

Развитие рынка франчайзинга в Российской Федерации в условиях перехода к цифровой экономике

Финансирование: Исследование профинансировано Министерством науки и высшего образования РФ в рамках Программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030» (соглашение № 075-15-2024-201 от 6 февраля 2024 г.)

Бахарев Владимир Васильевич

Кандидат экономических наук, доцент

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия

E-mail: baharev_vv@spbstu.ru

Клименко Андрей Романович

Студент

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия

E-mail: klimenko.ar@edu.spbstu.ru

Мышаев Кирилл Михайлович

Студент

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия

E-mail: myshaev.km@edu.spbstu.ru

Фан Цзымин

Студент

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия

E-mail: fan5.ts@edu.spbstu.ru

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

цифровой франчайзинг, российский рынок франчайзинга, розничная торговля, обратный франчайзинг, цифровая трансформация, блокчейн

АННОТАЦИЯ

Франчайзинг играет важную роль в развитии предпринимательской деятельности, поскольку он позволяет начинающим бизнесменам использовать проверенную бизнес-модель и дает возможность крупным компаниям привлекать внешние финансовые и интеллектуальный капитал для формирования своей сети. В настоящее время мировой рынок франчайзинга трансформируется благодаря активному использованию цифровых технологий, что привело к возникновению цифрового франчайзинга. По этой причине большой интерес представляет оценка влияния происходящих технологических изменений на функционирование российского рынка франчайзинга. В данной работе нами был выполнен анализ современного рынка франшиз Российской Федерации с учетом перехода к цифровой экономике и текущей геополитической ситуации. При выполнении исследования нами были использованы данные, представленные в открытых источниках информации. Нами было показано, как санкционные ограничения и внедрение цифровых технологий повлияли на российский рынок франчайзинга (в т. ч. и путем создания новых ниш, а также расширения использования инновационных моделей франчайзинга, прежде всего, обратного франчайзинга). Реализуется дальнейшая цифровая трансформация франчайзинговых отношений (включая перевод в цифровой формат сделки по продаже франшизы) благодаря использованию технологии блокчейн, что упрощает взаимодействие франчайзера и франчайзи. Предложены перспективные направления дальнейшего использования цифровых инструментов для повышения эффективности управления отношениями франчайзеров и франчайзи. В работе были выявлены те сектора экономики, для которых франчайзинг имеет наибольшее значение. Дано описание основных игроков на российском рынке франчайзинга. Показаны проблемы, которые препятствуют устойчивому развитию рынка франчайзинга в Российской Федерации.

JEL codes: B00; F01; F60; I21; I22; P10

DOI: <https://doi.org/10.52957/2221-3260-2025-2-93-103>

Для цитирования: Бахарев, В.В. Развитие рынка франчайзинга в Российской Федерации в условиях перехода к цифровой экономике / В.В. Бахарев, А.Р. Клименко, К.М. Мышаев, Фан Цзымин - Текст : электронный // Теоретическая экономика. - 2025 - №2. - С.94-103. - URL: <http://www.theoreticaleconomy.ru> (Дата публикации: 28.02.2025)

Введение

В наше время франчайзинг является одной из важнейших форм ведения предпринимательской деятельности, которая способствует развитию малого и среднего бизнеса в России. Благодаря ведению бизнеса по франшизе у предпринимателей, владеющих известным брендом (потенциальных франчайзеров), появляется возможность масштабировать деятельность своего предприятия, тем самым повышая его эффективность и капитализацию. Российские франчайзеры, в частности, заявляют об увеличении количества чеков и росте среднего чека, а также отмечают, что затраты на ведение бизнеса снижаются, причём вследствие роста оборота франчайзинговых сетей прибыль возрастает [21, 25]. В свою очередь, начинающие предприниматели (франчайзи) могут, приобретая франшизу, создать свой собственный бизнес со значительно более низким уровнем рисков по сравнению с самостоятельной организацией предприятия [12]. Франчайзинг можно рассматривать как мягкую форму интеграции предприятий, не предполагающую наличия единого собственника [10, 11, 26]. При этом существует большое количество разновидностей франчайзинга, что позволяет адаптировать модель управления франчайзинговыми отношениями к потребностям различных франчайзеров и франчайзи [13].

Очевидно, что текущая геополитическая ситуация и технологические трансформации оказывают влияние на рынок франчайзинга, поскольку как франчайзеры, так и франчайзи должны активно осваивать новые цифровые технологии и адаптироваться к новым условиям внешней среды [4, 8, 9, 18]. В данной работе нами будет выполнен анализ современного российского рынка франчайзинга, а также показаны перспективные направления использования цифровых технологий для повышения эффективности управления отношениями франчайзи и франчайзи.

Материалы и методы.

