

Мировой опыт последних десятилетий выявил недостаточность рыночных механизмов саморегулирования в обеспечении поступательного развития сферы услуг. Данное обстоятельство обуславливает необходимость дальнейших исследований по совершенствованию оценки организационно-экономического потенциала предприятий отраслевых рынков как фактора эффективного развития конкурентных процессов в условиях быстрых глобальных изменений [1]. Сбалансированное развитие социально-экономических подсистем отечественной экономической системы предполагает совершенствование механизмов управления отдельными направлениями социально-экономического развития сферы услуг, так как при реализации управленческих воздействий на уровне отрасли может быть учтено не только текущее состояние экономических субъектов, но и специфические особенности, касающиеся ресурсного обеспечения и экономического потенциала отдельных отраслей сферы услуг [2]. Реализация франчайзинга в торговле и общественном питании может служить интересным примером такой балансировки. Следует подчеркнуть, что франчайзинг является моделью бизнеса, в рамках которой идеи не только трансформируются в инновации, но и достаточно оперативно распространяются, что обеспечивает конкурентоспособность не только единичной организации, но и всех участников системы. Среди основных причин возрастающего интереса к разработке программ по интеграции экономической системы с помощью франчайзинга в сфере услуг можно назвать следующие: неоднородность покрытия территории страны предприятиями сферы услуг; получение более быстрой прибыли за счет известного товарного знака; снижения уровня рисков, а также продолжающийся процесс глобализации мировой экономики, требующий от отечественных предприятий большого запаса конкурентоспособности и готовности к новым вызовам [3]. Следует отметить, что основополагающими целями экономической политики России являются: достижение экономического роста и полной занятости; улучшение жизненных стандартов широких слоев населения; стабильность уровня цен; устойчивость валюты и внешнеэкономическое равновесие. Достижение этих целей в значительной мере связано с состоянием дел и перспективами развития конкурентоспособного предпринимательства. В связи с тем, что юридическое оформление франчайзинга в настоящее время в сфере услуг увеличивается и имеет большие перспективы дальнейшего роста, представляется необходимым определить механизм построения франчайзинга в данной отрасли, а также его значение, возможные риски и основные причины, сдерживающие его развитие в современных условиях функционирования российского предпринимательства. Несмотря на повышенное внимание со стороны исследователей к организации франчайзинга отраслей сферы услуг и его интегрированных образований, данная категория характеризуется недостаточным уровнем формализации, отсутствием единой трактовки и общепринятых методов количественной

оценки. Во многом это объясняется тем, что франчайзинг является дополнительной возможностью улучшения рыночного положения предприятия, зависящий от большого числа определяющих различные сферы его деятельности факторов, выражаемых как количественными, так и качественными показателями. В этой связи представляет актуальность решение проблемы подведения указанных показателей к обобщающей количественной характеристике. Необходимость всестороннего исследования теоретических аспектов организации и роли франчайзинга для предприятий сферы услуг в условиях рынка; определения тенденций их изменения в условиях глобализации национального экономического пространства при одновременном усилении позиций региональных образований; поиск действенных методов построения механизма франчайзинга в различных отраслях сферы услуг, как качественно новых объектов розничных рынков на мезоуровне предопределили выбор темы данного исследования, ее значимость в теоретическом и практическом аспектах. В свою очередь, отметим, что предпочтительное развитие национальных систем позволяет привлечь ресурсы на территорию франчайзера, активизировать деятельность местных поставщиков, сохранить бюджетные поступления, что благоприятно сказывается на развитии экономики. При этом необходимо разработать комплекс мер, стимулирующих национальные системы, особенно на этапе их формирования, что делают практически все государства, где развивается франчайзинг. С целью эффективного развития отечественного франчайзинга в регионах автором предлагается блок-схема государственно-частного партнерства как меры стимулирования франчайзинга с целью развития отраслей сферы услуг. При рассмотрении механизмов внедрения государственно-частного партнерства в качестве мер стимулирования франчайзинга в сфере услуг, ключевым, на наш взгляд, моментом является формирование и развитие системы государственного регулирования и поддержки предпринимательства. Это является основополагающим условием управленческих решений на государственном уровне, что позволило бы существенно снизить степень зависимости франчайзи от административного регулирования, сократить финансовые и временные затраты контрагентов и способствовать увеличению налоговых поступлений в государственный бюджет в процессе увеличения потенциальных франчайзи в сфере услуг. Блок-схема государственно-частного партнерства в качестве мер стимулирования франчайзинга с целью развития отраслей сферы услуг представлена на рисунке 1. В соответствии с рисунком 1, меры стимулирования франчайзинга на основе формирования государственно-частного партнерства с целью развития отраслей сферы услуг, структурированы в две группы. 1 группа, меры со стороны государства, включающие: 1.1 Развитие системы правового обеспечения (принятие отдельного закона о франчайзинге); 1.2 Льготное кредитование контрагентов (реализация подпрограммы «Микрокредитование», снижение

