

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ
И СЕРВИСА» (ВГУЭС)

На правах рукописи

Балдина Юлия Васильевна

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА РЕГУЛИРОВАНИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ ОТРАСЛЯХ**

Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика предпринимательства)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Научный руководитель:
Масюк Наталья Николаевна
доктор экономических наук, профессор

Владивосток - 2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР	16
1.1 Теоретические аспекты организационно - экономического взаимодействия государства и бизнеса	16
1.2 Предпосылки возникновения новых форм хозяйственного взаимодействия государственных и предпринимательских структур	30
1.3 Теоретико-методологические положения государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях	47
1.3.1 Понятие и классификация социально-значимых отраслей для целей исследования	47
1.3.2 Типология форм партнерства государственных и предпринимательских структур	55
1.3.3 Экономическая сущность феномена «государственный франчайзинг» и его основные принципы	62
2 ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА ЧАСТНО-ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	80
2.1 Принципы и подходы к бизнес-моделированию государственного франчайзинга	80
2.2 Субъектный состав и модель отношений государственного франчайзинга	98
2.3 Бизнес-модель реализации государственного франчайзинга	103
3 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФРАНЧАЙЗИНГА В СОЦИАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ ОТРАСЛЯХ	115
3.1 Общая характеристика и специфические особенности социально-значимых отраслей и социально-незащищенных групп населения	115
3.2 Организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях и для социально-незащищенных групп населения	136
3.3 Обоснование мер государственной поддержки и формирование институциональной среды для реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях и для социально-незащищенных групп населения	148
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	157
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	161
ПРИЛОЖЕНИЯ	185

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Современные реалии состояния и развития отечественной экономики говорят о необходимости инновационных преобразований в системе привлечения ресурсов для реализации экономических проектов, поиска новых методов, механизмов организации взаимодействия государственных и предпринимательских структур.

Практика развитых стран показывает, что эффективнее, когда роль государства не сводится лишь к обеспечению экономики различными ресурсами, а когда государство выступает партнером и гарантом для бизнеса. Привычная роль государства в ресурсообеспечении приводит к тому, что увеличиваются государственные расходы, что влечет за собой невозможность реализации социально-экономических обязательств в полной мере. Это произошло во многих экономически развитых странах.

Институциональная регуляторная среда ограничивает развитие партнерского взаимодействия государственных и предпринимательских структур.

Взаимодействие государства и бизнеса в настоящее время регламентируется Гражданским кодексом Российской Федерации (ГК РФ), Бюджетным кодексом РФ, а также федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ (редакция от 27.06.2019). Эксперты говорят о несовершенстве 44-ФЗ в части эффективного освоения бюджетных ассигнований в рамках текущего финансового года (бюджетного периода). Реализация данного закона позволяет существенно экономить бюджетные ассигнования по условиям реализуемых конкурсных процедур. Но при этом говорить о качественных показателях довольно сложно. Особенно если это касается капиталоемких проектов. В связи с этим создается много лазеек как правового характера, так и с позиции целесообразности. Несовершенство 44-ФЗ также заключается в процедурах перераспределения бюджетных ассигнований, образующихся за счет проведения конкурсных процедур, и аккумулированных на счетах главных распорядителей бюджетных средств и иных участников бюджетного процесса.

Традиционно взаимодействие властных и предпринимательских структур основано на принципах вовлечения крупного бизнеса для реализации инфраструктурных проектов. Организации малого и среднего бизнеса практически не имеют возможности встроиться в этот формат. С другой стороны, существует ряд сфер деятельности, в которых малый и средний бизнес был бы более эффективен, так как он более гибок и способен быстрее ориентироваться на запросы внешней среды.

Частно-государственное предпринимательство (ЧГПР) имеет выраженную публичную, общественную направленность; в процессе реализации проектов на основе ЧГПР консолидируются, объединяются ресурсы и вклады сторон; финансовые риски и затраты, а также достигнутые результаты распределяются между сторонами в заранее определённых пропорциях. На базе ЧГПР возможны модернизация производственной инфраструктуры, осуществление крупных проектов по строительству автомобильных и железнодорожных магистралей, портов, аэропортов, энергетических и коммунальных систем, что позволит привлечь не только отечественные, но и международные инвестиции. В России более известной формой сотрудничества государства и бизнеса является государственно-частное партнерство, наименее изучена форма государственного франчайзинга. Далее будут показаны сходства и различия между частно-государственным предпринимательством и государственно-частным партнерством.

Вышеизложенные положения обуславливают актуальность темы исследования и необходимость решения **научной проблемы**.

Научная проблема заключается в том, что, с одной стороны созрела объективная необходимость обновления форм партнерства бизнеса и власти с целью поддержки предпринимательства, с другой стороны, отсутствие соответствующей нормативно-правовой базы тормозит развитие партнерского взаимодействия государственных и предпринимательских структур в инновационной форме, в том числе в форме государственного франчайзинга.

Степень разработанности темы. Формам государственно-частного партнерства посвящено достаточно большое число публикаций. Среди зарубежных

авторов следует выделить Дж. Бэйли, С. Линдера, Л. Шарингера и др. Вопросы применения и развития государственно-частного партнерства заложены в трудах таких российских исследователей как А.В. Баженов, А.В. Белицкая, Н.П. Белозерова, В.Г. Варнавский, М.В. Вилисов, О.В. Данилова, М.А. Дерябина, Ю.В. Мильшина, В.А. Плотников, Е.В. Черномырдин и др.

Вопросам частно-государственного предпринимательства посвящено значительно меньше работ, а именно К.Е. Гришина, Н.А. Лихачева, Я.М. Малкина, Е.А. Рославцевой, Д.Ю. Самсонова и др.

Проблемы развития российского предпринимательства отражены в работах А.А. Адаменко, В.Г. Белкина, А.П. Латкина, В.А. Осипова, О.С. Пескова и др.

Вопросам разработки и использования бизнес-моделей при взаимодействии различных бизнес-структур посвящены работы О. Гассмана, Э. Маурьи, А. Остервальдера, И. Пинье, Э. Филта, Р. Форда. Среди российских авторов данный аспект рассматривается в работах Ю.Н. Арай, И.О. Волкова, Е.Б. Гаффоровой, В.Ю. Котельникова, Н.Н. Масюк, П.В. Петрищева, А.Ю. Сооляттэ, Н.Д. Стрекаловой, Р.А. Чинарьяна и др.

Проблематика франчайзинга в настоящее время представлена в работах отечественных и зарубежных ученых и практиков, таких как А.Н. Авагян, Н.В. Авдеева, Е.В. Анасенко, Н.И. Арзуманова, М.Н. Катков, Е.А. Корякина, А.В. Полянин, А.В. Шехирев, Ж. Дельтей, А.З. Майлер, К. Мак Коскер, и др.

Феномен «государственный франчайзинг» описывается в зарубежных источниках прикладного характера. В российских источниках государственный франчайзинг описывается В.В. Агарковым в прикладном аспекте.

В то же время, в работах указанных ученых в недостаточной степени исследованы проблемы, связанные с разработкой теоретико-методологических основ и методического инструментария управления формированием и развитием государственно-франчайзинговых отношений.

Недостаточная разработанность теоретических и практических аспектов по изложенным вопросам требует дальнейших исследований, что и предопределило выбор темы, объекта, предмета, цели и задач исследования, а также его логическое

содержание и структуру.

Объект исследования - формы государственного регулирования предпринимательства в социально-значимых отраслях и для социально-незащищенных групп населения.

Предмет исследования – организационно-управленческие отношения, складывающиеся при взаимодействии всех экономических агентов, участвующих в партнерском взаимодействии в форме государственного франчайзинга.

Цель диссертационного исследования состоит в разработке теоретико-методологических положений и методического инструментария государственного франчайзинга как формы государственного регулирования предпринимательства в социально-значимых отраслях и для социально-незащищенных групп населения.

Достижение поставленной цели предполагает постановку и решение ряда научно-практических **задач**:

1 сформулировать теоретико-методологические положения частного государственного предпринимательства в форме государственного франчайзинга в контексте трансформации институциональной среды;

2 определить субъектный состав и модель отношений государственного франчайзинга с учетом нормативно-правового обеспечения и социальной значимости;

3 разработать бизнес-модель реализации государственного франчайзинга;

4 разработать организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях и для социально-незащищенных групп населения;

5 обосновать меры государственного регулирования взаимодействия бизнеса и власти в форме государственного франчайзинга в контексте разработки нормативно-правовой документации.

Область исследования соответствует паспорту специальности 08.00.05 - Экономика и управление народным хозяйством (экономика предпринимательства) по следующим пунктам: 8.8 Государственное регулирование и поддержка предпринимательской деятельности, (сущность, принципы, формы, методы);

основные направления формирования развития системы государственного регулирования и поддержки предпринимательства; 8.15. Франчайзинг как особый вид предпринимательской деятельности; 8.20. Организация взаимодействия властных и предпринимательских структур.

Теоретическая и методологическая основы исследования. Теоретической основой исследования послужили фундаментальные положения ряда научных направлений: теории предпринимательства в части исследования форм сотрудничества хозяйствующих субъектов, теория государственного регулирования экономики в части исследования форм и сфер применения государственного предпринимательства, теории гомеостатики, а также труды отечественных и зарубежных специалистов в области экономики, работы отечественных и зарубежных экономистов по теории франчайзинга, нормативные и законодательные акты, регламентирующие отношения между участниками государственного и предпринимательского секторов, примененные к поставленным целям и задачам исследования.

Методы исследования. Для обоснования теоретико-методологических положений были использованы следующие методы: логический метод, метод классификаций и типологий, моделирование, методы систематизации, стратификации, компаративного, логико-структурного анализа и синтеза, метод триадической дешифровки.

При разработке методического обеспечения применены общенаучные, конкретно-научные, формально-логические и специальные методы, в том числе методы сравнительного анализа, системный подход, экономический и статистический анализ, опытно-статистический метод.

При апробации предложенного инструментария и разработке рекомендаций по государственной поддержке партнерского взаимодействия бизнеса и власти использованы эмпирические методы, включая контент-анализ, информационный и сравнительный анализ, прикладные экономико-статистические методы. В качестве основного инструмента для сбора данных была использована электронная система анкетирования. Дополнительно, с отдельными респондентами были проведены

глубинные интервью.

Информационную базу исследования составили федеральные законы, нормативные и законодательные акты Российской Федерации, статистические и аналитические материалы Федеральной службы государственной статистики, и научные работы, монографии российских и зарубежных авторов, статьи, опубликованные в специализированных периодических изданиях о хозяйственном сотрудничестве государственных и предпринимательских структур, о государственно-частном предпринимательстве и государственном франчайзинге, аналитические материалы научных организаций, опубликованные в периодических научных изданиях, информационных сборниках и обзорах, размещенные на корпоративных, ведомственных и общегосударственных сайтах в сети Интернет; данные Российской ассоциации франчайзинга, а также электронные издания в сети Интернет.

Эмпирическую базу исследования составили результаты проведенного автором в 2015-2020 гг. контент-анализа, аналитические и статистические материалы, содержащие информацию по социально-значимым отраслям и социально-незащищенным группам населения, а также статистические данные, данные с официального сайта организации Краевое государственное автономное учреждение социального обслуживания «Седанкинский дом-интернат для престарелых и инвалидов» (социальное учреждение общего типа). Кроме того, результаты опроса группы людей, имеющих пожилых родителей / родственников, непосредственно пожилых людей возраста 60+, а также глубинное интервью с представителями малого и среднего бизнеса. Исследование проводилось в Приморском крае.

Достоверность основных научных результатов и положений работы обеспечивается систематизацией подходов, представленных в научных трудах зарубежных и отечественных авторов по исследуемой проблеме, опорой на нормативно-правовую документацию федерального и регионального уровня, регламентирующие сферу взаимодействия государственных и предпринимательских структур; известные научные достижения в исследуемой

области, достоверные информационно-аналитические материалы. Оценка достоверности научных результатов исследования подтверждается полнотой анализа теоретических и практических разработок, опорой на достоверную информационно-аналитическую базу и апробированные научные достижения в исследуемой области.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в обосновании теоретико-методологических положений и разработке методических инструментов по организации и реализации партнерского взаимодействия государственных и предпринимательских структур в форме государственного франчайзинга.

Научные результаты, полученные лично автором и выносимые на защиту в качестве научной новизны:

1. Сформулированы теоретико-методологические положения частного-государственного предпринимательства в форме государственного франчайзинга:

а) предложена типология организационно-экономического взаимодействия государственных и предпринимательских структур, в которой, в отличие от ранее известных, актуализируется такое понятие, как частно-государственное предпринимательство, и такая его организационно-экономическая форма, как государственный франчайзинг;

б) обновлено и уточнено понятие «государственный франчайзинг», под которым предложено понимать особую форму частного-государственного предпринимательства, реализуемую между государственными и предпринимательскими структурами в целях поддержки социально-значимых отраслей либо социально-незащищенных групп населения, обеспечения баланса между государственным и частным секторами экономики и поддержки малого и среднего бизнеса, на основе специфического продукта/услуги у государства, специфика которого выражается в конституционных обязательствах государства перед населением (обеспечение домами престарелых, пенсиями, здравоохранение и т.п.); исключительным правом государства на продукт/услугу и абсолютное право контроля качества;

в) сформулирован комплекс авторских принципов государственного франчайзинга, к числу которых относятся принципы исключительности права на продукт / услугу у государственной структуры; предпринимательского хозяйствования; ориентации на социально-значимые отрасли / социально-незащищенные группы населения;

г) сформулированы требования к формированию институциональной среды государственного франчайзинга, основанные на ее несовершенстве в настоящее время;

д) уточнено понятие и проведена идентификация социально-значимых отраслей для данного исследования, к которым предложено относить отрасли, выпускающие социально-значимые товары (продукты) либо оказывающие социально-значимые услуги;

е) определены социально-незащищенные группы (категории) граждан, к которым в данном исследовании отнесены граждане, которые не в состоянии обеспечить себе (своим семьям) достойный уровень материального благосостояния: инвалиды, ветераны, пенсионеры, несовершеннолетние, дети-сироты, дети, оставшиеся без попечения родителей и др., нуждающиеся в особой социальной защите.

Отличительной особенностью предложенных теоретико-методологических положений является их инновационный характер, связанный с отсутствием в деловом обороте такой формы партнерского взаимодействия властных и предпринимательских структур как частно-государственное предпринимательство, а также их социальная направленность (п. 8.15 «Франчайзинг как особый вид предпринимательской деятельности»; п. 8.20 «Организация взаимодействия властных и предпринимательских структур»).

2. Определены субъектный состав и модель отношений государственного франчайзинга; сформулированы экономико-правовые аспекты реализации государственного франчайзинга, включающие необходимость внесения изменений в Гражданский кодекс РФ в части введения понятий франчайзинг, франшиза, франчайзи и др.; разработан проект соглашения «О государственном

франчайзинге»; выявлены факторы, связанные с деятельностью органов публичного управления, способствующие получению социального эффекта и повышению благосостояния граждан (п. 8.15 «Франчайзинг как особый вид предпринимательской деятельности»).

3. Разработана авторская бизнес-модель реализации государственного франчайзинга, включающая архитектуру (шаблон) и содержательное наполнение. Отличительной особенностью предложенной бизнес-модели является ее модифицированная структура на основе моделей Остервальдера – Пинье и Эша Маурьи. Модель позволяет обосновать возникновение несправедливого (нерыночного) конкурентного преимущества при данной форме партнерства, что дает возможность государству таким образом поддерживать предпринимателей, работающих в социально-значимых отраслях, а также для социально-незащищенных групп населения, оставляя за собой абсолютное право контроля качества специфического продукта / услуги (п. 8.15 «Франчайзинг как особый вид предпринимательской деятельности»).

4. Разработан организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях / для социально-незащищенных групп населения, к основным элементам которого относятся:

- архитектура и детализация бизнес-модели;
- комплекс авторских принципов государственного франчайзинга;
- факторы, влияющие на данную форму партнерского взаимодействия;
- институциональная среда для реализации государственного франчайзинга и меры государственного регулирования в социально-значимых отраслях / для социально-незащищенных групп населения.

В отличие от ранее известных, предложенный механизм дает возможность детализировать уникальные ценностные предложения для каждой социально-значимой отрасли/ социально-незащищенных групп населения. Это позволяет обеспечить баланс интересов между государственными и предпринимательскими структурами, способствует развитию малого и среднего предпринимательства, поддержке социально-значимых отраслей / социально-незащищенных групп

населения, улучшению делового климата и удовлетворению потребностей целевых потребителей (п. 8.8 «Государственное регулирование и поддержка предпринимательской деятельности, (сущность, принципы, формы, методы); основные направления формирования и развития системы государственного регулирования и поддержки предпринимательства», 8.15 «Франчайзинг как особый вид предпринимательской деятельности»).

Теоретическая и практическая значимость. Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в развитии теоретических представлений о сущностном содержании государственного франчайзинга, системно отражающих его специфику и позволяющих создать организационно-экономический механизм взаимодействия государственных и предпринимательских структур.

Практическая значимость работы состоит в возможности применения новой формы частно-государственного предпринимательства (государственный франчайзинг) при партнерском взаимодействии государственных и предпринимательских структур, при этом каждая из сторон получает свои преференции. Так, **государство**, предоставляя хозяйствующим субъектам дополнительные выгодные условия ведения предпринимательской деятельности на своей территории, снижает нагрузку на бюджет; решает задачи социально-экономического развития территории в условиях ограниченности бюджетных ресурсов, а также поддержки социально-значимых отраслей и социально-незащищенных групп населения. **Предпринимательский сектор** получает дополнительную возможность приложения своих усилий, повышения эффективности деятельности, реализует функцию социально-ответственного бизнеса, при этом повышается степень удовлетворенности предпринимательского сообщества качеством деловой среды. **Общество**, в свою очередь, удовлетворяет спрос на социально-значимые товары(продукты) / услуги; снижает социальную напряженность.

Ряд результатов и выводов диссертационного исследования может быть использован в учебном процессе для актуализации отдельных экономических

дисциплин, посвященных экономике, основам предпринимательства, государственному и муниципальному управлению, таких как «Основы предпринимательства», «Организация предприятий малого и среднего бизнеса», «Управление государственными и муниципальными закупками», «Моделирование социально-экономического развития региона» и др.

Апробация результатов исследования. Основные положения и результаты научного исследования докладывались на международных научно-практических конференциях, в числе которых II Всероссийская научно-практическая конференция «Экономика регионов в России: современное состояние и прогнозные перспективы» (14-16 апреля, 2020, г. Иваново); «Международная научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых исследователей «Интеллектуальный потенциал вузов – на развитие Дальневосточного региона России и стран АТР» (г. Владивосток, 2012- 2016 гг.); «Инновационное развитие регионов России: потенциал высшей школы» (г. Владивосток, 2012 г.).

Результаты диссертационной работы прошли практическую апробацию в следующих организациях:

1) ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» (ВГУЭС, Владивосток, Россия) - методические инструменты внедрены в учебный процесс и нашли отражение в разработке и применении учебно-методического комплекса по ряду дисциплин: «Основы предпринимательства», «Организация предприятий малого и среднего бизнеса», «Управление государственными и муниципальными закупками», «Моделирование социально-экономического развития региона» и др.;

2) Министерство труда и социальной политики Приморского края – апробируется модель организационно-экономического механизма реализации государственного франчайзинга, в т.ч. в части формирования институциональной среды для реализации государственного франчайзинга и мер государственного регулирования в социально-значимых отраслях / для социально-незащищенных групп населения;

3) КГАУ социального обслуживания «Седанкинский дом-интернат для

престарелых и инвалидов», г. Владивосток – апробируется бизнес-модель реализации государственного франчайзинга для поддержки социально-значимых отраслей / социально-незащищенных групп населения с целью улучшения качества жизни населения, в т.ч. повышение продолжительности жизни, увеличения показателя дожития, что согласуется с Указом Президента РФ № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 07.05.2018г;

По теме исследования опубликовано 17 научных работ, в том числе 7 статей в рецензируемых изданиях из перечня ВАК общим объемом 3,23 п.л, личный вклад соискателя – 2,77 п.л. («Креативная экономика», «Научное обозрение», «Азимут научных исследований: экономика и управление» «Вестник Томского государственного университета: Экономика» и др., 1 статья в журнале из базы Scopus, 8 - в трудах конференций, в т.ч. 1 публикация в конференции WoS, а также 1 монография в соавторстве.

Объем и структура диссертационного исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка (233 наименования) и 7 приложений. Основной текст работы изложен на 205 страницах, содержит 32 таблицы и 35 рисунков.

Во введении обоснована актуальность темы диссертационного исследования, определена степень разработанности проблемы; сформулированы объект, предмет, цели и задачи исследования, представлены основные результаты работы и их научная новизна, отражена практическая ценность основных положений и выводов.

В первой главе «Теоретико-методологические основы организационно-экономического взаимодействия государственных и предпринимательских структур» дана классификация социально-значимых отраслей, проведен сравнительный анализ аутсорсинга и государственного франчайзинга, выявлены основные предпосылки возникновения новых форм хозяйственного взаимодействия государственных и предпринимательских структур, проведен анализ методических подходов к феномену частно-государственного предпринимательства.

Во второй главе «Государственный франчайзинг как форма частного-государственного предпринимательства» дана характеристика принципов и подходов к обоснованию бизнес-модели государственного франчайзинга, разработана бизнес-модель реализации государственного франчайзинга.

В третьей главе «Организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях», дана характеристика социально-значимых отраслей и сфер деятельности, разработан организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях / для социально-незащищенных групп населения; обоснованы меры государственной поддержки и предложены мероприятия по формированию институциональной среды для реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях / социально-незащищенных групп населения.

В заключении сформулированы основные выводы и результаты диссертационного исследования.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

1.1 Теоретические аспекты организационно-экономического взаимодействия государства и бизнеса

Поступательное развитие государства во всех сферах общественных отношений предполагает не только опору на самобытный национальный опыт, но и учет общемировых политических и экономических тенденций, возможность критического заимствования зарубежных механизмов, инструментов и технологий для достижения целей государственной политики. Одним из таких механизмов, сформированных преимущественно в развитых странах мира, является взаимодействие между органами государственной власти и бизнесом. Сейчас данное взаимодействие рассматривается как необходимое условие развития эффективной рыночной экономики. В ходе процесса своей институционализации оно стало носить характер партнерства государства и частных предпринимателей.

В экономических исследованиях в разное время уделялось немало внимания соотношению экономической роли государства и бизнеса. Но экономика и среда меняются, что влечет за собой необходимость проведения новых исследований.

К настоящему времени сформировалось несколько основных научных школ, которые по-разному формулируют принципы взаимодействия государства и бизнеса.

Первым возникло такое направление, как «меркантилизм», в последней трети 15 в., означающее в переводе с итальянского mercante – торговец, купец. Представители школы меркантилистов, такие как Стаффорд, де Сантис, Томас Манн и др. [67] обосновывали необходимость активного государственного вмешательства в экономику, под которым понимали, прежде всего, торговлю и денежное обращение, считая, что только с помощью государства можно обеспечить рост богатства в форме накопления денег. Главным источником богатства была сфера обращения и торговли. Государство приняло закон о накоплении золота и серебра в стране. Затем государство стало влиять на движение товаров. Таким образом, государственная политика меркантилизма создала условия для разработки

и внедрения прогрессивных в то время технологий и продуктов. Были созданы условия для первоначального накопления капитала. Таким образом, государственное регулирование способствовало созданию, расширению и укреплению рыночных позиций предпринимателей, а также защищало их от конкуренции с иностранными продавцами. Однако по мере насыщения рынка и усиления позиций товаропроизводителей факторы, которые изначально обеспечивали развитие, теперь превратились в препятствия. Рынки становились сильнее и могли заменить государство в регулировании экономики, а предприниматели, имея начальный капитал, хотели свободы действий.

Далее появляется школа физиократов, такие представители которой как Ф. Кенэ, А. Тюрго и др., выдвигают принцип невмешательства (*laissez faire* – с фр. «позвольте делать»). Это экономическая доктрина, согласно которой вмешательство государства в экономику должно быть минимальным и, прежде всего, в торговлю. По мнению физиократов, государство должно защищать право частной собственности. На этом этапе подходы меркантилистов (идеологов торгового капитала) были окончательно пересмотрены. Представители классической школы обосновывали необходимость установления экономической свободы и выступали за ограничение государственного вмешательства в экономическую жизнь, считая, что нет необходимости в прямом государственном вмешательстве в экономику. Они считали, что экономические кризисы могут сами пройти и что гибкий рыночный механизм восстановит баланс спроса и предложения при полном использовании ресурсов. Общий вывод классической школы состоит в том, что рыночная экономическая система стихийно стремится к полному использованию ресурсов.

Представителями неоклассической школы, которая формировалась с середины 19 века, являются А. Маршалл, Л. Вальрас. Они объединили идеи классической политической экономии с идеями маржинализма и сосредоточились на микроэкономическом уровне. Изучив закономерности поведения отдельных хозяйствующих субъектов, продавцов и покупателей, они создали теорию рыночного равновесия и сформулировали законы оптимального экономического

режима, обосновав принципы взаимодействия государства и рынка. Так, Л. Вальрас сформулировал концепцию общего равновесия экономической системы в целом [188]. Концепция равновесия Вальраса была одновременно развитием классических концепций и принципиально новым подходом к экономическому анализу. Он описал законы, управляющие производством, как объективные и аналогичные законам природы. Он считал, что вмешательство государства для улучшения этого порядка приведет к нарушению баланса и сокращению выпуска продукции. Вальрас обосновал необходимость минимального государства, сфера деятельности которого должна быть ограничена производством общественных благ и контролем монополий. Таким образом, регулятором экономической системы признавалось только рыночное саморегулирование. Вмешательство государства в функционирование экономики считалось излишним и могло нанести ущерб ее эффективному функционированию. С их точки зрения, экономика сама может достичь как полного выпуска продукции, так и полной занятости. Считалось, что наиболее приемлема экономическая политика невмешательства государства.

Экономические изменения конца XIX и первой трети XX веков привели к формированию нового этапа капиталистической экономики. Увеличилось количество видов и количеств товаров и товарных операций, развилось массовое производство, возросла потребность в общественных благах. В экономике сформировался монопольный и конкурентный сектор. В этих условиях недостатки рыночного механизма регулирования экономики значительно возросли, что привело к его неспособности обеспечить полное и эффективное использование ресурсов. Толчком к активизации государства послужили экономический кризис и "Великая депрессия" 30-х годов XX века, которые показали неспособность действующего в то время рыночного механизма к саморегулированию экономики. Английский экономист Джон Мейнард Кейнс [41] сформулировал общую теорию, объясняющую формирование уровня экономической активности в условиях неполного вовлечения ресурсов-депрессии. Кейнс определил причину депрессии как снижение совокупного спроса. Он предложил государству стимулировать потребление путем увеличения денежных поступлений от потребителей путем

снижения налогов, выплаты пособий по безработице, организации общественных работ и, таким образом, повышения покупательной способности населения. Увеличение государственных расходов рассматривается Кейнсом и его последователями как наиболее удобный и эффективный способ повышения платежеспособного спроса во время экономического кризиса. В качестве значительного дополнения к бюджетной политике была предложена денежно-кредитная политика, которая изменила денежную массу путем эмиссии и других инструментов, что позволило влиять на уровень процентных ставок. На практике опыт государственного регулирования экономики США подтвердил возможность и эффективность использования государственных расходов для изменения курса экономического развития с целью выхода из «Великой депрессии». Таким образом, начиная с 30-х годов XX века наряду с рынком государство вновь играло важную роль в механизме хозяйствования, а сама экономика превратилась из чисто рыночной в смешанную экономику.

Результативное применение кейнсианского подхода было осуществлено в период с 50-х по начало 70 - х гг. С середины 70-х годов XX века начинается период экономической нестабильности-частые кризисы, дефицит государственного бюджета, высокая инфляция. Так причиной нестабильности стало использование кейнсианских методов государственного регулирования, что вызвало рост государственных расходов, формирование зависимой части населения. Активная роль государства в регулировании экономики вступила в противоречие с рыночным регулированием. В период с 50-х по начало 70-х годов произошли значительные изменения в функционировании рынков. Началась ликвидация монополистического сектора, на смену которому пришел олигополистический сектор. В этот период неценовые формы конкуренции приобретают все большее значение. Восстановление конкуренции привело к совершенствованию рыночного механизма, основанного на спросе, предложении, конкуренции и информации. Рынок начал оказывать быстрое регулирующее воздействие. Таким образом, меры государственного регулирования, даже если они выбраны правильно, не всегда соответствуют изменившейся ситуации и даже могут иметь дестабилизирующий

эффект.

Следует отметить, что встроенные автоматические экономические регуляторы, предложенные в Кейнсианском подходе, остались актуальными и продолжают использоваться в связи с быстрым реагированием, однако по-прежнему существует необходимость пересмотра роли и механизма государственного регулирования. На смену кейнсианству приходят неолибералисты, монетаристы и представители теории "экономики предложения". Эти направления объединены признанием саморегулирующихся возможностей рыночной экономики. Неолибералы, представители которых Л. Эрхард, Ж. Рюэф, считали, что экономическая роль государства сводится к созданию наиболее благоприятных условий для функционирования рыночной экономики – «конкуренции везде, где возможно, государство - где необходимо» Л. Эрхард [188], идеолог социальной рыночной экономики, считал, что в задачу государства не входит прямое вмешательство, но государство несет единоличную ответственность за экономическую политику. Государство должно создавать условия для свободы рыночного механизма, а именно устанавливать порядок и правила игры, а также контролировать их соблюдение. Теории «экономики предложения» допускают долгосрочное государственное регулирование, направленное на стимулирование предложения товаров, капитала и факторов производства.

Монетаристы, в частности М. Фридмен [169], отметили, что существует два возможных способа координации экономической жизни: централизованное управление, основанное на принуждении, и добровольное сотрудничество индивидов, используемое рынком. Регуляторные функции должны быть доступны на рынке. Единственной сферой государственного вмешательства является денежное обращение. Контроль над денежной массой в обращении и поддержание стабильности денег должны стать приоритетными в экономической политике государства.

Ф. Хайек [171], один из основоположников современной теории денег, является сторонником свободной экономики без вмешательства государства. По его мнению, конкуренция сама устанавливает порядок и создает необходимый баланс.

Общество, которое полагается на конкуренцию, в конечном счете достигает своих целей более успешно, чем другие. Это подтверждается историческим опытом. Именно конкуренция выявляет результаты рыночного процесса и определяет, какая информация наиболее полезна. Вмешательство государства нарушает равновесие в экономике. Считает, что централизованное планирование неэффективно и не может обрабатывать весь массив информации, которая децентрализованно обрабатывается рынком. По его мнению, полной свободы конкуренции не существует, и ограничения должны налагаться не искусственными барьерами государства, а общими правилами поведения, которые формируются в ходе эволюции общества и экономики.

Проанализировав опыт участия государства в регулировании экономики и взгляды различных экономических школ, можно сделать вывод, что на современном этапе экономика не может обойтись без него. Несмотря на все противоречия и расхождения во взглядах, можно с уверенностью сказать, что различия касаются форм и масштабов государственного вмешательства в экономику. Поэтому государство берет на себя ответственность за создание условий труда и некоторые корректировки рыночного механизма. Конкретные методы и направления государственного регулирования зависят от стадии экономического развития и могут существенно отличаться. Во всех развитых странах формируются частные и государственно-частные корпорации, кластеры, производственные кооперативы, которые сотрудничают в международном масштабе. В результате почти половина производства и реализации товаров контролируется транснациональными корпорациями. На спрос, предложение и ценообразование в глобальной бизнес-модели оказывают влияние динамично развивающиеся НТП, инновации и преобладание пятого и шестого технологических укладов. Такие тенденции приводят к различным глобальным и региональным кризисам и общей нестабильности мировой экономики. Опыт преодоления кризиса показал, что разрозненные усилия государств по стимулированию национальных экономик не смогли создать стимулов для быстрого выхода из депрессии.

В настоящее время ставится задача создания механизма глобального

регулирования мировой экономики путем совместных действий государств, например, международного органа G20, объединившего лидеров 20 наиболее экономически развитых стран с целью поиска и выработки общих решений мировых экономических проблем. Однако существенного прогресса достигнуто не было. Для решения этой проблемы необходимо разработать новую экономическую теорию, объясняющую закономерности развития мировой экономики и предлагающую эффективные механизмы ее регулирования, не противоречащие механизму мирового рынка. Государственное регулирование сталкивается с проблемой взаимно противоречивых целей. Поэтому наиболее сложным вопросом государственного регулирования является поиск оптимально гармоничной системы целей на конкретный период [41].

Прежде чем перейти к современным формам хозяйственного взаимодействия государственных и предпринимательских структур, рассмотрим теоретические аспекты школ предпринимательства.

Так, Питер Друкер [70], один из самых влиятельных теоретиков менеджмента прошлого столетия, разработал концепцию теории бизнеса. Он проанализировал причины кризисов крупных корпораций «Дженерал Моторс» и «ИБМ» в 1980-90х годах и пришел к выводу, что эти компании не смогли адаптировать свою теорию бизнеса к современным условиям. Друкер разработал три элемента, которые легли в основу его теории бизнеса:

- представление организации о социальной среде: общество и его структура, рынок, потребитель, технология;
- представление о специфической (особой) миссии организации;
- представление о ключевых возможностях компании или стержневая компетенция – совокупность возможностей, определяющих конкурентные преимущества и необходимых для выполнения миссии организации.

Суть теории заключается в том, что для достижения успеха организация должна упорно трудиться и развиваться по-своему. Представления об окружающей среде, миссии организации и ключевых компетенциях должны быть верными. Все сотрудники организации должны знать и понимать ее бизнес-теорию. Это легко

осуществить на начальном этапе деятельности организации. Однако с его постепенным развитием и успехом растет тенденция принимать теорию бизнеса как должное. Теория бизнеса становится культурой и должна постоянно проверяться. Она состоит из предположений о вещах, которые находятся в постоянной динамике, движении - общество, рынки, потребители и технологии. Таким образом, сама теория бизнеса должна предполагать возможность ее изменения [71].

