



ФРАНЧАЙЗИНГ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Бормотов Иван Алексеевич

студент 3 курса

Кузьмина Мария Вячеславовна

кандидат юридических наук, доцент кафедры предпринимательского и трудового права

Оренбургский институт (филиал) Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА),

Россия, г. Оренбург

Аннотация. В статье рассматривается роль франчайзинга как инструмента развития предпринимательства и масштабирования бизнеса в современной экономике. Основное внимание уделяется выявлению системных правовых проблем, обусловленных отсутствием специального законодательного регулирования данного института и необходимостью применения норм, изначально предназначенных для иных видов отношений. Анализируются причины возникновения правовых коллизий, оцениваются риски для участников рынка и обосновываются перспективы совершенствования правового режима франчайзинга, включая необходимость принятия отдельного нормативного акта, направленного на защиту интересов сторон и снижение неопределённости в договорных отношениях.

Ключевые слова: франчайзинг, коммерческая концессия, договор франчайзинга, предпринимательская деятельность.

FRANCHISING IN BUSINESS ACTIVITIES

Bormotov Ivan Alekseevich

3th year student

Kuzmina Maria Viacheslavovna

PHD in Law, Associate Professor of the Department of Business and Labor Law,

Orenburg Institute (branch) O.E. Kutafin University (MSAL), Orenburg

Russia, Orenburg

Abstract. The article examines the role of franchising as a tool for developing entrepreneurship and scaling business in the modern economy. The main focus is on identifying systemic legal problems caused by the lack of special legislative regulation of this institution and the need to apply norms that were originally intended for other types of relations. The article analyzes the causes of legal conflicts, assesses the risks for market participants, and substantiates the prospects for improving the legal regime of franchising, including the need for a separate regulatory act aimed at protecting the interests of the parties and reducing uncertainty in contractual relations.

Keywords: franchising, commercial concession, franchise agreement, entrepreneurial activity.



Франчайзинг как инструмент масштабирования бизнеса и форма предпринимательской деятельности занимает всё более заметное место в экономике современной России. По данным ежегодного исследования каталога франшиз, объём рынка франчайзинга в 2025 году достиг 3,81 трлн рублей, продемонстрировав прирост в 2,5% по сравнению с предыдущим периодом. При этом на начало 2026 года в стране функционирует около 4015 франчайзинговых систем, а общее число действующих франчайзинговых точек превышает 550 тысяч¹. Такие масштабы свидетельствуют о том, что франчайзинг перешёл из категории альтернативных способов развития бизнеса в один из ключевых драйверов роста малого и среднего предпринимательства, обеспечивающий занятость населения и наполняемость региональных бюджетов.

Однако темпы развития отрасли в последний период существенно замедлились. Если в 2024 году рынок увеличился на 17% в денежном выражении, а количество франшиз выросло на 12%, то в 2025 году прирост числа новых концепций составил всего 4%, а число франчайзинговых точек увеличилось лишь на 3% (против 8% годом ранее). Согласно данным Роспатента, в 2025 году впервые с 2019 года зафиксирована отрицательная динамика по количеству зарегистрированных договоров коммерческой концессии: их число снизилось с 8206 до 7800. Совокупный спрос на франшизы, исходя из анализа поисковых запросов и заявок потенциальных инвесторов, упал на 18%, что стало первым подобным снижением за последние 15 лет².

Правовое регулирование франчайзинговой деятельности в Российской Федерации обладает спецификой, существенно влияющей на характер взаимоотношений участников рынка. Ключевая особенность отечественного законодательства заключается в отсутствии специализированного федерального закона, прямо регламентирующего институт франшизы. В правовом поле в качестве аналога франчайзингового договора выступает договор коммерческой концессии, урегулированный главами 45 и 75 Гражданского кодекса Российской Федерации (части первая и четвёртая), а также параграфами 2–4 главы 76 ГК РФ^{3,4}. Данные нормы определяют порядок передачи комплекса исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности, включая товарные знаки, ноу-хау и коммерческие обозначения. Существенное

¹ Рынок франчайзинга в России: статистика, оборот, динамика, аналитика и анализ / Аналитика каталога франшиз // Франшиза.ру. – 2025. – URL: https://franshiza.ru/article/read/issledovanie_i_analiz_rynka_franchisinga_v_rossii/ (дата обращения: 30.04.2026)

² Трудный год: около 40% франчайзеров стали менее прибыльными в 2025 году // Forbes.ru. – 2026. – URL: <https://www.forbes.ru/franchises/555463-trudnyj-god-okolo-40-francajzerov-v-2025-m-stali-menee-pribyl-nymi> (дата обращения: 30.04.2026)

³ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.

⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвёртая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 52 (ч. I). – Ст. 5496.



значение имеет Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»⁵, устанавливающий ограничения в отношении антиконкурентных соглашений, что накладывает отпечаток на формирование территориальных и ценовых условий франчайзинговых договоров.

Несмотря на то, что де-факто франчайзинг функционирует как самостоятельный институт, де-юре он не имеет самостоятельного закрепления в законодательстве. Договор коммерческой концессии, являясь «ближайшим аналогом», не отражает специфику передачи комплекса бизнес-процессов, управленческих стандартов и ноу-хау, что затрудняет отграничение франчайзинга от лицензионных, агентских и дистрибьюторских отношений. Гражданский Кодекс Российской Федерации не содержит специальных механизмов защиты франчайзи как заведомо более слабой стороны, вынужденной работать под брендом и по стандартам франчайзера.

Правовой проблемой является, как вытекает из вышеперечисленных обстоятельств, отсутствие в российском законодательстве самостоятельного правового института франчайзинга, в результате чего данная модель предпринимательской деятельности фактически функционирует вне рамок специального нормативного регулирования и приходится приспосабливаться к нормам о договоре коммерческой концессии, изначально предназначенным для иных экономических отношений, что приводит к несоответствию между экономической сущностью франчайзинга как комплексной системы передачи бизнес-модели, включающей технологии, ноу-хау и управленческие стандарты, и правовой конструкцией, ориентированной преимущественно на лицензирование объектов интеллектуальной собственности, вследствие чего стороны франчайзинговых отношений лишены чётких правовых ориентиров при определении взаимных обязательств, механизмов защиты интересов франчайзи, критериев допустимости вертикальных ограничений и порядка разрешения споров, что в условиях замедления роста рынка франчайзинга и усиления конкуренции создаёт повышенные юридические риски и препятствует развитию данного института предпринимательств.

В отечественном правовом поле франчайзинг функционирует в рамках договора коммерческой концессии, что порождает системные коллизии. Как справедливо отмечают В.В. Витрянский и М.И. Брагинский, понятие «коммерческая концессия» было использовано при подготовке ГК РФ как наиболее соответствующее по смыслу английскому термину franchising, однако данная подмена не учитывает специфику передачи не только исключительных прав, но и комплекса бизнес-процессов, управленческих стандартов и ноу-хау⁶.

⁵ Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 31 (ч. I). – Ст. 3434.

⁶ Витрянский, В. В., Брагинский, М. И. Договорное право. Книга первая: Общие положения / В. В. Витрянский, М.



К числу существенных недостатков законодательства относится отсутствие в ГК РФ легального определения института коммерческой концессии — закон оперирует лишь понятием соответствующего договора⁷, что затрудняет правоприменение. Н.А. Ющенко в работе «Правовое регулирование коммерческой концессии и франчайзинга в России и за рубежом» указывает, что российское законодательство о коммерческой концессии, будучи сложной системой, характеризуется иерархичностью, однако весь массив норм разбросан по различным правовым актам разной юридической силы, принятым разными органами государственной власти⁸. Как следствие, франчайзинг в России вынужденно базируется на комплексных договорах, использующих «обходные» правовые конструкции, что существенно ограничивает возможности его эффективного применения в отечественной экономике.

В своей диссертации «Правовой режим франчайзинга в национальном и международном обороте» С.В. Климова приходит к мысли о целесообразности принятия специального федерального закона, регулирующего франчайзинг, устранения разногласий и пробелов в Гражданском кодексе РФ, введения юридически закреплённого определения франчайзинга и договора франчайзинга, урегулирования вопроса обязательного раскрытия сведений о франшизе, а также создания реестра информационных документов, касающихся франшиз⁹. Подобную позицию разделяет Н.А. Ющенко, выступающая с предложением переименовать главу 54 ГК РФ «Коммерческая концессия» в «Договор франчайзинга», поскольку термин «франчайзинг» охватывает более широкий спектр отношений по сравнению с понятием «франчайзинговое соглашение», включая, например, лицензионные договоры, соглашения о совместной деятельности, договоры купли-продажи и иные виды договоров¹⁰.

