

## ФОРМИРОВАНИЕ НАУЧНОГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ ФЕНОМЕНА «ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ» (НА ОСНОВЕ КОГНИТИВНОГО МЕТОДА ДВУХУРОВНЕВОЙ ТРИАДИЧЕСКОЙ ДЕШИФРОВКИ)

Ю. В. БАЛДИНА

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»,  
г. Владивосток

**Аннотация.** В современных нестабильных экономических условиях, когда и государство и предприниматели стремятся к оптимальному расходованию средств, необходимы новые формы сотрудничества государственного и негосударственного секторов экономики. К таким можно отнести государственно-частное предпринимательство и государственный франчайзинг. В статье приведен обзор определений государственного франчайзинга, который показал, что их в научной литературе очень немного и в основном они носят эмпирический, нефундаментальный характер. Определены и систематизированы сущностные характеристики государственного франчайзинга как новой организационно-экономической формы сотрудничества государственных и предпринимательских структур. Сформулировано научное определение феномена «государственный франчайзинг», учитывающее их взаимосвязь и взаимообусловленность. В процессе построения определения был проведен анализ предметной области, использован общенаучный универсальный когнитивный инструмент – метод двухуровневой триадической дешифровки. Это доказывает научное обоснование определения.

**Ключевые слова:** стратегическое партнерство, государственно-частное предпринимательство, государственный франчайзинг, государственные и предпринимательские структуры, когнитивный метод, базовое понятие.

В зарубежной практике государственный франчайзинг встречается как общественная франшиза (public franchise) или предоставленная государством монополия (government-granted monopoly), при которой правительство предоставляет исключительные привилегии для частного лица или фирмы, чтобы быть единственным поставщиком товара или услуги; потенциальные конкуренты исключаются с рынка посредством закона, регулирования или других механизмов государственного принуждения. Чаще всего такой механизм взаимодействия государства и бизнеса можно увидеть в сфере жилищно-коммунальных услуг, таких как общественные дороги, почты, водоснабжение и электроэнергия, а также в некоторых специализированных и особо регулируемых областях, таких как образование и азартные игры. Во многих странах такой механизм применяется в прибыльных отраслях природных ресурсов, например нефтяной промышленности [1]. Общественная франшиза имеет цель строго регулировать определенный рынок. Например, с помощью государственной (общественной) франшизы государство обеспечивает низкий уровень цен

для потребителей или субсидирует затраты. В идеале правительство обеспечивает население поставщиком с наилучшими ценами [2].

В российской практике В. В. Агарков и ассоциация молодых предпринимателей предлагают в качестве поправок в ФЗ от 24.07.2007 г. № 209 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» следующее определение государственного франчайзинга – это поручение о создании предприятия по производству определенных товаров и/или работ, имеющих социальное и/или критическое значение, в соответствии с программой развития отрасли/территории/иным решением, отвечающих определенным требованиям, обращенное заинтересованным органом на конкурсной основе к физическому или юридическому лицу в форме соответствующего долгосрочного соглашения с обязательным применением мер поддержки МСП, а также обеспечением доступа к иным, необходимым ресурсам. Государственный франчайзинг – промежуточная, переходная форма взаимодействия населения и власти в условиях практического отсутствия такого взаимодействия в сфере народного хозяйства [3].

При анализе имеющихся на сегодняшний день определений государственного франчайзинга становится понятно, что они имеют эмпирическую направленность и не отражают фундаментальные, сущностные характеристики государственного франчайзинга. Таким образом, фундаментального, научного определения понятия «государственный франчайзинг» не найдено. Поэтому актуальной является задача определения сущности явления «государственный франчайзинг».

Для разработки определения понятия «государственный франчайзинг» использован категориальный метод двухуровневой триадической дешифровки базового понятия. Данный метод является универсальным когнитивным инструментом в методологии категориальных схем.

Суть метода двухуровневой триадической дешифровки заключается в следующем. На первом уровне искомое понятие дешифруется триадой исходных понятий, наиболее полно (необходимо и достаточно) отражающих его сущность. Далее такой же дешифровке подвергаются и производные понятия. Двухуровневая триадическая дешифровка позволяет получить исчерпывающую дефиницию искомого понятия. Отметим, что триадическая дешифровка не ограничивается двумя уровнями, но слишком большое число производных понятий усложняет (затрудняет) их комплексное осмысление в силу ограниченности человеческого мышления. Поэтому двухуровневая триадическая дешифровка представляется, с одной стороны, необходимой, с другой – вполне достаточной композицией для конструирования научных понятий [5].