Питер Друкер в своих трудах поддерживает точку зрения французского экономиста Ж.Б. Сэя [158], который утверждал, что предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности и дохода в область более высокой производительности и рентабельности, то есть сочетание факторов производства является важной функцией предпринимателя, причем на основе полного использования инноваций. Согласно Друкеру, предприниматель - это человек, который открывает свой собственный новый малый (малый) бизнес, но не каждый малый бизнес является предпринимательским, а только тот, который создает новый рынок, создает новых клиентов. Однако он считает, что принципы предпринимательства используются также крупными и старыми предприятиями. Для того чтобы малый бизнес функционировал как предприятие, он должен обладать особыми свойствами в дополнение к тому, что он маленький и новый. Предприятие является предпринимательским не потому, что оно новое, и не потому, что оно маленькое, хотя и быстро развивается, а потому, что, по Друкеру, оно основано на осознании того, что выпускаемая продукция имеет индивидуальные особенности, спрос на нее вырос до такой степени, что сформировался сегмент рынка, а новые технологии позволяют превратить сложные операции в научный процесс. Это специфическая деятельность, практика. Конечно, предпринимательство имеет свою базу знаний, а знания в предпринимательстве - это средство достижения цели. Но в то же время сам Друкер считает, что предпринимательству нужно учиться. Содержанием и функцией предпринимательства являются инновации во всех сферах деятельности, включая менеджмент, поэтому менеджмент - это новая технология, а не новая отрасль или

изобретение. Инновации - это особый инструмент для предпринимателей, средство, с помощью которого они используют изменения как возможность реализовать свои планы в сфере бизнеса и услуг. Поэтому в задачи предпринимателей входит целенаправленный поиск источников инноваций, а также изменение их признаков, указывающих на возможность достижения успеха. Друкер формулирует четыре предпринимательские стратегии:

- ворваться первым и нанести массированный удар (эта стратегия нацеливает предпринимателя на захват лидирующего положения на новом рынке или новой отрасли. Она способствует созданию новой отрасли или нового рынка, нацелена на разработку совершенно нового и ранее не существующего процесса и требует значительных и постоянных усилий, направленных на удержание лидерства;

- напасть быстро и неожиданно (эта стратегия является имитацией, так как здесь имеется в виду тот случай, когда предприниматель приступает к работе над нововведением, которое уже предложено до него. Она нацелена на лидерство на рынке, но менее рискованна. Однако эта стратегия не свободна от риска и больше всего применима к масштабной и важной продукции, процессу или услуге);

- найти и захватить «экологические ниши» (цель этой стратегии – добиться монопольного положения на небольшом участке. Если первые стратегии предполагают вступление в конкурентную борьбу, то стратегия экологической ниши обеспечивает надежную защиту от конкуренции;

- измерять экономические характеристики продукта, рынка или отрасли.

По мнению другого известного австрийского и американского экономиста Йозефа Шумпетера [186], предпринимательство - это не профессия и невозможно долго оставаться в этом состоянии. Предприниматели образуют особый класс только в том смысле, что исследователь может выделить их в отдельную группу. В работах Ю. Шумпетера описаны важнейшие проблемы теории и практики предпринимательства, изучение которых имеет существенное значение для российского предпринимательства. Итак, интерес представляет учение о природе предпринимателей, их личностных качествах, мотивах, деятельности и т. д. По его словам, предприниматели - это хозяйствующие субъекты, функция которых

заключается в осуществлении новых комбинаций и которые выступают ее активным элементом. Он рассматривает предпринимателей не только как "самостоятельных" хозяйствующих субъектов рыночной экономики, но и всех тех, кто фактически выполняет фундаментальную функцию объединения факторов производства. Предпринимателями, по его мнению, являются также те, кто не имеет долгосрочных связей с отдельным предприятием и использует их только для новых комбинаций. Шумпетер описывает процесс функционирования коммерческих организаций в конкурентной рыночной среде. По его мнению, предприниматели - это особый тип людей, и их деятельность представляет собой специфическую проблему, так как они выполняют функции создания чего-то нового, а сделать что-то новое объективно сложнее, чем произвести знакомое и испытанное. Также он считал, что предприниматель как руководитель своего дела характеризуется специфическим сочетанием остроты зрения и ограниченного кругозора с возможностью идти вперед в одиночку. По его мнению, быть предпринимателем - значит делать то, чего другие не делают, и делать то, чего другие не делают. Предприниматель выполняет особую функцию в социально-экономическом процессе. Шумпетер разработал теорию предпринимательской прибыли и дал определение «предпринимательской прибыли», в котором говорится, что это та часть средств, которая остается свободной, с точки зрения предпринимателя, после покрытия всех издержек. Под издержками понимаются все расходы предпринимателя, прямо или косвенно связанные с производством. Фактически предпринимательская прибыль - это результат новых комбинаций. Шумпетер считал, что для развития предпринимательства необходимы два основных фактора: организационно-экономические инновации и экономическая свобода. Он был противником государственного вмешательства в бизнес и защитником свободного предпринимательства.

Следующая «Школа предпринимательства» Г. Минцберга [118] рассматривает стратегический процесс через призму действий одного человека, руководителя организации, но также подчеркивает важность состояний и процессов, свойственных только ему, а именно интуиции, здравого смысла,

мудрости, опыта и проницательности. Это основа для понимания стратегии как перспективы, связанной с идеей и интуитивным чувством (выбором) направления, называемого видением. Но в отличие от некоторых других, Школа предпринимательства рассматривает стратегическую перспективу не как коллективную или культурную, а как индивидуальную конструкцию лидера организации. Соответственно, по мнению ее приверженцев, организация целиком зависит от диктата индивида, в том числе и от внешней среды организации. Центральным понятием Школы предпринимательства является видение: ментальное представление стратегии, рожденное или отображенное в сознании руководителя организации. Предвидение одновременно вдохновляет и дает понимание того, что нужно сделать. Г. Минцберг сравнивает стратегическое мышление с «видением». Как правило, предприниматель фокусируется не столько на построении стратегии, сколько на активном поиске новых возможностей. Предпринимательская организация фокусируется на возможностях, а проблемы имеют второстепенное значение.

В предпринимательской организации власть сосредоточена в руках ее руководителя. По мнению О. Коллинса и Д. Мура [117], предприниматель - учредитель организации характеризуется нежеланием «подчиняться» властям, неспособностью сотрудничать с ними и, как следствие, желанием избегать их; считает, что власть должна принадлежать одному человеку, который может уверенно вести организацию по ее пути. В управлении предприниматель в значительной степени полагается на личную силу, а иногда и на харизму. Создание стратегии предпринимательского стиля характеризуется решительным движением вперед, несмотря на неопределенность ситуации. В деловой организации реализация стратегии принимает форму важных решений. Руководитель способен предпринимать энергичные действия, добиваясь успеха в условиях нестабильности, что и определяет успех организации.

С точки зрения психолога Д. Макклеланда [106] предпринимателем в первую очередь движет желание добиться успеха. Поскольку цель организации - это форма видения ее лидера, то главным стремлением организаций предпринимательского

типа является развитие, рост, как наиболее яркого проявления успеха.

Очевидно, что в действительности каждый конкретный объект, подвергаясь воздействию других объектов, оказывает на них обратное (реактивное) воздействие. Поэтому в широком, философском смысле взаимодействие - это категория, отражающая процессы воздействия объектов друг на друга, их взаимную обусловленность и порождение одним объектом другого. Тогда в конкретном случае взаимодействие государства и бизнеса следует понимать как воздействие государства и бизнеса друг на друга.

Взаимодействующие субъекты, то есть государство и предприниматель, образуют систему, поскольку система представляет собой совокупность взаимодействующих элементов, мысленно отделенных от внешней среды по функциональному признаку.

Из исследований И. В. Бестужева-Лады [28] следует, что механизм социальной активности личности и общества в сфере формирования «исполнительных» систем предполагает, что основными системообразующими факторами в процессе взаимодействия государства и бизнеса являются интересы, цели и результаты, а также эту функцию, по их мнению, способны выполнять социальные нормы. Взаимодействие базируется на трех иерархических уровнях системы и включает в себя следующие субъекты:

- первая группа: государство, орган государственной власти, государственный служащий;
- вторая группа: предпринимательство, коммерческая организация, предприниматель;
- и дополнительно, в некоторых вариантах взаимодействия, третья группа: общество, некоммерческие организации, граждане.

Каждый из перечисленных субъектов взаимодействия имеет свои особые потребности, то есть испытывает потребность в чем-то необходимом для поддержания жизнедеятельности, что является внутренним мотиватором деятельности. Для удовлетворения потребностей необходимо создать благо в процессе взаимодействия, которое будет выступать как результат взаимодействия

государства и бизнеса. Но благо не может быть создано без формирования, организации (в широком смысле этого слова) и функционирования отлаженного механизма взаимодействия как средства достижения результата.

Понятие механизма широко распространено в общественных науках, однако в научной литературе нет однозначного ответа на вопрос, что является механизмом взаимодействия государства и предпринимательства.

Так, механизм взаимодействия государства и предпринимательства, по мнению профессора Ф. Шамхалова [178], нужно рассматривать как совокупность принципов и методов, экономических и правовых форм и технологий, организационных структур, в рамках и посредством которых строятся отношения между политической и хозяйственной властью в стране. В целом разделяя мнение Ф. Шамхалова, механизм взаимодействия представлен в настоящей работе как структурно оформленный комплекс факторов и принципов, форм и содержания, методов и подходов, а также субъектов взаимодействия; данный комплекс функционирует для получения полезного результата и удовлетворения общественных потребностей, а также потребностей субъектов взаимодействия.

Ключевое значение для организации эффективного взаимодействия имеет правильное понимание форм и содержания системы взаимодействия государства и предпринимательства.

Содержание – это совокупность компонентов, процессов, связей и отношений, то есть все то, что содержится в системе. Следовательно, в нашем случае содержанием системы взаимодействия государства и предпринимательства могут быть воздействие, собственно взаимодействие и взаимосодействие.

Воздействие – осознанный и целенаправленный процесс, суть которого заключается в оказании влияния одного из участников совместной деятельности и общения на другого. Однако не нужно забывать, что субъект, испытывая воздействие со стороны других субъектов, оказывает на них обратное (реактивное) воздействие. Взаимосодействие – подлинная кооперация субъектов, усилия которых направлены на получение конечного полезного результата, а это значит, что всякий субъект может войти в систему, только если он вносит свою долю содействия,

устраняя при этом из своей активной деятельности те степени свободы, которые не помогают получению полезного результата.

В общем случае под формой чего-либо подразумевают способ существования, внешнее проявление, структуру содержания. Общепризнано существование у каждого объекта внутренней и внешней форм. Последняя – это внешняя граница, внешний образ объекта, она выражает и обеспечивает его связь с другими явлениями. Под внутренней формой понимается способ связи элементов целого, его структура.

Тогда под формой взаимодействия государства и предпринимательства в данной работе следует понимать актуализацию взаимодействия как конкретного вида взаимного влияния государства на предпринимательство и наоборот, его внешнее практическое проявление. Понятие формы взаимодействия многоаспектно, система может иметь несколько форм: организационную, правовую (внешние формы) и социально-экономическую (внутренняя форма). Среди правовых форм можно выделить нормативные правовые акты (решения), двухсторонние и многосторонние договоры, правовые обычаи и т.д.

К организационным формам относятся временное или постоянное объединение субъектов, государственно-общественные органы, коммерческие организации, совещания, круглые столы, разработка программ, иные организационные формы.

Внутреннюю, социально-экономическую, форму взаимодействия следует воспринимать как способ существования и выражения содержания системы взаимодействия. Согласно Т. В. Бутовой [36], существуют четыре формы взаимодействия государства и предпринимательства: государственно-частное партнерство; система социальной ответственности бизнеса; лоббизм; коррупция. Тогда как Н. В. Долгушева [69] выделяет шесть форм взаимодействия государства и предпринимательства: взаимовыгодное экономическое сотрудничество; государственно-частное партнерство; социальное партнерство; лоббирование; коррупция; государственное администрирование. Исследователь Н. П. Белозерцева [26] рассматривает такие формы взаимодействия государства и предпринимательства, как контракт,

конфликт, лоббирование, сращивание, коррупция, а государственное регулирование предпринимательской деятельности, социальную ответственность, государственно-частное партнерство, конкурсы на размещение государственных заказов называет «формами контрактных отношений».

Суммируя изложенную информацию, как внутренние, социально-экономические, формы взаимодействия государства и предпринимательства в настоящей работе будем рассматривать: государственно-частное предпринимательство, государственно-частное партнерство (ГЧП), государственный франчайзинг, социально-значимые отрасли / социально-незащищенные группы населения.

1.2 Предпосылки возникновения новых форм хозяйственного взаимодействия государственных и предпринимательских структур

Приоритетными направлениями стратегического развития страны до 2024 г., согласно Указа Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», должны стать:

- а) обеспечение устойчивого естественного роста численности населения Российской Федерации;
- б) повышение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет (к 2030 году - до 80 лет);
- в) обеспечение устойчивого роста реальных доходов граждан, а также роста уровня пенсионного обеспечения выше уровня инфляции;
- г) снижение в два раза уровня бедности в Российской Федерации;
- д) улучшение жилищных условий не менее 5 млн. семей ежегодно;
- е) ускорение технологического развития Российской Федерации, увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50 процентов от их общего числа;
- ж) обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере;
- з) вхождение Российской Федерации в число пяти крупнейших экономик мира, обеспечение темпов экономического роста выше мировых при сохранении

макроэкономической стабильности, в том числе инфляции на уровне, не превышающем 4 процентов;

и) создание в базовых отраслях экономики, прежде всего в обрабатывающей промышленности и агропромышленном комплексе, высокопроизводительного экспортно-ориентированного сектора, развивающегося на основе современных технологий и обеспеченного высококвалифицированными кадрами.

Выделены также стратегические направления развития, среди которых здравоохранение, образование, малое и среднее предпринимательство и т.д.

В современной экономике, в силу разных причин, на долю государственной собственности приходится значительная часть производственного капитала страны. Актуальной остается задача повышения эффективности его использования. Одним из действенных современных способом повышения эффективности использования государственной собственности служит установление партнерских отношений государственных и предпринимательских структур. Развитие механизмов и форм таких партнерских отношений не предполагает передачу частным компаниям прав собственности в полном объеме. Вместе с тем переход государства к партнерским отношениям с частным бизнесом, затрагивающим государственную собственность, означает частичную передачу государством некоторых, определенных законодательством и договором прав на эту собственность. Содержание партнерских отношений частного бизнеса и государства реализуется в форме концессий, лизинга, совместных предприятий, договорной системы, кооперации, соглашений о разделе продукции.

В зарубежной экономической практике под государственно-частным партнерством принято подразумевать обширный спектр бизнес-моделей и отношений. В самом общем смысле этот термин применяется при любом использовании ресурсов частного сектора для удовлетворения общественных потребностей [90].

США, Великобритания, Франция и Германия признаны мировыми лидерами в области государственно-частного партнерства. Первый опыт ГЧП в Великобритании был получен в 1981 году в связи с реструктуризацией лондонских доков на основе новой дерегулированной и ориентированной на рынок политики

планирования. По данным британского правительства, такие проекты обеспечивают 17 % экономии бюджета страны.

Во Франции активно используется государственно-частное партнерство, включая деятельность так называемых смешанных экономических сообществ (SEM) и предоставление концессий. Особенностью SEM является то, что государственный сектор и местные органы власти, в частности, должны иметь большую долю активов и, таким образом, играть ведущую роль в управлении ими.

В Соединенных Штатах сотрудничество между правительством и бизнесом особенно широко распространено на муниципальном уровне. По данным Национального совета по государственно-частному партнерству, в США из 65 основных видов деятельности муниципальных органов власти (водоснабжение, канализация, вывоз мусора, школьное образование, обслуживание парковок и др.), средний город использует коммерческие фирмы при выполнении около 23 проектов.

В Германии ГЧП используется в совместных строительных проектах. Первые некоммерческие строительные общества были созданы на основе частной инициативы в середине XIX века. В контексте сотрудничества некоммерческих компаний с государственным сектором такие компании вынуждены вводить определенные ограничения на свою собственную предпринимательскую и прибыльную политику. Взамен государство предоставляет им налоговые льготы.

Так, в зарубежных странах проекты с использованием государственно-частного партнерства реализуются в различных отраслях экономики: транспорт (строительство, эксплуатация, техническое обслуживание, внедрение систем организации дорожного движения и др., в том числе городского транспорта); жилищно-коммунальное хозяйство (коммунальные услуги; эксплуатация инженерных сетей (водоснабжение, канализация); уборка улиц, вывоз и утилизация мусора); экология (создание, содержание и развитие городских и пригородных парков с правом эксплуатации природных ресурсов и получения доходов от организации экологического туризма); недвижимость (строительство и эксплуатация общественных зданий и муниципального жилья в обмен на право

строительства и участия в коммерческих проектах); общественный порядок и безопасность (обеспечение порядка на транспорте и в общественных местах, обслуживаемых частными компаниями; организация и обслуживание парковок); телекоммуникации (создание телекоммуникационной инфраструктуры и оказание услуг потребителям); финансовый сектор (привлечение частных страховых и управляющих компаний в сферу обязательного социального страхования и государственного пенсионного обеспечения.); образование (строительство и оснащение школ и других учреждений частными компаниями, получающими право на строительство и развитие прилегающей территории).

Анализ использования ГЧП по направлениям деятельности в разных странах показал следующее: В США, Великобритании, Японии, Италии, Франции, Германии, Канаде на первом месте стоит здравоохранение, на втором – образование и на 3-м месте - дороги. Далее, в Австрии, Бельгии, Дании, Австралии, Израиле, Ирландии, Финляндии, Испании, Португалии, Греции, Южной Кореи и Сингапуре использование ГЧП в дорожном строительстве является первым, за ним следуют здравоохранение и образование. В других странах вышеупомянутые отрасли промышленности (кроме автомобильных дорог) не являются приоритетными. В результате более низкого уровня социально-экономического развития в этих странах на первое место выходит транспортная инфраструктура (строительство, реконструкция железных дорог, аэропортов, портов). Например, в Центральной и Восточной Европе, в странах Балтии ведущую роль в использовании ГЧП играют дороги, строительство мостов и тоннелей, легкое наземное метро и аэропорты [6].

Разница в использовании ГЧП обусловлена различиями в экономическом развитии; влиянием государственной политики на развитие отдельных структур (в странах со стабильной рыночной экономикой, высоким показателем ВВП и гарантиями государством высокого уровня социальной защиты населения, что сказывается на качестве здравоохранения и образования и увеличивает среднюю продолжительность жизни. Еще одним фактором является заинтересованность стран в развитии этих отраслей (индивидуальная для каждого типа стран), поскольку партнерство позволяет привлекать инвестиции частного сектора и

распределять риски между партнерами по реализуемым проектам.

В качестве примера эффективного и успешного использования ГЧП при реализации инфраструктурных проектов на основе частной финансовой инициативы можно привести опыт Японии. Экономический спад 1990-х годов заставил японские власти обратиться к английскому опыту, изменив концепцию и правила, и принять соответствующую законодательную базу. С 1999 года был принят закон «О содействии развитию государственных проектов за счет использования частного финансирования». Это позволило привлечь частные инвестиции для строительства крупных государственных и социально-значимых объектов инфраструктуры. Компенсация расходов впоследствии производилась за счет платежей из бюджета, либо за счет доходов от эксплуатации. Это привело к быстрому развитию проектов.

Примером неудачного и неэффективного проекта ГЧП из-за просчетов со стороны государства может служить опыт Чешской Республики, где был реализован проблемный инфраструктурный проект. Частные инвестиции в эту страну привлекала британская модель частной финансовой инициативы. Для строительства участка автобана протяженностью 80 км частный предприниматель предложил привлекательный на первый взгляд проект, за который получил внеконкурсный контракт. Проблема заключалась в отсутствии достаточного опыта ГЧП и недооценке командой государственного партнера намерений частного подрядчика, который, в свою очередь, изначально не имел особого желания реализовывать проект. В итоге предложенная структура финансирования была сведена к перекладыванию всех рисков на государство. А результатом стало прекращение проекта, выплата, помимо прочего, значительного штрафа. Опыт этой страны показывает опасности и проблемы, с которыми может столкнуться государственный партнер, если он не имеет достаточного опыта и подготовки в осуществлении и применении партнерства.

По результатам анализа использования ГЧП в различных странах, проведенного отечественными экономистами, видно, что партнерство успешно применяется в транспортной (автомобильные, железные дороги, аэропорты,

порты), социальной инфраструктуре (здравоохранение, образование, туризм), жилищно-коммунальном хозяйстве (водоснабжение, электроснабжение, газоснабжение) и других сферах (тюрьмы, оборона, военные объекты). Существует взаимосвязь между уровнем социально-экономического развития страны и приоритетными отраслями для использования в них проектов ГЧП. В каждой стране созданы специализированные структуры, отвечающие за данный вид взаимодействия государства и бизнеса, а также широкая и упорядоченная нормативно-правовая база, регулирующая договорные отношения в различных отраслях и позволяющая наиболее полно учитывать многообразие условий функционирования различных сфер.

Формы осуществления государственно-частного партнерства различаются степенью ответственности государства или частного сектора за эксплуатацию и техническое обслуживание, капиталовложениями и текущим финансированием, коммерческими рисками, а также степенью владения активами и продолжительностью сотрудничества. Основными формами партнерства являются: договоры на обслуживание; договоры управления; договоры аренды; договоры на строительство, эксплуатацию и передачу (СЭП) и их разновидности; концессии. На практике сочетания этих форм часто используются в зарубежных странах. Одной из наиболее развитых, перспективных и сложных форм государственно-частного партнерства в мировой практике является концессия. Достаточно сказать, что мировая правовая и экономическая практика концессионных форм хозяйствования насчитывает более 150 лет. Концессии дифференцируются по странам и отраслям: собственность всегда сохраняется за государством (Франция); собственность передается частному инвестору (США). Возможны также смешанные формы концессий, при которых частная собственность сохраняется за частным инвестором до тех пор, пока он использует объект по назначению, а как только инвестор прекращает это делать, объект отчуждается в пользу государства (такая форма предусмотрена законодательством Филиппин). В Великобритании отношения между бизнесом и государством строятся на основе концессии, что привело к существенным изменениям в институциональной среде как государственного

аппарата, так и бизнеса. Новая отрасль экономики, появившаяся под условным названием "государственные гражданские контракты и концессии", заставляет чиновников становиться бизнесменами, опытными покупателями услуг частного сектора, вырабатывать правила и нормы поведения в условиях рыночного развития подведомственных им институтов. Для того чтобы проработать различные вопросы партнерства, правительство и ведомства начали создавать консалтинговые и другие компании, а также контролирующие организации [133].

Следует отметить, что для успешного функционирования концессионной формы необходимо наличие сильного государства, способного противостоять интересам частного бизнеса, получающего государственную собственность в концессию. Опыт показывает, что там, где государство способно отстаивать интересы общества (развитые страны, прежде всего США, Канада, Франция, Великобритания, Германия, Австралия) и ставить законодательные и институциональные препятствия на пути злоупотреблений частных компаний, концессии достигают своих целей и повышают эффективность социальной и производственной инфраструктуры. В странах, где функции государственного контроля недостаточно сильны и развиты, иногда происходят скандальные разоблачения коррупции и злоупотреблений государственной собственностью, переданной в концессию (Аргентина, Мексика). Кроме того, основой механизма ГЧП в мире является концепция разделения рисков, которая заключается в том, что определенные виды рисков должна брать на себя та сторона, которая наилучшим образом подходит для контроля и управления ими. В частности, политические риски берет на себя государство, а коммерческие - бизнес. Концепция и механизмы ГЧП в мировой практике используются в основном для долгосрочного финансирования и управления объектами коммунальной инфраструктуры, в частности транспортом, жилищно-коммунальным хозяйством, здравоохранением, благоустройством, и т.д. В развитых странах в рамках ГЧП государство оказывает существенное влияние на деятельность хозяйствующего субъекта, разрабатывая общие стандарты работы, тарифную политику, монопольные ограничения и другие правила для частного сектора.

Исходя из мирового опыта налаживания отношений между государством и бизнесом, России предстоит пройти сложный процесс экономической и правовой

классификации многочисленных форм реализации этого механизма. В то же время важно правильно оценить роль государства не только как основного регулятора, но и как представителя и защитника общественных интересов и потребностей, то есть то, что понимается под публичным правом, публичным интересом, публичной службой, публично-правовыми имущественными отношениями и публично-правовой собственностью в европейской правовой традиции. [55].

Белозерцева Н.П. в своей работе «Организация взаимодействия властных и предпринимательских структур в сфере городских пассажирских перевозок (на примере г. Владивостока)» [26] предлагает следующую систему организации взаимодействия властных и предпринимательских структур (рисунок 1.1).

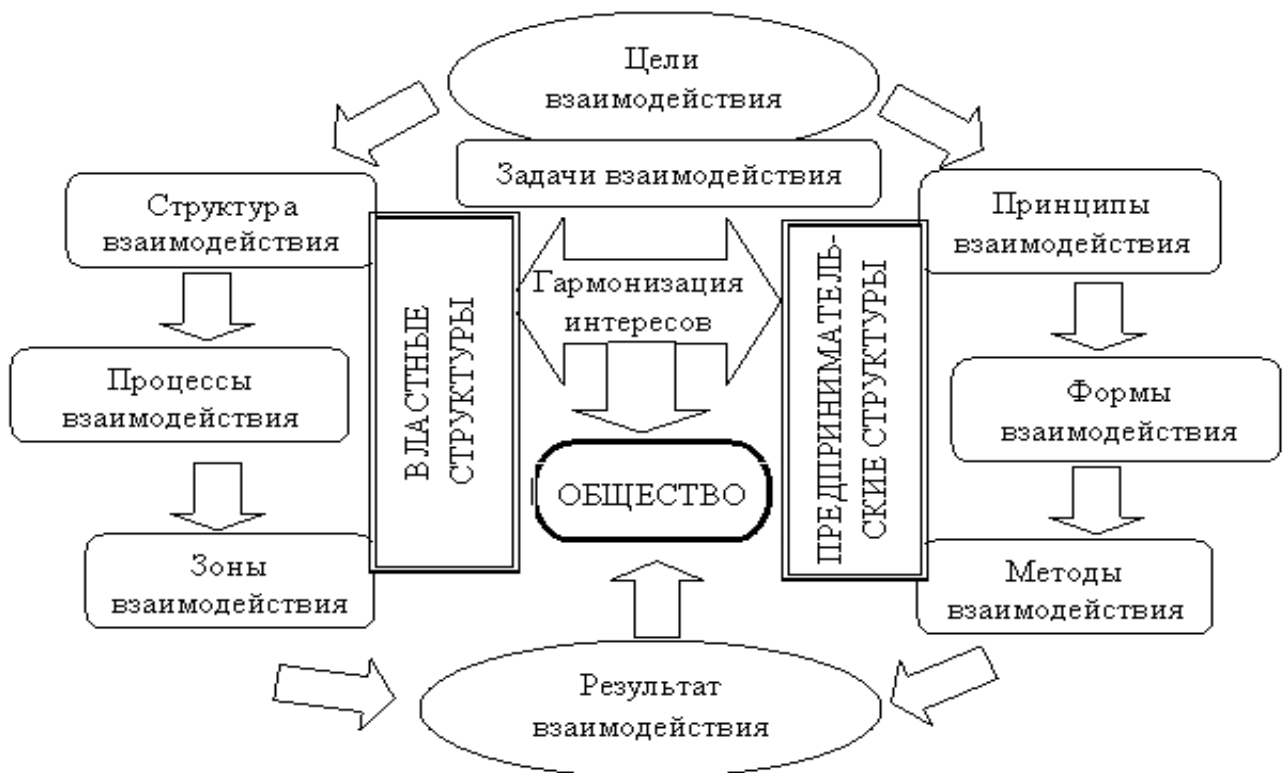


Рисунок 1.1 - Система организации взаимодействия властных и предпринимательских структур

Обязательным условием, гарантирующим оптимальное функционирование этой системы на практике, является наличие контроля со стороны компании. Результаты взаимодействия должны отвечать потребностям общества в целом и его отдельных представителей в частности. Только в этом случае взаимодействие государства и бизнеса по обеспечению роста благосостояния населения будет

оптимальным и эффективным.

Малкин Я.М. в своей работе «Организация взаимодействия государственных и предпринимательских структур» [107] предлагает многопараметрическую классификацию взаимодействия государственных и предпринимательских структур, разработанную автором в отношении таких параметров классификации, как уровень взаимной лояльности, степень зрелости взаимодействия и др. (рисунок 1.2).



Рисунок 1.2 - Многопараметрическая классификация взаимодействия

Классифицируя взаимодействие государственных и предпринимательских структур по признаку взаимной лояльности, автор приходит к следующим выводам: достижение оптимального уровня взаимной лояльности позволяет государству, хозяйствующим субъектам, обществу в целом развиваться стабильно, более

оперативно принимать удовлетворяющие стороны решения; на пути достижения оптимального уровня взаимной лояльности элементы взаимодействия проходят определенные стадии зрелости, которые также можно отнести к признакам классификации взаимодействия государства и предпринимательства. Лояльность как категория оценки взаимодействия государственных и предпринимательских структур рассматривалась многими исследователями, однако в некоторых источниках можно встретить не совсем ясные или даже противоречивые толкования данного понятия, когда под взаимной лояльностью понимают процесс, построенный на удовлетворении взаимных ожиданий или процесс, направленный на утверждение лояльности в обмен на лояльность (рисунок 1.2). В своем исследовании под взаимной лояльностью Малкин Я.М. подразумевает степень совпадения, сочетания, согласованности интересов властных и предпринимательских структур в целях достижения эффективности деятельности участников диалога в точках их соприкосновения [107].

Данилова О.В. [63] в своей работе отмечает, что среди тенденций развития взаимоотношений власти и бизнеса в России особенно выделяется тенденция к институционализации в таких формах взаимодействия как участие в работе исполнительных и законодательных органов власти; формирование общественных специализированных структур по взаимодействию с бизнес-сообществом; социальное партнерство и др. Социальное партнерство и реализация программ социальной ответственности бизнеса в настоящее время являются привлекательными формами институционализации взаимоотношений государства и бизнеса. Социальное партнерство выделяется как новое явление для российского бизнеса и в его основе лежит институциональное участие сторон в реализации программ в социальной сфере. В основе социального партнерства, по мнению О.В. Даниловой, лежат принципы равенства и полномочности сторон в переговорных процедурах; участие в диалоге работодателей, работников и государства; добровольное принятие обязательств и обязательное исполнение достигнутых договоренностей; адекватное распределение обязанностей и систематические консультации. Отношения, построенные на базе социального партнерства,

подразумевают институционализированное участие сторон (государства и бизнеса) в принятии решений, в т.ч. в реализации программ в социальной сфере, которые представляют собой механизм реализации по сути социальной ответственности бизнеса. Таким образом, Данилова делает вывод, что социальная ответственность бизнеса основывается на признании тесной взаимосвязи между властью, бизнесом и обществом и сближение их интересов представляет собой перспективу будущего.

В России взаимовыгодное партнерство между государством и бизнесом было признано необходимым элементом государственной политики только в начале 2000-х гг., когда в экономической жизни страны стал насущным переход от экономики, основанной на эксплуатации сырьевых отраслей, к экономике знаний и развитию высоких технологий. В результате первостепенное значение приобрели вопросы, касающиеся четкого законодательного сопровождения развития партнерства и определения самого понятия государственно-частного партнерства. Вопросы приобрели особую остроту при появлении признаков мирового финансового кризиса.

Законодательное определение государственно-частного партнерства появилось в России в 2005 году в разделах Гражданского кодекса, определяющих типы собственности, а также в положениях Конституции Российской Федерации о признании и защите форм собственности. Кроме того, были сформированы государственный инвестиционный фонд, Венчурная компания и Банк развития. В рамках деятельности Инвестиционного фонда РФ финансируются объекты инфраструктуры проектов, преимущественно транспорта, энергетики и инженерного обустройства промышленных площадок. Аналогичные проекты реализуются в рамках со-финансирования за счет федеральных целевых программ. По результатам взаимодействия Центра ГЧП Банка развития (ВЭБ) с регионами предполагается, что преимущественным вниманием в рамках таких законов будут пользоваться проекты по массовой модернизации систем теплоснабжения, строительству объектов экологической инфраструктуры очистки стоков и переработки отходов, строительству объектов социальной инфраструктуры здравоохранения и образования, отдельные объекты транспортной инфраструктуры

(мосты, развязки).

Для успешной подготовки и реализации инфраструктурных проектов в регионах необходим координационный центр, а также центры в федеральных округах и регионах.

В таблице 1.1 представлены основные нормативные документы, регулирующие партнерство между государством и бизнесом.

Таблица 1.1 – Нормативная база государственно-частного партнерства

Наименование документа	Сфера применения
1 Федеральный закон от 13.07.2015 N 224-ФЗ (ред. от 29.12.2015) "О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" [155]	С изменениями и дополнениями вступил в силу 29.07.18
2 Федеральные законы «О концессионных соглашениях», "Об особых экономических зонах в Российской Федерации".	Согласно закону, особой экономической зоной считается часть территории РФ, на которой действует особый режим предпринимательской деятельности: налоговый, таможенный, визовый и лицензионный.
Федеральный закон "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд"	Доля госзаказа для малого бизнеса 10-20%
Законе "Об автономных учреждениях"	Частично проработан механизм взаимодействия между тройкой хозяйствующих субъектов - государством, бизнес - структурами и некоммерческими организациями. В нем, в частности, предусмотрено создание института наблюдательных советов, в которые входят представители исполнительных органов власти, бизнеса, некоммерческих организаций, а также независимые эксперты и ученые.

Источник: составлена автором

В 2009 году было учреждено Некоммерческое Партнерство «Центр развития государственно-частного партнерства», который на своей площадке объединяет представителей ведомств и организаций, участвующих в развитии инфраструктуры (органов власти, банковских, инвестиционных и консалтинговых структур, частных компаний-операторов), входящих в Наблюдательный, Общественный и

Экспертный совет Центра. Миссия Центра - содействие модернизации инфраструктуры в России. В целях повышения инвестиционной привлекательности регионов России и реализации инфраструктурных проектов, а также объединения участников инфраструктурных отраслей Центр развития ГЧП запустил интернет-проект «Инфраструктура и государственно-частное партнерство в России». В проект входит федеральный портал «Public Private Partnership Information» (www.pppi.ru) и экспертная сеть «Сообщество экспертов ГЧП в России» (www.pppcom.ru).

Специализированная информационная система данных по вопросам инфраструктуры и ГЧП в России – «Public Private Partnership Information» («ГЧП Инфо») содержит необходимые для специалистов аналитические данные и документы по инфраструктуре и государственно-частному партнерству в России, региональную и федеральную нормативную базу, а также банк актуальных инфраструктурных и ГЧП-проектов в регионах для инвесторов. Информация, размещенная на портале, является открытой (для доступа к «паспортам» проектов требуется только регистрация).

Экспертная сеть «Public Private Partnership Community» («Сообщество экспертов ГЧП в России») - это социальная сеть, по профессиональному принципу объединяющая участников и специалистов инфраструктурных отраслей и позволяющая обмениваться информацией и компетенциями экспертам из различных регионов и сфер деятельности.

На рисунке 1.3 показаны приоритетные сферы для применения государственно-частного партнерства в России.

Современное состояние и развитие отечественной экономики говорит о необходимости преобразований в системе привлечения ресурсов для реализации различных социально-экономических проектов, поиска новых методов, механизмов организации взаимодействия государственных и предпринимательских структур.

