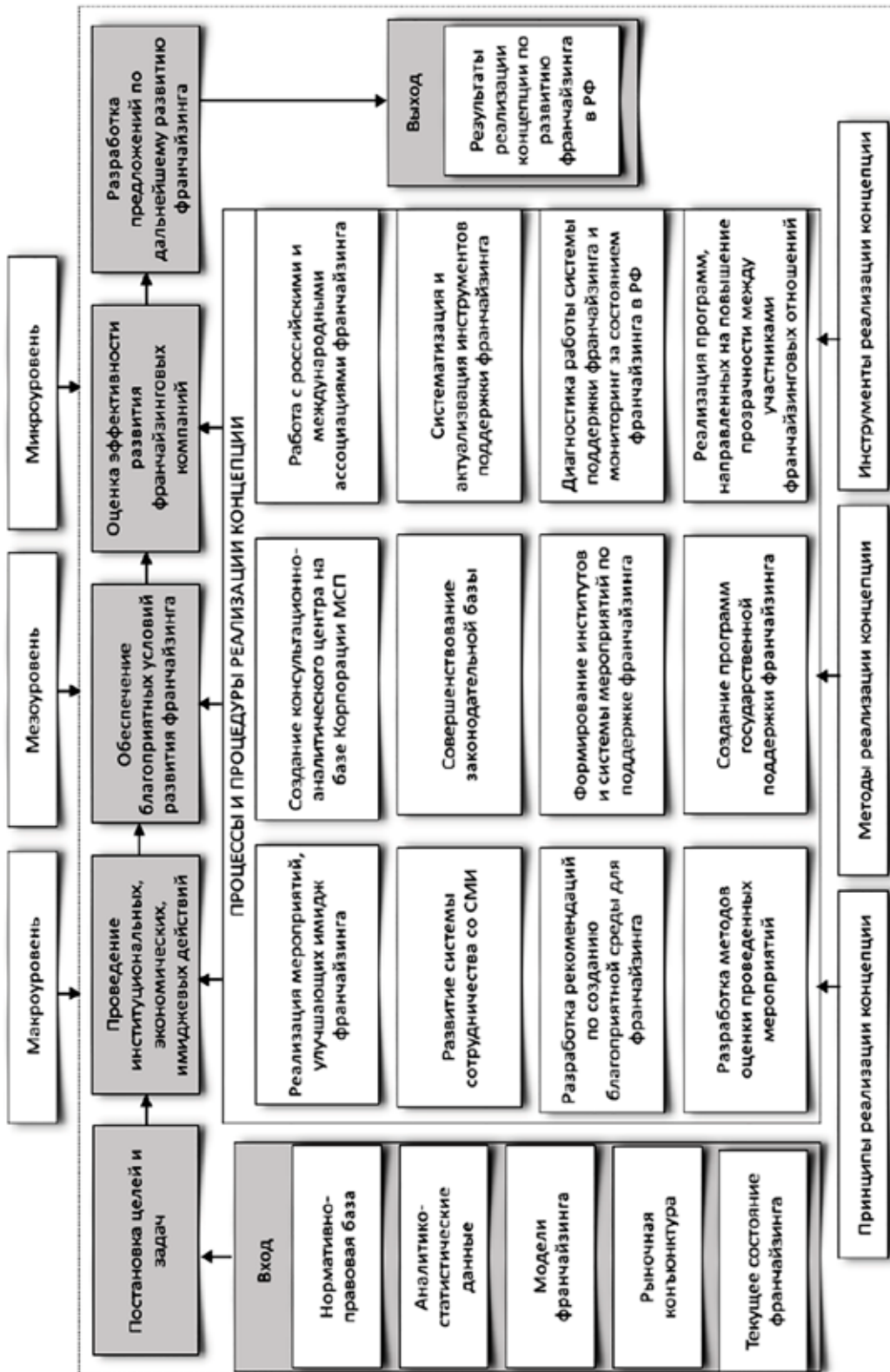


Рис. 2. Концепция развития франчайзинга для масштабирования в малом бизнесе в Российской Федерации
 Источник: по материалам [8, с. 206]