В работе использован общенаучный метод анализа и синтеза. С теоретической точки зрения данное исследование опирается на существующие представления о франчайзинге как о гибридной форме сотрудничества независимых участников хозяйственной деятельности [26]. Цифровая трансформация понимается как глубокая трансформация бизнес-моделей, обусловленная внедрением передовых цифровых технологий [27]. Информационная база исследования сформирована на основе публикаций по российскому рынку франчайзинга в открытых источниках (средства массовой информации и отраслевые обзоры).

Для представления результатов исследования использовались графические методы.

Результаты и обсуждение.

Каждый год рынок франчайзинга Российской Федерации растёт на 5–10%. В 2023 году количество предприятий, осуществляющих свою деятельность по модели франчайзинга, составляло 3249, что на 5% больше, чем в 2022 году. На начало 2024 года в России насчитывалось 3445 предприятий, работающих по модели франчайзинга [21].

Оборот рынка по итогам 2023 года составил 2,9 трлн руб., число работников в отрасли возросло примерно на 1,4 млн человек, т. е. увеличилось на 12% [9]. По прогнозам, к 2025 году число франчайзи может превысить показатель в 200 000 за счёт развития малого бизнеса в России, а к 2040 году число франчайзинговых точек может составить более 300 000 [9].

Это показывает, что, несмотря на сложную экономическую ситуацию, количество компаний, использующих в своей деятельности франчайзинг, растёт. Этому может способствовать то, что, столкнувшись с экономическими и финансовыми проблемами, россияне принимают меры по их решению, и одним из способов является открытие собственного бизнеса [24]. При этом, поскольку

франчайзинг позволяет снизить риски предпринимательской деятельности по сравнению с открытием полностью самостоятельной компании [5], часть таких начинающих предпринимателей может выбрать приобретение франшизы. Что касается франчайзеров, то в нестабильной экономической ситуации они могут использовать франчайзинг для того, чтобы снизить риски своего собственного бизнеса и переложить их на франчайзи (который будем сам инвестировать в создание торговых точек под брендом франчайзинговой сети). Таким образом, кризисные явления в экономике могут способствовать наличию спроса на франчайзинг со стороны как франчайзеров, так и франчайзи.

Для наглядности на рисунке 1 представлена динамика увеличения количества франчайзинговых предприятий с 2017 по 2024 годы.

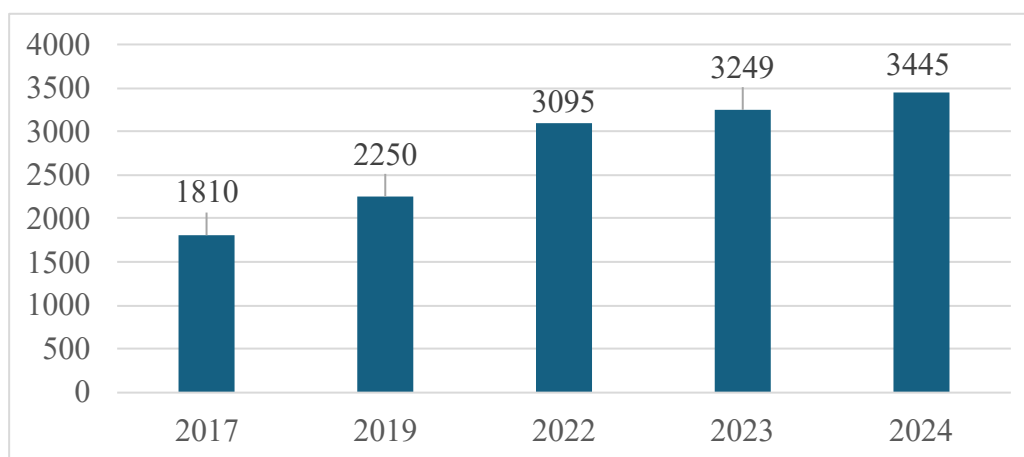


Рисунок 1 - Динамика увеличения количества франчайзинговых предприятий с 2017 по 2024 годы

Источник: составлено авторами по материалам [9, 25]

В 2023 году появилось около 320 новых франчайзеров [5]. А количество франчайзинговых сетей, которые ушли с российского рынка или временно приостановили свою деятельность, составило около 130, что является минимальным показателем за последние 10 лет [5]. Порядка 95% проектов, которые были запущены в 2023 году, являются российскими брендами [9].