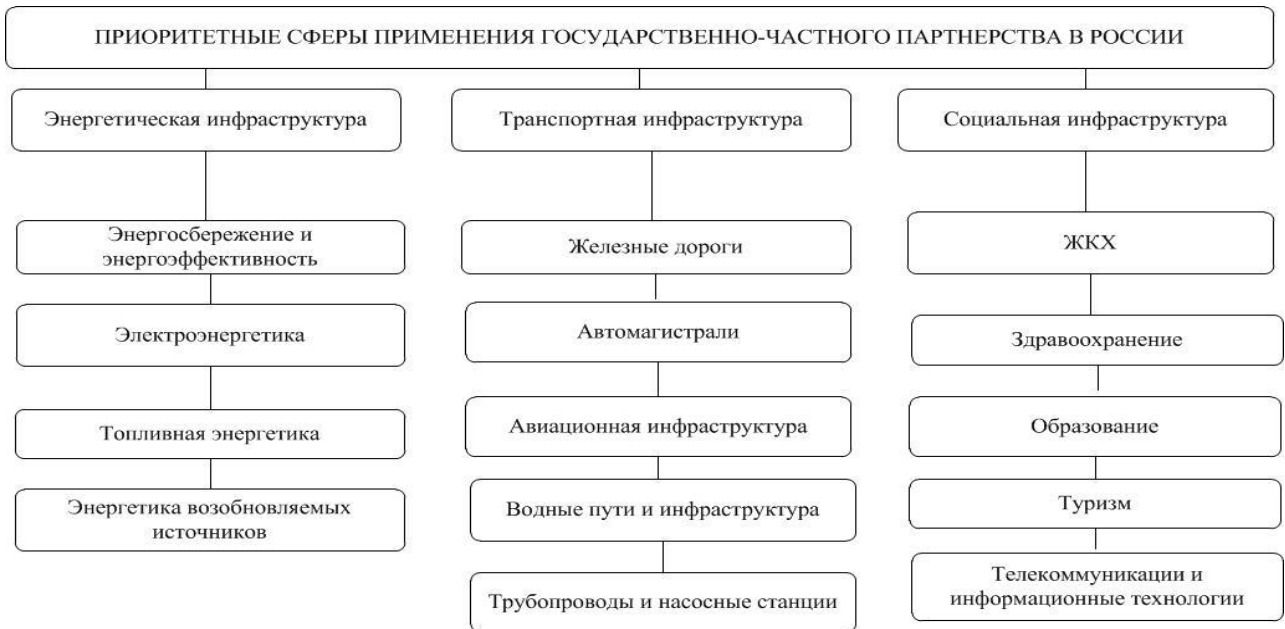


Рисунок 1.3 – Приоритетные сферы применения ГЧП в России

Государство не может решить насущные вопросы финансирования в только лишь за счет бюджетных средств. На рисунке 1.4 показаны факторы, способствующие сближению интересов государственных и предпринимательских структур. К таковым относятся: внешняя среда; глобализация; нормативно-правовая база.

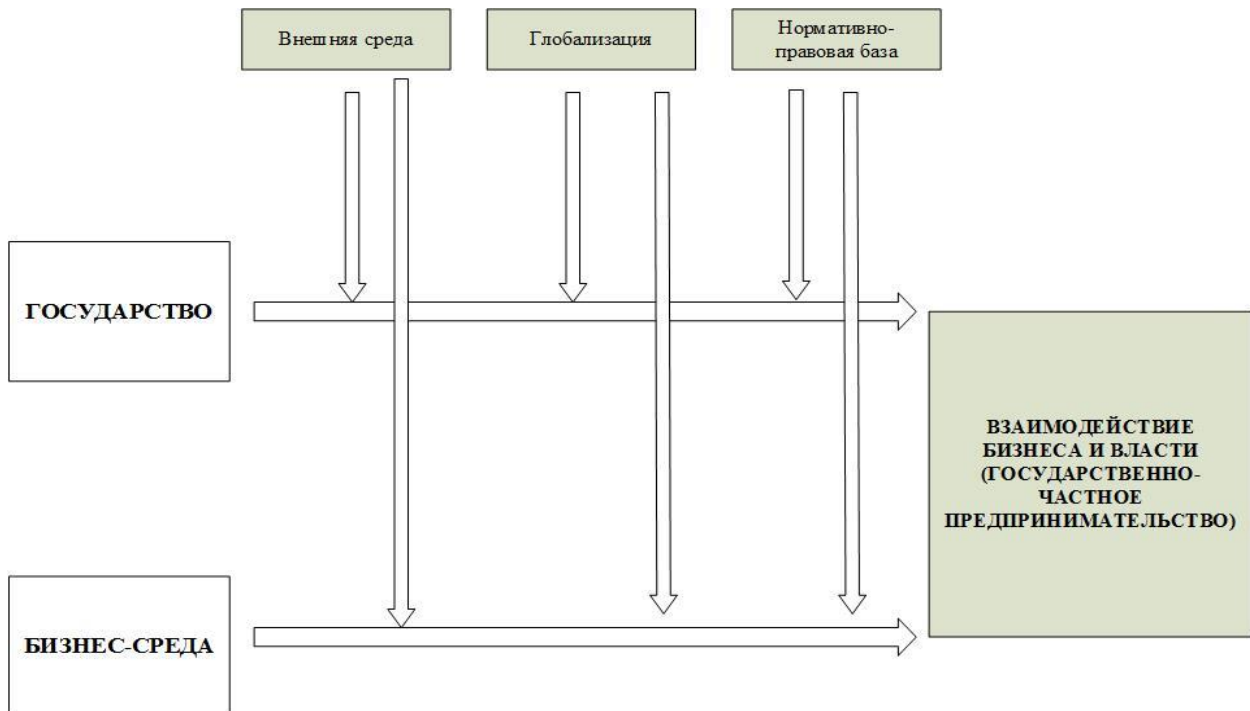


Рисунок 1.4 – Факторы, способствующие сближению интересов государственных и предпринимательских структур

В таблице 1.2 представлены основные отличия государственно-частного партнерства от форм частно-государственного предпринимательства (государственного франчайзинга и аутсорсинга государственных услуг).

Таблица 1.2 - Отличия государственного франчайзинга от аутсорсинга государственных услуг и государственно-частного партнерства

	Государственно-частное партнерство	Аутсорсинг государственных услуг	Государственный франчайзинг
Партнеры государства	Крупный бизнес	Малые и средние предприятия	Малые и средние предприятия
Срок контракта	От 10 до 40-50 лет	1-3 года	3-10 лет (с правом продления)
Исключительное право у государства на продукт / услугу	нет	нет	да
Контроль качества продукта / услуги	нет	нет	Да

Источник: Составлена автором

Из данной таблицы видно, что государственно-частное партнерство является формой партнерства с крупным бизнесом. Такие механизмы стратегического партнерства как государственный франчайзинг и аутсорсинг государственных услуг направлены на взаимодействие государственных структур с малым и средним предпринимательством.

В этой связи следует выделить государственный франчайзинг как особую новую форму взаимодействия государственных и предпринимательских структур в системе частно-государственного предпринимательства.

Рассмотрим отличия между государственным франчайзингом и аутсорсингом. Цель применения аутсорсинга заключается в том, чтобы качество и необходимый объем функций учреждения не снижались, а финансовые расходы на их осуществление или хотя бы административные расходы, наоборот, уменьшались. Понятие «аутсорсинг» пока не имеет своего определения в российском законодательстве, а в словарном значении это «передача выполнения непрофильных, вспомогательных функций внешней организации с целью сокращения операционных расходов компании».

В последнее десятилетие практика аутсорсинга достаточно широко распространилась в деятельности российских коммерческих организаций, работающих в сферах производства, предоставления телекоммуникационных услуг и т.п. Существуют также фирмы, предлагающие свои услуги в качестве аутсорсеров в различных направлениях: юридические, бухгалтерские, в сфере информационных технологий и т.д. В контексте повышения эффективности и оптимизации бюджетных расходов аутсорсинг применяется в работе государственных и муниципальных учреждений. Необходимо обратить внимание, что нередко под понятием «аутсорсинг» имеют в виду организацию органами государственной власти и органами местного самоуправления предоставления государственных и муниципальных услуг не через сеть своих подведомственных учреждений, а через закупку услуг у негосударственных (немуниципальных) поставщиков. Например, когда социально-бытовым обслуживанием на дому граждан пожилого возраста и инвалидов занимаются не государственные центры социального обслуживания, а выигравшие государственный заказ коммерческие и некоммерческие организации, индивидуальные предприниматели.

В передаче на аутсорсинг ряда услуг государственных / муниципальных учреждений, таких как школы и детские сады, есть ряд преимуществ и недостатков. Приведем пример использования аутсорсинга в настоящее время в системе питания муниципальных дошкольных и школьных образовательных учреждений. До недавнего времени большинство детских садов были самообслуживаемыми. С поставщиком продуктов питания заключался гражданско-правовой договор (на уровне детского сада) или государственный контракт (на уровне органа управления образованием), а приготовление пищи осуществлялось детским учреждением самостоятельно. Начиная с 2012 года, детские сады в некоторых регионах Российской Федерации стали отдавать на аутсорсинг услугу по предоставлению питания. Новая система предполагает заключение договора со сторонней организацией, которая поставляет готовые продукты питания или осуществляет технологический процесс приготовления пищи на территории объекта общественного питания обслуживаемого сада. Механизм выбора поставщика

продукции зависит от организационно-правовой формы учреждения. Если оно бюджетное, то отбор производится в соответствии с Федеральным законом № 44-ФЗ (ранее - в соответствии с 94-ФЗ), если организация автономная, то в соответствии с нормами Федерального закона № 223-ФЗ, который предусматривает большую свободу действий, поскольку не содержит жестких ограничений. Согласно Федеральному закону № 44-ФЗ (94-ФЗ), бюджетная организация вправе приобретать продовольственные товары как по муниципальному заказу (муниципальный контракт), так и самостоятельно заключая договоры непосредственно с поставщиками (гражданско-правовой контракт), но только через систему госзакупок, объявление конкурса. Заказчиком по муниципальному контракту является муниципальный орган или муниципальная государственная организация, действующая от имени муниципального образования. В большинстве детских учреждений закупка продукции осуществляется по муниципальному контракту из-за отсутствия специалиста по госзакупкам, способного организовать конкурс и сопроводить его необходимой, грамотно оформленной тендерной документацией. Муниципальная конкурсная комиссия определяет единого поставщика продукции для всех учреждений, подведомственных муниципалитету, по результатам открытого конкурса. При самообслуживании внутренний контроль за соблюдением всех санитарных требований осуществлялся диетологом или медсестрой. Теперь эту функцию выполняет работник компании, которая по результатам конкурсного отбора выбрана в качестве исполнителя услуги, квалификация которого контролируется его руководством. Нет никакой гарантии, что этот сотрудник обладает достаточной компетенцией в вопросах питания. Проблемы менеджеров могут быть решены свободой выбора поставщиков и возможностью отказа от их услуг, что на практике неосуществимо. Таким образом, несмотря на растущую популярность аутсорсинга в муниципальных организациях, в нашей стране до сих пор нет развитой правовой базы для аутсорсинга: переход на продовольственный аутсорсинг в детских образовательных учреждениях не отражен в приказах и постановлениях органов местного самоуправления; аутсорсинговые отношения не урегулированы в российском законодательстве, они

определяются условиями государственного контракта; отсутствие прозрачности тендера по выбору поставщика услуг обусловлено несовершенством федерального закона № 44-ФЗ. Закон не предусматривает условий для исключения из конкурса недобросовестной пищевой фабрики, с которой ранее был заключен договор. Победителем конкурса становится организация, предложившая самую низкую цену. Цена решает судьбу конкурса. Практика показывает, что продовольственный аутсорсинг не всегда приводит к экономии финансов и других ресурсов детских учреждений, а кроме того, государство практически теряет контроль качества.

Таким образом, назрела необходимость в новых формах хозяйственного взаимодействия государственных и предпринимательских структур.

1.3 Теоретико-методологические положения государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях

1.3.1 Понятие и классификация социально-значимых отраслей для целей исследования

К социальной сфере принято относить экономические объекты и процессы, виды экономической деятельности, непосредственно связанные и касающиеся образа жизни людей, потребления населением материальных и духовных благ, услуг, удовлетворения конечных запросов человека, семьи, коллективов, групп, общества в целом. Все, что относится непосредственным образом к благосостоянию людей, есть социальная область экономики. Социальная экономика тесно связана с формами и отношениями собственности, со всеми видами социального обеспечения, с экономикой труда и экологической экономикой.

Существуют следующие отрасли социальной сферы экономики:

- пассажирский транспорт, связь для населения, розничная торговля и общественное питание;
- жилищное и коммунальное хозяйство;
- сельское хозяйство;
- бытовое обслуживание населения;
- охрана, восстановление и очистка окружающей среды;
- отрасль культуры;

- отрасль образования;
- отрасль здравоохранения;
- физическая культура и спорт;
- отрасль науки;
- отрасль социального обеспечения населения.

Рассмотрим последовательно каждую из вышеперечисленных сфер. Пассажирский транспорт, связь для населения, розничная торговля и общественное питание настолько тесным образом связаны с удовлетворением потребностей людей, что их правомерно относят к отраслям социальной сферы экономики.

Также отраслями социальной сферы являются жилищное и коммунальное хозяйство, обеспечивающие бесперебойную работу социальные объекты и инфраструктуру, а именно дома, лифты, водоснабжение, канализацию, теплоснабжение, энергоснабжение, т.е. всю жилищную инфраструктуру. К социальным отраслям также относят строительство жилья и объектов социально-культурного и бытового назначения.

Бытовое обслуживание населения также относится к социальной сфере. Это так называемая отрасль бытовых услуг, к которой принято относить такие предприятия как парикмахерские, прачечные, ремонтные мастерские, такси, пункты проката, информационные услуги, рекреационные услуги, услуги по уходу за детьми.

Охрана, восстановление и очистка окружающей среды относится к социальной сфере в той части, в которой эта деятельность обеспечивает поддержание условия нормальной жизнедеятельности людей и их отдыха.

По некоторым источникам сельское хозяйство также относится к отрасли социального значения, так как обеспечивает население социально-значимыми продуктами и услугами.

Центральное место среди отраслей социальной сферы занимают образование, здравоохранение, культура. Эти отрасли призваны удовлетворять самые чувствительные и важные запросы людей (общества), потому то их социальная значимость очевидна и велика.

Отрасль культуры призвана приобщать людей к творениям культуры, воспитывать культурного человека, проводить исследования в области культуры. Отрасль образования – это дошкольные детские учреждения, школы, учреждения среднего и высшего образования и т.п. Отрасль образования, с одной стороны, призвана удовлетворять потребности людей в знаниях, с другой – осуществлять подготовку и переподготовку к работе, труду, способствовать приобретению специальности, овладению профессией. Отрасль здравоохранения призвана заботиться о поддержании здоровья людей, проводить профилактику и лечение болезней, оказывать медицинскую помощь, обеспечивать людей лекарственными средствами, восстанавливать потерянное здоровье.

К отрасли здравоохранения тесно примыкают физическая культура и спорт в той части, в которой они решают задачу укрепления здоровья, утверждения здорового образа жизни людей.

В контексте диссертационного исследования под социально-значимой отраслью будем понимать отрасли, выпускающие социально-значимые товары (продукты) либо оказывающие социально-значимые услуги (рисунок 1.5).

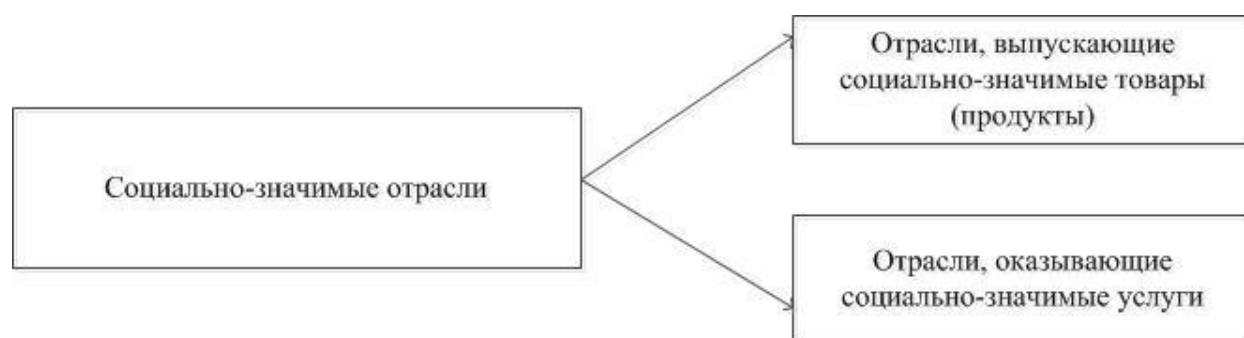


Рисунок 1.5 – Социально-значимая отрасль

Для целей исследования рассматриваются также социально-незащищенные категории граждан. Понятие «социально-незащищенные категории граждан» не имеет четкого определения в правовой литературе и нормативно-правовой документации, т.е. законодательно не закреплён. Из анализа действующих нормативно-правовых документов следует, что к данной категории относятся граждане, нуждающиеся в особой социальной защите, которые не в состоянии

обеспечить себе (своим семьям) достойный уровень материального благосостояния: инвалиды, ветераны, пенсионеры, несовершеннолетние, дети-сироты, дети, оставшиеся без попечения родителей и др.

Орган государственной власти, уполномоченный осуществлять социальную защиту населения - Министерство труда и социальной защиты населения РФ. В каждом субъекте РФ работу осуществляет соответствующий орган исполнительной власти. К примеру, в Приморском крае это Министерство труда и социальной политики Приморского края, который проводит единую государственную политику в области трудовых ресурсов, социально-трудовых отношений, содействия занятости и социальной защиты населения на территории Приморского края с целью смягчения негативных последствий бедности, снижения социального неравенства, предотвращения социального иждивенчества. Кроме того, осуществляет функции главного распорядителя и получателя средств краевого бюджета, на реализацию возложенных на него функций в соответствии с бюджетным кодексом РФ.

Далее рассмотрим место социально-значимых отраслей в развитии предпринимательства в регионе (Приморский край). Проанализируем их вклад в валовой региональный продукт и социально-экономическое развитие региона.

В таблице 1.3 представлен вклад в валовой региональный продукт Приморского края социально-значимых отраслей согласно классификатору видов экономической деятельности. Таблица составлена по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю.

По состоянию на сентябрь 2020 года представлена информация по данному показателю только за 2018 год.

Данные таблицы 1.3 свидетельствуют, что основной вклад в ВРП Приморского края делают отрасль «транспортировка и хранение», 21,4% от общего ВРП Приморского края в 2018 году.

Отрасль «деятельность в области здравоохранения и социальных услуг» дает в ВРП 5,6%.

Таблица 1.3 - Валовой региональный продукт по видам экономической деятельности (ОКВЭД2 с 2016 г.) в Приморском крае, в млн. рублей

ВРП по ВЭД	2016	Доля в общем ВРП, 2016	2017	Доля в общем ВРП, 2017	2018	Доля в общем ВРП, 2018
ВСЕГО	739244	100%	777834	100%	834023	100%
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	69109	9,3	65360	8,4	70111	8,4
Транспортировка и хранение	164026	22,2	164727	21,2	178879	21,4
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	11355	1,4	11734	1,5	13273	1,6
Деятельность в области информации и связи	17021	2,3	18606	2,4	20359	2,4
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	50254	6,79	53025	6,8	55732	6,7
Образование	22765	3,1	26139	3,4	29015	3,5
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	36843	4,98	38816	5,0	46483	5,6
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	11532	1,56	12244	1,6	11226	1,3
Предоставление прочих видов услуг	4350	0,58	4673	0,6	4282	0,5

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю

Далее в таблице 1.4 рассмотрим основные экономические показатели деятельности средних и малых предприятий Приморского края за период с 2017 по 2019 годы. Данные представлены без привязки к отрасли.

Из таблицы 1.4 видно, что количество средних предприятий в Приморском крае снизилось в 2018 г. по сравнению с 2017 годом на 13 шт., а малых – на 4236 шт. Но в 2019 году число средних предприятий выросло до 216 шт.

Таблица 1.4 – Основные экономические показатели деятельности средних и малых предприятий Приморского края

Показатель	Средние предприятия	Малые предприятия	
		Всего	из них микро-предприятия
Число предприятий (на конец года)			
2017	197	42400	38688
2018	187	41565	38163
2019	216	83975	76963
Средняя численность работников, тыс. человек			
2017	17,9	159,5	74,2
2018	15,5	166,8	84,9
2019	13,2	167,7	89,0
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей), тыс. человек			
2017	17,3	150,2	69,4
2018	15,0	157,5	79,8
2019	12,5	158,2	83,5

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю

Показатель «Число малых предприятий» получен из отчета ФНС России (согласно статье 4.1 Федерального закона от 24 июля 2007 года №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» он формируется в едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства), начиная с 2019 года, этот показатель исключен из отчетов Территориального органа Федеральной службы государственной статистики.

Далее рассмотрим состояние такой социальной группы как социально-незащищенные категории граждан.

В таблице 1.5 показана численность пенсионеров в Приморском крае за период 2017-2019 годы.

Исходя из данных в таблице 1.5, численность пенсионеров и отдельных категорий граждан инвалидов, нетрудоспособных в Приморском крае увеличилась в 2018 году по сравнению с 2017 г., а в 2019 году снизилась незначительно.

В таблице 1.6 представлена численность населения основных возрастных групп в Приморском крае за 2017-2018 годы.

Таблица 1.5 - Численность пенсионеров в Приморском крае (на начало года, следующего за отчетным), в тыс. человек

Показатель	2017	2018	2019
Всего пенсионеров, в том числе получающие пенсии:	545.4	546.0	539.1
- по старости	465.1	466.6	459.1
- по инвалидности	16.0	15.5	15.9
- по случаю потери кормильца (на каждого нетрудоспособного члена семьи)	13.9	14.3	14.7
- госслужащие	1.0	1.0	1.0
- социальные	49.4	48.6	48.3
- летчики-испытатели	6	6	7
- пенсии бывшим народным депутатам РФ и помощникам	2	2	2
- пенсии по предложению органов службы занятости	-	-	-

Источник: Пенсионный фонд РФ по Приморскому краю

По данным таблицы 1.6 можно утверждать, что наблюдается тенденция увеличения населения старше трудоспособного возраста в 2019 году по сравнению с 2017 и 2018 годами.

Таблица 1.6 - Численность населения основных возрастных групп в Приморском крае (на начало года), в человеках

Показатель	2017	2018	2019
Моложе трудоспособного возраста	337621	340115	340576
Трудоспособного возраста	1118058	1100405	1085197
Старше трудоспособного возраста	467437	472517	476945

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю

В таблице 1.7 показана ожидаемая продолжительность жизни при рождении в Приморском крае.

Таблица 1.7 - Ожидаемая продолжительность жизни при рождении в Приморском крае (число лет)

Показатель	2017	2018	2019
Все население	70.4	70.5	70.5
мужчины	65.3	65.5	65.6
женщины	75.5	75.5	75.6

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю

Так, из таблицы 1.7 следует, что ожидаемая продолжительность жизни в 2019 году у мужчин 65.6 лет, у женщин 75.6.

В таблице 1.8 представлено распределение организаций по видам

экономической деятельности в Приморском крае за период 2017-2019 годы.

Таблица 1.8 - Распределение организаций по видам экономической деятельности в Приморском крае (на конец года), в тыс. единиц

Показатель	2017	2018	2019
Всего	67.4	62.3	56.7
в том числе:			
сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	2.2	2.2	2.1
транспортировка и хранение	7.8	7.4	6.8
деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	1.5	1.5	1.5
деятельность в области информации и связи	1.2	1.1	1.04
государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	1.1	1.1	1.02
образование	1.8	1.8	1.7
деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	1.2	1.2	1.2
деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	1.2	1.3	1.3
предоставление прочих видов услуг	2.9	2.7	2.6

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю

Наибольшее количество организаций работает в сфере транспортировки и хранения. В сфере социальных услуг всего 1,2 тыс. единиц организаций и предприятий.

Таблица 1.9 - Распределение индивидуальных предпринимателей по видам экономической деятельности в Приморском крае (на конец года), в тыс. человек

Показатель	2017	2018	2019
Всего	54.4	55.6	56.2
в том числе:			
сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	2.4	2.3	2.2
транспортировка и хранение	5.1	5.5	5.6
деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	1.7	1.8	1.9
деятельность в области информации и связи	0.9	1.0	1.2
государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	0.0	0.0	0.007
образование	0.6	0.6	0.7
деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	0.4	0.4	0.4
деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	0.7	0.7	0.7
предоставление прочих видов услуг	4.2	4.4	4.5

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю

В таблице 1.9 показано распределение индивидуальных предпринимателей

по видам экономической деятельности в Приморском крае за период 2017-2019 годы. Из таблицы 1.9 следует, что наибольшее число (5,6 тыс. человек) малого бизнеса (индивидуальных предпринимателей) работает в сфере транспортировки и хранения, в сфере же социальных услуг всего 0,4 тыс. человек.

Таким образом, анализ данных свидетельствует о снижении численности малых и средних предприятий в общей численности организаций Приморского края, а также о низкой доле в валовом региональном продукте организаций, предоставляющих социальные услуги и услуги здравоохранения.

1.3.2 Типология форм партнерства государственных и предпринимательских структур

В последние годы во всем мире наблюдается тенденция усиления партнерства государственного сектора с предпринимательским. В первую очередь, это проявляется в таких сферах, как электроэнергетика, транспорт, здравоохранение, образование. Эти отрасли имеют стратегическое и социально-экономическое значение, но государство не всегда обладает достаточным объемом средств, необходимых для их поддержания и развития.

Зарубежная и российская практика показывает, что на этапе коренных преобразований в экономике, в процессе создания инновационной экономики государственному сектору, также, как и предпринимательскому, выгодно использовать различные формы взаимодействия, в т.ч. партнерства. Именно с помощью такого взаимодействия бизнеса и власти возможно реализовать программы социально-экономической модернизации экономики с наименьшими издержками и потерями для общественного сектора.

Прежде чем приступить к анализу форм взаимодействия государственного и частного сектора, необходимо дать определения понятиям «государственное предпринимательство», «государственное предприятие», «частное предпринимательство», а также сформулировать свое определение понятия «частно-государственное предпринимательство».

Государственный сектор - часть смешанной экономики, полностью контролируемая государственными органами, находящаяся в собственности

государства. В государственный сектор экономики входят: образование, национальная служба здравоохранения, социальные услуги, общественный транспорт, национальные и местные государственные предприятия, и государственные корпорации.

Предпринимательство - бизнес-инициативная, самостоятельная, осуществляемая от своего имени, на свой риск, под свою имущественную ответственность деятельность граждан, физических и юридических лиц, направленная на систематическое получение дохода, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг.

В экономической литературе даются различные определения государственного предпринимательства, которые акцентируют внимание на те или иные аспекты этого сложного и неоднозначно трактуемого понятия. Приведем два из них:

Государственное предпринимательство - деятельность государственных предприятий на коммерческой или некоммерческой основах по производству товаров и услуг, необходимых для развития национальной экономики [165].

Государственное предпринимательство образует особый вид предпринимательской деятельности, которая осуществляется в рамках государственного сектора и связана с участием госпредприятий в производстве и сбыте товаров и услуг. Оно особенно необходимо в малорентабельных отраслях, которые не представляют интереса для частного капитала [68].

Частное предпринимательство выступает, как правило, в форме индивидуального предпринимательства. Индивидуальное предпринимательство - это простейшая форма бизнеса. Индивидуальный предприниматель, согласно ГК РФ, отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. К индивидуальному предпринимательству тесно примыкает семейное, которое формально относится к групповой (коллективной) форме предпринимательства, в действительности, при наличии нормальных отношений в семье, представляет разновидность частного предпринимательства. В связи с тем, что индивидуальный предприниматель не скован никакими условиями и ограничениями со стороны

совладельцев и в небольшой степени отягощен необходимостью документировать свои действия, такой бизнес обладает особой привлекательностью. Коллективное предпринимательство базируется на слиянии капиталов и образовании общего имущественного комплекса. В таких фирмах собственность на средства производства приобретает групповой, коллективный характер (за исключением хозяйственных обществ, учрежденных одним участником) [185].

Основное отличие государственного предпринимательства от частного состоит в другой приоритетности целей - первоочередная цель функционирования государственного предпринимательства заключается в решении различного рода социально-экономических задач, а не в максимизации прибыли, как у частного предпринимательства. К основным задачам государственного предпринимательства относятся: обеспечение необходимых темпов роста; сглаживание циклических колебаний; поддержание занятости; стимулирование научно-технического прогресса; разработка и реализация программ по развитию отраслей и сфер экономики, имеющих важное значение для функционирования социально-экономической системы страны; проведение региональной политики в части создания в экономически отсталых районах промышленных предприятий; увеличение числа рабочих мест; охрана окружающей среды путем внедрения безотходных технологий; производство товаров, являющихся по закону государственной монополией.

Взаимодействие бизнеса и властных структур выражается через различные формы. Авагян А.Н. в своем исследовании «Повышение эффективности государственного предпринимательства в развитии региональных предпринимательских систем» [1] отмечает недостаточное использование возможностей государственного предпринимательства в региональных системах. В частности, он указывает, что основным направлением осуществляемых в настоящее время приватизационных процессов является реструктуризация государственных и муниципальных унитарных предприятий, показавших недостаточную эффективность в силу несовершенства их структуры их управления, не стимулирующей их к достижению поставленных перед ними социально

ориентированных результатов максимально эффективным способом.

Таблица 1.10 - Основные определения государственно-частного партнерства

Автор, источник	Определение
1 Коровин Е. [94]	ГЧП- это среднесрочное или долгосрочное сотрудничество между общественным и частным сектором, в рамках которого происходит решение политических задач на основе объединения опыта и экспертизы нескольких секторов и разделения финансовых рисков и выгод.
2 Варнавский В.Г. [39]	ГЧП в теоретическом контексте – это система отношений государства и бизнеса в договорной (контрактной) форме, которая широко используется в качестве инструмента национального, международного, регионального, городского, муниципального экономического и социального развития и планирования. С практической точки зрения, это конкретные проекты, реализуемые различными государственными органами и бизнесом совместно или только частными компаниями на объектах государственной и муниципальной собственности.
3 Махортов Е.А. [115]	Государственно-частное партнерство представляет собой взаимовыгодное средне- и долгосрочное сотрудничество между государством и бизнесом, реализуемое в различных формах (начиная от контрактов на выполнение работ, акционирования и заканчивая консультациями государства и бизнес-ассоциаций) и ставящее своей целью решение политических и общественно значимых задач на национальном, региональном и местном уровнях.
4 Вилисов М.В. [43]	Государственно-частное партнерство - это правовой механизм согласования интересов и обеспечения равноправия государства и бизнеса в рамках реализации экономических проектов, направленных на достижение целей государственного управления.
5 Кабашкин В., Левченко А., Сидоров В. [82]	Государственно-частное партнерство — это предельно простая и конкретная вещь: не складчина бизнеса и государства и не экономическая помощь государства бизнесу, а, скорее, наоборот, это привлечение государством бизнеса для помощи и решения задач, за которые отвечает государство (развитие инфраструктуры, коммунальное хозяйство и т.д.).
6 Авагян А.Н. [1]	Под государственно-частным партнерством следует понимать объединение материальных и нематериальных ресурсов общества (государства или местного самоуправления) и частного сектора на долговременной основе для создания общественных благ (благоустройство и развитие территорий, инфраструктуры) или оказания общественных услуг (в области образования, здравоохранения, социальной защиты). Все это должно происходить при соблюдении интересов не только государства, но и получении оптимальной доходности и обеспечении интересов бизнеса.
7 Дж. Делмон [65]	Государственно-частное партнерство - это любые контрактные или юридические отношения между государственными и частными структурами с целью улучшения и/или расширения инфраструктурных услуг, исключая контракты по государственному заказу (государственные закупки).

Продолжение таблицы 1.10

8 Федеральный закон от 13.07.2015 N 224-ФЗ (ред. от 29.06.2018) "О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" (с изм. и доп., вступил в силу 29.07.2018). [155]	Государственно-частное партнерство, муниципально-частное партнерство - юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера, с одной стороны, и частного партнера, с другой стороны, которое осуществляется на основании соглашения о государственно-частном партнерстве, соглашения о муниципально-частном партнерстве, заключенных в соответствии с настоящим Федеральным законом в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения органами государственной власти и органами местного самоуправления доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества;
9 Авторское определение	ГЧП - это форма взаимодействия государства и бизнеса в контрактной форме при условиях софинансирования и разделения рисков с целью решения социально-экономических задач и развития социально-значимых отраслей экономики.

Источник: составлено автором

При этом недостаточно эффективно используются возможности, связанные с развитием партнерств государства и бизнеса, которые представляют собой достаточно новую для России форму государственного предпринимательства и содержат в себе значительный резерв в направлении повышения его эффективности. Исходя из исследований разных авторов и мнений экспертов можно сделать вывод, что такая форма как государственно-частное партнерство (ГЧП) на сегодняшний день является наиболее популярной и даже уже традиционной.

В таблице 1.10 представлены определения понятия «государственно-частного партнерства» ведущих исследователей в области форм взаимодействия государственных и предпринимательских структур.

Современная экономика, а именно поставленная задача на уровне правительства РФ в становлении инновационной экономики, некоторые недостатки законодательной базы, а также требования предпринимательской среды, диктуют выделение новой формы взаимодействия бизнеса и власти - частно-государственное предпринимательство (ЧГПР).

Аналитический обзор литературы показал, что в настоящее время

присутствует незначительное количество определений понятия «частно-государственное предпринимательство», которые представлены в таблице 1.11.

Необходимо ввести понятие «частно-государственное предпринимательство», которое с нашей точки зрения отражает современное понимание эффективного взаимодействия государственного и частного секторов экономики.

Таблица 1.11 – Основные определения частно-государственного предпринимательства

№ п/п	Автор	Определение
1	Лихачев Н.А.[102]	Частно-государственное предпринимательство – специфический вид предпринимательской деятельности государства и частного бизнеса, представляющий собой интеграцию государственных и частных компетенций и интересов, которая, с одной стороны, дает возможность предпринимательским структурам проводить инвестирование (на основе финансовых, организационно-административных, правовых механизмов взаимодействия государства и частного бизнеса с учетом дифференцированного подхода к долевой собственности участников) и получать интересующую их прибыль, а с другой, позволяет государству решать проблемы успешного функционирования объектов социальной сферы.
2	Самсонов Д.Ю. [147]	Под частно-государственным предпринимательством следует понимать законодательно определенную форму взаимодействия между государством и бизнесом, организация которой направлена на реализацию территориально-отраслевых проектов, обладающих социальной значимостью, сопровождается согласованным принятием стратегических и текущих решений при распределении рисков, обязательств и полученной выгоды между государством, частным сектором и потребителями и предполагает трансформацию экономической системы, соответствующую модернизации экономики.
3	Авторское определение	Частно-государственное предпринимательство — это совокупность форм осуществления предпринимательской деятельности по производству товаров и услуг при условии обязательного взаимовыгодного сотрудничества государственного и частного секторов экономики с целью решения социально-экономических задач, а также развития и поддержки малого и среднего предпринимательства.

Таким образом, взаимодействие государственного и частного секторов экономики, по нашему мнению, выражается посредством двух основных форм, представленных на рисунке 1.6.