Формирование триады понятий, раскрывающей понятие «государственный франчайзинг», должно основываться, во-первых, на универсальных характеристиках франчайзинга, а во-вторых, на специфических качествах государственного франчайзинга. Обобщение тех и других позволяет выделить следующую первичную понятийную триаду: субъекты отношений, цели, продукт.

Дадим пояснения.

1. Франчайзинг как явление представляет форму предпринимательской деятельности, основанную на системе взаимоотношений, закрепленных соглашениями. Это говорит о том, что для явления «государственный франчайзинг» необходимо наличие субъектов отноше-

ний, действующих на основании договорных связей с определенными условиями.

2. Экономические отношения всегда строятся с какой-либо целью. Государственный франчайзинг как форма государственно-частного предпринимательства ставит определенные цели.

3. В системе франчайзинга как форме предпринимательской деятельности необходимым является наличие продукта. Государственный франчайзинг – инновационная форма партнерства государственного и негосударственного секторов экономики предполагает наличие и передачу определенного продукта между субъектами государственного франчайзинга.

На втором уровне каждое из трех понятий в свою очередь также подвергается дешифровке.

Понятие «субъекты отношений» для государственного франчайзинга может быть представлено следующими понятиями: субъекты государственного сектора экономики, государственный бюджет, внебюджетное финансирование, малые формы предпринимательства.

«Субъекты государственного сектора экономики» могут быть представлены предприятиями таких отраслей, где требуется дополнительная финансовая и предпринимательская поддержка, контроль за уровнем цен. А именно отрасли ЖКХ, почты, транспортная инфраструктура, а также особо регулируемые отрасли, такие как образование, азартные игры, природные ресурсы, электро- и водоснабжение (субъект отношений государственного франчайзинга – франчайзер).

«Государственный бюджет и внебюджетное финансирование» подразумевают участие государства в государственном франчайзинге в качестве партнера, соинвестора, гаранта с разделением рисков, что позволит привлечь другого субъекта отношений ГФ – «малые формы предпринимательства» (МФП). МФП привлекаются как субъект отношений ГФ и обеспечивают продвижение на рынок продукта.

Понятие «цели» для государственного франчайзинга может быть дешифровано следующими понятиями: обеспечение развития рынка конкретного общественного блага, обеспечение сбалансированного взаимодействия государственного и частного секторов эконо-

мики, обеспечение сбалансированного взаимодействия крупного бизнеса и субъектов малого предпринимательства.

Данные аспекты обеспечивают в государственном франчайзинге основу (платформу) для партнерства (взаимодействия) субъектов государственного франчайзинга, отражая наличие и необходимость сближения интересов государственного и негосударственного секторов экономики и субъектов малых форм

предпринимательства. Такая характеристика государственного франчайзинга является основой для возникновения стратегических партнерских отношений.

Понятие «продукт» в свою очередь дешифруется следующей триадой понятий: наличие особых характеристик, наличие исключительного права, наличие фирменного стиля, маркетинговой поддержки.



**Рисунок 1. Двухуровневая триадическая дешифровка базового понятия «государственный франчайзинг»**

Особенности государственного франчайзинга определяются понятием «продукт», которое предполагает наличие особых характеристик товара (особая цена, особое качество, определенное количество), наличие исключительного права на продукт у субъекта государственного франчайзинга – франчайзера (государственное предприятие), наличие фирменного стиля и маркетинговой поддержки (особая система продвижения, каналы).

Следует отметить, что некоторые условия, субъекты и свойства встречаются в работах других исследователей, но бессистемно.

На рисунке 1 отражен результат операции двухуровневой триадической дешифровки понятия «государственный франчайзинг» второго уровня.