Основные элементы концепции развития франчайзинга в РФ

Цели	Достижение устойчивого развития франчайзинга в малом и среднем бизнесе в России. Создание благоприятной деловой среды для развития франчайзинговых компаний и потенциальных предпринимателей. Повышение эффективности франчайзинга как способа масштабирования
Задачи	Институциональные: Создание нормативно-правовых условий для развития франчайзинга. Формирование единой системы управления франчайзинга в России; Экономические: Создание условий для получения субсидиарной поддержки за счет средств федеральных и региональных бюджетов. Снижение рисков франчайзинговой модели бизнеса; Имиджевые: Создание условий для повышения инвестиционной привлекательности франчайзинговых компаний. Формирование информационно-прозрачного пространства. Формирование положительного имиджа и репутации франчайзинга как эффективного способа развития бизнеса
Принципы	Открытости и прозрачности франчайзинговых компаний Единства целей органов государственной власти и франчайзинговых компаний Эффективности предложенных процедур и мероприятий, направленных на развития франчайзинга в РФ Повышения качества франчайзинговых компаний в РФ Доверия и сотрудничества между органами государственной власти и франчайзинговыми компаниями
Методы реализации концепции	Планирование развития франчайзинга через совершенствование предпринимательской среды; Администрирование франчайзинговых процессов; Диагностика состояния франчайзинга в малом бизнесе; Оценки эффективности проведенных мероприятий; Анализ степени внедрения концепции; Управление процессами и процедурами реализации концепции; Разработка «дорожных карт» по вариантам развития франчайзинга
Инструменты	Правовые Организационные Экономические Методические Административные Информационные

Источник: составлено автором по материалам [8, с. 206].

Центральная роль бизнес-модели позволяет разработать уникальное ценностное предложение для каждой социально-значимой отрасли и сферы деятельности, определить целевые группы потребителей, а также технологии клиентских отношений, более подходящие каждой отрасли или сферы деятельности.

В качестве субъектов государственно-го сектора (Франчайзер) могут выступать предприятия тех отраслей, где необходимы дополнительные финансовые вложения и предпринимательская активность при поддержании определенного уровня цен, а именно в социально-значимых отраслях и сферах деятельности (в отраслях ЖКХ, транспорта, почтовой связи, образования, использования природных ресурсов и т.п.). Субъекты предпринимательского сектора (Франчайзи) представлены малыми и средними предприятиями, которые желают от-

крыть или расширить бизнес с помощью такой формы как государственный франчайзинг в социально и экономически значимых отраслях, и сферах деятельности. Кроме того, субъекты предпринимательского сектора обеспечивают продвижение на рынок специфического продукта. Субъектами государственного финансового сектора (Соинвестор) выступают федеральные либо региональные финансовые институты. Предоставление гарантий и разделение рисков, которые берет на себя Соинвестор.

Государственный франчайзинг – специальный правовой институт, особый вид государственного или муниципального контракта, предмет которого состоит в поручении государства или муниципалитета создания физическим или юридическим лицом предприятия по производству товаров или услуг. Государственный франчайзинг, как форма взаимодействия государственных

и предпринимательских структур, создает условия для формирования конкуренции на рынке социальных продуктов и посредством специфического продукта создается конкурентная среда.

Наряду с применением государственного франчайзинга целесообразно было бы применение и реализация целевых мероприятий, направленных на развитие применения франчайзинга в компаниях малого и среднего бизнеса. Так как ключевое условие по повышению эффективности работы по поддержке франчайзинга в России – взаимодействие между органами государственной власти и действующими компаниями, предложена концепция развития франчайзинга для масштабирования в малом и среднем бизнесе [8, с. 205]. Данная концепция направлена на улучшение предпринимательского климата и бизнес-среды, обеспечивающих рост франчайзинговых компаний для масштабирования в малом и среднем бизнесе в РФ. С ее помощью возможно преодоление экономических, правовых и организационных барьеров (рис. 2).

Внедрение подобной концепции развития франчайзинга для масштабирования в малом и среднем бизнесе в РФ создаст условия для увеличения числа франчайзинговых компаний, появления новых потенциальных франчайзи, формирования устойчивых систем франчайзинга (табл. 3).