Рисунок 1.6 - Типология взаимодействия государственного и частного секторов экономики

Источник: составлен автором

Согласно рисунка 1.6 типология взаимодействия представлена двумя формами: государственно-частное партнерство, к которому относятся концессионные соглашения; соглашение о разделе продукции (СРП); договор аренды с инвестиционными условиями; инвестиционный контракт; акционирование, долевое участие частного капитала в государственных предприятиях (совместные предприятия). Отдельные формы партнёрства, как СРП, концессии, активно используются в регионах в сферах строительства дорог, ЖКХ и др. Частно-государственное предпринимательство как форма взаимодействия государственного и частного секторов экономики, включает государственный франчайзинг и аутсорсинг определенных управленческих функций государственных учреждений. Данная форма взаимодействия основана на инициативности и взаимовыгодности государственного и предпринимательского секторов экономики; направленности деятельности на значимые в социальном и экономическом смысле сектора экономики; патерналистском подходе со стороны государства к предприятиям; снижении предпринимательских и инвестиционных рисков; ориентации деятельности предприятия на общественный спрос.

Таким образом, частно-государственное предпринимательство позволит

предпринимательскому сектору (малым и средним предприятиям): снизить риски, получить поддержку государства, развить бизнес, а государственному сектору: увеличить долю малого и среднего предпринимательства в ВВП региона, решить вопрос занятости населения, повысить эффективность государственной политики в части поддержки и развития малого и среднего предпринимательства, обеспечить мотивацию предпринимательской активности в стратегически важных и социально-значимых отраслях экономики.

Для привлечения малого и среднего предпринимательства в социально-значимые отрасли экономики и использования его потенциала в системе стратегического партнерства государства и бизнеса, на наш взгляд, целесообразно применение такой формы взаимодействия государственного и предпринимательского секторов экономики как частно-государственное предпринимательство.

Государство совместно с бизнесом, взаимодействуя на основе частно-государственного предпринимательства, сможет решить задачи:

- стимулировать бизнес к таким видам деятельности, которые отличаются повышенной степенью риска и неопределённостью;
- аккумулировать средства из различных источников в приоритетных направлениях, которые при сложившихся условиях инвестиционной конъюнктуры менее интересны для частных вложений.

Бизнес, в свою очередь, будет стремиться к развитию своих новых направлений, способствующих ускорению экономического роста. Кроме того, такое взаимодействие позволит предпринимательству снижать риски новых проектов за счёт привлечения более дешёвого капитала, чем в рыночном секторе экономики, а также через систему консультаций влиять на распределение государственных вложений в фундаментальные и прикладные НИОКР и образование с учётом собственных планов развития.

1.3.3 Экономическая сущность феномена «государственный франчайзинг» и его основные принципы

В последнее время в российской экономике все большее значение

приобретает франчайзинг, выступающий как особый способ организации и ведения бизнеса, то есть предпринимательской деятельности. Использование франчайзинга дает существенные преимущества для развития предпринимательской деятельности как для лиц, предоставляющих право использовать свои средства индивидуализации, деловую репутацию, методы организации производства и реализации товаров, работ, услуг (т.е. для франчайзеров), так и для лиц, приобретающих возможности их использования в предпринимательской деятельности (т.е. франчайзи). В условиях растущей рыночной конкуренции и глобализации экономики франчайзинг как особая форма предпринимательской деятельности позволяет повысить эффективность малого бизнеса и помочь малому бизнесу, объединенному во франчайзинговые сети, конкурировать на равных с мировыми и отечественными крупными корпорациями. В то же время франчайзинг дает возможность вывести значительное количество российских брендов и технологий на федеральный и международный уровень. Развитие франчайзинга позволяет создавать дополнительные рабочие места, конкурентоспособные с точки зрения заработной платы и технологического оснащения, путем организации новых франчайзинговых предприятий и расширения существующих, как в благополучных, так и в дотационных регионах России. Необходимость модернизации отечественной экономики придает франчайзингу особое значение.

Современная практика экономически развитых стран показывает, что наиболее распространенным способом взаимодействия предприятий является франчайзинг. Франчайзинг имеет следующие преимущества: для существующей компании - это быстрое расширение рынков сбыта с минимальными инвестициями и значительным снижением издержек за счет экономии от масштаба, а для начинающего предпринимателя - это снижение риска банкротства за счет использования технологий, разработанных франчайзером. [181].

Если в мировой практике франчайзинг насчитывает более ста лет, то в России он появился в 90-х годах XX века в результате прихода иностранных компаний, работающих в сфере услуг. В настоящее время на рынке присутствует большое количество российских франчайзеров, и их количество постоянно растет. При этом

в нашей стране ежегодный прирост франчайзеров в несколько раз превышает прирост франчайзи. Таким образом, лишь некоторые из таких компаний оказываются способными эффективно построить крупную и жизнеспособную франчайзинговую сеть.

Аналитический обзор литературных источников позволил сформировать следующие таблицы 1.12, 1.13 определений таких понятий как «франчайзинг» и «концессия».

Слово «концессия» (concession) в переводе с латинского означает уступку, одобрение, разрешение. К. М. Муравьева отмечает, что в настоящее время существует множество точек зрения относительно понятия договора коммерческой концессии.

Таблица 1.12 – Основные определения понятий «франчайзинг»

Автор	Определение
1 Черепанова Е.А. [175]	Франчайзинг представляет собой форму предпринимательской деятельности, основанную на системе взаимоотношений, закрепленных рядом соглашений, заключающихся в возмездном предоставлении одной стороной (организацией, имеющей, как правило, ярко выраженный имидж и высокую репутацию на рынке товаров и услуг) другой стороне (организации или индивидуальному предпринимателю) своих средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг (товарный знак или знак обслуживания, фирменный стиль), технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации, использование которой другой стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг. При этом передающая сторона обязуется оказывать содействие в становлении бизнеса, обеспечивать техническую и консультационную помощь.
2 Кора В. (Korah V.) [212]	Франчайзинг – это понятие-хамелеон, содержание которого меняется в зависимости от вида рассматриваемых отношений. При этом одни исследователи дают определение самого франчайзинга, другие раскрывают отношения по франчайзингу через определение договора, которым опосредуются такого рода отношения
3 Словарь [150]	1) Франчайзинг – это вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) за плату (роялти) право на определенный вид бизнеса, используя разработанную систему его ведения. 2) Франчайзинг – развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) возмездное право действовать от своего имени (реализовывать товары), способствуя тем самым расширению рынка сбыта

Сложность установления правовой природы договора коммерческой концессии заключается в том, что он затрагивает сложные правовые обязательства. Появление договора коммерческой концессии в Гражданском кодексе Российской Федерации вызвало неоднозначную реакцию с точки зрения разнообразия мнений теоретиков и практиков о содержании понятия «коммерческая концессия» и его взаимосвязи с понятием «концессия» [121].

Основной функцией франчайзинга является предоставление правообладателем пользователю права использования комплекса исключительных прав в предпринимательской деятельности пользователя. Данная правовая функция является юридической формой реализации экономической функции франчайзинговых отношений, состоящей в создании или расширении производственной, сбытовой сети для продвижения товаров или услуг, расширения рынка их сбыта.

Таблица 1.13 – Основные определения понятий «коммерческая концессия»

Автор	Определение
Гражданский кодекс РФ (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 29.07.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2018) Ст. 1027. Договор коммерческой концессии. [56]	По договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау). Договор коммерческой концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определенном объеме (в частности, с установлением минимального и (или) максимального объема использования), с указанием или без указания территории использования применительно к определенной сфере предпринимательской деятельности (продаже товаров, полученных от правообладателя или произведенных пользователем, осуществлению иной торговой деятельности, выполнению работ, оказанию услуг).
Орлова О.А. [127]	Особенностью договора коммерческой концессии является то, что наряду с комплексом исключительных прав, пользователь получает от правообладателя коммерческую информацию, деловую репутацию и деловые связи, которые впоследствии по истечении срока действия договора уже не могут быть возвращены правообладателю. Пользователь практически почти мгновенно приобретает профессиональные знания, деловую репутацию и деловые связи правообладателя, в то время как последний накапливал их в течение многих лет своей предпринимательской деятельности

По типу франчайзинговой стратегии в зарубежных странах выделяют следующие виды франчайзинга:

- торговый франчайзинг (product tradename franchising) - франчайзи продает товар франчайзера, работая под его торговой маркой (например, Coca-Cola);
- франчайзинг бизнес-формата (business format franchising; "package franchise") - единая торговая марка, принадлежащая франчайзеру, методы работы; франчайзер осуществляет текущую поддержку, консультирует и обучает франчайзи (например, McDonald's);
- конверсионный франчайзинг (conversion franchising) - превращение действующего предприятия в члена франчайзинговой системы без радикального изменения методов работы с целью выживания в условиях сильной конкуренции, благодаря марке франчайзера, улучшению услуг и снижению издержек (например, Holiday Inns за несколько лет создал огромную сеть гостиниц, каждая из которых обладает своим уникальным обликом);
- производственный, сервисный франчайзинг;
- корпоративный франчайзинг;
- сеть предприятий у франчайзи;
- субфранчайзинг.

Франчайзинг, имеющий комплексный характер, опосредуется через различные системы договорных отношений. Под системой договорных отношений в сфере франчайзинга следует понимать совокупность договоров, заключение которых является условием достижения экономических целей предпринимательской деятельности на основе договора франчайзинга. Эта система договорных отношений имеет определенную структуру, которая проявляется в порядке заключения договоров и взаимосвязи их условий. Центральное место в указанной системе договорных отношений в сфере франчайзинга в российском праве принадлежит договору коммерческой концессии, по которому одна сторона (франчайзер) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в своей предпринимательской деятельности комплекс принадлежащих владельцу

исключительных прав, в том числе право на товарный знак, знак обслуживания и иные права на договорные объекты исключительных прав, в частности, коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау) (глава 54, статья 1027 Гражданского кодекса Российской Федерации). Иными словами, настоящий договор регулирует отношения, касающиеся использования одним лицом в своей предпринимательской деятельности исключительных прав другого лица на объекты интеллектуальной собственности и приравненные к ним средства индивидуализации продукции и ее изготовителя, а также отдельных неисключительных прав, в частности на охраняемую коммерческую информацию, коммерческие обозначения. Поскольку предоставление аналогичных прав по договору в иностранном праве называется франчайзингом, возникает вопрос о том, как эти договоры соотносятся. [84]

В российском законодательстве отношения франчайзинга регулируются в первую очередь главой 54 "коммерческая концессия" Гражданского кодекса Российской Федерации, где англоязычные обозначения сторон настоящего Договора – «Франчайзер» и «Франчайзи» соответствуют терминам «правообладатель» и «пользователь».

Следует отметить, что разработка положений главы 54 ГК РФ осуществлялась в начале 90-х годов прошлого века, когда еще не существовало отечественной практики франчайзинга. По мере развития рыночных отношений стало ясно, что ряд запретительных статей в этой главе препятствует формированию франчайзинговых сетей в России. В главе 54 имелись ограничения, которые, скорее всего, возникли в результате ошибки – например, фактический запрет в статье 1030 одновременно использовать первоначальный (паушальный) платеж и периодические платежи в контрактах. Появились требования статьи 1035, не имеющие аналогов ни в мировой практике франчайзинга, ни в других отраслях российского гражданского права, о бессрочном продлении договора после его заключения без каких-либо изменений, что сделало риски франчайзера неоправданно высокими и существенно снизило модернизационный потенциал франчайзинговой модели. Были и противоречия с более современными

российскими законами, например, закон № 135-ФЗ "О защите конкуренции" с лета 2009 года разрешал согласовывать цены внутри франчайзинговой сети, а статья 1033 ГК РФ, наоборот, запрещала. Несовершенство главы 54 привело к тому, что франчайзинговые сети на практике выстроили работу вокруг нее, опираясь на общие положения ГК РФ о перепродаже товаров и услуг, а также на правила предоставления прав пользования определенными объектами интеллектуальной собственности. В результате, по данным Роспатента, ежегодно регистрировалось менее тысячи договоров франчайзинга, в то время как фактическое число российских предприятий, приступающих к работе по франчайзинговой модели, во много раз больше.

Для продвижения франчайзинговой модели, увеличения количества сетей и эффективной поддержки франчайзинга федеральными ведомствами и региональными структурами стало необходимым привести в соответствие законодательную базу и практику ведущих предприятий.

Так, был принят Федеральный закон Российской Федерации от 18 июля 2011 г. N 216-ФЗ "О внесении изменений в часть вторую Гражданского кодекса Российской Федерации" (опубликовано 22 июля 2011 г., вступил в силу 21 октября 2011 г.), а именно были приняты существенные изменения в главе 54 «Коммерческая концессия» Гражданского кодекса, которые позволяют решить ряд принципиальных вопросов по стимулированию развития франчайзинга в России.

Следует отметить, что в отечественной юридической и экономической литературе отсутствует единство терминологии и содержания терминов «франчайзинг» и «франчайзинг». Так, Ф. Г. Панкратов и Т. К. Серегина [131] считают, что, как правило, в России термин «франчайзинг» используется преимущественно для характеристики определенной системы организации рыночных отношений в целом, а термин «франчайзинг» используется при описании договорных отношений между конкретными партнерами при реализации этой системы отношений на практике. С позиции Л.А. Трахтенгерца [84], термины «франшиза» и «франчайзинг» эквивалентны, равнозначны названию «коммерческая концессия» в российском праве. Так, по мнению В. Кора,

франчайзинг – это «...понятие хамелеон, содержание которого варьируется в зависимости от типа рассматриваемых отношений. В то же время одни исследователи дают определение самой франшизы, в то время как другие раскрывают отношения франшизы через определение договора, который опосредует этот вид отношений».

Необходимо отметить, что отличительной чертой франчайзинга являются не продукт/услуга как таковой, а их качество и процесс. Франчайзинг, по мнению Полянина А.В. [137], может предоставить большие возможности для органов публичного управления (государственное, муниципальное, местное и т.п.), т.к. эта система предполагает различные льготы и дополнительные услуги. Выделяет, что франчайзинг дает возможность вести различные виды хозяйственной деятельности и получать дополнительные возможности без изменения права собственности объекта. На практике решающим фактором в использовании любого вида и формы франчайзинга для органов публичного управления будет включение их в договор коммерческой концессии. На сегодняшний день, что также отмечает А.В. Полянин, запрет вхождения органов государственной и муниципальной власти в коммерческие концессии лишает их возможности участия в хозяйственных процессах по обеспечению социального благополучия населения. Основным регулятором для органов публичного управления в хозяйственно-экономической деятельности является на сегодняшний день 44-ФЗ, согласно которому необходимо объявить торги и выиграет та организация, которая не подчинена данному органу публичного управления, а поэтому на исполнение и/или ненадлежащее исполнение обязанностей организацией он не может никак повлиять. Кроме того, в результате торгов выбирается не лучшая организация, а предложившая наименьшую цену. Соответственно нерационально используются средства заказчика. Немаловажно, что у органа публичного управления нет рычагов публичного контроля, как правило. По мнению Полянина А.В., необходимо искать формы взаимодействия органов публичного управления и бизнеса, закреплять их на законодательном уровне с целью улучшения качества жизни населения, обеспечения качественных государственных и муниципальных услуг, а также контроля и обеспечения

бесперебойной работы объектов региональной и муниципальной собственности.

Таким образом, мнения ученых сводятся к тому, что проблема развития франчайзинга находится в правовом поле. Между субъектами хозяйственной деятельности законодательство относит франчайзинг к концессионным соглашениям. Понятия франчайзинг и франшиза в гражданском кодексе РФ отсутствуют. Но и глава 54 Гражданского кодекса РФ о коммерческой концессии определяет порядок соглашений между субъектами хозяйственной деятельности только в предпринимательской деятельности. Аспекты, связанные с деятельностью органов публичного управления по получению социального эффекта и социальному благополучию населения, вообще законодательно в концессионных соглашениях не рассматриваются. Таким образом, применение такой формы частно-государственного предпринимательства, как государственный франчайзинг, являющийся одной из форм взаимодействия государственных и предпринимательских структур, возможно при решении проблемы правового поля, а именно внесение изменений в гражданский кодекс отдельной главы по франчайзингу, где должны быть введены понятия: франчайзинг, франшиза, франчайзор и франчайзи. В юридический и документальный оборот субъектов хозяйственной деятельности необходимо внести следующие правовые категории: договор франчайзинга, стороны по договору франчайзинга, форма и регистрация договора франчайзинга, формы регионального франчайзинга и субфранчайзинга, вознаграждение по договору франчайзинга, обязанности франчайзора и франчайзи, ограничения прав по договору франчайзинга, преимущественные права, порядок и последствия изменения и прекращения договора франчайзинга – и дать им четкое определение.

В таблице 1.14 представлены существующие в российской и зарубежной практике определения понятия «государственный франчайзинг». В российской практике Агарков В.В. [4] и ассоциация молодых предпринимателей предлагают свое определение (указано в таблице 1.14) в качестве поправок в ФЗ № 209 от 24.07.2007 «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ».

Таким образом, библиографический поиск показал, что понятие

«государственный франчайзинг» на сегодняшний день не имеет научного определения. Было выявлено всего две дефиниции, которые имеют прикладной характер, одна из которых из зарубежных источников.

Таблица 1.14 – Определения понятия (феномена) «государственный франчайзинг»

Автор	Определение
Зарубежная практика (Jodi Beggs, Wikipedia, the free encyclopedia) [198, 213]	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 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. 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
Российская практика (Агарков В.В., ассоциация молодых предпринимателей) [4]	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

Анализируя имеющиеся на сегодняшний день определения государственного франчайзинга, становится понятно, что они имеют эмпирическую направленность и не отражают фундаментальные, сущностные характеристики государственного франчайзинга. В определениях государственного франчайзинга из зарубежной практики прослеживается акцент на установлении государством принудительной

монополии и предоставлении исключительных прав (привилегий) частному лицу или фирме с целью регулирования определенного рынка.

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 [32]. 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 в качестве фундаментальных черт государственного франчайзинга следующие:

- 1 Специфический продукт/услуга у государства, являющийся объектом партнёрских взаимодействий;
- 2 Цели партнёрских взаимодействий;
- 3 Субъекты партнёрских взаимодействий

На рисунке 1.7 представлена двухуровневая триадическая дешифровка

понятия «государственный франчайзинг».



Рисунок 1.7 – Двухуровневая триадическая дешифровка понятия «государственный франчайзинг»

Дадим пояснения по каждому из них.

1 В системе франчайзинга, как форме предпринимательской деятельности, необходимым является наличие продукта. Государственный франчайзинг, как форма частно-государственного предпринимательства предполагает наличие и передачу специфического продукта между субъектами государственного франчайзинга. Государственный франчайзинг отличается от франчайзинга спецификой услуги, наличие специфического продукта/услуги у государства. При этом специфика продукта/услуги выражается в конституционных обязательствах государства перед населением (обязательства по обеспечению домами престарелых, пенсиями, услугами здравоохранения и т.п.)

2 Экономические отношения строятся всегда с какой-либо целью. Государственный франчайзинг как форма частно-государственного предпринимательства ставит цели партнерских взаимодействий между государственным и предпринимательским секторами экономики.

3 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 партнерских взаимодействий, действующих на основании договорных связей с определенными условиями.

На основе триадической дешифровки определена структура понятия «государственный франчайзинг (таблица 1.15).

Таблица 1.15 - Структура понятия «государственный франчайзинг»

Базовое понятие	Основные понятия, раскрывающие содержание базового понятия (дешифровка 1-го уровня)	Вспомогательные понятия, уточняющие содержание основных понятий (дешифровка 2-го уровня)
Государственный франчайзинг	Специфический продукт/услуга у государства	Конституционные обязательства государства перед гражданами Исключительное право государства на продукт/услугу Абсолютное право у государства контроля за качеством
	Цели партнерских взаимодействий	Поддержка социально-значимых отраслей/ социально-незащищенных групп населения Баланс между государственным и частным секторами экономики Поддержка малого и среднего бизнеса
	Субъекты партнерских взаимодействий	Государство в лице субъекта Федерации Малый и средний бизнес Социально-значимая отрасль / социально-незащищенные группы населения

Итак, первый уровень дешифровки понятия «государственный франчайзинг» позволил выделить следующую понятийную триаду: специфический продукт/услуга у государства, цели партнерских взаимодействий, субъекты партнерских взаимодействий. На втором уровне каждое из трех понятий, в свою очередь, также подвергается дешифровке.

Понятие «специфический продукт/услуга у государства» раскрывается следующей триадой понятий: конституционные обязательства государства перед гражданами; исключительное право государства на продукт/услугу; абсолютное право у государства контроля за качеством.

Отношения государственного франчайзинга возникают и реализуются при наличии трёх условий. Первое из них – конституционные обязательства государства перед гражданами, наличие специфического продукта у государства (государственной структуры), удовлетворяющего специфические общественные потребности. Государственный франчайзинг, как и классический франчайзинг, может быть реализован только при наличии исключительного права на продукт/услугу у франчайзера – государства. Третьим необходимым условием государственного франчайзинга является наличие абсолютного права у государства контроля за качеством продукта / услуги.

Понятие «цели партнерских взаимодействий» для государственного франчайзинга дешифровано следующими понятиями: поддержка социально-значимых отраслей/социально-незащищенных групп населения; баланс между государственным и частным секторами экономики; поддержка малого и среднего бизнеса.

Государственный франчайзинг как форма частно-государственного предпринимательства обладает специфическими целями. Во-первых, он направлен на создание достаточного объема предложения продукта/услуги, удовлетворяющего общественные потребности в социально-значимых отраслях/для социально-незащищенных групп населения. Во-вторых, он обеспечивает сбалансированное развитие между двумя формами собственности в предпринимательской сфере. В-третьих, способствует поддержке малого и среднего бизнеса. Данные цели являются основой для возникновения стратегических партнерских отношений в форме государственного франчайзинга.

Понятие «субъекты партнерских взаимодействий» для государственного франчайзинга представлено следующими понятиями: государство в лице субъекта Федерации; малый и средний бизнес; социально-значимая отрасль / социально-

незащищенные группы населения.

Классический франчайзинг представляет собой форму предпринимательской деятельности, основанную на системе взаимоотношений, закрепленных соглашениями. Таким образом, для государственного франчайзинга необходимо наличие субъектов, действующих в рамках договорных отношений с определенными условиями. Государство в лице субъекта Федерации (исполнительного органа власти) выступает как Франчайзер для тех социально-значимых отраслей / социально-незащищенных групп населения, где требуется дополнительная финансовая поддержка и предпринимательские усилия для обеспечения исполнения государством конституционных обязательств перед населением (пенсионное обеспечение, здравоохранение, социальные услуги – обеспечение домами престарелых и др.). Субъекты малого и среднего бизнеса могут быть представлены предприятиями, желающими открыть новый или расширить существующий бизнес посредством государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях/ для социально-незащищенных групп населения.

Также они обеспечивают продвижение на рынок продукта/услуги, формируют конкурентное поле на рынке социальных продуктов/услуг (субъект отношений государственного франчайзинга - Франчайзи). В качестве субъекта партнерских взаимодействий также выступают непосредственно социально-значимая отрасль / социально-незащищенные группы населения.

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

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 частно-государственного предпринимательства, реализуемая между государственными и предпринимательскими структурами в целях поддержки социально-значимых отраслей либо социально-незащищенных групп населения, обеспечения баланса*

между государственным и частным секторами экономики и поддержки малого и среднего бизнеса, на основе специфического продукта/услуги у государства, специфика которого выражается в конституционных обязательствах государства перед населением (обеспечение домами престарелых, пенсиями, здравоохранение и т.п.); исключительным правом государства на продукт/услугу и абсолютное право контроля качества.

Полученная развернутая дефиниция понятия «государственный франчайзинг» расширяет краткое определение, полученное на базе традиционной логики. В отличие от немногочисленных существующих в экономической литературе, полученное определение носит научный характер и отражает принципиальные отличия от других форм партнерства.

Таким образом, к особенностям государственного франчайзинга относятся: исключительное право у государства на продукт/услугу, обусловленное обязанностью государства перед социально-незащищенными группами населения; специфика продукта / услуги, которая выражается в конституционных обязательствах государства перед населением в части обеспечения домами престарелых, пенсиями, здравоохранение и т.п.; абсолютное право у государства контроля качества; привлечение малого и среднего предпринимательства в социально-значимые отрасли.

В связи с этим, следует выделить следующие характерные принципы государственного франчайзинга: принцип самостоятельности, принцип параллельности развития и создания сети сбыта, принцип открытости, принцип согласованности, принцип ориентированности на результат, принцип общности интересов, принцип разделения рисков; принцип партнерства; ориентация на социально-значимые отрасли/социально-незащищенные группы населения; принцип предпринимательского хозяйствования; принцип исключительности права у государства на продукт / услугу.

Первые восемь принципов относятся к общепринятым, следующие три выделены автором для такой формы партнерского взаимодействия как государственный франчайзинг (таблица 1.16).

Таблица 1.16 – Комплекс принципов государственного франчайзинга

Принципы	Содержание	
Самостоятельность	Партнеры в принятии решений действуют, исходя из собственных интересов и целей, но с учетом законодательных и этических норм	Общепринятые
Параллельность развития и создание сети сбыта	Ориентирование на запросы потребителей, продвижение продукта / услуги	
Открытость	Партнерам открыта и доступна вся информация о деятельности каждого участника	
Согласованность	Действия между партнерами носят согласованный характер	
Ориентированность на результат	Заинтересованность каждого из партнеров в получении результата	
Общность интересов	Партнерство осуществляется с учетом общих интересов	
Разделение рисков	Справедливое разделение рисков между государственной и предпринимательской структурами	
Партнерство	Добросовестное и взаимовыгодное сотрудничество	
Ориентация на социально-значимые отрасли/социально-незащищенные группы населения	Деятельность партнеров направлена на социально-значимые отрасли / социально-незащищенные группы населения	Авторские принципы
Предпринимательское хозяйство	Самостоятельность и инициативность в принятии решений по поводу организации предпринимательской деятельности	
Исключительность права у государства на продукт /услугу	Исключительное право государственной структуры производить продукт / оказывать услугу в социально-значимых отраслях для привлечения малого и среднего предпринимательства	

Таким образом, государственный франчайзинг как форма взаимодействия государственных и предпринимательских структур позволит решить следующие задачи взаимодействующим субъектам:

- государству в лице субъекта Федерации позволит согласно 184-ФЗ обеспечить условия для других игроков на рынке социальных услуг, решить вопрос недостатка мощностей и финансовых ресурсов для обеспечения граждан социальными услугами;

- малое и среднее предпринимательство получает бюджетные ассигнования, поддержку государства для развития бизнеса;

- социально-значимая отрасль/социально-незащищенные группы населения получает социальную услугу под абсолютным контролем государства, при этом удовлетворяется запрос населения на более качественную услугу.

Таким образом, на основании теоретических исследований сформулированы теоретико-методологические положения:

- предложена типология организационно-экономического взаимодействия государственных и предпринимательских структур, в которой, в отличие от ранее известных, актуализируется такое понятие, как частно-государственное предпринимательство, и такая его организационно-экономическая форма, как государственный франчайзинг;

- обновлено и уточнено понятие «государственный франчайзинг», под которым предложено понимать особую форму частно-государственного предпринимательства, реализуемую между государственными и предпринимательскими структурами в целях поддержки социально-значимых отраслей либо социально-незащищенных групп населения, обеспечения баланса между государственным и частным секторами экономики и поддержки малого и среднего бизнеса, на основе специфического продукта/услуги у государства, специфика которого выражается в конституционных обязательствах государства перед населением (обеспечение домами престарелых, пенсиями, здравоохранение и т.п.); исключительным правом государства на продукт/услугу и абсолютное право контроля качества.;

- сформулирован комплекс авторских принципов государственного франчайзинга, к числу которых относятся принципы исключительности права на продукт / услугу у государственной структуры; предпринимательского хозяйствования; ориентации на социально-значимые отрасли / социально-незащищенные группы населения.

2 ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА ЧАСТНО-ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

2.1 Принципы и подходы к бизнес-моделированию государственного франчайзинга

Понятие «бизнес-модель» стало широко использоваться в 1990-е годы для анализа компаний, осуществляющих деятельность в сфере информационных технологий, и постепенно этот термин стал применяться к компаниям и в других отраслях.

В современной теории менеджмента широко используется термин «бизнес-модель» для описания процесса создания организацией ценности Guo, Zhao, Tang [207]; Катькало [85]; Amit, Zott [193]; Chesbrough, Rosenbloom [199] и способа генерирования дохода Stewart, Zhao [228]; Drucker [70]. Бизнес-модель, с одной стороны, помогает понять логику уникальных для компании способов создания стоимости, прежде всего для клиентов, а с другой стороны, объясняет процесс извлечения и распределения дохода от деятельности компании. Amit and Zott [193] выделяют важность понятия "ценность", которое является центральным для анализа бизнес-модели. Создание ценности от деятельности происходит тогда, когда после вычета всех альтернативных издержек используемых ресурсов полезность для конкретного члена общества возрастает, а присвоение ценности от деятельности происходит тогда, когда конкретная организация, осуществляющая деятельность, может присвоить часть стоимости, созданной после учета всех издержек, связанных с используемыми ресурсами Mizik and Jakobson [218]; Santos [223]. Так, ясно, что создание ценности измеряется на уровне общества, системы, а присвоение ценности на уровне конкретной организации или иной единицы анализа Santos [223].

Применение бизнес-модели в исследованиях организаций согласно Р.Амит и К.Зотт [193], во-первых, позволяет использовать новый, нетрадиционный уровень анализа (помимо отраслевого, организационного, сетевого и т. д.). Несмотря на то, что бизнес-модель относится к конкретной фирме, границы бизнес-модели простираются гораздо шире и включают в себя Сети, взаимодействие с заинтересованными сторонами, взаимоотношения с клиентами, поставщиками и т. д. Во-вторых,

посредством изучения бизнес-моделей можно попытаться не только ответить на вопрос, что компании производят для удовлетворения потребностей конкретного рынка, но и как они это делают. В-третьих, многие исследователи Teece [229]; Amit, Zott [193] анализируют оперативную деятельность при рассмотрении бизнес-модели, что помогает понять логику построения и функционирования бизнеса, его архитектуру, отражающую стратегические решения. В-четвертых, фокус исследования бизнес-модели сместился с рассмотрения процесса цен-новости на процесс создания ценности, сосредоточившись на последнем, а не игнорируя первое, что было показано в исследовании Santos [223]. Из приведенного выше, можно сделать вывод, что бизнес-модель является новой единицей анализа. Бизнес-модель можно рассматривать как систему, состоящую из компонентов, взаимосвязей между ними и динамических процессов внутри них Afuah and Tucci [191]; в центре рассмотрения находится деятельность; главный фокус – ценность.

С 1990-х годов можно проследить определенную траекторию развития исследований концепции бизнес-модели – от определения самого понятия «бизнес-модель» до применения концепции бизнес-модели для изучения разного вида организаций. Так, используя подходы к определению этапов эволюции концепции «бизнес-модель», предложенные А.Остервальдером, И.Пинье (Osterwalder, Pigneur) [220], Tucci [230], а также К.Соммеррок (Sommerrock) [226], предлагается выделить пять этапов эволюции познания концепции бизнес-модели (рисунок 2.1). На первом этапе исследователи попытались найти определение понятия "бизнес-модель", разработать классификацию бизнес-моделей, главным образом на примере фирм электронной промышленности; на втором этапе авторы изучаемой бизнес-модели предприняли попытку выявить основные компоненты бизнес-модели, эти исследования в основном ограничивались ссылками, относящимися к этим компонентам; на третьем этапе провели анализ компонентов бизнес-модели, оценивая каждый компонент как часть элемента о построении системы; на четвертом этапе академическая работа в основном была посвящена разработке базовых моделей и категорий, а на пятом этапе были разработаны специальные инструменты для построения

и анализа бизнес-моделей. концепция бизнес-модели широко использовалась при анализе фирм из различных отраслей.



Рисунок 2.1 - Эволюция концепции бизнес-модели

Источник: составлено по Osterwalder, Pigneur [220], Tucci [230]; Sommerrock, 2010[226]

Также следует отметить, что с концептуальным уточнением понятия "бизнес-модель", уточнением компонентов и инструментов анализа бизнес-модели исследования стали все чаще проводиться на примере фирм из разных отраслей и секторов экономики, а не только электронной промышленности. Однако в настоящее время существует мало работ, посвященных изучению особенностей формирования и развития бизнес-моделей партнерства государства и бизнес-структур в социально значимых отраслях, хотя интерес к анализу процесса

создания ценности для клиента и присвоения ценности фирме, достижения баланса и устойчивости государственно-частного предпринимательства все больше привлекает внимание исследователей и практиков.

Бизнес-модель помогает понять логику, лежащую в основе деятельности фирмы, а также стратегические решения, направленные на создание и получение ценности. Поэтому вполне логично рассмотреть особенности формирования бизнес-моделей в частно-государственном предпринимательстве и использовать бизнес-модель как единицу анализа. Во-первых, частно-государственное предпринимательство характеризуется сложным процессом создания стоимости.; во-вторых, частно-государственное предпринимательство встроено в широкую сеть ориентированных на прибыль компаний, некоммерческих организаций, местных, региональных, национальных органов власти, правительств и других институтов; и в-третьих, в отличие от стратегии, которая в большей степени опирается на оценку конкурентов и внешней среды, анализ бизнес-модели в первую очередь ориентирован на процесс реализации рыночных возможностей George, Vock [195], что особенно актуально в исследованиях по предпринимательству.

Что касается определений понятия «бизнес-модель», то их существует несколько. В широком смысле бизнес-модель – это «концептуальный инструмент для исследования сложного объекта (бизнес-системы), отражающий логику бизнеса» [147].

При определении сущности понятия бизнес-модель выделяют два подхода:

- 1) ориентированный на бизнес-процессы/роли (подход, направленный внутрь предприятия);
- 2) ориентированный на ценность/клиента (подход, направленный на внешнее окружение предприятия).

Первый подход связан с рассмотрением деятельности компании с точки зрения бизнес-процессов и технологий (фокус направлен внутрь компании). Второй подход, напротив, фокусируется на ценности, которую компания создает для внешних клиентов, а также на результатах своей деятельности. Бизнес-модель поможет

вам получить ответы на вопросы о том, что делать и как достичь желаемого результата.

Ключевыми элементами бизнес-модели предприятия, определяющими ее содержание, являются:

- ценность для внешних клиентов, которую предлагает предприятие на основе своих продуктов и услуг;
 - система создания этой ценности, включая поставщиков и целевых клиентов, а также цепочки создания ценности;
 - активы, которые предприятие использует для создания ценности;
 - финансовая модель предприятия, определяющая, как структуру ее затрат, так и способы получения прибыли [168].
- Распределение определений бизнес-модели в соответствии с двумя вышеописанными подходами ориентации на ценность клиента и ориентации на внутренние бизнес-процессы, представлено в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Определения понятия «бизнес-модель» в соответствии с двумя подходами

Подход	Определение
Ориентация на ценность / клиента	Бизнес-модель логически описывает, каким образом организация создаёт, поставляет клиентам и приобретает стоимость - экономическую, социальную и другие формы стоимости [162]
	Бизнес-модель – это способ, которым компания создаёт ценность для клиентов и получает от этого прибыль
Ориентация на внутренние бизнес-процессы	Бизнес-модель – это взгляд на предприятие, сконцентрированный на самых значимых для бизнеса параметрах [150]
	Бизнес-модель предприятия – это отображения реально существующего или планируемого в будущем бизнеса (предприятия) в такой форме, которая может наглядно демонстрировать все значимые свойства и особенности предприятия, связанные с его способностью получать прибыль и быть конкурентоспособным [96]
	Бизнес-модель – это представление набора связанных модельных элементов, определяющих внутреннюю и внешнюю среду в компаниях в рамках единой системы [182]

На настоящий момент не существует единого определения понятия «бизнес-модель».