В 2022 году многие зарубежные франчайзинговые сети объявили об уходе с российского рынка, опасаясь возможного репутационного ущерба из-за продолжения работы в стране, подвергшейся ряду санкций коллективного Запада, а также из-за самих санкций, существенно усложнивших отношение российских подразделений этих компаний с головными офисами и с иностранными поставщиками. Однако многие компании в той или иной форме продолжили свою деятельность в России – как под собственным брендом, так и проведя ребрендинг и передав бизнес российским владельцам [14]. К примеру, сети ресторанов быстрого питания McDonald's и KFC на территории РФ теперь ведут свою деятельность под именами «Вкусно и Точка» и ROSTIC's соответственно, а магазины одежды Pull & Bear, Bershka, Stradivarius и Zara продолжили свою работу в нашей стране под брендами DUB, Ecru, Vilet и Maag [19].

Таким образом, несмотря на то что многие иностранные бренды ушли из России в 2022 году, рынок франчайзинга растёт благодаря инициативам российских предпринимателей.

В РФ примерно 72% франчайзинговых компаний работают в форме обществ с ограниченной ответственностью (ООО), остальные 28% ведут свою деятельность как индивидуальные предприниматели (ИП) [9]. Есть несколько причин, по которым большинство предприятий имеют организационно-правовую форму ООО. Например, ООО легче привлекать инвестиции, так как есть возможность выпускать акции и таким образом распределять доли среди учредителей и инвесторов. Ставки по налогам для предпринимателей и компаний практически идентичны, но различие в том, что ИП платят НДФЛ (13%, 15%, 30%, 35%), а ООО – налог на прибыль (0%, 10%, 20%). То есть, во многих случаях выбор организационно-правовой формы ООО позволяет компании

снизить налоговую нагрузку. Также ООО подразумевает наличие уставного капитала, что создаёт финансовую базу предприятия. Учредители несут ответственность в пределах собственных вкладов в уставный капитал, т. е. для собственников бизнеса риски снижаются. В свою очередь, ИП отвечает за обязательства компании собственным имуществом. Это делает такую форму менее надёжной для масштабных долгосрочных проектов. Таким образом ООО позиционирует себя как более устойчивая организационно-правовая форма по сравнению с ИП. В отличие от бизнеса, который полностью зависит от одного человека (ИП), ООО демонстрирует более высокую стабильность, снижает риски и способствует более эффективному контролю деятельности благодаря распределённой структуре компании и её сложному администрированию [20].

На российском рынке франчайзинга представлены в основном российские бренды, доля которых составляет 87%. Присутствие иностранных франчайзинговых сетей заметно только в сегменте общественного питания и магазинов одежды, при этом есть сегменты, на которых иностранных бренды практически отсутствуют (к ним относятся образование, логистика, продовольственная розничная торговля, медицина и т. д.) [9].

Отраслевая структура российского рынка франчайзинга представлена на рисунке 2.