Длительное время в судебной практике отсутствовало единообразие в части обязательных элементов комплекса исключительных прав. Суды ошибочно признавали договоры коммерческой концессией при передаче прав на логотип и ноу-хау без товарного знака. Прорывным стал прецедент по делу сети LaserLove. Франчайзер расторг договор с ИП Д. Хусаиновым в связи с открытием им конкурирующей студии. Суды первой, апелляционной и кассационной инстанций отказали во взыскании штрафа, посчитав, что условие о неконкуренции перестаёт действовать после расторжения договора. Верховный Суд встал на сторону франчайзера, признав, что оговорка об ограничении конкуренции сохраняет силу и

И. Брагинский. — М. : Статут, 2021. — 848 с.

⁷ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ. — 1996. — № 5. — Ст. 410.

⁸ Ющенко, Н. А. Правовое регулирование коммерческой концессии и франчайзинга в России и за рубежом : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Н. А. Ющенко. — М., 2006. — 194 с.

⁹ Климова, С. В. Правовой режим франчайзинга в национальном и международном обороте : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / С. В. Климова. — М., 2010. — 215 с.

¹⁰ Ющенко, Н. А. Правовое регулирование коммерческой концессии и франчайзинга в России и за рубежом : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Н. А. Ющенко. — М., 2006. — 194 с.



после прекращения договора, и взыскал штраф в размере 1 млн рублей¹¹. Данный прецедент создал механизм защиты правообладателей от недобросовестного использования ноу-хау бывшими партнёрами.

В 2024–2025 годах данная позиция получила дальнейшее развитие. Постановлением Суда по интеллектуальным правам от 29.12.2025 по делу № А56-104421/2024 суд оставил без изменения решения о признании действий ответчика нарушающими условия договора коммерческой концессии, поскольку доказан факт неисполнения ответчиком обязательств, выразившийся в продолжении осуществления деятельности, конкурирующей с основной деятельностью истца, несмотря на условие о запрете конкурирующей деятельности в течение одного года после расторжения договора¹².

Таким образом, можно сделать вывод о том, что франчайзинг в России, несмотря на свои масштабы и значение для малого и среднего бизнеса, развивается в условиях выраженного правового вакуума. Отсутствие самостоятельного законодательного института франчайзинга и необходимость «подгонять» реальные отношения под нормы о коммерческой концессии порождают системные коллизии, повышают юридические риски для участников рынка и сдерживают дальнейший рост отрасли. Преодолеть эти барьеры возможно только путём принятия специального федерального закона, который закрепит правовую природу франчайзинга, обеспечит защиту прав сторон и создаст прозрачные правила игры на рынке.

¹¹ Определение Верховного Суда РФ от 09.06.2022 № 309-ЭС22-3993 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ARB&n=716199#UQguTIVGu4qdJAbC4> (дата обращения: 29.04.2026)

¹² Постановление Суда по интеллектуальным правам РФ от 08.09.2022 по делу № А56-85594/2021 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SIP&n=95545#EgLvTIVsRC8zOH3l> (дата обращения: 30.04.2026).

**Список литературы:**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 5. – Ст. 410.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвёртая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 52 (ч. I). – Ст. 5496.
4. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 31 (ч. I). – Ст. 3434.
5. Витрянский, В. В., Брагинский, М. И. Договорное право. Книга первая: Общие положения / В. В. Витрянский, М. И. Брагинский. – М. : Статут, 2021. – 848 с.
6. Климова, С. В. Правовой режим франчайзинга в национальном и международном обороте : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / С. В. Климова. – М., 2010. – 215 с.
7. Ющенко, Н. А. Правовое регулирование коммерческой концессии франчайзинга в России и за рубежом : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03 / Н. А. Ющенко. – М., 2006. – 194 с.
8. Определение Верховного Суда РФ от 09.06.2022 № 309-ЭС22-3993[Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». – URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ARB&n=716199#UQguTIVGu4qdJAbC4> (дата обращения: 29.04.2026)
9. Постановление Суда по интеллектуальным правам РФ от 08.09.2022 по делу № А56-85594/2021 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс». - URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SIP&n=95545#EgLvTIVsRC8zOH3l> (дата обращения: 30.04.2026).
10. Рынок франчайзинга в России: статистика, оборот, динамика, аналитика и анализ / Аналитика каталога франшиз // Франшиза.ру. – 2025. – URL: https://franshiza.ru/article/read/issledovanie_i_analiz_rynka_franchisinga_v_rossii/ (дата обращения: 20.04.2026)
11. Трудный год: около 40% франчайзеров стали менее прибыльными в 2025 году // Forbes.ru. – 2026. - URL: <https://www.forbes.ru/franchises/555463-trudnyj-god-okolo-40-francajzerov-v-2025-m-stali-menee-pribyl-nymi> (дата обращения: 20.04.2026)