Далее приведем основные определения понятия «бизнес-модель» авторов известных работ в данной области (таблица 2.2).

Таблица 2.2 – Основные определения понятия «бизнес-модель» компании

Автор	Определение	Ограничения подходов
К. Прахалад [140]	Бизнес-модель организации – это логика соединения ресурсов и способностей для того, чтобы последовательно достигать их принципиальных целей и осуществлять бизнес-деятельность.	Ориентация на внутренние бизнес-процессы, не рассматривает влияние внешнего окружения.
Тиммерз [231]	Бизнес-модель – это дизайн архитектуры услуг, товаров, нематериальных активов, в который входит описание информационных потоков, их ролей, будущих выгод и способа получения выручки.	Рассматривается электронный бизнес (информационный подход)
Дж. Линдер, С. Кантрелл [215]	Бизнес-модель как основная логика создания добавленной стоимости в компании. Авторы выделяют три типа моделей: компонентные бизнес-модели, операционные бизнес-модели и модели изменений.	
П. Вилль, М. Виталь [179]	Бизнес-модель – описание ролей, взаимоотношений потребителей, партнеров и поставщиков, которые идентифицируют главные каналы поставок, продуктов, потоки информации, денежные потоки.	Ориентация на внутренние бизнес-процессы, не рассматривает влияние внешнего окружения.
Г. Чесборо [199]	Бизнес-модель - это способ, который компания использует для создания ценности и получения прибыли	Используется для разработки стратегий управления инновациями
А. Остервальдер [219]	Бизнес-модель – абстрактная концептуальная модель, которая иллюстрирует логику создания добавленной стоимости (прибыли).	
А. Сливотски [149]	Бизнес-модель - это то, как компания выбирает потребителя, формулирует и разграничивает свои предложения, распределяет ресурсы, определяет, какие задачи она сможет выполнить своими силами и для каких придется привлекать специалистов со стороны, выходит на рынок, создает ценность для потребителя и получает от этого прибыль. Компании могут предлагать продукты, услуги или технологии, но это предложение основывается на комплексной системе действий и взаимоотношений, которая представляет собой бизнес-модель компании	Ориентация на ценность / клиента, не учитывает потребности персонала
А. Остервальдер и И. Пинье, 2010 [220]	Бизнес-модель - это представление о том, как организация делает (или намеревается сделать) деньги. Бизнес-модель описывает ценность, которую организация предлагает различным клиентам, отражает способности организации, перечень партнеров, требуемых для создания, продвижения и поставки этой ценности клиентам, отношения капитала, необходимые для получения устойчивых потоков дохода.	Ориентация на ценность / клиента, не выделяет персонал, как отдельный элемент бизнес- модели

Источник: составлено автором

Далее рассмотрим шаблон классической бизнес-модели Александра Остервальдера (Alexander Osterwalder) - Ива Пинье (Yves Pigneur), которая на

сегодняшний день является универсальной (рисунок 2.2). Ее преимуществом является оригинальное графическое решение (архитектура), а именно матричный шаблон, который авторы назвали канвой бизнес-модели (Business Model Canvas)¹.



Рисунок 2.2 – Канва бизнес-модели Александра Остервальдера (Alexander Osterwalder)-Ива Пинье (Yves Pigneur)

Модель Остервальдера и Пинье состоит из девяти основных блоков(компонентов). Представим их в порядке, принятом авторами [220]: Целевые группы потребителей (Customer segments), Ценностное предложение (Value proposition), Каналы продвижения (Channels), Технологии клиентских отношений (Customer relationship), Потоки доходов (Revenue streams), Ключевые ресурсы (Key resources), Ключевые процессы (Key activities), Ключевые партнеры (Key partnership), Структура затрат (Cost structure). Эти блоки сгруппированы по четырем базовым направлениям: Потребители (Клиенты), Предложение, Инфраструктура и

¹ Канва – от английского canvas (холст), схематичное отображение на одной странице А4 самого важного при детализации бизнес процессов, схемы развития, планов, проектов, стартапов. Канва – это мощный инструмент для бизнес моделирования и инноваций на уровне менеджеров высшего звена. Ее потенциал заключается в том, что она может захватить полный набор самых главных элементов бизнес моделирования. Проще говоря, выражает их с помощью визуализации и простыми схемами, позволяя менеджерам «создать бизнес-модель на одном листе формата А4» - Зив Байда – ведущий консультант стратегических технологий IBM.

Формула прибыли. Именно наличие выделенного клиентского направления в составе трех компонентов – Целевые группы потребителей, Каналы продвижения и Технологии клиентских отношений – является, по мнению экспертов, главным достоинством данной модели в контексте задач компании по управлению клиентским портфелем и клиентскими отношениями.

Перейдем к рассмотрению бизнес-модели Эша Маурья – канва бизнес-модели бережливого стартапа (Лин-канва). Бережливый стартап (lean startup) – это современная концепция предпринимательства, впервые сформулированная Эриком Рисом (Eric Ries) в книге «The Lean Startup».

В различных источниках также встречаются названия данной концепции, как «стартап на принципах бережливого производства», «экономичный стартап», «гибкий стартап» и «лин-стартап». Теория Риса адаптировала идеи концепций бережливого производства и вытекающей из нее концепции бережливого потребления для стартапов. Обращаясь к определению понятия «бережливое производство» (lean production, Lean manufacturing), можно сказать, что это концепция менеджмента, базирующаяся на неуклонном стремлении к устранению всех видов потерь и максимальной ориентации на потребителя. В данном случае речь идет о такой организации производства, которая позволит компании эффективно производить:

- то, что нужно потребителю;
- тогда, когда нужно потребителю;
- столько, сколько нужно потребителю;
- по той цене, которая устраивает потребителя;
- такого качества, которое устраивает потребителя или превосходит его

ожидания.

Из этого следует, что в центре внимания данной концепции находится потребитель, его ожидания и впечатления от взаимодействия с компанией.

Канва бизнес-модели «бережливого» стартапа Эша Маурья представлена на рисунке 2.3.



Рисунок 2.3 - Канва бизнес-модели «бережливого» стартапа Эша Маурья

Канва бизнес-модели бережливого стартапа Эша Маурья (Ash Maurya) [217] включает девять компонентов: Целевые группы потребителей (Customer segments) и Каналы продвижения (Channels), Проблемы потребителей (Problem) и «Решения (проблем потребителей)» (Solution), «Уникальное ценностное предложение» (Unique value proposition), «Неправедливое конкурентное преимущество» (Unfair Advantage), Ключевые метрики (Key metrics), Структура затрат (Cost structure), Поток доходов (Revenue streams). Эш Маурья внес изменения в шаблон бизнес-модели традиционного стартапа. В структуре канвы выделены три элемента (субкомпонента). В состав компонента «Проблемы» включен субкомпонент «Альтернативные предложения» (Exiting Alternatives), аналогичный одноименному компоненту канвы бизнес-модели Брайана Гладштейна.

В структуру компонента «Целевые группы потребителей» добавлен элемент «Ранние пользователи (Early Adopters). Под «ранними пользователями» понимаются потребители, которые начинают приобретать новый товар или использовать новую технологию вскоре после появления этого товара / технологии на рынке.

Третий субкомпонент «Девиз» (High-Level Concept или High-Concept Pitch) в

структуре компонента «Уникальное ценностное предложение» - это короткая фраза, которая должна включить в себя понятное описание ценностного предложения компании, в том числе, используя метафоры и сравнения с другими известными продуктами / услугами. Считается, что ранние последователи и потенциальные инвесторы воспримут предложенное описание ценностного предложения и будут пользоваться им во внутренних и внешних коммуникациях, продвигая тем самым ценностное предложение компании методами сарафанного маркетинга.

Основной новацией Эша Маурья стала замена компонента «Ключевые процессы» на компонент «Ключевые метрики». В литературе понятие «ключевые метрики» в основном рассматривают как синоним «ключевым показателям эффективности». В контексте управления клиентским портфелем и клиентскими отношениями примером наиболее важных метрик считаются стоимость привлечения клиента (Customer Acquisition Cost, SAC)², жизненная ценность клиента (Customer LifeTime Value, LTV)³. В стартапах используются такие метрики, как «ванильные» метрики или «метрики тщеславия».

Канва бизнес-модели бережливого стартапа Эша Маурья получила широкую популярность, следствием чего стали многочисленные попытки ее усовершенствовать.

Далее рассмотрим канву «инновационной» бизнес-модели Патрика Штэллера, которая представлена на рисунке 2.4.

² Стоимость привлечения клиента (Customer Acquisition Cost, SAC)- средне количество затраченных на продажи и маркетинг денег для привлечения одного клиента (Затраты на маркетинг и продажи за период / Количество новых клиентов за этот период). При этом разделяют расходы по каналам, через которые пришли клиенты.

³ Жизненная ценность клиента (Customer LifeTime Value, LTV) – сумма материальной и нематериальной ценности, которую компания получит от клиента за период его жизненного цикла. Иногда ее можно подсчитать по следующей формуле: Средний чек на клиента в месяц * Валовая маржа % / Отток в месяц



Рисунок 2.4 - Канва «инновационной» бизнес-модели Патрика Штэллера

Патрик Штэллер (Patrick Stahler) [227] – профессор, швейцарский бизнес-консультант, основатель и владелец компании «Fluidminds», один из ведущих бизнес-модельеров мира и автор интернет-проекта Business Model Innovation. П. Штэллер предложил свой оригинальный подход к структуре и содержанию канвы бизнес-модели, несколько отличный от концепции А. Остервальдера и И. Пинье. За последние 10 лет, согласно публикациям профессора Штэллера, его взгляды на архитектуру бизнес-модели неоднократно менялись. Появились новые компоненты, поменялись их планировки, какие-то идеи не прошли проверку практикой, и он от них отказался, а другие элементы модели получили новое название. На сегодняшний день П. Штэллер ставит четыре ключевых вопроса бизнес-моделирования, ответы на которые формируют основные направления разработки модели:

- что может побудить потребителей следовать за компанией? Это ценностное предложение, которое она им предлагает;

- с помощью чего компания создает и доносит потребителям побудительный импульс следовать за собой? Это архитектура создания ценности или операционная модель бизнеса;

- как компания зарабатывает деньги? Это расчетная формула прибыли;

- с помощью чего компания доносит до потребителей социально-культурные принципы своей деятельности? Это ее персонал и декларированные ценности.

Таким образом, были сформированы четыре базовых направления (блока) канвы бизнес-модели: ценностное предложение, архитектура создания ценности (value architecture), модель доходов, команда и ценности (team & values). Рассматривая данные блоки с позиции задач по управлению клиентским портфелем и клиентскими отношениями, можно сказать, что структурно каждый блок содержит несколько компонентов: в блок «Ценностное предложение» входят два компонента «Потребители (целевые группы потребителей)» и «Ценность (выгода) для потребителей». Для описания этих компонентов необходимо ответить на следующие вопросы: 1. Кто является потенциальным потребителем продукции компании? Какую работу она может для них сделать? 2. Какую ценность (выгоду) компания создает для потребителей? Какую ценность (выгоду) она создает для партнеров.

Отличительной особенностью бизнес-модели Штэллера является то, что ценностное предложение адресовано двум разным заинтересованным сторонам: потребителям и партнерам. Это выходит за рамки традиционных подходов к пониманию содержания категории «Ценностное предложение», но является вполне логичным, если исходить из посыла о необходимости формулирования ценности, в том числе, для партнеров, чтобы мотивировать их участвовать в бизнесе компании по производству ценности для потребителя.

Второй блок «Архитектура создания ценности» включает такие компоненты, как «Предложение», «Цепочка добавленной стоимости», «Ключевые компетенции», «Каналы дистрибуции и коммуникаций (каналы продвижения)» и «Партнеры». Блок «Предложение» описывает продукты и услуги компании, в которых материализуется ее ценностное предложение и генерируется обещанная

потребителям выгода. Этот компонент относится к клиентской составляющей бизнес-модели, поскольку на практике именно продукты и услуги являются связующим звеном между компанией и потребителем. В некоторых случаях Штэллер говорит о внутренней и внешней архитектуре ценности, определяющими процессы производства и доставки продукта потребителю. К внутренней архитектуре ценности относятся компоненты «Ключевые компетенции» и «Цепочка добавленной стоимости», а к внешней – «Каналы» и «Партнеры».

Блок «Цепочка добавленной стоимости» содержит описание конкретных шагов по созданию ценности, а также требуемых для ее производства ресурсов и процессов, включая оценку экономической эффективности каждого «звена» и «цепочки» в целом. При этом следует помнить, что любое изменение конфигурации цепочки добавленной стоимости влечет за собой и изменение ценностного предложения компании, а также потенциального изменения целевых групп потребителей, что представляется особо важным.

Описывая блок «Ключевые компетенции» (Key capabilities), необходимо отметить, что под компетенциями компании понимается набор взаимосвязанных навыков, способностей, технологий, знаний и умений, обеспечивающий компании эффективное решение определенных задач и ситуаций. В теории различают стандартные компетенции, которые позволяют решать типичные задачи и осуществлять операционные процессы на уровне действующих отраслевых стандартов, и ключевые компетенции. Последние представляют такие компетенции, наличие которых позволяет компании решать задачи, непосильные для большинства других компаний, устанавливает новый стандарт деятельности в отрасли и тем самым обеспечивает обладателю конкурентное преимущество. Г. Хэмел и К.К. Прахалд [140] определяют характеристики (критерии) ключевых компетенций так:

- они обеспечивают потенциальный доступ к различным рынкам;
- определяют отличительные особенности конечного продукта;
- должны быть практически невозпроизводимы конкурентами, поскольку представляют собой сложное взаимодействие отдельных индивидуальных

технологий и навыков.

В контексте данной бизнес-модели речь идет о специальных знаниях и умениях персонала компании, а также принятых в ней технологиях, нацеленных на решение задач клиентинга по поиску, привлечению, удержанию и развитию клиентов.

Отличительная особенность канвы бизнес-модели Патрика Штэллера от классической бизнес-модели А. Остервальдера и И. Пинье [220] - наличие блока «Команда и ценности», содержащего такие компоненты как «Команда» и «Ценности». Таким образом Штэллер указывает на особое значение для разработки и реализации бизнес-модели квалифицированного персонала компании, а также понятных персоналу, потребителям и партнерам и базирующихся на привлекательных для общества моральных и духовных принципах корпоративных ценностей. Например, участие компании в социально-значимых проектах.

На основе вышесказанного, можно отметить, что предложенная бизнес-модель Патрика Штэллера может претендовать на отнесение к категории универсальных⁴ и даже ключевых универсальных бизнес-моделей⁵.

Перейдем к рассмотрению бизнес-моделей австралийского консультанта и дизайнера Эрвина Филта (Erwin Fiel) [201], который внес значительный вклад в развитие концепции канвы бизнес-модели. Первым его экспериментом в этой области стала попытка перепланировки канвы за счет простого расширения ее каркаса для двух независимых групп потребителей. Эта бизнес модель диверсифицированных рынков представлена на рисунке 2.5.

⁴ Универсальными бизнес-моделями называются такие типовые бизнес-модели (шаблоны бизнес-моделей), которые максимально соответствуют критерию возможности широкого использования в различных областях бизнеса и отраслях рынка без внесения существенных изменений в саму концепцию и структуру модели.

⁵ Ключевыми бизнес-моделями называются такие универсальные модели, которые максимально соответствуют критерию существенного влияния на методические подходы к разработке всех последующих универсальных моделей, а также на формирование международных стандартов бизнес-моделирования.



Рисунок 2.5 – Канва бизнес-модели диверсифицированных рынков Э.Филта (1)

В основе данной бизнес-модели лежит шаблон бизнес-модели А. Остервальдера и И.Пинье. Согласно их классификации потребительских групп (рынков), модель Э.Филта подходит для компаний с бизнес-моделью двусторонних платформ, либо с бизнес-моделью диверсифицированных рынков, которые обслуживают два совершенно разных потребительских сегмента с различными потребностями.

Филт предложил два дизайнерских решения такой модели, которые условно можно назвать вертикальным и горизонтальным, но они не меняют принципиальной сути базовой модели Остервальдера и Пинье.

Разница заключается в методических подходах: А. Остервальдер настаивает на необходимости тиражирования канвы для каждого конкретного бизнес-случая отдельно, например, в случае изменения одного или нескольких компонентов, или периода времени действия модели.

Тогда как Э. Филт нагружает свою конструкцию дублирующими элементами, то есть разделяет в одной канве компоненты для отдельных клиентских групп.

На рисунке 2.6 представлена бизнес-модель диверсифицированных рынков Э. Филта (2).



Рисунок 2.6 – Канва бизнес-модели диверсифицированных рынков Э.Филта (2)

В вышеописанных двух бизнес-моделях для создания и доставки ценностных предложений обеим клиентским группам привлекаются одни и те же партнеры и используются одни и те же ресурсы.

Таким образом, предложенная схема бизнес-модели Э.Филта предоставляет возможности для создания вариантов канвы с помощью различных блочных макетов, их дублирования и планирования в ситуации, когда компания предлагает одно и то же ценностное предложение для двух разных групп потребителей или, наоборот, два ценностных предложения для одной целевой группы потребителей.

Следующая в своем развитии канва бизнес-модели Э.Филта стало качественное расширение (детализация) отдельных блоков, влияющих на управление клиентским портфелем и клиентскими отношениями компании. Э. Филт предложил канву бизнес-модели совместного создания стоимости/ценности, которая представлена на рисунке 2.7.

Особенностью данной бизнес-модели является то, что Э. Филт вводит новые компоненты в архитектуру классической канвы А. Остервальдера и И. Пинье и обновляет старые элементы.



Рисунок 2.7 - Канва бизнес-модели совместного создания стоимости/ценности Э.Филта

Например, для того чтобы подчеркнуть значительное влияние клиента на формирование ценности, Э. Филт изменяет структуру блока «Ценностное Предложение» и включает в него компоненты «Технологии клиентских отношений» и «Каналы продвижения». Далее, Филт меняет содержание данного блока и заменяет категорию «Ценностное предложение» (Value Proposition) на категорию «Предложение» (Offering), то есть переносит акцент с причины (совокупности ценностей), по которой клиенты покупают продукцию, на саму продукцию и ее особенности. Таким образом, место и роль потребителя в бизнес-модели (клиенто-ориентированность) начинает размываться и уступает центральное место продукту (продукто-ориентированность). Э. Филт компенсирует это отдельным учетом в структуре модели активности потребителей, их возможностей и понесенных ими при создании и потреблении ценности расходов. Для этого в клиентский блок он включает новые компоненты: «Ключевые процессы потребителей» и «Структура затрат потребителей», тем самым не только обогащая клиентский блок модели, но за счет появления трех пар связанных элементов (Ключевые ресурсы, Ключевые процессы и Структура затрат), стабилизирует

данную бизнес-модель.

Обратной вышеописанной модели совместного создания стоимости является бизнес-модель партнерства Э. Филта (рисунок 2.8), которая принципиально сохраняет архитектуру канвы А. Остервальдера и И. Пинье, но с добавлением в инфраструктурный блок новых компонентов «Ключевые процессы партнеров» и «Структура затрат партнеров».



Рисунок 2.8 – Канва бизнес-модели партнерства Э. Филта

Путем комбинирования двух предыдущих моделей Э. Филт разрабатывает канву бизнес-модели совместного создания ценности и партнерства (Business Model Canvas for Co-creation and Partnering), рисунок 2.9.

Отличие данной бизнес-модели от классической модели А.Остервальдера и И. Пинье – дополнение отдельными элементами, иллюстрирующими деятельность, возможности и затраты потребителей и партнеров компании. Э.Филт полагал, что такая реконструкция модели должна помочь правильной оценке степени влияния партнеров и клиентов на бизнес-модель предприятия.

Исходя из вышесказанного, с позиций управления клиентским портфелем и клиентскими отношениями, Э. Филт предложил эффективные способы детализации клиентского блока канвы, что также может быть применено как к рассмотренным моделям совместного создания ценности и партнерства, так и к другим бизнес-моделям.

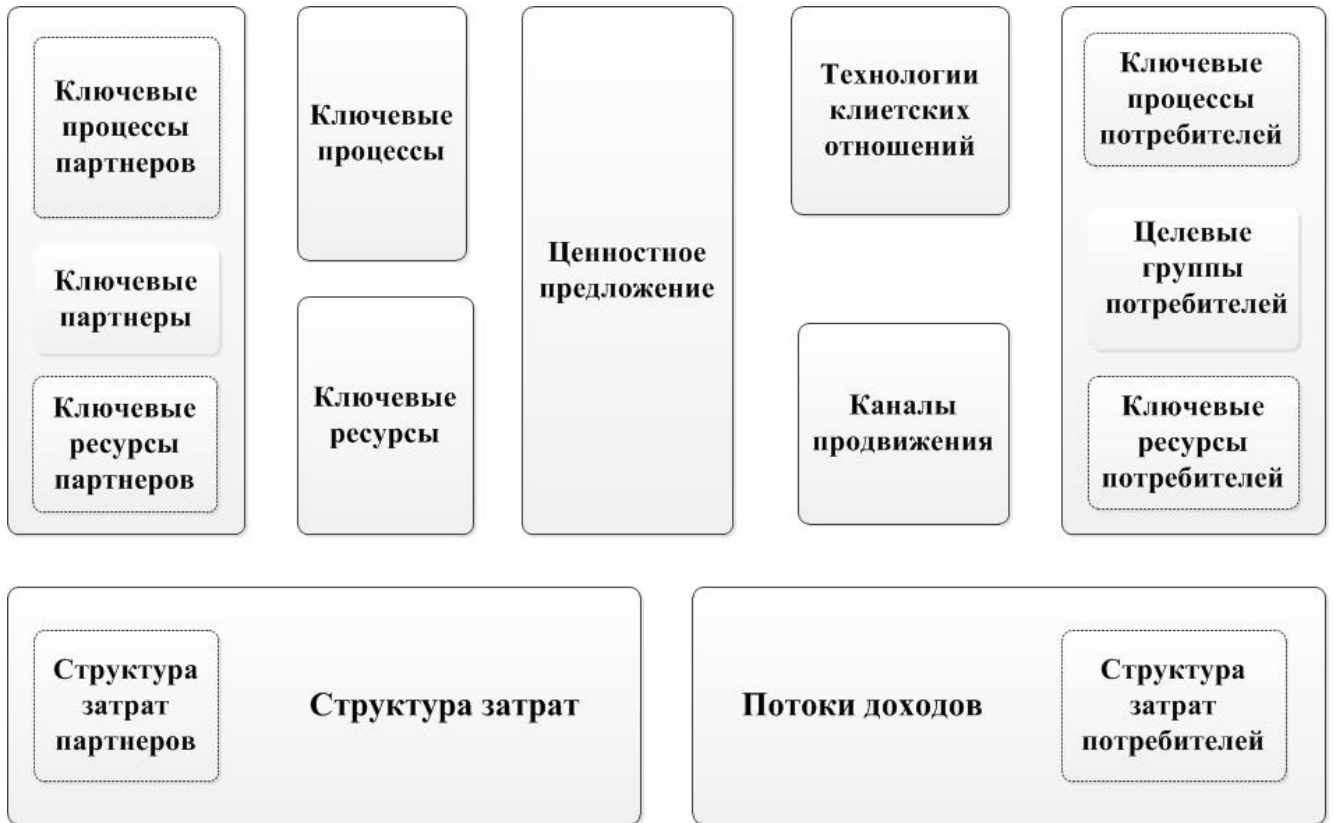


Рисунок 2.9 – Канва бизнес-модели совместного создания стоимости и партнерства Э. Филта

Таким образом, были проанализированы разные бизнес-модели, которые далее будут использованы для конструирования авторской бизнес-модели реализации государственного франчайзинга.

2.2 Субъектный состав и модель отношений государственного франчайзинга

Как правило, в рамках государственно-частного партнерства государство привлекает в основном крупный бизнес, хотя представляется, что малый и средний бизнес мог бы также активно участвовать в системе частно-государственного предпринимательства. Предлагается для использования потенциала малого и среднего бизнеса в системе частно-государственного предпринимательства использование такой инновационной формы взаимодействия государственного и частного секторов, как государственный франчайзинг.

Рассмотрим субъектный состав государственного франчайзинга (рисунок 2.10).



Рисунок 2.10 – Субъекты государственного франчайзинга

Согласно данной схемы субъектами государственного франчайзинга являются:

- Франчайзер (государственный сектор, Грантооператор), в качестве которого предлагается создать Консультационный центр государственного франчайзинга при уполномоченном органе субъекта Федерации. Франчайзер (грантооператор) собирает инициативы, оценивает, формирует грантовое задание, организывает конкурсные мероприятия по своим критериям, таким как социальные, экономическая активность, бюджетные. Франчайзер (Грантооператор, консультационный центр) помогает не только получить необходимые ресурсы (в т.ч. бюджетные ассигнования), но также осуществляет консультационную деятельность, поддержку, в т.ч. делать отчет по освоенным бюджетным ассигнованиям и иным ресурсам.

- Франчайзи, представляющий предпринимательский сектор, субъектами которого являются как малые и средние предприятия, желающие открыть либо расширить бизнес в форме государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях / для социально-незащищенных групп населения, так и некоммерческие

социально-ориентированные организации.

- Социально-значимая отрасль / социально-незащищенные группы населения в качестве субъекта государственного франчайзинга представляют потребителей социальных услуг как престарелые граждане, инвалиды, социально-незащищенные дети. Социальные категории граждан нуждаются в дополнительных услугах, которые государство не всегда может обеспечить. Государственный франчайзинг создает условия для формирования конкуренции на рынке социальных продуктов/услуг.

На рисунке 2.11 представлена модель отношений государственного франчайзинга.

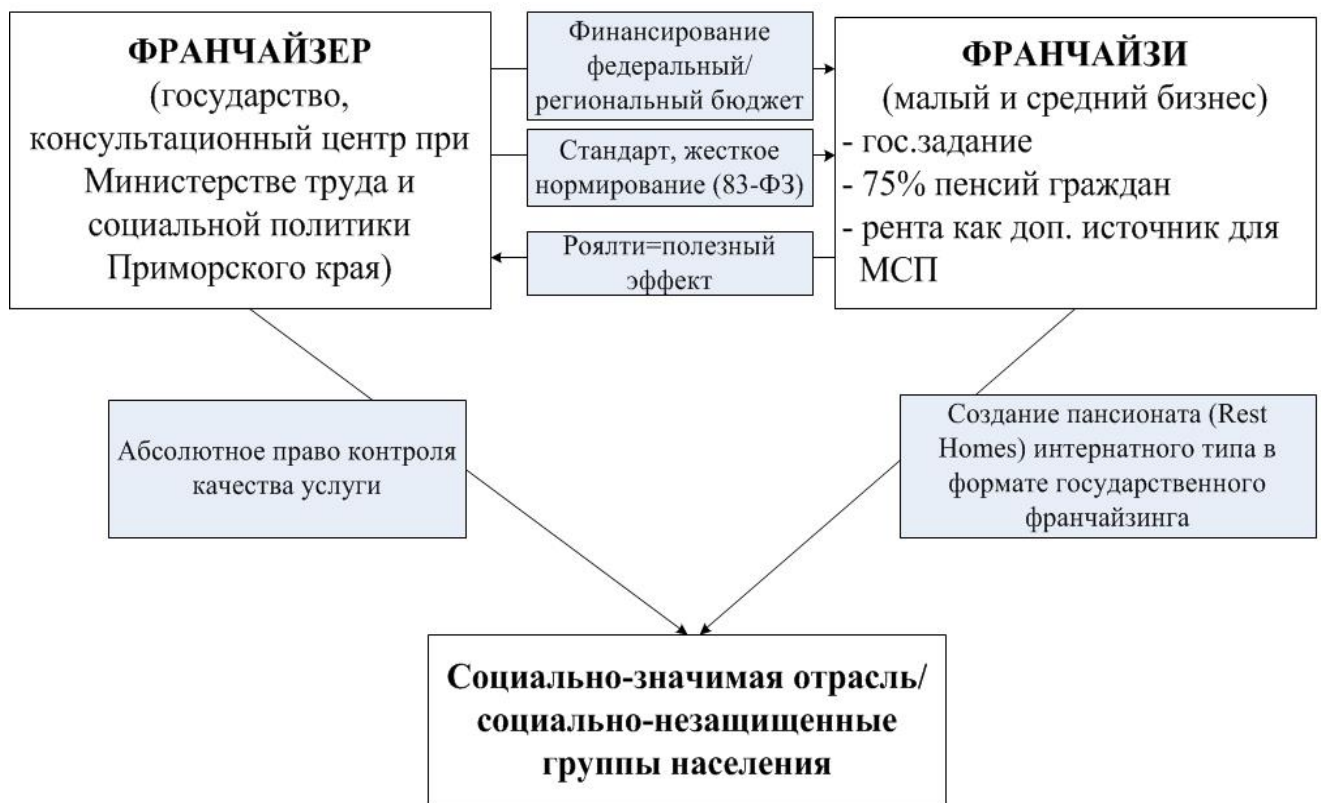


Рисунок 2.11 – Модель отношений государственного франчайзинга

Государство в лице уполномоченного органа субъекта Федерации, обладая исключительным правом на государственную услугу (Франчайзер) распределяет ресурсы федерального/регионального бюджета малому и среднему бизнесу в рамках государственного задания в виде 75% пенсии гражданина, нуждающегося в стационарном пребывании в доме-престарелых, с целью привлечения МСП к организации специализированных социальных учреждений для социально-

незащищенных групп населения.

Переход от описания структуры (субъектного состава) государственного франчайзинга к исследованию закономерностей их функционирования опосредован анализом отношений между компонентами (элементами) государственного франчайзинга.

Необходимо отметить, что в современной литературе нет единого толкования понятия «отношения». Но можно констатировать, что отношения отражают качество связей в системном объекте, характер взаимодействий структурных элементов. Данное понятие важно с точки зрения понимания взаимосвязей между всеми заинтересованными сторонами и воздействия на них.

В государственном франчайзинге можно выделить в качестве базовых договорные отношения между государственными и предпринимательскими структурами на принципе исключительности прав на продукт у государства.

Прежде чем перейти к рассмотрению бизнес-модели государственного франчайзинга, рассмотрим эти отношения в контексте построения модели отношений с помощью универсального категориального метода «Пентаграмма У-Син».

При использовании этого метода любой исследуемый объект может быть описан посредством пентаграммы. Пентаграмма как категориальный метод познания представляет собой пятиконечную звезду, помещенную в пятиугольник. Она является циклической конструкцией и отражает некий завершенный процесс. Начальной точкой для всех форм объектов является вода – как исходная еще неоформленная субстанция. С помощью пентаграммы возможно выделить и интерпретировать различные типы отношений между элементами в зависимости от их расположения в ней относительно друг друга.

Пентаграмма отражает завершенный цикл, т.е. есть некое начало и конец процесса, проходящего пять стадий. В этой связи, можно сказать, что государственный франчайзинг будет являться эволюционирующим объектом. Проходя каждый этап последовательно, будут появляться более развитые качественные характеристики у каждого последующего элемента государственного франчайзинга.

На рисунке 2.12 представлена модель отношений государственного франчайзинга, построенная на основе метода «Пентаграмма У-Син».

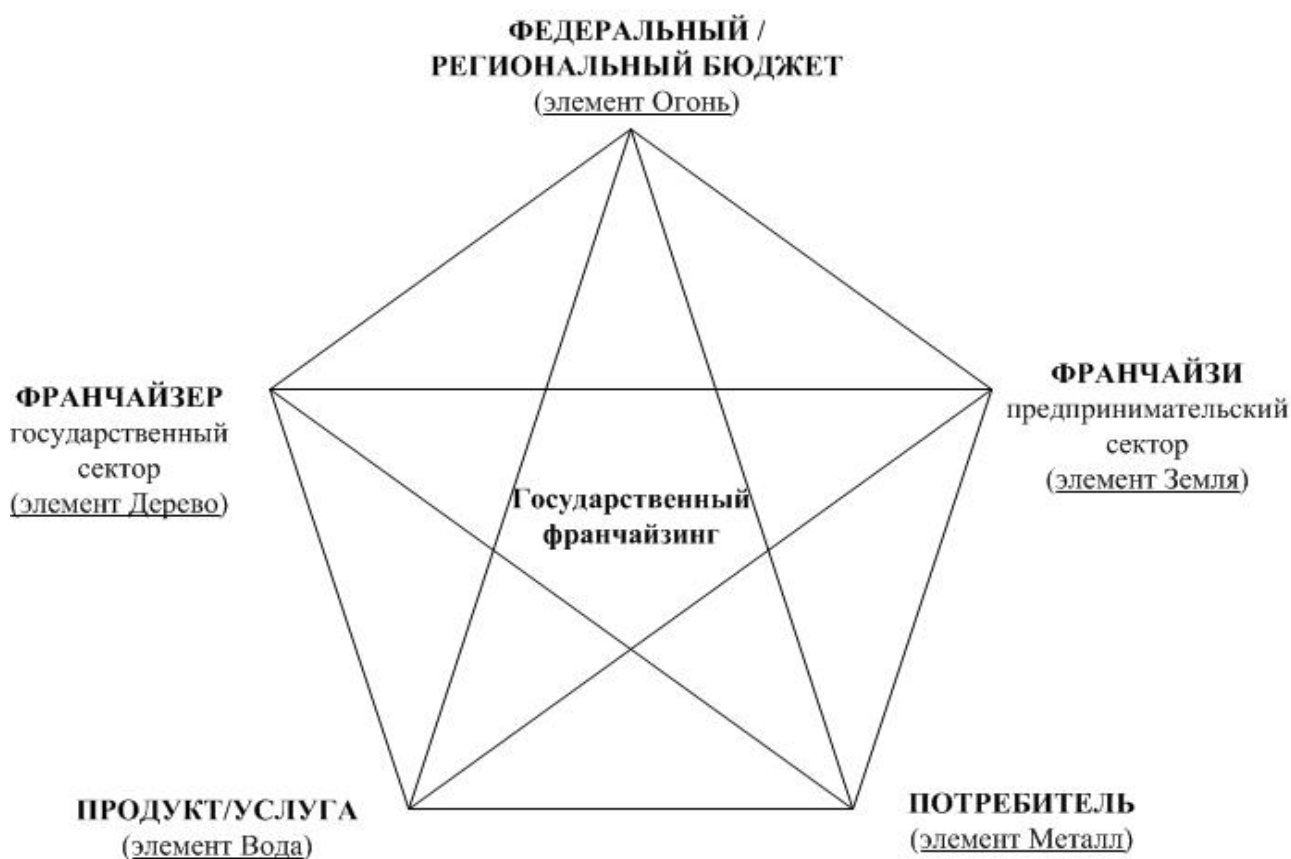


Рисунок 2.12 –Схема взаимодействия государственного франчайзинга на основе метода «Пентаграмма У-Син»

Для описания взаимодействия элементов государственного франчайзинга воспользуемся терминологией (понятийным аппаратом) категориального метода «Пентаграмма У-Син». Каждому компоненту государственного франчайзинга может быть поставлен в соответствие элемент пентаграммы. Начальным элементом в предложенной организационной модели выступает компонент «Продукт», которому соответствует начальный элемент пентаграммы У-Син – «Вода». Принимается как начальный компонент с простыми характеристиками.