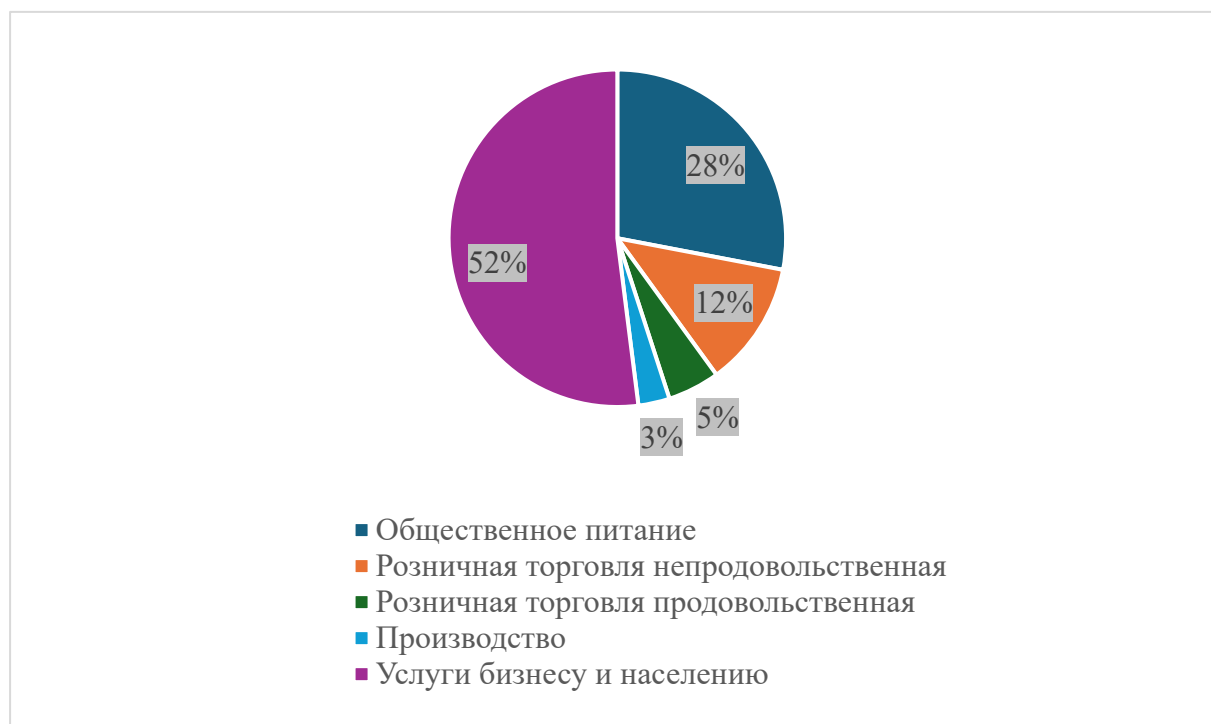


Рисунок 2 - Структура франчайзеров в России по виду бизнеса

Источник: составлено авторами на основе данных [9]

Как показывает рисунок 2, большинство франчайзинговых сетей работает в сегменте услуг на рынках B2B и B2C, что объясняется отсутствием значительных инвестиций при запуске точки франчайзи и сравнительно невысокими текущими издержками. Это снижает риски франчайзи и позволяет быстро окупить вложения. Кроме того, это связано с постоянно растущим спросом населения и бизнеса на услуги.

Цифровая трансформация экономики ведет к тому, что франчайзеры уделяют большое внимание автоматизации бизнес-процессов и выстраиванию единой цифровой среды управления франчайзинговыми сетями, что значительно упрощает масштабирование бизнеса.

В 2023 году на рынок вышло больше всего новых франшиз в сегментах 3–6 млн рублей и более 10 млн рублей. Самой многочисленной категорией являются франчайзинговые компании с инвестициями 1–3 млн рублей (см. рисунок 2). На рисунке 3 представлена структура франчайзеров в России по объёму инвестиций в покупку.

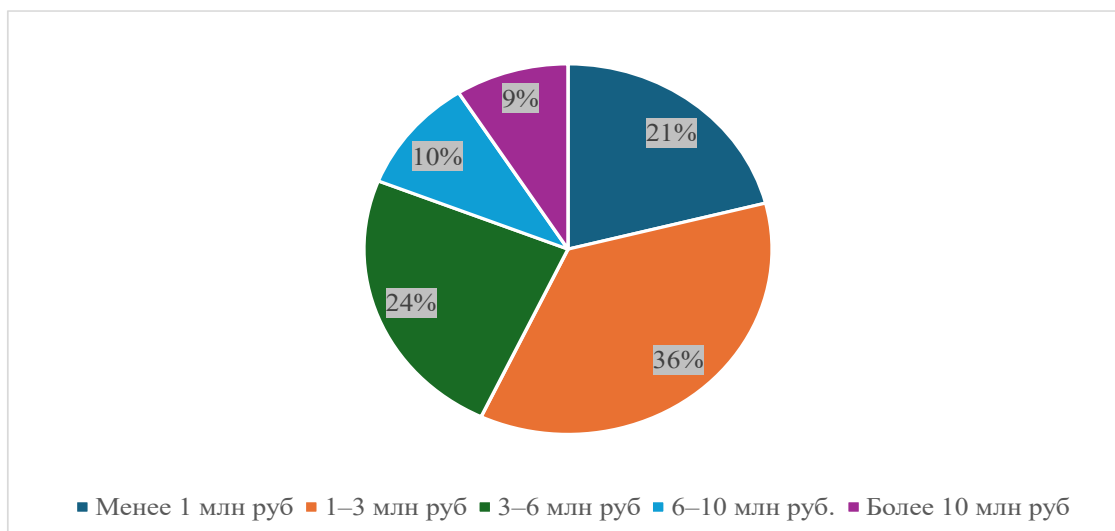


Рисунок 3 - Структура франчайзеров в России по объёму инвестиций в покупку

Источник: составлено авторами на основе [9]

Журналом Forbes был составлен рейтинг 30 самых выгодных франшиз в России на 2024 год [1]. Из них 12 – предприятия, осуществляющие свою деятельность в сфере торговли:

1. Fix Price – сеть магазинов, где товары продаются в формате «всё по одной цене». Франчайзинговую программу компания развивает с 2010 года, а в период с мая 2023 по май 2024 года партнерская сеть расширилась ещё на 61 точку.

2. Аскона – франшиза фирменных магазинов товаров для сна. С 2011 года сеть развивается, в настоящий момент действует несколько сотен магазинов в России и за рубежом. С мая 2023 года по май 2024 года открылось 42 новых магазина и при этом ни одного не закрылось.