Изучение явления государственного франчайзинга и структурирование значимых для него

элементов в рамках процедуры последовательной двухуровневой триадической дешифровки базового понятия позволяет представить развернутую дефиницию понятия «государственный франчайзинг» следующим образом: «государственный франчайзинг – это особая форма партнерства в рамках государственно-частного предпринимательства, реализуемая между субъектами государственного сектора экономики и малых форм предпринимательства с привлечением государственного и внебюджетного финансирования в целях обеспечения развития рынков общественных благ, сбалансированного взаимодействия государственного и негосударственного секторов экономики, крупного бизнеса и малого предпринимательства на основе продуктов, имеющих особые характеристики, исключительное право, фирменный стиль и маркетинговую поддержку».

Полученная дефиниция понятия «государственный франчайзинг», в отличие от многочисленных существующих в экономической литературе, имеет научное обоснование и отражает принципиальные отличия от других форм партнерства.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Government Franchise [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [economics.about.com/od/monopoly-category/a/What-Is-A-Monopoly.htm](http://economics.about.com/od/monopoly-category/a/What-Is-A-Monopoly.htm).
2. Government-granted monopoly [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [en.wikipedia.org/wiki/Government-granted\\_monopoly](http://en.wikipedia.org/wiki/Government-granted_monopoly).
3. Агарков В. В. Что же такое госфранчайзинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [gosfranchayzing.rf/index.php?id=2](http://gosfranchayzing.rf/index.php?id=2).

4. Балдина Ю. В., Масюк Н. Н. Стратегическое партнерство государства и бизнеса: глобальный аутсорсинг и государственный франчайзинг // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 12-3 (53-3). – С. 453–456.
5. Боуш Г. Д. Кластеры в экономике: научная теория, методология исследования, концепция управления. – Омск. – 2013. – 159 с.

*Балдина Юлия Васильевна, ст. преподаватель, соискатель, ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»: Россия, 690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41.*

*Тел.: (423) 240-40-23*

*E-mail: [yuliya.bal@mail.ru](mailto:yuliya.bal@mail.ru)*

#### FORMATION OF THE SCIENTIFIC DEFINITION OF “GOVERNMENT FRANCHISING” (BASED ON THE COGNITIVE METHOD OF TWO-LEVEL TRIADIC DECRYPTION)

*Baldina Yuliya Vasil'evna, senior lecturer, applicant, Vladivostok State university of economics and service. Russia.*

**Keywords:** *strategic partnership, state-private entrepreneurship, government franchising, state and entrepreneurial structures, cognitive method, base concept.*

*Present-day unstable economic conditions, when both state and entrepreneurs strive for the optimal expenditure of funds, require new forms of cooperation between the state and non-state sectors of economy. These include state-private entrepreneurship and state franchising. The article gives an*

*overview of the definitions of government franchising, which has shown that there are few such definitions in scientific literature and the ones that exist are mostly of empirical, non-fundamental nature. The study determines and systematizes the essential characteristics of government franchising as a new organizational-economic form of cooperation between state and entrepreneurial structures. It formulates the scientific definition of “state franchising” phenomenon, which considers their interconnection and interdependence. The formulation process involved the analysis of the subject area and used the general scientific universal cognitive tool – the method of two-level triadic decryption. This proves the scientific substantiation of the definition.*

#### REFERENCES

1. Government Franchise. Available at: [economics.about.com/od/monopoly-category/a/What-Is-A-Monopoly.htm](http://economics.about.com/od/monopoly-category/a/What-Is-A-Monopoly.htm).
2. Government-granted monopoly. Available at: [en.wikipedia.org/wiki/Government-granted\\_monopoly](http://en.wikipedia.org/wiki/Government-granted_monopoly).
3. Agarkov V. V. Chto zhe takoe gosfranchayzing [So what is government franchising?]. (in Russ.) Available at: [gosfranchayzing.rf/index.php?id=2](http://gosfranchayzing.rf/index.php?id=2).
4. Baldina Yu. V., Masyuk N. N. Strategicheskoe partnerstvo gosudarstva i biznesa: global'nyy outsorsing i gosudarstvennyy franchayzing [Strategic partnership of state and business: global outsourcing and government franchising]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo – Economics and entrepreneurship*. 2014, No. 12-3(53-3). Pp. 453–456. (in Russ.)
5. Boush G. D. Klastery v ekonomike: nauchnaya teoriya, metodologiya issledovaniya, kontseptsiya upravleniya [Clusters in economics: scientific theory, methodology of research, management concept]. Omsk, 2013. 159 p.