Элемент «Дерево» – расцвет объекта, выход во внешнюю среду. Ему соответствует компонент «Франчайзер (государственный сектор)», который позволяет разработать и предложить франшизу во внешнюю среду.

Элемент «Огонь» – самый активный элемент пентаграммы и ресурсозатратный. Ему соответствует компонент «Федеральный / региональный бюджет», посредством которого государство (Франчайзер) распределяет предпринимательскому сектору бюджетные средства в виде пенсий, государственного задания.

Далее «Земля» – балансирующий элемент. Ему соответствует компонент «Франчайзи (предпринимательские структуры)», уравнивающий систему взаимодействия и способствующий формированию конкуренции на рынке социально-значимых услуг, нахождению внешнего спроса на специфический государственный продукт/услугу и продвижению его на рынок.

«Металл» – итоговый, завершающий элемент, которому соответствует компонент «Потребитель». Потребитель – это социально-значимая отрасль / социально-незащищенные группы населения, потребности которых в специфическом продукте/услуге позволяют отслеживать необходимость во франчайзинговом продукте/услуге и целесообразность работы МСП на рынке социальных продуктов/услуг.

Предложенная схема взаимодействия элементов государственного франчайзинга показывает отношения прямой / обратной поддержки (стимулирования) и прямого / обратного ограничения (контроля) между субъектами (компонентами).

2.3 Бизнес-модель реализации государственного франчайзинга

Далее перейдем к построению бизнес-модели реализации государственного франчайзинга.

На основе анализа бизнес-моделей, проведенного в пункте 2.1, можно заключить, что никакая из существующих бизнес-моделей не подходит для характеристики государственного франчайзинга, т.к. в полной мере не отражает франчайзинговых взаимоотношений.

Ключевые партнеры <i>Государственный сектор (уполномоченный орган субъекта Федерации)</i>	Ключевые процессы <i>Государственная собственность на все бизнес-процессы, продукты и услуги</i>	Ценностное предложение <i>В рамках государственного стандарта</i>	Технологии клиентских отношений <i>Выжидательная позиция (до момента обращения самих граждан)</i>	Целевые группы потребителей 1,2...n <i>Социально-значимые отрасли 1,2...n, неструктурированное множество нуждающихся граждан</i>
	Ключевые ресурсы <i>Федеральные, региональные, бюджеты</i>		Каналы продвижения <i>Органы социальной защиты</i>	
Структура затрат <i>В рамках государственного заказа</i>			Потоки доходов <i>В рамках государственного заказа</i>	

Рисунок 2.13 - Применение классической бизнес-модели Остервальдера - Пинье к существующей системе социального обеспечения

Ключевые партнеры <i>Франчайзер (Государственный сектор, грантооператор)</i> <i>Франчайзи (Предпринимательский сектор)</i>	Ключевые процессы <i>Исключительное право государства на специфический продукт/услугу</i>	Ценностное предложение	Технологии клиентских отношений 1,2...n <i>CRM технология</i>	Целевые группы потребителей 1,2...n <i>Социально-значимые отрасли 1,2...n</i>
	Ключевые ресурсы <i>Федеральные, региональные, местные бюджеты Частные инвестиции</i>		Каналы продвижения 1,2...n	
Структура затрат			Потоки доходов 1,2...n	

Рисунок 2.14 – Применение классической бизнес-модели Остервальдера - Пинье к реализации формы «государственный франчайзинг»

На рисунке 2.13 представлена классическая бизнес-модель Остервальдера - Пинье, а содержательное наполнение показано на примере социально-значимой отрасли/социально-незащищенных групп населения (дома престарелых).

Из представленного содержательного наполнения видно, что это исключительно государственные отношения.

Но в последнее время нагрузка на государственный и региональные бюджеты возрастает, и государство вынуждено искать такие формы реализации социальных обязательств перед гражданами, которые бы снизили финансовую нагрузку на бюджеты всех уровней.

Одной из таких форм является взаимодействие государства и бизнеса в формате государственного франчайзинга.

На рисунке 2.14 отражено, содержательное наполнение бизнес-модели реализации государственного франчайзинга на шаблоне классической бизнес-модели Остервальдера - Пинье.

В архитектуре представленной классической бизнес-модели не хватает элемента, позволяющего привлечь малое и среднее предпринимательство в социально-значимые отрасли.

Поэтому, на основании анализа существующих бизнес-моделей, проведенного в п.2.1, выявили, что наиболее подходящими для комбинирования являются бизнес-модели Остервальдера - Пинье и Эша Маурьи.

При этом, мы модифицируем шаблон, создавая новую архитектуру и разрабатываем ее содержательное наполнение.

На рисунке 2.15 представлена авторская бизнес-модель реализации государственного франчайзинга.

В модифицированном шаблоне бизнес-модели государственного франчайзинга изменена архитектура классической бизнес-модели Остервальдера - Пинье, а именно такие элементы как «Ключевые партнеры», «Ключевые процессы», «Ключевые ресурсы», «Структура затрат» являются общими.

Добавлен элемент «Несправедливое (нерыночное) конкурентное преимущество» из бизнес-модели Эша Маурьи, который отличает ее от

классической модели и позволяет привлечь малое и среднее предпринимательство в социально-значимые отрасли. Данный элемент также является общим.

Выделены элементы «Социально-значимая отрасль 1,2...n», «Социально-незащищенные группы населения 1,2...m», которые определяют отраслевую направленность разработанной бизнес-модели.

Для них прописаны свои элементы «Уникальные ценностные предложения 1,2...n», «Уникальные ценностные предложения 1,2...m», «Технологии клиентских отношений 1,2...n», «Технологии клиентских отношений 1,2...m», «Каналы продвижения 1,2...n», «Каналы продвижения 1,2...m», «Целевые группы потребителей 1,2...n», «Целевые группы потребителей 1,2...m», «Потоки доходов 1,2...n», «Потоки доходов 1,2...m».

Следует отметить, что предложенная бизнес-модель носит открытый характер, поскольку допускает добавление новых модулей, соответствующих социально-значимым отраслям либо социально-незащищенным группам населения.

На рисунке 2.13 и 2.14 изображены конфигурация и содержательное наполнение бизнес-модели с двумя модулями: «Социально-значимые отрасли 1,2...n» и «Социально-незащищенные группы населения 1,2...m».

На рисунке 2.16 представлено содержательное наполнение разработанного модифицированного шаблона бизнес-модели реализации государственного франчайзинга.



Рисунок 2.15 – Модифицированная бизнес-модель реализации государственного франчайзинга (авторская)-на основе интеграции бизнес-моделей Остервальдера - Пинье и Эша Маурьи.

<p>Ключевые партнеры</p> <p><i>Франчайзер (Государственный сектор, грантооператор)</i></p> <p><i>Франчайзи (Предпринимательский сектор)</i></p>	<p>Ключевые процессы</p> <p><i>Исключительное право государства на специфический продукт/услугу</i></p>	<p>Социально-значимые отрасли 1,2...n</p>		
	<p>Ключевые ресурсы</p> <p><i>Федеральные, региональные, местные бюджеты Частные инвестиции</i></p>	<p>Уникальные-ценностные предложения 1,2...n</p> <p><i>Франчайзинговый продукт 1,2...n / услуга 1,2...n</i></p>	<p>Технологии клиентских отношений 1,2...n</p> <p><i>CRM технология</i></p>	<p>Целевые группы потребителей 1,2...n</p> <p><i>Социально-значимые отрасли 1,2...n</i></p>
			<p>Каналы продвижения 1,2...n</p>	
		<p>Потоки доходов 1,2...n</p>		
	<p>Социально-незащищенные группы населения 1,2...m</p>			
	<p>Несправедливое (нерыночное) конкурентное преимущество</p> <p><i>Государственное задание на социальную услугу</i></p>	<p>Уникальные-ценностные предложения 1,2...m</p> <p><i>Франчайзинговый продукт 1,2...m / услуга 1,2...m</i></p>	<p>Технологии клиентских отношений 1,2...m</p> <p><i>CRM технология</i></p>	<p>Целевые группы потребителей 1,2...m</p> <p><i>Социально-незащищенные группы населения 1,2...m</i></p>
<p>Каналы продвижения 1,2...m</p>				
<p>Потоки доходов 1,2...m</p>				
<p>Структура затрат</p>				

Рисунок 2.16 - Содержательное наполнение авторской бизнес-модели реализации государственного франчайзинга

Наряду с этим, в таблице 2.3 приведена детализация модифицированного шаблона бизнес-модели реализации государственного франчайзинга.

Таблица 2.3 – Детализация модифицированного шаблона бизнес-модели реализации государственного франчайзинга

№ п/п	Наименование блока/модуля бизнес-модели	Содержание
1	Ключевые партнеры	Франчайзер (грантооператор) Франчайзи (предпринимательский сектор)
2	Ключевые процессы	Исключительное право государства на специфический продукт/услугу
3	Ключевые ресурсы	Федеральные, региональные, местные бюджеты, частные инвестиции
4	Несправедливое (нерыночное) конкурентное преимущество	Государственное задание на социальную услугу
5	Социально-значимые отрасли 1,2...n Социально-незащищенные группы населения 1,2...m	Учреждения социального обслуживания интернатного типа (дома престарелых (Rest homes)) Образование – инновационные образовательные площадки: технопарки, кванториумы и др. (льготы для социально-незащищенных детей) Здравоохранение (помощь инвалидам / людям с ограниченными возможностями здоровья)
6	Уникальные ценностные предложения 1,2...n, 1,2...m	Франчайзинговый продукт 1,2...n / услуга 1,2...n Франчайзинговый продукт 1,2...m / услуга 1,2...m
7	Технологии клиентских отношений 1,2...n, 1,2...m	CRM технология 1,2...n, 1,2...m
8	Каналы продвижения 1,2...n, 1,2...m	Каналы отдела продаж, сайт компании непосредственно офисы обслуживания клиентов, СМИ, информация в специализированных учреждениях социальных услуг
9	Целевые группы потребителей 1,2...n, 1,2...m	Население Социально-незащищенные группы населения (престарелые люди, инвалиды, люди с ограниченными возможностями здоровья, социально-незащищенные дети)
10	Потоки доходов 1,2...n, 1,2...m	Доходы 1,2 Франчайзера (роялти) и Франчайзи (доход от предпринимательской деятельности)
11	Структура затрат	Затраты Франчайзера/ Франчайзи/ Потребителя

Авторская бизнес-модель реализации государственного франчайзинга содержит 17 блоков.

Блок 1 «Ключевые партнеры». Это субъекты государственного франчайзинга: государственный сектор (Франчайзер); предпринимательский сектор (Франчайзи);

социально-значимая отрасль / социально-незащищенные группы населения. Между ними складываются партнерские взаимоотношения, при которых Франчайзер (в лице уполномоченного органа субъекта Федерации), в силу наличия конституционных обязательств перед гражданами, обладает исключительным правом на специфический продукт / услугу и абсолютным правом контроля за качеством этой услуги. Франчайзи (предпринимательский сектор) обладает ресурсами, которых не хватает Франчайзеру (государству).

Блок 2 «Ключевые процессы». Исключительное право государства на специфический продукт/услугу, реализация государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях / для социально-незащищенных групп населения.

Блок 3 «Ключевые ресурсы». Ресурсы необходимы для успешного функционирования. Ресурсы могут быть интеллектуальные (интеллектуальная собственность, обучение, патенты), трудовые (человеческие) – высококвалифицированные специалисты, финансовые (федеральные, региональные, местные бюджеты, частные инвестиции от предпринимательского сектора)

Блок 4 «Несправедливое (нерыночное) конкурентное преимущество». В бизнес-модели реализации государственного франчайзинга данный компонент выражается через распределение Франчайзером государственного задания на социальную услугу в виде 75% пенсии гражданина, нуждающегося в стационарном пребывании в доме- престарелых, малому и среднему бизнесу с целью привлечения МСП к организации специализированных социальных учреждений - пансионаты для нуждающихся (Rest homes) для социально-незащищенных групп населения.

Блоки 5 и 11 «Социально-значимые отрасли 1,2...n», «Социально-незащищенные группы населения 1,2...m» представлены потребителями социальных услуг, а именно престарелые граждане, инвалиды, люди с ОВЗ, социально-незащищенные дети: учреждения социального обслуживания интернатного типа (пансионаты для нуждающихся (Rest homes)); образование – инновационные образовательные площадки (технопарки, кванториумы и др.,

льготы для социально-незащищенных детей; здравоохранение (помощь инвалидам / людям с ограниченными возможностями здоровья).

Блоки 6 и 12 «Уникальные ценностные предложения 1,2...n», «Уникальные ценностные предложения 1,2...m». Ценностное предложение – это набор наиболее значимых для потребителя достоинств, которые предлагает компания. В данном случае этот компонент содержит «Франчайзинговый продукт 1,2...n / услуга 1,2...n», «Франчайзинговый продукт 1,2...m / услуга 1,2...m» – специфический продукт/услуга. При этом специфичность выражена в конституционных обязательствах государства перед населением (обеспечение социальными услугами, здравоохранение, пенсии, дома престарелых и инвалидов и т.п.).

Блоки 7 и 13 «Технологии клиентских отношений 1,2...n», «Технологии клиентских отношений 1,2...m». Данный компонент характеризует взаимоотношения с клиентами, действенные способы привлечения, сохранения и мотивации покупателей к совершению покупки. В данной бизнес-модели технологии различаются по сегментам клиентов, возможно использование CRM технологии, а также сюда входят технологии взаимоотношений между Франчайзером и Франчайзи при взаимодействии в форме государственного франчайзинга.

Блоки 8 и 14 «Каналы продвижения 1,2...n», «Каналы продвижения 1,2...m». Каналы сбыта (продвижения) решают задачи информирования клиентов о товарах и услугах компании, дают возможность покупателям приобретать конкретные товары и услуги, формируют у потребителя представление о ценностных предложениях компании, дают возможность осуществлять сервисное обслуживание. Каналы могут быть прямые и непрямые, партнерские и собственные. В данной бизнес-модели в зависимости от потребительского сегмента, отрасли и самого франчайзингового продукта / услуги могут быть использованы каналы отдела продаж, сайт компании, непосредственно офисы обслуживания клиентов, СМИ, информация в специализированных учреждениях социальных услуг.

Блоки 9, 15 «Целевые группы потребителей 1,2...n», «Целевые группы потребителей 1,2...m». Потребители различаются по их запросам и предпочтениям, связь с ними осуществляется по разным каналам сбыта, необходимы разные технологии клиентских отношений, для каждого сегмента свое уникальное ценностное предложение. В данной бизнес-модели целевая группа потребителей зависит от социально-значимой отрасли, в которой реализуется государственный франчайзинг (социально-незащищенные группы населения).

Блоки 10, 16 «Потоки доходов 1, 2...n», «Потоки доходов 1, 2...m». Формирование дохода / прибыли может происходить различными путями. В данной бизнес-модели - это доход Франчайзера в виде роялти. Роялти платит Франчайзи государству в виде полезного эффекта, который выразится в улучшении качества жизни, увеличении показателя дожития и продолжительности жизни. Это полезный эффект с позиции оценки эффективности органов власти. Франчайзи, в свою очередь, получает предпринимательский доход от продажи франчайзинговой услуги потребителю.

Блок 17 «Структура затрат». Любая бизнес-модель должна минимизировать издержки. Структура затрат будет зависеть от того, делается ли акцент на расходы или на ценности (полезность). Акцент на расходы предполагает упор на максимальную экономию и сокращение расходов (подбираются наиболее выгодные структуры затрат, снижение себестоимости продукта / услуг, упор на количество, а не на качество, эконом класс). Акцент на ценности (полезность) подразумевает, что главным является создание ценности (полезности) для потребителя (индивидуальный подход к клиенту, эксклюзивное обслуживание). Также могут быть фиксированные и переменные расходы. Структура затрат зависит от концепции бизнес-модели. В предлагаемой бизнес-модели речь идет о деятельности в социально-значимых отраслях, соответственно немаловажен низкий уровень цен, но при этом качество надлежащего уровня.

Таким образом, предложенная бизнес-модель позволяет обосновать возникновение несправедливого (нерыночного) конкурентного преимущества при

данной форме партнерства, что дает возможность государству поддерживать предпринимателей, работающих в социально-значимых отраслях, а также для социально-незащищенных групп населения, оставляя за собой абсолютное право контроля качества специфического продукта / услуги.

Бизнес-модель реализации государственного франчайзинга может рассматриваться как альтернатива модели хозяйственного взаимодействия между государственными органами и бизнес-структурами в части осуществления закупок (44-ФЗ от 05.04.2013 (изм. 01.01.2019) «О контрактной системе в сфере закупок», может выступать альтернативой аутсорсингу.

3 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФРАНЧАЙЗИНГА В СОЦИАЛЬНО-ЗНАЧИМЫХ ОТРАСЛЯХ

3.1 Общая характеристика и специфические особенности социально-значимых отраслей и социально-незащищенных групп населения

К социально-значимым отраслям относится отрасль социального обеспечения населения. В соответствии с "ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности" (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 N 14-ст) (ред. от 18.09.2019) выделяют группу «деятельность в области здравоохранения и социальных услуг». В таблице 3.1 приведена расшифровка и коды группировок в данной группе для целей данного исследования.

Таблица 3.1 - Расшифровка и коды группировок группы «деятельность в области здравоохранения и социальных услуг» по ОКВЭД

Код группировки	Расшифровка, что включает
86	Деятельность в области здравоохранения: - деятельность диагностических стационаров и больниц, общих или специализированных, хирургических, психиатрических и наркологических лечебниц, санаториев, профилакториев, частных медицинских лечебниц, интернатов, психиатрических клиник, центров реабилитации, лепрозориев и прочих организаций здравоохранения, которые имеют жилые помещения и проводят диагностику, обеспечивают лечение стационарных больных с любыми медицинскими показаниями; - медицинские консультации и лечение в области общей и специализированной медицины терапевтами, врачами-специалистами и хирургами; - предоставление услуг по общей или специализированной зубоврачебной практике и ортодонтической деятельности; - деятельность по охране здоровья человека вне деятельности больниц или практикующих врачей, предоставляемой парамедицинскими специалистами, которые имеют юридические права на лечение пациентов.
87	Деятельность по уходу с обеспечением проживания: - обеспечение ухода по месту жительства, объединенного с уходом, наблюдением или прочими типами ухода в случае необходимости. Обеспечение возможностей по уходу на дому является важной частью производственного процесса, представляющего сочетание охраны здоровья и предоставление социальных услуг с медицинским обслуживанием, которое включает уход за больными.
87.1	Деятельность по медицинскому уходу с обеспечением проживания
87.10	Деятельность по медицинскому уходу с обеспечением проживания включает: - деятельность домов для престарелых с уходом за больными, санаториев, домов отдыха с уходом за больными, организаций по уходу за больными, интернатов для престарелых; - деятельность по оказанию услуг на дому, оказываемых врачами-профессионалами, см. 86; - деятельность домов для престарелых без минимального ухода за больными или с таким уходом, см. 87.30; - деятельность организаций, предоставляющих социальные услуги с обеспечением проживания, таких как приюты для сирот, детские дома, интернаты и общежития для детей, временные приюты для бездомных, см. 87.9087.

Продолжение таблицы 3.1

Код группировки	Расшифровка, что включает
87.20	Деятельность по оказанию помощи на дому для лиц с ограниченными возможностями развития, душевнобольным и наркозависимым включает: <ul style="list-style-type: none"> - деятельность по уходу на дому (но не лицензируемое больничное лечение) для людей с олигофренией, психиатрическими заболеваниями или токсикоманией. Пациенты обеспечиваются жильем, питанием, наблюдением и консультациями, а также в небольшом объеме медицинским обслуживанием; - деятельность больниц для лечения хронического алкоголизма или наркомании; - деятельность психиатрических санаториев; - деятельность домов для групп людей с эмоциональными расстройствами; - деятельность учреждений по уходу за людьми с умственными недостатками; - деятельность домов для умственно отсталых людей; - деятельность по уходу на дому и лечению умственно отсталых людей и токсикоманов.
87.3 87.30	Деятельность по уходу за престарелыми и инвалидами и с обеспечением проживания
87.9	Деятельность по уходу за престарелыми и инвалидами и с обеспечением проживания прочая
87.90	Деятельность по уходу с обеспечением проживания прочая. Группировка включает: <ul style="list-style-type: none"> - деятельность, направленную на оказание помощи на дому престарелым и инвалидам с несколько ограниченными возможностями ухода за собой; - круглосуточную деятельность по обеспечению социальной помощи детям и особым категориям людей с ограниченными возможностями, когда медицинское лечение или образование не являются основными; - деятельность приютов для сирот; - деятельность детских интернатов и общежитий; - деятельность временных приютов для бездомных; - деятельность по оказанию помощи матерям-одиночкам и их детям. Данная деятельность может выполняться государственными или частными организациями - деятельность групповых домов для совместного проживания людей с социальными или личными проблемами, домов для несовершеннолетних преступников и правонарушителей, исправительных учреждений для несовершеннолетних.
88	Предоставление социальных услуг без обеспечения проживания. Группировка включает: <ul style="list-style-type: none"> - деятельность по предоставлению социальных услуг непосредственно клиентам. Деятельность в этой группировке не включает проживание, за исключением временного.
88.1	Предоставление социальных услуг без обеспечения проживания престарелым и инвалидам
88.10	Предоставление социальных услуг без обеспечения проживания престарелым и инвалидам. Группировка включает: <ul style="list-style-type: none"> - предоставление услуг социального характера, таких как предоставление консультаций и услуг престарелым и инвалидам, присмотр за больными, на дому либо в иных местах, государственными службами или частными организациями, физическими лицами, организациями, оказывающими помощь при стихийных бедствиях, а также национальными и местными организациями взаимопомощи и специалистами, предоставляющими консультационные услуги, включая: посещение престарелых и инвалидов, деятельность по уходу за престарелыми и пожилыми инвалидами, услуги по профессиональной реабилитации для нетрудоспособных лиц при условии, что объем образовательных услуг ограничен; - деятельность по финансированию и управлению программами обязательного социального страхования, см. 84.30; - деятельность, подобную описанной в группировке см. 88.10, но с обеспечением проживания, см. 87.30; - деятельность по дневному уходу за детьми с отклонениями в развитии, см. 88.91(в ред. Изменения 6/2016 ОКВЭД 2, утв. Приказом Росстандарта от 14.04.2016 N 260-ст).
88.9	Предоставление прочих социальных услуг без обеспечения проживания. Группировка включает: <ul style="list-style-type: none"> - дневной уход за детьми (детские сады, ясли), в т.ч. дневной уход за детьми с отклонениями в развитии.
88.91	Предоставление услуг по дневному уходу за детьми

Окончание таблицы 3.1

Код группировки	Расшифровка, что включает
88.99	<p>Предоставление прочих социальных услуг без обеспечения проживания, не включенных в другие группировки. Группировка включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предоставление услуг социального характера, консультаций, материальной помощи. Эти услуги могут предоставляться государственными службами или частными организациями, оказывающими помощь при стихийных бедствиях, а также национальными и местными организациями взаимопомощи, специалистами по предоставлению социальной помощи детям и подросткам и руководства их воспитанием; усыновлению (удочерению), деятельность по предотвращению жестокого обращения с детьми и другими лицами; консультированию по домашнему бюджету, по вопросам брака и семьи, кредитам и займам; предоставлению социальных услуг на муниципальном уровне; оказанию помощи жертвам стихийных бедствий, беженцам, мигрантам и т.п., в том числе предоставление им места для временного проживания или жилья на длительный срок; профессиональной реабилитации для безработных при условии, что объем образовательных услуг ограничен; определению права на получение социальной помощи, доплаты за аренду жилья (жилищных субсидий) или продовольственных талонов; подготовке к определенному виду деятельности лиц с физическими или умственными недостатками, с ограниченным обучением; сбору средств или иной благотворительной деятельности по оказанию помощи, связанной с предоставлением социальных услуг. <p>Эта группировка не включает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - финансирование и управление обязательными программами социального обеспечения, см. 84.30; - предоставление услуг социального характера, подобных описанным в этой группировке, с обеспечением проживания, см. 87.90.

Источник: составлена автором

Выделяют дома-интернаты для престарелых и инвалидов по следующим признакам:

1 По организации:

- государственные (муниципальные)
- частные.

2 По профилю:

- общего типа (для пребывания людей старше 60-65 лет, т.е. пенсионного возраста, инвалиды, люди с ОВЗ, за исключением имеющих серьезные заболевания (инфекционные, психические, СПИД, нарко- и алкозависимые);
- профильные учреждения, специализирующиеся на пребывании людей с заболеваниями (например, психо-неврологические интернаты ПНИ).

3 По типу услуг:

- учреждения, имеющие лицензию на осуществление медицинской деятельности;
- учреждения, не имеющие лицензию на осуществление медицинской деятельности (могут осуществлять только социальное сопровождение, т.е. на основе

межведомственного взаимодействия привлекать организации, предоставляющие медицинскую помощь).

- По стоимости:

В разделе 4 «Социальное обслуживание» «Общероссийского классификатора информации по социальной защите населения ОК 003-2017» (ОКИСЗН) (принят и введен в действие Приказом Росстандарта от 25.05.2017 N 424-ст)⁶ описана система социального обслуживания (6840), в которую входят следующие органы власти, учреждения и организации.

- Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере социального обслуживания.

- Орган государственной власти субъекта Российской Федерации, уполномоченный на осуществление предусмотренных законодательством полномочий в сфере социального обслуживания.

- Организации социального обслуживания, находящиеся в ведении федеральных органов исполнительной власти.

- Организации социального обслуживания, находящиеся в ведении субъекта Российской Федерации.

- Негосударственные (коммерческие и некоммерческие) организации социального обслуживания, в том числе социально ориентированные некоммерческие организации, предоставляющие социальные услуги в сфере социального обслуживания.

- Индивидуальные предприниматели, осуществляющие социальное обслуживание.

В соответствии с ОКИСЗН к формам социального обслуживания относятся: стационарная форма; полустационарная форма; форма социального обслуживания на дому.

⁶ Является документом по стандартизации, среди прочих решает задачу в области социального обслуживания граждан

В таблице 3.2 приведем классификацию организаций, осуществляющих социальное обслуживание по признакам в соответствии с ОКИСЗН.

Таблица 3.2 – Примерная номенклатура организаций, осуществляющих социальное обслуживание по признакам в соответствии с ОКИСЗН

Вид социального обслуживания	Организации, относящиеся к данной группе
1 Стационарное социальное обслуживание	<ul style="list-style-type: none"> - дом-интернат (пансионат), в том числе детский, малой вместимости, для престарелых и инвалидов, ветеранов войны и труда, милосердия; - специальный дом-интернат, в том числе для престарелых - психоневрологический интернат, в том числе детский - специальный дом для одиноких престарелых - социально-оздоровительный центр - геронтологический центр - геронтопсихиатрический центр - иные организации, осуществляющие стационарное социальное обслуживание - в состав организаций, осуществляющих стационарное социальное обслуживание, могут быть включены отделения полустационарного социального обслуживания
2 Полустационарное социальное обслуживание	<ul style="list-style-type: none"> - социально-реабилитационный центр, в том числе для несовершеннолетних - центр помощи детям, оставшимся без попечения родителей - реабилитационный центр, в том числе для детей и подростков с ограниченными возможностями - кризисный центр помощи женщинам - центр психолого-педагогической помощи населению - центр социального обслуживания населения - центр социальной адаптации (помощи), в том числе для лиц без определенного места жительства и занятий - дом ночного пребывания - социальный приют - социальная гостиница - иные организации, осуществляющие полустационарное социальное обслуживание - в состав организаций, осуществляющих полустационарное социальное обслуживание, могут быть включены отделения стационарного социального обслуживания и отделения социального обслуживания на дому
3 Социальное обслуживание на дому	<ul style="list-style-type: none"> - центр социального обслуживания, в том числе комплексный и для граждан пожилого возраста и инвалидов - специализированная служба социально-медицинского обслуживания, в том числе граждан пожилого возраста и инвалидов - центр социальной помощи - иные организации, осуществляющие социальное обслуживание на дому
4 Срочные социальные услуги	<ul style="list-style-type: none"> - служба срочного социального обслуживания, в том числе экстренной психологической помощи - консультативный центр - иные организации, осуществляющие срочное социальное обслуживание

В таблице 3.3 представлены виды социальных услуг соответствии с ОКИСЗН.

Таблица 3.3 – Виды социальных услуг в соответствии с ОКИСЗН

Виды социальных услуг	На что направлены
1 Социально-бытовые	Поддержание жизнедеятельности получателей социальных услуг в быту.
2 Социально-медицинские	Поддержание и сохранение здоровья получателей социальных услуг в сфере социального обслуживания путем организации ухода, оказания содействия в проведении оздоровительных мероприятий, систематического наблюдения за получателями социальных услуг в сфере социального обслуживания для выявления отклонений в состоянии их здоровья.
3 Социально-психологические	Оказание помощи в коррекции психологического состояния получателей социальных услуг в сфере социального обслуживания для адаптации в социальной среде, в том числе оказание психологической помощи анонимно с использованием телефона доверия.
4 Социально-педагогические	Профилактика отклонений в поведении и развитии личности получателей социальных услуг в сфере социального обслуживания, формирование у них позитивных интересов (в том числе в сфере досуга), организацию их досуга, оказание помощи семье в воспитании детей.
5 Социально-трудоовые	оказание помощи в трудоустройстве и в решении других проблем, связанных с трудовой адаптацией.
6 Социально-правовые	оказание помощи в получении юридических услуг, в том числе бесплатно, в защите прав и законных интересов получателей социальных услуг в сфере социального обслуживания.
7 Услуги в области коммуникации	Повышение коммуникативного потенциала получателей социальных услуг в сфере социального обслуживания, имеющих ограничения жизнедеятельности, в том числе детей-инвалидов.
8 Срочные социальные услуги	Обеспечение срочных услуги в сфере социального обслуживания

В классификаторе также указаны категории лиц, которым предоставляются социальные услуги в сфере социального обслуживания бесплатно, таблица 3.4.

Также в классификаторе обозначены условия, при которых гражданин признается нуждающимся в социальном обслуживании в случае, если существуют обстоятельства, которые ухудшают или могут ухудшить условия его жизнедеятельности.

Таблица 3.4 - Категории лиц, которым предоставляются социальные услуги в сфере социального обслуживания бесплатно

Категория лиц	Форма социального обслуживания
1 Несовершеннолетние дети	во всех формах социального обслуживания
2 Лица, пострадавшие в результате вооруженных межнациональных (межэтнических) конфликтов	во всех формах социального обслуживания
3 Гражданам, в форме социального обслуживания на дому и в полустационарной форме социального обслуживания, если на дату обращения среднедушевой доход получателя социальных услуг, рассчитанный в соответствии с нормативными правовыми актами Российской Федерации, ниже предельной величины или равен предельной величине среднедушевого дохода для предоставления социальных услуг бесплатно, установленной законом субъекта Российской Федерации	во всех формах социального обслуживания
4 иным категориям граждан, предусмотренным нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации	во всех формах социального обслуживания

В таблице 3.5 представлены условия, при которых гражданин признается нуждающимся в социальном обслуживании в случае, если существуют обстоятельства, которые ухудшают или могут ухудшить условия его жизнедеятельности.

Таблица 3.5 - Условия, при которых гражданин признается нуждающимся в социальном обслуживании в случае, если существуют обстоятельства, которые ухудшают или могут ухудшить условия его жизнедеятельности

Условия признания гражданина нуждающимся в социальном обслуживании
1 Полная или частичная утрата способности либо возможности осуществлять самообслуживание, самостоятельно передвигаться, обеспечивать основные жизненные потребности в силу заболевания, травмы, возраста или наличия инвалидности.
2 Наличие в семье инвалида или инвалидов, в том числе ребенка-инвалида или детей-инвалидов, нуждающихся в постоянном постороннем уходе.
3 Наличие ребенка или детей (в том числе находящихся под опекой, попечительством), испытывающих трудности в социальной адаптации.
4 Отсутствие возможности обеспечения ухода (в том числе временного) за инвалидом, ребенком, детьми, а также отсутствие попечения над ними.
5 Наличие внутрисемейного конфликта, в том числе с лицами с наркотической или алкогольной зависимостью, лицами, имеющими пристрастие к азартным играм, лицами, страдающими психическими расстройствами, наличие насилия в семье.
6 Отсутствие определенного места жительства, в том числе у лица, не достигшего возраста двадцати трех лет и завершившего пребывание в организации для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.
7 Отсутствие работы и средств к существованию.
8 Наличие иных обстоятельств, которые нормативными правовыми актами субъекта Российской Федерации признаны ухудшающими или способными ухудшить условия жизнедеятельности граждан.

С целью получить данные о необходимости в размещении нуждающихся в стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых и др.) в работе проведено исследование, цель которого выявить уровень потребности в стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых и др.). Для этого были разработаны анкеты.

- Анкета №1 (Приложение А) - для опроса мнения родственников, детей, у которых могут быть престарелые родители, родственники и др., проживающие на территории Приморского края. Выборка составила 267 человек .

- Анкета № 2 (Приложение Б) - для опроса непосредственно пожилых людей в возрасте 60 +, проживающие на территории Приморского края. Выборка составила 68 человек.

- Анкета № 3 (Приложение В) – для опроса представителей малого и среднего бизнеса с целью выяснения готовы ли предприниматели заниматься социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях. Выборка составила 30 человек, осуществляющие деятельность на территории Приморского края.

Далее приведем некоторые значимые для нашего исследования результаты проведенных опросов.

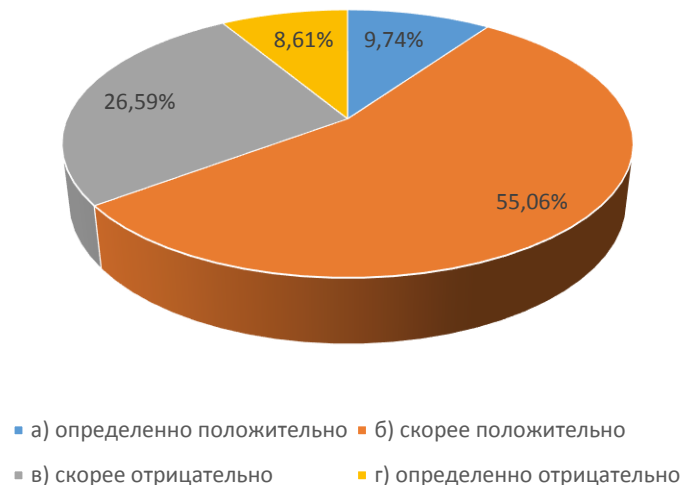


Рисунок 3.1 - Как вы в целом относитесь к практике проживания пожилых людей в домах престарелых?