3. «Пятёрочка» – торговая сеть, принадлежащая X5 Group. Франчайзинговая программа появилась в 2010 году, а в 2022 была обновлена и перезапущена. Партнерские магазины работают по принципу обратного франчайзинга, что в целом нетипично для российского рынка франчайзинга [13]. В 2023 году «Пятёрочка» открыла свои точки на Дальнем Востоке, а 2024 году – в Якутии [22]. По состоянию на 2024 год магазины сети открыты более чем в 60 регионах России. Отметим, что, наряду с обратным франчайзингом, «Пятёрочка» также использует мастер-франчайзинг (именно на его основе сеть универсамов вышла на рынок Якутии). Этот пример очень интересен, поскольку он показывает, что один франчайзер может развивать несколько моделей франчайзинга для различных задач.

4. Sokolov – бренд ювелирной продукции, действует с 1993 года как мастерская и с 2000 года как сеть магазинов. Франшизу Sokolov компания развивает с 2018 года, только за 2023 год открылось 64 партнёрские точки и при этом ни одной не закрылось.

5. Mr.Doors – компания по производству и продаже корпусной мебели. С 2000 года компания развивает франшизу, на данный момент функционирует 136 точек. За 2023 год открылось 16 новых магазинов, 62% партнеров владеют не менее чем двумя торговыми точками.

6. Автомоё – сеть по продаже автомобильных запчастей для иномарок. С момента запуска франшизы в 2010 году число партнёрских точек на данный момент составляет 234.

7. «Машенькины пироги» – сеть пекарен, которая была запущена в 2018 году. На начало 2024 года в сети работало 30 торговых точек во Владивостоке, Москве, Санкт-Петербурге, Самаре и других городах России.

8. Магазин постоянных распродаж – франчайзинговый розничный проект крупной торговой платформы товаров для дома «Гала-центр». С момента запуска франшизы в 2018 году по май 2024 года было открыто 540 точек в 332 населённых пунктах в Беларуси и в России.

9. «Пенная Гильдия» – сеть магазинов разливных напитков, основанная в 2014 году. В 2018 году

компания зарегистрировала торговую марку и запустила франшизу. Магазины «Пенной Гильдии» работают как в крупных, так и в небольших городах. За 2023 год открылось 60 новых точек, а закрылась всего лишь одна.

10. Wildberries – крупнейший российский интернет-маркетплейс. В настоящий момент общее количество пунктов выдачи заказов (ПВЗ) в России составляет примерно 40 000. Как и «Пятерочка», работает по модели обратного франчайзинга [13].

11. Ozon – один из родоначальников интернет-торговли в России, который начинал свою деятельность с онлайн-продажи книг. Является вторым по величине маркетплейсом в России. С мая 2023 по май 2024 года было открыто 25 000 новых ПВЗ, а закрылось около 5000 [1]. Так же, как и Wildberries, использует обратный франчайзинг [13]. При этом Ozon демонстрирует самый быстрый рост своей франчайзинговой сети в России [5].

12. Bambini Flowers – сеть цветочных магазинов, основанная в 2012 году. В 2019 году компания запустила франшизу. На данный момент магазины под этим брендом работают более чем в 60 городах России и СНГ, а каждый месяц сеть увеличивается примерно на 9 точек [1].

Из приведенного перечня наибольший интерес представляют сети Ozon и Wildberries, деятельность которых как электронных маркетплейсов привела к появлению новой крупной ниши на рынке франчайзинга – пунктов выдачи заказов. Таким образом, идущая в настоящее время цифровая трансформация рынка розничной торговли Российской Федерации [3, 6], 7], 23] сопровождается и цифровой трансформацией рынка франчайзинга, которая выражается не только в активном внедрении цифровых технологий франчайзерами и франчайзи, но и в возникновении новых франчайзинговых бизнес-моделей.

Еще одним проявление цифровой трансформации рынка франчайзинга в Российской Федерации является то, что уже существуют прецеденты продажи франшиз в цифровом формате (при этом регистрация сделок проводится в цифровом распределенном реестре). Преимущества такой модели заключаются в следующем [9]:

- она обеспечивает соответствие способа продажи франшиз требованиям цифровой экономики;
- снижаются транзакционные издержки выстраивания отношений между франчайзером и франчайзи;
- минимизируются риски мошенничества;
- упрощается выход на рынок франчайзинга для франчайзеров и франчайзи из малых городов.

Эти сделки проводятся на специализированной B2B платформе SCALE IT, использующей технологии блокчейн [8]. Таким образом, платформенная модель (являющаяся одним из признаков цифровой трансформации [15]) также находит свое применение на рынке франчайзинга. Отметим, что цифровые маркетплейсы франшиз существуют уже достаточно давно [25], однако ранее они только помогали найти франчайзи привлекательного франчайзера. Дальнейшие отношения франчайзер и франчайзи выстраивали самостоятельно. В настоящее время на рынок выходят платформы, использующие передовые технологии (блокчейн), обеспечивающие прозрачность сделок и поддерживающие все аспекты отношений франчайзера и франчайзи при организации их сотрудничества [2, 16].