Заключение

Таким образом отметим, что франчайзинг – форма делового сотрудничества, которая складывается между двумя сторонами – франчайзером, с одной стороны, и франчайзи, с другой. При этом, франчайзером выступает крупная компания, которая занимает устойчивые позиции на рынке,

обладает технологиями и ноу-хау, которые используются в процессе предпринимательской деятельности.

Существуют следующие проблемы развития франчайзинга:

- бюрократизм при государственной регистрации;
- несовершенство регулирования международных франшиз;
- несовершенство нормативно-правового регулирования;
- отсутствия системы по оценке риска при приобретении франшизы;
- отсутствие методики статистического учета франчайзинговых компаний.

Предполагаемые меры поддержки государства в отношении развития франчайзинга:

- совершенствование законодательства в сфере развития франчайзинга;
- разработка специальных условий и кредитных продуктов для франчайзинга;
- ввод франчайзинга в программы специального и высшего образования, повышать правовую культуру;
- принятие программы развития франчайзинга в РФ;
- развитие государственного франчайзинга.

В России на настоящий момент необходимо создавать условия для поддержки франчайзинга в малом и среднем бизнесе, улучшать предпринимательский климат и работать над программами по финансированию, консультации потенциальных франчайзи и франчайзеров. Создание программ по поддержке франчайзинга способствует улучшению российской экономики, особенно это актуально в рамках реализации действующих национальных проектов по развитию малого и среднего предпринимательства.

Библиографический список

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы Консультант Плюс (дата обращения 05.01.2023).
2. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы Консультант Плюс (дата обращения 05.01.2023).
3. Антикризисные меры 2022 – 2023. Экономическая поддержка бизнеса в субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс]. Доступ из справочно-правовой системы Консультант Плюс (дата обращения: 05.01.2023).
4. Балдина Ю.В., Масюк Н.Н. Организационно-экономический механизм взаимодействия государственных и предпринимательских структур в формате государственного франчайзинга // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2018. Т. 7, № 3 (24). С. 31-34.

5. Безуглова М.Н., Еременко И.А., Марков И.Р. Франчайзинг как форма организации бизнеса // Вектор экономики. 2017. № 8. С. 25-25.
6. Гриско Е.С. Тенденции и проблемы развития франчайзинга в России // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2018. С. 16-21.
7. Жулина Е.Г., Кузнецова И.В., Мягкова Т.Л. Инструменты стратегического развития малого бизнеса: монография. Саратов: ИИРПК, 2018. 180 с.
8. Завьялов Д.В., Сагинова О.В., Завьялова Н.Б. Проблемы и задачи развития малого и среднего предпринимательства в России // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18, № 3. С. 203-214.
9. Использование франчайзинга в деятельности предприятий [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-franchayzinga-v-deyatelnosti-predpriyatiy> (дата обращения: 05.01.2023).
10. Карта самочувствия бизнеса [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://smarteka.com/solution/map> (дата обращения: 05.01.2023).
11. Клопова, А.А. Анализ состояния франчайзинга на российском рынке, его проблемы и перспективы развития // Наука, техника и образование. 2018. №1 (42). С. 35-37.
12. Рейтинг Forbes 30 самых выгодных франшиз – 2022 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes/481024-30-samyh-vygodnyh-fransiz-2022-rejting-forbes> (дата обращения: 05.01.2023).
13. Рейтинг Forbes 30 самых выгодных франшиз – 2021 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/rating/432731-30-samyh-vygodnyh-franshiz-2021-reyting-forbes> (дата обращения: 05.01.2023).
14. Сущность и роль франчайзинга в современной экономике [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-i-rol-franchayzinga-v-sovremennoy-ekonomike> (дата обращения: 05.01.2023).
15. Чиркова Е.С. Основные тенденции и проблемы, связанные с ведением франчайзинговой деятельности в России // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. № 9. С. 207.
16. Юрицин А.А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии: итоги и перспективы правового регулирования: монография. М.: Юницинформ, 2018. 264 с.