Агрегированные результаты опроса по анкете 1 размещены в Приложении Г.

Опрос показал, что положительно к практике проживания пожилых людей в домах престарелых относятся более 67% опрошенных (рисунок 3.1, 3,2). Большая часть опрошенных (более 20%) считают, что в домах престарелых Приморского края плохие условия проживания.

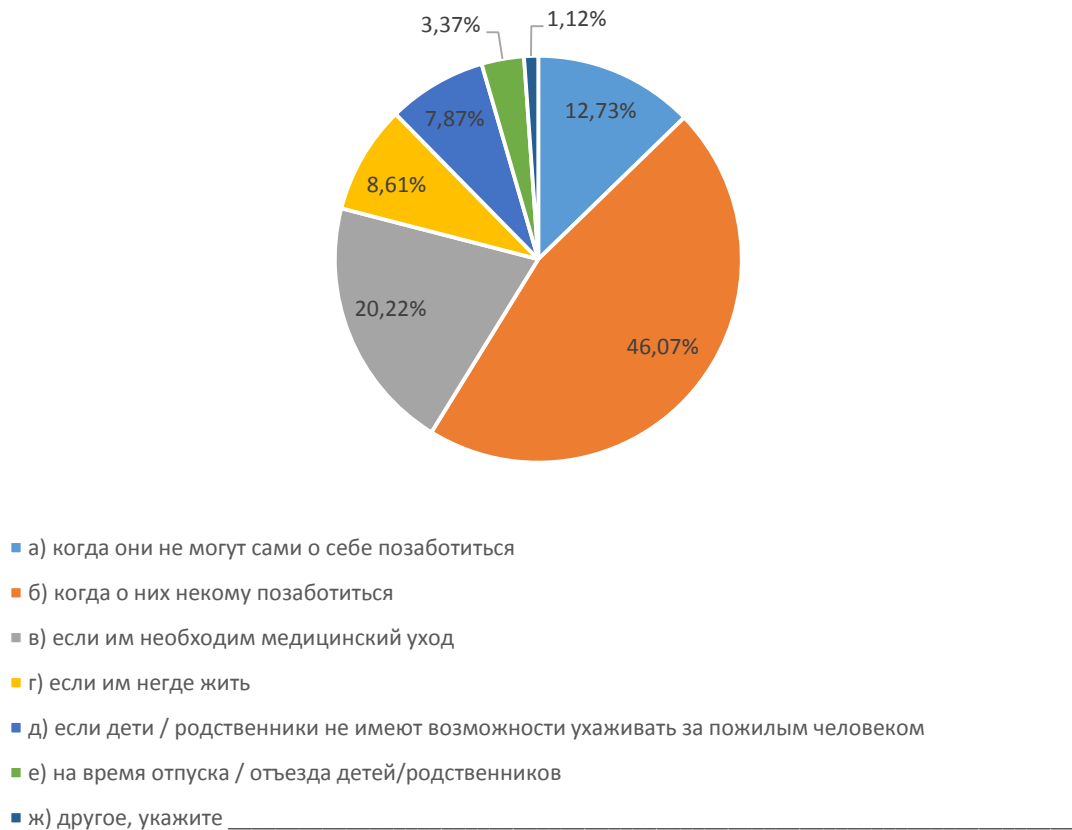


Рисунок 3.2 - Как вы считаете, в каких случаях допустимо, что люди в старости переселяются в дома престарелых?

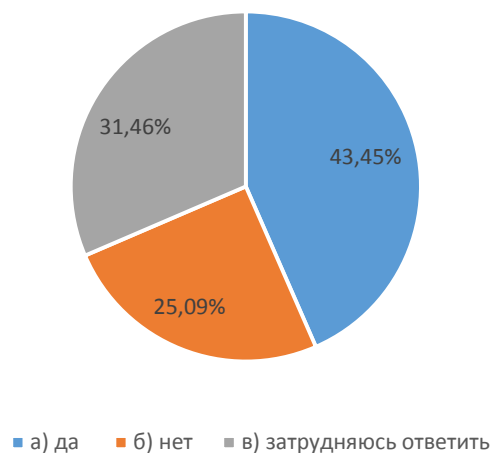


Рисунок 3.3 - Готовы ли вы доплачивать за содержание родителей / родственников в доме престарелых в условиях повышенной комфортности?

Большая часть опрошенных готовы доплачивать за содержание пожилых родителей/родственников в доме престарелых на условиях повышенной комфортности (рисунок 3.3).

Таким образом, можно резюмировать, что в целом общество принимает положительно практику размещения престарелых родителей/родственников в домах престарелых, но нужны более комфортабельные условия, за что они готовы доплачивать.

Результаты опроса по анкете 2 размещены в Приложении Д. Опрос пожилых людей показал, что большинство опрошенных рассматривают для себя возможность проживания в доме престарелых (25% и 36.76%) при определенных жизненных обстоятельствах (рисунок 3.4). На вопрос где при определенных жизненных обстоятельствах вы бы предпочли жить, 30.88% респондентов ответили в доме престарелых (рисунок 3.5).

Рассматриваете ли вы для себя возможность проживания в доме престарелых?



Рисунок 3.4 - Рассматриваете ли вы для себя возможность проживания в доме престарелых?

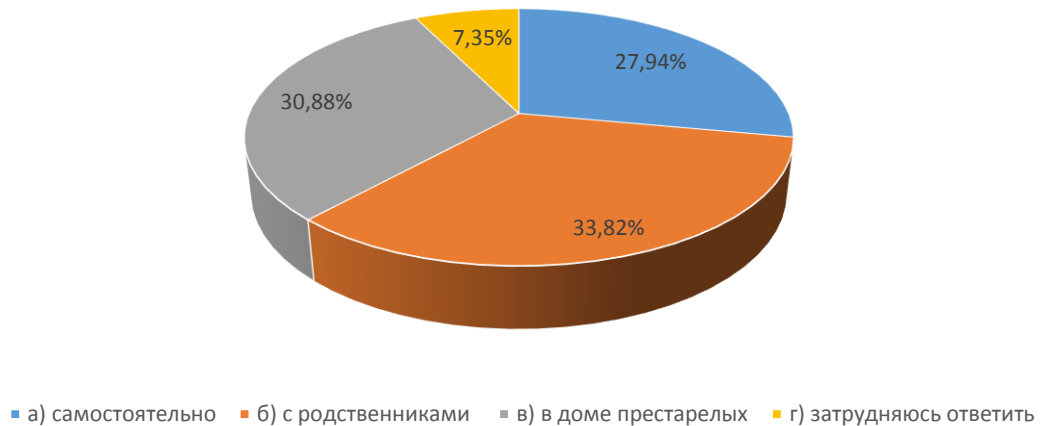


Рисунок 3.5 - Представьте ситуацию. Жизненные обстоятельства заставляют Вас сделать выбор, где вы бы хотели проживать в дальнейшем?

На вопрос о готовности доплачивать самостоятельно за повышенную комфортность, более 60% респондентов ответили положительно (рисунок 3.6).

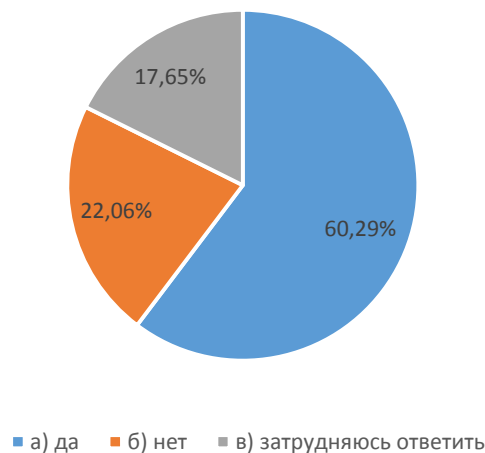


Рисунок 3.6 - Готовы ли вы пребывать в доме престарелых на условиях повышенной комфортности и самостоятельно за это доплачивать?

Делаем вывод, что потенциально люди пожилого возраста 60+, готовы проживать в домах престарелых, но большинство хотело бы лучшие условия, за что даже готовы доплачивать самостоятельно.

Обобщенные результаты опроса предпринимательского сектора с помощью анкеты 3 размещены в Приложении Е. В целом порос предпринимателей малого и среднего бизнеса показал, что большинство (17%) готовы заниматься социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях. При поддержке

государства готовы вести бизнес в социально-значимых отраслях 19% опрошенных. Большинство респондентов в числе мотивов по которым они согласны заняться социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях отметили повышение материального благосостояния (12%) и внести вклад в решение социальных проблем (9%). Также предприниматели указали причины, по которым вы не готовы заняться социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях, среди которых 15% отметили мало информации, 2% отсутствие свободных денег, и 12% затруднились с ответом. Таким образом, опрос показал, что малый и средний бизнес готов на условиях поддержки со стороны государства вести бизнес в социально-значимых отраслях.

Если сравнивать результаты проведенного исследования с исследованием «Института Общественного Мнения Анкетолог», которое проводилось в 2018 году, то можно сказать следующее. В исследовании «Института Общественного Мнения Анкетолог» в 2018 году было выявлено, что допустимой практикой переселения пожилых людей в дома престарелых считают 59% опрошенных, при этом только 17% считают условия в этих учреждениях хорошими. Выборку исследования, которое проводилось с 24 июля по 1 августа 2018 года, составили 5150 человек, из них 32% - мужчины, 68% - женщины. По возрасту: младше 18 лет – 2%; 18-30 лет – 34%; 31-45 лет – 45%, 46-55 лет – 14%; от 56 лет- 5%. Большинство из опрошенных имеют родственников пожилого возраста (88%), в большинстве пожилые родственники живут отдельно (62%), живут вместе 20% из числа опрошенных. В целом, результаты коррелируются с нашим исследованием и можно говорить о целесообразности привлечения малого и среднего предпринимательства в социально-значимые отрасли.

В настоящее время в России насчитывается около 1500 государственных домов-интернатов для престарелых и инвалидов, в Приморском крае количество стационарных учреждений социального обслуживания для граждан пожилого возраста и инвалидов на начало 2020 года составило 25 учреждений всех типов, таблица 3.6.

Таблица 3.6 - Стационарные учреждения социального обслуживания для граждан пожилого возраста и инвалидов в Приморском крае (на начало года, следующего за отчетным)

Показатель	2017	2018	2019
Число учреждений	24	25	25
в них:			
мест	3859	3955	3938
проживающих, человек	3886	3954	3930
из них:			
находятся на постоянном постельном режиме	602	667	652
в % к общей численности проживающих	15.5	16.9	16.6
инвалидов I группы	1033	1096	1109
в % к общей численности проживающих	26.6	27.7	28.2
инвалидов II группы	2298	2383	2336
в % к общей численности проживающих	59.1	60.3	59,4
инвалидов III группы	145	141	147
в % к общей численности проживающих	3.7	3.6	3.7
признанных недееспособными	2028	2133	2096
в % к общей численности проживающих	52.2	53.9	53.2
участников и инвалидов ВОВ	19	13	8
Численность состоящих на очереди для помещения в учреждения, человек	20	41	-
из них на очереди более одного года	14	-	-
в % к общей численности стоящих на очереди	70.0	-	-

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю

Согласно таблицы 3.6 число стационарных учреждений социального обслуживания для граждан пожилого возраста и инвалидов на начало 2019 г. составило 25, и не изменилось на начало 2020 г. – 25 учреждений.

Количество мест (мощности) в 2018 году заполнены полностью. На начало 2019 года в очереди состоял 41 человек. Выяснено, в ходе беседы с замминистра Министерства труда и социальной политики Приморского края, что эта очередь в специализированные психо-неврологические интернаты. На начало 2020 года очередь отсутствует. Но причина не в том, что нет желающих, а в том, что все мощно-

сти государственных стационарных учреждений социального обслуживания заполнены в рамках государственного задания и в связи с этим на очередь просто не ставят.

Таблица 3.7 – Стационарные учреждения социального обслуживания для граждан пожилого возраста и инвалидов по типам учреждений в Приморском крае

	Всего		В том числе			
			Общего типа		психоневрологическое (включая реабилитационные центры)	
	на 01.01.2019	на 01.01.2020	на 01.01.2019	на 01.01.2020	на 01.01.2019	на 01.01.2020
Число учреждений	25	25	11	11	14	14
в них:						
Мест	3955	3938	1093	1118	2862	2820
проживающих, человек	3954	3930	1099	1099	2855	2831
из общего числа проживающих, в %:						
находятся на постоянном постельном режиме	16.9	16.6	28.0	33	14.4	10.6
инвалидов I группы	27.7	28.2	26.8	33.2	27.3	28
инвалидов II группы	60.3	59.4	37.1	34.9	68.2	69
инвалидов III группы	3.6	3.7	10.5	10.7	0.9	1
признанных недееспособными	53.9	53.2	5.5	6.5	72.4	71.5

Источник: Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю

Согласно таблице 3.7 число учреждений за период с 01.01.2019 г. по 01.01.2020 года не поменялось. Из 25 учреждений социального обслуживания, 11 – это учреждения общего типа, 14 – психоневрологические, включая реабилитационные центры.

На рисунке 3.7 и 3.8 показано распределение проживающих в учреждениях для престарелых и инвалидов-взрослых по возрасту и полу в Приморском крае в 2018 г. и в 2019 г.

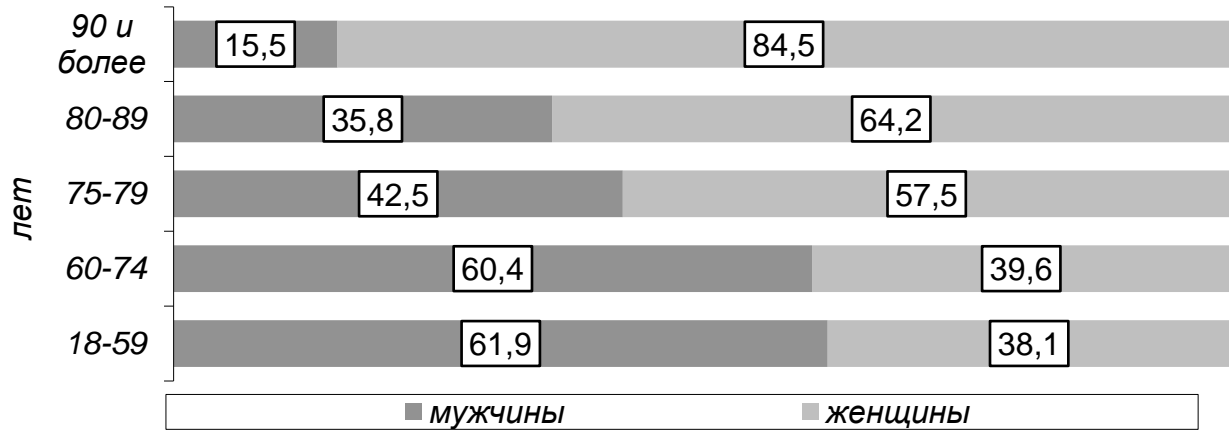


Рисунок 3.7 – Распределение проживающих в учреждениях для престарелых и инвалидов-взрослых по возрасту и полу в Приморском крае, 2018 год, в процентах

Наибольшее количество 84,5% – это женщины старше 90 лет, и в этой же категории наименьшее количество мужчин 15,5%. Женщин в возрасте 80-89 лет 64,2% - на втором месте, мужчин в этой группе – 35,8%. В возрастной группе 75-79 лет – 57,5% женщин и 42,5% мужчин. Наибольшее количество мужчин составляют возрастную группу 18-59 лет – 61,9% и 60-74 года – 60,4%.

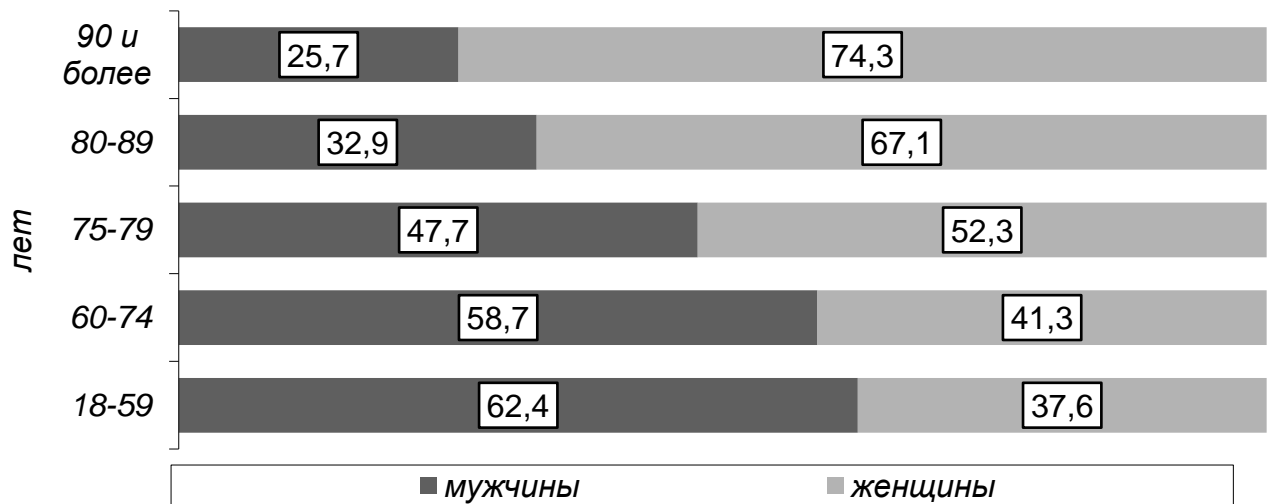


Рисунок 3.8 – Распределение проживающих в учреждениях для престарелых и инвалидов-взрослых по возрасту и полу в Приморском крае, 2019 год, в процентах

Из рисунка 3.8 видно, что в 2019 году незначительное изменение в соотношении проживающих в учреждениях социального типа по полу и возрасту. Так, увеличилось количество мужчин в возрасте 90 и более лет (25.7% против

15.5%), при этом женщин этой возрастной категории стало меньше (74.3% против 84.5%) чем в 2018 году.

В таблице 3.8 приведен перечень, мощности (какое количество человек могут проживать) и основные задачи и функции организаций социального обслуживания Приморского края, в которых проживают дети, престарелые граждане, инвалиды.

Таблица 3.8 – Организации социального обслуживания, в которых проживают нуждающиеся граждане, расположенные на территории Приморского края (государственная форма собственности)

Наименование учреждения	Место нахождения	Мощность, чел.	Основные задачи и функции
1 КГБУ социального обслуживания «Липовецкий психоневрологический интернат»	п. Липовцы, Октябрьский район	435	Предоставление социальных услуг инвалидам старше 18 лет, страдающими хроническими психическими заболеваниями и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
1.1 Отделение в п. Таловый	П. Таловый Пограничный район	135	
2 КГБУ социального обслуживания «Партизанский психоневрологический интернат»	г. Партизанск	416	Предоставление социальных услуг инвалидам старше 18 лет, с хроническими психическими заболеваниями и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
3 КГБУ социального обслуживания «Майский психоневрологический интернат»	с. Майское, Черниговский район	516	Предоставление социальных услуг инвалидам старше 18 лет, страдающими хроническими психическими заболеваниями и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
4 КГБУ социального обслуживания «Раздольненский психоневрологический интернат»	п. Тихое, Надеждинский район	190	Предоставление социальных услуг инвалидам старше 18 лет, страдающими хроническими психическими заболеваниями и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
5 КГБУ социального обслуживания «Дальнереченский психоневрологический интернат»	г. Дальнереченск	105	Предоставление социальных услуг инвалидам старше 18 лет, страдающими хроническими психическими заболеваниями и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
6 КГБУ социального обслуживания «Кавалеровский психоневрологический интернат»	п. Рудный, Кавалеровский район	129	Предоставление социальных услуг инвалидам старше 18 лет, страдающими хроническими психическими заболеваниями и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
6.1 Геронтопсихиатрическое отделение в г. Дальнегорске	г. Дальнегорск	75	
7 КГАУ социального обслуживания «Уссурийский реабилитационный центр для лиц с умственной отсталостью»	г. Уссурийск	271	Предоставление социальных услуг лицам с умственной отсталостью в возрасте от 18 до 35 лет, способным к обучению элементарным навыкам, нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях

Продолжение таблицы 3.8

8 КГБУ социального обслуживания «Екатериновский детский психоневрологический дом-интернат»	с. Екатериновка, Партизанский район	405	Предоставление социальных услуг умственно отсталым детям в возрасте от 4 до 18 лет и лицам с умственной отсталостью в возрасте от 18 до 23 лет частично или полностью утратившими способность к самообслуживанию и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
8.1 Отделение в г. Партизанске	г. Партизанск	100	
9 КГБУ социального обслуживания «Покровский психоневрологический интернат»	с. Покровка, Октябрьский район	617	Предоставление социальных услуг инвалидам старше 18 лет, страдающими хроническими психическими заболеваниями и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
9.1 отделение в Михайловском районе	с. Кремово, Михайловский район	30	
10 КГБУ социального обслуживания «Арсеньевский психоневрологический интернат»	г. Арсеньев	70	Предоставление социальных услуг инвалидам старше 18 лет, страдающими хроническими психическими заболеваниями и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
10.1 отделение по Чугуевскому району	с. Булыга-Фадеево	20	
11 КГБУ социального обслуживания «Артемовский дом-интернат для престарелых и инвалидов»	г. Артем	150	Предоставление социальных услуг гражданам пожилого возраста и инвалидам, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
11.1 отделение в г. Находка	г. Находка	90	
12 КГБУ социального обслуживания «Спасский дом-интернат для престарелых и инвалидов»	г. Спасск-Дальний	184	Предоставление социальных услуг гражданам пожилого возраста и инвалидам, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
12.1 Геронтопсихиатрическое отделение в Спасском районе	Спасский район, с. Чкаловское	68	
12.2 Отделение в Черниговском районе	Черниговский район, с. Дмитриевка	61	
13 КГБУ социального обслуживания «Дом-интернат для престарелых и инвалидов» Пожарский район	Пожарский район, с. Новостройка	82	Предоставление социальных услуг гражданам пожилого возраста и инвалидам, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
13.1 Отделение в г. Лесозаводск	г. Лесозаводск	40	
14 КГБУ социального обслуживания «Хорольский дом-интернат для престарелых и инвалидов»	с. Хороль	122	Предоставление социальных услуг гражданам пожилого возраста и инвалидам, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
14.1 отделение в с. Мельгуновка	с. Мельгуновка, Ханкайский район	48	

Окончание таблицы 3.8

15 КГБУ социального обслуживания «Яковлевский специальный дом-интернат для престарелых и инвалидов»	Яковлевский район, с. Новосысоевка	35	Предоставление социальных услуг гражданам пожилого возраста и инвалидам, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию и нуждающимся в постоянном постороннем уходе из числа освободившихся из мест лишения свободы особо опасных рецидивистов и других лиц, за которыми в соответствии с законодательством установлен административный надзор, а также судимым, занимающихся бродяжничеством, а также гражданам пожилого возраста, проживающим в стационарных учреждениях и нарушающих правила внутреннего распорядка
16 КГБУ социального обслуживания «Шкотовский центр по оказанию помощи лицам без определенного места жительства»	Шкотовский район, с. Романовка	25	Предоставление социальных услуг бездомным гражданам, нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях
17 КГАУ социального обслуживания «Приморский центр социального обслуживания населения»	г. Владивосток		Предоставление срочных социальных услуг и социальных услуг на дому престарелым и инвалидам с несколькими ограниченными возможностями ухода за собой
18 КГАУ социального обслуживания «Седанкинский дом-интернат для престарелых и инвалидов»	г. Владивосток	520	Предоставление социальных услуг гражданам пожилого возраста и инвалидам, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию и нуждающимся в постоянном постороннем уходе в стационарных условиях

Источник: составлена автором

Далее приведем пример предоставления социальных услуг в учреждении Приморского края. Краевое государственное автономное учреждение социального обслуживания «Седанкинский дом-интернат для престарелых и инвалидов» (КГАУСО "СДИПИ") - учреждение общего типа, один из ведущих интернатов Приморского края, специализирующийся на оказании разносторонней медицинской и социально-бытовой помощи людям пожилого возраста и инвалидам, частично или полностью утратившим способность к самообслуживанию, и нуждающимся в посторонней помощи и уходе. Также в задачи КГАУСО "СДИПИ" входит: предоставление проживающим социальных услуг, достаточных для удовлетворения их основных жизненных потребностей; оперативное внедрение новых социальных технологий; повышение эффективности

качества обслуживания; проведение санитарно-просветительной работы с целью повышения возрастной адаптации; увеличение степени самостоятельности пожилых граждан, восстановление у них способности к посильному труду, формирование у них навыков и умений самостоятельно строить свою жизнь и решать возникшие проблемы; регулярное проведение оздоровительных и профилактических мероприятий; осуществление медицинского контроля за состоянием граждан в процессе проведения лечебных и оздоровительных мероприятий; осуществление мероприятий по коррекции психологического статуса граждан. В учреждении общего типа реализуется система долговременного ухода для людей старше 60-65 лет и инвалиды от 18 лет, за исключением категорий граждан с определенными заболеваниями (инфекционными, психические и др.). В настоящее время государство стремится, чтобы учреждения именно общего типа сокращались. Необходимы специализированные учреждения, например, психоневрологические интернаты (ПНИ), число которых недостаточно. В настоящее время в рассматриваемом доме-интернате проживает 501 человек, в том числе: участники и инвалиды ВОВ - 6 человек; вдовы умерших участников и инвалидов ВОВ - 5 человек; труженики тыла - 18 человек; узники фашистских лагерей – 2 человека; жертвы политических репрессий – 4 человека. Большая часть проживающих имеют I, II или III группу инвалидности. В числе проживающих в интернате также 80 человек с ОВЗ (колясочники), которым негде жить; 50 человек из числа проживающих работают в данном учреждении (эта категория из числа бывших воспитанников детских домов, которые имеют ограничения по здоровью в части умственной отсталости).

Медицинская служба КГАУСО "СДИПИ" включает три отделения: "Геронтопсихиатрическое", "Милосердие" № 1, "Милосердие" № 2. Оборудованы кабинеты стоматолога, ЛФК и массажа, функциональной диагностики, лаборатория. Прием ведут врачи: терапевт, уролог, гинеколог, невролог, хирург, окулист, эндокринолог, стоматолог, психиатр.

Финансирование пребывания осуществляется из двух источников:

1 Бюджетные деньги (субъекта федерации, в бюджете заложены администрации Приморского края). Из бюджета субъекта федерации деньги идут на оплату содержания учреждения и персонала (заработная плата, содержание и т.п.).

2 Внебюджетные – 75% от пенсии получателя социальных услуг, которые расходуются на медикаменты, продукты питания, мягкий инвентарь и т.п.

Согласно 442-ФЗ оплата за предоставление социальных услуг в стационарной форме социального обслуживания рассчитывается на основе тарифов на социальные услуги, но не может превышать 75 % среднедушевого дохода получателя социальной услуги. До 01.01.2015 г. действовал 195-ФЗ в соответствии с которым стоимость услуги рассчитывалась исходя из себестоимости услуги. С 01.1.2015г. действует 442-ФЗ, который не позволяет ухудшить условия пребывания, но при этом не учитывает величину себестоимости, что увеличивает размер оплаты пользователей услуги.

Таблица 3.9 – Количество свободных мест для приёма получателей социальных услуг в стационарной форме за счет бюджетных ассигнований бюджета ПК за период с 02.12.2019г. по 31.08.2020г.

Показатель	Состоит на 02.12.2019 г.	Состоит на 31.08.2020 г.
По списку	501	510
На довольствии	494	494
Поступило	2	6
Отсутствует:	7	16
Умерло	1	1
Списано по желанию (перевод)	3	0
Получают пенсии	499	504
Свободных мест	19	10

Источник: данные отчетной документации КГАУСО "СДИПИ"

Согласно таблице 3.9 в учреждении на 02.12.2019г. находилось 501 человек, свободных мест – 19. Тогда как на 31.08.2020г. в учреждении 510 человек, свободных мест – 10 (уменьшилось на 9). Очереди на сегодняшний день нет, так как временно с 01.09.2019г. путевки не выписывались из-за ремонта, затем освободившиеся места были заполнены.

Из таблицы 3.6 следует, что на очереди по краю состоит 41 человек, это в другие учреждения края, в т.ч. в ПНИ (психо-неврологические интернаты). Загрузка указанных мощностей происходит на основании государственного задания, которое учреждение получает на основании рассчитанных мощностей для размещения нуждающихся. Но рассчитанные мощности не учитывают реальный спрос на размещение в организациях подобного типа. Согласно проведенного опроса, существующих мощностей не хватает. Для получения места в таком учреждении социального обслуживания (дом престарелых, пансионат), необходимо встать на очередь в Фонде социального страхования, т.е. подать заявку. По факту, на практике, если подается заявка, а фактически известно, что мест в доме престарелых нет, то на очередь просто не ставят.

Таблица 3.10 – Количество свободных мест для приёма получателей социальных услуг в стационарной форме за счет средств физических и(или) юридических лиц за период с 01.11.2019 по 15.02.2020

	Состоит на 01.11.2019	Состоит на 15.02.2020
По списку	1	0
На довольствии	1	0
Поступило	0	0
Отсутствует:	0	0
Списано по желанию/перевод на бюджет	0/0	0/0
Свободных мест	-	-

Источник: данные отчетной документации КГАУСО "СДИПИ"

Из таблицы 3.10 следует, что число получателей социальных услуг в стационарной форме за счет средств физических и(или) юридических лиц за период с 01.11.2019 по 15.02.2020г. изменилось к нулю. Связано это с тем, что уполномоченный орган не разрешает принимать лиц на коммерческой основе и сверх государственного задания.

В таблице 3.11 отражена динамика количества занятых / свободных мест для получателей социальных услуг за счет бюджетных ассигнований и оплачиваемых в соответствии с договорами за счет физических лиц, а также на условиях полной оплаты.

Тариф полной оплаты составляет 38000 рублей согласно тарифа

Министерства труда и социальной политики Правительства Приморского края. За счет бюджетных ассигнований и договоров физических лиц оплачивается согласно тарифа Министерства труда и социальной политики Правительства Приморского края 75 процентов с пенсии получателя социальных услуг, остальные 25 процентов – бюджетные деньги.

Таблица 3.11 – Динамика количества занятых / свободных мест для получателей социальных услуг за счет бюджетных ассигнований и оплачиваемых в соответствии с договорами за счет физических лиц, а также на условиях полной оплаты

	01.11.2019		01.12.2019		31.08.2020	
	Кол-во клиентов	Кол-во свободных мест	Кол-во клиентов	Кол-во свободных мест	Кол-во клиентов	Кол-во свободных мест
Бюджет	496	23	501	19	510	10
Полная оплата	1	0	1	0	0	0

Источник: данные отчетной документации КГАУСО "СДИПИ"

Из таблицы 3.11 следует, что свободных мест на 31.08.2020 г. практически нет. На те места, которые указаны в таблице 3.11, выписаны путевки. Следовательно, загрузка мощностей данного учреждения составляет практически 100 процентов и осуществляется согласно государственного задания. Сверх этого задания Министерство труда и социальной политики Правительства Приморского края не разрешает КГАУСО "СДИПИ" брать постояльцев на коммерческой основе.

Таким образом, государственные стационарные учреждения социального обслуживания не удовлетворяют все существующие потребности в подобного рода услугах, а именно во временном пребывании на период отъезда в отпуск, пребывании людей, нуждающихся в постоянном присмотре и медицинском обслуживании.

3.2 Организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях и для социально-незащищенных групп населения

Организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях представлен на рисунке 3.9. Центральное место в нем занимает организационная бизнес-модель

государственного франчайзинга, что позволяет детализировать уникальное ценностное предложение для каждой социально-значимой отрасли.

В данном механизме выделены следующие группы факторов: социально-экономические, организационные, институциональные. Данные факторы оказывают влияние как на государство, так и на бизнес-среду, что приводит к необходимости выбора данной формы партнерского взаимодействия. Разработанный механизм содержит блок «Институциональная среда». Одной из основных проблем процесса взаимодействия государственных и предпринимательских структур в российской деловой практике является неудовлетворительный уровень институционального обеспечения.

Для реализации предлагаемой формы партнерского взаимодействия необходимо формирование институциональной среды, а именно нормативно-правовое обеспечение, государственное регулирование и контроль, меры государственной поддержки в социально-значимых отраслях / для социально-незащищенных групп населения.

Общая идеология формирования понятия «государственный франчайзинг». В системе частно-государственного предпринимательства в России все большее значение приобретает франчайзинг, выступая особым способом организации и ведения бизнеса, т.е. предпринимательской деятельности. Применение франчайзинга дает существенные преимущества для развития предпринимательской деятельности как для лиц, предоставляющих право использовать свои средства индивидуализации, деловую репутацию, методы организации производства и реализации товаров, работ, услуг (т.е. для Франчайзеров), так и для лиц, приобретающих возможности их использования в предпринимательской деятельности (т.е. Франчайзи). С целью привлечения малого и среднего бизнеса в социально-значимые отрасли и использования его потенциала для улучшения рынка социальных услуг, делового климата, качества жизни социально-незащищенных групп населения рассмотрим организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга.



Рисунок 3.9 - Организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях / для социально-незащищенных групп населения

Определение феномена «государственный франчайзинг». Нами разработано научное определение феномена «государственный франчайзинг», экономическая сущность которого приведена в п. 1.3.2.

Приведем повторно авторское определение: государственный франчайзинг – это особая форма частно-государственного предпринимательства, реализуемая между государственными и предпринимательскими структурами в целях поддержки социально-значимых отраслей либо социально-незащищенных групп населения, обеспечения баланса между государственным и частным секторами экономики и поддержки малого и среднего бизнеса, на основе специфического продукта/услуги у государства, специфика которого выражается в конституционных обязательствах государства перед населением (обеспечение домами престарелых, пенсиями, здравоохранение и т.п.); исключительным правом государства на продукт/услугу и абсолютное право контроля качества.

В отличие от немногочисленных существующих в экономической литературе, полученное определение носит научный характер и отражает принципиальные отличия от других форм партнерства.

Цели и задачи развития института государственного франчайзинга. Цель развития института государственного франчайзинга состоит в сближении интересов государственных и предпринимательских структур при взаимодействии в социально-значимых отраслях/ для социально-незащищенных групп населения, развитие стратегического партнерства государства и бизнеса на рынке социальных услуг.