В России всегда пользовались спросом франшизы с невысокими стартовыми вложениями (около 1 млн. рублей, см. рисунок 3) благодаря их сравнительной финансовой доступности для потенциальных франчайзи, а также их быстрой окупаемости. Однако, из-за инфляции и роста издержек доля таких проектов за 2023 год снизилась с 23% до 21% [5]. Наиболее массовым становится сегмент франшиз с начальными вложениями 1–3 млн. руб., см. рисунок 3 (в который, из-за роста издержек, также перешла часть франшиз, ранее работавших в сегмент до 1 млн. руб.) [21]. Кроме того, множество новых проектов появилось в сегменте с вложениями от 3 млн. руб. Из-за этого начали возникать случаи, когда предприниматели объединяются и вместе покупают одну франшизу и в дальнейшем совместно ведут франчайзинговую деятельность [5].

При этом, несмотря на в целом стабильный рост франчайзинга в Российской Федерации, существует ряд проблем, которые препятствуют его развитию.

В качестве первой из них можно назвать недостаточность нормативно-правовой базы франчайзинга. Вместо собственно франчайзинга российские предприниматели вынуждены использовать договор коммерческой концессии, который, хотя и близок по своему содержанию к франчайзингу, однако не полностью совпадает с ним.

Начинающие франчайзи не всегда могут определить эффективность предлагаемых на рынке франшиз. Из-за этого нередко встречаются «пустые» франшизы, которые активно продвигают себя и привлекают потенциальных франчайзи, но при этом не предлагают им ни отработанной бизнес-модели, ни поддержки в ведении бизнеса [25]. В результате выплаты франчайзеру в лучшем случае не создают ценности для франчайзи (и фактически становятся просто затратами для его бизнеса), а в худшем случае приобретение неэффективной франшизы ведет к банкротству предпринимателя.

В условиях роста налогового контроля использование франчайзинга может создавать риски для франчайзеров и франчайзи в связи с тем, что Федеральная налоговая служба (ФНС) допускает, что франчайзинговые контракты могут носить фиктивный характер, тогда как на самом деле они используются для дробления бизнеса и уклонения от налогов [9]. Даже в том случае, если франчайзер ведет свою деятельность добросовестно, возникновение таких опасений у ФНС может привести к проверкам бизнеса и к его приостановке, что связано с большими потерями. Предотвратить такие риски можно при помощи цифровых технологий, обеспечивающих прозрачность отношений франчайзера и франчайзи. Эти технологии будут основаны на прослеживаемости франшизы в цифровой системе ФНС [25].

Также значительной проблемой являются высокие затраты на юридическое сопровождение сделок, поскольку они ограничивают возможность использования франчайзинга (в качестве франчайзеров) для малого бизнеса. Так, например, услуги юриста по выявлению и оформлению результатов интеллектуальной деятельности могут стоить от 200 тыс. до 250 тыс. руб., а составление договора коммерческой концессии обойдется ещё в 150–200 тыс. руб. [9].

Кроме того, политика Банка России привела к значительному росту ставок по банковским вкладам (до 15–17%), величина которых стала сопоставимой с рентабельностью предприятий, открытых по франшизе (особенно с учетом усилий инвестора, необходимых для управления бизнесом). В этих условиях для потенциальных франчайзи более предпочтительным может быть открытие банковского вклада вместо приобретения франшизы [5].

Заключение

Цифровая трансформация экономики ведет к цифровой трансформации рынка франчайзинга в Российской Федерации. Важными проявлениями этой тенденции являются:

- возникновение новых франчайзинговых бизнес-моделей (быстрый рост сетей пунктов выдачи заказов, ориентированных на обслуживание цифровых маркетплейсов и их потребителей и основанных на обратном франчайзинге);
- переход к цифровой продаже франшиз (при этом в цифровом формате осуществляется не только выбор потенциального партнера, но и все сопровождение контракта между франчайзером и франчайзи);
- создание специализированных цифровых платформ для поддержки сделок между франчайзерами и потенциальными франчайзи (в т. ч. на основе передовых технологий).