финансового порога для франчайзи при покупке франшизы за счет предоставления государственных субсидий; 1.3 Информационное обеспечение (разработка системы официальной статистики и мониторинга по франчайзингу в рамках деятельности Федеральной службы государственной статистики); 1.4 Имущественное обеспечение (организация передачи в собственность малым предприятиям на льготных условиях государственных незавершенных и пустующих объектов, а также нерентабельных предприятий, финансовый лизинг). 1.5 Финансирование франчайз-проектов по приоритетным направлениям. 1.6 Формирование фонда нежилых помещений для размещения субъектов потенциальных франчайзи; 1.7 Снизить финансовый порог для франчайзи при покупке франшизы за счет предоставления государственных субсидий, в частности необходимо выделение бюджетных средств на финансирование паушального взноса из расчета не менее 300 000 рублей на объект. Средства следует выделять франчайзи после заключения и регистрации договора коммерческой концессии. Кроме того, выделение бюджетных средств, в размере не менее 2000 000 рублей на финансирование оборотного капитала и покупки оборудования для нового предприятия, создаваемого на условиях франчайзинга. На наш взгляд, финансирование объекта следует осуществлять по принципу: а) 50% - собственные средства франчайзи; б) 30% - выделяется банком в виде кредита (возможны, гарантии региональных фондов или иных государственных институтов); в) 20 % - государственная субсидия. Рис. 1 - Блок-схема государственно-частного партнерства как меры стимулирования франчайзинга с целью развития отраслей сферы услуг Кроме того, следует отметить, что положительная динамика в развитии регионального франчайзинга, на наш взгляд, будет обеспечена при влиянии таких критериев, как: установление контактов с отсутствующими в регионе крупными франчайзи с целью привлечения последних в регион и/или совместной выработки нормативных документов по организации франчайзинга в регионе; поиск зарубежных франчайзеров с целью привлечения в регион дополнительных инвестиций и подбор для них местных потенциальных франчайзи; организация субфранчайзинга и помощь при запуске пилотных франшиз в регионе; помощь в организации технических вопросов - например, в логистике и банковском обслуживании региональных франчайзи. 1.8 Подготовка квалифицированных кадров для сферы малого предпринимательства. Развитие информационно-консультационной инфраструктуры поддержки франчайзинга. 1.9 Подготовка квалифицированных кадров для малого предпринимательства путём проведения обучающих семинаров. 1.10 Информационно-консультационная поддержка субъектов малого предпринимательства. 1.11 Формирование благоприятного общественного мнения о франчайзинге, развитие выставочной и рекламной деятельности, международных и межрегиональных связей. 1.12 Проведение выставок, ярмарок на территории и за его пределами с

непосредственным участием в них субъектов франчайзинга. 1.13 Проведение круглых столов, семинаров, конференций с участием представителей субъектов малого предпринимательства, органов исполнительной и законодательной власти. 1.14 Организация целевых радио- и телепередач (программ), конкурсов, семинаров и других мероприятий по пропаганде малого бизнеса. 1.15 Издание статей и рекламных материалов, направленных на формирование положительного имиджа франчайзинга. 2 группа мер со стороны частного сектора, включающие: 2.1 Закупка сырья, товаров и отечественных производителей; 2.2 Инновации, инвестиции (вложение капитала, внедрение ноу-хау, технологий и другие); 2.3 Усиление конкуренции, за счет увеличения количества предпринимателей; 2.4 Содействие ускорению внедрения научно-технических достижений в регионе; 2.5 Расширение рынка сбыта региона; 2.6 Привлечение иностранного капитала в экономику региона. При реализации вышеуказанных мер, формируется государственно-частное партнерство, реализация которого, будет способствовать: увеличению налоговых поступлений в бюджет, увеличение рабочих мест, сокращение безработицы, внедрение новых форм организации, производства, сбыта и финансирования, привлечению иностранного капитала в экономику страны, повышение качества товаров и оказываемых услуг, оптимизация ценовой политики, снижению уровня инфляции, повышению уровня жизни населения и другие. Таким образом, подводя итоги по данной теме исследования, сделаем следующие выводы: 1. С целью эффективного развития отечественного франчайзинга в регионах нами предлагается блок-схема системного подхода к формированию мер стимулирования франчайзинга на основе формирования государственно-частного партнерства с целью развития отраслей сферы услуг. 2. Данная схема является гибкой и может включать в себя и другие блоки, позволяющие направлять программу стимулирования франчайзинга в нужном направлении в зависимости от поставленных задач и текущего состояния региона, в рамках которой осуществляется данная программа. 3. Кроме того, внедрение предлагаемой автором схемы, будет способствовать: формированию гибкой смешанной экономики; снижению уровня инфляции; увеличению темпов экономического роста, структуры и качества валового внутреннего продукта; созданию значительного количества новых рабочих мест, уменьшению безработицы; развитию инновационного потенциала экономики; привлечению иностранного капитала в экономику страны и другие.