Уход с российского рынка иностранных франчайзинговых сетей и ограничения на экспорт в Россию ресурсов и технологий, необходимых для цифровой трансформации, может замедлить освоение российскими предпринимателями цифровых инструментов и моделей [25]. Тем не менее, одновременно создаются стимулы для развития в нашей стране собственных технологий и концепций. В сочетании со стабильно высоким интересом к франчайзингу со стороны как владельцев успешных брендов, так и начинающих предпринимателей это позволяет говорить о том,

что цифровая трансформация рынка франчайзинга в России будет продолжаться. В этой ситуации франчайзерам необходимо разрабатывать стратегии цифровой трансформации своих франшиз, чтобы обеспечить привлекательность своего бизнеса для потенциальных франчайзи и повысить эффективность своей деятельности в условиях нестабильной экономической среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 30 самых выгодных франшиз в России – 2024. Рейтинг Forbes / Forbes.ru [Электронный ресурс] URL: <https://www.forbes.ru/biznes/515051-30-samyh-vygodnyh-fransiz-v-rossii-2024-rejting-forbes> (дата обращения: 21.06.2024).
2. Апатова, Н. В. Финансовая безопасность и технологии блокчейн / Н. В. Апатова, О. Л. Королев // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2017. – № 4(41). – С. 35-41. – EDN ZWQHLD.
3. Бахарев, В. В. Тенденции развития ритейла в России / В. В. Бахарев, Г. Ю. Митяшин // Экономический вектор. – 2020. – № 3(22). – С. 54-60. – DOI 10.36807/2411-7269-2020-3-22-54-60.
4. Божук, С. Г. Уточнение понятия цифровой франчайзинг / С. Г. Божук, А. К. Сеницына, Е. А. Котова // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов Всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции. В 8-ми частях, Санкт-Петербург, 15–19 мая 2023 года. Том Часть 4. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2023. – С. 48-54.
5. Горелова, Е. Оборот рынка франчайзинга в России достиг 3,18 трлн рублей // Forbes.ru [Электронный ресурс] URL: <https://www.forbes.ru/biznes/514886-oborot-rynka-francajzinga-v-rossii-dostig-3-18-trln-rublej?ysclid=lx1m8ht3y59993385> (дата обращения: 22.06.2024).
6. Егорова, К. Д. Формат «dark store»: современная реальность ритейла России / К. Д. Егорова, А. С. Платонова, С. Д. Суворова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 7-2(46). – С. 110-113. – DOI 10.24411/2500-1000-2020-10896.
7. Еремин, К. А. Форматы «e-grocery» и «dark store»: развитие на потребительском рынке России / К. А. Еремин, С. Д. Суворова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 12-1(70). – С. 235-238. – DOI 10.24411/2411-0450-2020-11055.
8. Иващенко, Н. П. Цифровой франчайзинг как особая форма предпринимательства и драйвер социально-экономического развития России / Н. П. Иващенко, М. С. Шахова // Актуальные проблемы социально-экономического развития России. – 2021. – № 4. – С. 53-58. – EDN SPGAPT.
9. Как цифровые технологии смогут трансформировать франчайзинг в России // РБК [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/industries/news/6627879c9a79471016275048> (дата обращения: 21.06.2024).
10. Карманова, А. Е. Франчайзинг, как особая форма ведения бизнеса в сегменте общественного питания / А. Е. Карманова // Качество в производственных и социально-экономических системах: Сборник научных трудов 5-й Международной научно-технической конференции, Курск, 21 апреля 2017 года / Ответственный редактор Е.В. Павлов. – Курск: Закрытое акционерное общество «Университетская книга», 2017. – С. 149-152.
11. Кириллова, Т. В. Формы концентрации торгового капитала и создания сетевых структур в Российской Федерации / Т. В. Кириллова // Практический маркетинг. – 2017. – № 2-1(240-1). – С. 31-37.
12. Котляров, И. Д. Финансовая составляющая отношений франчайзинга: проблема расчета ставки роялти / И. Д. Котляров // Корпоративные финансы. – 2011. – Т. 5, № 1(17). – С. 32-39.
13. Котляров, И. Д. Обратный франчайзинг в розничной торговле: критический анализ / И. Д. Котляров // Торговля, сервис, индустрия питания. – 2024. – Т. 4, № 1. – С. 19-32.
14. Котляров, И. Д. Феномен псевдо-брендов на российском рынке в условиях санкций / И. Д. Котляров // Экономика и управление: теория и практика. – 2023. – Т. 9, № 2. – С. 36-48.
15. Котляров, И. Д. Цифровая трансформация финансовой сферы: содержание и тенденции / И. Д. Котляров // Управленец. – 2020. – Т. 11, № 3. – С. 72-81. – DOI 10.29141/2218-5003-2020-11-3-6.
16. Кузьмина, С. Н. Практика использования технологии блокчейн в аудиторской деятельности / С. Н. Кузьмина, А. В. Черникова, А. Л. Астраханцева // Петербургский экономический журнал. – 2023. – № 1. – С. 85-94. – EDN EAZRJW.
17. Курочкина, А. А. Исследование влияния санкций на цифровую трансформацию бизнес-

процессов в розничной торговле в России / А. А. Курочкина, К. А. Намазов, А. Ю. Смолкин // Глобальный научный потенциал. – 2024. – № 3(156). – С. 281-287.

18. Лясников, Н. В. Цифровой франчайзинг: инструмент развития в отраслях, комплексах и сферах деятельности национального хозяйства России / Н. В. Лясников, А. Н. Анищенко // Проблемы рыночной экономики. – 2020. – № 1. – С. 81-89. – DOI 10.33051/2500-2325-2020-1-81-89. – EDN XXRCTL.

19. Модное место пусто не бывает // Коммерсант [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6662010> (дата обращения: 19.09.2024)

20. ООО или ИП: что выбрать, отличия, плюсы и минусы // Контур Экосистема для бизнеса [Электронный ресурс] URL: <https://kontur.ru/articles/4418?ysclid=lvu597uz66993832308> (дата обращения: 23.06.2024).

21. Российский франчайзинг 2024: статистика от franchiza.ru // Франшиза.ру – каталог франшиз, сотни предложений франчайзинга [Электронный ресурс] URL: https://franshiza.ru/article/read/gynok_franchajzinga_rossii_oborot_rynka_i_zanyatost_osnovnye_cifry_za_2023_god (дата обращения: 21.06.2024).

22. Сила партнерства: почему «Пятёрочка» вышла в Якутию по мастер-франшизе // Forbes.ru [Электронный ресурс] URL: <https://www.forbes.ru/brandvoice/510821-sila-partnerstva-pocemu-paterocka-vysla-v-akutiu-po-master-fransize> (дата обращения: 19.09.2024).

23. Суворова, С. Д. Розничная торговля Российской Федерации: современное состояние, проблемы и направления развития / С. Д. Суворова, А. П. Мозговая // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов Всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции. В 8-ми частях, Санкт-Петербург, 15–19 мая 2023 года. Том Часть 4. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2023. – С. 318-327.

24. Фролова, Е. В. Влияние экономических санкций на социальное благополучие россиян в регионах / Е. В. Фролова, О. В. Рогач // Российский экономический журнал. – 2023. – № 6. – С. 101-116. – DOI 10.52210/0130-9757_2023_6_101.

25. Что происходит на рынке франчайзинга в России: тренды и цифры // Forbes.ru [Электронный ресурс] URL: <https://www.forbes.ru/brandvoice/509896-cto-proishodit-na-rynke-francajzinga-v-rossii-trendy-i-cifry> (дата обращения: 29.06.2024).

26. Ménard, C. Hybrids: where are we? // C. Ménard // Journal of Institutional Economics. – 2022. – V. 18. – No 2. – P. 297-312. – DOI 10.1017/S1744137421000230.

27. Verhoef P. C. Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda / P. C. Verhoef, T. Broekhuizen, Y. Bart, A. Bhattacharya, J. Qi Dong, N. Fabian, M. Haenlein // Journal of Business Research. - 2021. - V. 122. - P. 889-901. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.09.022

Development of the franchising market in Russian Federation under the transition to a digital economy

Bakharev Vladimir Vasilyevich

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia

E-mail: bakharev_vv@spbstu.ru

Klimenko Andrey Romanovich

Student

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia

E-mail: klimenko.ar@edu.spbstu.ru

Kirill Mikhailovich Myshaev

Student

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia

E-mail: myshaev.km@edu.spbstu.ru

Fang Ziming

Student

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia

E-mail: fan5.ts@edu.spbstu.ru

KEYWORDS

digital franchising, Russian franchising market, retail, reverse franchising, digital transformation, blockchain

ABSTRACT

Franchising plays an important role in the development of entrepreneurship, as it allows potential entrepreneurs to use a proven business model and enables large companies to attract external financial and intellectual capital to develop their network. Currently, the global franchising market is undergoing a dramatic transformation due to the active use of digital technologies, which has led to the emergence of digital franchising. For this reason, it is important to assess the impact of ongoing technological changes on the functioning of the Russian franchising market. In this paper, we will analyze the current situation on the franchise market of Russian Federation, taking into account the transition to a digital economy and the current geopolitical situation. Our study is based on data presented in open sources of information. We showed how sanctions restrictions and the introduction of digital technologies affected the Russian franchising market (including emergence of new niches and expansion of novel franchising models, first of all, reverse franchising). Franchising relations are undergoing digital transformation (including digitalization of franchise contracts) thanks to blockchain technology which simplifies the interactions between franchisers and franchisees. Promising areas for further use of digital tools to improve the efficiency of managing relations between franchisors and franchisees are proposed. The work identified the sectors of the economy for which franchising is of the greatest importance. The article provides a description of main players in the Russian franchising market. It also shows the problems that hinder the sustainable development of the franchising market in Russian Federation.