В рамках сформулированной цели, определим задачи развития института государственного франчайзинга: создавать условия роста в социально-значимых отраслях и сферах деятельности; привлекать малое и среднее предпринимательство к взаимодействию в социально-значимых отраслях с государственным сектором; обеспечить конкуренцию на рынке социальных услуг; выполнение конституционных обязательств государства перед социально-незащищенными категориями граждан (обеспечение пенсиями, услугами здравоохранения, социальными учреждениями (домами престарелых)); повышать качество жизни

населения через показатели увеличения продолжительности жизни, дожития; оказывать положительное воздействие на деловую предпринимательскую среду; создавать новые рабочие места; поддерживать малое и среднее предпринимательство; способствовать совершенствованию нормативно-правового регулирования отношений между государственными и предпринимательскими структурами в форме государственного франчайзинга; снижать финансовую нагрузку на бюджеты различных уровней.

Факторы, определяющие развитие франчайзинговых отношений между государственными и предпринимательскими структурами. Факторы – это условия, причины, параметры, показатели, оказывающие влияние, воздействие на экономический процесс и результат этого процесса. Факторы государственного франчайзинга – это параметры, определяющие возможности реализации государственно-франчайзингового взаимодействия. Результат феномена «государственный франчайзинг» - это достижение эффективного взаимодействия между государственными и предпринимательскими структурами (государством и бизнес-средой) в социально-значимых отраслях экономики.

Таким образом, выделим следующие группы факторов государственного франчайзинга: социально-экономические; организационные; институциональные.

Данные факторы оказывают влияние как на государство, так и на бизнес-среду, что приводит к необходимости использования государственно-франчайзингового взаимодействия.

Принципы развития государственного франчайзинга. Сформулирован комплекс принципов партнерских взаимоотношений в формате государственный франчайзинга (таблица 1.16). Первые восемь принципов относятся к общепринятым, следующие три выделены автором для такой формы партнерского взаимодействия как государственный франчайзинг.

Особым принципом из числа всех перечисленных является принцип исключительности прав у государства на продукт / услугу, который существенно отличает формат государственного франчайзинга от других форм партнерского взаимодействия. Государственный франчайзинг отличается от франчайзинга

спецификой услуги, т.е. специфический продукт у государства выражается в конституционных обязательствах государства перед населением (обеспечение домами престарелых, пенсиями, здравоохранение и т.п.). Франчайзер также обладает абсолютным правом контроля качества социальной услуги.

Субъекты государственно-франчайзинговых отношений. Согласно модели понятия «государственный франчайзинг», представленной на рисунке 1.7, субъектный состав государственного франчайзинга представлен государственным сектором (Франчайзер), предпринимательским сектором (Франчайзи), социально-значимые отрасли / социально-незащищенные группы населения.

Таблица 3.12 - Субъекты партнерских взаимодействий (государственно-франчайзинговых отношений)

Наименование субъекта	Кем представлен	Функции (интересы) субъекта	Приоритетная сфера взаимодействия
1 Франчайзер Грантооператор	Консультационный центр государственного франчайзинга при Министерстве труда и социальной политики Приморского края	- Исключительное право государства на продукт/услугу; - Абсолютное право контроля за качеством - Конституционные обязательства государства перед гражданами	- Поддержка; - Гарантии; - Регулирование; - Контроль
2 Франчайзи	Субъекты предпринимательского сектора (малый и средний бизнес, некоммерческие социально-ориентированные организации)	- Ресурсы; - Роялти, выраженный в полезном эффекте; - Присутствие в социально-значимых отраслях	Социально-значимые отрасли, социально-незащищенные группы населения
3 Социально-значимые отрасли, социально-незащищенные группы населения	Потребители: престарелые люди, инвалиды, люди с ОВЗ, социально-незащищенные дети	-Отсутствие конкурентного поля - нехватка мощностей для имеющегося спроса	Рынок социальных услуг

Государственный франчайзинг отличается от классического франчайзинга спецификой услуги, выраженной в конституционных обязательствах государства перед населением (обеспечение домами престарелых, пенсиями, здравоохранение

и т.п.).

Франчайзер (Грантооператор), в качестве которого предлагается создать Консультационный центр государственного франчайзинга при Министерстве труда и социальной политики Приморского края. Франчайзером могут быть автономные организации. Франчайзер (грантооператор) собирает инициативы, оценивает, формирует грантовое задание, организовывает конкурсные мероприятия по своим критериям, таким как социальные, экономическая активность, бюджетные. Франчайзер осуществляет консультационную деятельность, поддержку, в т.ч. делать отчет по освоенным бюджетным ассигнованиям и иным ресурсам.

Государственный франчайзинг создает условия для формирования конкуренции на рынке социальных продуктов и посредством специфического продукта создается конкурентная среда.

В связи с тем, что социальные категории граждан можно классифицировать как социально-незащищенные группы граждан, которые нуждаются в дополнительных услугах, что формирует спрос на создание альтернативы классическим стационарным учреждениям социального обслуживания (дома престарелых разных типов) для данной категории. Исключительное право Франчайзера определяется в рамках государственного стандарта.

В качестве альтернативы домам престарелых предлагаем другой формат с точки зрения предпринимательства.

Для четкого понимания реализации предлагаемого формата представлена индикативная модель (рисунок 3.10) создания стационарных социальных учреждений интернатного типа – пансионаты для нуждающихся (Rest Homes) для сравнения качества услуг в рамках государственного задания и в рамках запроса общества на данную услугу в режиме рыночной конъюнктуры.



Рисунок 3.10 – Индикативная модель создания пансионатов для нуждающихся (Rest Homes) в форме государственного франчайзинга

В таблице 3.13 показаны преимущества использования бизнес-модели и организационно-экономического механизма реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях/для социально-незащищенных групп населения.

Таблица 3.13 – Сравнительная характеристика преимуществ применения формата государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях/для социально-незащищенных групп населения на примере домов престарелых

	Текущая форма	Государственный франчайзинг
1 Вид услуги	Стационарные социальные учреждения интернатного типа – дома престарелых	Пансионаты для нуждающихся (Rest Homes)
2 В рамках чего осуществляется	В рамках государственного задания	В рамках запроса общества на данную услугу в режиме рыночной конъюнктуры

Продолжение таблицы 3.13

3 Механизм реализации	<p>Государство, в лице уполномоченного органа субъекта Федерации (Министерства труда и социальной политики Приморского края), имея конституционные обязательства перед гражданами (обеспечение домами престарелых, пенсиями, здравоохранение), согласно 184-ФЗ должно обеспечить условия для других игроков на рынке социальных услуг.</p> <p>У государства не хватает мощностей в виде учреждений интернатного типа для престарелых, людей с ОВЗ и инвалидов, которые обеспечивают услугу. Для решения проблемы необходимо строить новые учреждения такого типа, на что необходимо дополнительное бюджетное финансирование</p>	<p>Государство в лице уполномоченного органа субъекта Федерации (Министерства труда и социальной политики Приморского края), распределяет ресурсы федерального/регионального бюджета малому и среднему бизнесу в рамках государственного задания в виде 75% пенсии гражданина, нуждающегося в стационарном пребывании в доме-престарелых.</p> <p>За государством (уполномоченным органом) остается исключительное право на государственную услугу, определяемое государственным заданием, и абсолютное право контроля качества.</p>
4 Результаты, что получают	<ul style="list-style-type: none"> - Нехватка мощностей для размещения желающих, поэтому не ставят в очередь нуждающихся, пока не появятся свободные места. - Нехватка бюджетных средств на введение дополнительных мощностей. - Низкий уровень показателей продолжительности жизни и дожития населения. 	<ul style="list-style-type: none"> - Привлекает малый и средний бизнес к организации специализированных социальных учреждений для социально-незащищенных групп населения, что снижает финансовую нагрузку на бюджет. - Бизнес платит государству роялти, но не в денежном выражении, а как полезный эффект с точки зрения эффективности органов власти: Полезный эффект = Улучшение качества жизни социально-незащищенных групп населения + Увеличение показателя дожития до 76 лет + Увеличение показателя продолжительности жизни
5 Преимущества бизнес-модели реализации государственного франчайзинга	отсутствует	<p>Позволяет обосновать возникновение несправедливого (нерыночного) конкурентного преимущества при данной форме партнерства, что даст возможность государству привлечь и поддерживать предпринимателей, работающих в социально-значимых отраслях, а также для социально-незащищенных групп населения, оставляя за собой абсолютное право контроля качества специфического продукта / услуги.</p>

Окончание таблицы 3.13

6 Преимущества организационно-экономического механизма реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях/для социально-незащищенных групп населения	отсутствует	Дает возможность детализировать уникальные ценностные предложения для каждой социально-значимой отрасли. Это позволяет повысить эффективность взаимодействия государственных и предпринимательских структур, способствует развитию малого и среднего предпринимательства, поддержке социально-значимых отраслей, улучшению делового климата и удовлетворению потребностей целевых потребителей.
--	-------------	---

Франчайзер (Государство) передает бизнесу исключительное право на государственную услугу. Пансионат для нуждающихся (Rest Homes) получает от государства государственное задание и деньги (но по жесткому нормированию). Министерство труда и социальной политики Приморского края как государственный орган предоставляет услугу на условиях нормирования на душу населения. Но это не соответствует запросам людей, т.е. есть спрос и люди готовы платить за более комфортные условия.

Данная система (дома престарелых) не относится к инфраструктурным проектам. Поэтому использование традиционной модели ГЧП (государственно-частного партнерства) для домов престарелых не подходит, а также не подходит и форма концессии. Поэтому, в нашей модели государственного франчайзинга привлекается МСП (малое и среднее предпринимательство).

У государства есть обязательства перед гражданами. Субъект Федерации в лице Министерства труда и социальной политики Приморского края, согласно 184-ФЗ должен обеспечить условия для других игроков на рынке социальных услуг. Проблема в том, что у государства не хватает мощностей в виде учреждений интернатного типа для престарелых, людей с ОВЗ и инвалидов, которые обеспечивают услугу. Для решения проблемы необходимо либо строить новые учреждения такого типа, на что необходимо дополнительное бюджетное финансирование, либо искать иной способ решения вопроса. Использование такой

формы взаимодействия государства и бизнеса как государственный франчайзинг может решить эту проблему. Пансионаты для нуждающихся (Rest Homes) может работать по 83-ФЗ, но у них жесткое нормирование, поэтому привлекать целесообразно бизнес.

Таким образом, государство в лице уполномоченного органа субъекта Федерации, обладая исключительным правом на государственную услугу (Франчайзер) распределяет ресурсы федерального/регионального бюджета малому и среднему бизнесу в рамках государственного задания в виде 75% пенсии гражданина, нуждающегося в стационарном пребывании в доме-престарелых, тем самым привлекает малый и средний бизнес к организации специализированных социальных учреждений для социально-незащищенных групп населения. Кроме того, МСП, может использовать ренту как дополнительный источник финансовых ресурсов.

Таким образом, в связи с нехваткой производственных мощностей для размещения престарелых, лиц с ОВЗ и инвалидов (домов-интернатов) государство для предоставления востребованной услуги использует форму государственного франчайзинга для привлечения МСП в эту сферу, оставляя за собой абсолютное право контроля за качеством. МСП получает государственное задание, деньги в виде 75% пенсии гражданина, нуждающегося в стационарном пребывании в доме-престарелых, а также в виде ренты. На эти средства предприниматель строит пансионат интернатного типа Rest Homes, но форма и качество предоставления услуги будет отличаться от тех, которые существуют сейчас. В Приморском крае и на Дальнем Востоке такой предприниматель может зарегистрироваться как резидент свободного порта и получать налоговые льготы, что говорит о дополнительной выгоде для МСП. Кроме того, государство, в лице органов власти субъекта Федерации, может выделить земельный участок под строительство пансионата, упростить процедуру подключения к коммуникациям и т.п. в качестве поддержки социально-значимого проекта.

Другими словами, государство в лице уполномоченного органа субъекта Федерации, обладая исключительным правом на государственную услугу

(Франчайзер) распределяет ресурсы федерального/регионального бюджета малому и среднему бизнесу в рамках государственного задания в виде 75% пенсий нуждающихся категорий граждан, с целью привлечения МСП к организации специализированных социальных учреждений для социально-незащищенных групп населения. Такие учреждения могут быть специализированными по видам заболеваний, по уровню комфорта и т.п.

Привлечение средств также с помощью ренты исключит факты мошенничества, имеющие место сейчас, так как государство оставляет за собой контроль Франчайзи, которые создадут такие пансионаты. Рента в данном случае – это договорные отношения между бизнесом и пенсионером (социально-незащищенным гражданином), квартира остается в его собственности, государство осуществляет контроль. Исключительное (абсолютное) право контроля у государства обусловлено конституционными обязательствами государства перед социально-незащищенными группами населения.

МСП, в свою очередь, платит государству роялти не в денежном выражении, а как полезный эффект, который выразится в улучшении качества жизни, увеличении показателя дожития и продолжительности жизни. Это полезный эффект с позиции оценки эффективности органов власти.

Индикативная модель создания пансионатов для нуждающихся (Rest Homes) в форме государственного франчайзинга показывает, что у государства при тех же затратах увеличиваются показатели качественные. Эти показатели согласуются с Указом Президента №204 о повышении качества жизни населения, увеличении продолжительности жизни и увеличении показателя дожития.

Сегодня наблюдается тенденция к сокращению государственных домов престарелых, которые содержатся на государственные деньги плюс часть пенсии нуждающихся в таких учреждениях. В перспективе государство ставит стратегическую задачу – создать условия для улучшения качества жизни населения. Способность населения к покупке данной услуги в большом объеме позволяет предложить бизнесу формат, по которому МСП может создать такие специализированные пансионаты.

3.3 Обоснование мер государственной поддержки и формирование институциональной среды для реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях и для социально-незащищенных групп населения

В Российской Федерации нет в настоящее время единого нормативного акта, регулирующего франчайзинговые отношения в принципе и между государством и бизнесом, в частности. Как нет на сегодняшний день и закрепленного законодательно понятия Франчайзинг. Употребление термина «Франчайзинг» в литературе и в нормативных актах является бессистемным и фрагментарным. Рассматривая соотношение терминов «коммерческая концессия» и «франчайзинг» нужно отметить, что большинство отечественных ученых сходятся во мнении о том, что гл. 54 Гражданского кодекса РФ регулирует именно отношения франчайзинга (Брагинский М.И., Витрянский В.В., Сергеев А.П. и др. [33]). В Гражданском кодексе РФ правовое регулирование отношений франчайзинга осуществляется путем регламентации договора коммерческой концессии в нормах гл. 54, что приводит к значительному сужению сферы регулирования соответствующих предпринимательских отношений. Кроме того, регулируется Приказом Минобрнауки России от 29.10.2008 г. N 321 «Об утверждении Административного регламента исполнения Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам государственной функции по регистрации договоров о предоставлении права на изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки, знаки обслуживания, охраняемые программы для ЭВМ, базы данных, топологии интегральных микросхем, а также договоров коммерческой концессии на использование объектов интеллектуальной собственности, охраняемых в соответствии с патентным законодательством Российской Федерации», Приказом Роспатента от 29.12.2009 г. N 186 «Об утверждении Рекомендаций по вопросам проверки договоров о распоряжении исключительным правом на результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации». В рамках Европейского союза действуют принятые 30.11.1988 г. Регламент 4087/88 о применении ст. 85 (п. 3) Римского договора к категории соглашений о

франчайзинге, 22 декабря 1999 г. Регламент N 2790/1999 о применении ст. 81.1 Консолидированной версии Договора о ЕС к категории вертикальных соглашений и согласованной практике».

В рамках российского права используется понятие «договор коммерческой концессии» при осуществлении сделок франчайзинга. В нормах Гражданского кодекса РФ в статье 1027 устанавливается: «по договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау)»[136].

Необходимо заметить, что статья 54 ГК «О коммерческой концессии» не учитывает многих нюансов и фактически не защищает обе стороны договора. По мнению экспертов, данный документ регламентирует условия передачи прав от владельца бизнес-концепции Франчайзера к покупателю Франчайзи.

Очевидно, что необходим закон «О франчайзинге», который существует во многих странах и четко регулирует взаимоотношения Франчайзера и Франчайзи. В 2014 году 21 апреля инициативной группой депутатов на рассмотрение в Госдуму был внесен проект закона «О франчайзинге» (законопроект № 503845-6). Но 16 марта 2016 года Госдума в первом чтении отклонила данный проект Федерального закона «О франчайзинге» по причине того, что любой закон, вносимый на рассмотрение, должен быть обоснован. Авторы данного законопроекта в пояснительной записке указали лишь тот факт, что при отсутствии понятия «франчайзинг», предприниматели его активно используют, а поскольку законодательной базы в данной сфере нет, на рынке существует множество недобросовестных игроков. Упор в пояснениях делается на заинтересованность сообщества бизнесменов. Но, как выяснилось в составлении данного законопроекта бизнесмены не участвовали. Комитет

Государственной думы в заключении по данному проекту закона говорит, что составители не учли реалий сегодняшнего франчайзингового бизнеса, так как предложенный законопроект конфликтует с уже существующей статьей 54 ГК «О коммерческой концессии», которая, в свою очередь, уже не справляется с регулированием данной сферы. Таким образом, очевидно, что необходимость принятия закона «О франчайзинге» назрела. Без фундаментальной нормативно-правовой базы в России возможностей для развития бизнеса крайне мало. Закон «О франчайзинге» позволит ввести в оборот ключевую терминологию, приблизит ее к международной практике.

Говоря о государственном франчайзинге, очевидно, что нормативно-правовой базы не существует в России. В качестве мер государственного регулирования франчайзинговых отношений между субъектами государственного франчайзинга предлагается:

- создание нормативного материала, который будет формировать отношения по франчайзингу (четкие ключевые определения: «государственный франчайзинг», «товар», «субъекты и объекты государственного франчайзинга», «исключительность прав на продукт у государственной структуры», «франшиза», «договор государственного франчайзинга): принять за основу для организации государственного франчайзинга главу 54 Гражданского кодекса РФ о коммерческой концессии, но внести в него ряд серьезных изменений. В частности, по тексту главы 54 в статьях 1027-1040 заменить слова «предпринимательская деятельность» на слова «финансово-хозяйственная деятельность». Также в части 3 ст. 1027 ГК РФ к сторонам по договорам коммерческой концессии, помимо коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей, необходимо добавить субъект – «органы публичного управления (или органов государственной власти)». Тогда будут устранены два основных барьера, а именно: осуществление не только предпринимательской деятельности, но и введение в правовой оборот концессионных соглашений субъекта – органов публичного управления (или органы государственной власти);

- установление порядка взаимоотношений между субъектами

государственного франчайзинга;

- законодательное закрепление характерных отличий работы по разным видам франчайзинга;

- регламентация действий для создания системы государственного франчайзинга (образцы договоров, перечень документации).

Данные меры должны привести к принятию закона «О франчайзинге», в котором также должны быть прописаны нормы по государственному франчайзингу.

Государственная поддержка партнерского взаимодействия бизнеса и власти в формате государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях/для социально-незащищенных групп населения подразумевает рекомендации по государственному регулированию, показатели оценки социально-экономической эффективности государственного франчайзинга. Необходимо отметить, что отличительной особенностью институциональной поддержки является создание консультационного центра государственного франчайзинга, который будет консультировать, координировать и контролировать реализацию государственного франчайзинга.

В настоящее время государство, государственные органы власти и предприятия (предприниматели) зажаты рамками закона о системе государственных закупок (44-ФЗ от 05.04.2013 (изм. 01.01.2019) «О контрактной системе в сфере закупок»), либо отдают выполнение работ на аутсорсинг и теряют контроль за качеством предоставляемого продукта / услуги. Данный закон ориентирован на равноправное участие экономических структур в получении государственного заказа, то есть обеспечить прозрачную институциональную среду, включающую антимонопольный комитет, с одной стороны, и 44-ФЗ как правое поле, где прописаны процедура основные требования ку участникам, с другой стороны.

Но практика показала, что и в данном правовом институте есть изъяны (недоработки), которые позволяют обеспечить преференции для определенных хозяйствующих структур. Антимонопольный комитет в этой связи следит за выполнением 44-ФЗ. На практике бывают такие варианты, когда заказчик

прописывает технические условия под конкретного исполнителя, либо используют аффилированность, и это становится понятно, когда одни и те же компании выигрывают конкурс, или существует единственный исполнитель. Таким образом, 44-ФЗ несовершенен, что также показывает судебная практика, а именно заказчик обращается в суд за аннулированием контракта часто по причине нарушения / несоответствия процедуры. Несовершенство 44-ФЗ говорит о несовершенстве институциональной среды. Кроме того, есть еще одна острая проблема – это контроль качества, вернее процедура и регламентация. Компании, которые выигрывают конкурс, зачастую не справляются с возложенным на себя объемом работ, от чего соответственно страдает качество продукта / услуги. Контроль качества существует и проводится соответствующими структурами.

На основании вышесказанного, на рисунке 3.11 представлена институциональная среда для реализации государственного франчайзинга, включающая: нормативно-правовое обеспечение (44-ФЗ, 184-ФЗ, антимонопольное законодательство, законодательная инициатива); государственное регулирование и государственные гарантии (Указ Президента № 204, стратегия развития страны на 2018-2024 гг., Постановление Правительства о национальных проектах № 1288 от 31.10.2018); мониторинг и контроль со стороны государственного сектора; Консультационный центр государственного франчайзинга при Министерстве труда и социальной политики Приморского края.

Для реализации данного предложенного формата партнерского взаимодействия власти и бизнеса необходима также нормативно-правовая база, которую необходимо проработать совместно государственным органам власти и представителям бизнес-среды. Предложенные меры позволяют внедрить форму государственного франчайзинга в практику деятельности властных и предпринимательских структур и скоординировать их работу. В качестве институциональной поддержки государственного франчайзинга предлагаем проект Соглашения государственного франчайзинга, в котором отражены основные правила взаимодействия сторон (государственных и предпринимательских структур) в формате государственного франчайзинга.



Рисунок 3.11 - Институциональная среда для реализации государственного франчайзинга

Так как в настоящее время полностью отсутствует нормативно-правовая база государственного франчайзинга, основные положения предлагаемого соглашения основываются на принципах государственного франчайзинга и свободой договора (в соответствии с ГК РФ). Соглашение о государственном франчайзинге в Приложении Ж.

Результаты реализации государственного франчайзинга при взаимодействии государственных и предпринимательских структур представлены на рисунке 3.12.

- *Баланс между государственным и частным секторами экономики.* Государственно-частное партнерство и концессионные соглашения не решают проблему баланса между государственным и частным секторами экономики.

- *Поддержка малого и среднего бизнеса.* Небольшое количество малых и средних предприятий работают в социально-значимых отраслях (социальная и экономическая эффективность повышается при использовании ГФ).

- *Поддержка социально-значимых отраслей.* Согласно Указу Президента РФ № 204 в приоритетные направления развития страны до 2024г. входит поддержка социально-значимых отраслей, где в настоящее время не хватает бюджетного финансирования.

- *Улучшение делового климата.* Недоверие к органам власти, отсутствие инфраструктуры, гарантий.

- *Удовлетворение потребностей целевых потребителей.* Низкая степень удовлетворенности потребителей социально-значимых товаров / услуг качеством.

В отличие от ранее известных, предложенный механизм дает возможность детализировать уникальные ценностные предложения для каждой социально-значимой отрасли/ социально-незащищенных групп населения. Это позволяет обеспечить баланс интересов между государственными и предпринимательскими структурами, способствует развитию малого и среднего предпринимательства, поддержке социально-значимых отраслей / социально-незащищенных групп населения, улучшению делового климата и удовлетворению потребностей целевых потребителей.



Рисунок 3.12 - Результаты государственного франчайзинга

Таким образом, назрела необходимость в новом формате партнерского взаимодействия. Важность внедрения государственного франчайзинга необходимо в целях повышения конкуренции на рынке социальных услуг, обеспечения государственных гарантий малому и среднему бизнесу, формирование конкурентного поля, влияние на качество продуктового результата за бюджетные ассигнования в социально-значимых отраслях, где конкуренция по определению отсутствует, снижение бюджетной нагрузки на субъект Федерации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выполненное диссертационное исследование позволило разработать организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях / для социально-незащищенных групп населения.

1) На основе анализа и обобщения научной литературы и результатов ранее проведенных исследований предложена типология организационно-экономического взаимодействия государственных и предпринимательских структур. Анализ теоретических положений по взаимодействию властных и предпринимательских структур позволил выделить отличия от ранее известных, актуализировать такое понятие как частно-государственное предпринимательство и такую его организационно-экономическую форму, как государственный франчайзинг. В работе обновлено и уточнено понятие «государственный франчайзинг», под которым предложено понимать особую форму частно-государственного предпринимательства, реализуемую между государственными и предпринимательскими структурами в целях поддержки социально-значимых отраслей либо социально-незащищенных групп населения, обеспечения баланса между государственным и частным секторами экономики и поддержки малого и среднего бизнеса, на основе специфического продукта/услуги, специфика которого выражается в конституционных обязательствах государства перед населением (обеспечение домами престарелых, пенсиями, здравоохранение и т.п.); исключительным правом государства на продукт/услугу и абсолютное право контроля качества. Сформулирован комплекс авторских принципов государственного франчайзинга, которые уточняют суть этого феномена, к числу которых относятся принципы исключительности права на продукт / услугу у государственной структуры; предпринимательского хозяйствования; ориентации на социально-значимые отрасли. Также в работе уточнено понятие и предложена идентификация социально-значимых отраслей и социально-незащищенных групп населения. Отличительной особенностью предложенных теоретико-методологических положений является их инновационный характер, связанный с отсутствием в деловом обороте такой формы партнерского взаимодействия

властных и предпринимательских структур как частно-государственное предпринимательство. Результаты теоретико-методологических исследований автора могут быть использованы в учебном процессе для актуализации отдельных экономических дисциплин, посвященных экономике и основам предпринимательства.

2) Определены субъектный состав и модель отношений государственного франчайзинга; сформулированы экономико-правовые аспекты реализации государственного франчайзинга, включающие необходимость внесения изменений в Гражданский кодекс РФ в части введения понятий франчайзинг, франшиза, франчайзи и др.; разработан проект соглашения «О государственном франчайзинге»; выявлены факторы, связанные с деятельностью органов публичного управления, способствующие получению социального эффекта и повышению благосостояния граждан. К основным ключевым субъектам (партнерам) предложено относить Франчайзера (государственный сектор), Франчайзи (предпринимательский сектор), социально-значимую отрасль / социально-незащищенные группы населения. Социальные категории граждан нуждаются в дополнительных услугах, которые государство не всегда может обеспечить. Государственный франчайзинг создает условия для формирования конкуренции на рынке социальных продуктов/услуг. Государство (Франчайзер) в лице уполномоченного органа субъекта Федерации, обладая исключительным правом на государственную услугу распределяет ресурсы федерального/регионального бюджета малому и среднему бизнесу в рамках государственного задания в виде 75% пенсии гражданина, нуждающегося в стационарном пребывании в доме-престарелых, с целью привлечения МСП к организации специализированных социальных учреждений для социально-незащищенных групп населения.

3) На основе анализа существующих бизнес-моделей, выявленных особенностей и принципов государственного франчайзинга разработана организационная бизнес-модель реализации государственного франчайзинга, включающая архитектуру (шаблон) и содержательное наполнение. Необходимо

отметить, что отличительной особенностью предложенной бизнес-модели является ее модифицированная структура на основе моделей Остервальдера – Пинье и Эша Маурьи. Предложенная модель позволяет обосновать возникновение несправедливого (нерыночного) конкурентного преимущества при данной форме партнерства, что дает возможность государству поддерживать социально-значимые отрасли / социально-незащищенные группы населения.

4) Проведен анализ форм партнерского взаимодействия государственных и предпринимательских структур, обобщение действующей практики партнерских взаимодействий, нормативно-правовой и методической базы, на основе которого разработан организационно-экономический механизм реализации государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях /для социально-незащищенных групп населения, к основным элементам которого относятся:

- архитектура и детализация бизнес-модели;
- комплекс авторских принципов государственного франчайзинга;
- факторы, влияющие на данную форму партнерского взаимодействия;
- институциональная среда для реализации государственного франчайзинга и меры государственной поддержки в социально-значимых отраслях.

Особенностью организационно-экономического механизма является возможность детализировать уникальные ценностные предложения для каждой социально-значимой отрасли. Это позволяет повысить эффективность взаимодействия государственных и предпринимательских структур, способствует развитию малого и среднего предпринимательства, поддержке социально-значимых отраслей, улучшению делового климата и удовлетворению потребностей целевых потребителей.

С точки зрения практической значимости исследования, необходимо отметить возможность применения новой формы частно-государственного предпринимательства (государственный франчайзинг) при партнерском взаимодействии государственных и предпринимательских структур, при этом каждый из субъектов франчайзинговых отношений получает свои преференции.

Так, государство, предоставляя хозяйствующим субъектам дополнительные

выгодные условия ведения предпринимательской деятельности на своей территории, снижает нагрузку на бюджет; решает задачи социально-экономического развития территории в условиях ограниченности бюджетных ресурсов. Предпринимательский сектор получает дополнительную возможность приложения своих усилий, повышения эффективности деятельности, реализует функцию социально-ответственного бизнеса, при этом повышается степень удовлетворенности предпринимательского сообщества качеством деловой среды. Общество, в свою очередь, удовлетворяет спрос на социально-значимые товары(продукты) / услуги; снижает социальную напряженность. При этом МСП, платит государству роялти не в денежном выражении, а как полезный эффект, который выразится в улучшении качества жизни, увеличении показателя дожития и продолжительности жизни. Индикативная модель создания пансионатов для нуждающихся (Rest Homes) в форме государственного франчайзинга показывает, что у государства при тех же затратах увеличиваются качественные показатели, которые согласуются с Указом Президента №204 о повышении качества жизни населения, увеличении продолжительности жизни и увеличении показателя дожития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авагян А.Н. Повышение эффективности государственного предпринимательства в развитии региональных предпринимательских систем: дис. ... канд.экон. наук: 08.00.05 / Авагян Арсен Норайрович. – Ростов-на-Дону., 2010. – 189 с.
2. Авдеева Н. В. Договор франчайзинга в свете нового законодательства / Н. В. Авдеева, И. А. Назарова // Молочная промышленность. 2008. № 11. С. 16-17.
3. Аверин А.Н. Механизм социальной политики в современной России и некоторые результаты ее реализации / А. Н. Аверин // Социально-гуманитарные знания. 2012. № 2. С. 99-114.
4. Агарков В.В. Государственный франчайзинг – новый национальный экономический проект. URL: <https://www.roi.ru/12421> (дата обращения: 17.07.2018).
5. Алесковский В.В., Маковеева К.В. Взаимодействие государства и предпринимательства: форма и содержание // Альманах современной науки и образования. 2014. № 7 (85). С.13-15.
6. Анализ мирового опыта использования государственно-частного партнерства в различных отраслях экономики. URL: <http://www.g-k-h.ru/directory/articles/736066/> (дата обращения 17.07.2018).
7. Анасенко Е.В. Развитие и продвижение франчайзингового предпринимательства // автореферат дис. ...канд.экон.наук: 08.00.05 / Анасенко Елена Валерьевна. – СПб., 2012. – 223 с.
8. Андреева Е.И. Рекомендации по оценке социально-экономической эффективности социальных программ. Определения, подходы, практический опыт / Е.И. Андреева, И.Д. Горшкова, А.С. Ковалевская – М.: Издательство «Проспект», 2014. – 72 с.
9. Арай Ю.Н. Бизнес-модели в социальном предпринимательстве: дис. ... канд.экон.наук: 08.00.05 / Арай Юлия Николаевна. – СПб., 2015. – 213 с.
10. Арзуманова Н.И. Разработка концессионно-франчайзинговых форм проектного управления в развитии системы частно-государственного партнерства // автореферат дис. ...канд.экон.наук: 05.13.10 / Арзуманова Наталья Игоревна. –

Ростов-на-Дону, 2008. – 25 с.

11. Арцер Т.В. Проблемы взаимодействия властных и предпринимательских структур // Известия Томского политехнического университета. 2008. Т. 312. № 6. С. 31-34.

12. Баженов А. ГЧП в России: первые шаги и первые плоды (часть первая) / Экспертный канал Открытая экономика. URL: <http://www.opes.ru> (дата обращения: 17.07.2017).

13. Бакурова Е.В. Государственно-частное партнерство как механизм реализации проектов в угольной отрасли Приморского края // Известия ДВФУ. Экономика и управление. 2017. № 3. С. 66-78.

14. Балацкий Е.В. Элементы экономики государственного сектора // Капитал страны, федеральное интернет – издание. 2013. 159 с. URL: http://kapital-rus.ru/articles/article/elementy_ekonomiki_gosudarstvennogo_sektora. (дата обращения: 17.07.2017).

15. Балдина Ю.В., Масюк Н.Н. Государственно-частное предпринимательство как инновационная форма взаимодействия бизнеса и власти // Креативная экономика. 2013. № 2 (74). С. 9-14.

16. Балдина Ю.В. Формирование научного определения феномена «государственный франчайзинг» (на основе когнитивного метода двухуровневой триадической дешифровки) // Научное обозрение. 2015. № 13. С. 279-282.

17. 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. № 3 (24). Том 7. С. 31-34.

18. Балдина Ю.В. Разработка инновационной бизнес-модели государственного франчайзинга // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2018. № 43. С. 229-245.

19. Балдина Ю.В. Взаимодействие государственных и предпринимательских структур в форме государственного франчайзинга в социально-значимых отраслях / Ю.В. Балдина // Естественно-гуманитарные

исследования. 2020. - № 28 (2). – С. 35-40.

20. Барангов А.Б. Особенности взаимодействия государственных и предпринимательских структур в системе социально-экономического развития региона // автореферат дис. ... канд.экон.наук: 08.00.05 / Барангов Артур Басанович. – Ставрополь, 2012. – 144 с.

21. Бармашов К.С., Ляндау Ю.В. Построение бизнес-модели франчайзинга с целью повышения эффективности деятельности ее участников // Наука и бизнес: пути развития. 2017. № 11 (77). С. 47-49.

22. Барьеры развития механизма ГЧП в России / Федеральный портал «ГЧП Инфо». URL: <http://www.pppi.ru/analytics> (дата обращения: 18.08.2018)

23. Батурина О.А., Масюк Н.Н., Мокшина Ю.В. Российская практика оценки эффективности взаимодействия бизнеса и власти в форме государственно-частного партнерства // Наука и бизнес: пути развития. 2013. № 12 (30). С. 67-70.

24. Белицкая А.В. Государственно-частное партнерство как альтернатива контрактной системе // Юрист. 2014. № 5. С. 33-37.

25. Белкин В.Г. Развитие академического предпринимательства в некоторых странах АТР (по материалам научных публикаций) / В.Г. Белкин, Л.Н. Бабак, Е.В. Хегай, И.Д. Филаткина // Известия ДВФУ. Экономика и управление. 2. 2016. – С. 99-111.

26. Белозерцева Н.П. Организация взаимодействия властных и предпринимательских структур в сфере городских пассажирских перевозок (на примере г. Владивостока) // автореферат дис. ... канд.экон.наук: 08.00.05 / Белозерцева Наталья Петровна. – Владивосток, 2010. – 23 с.

27. Берестов А.П. Государственно-частное партнерство для развития сельских территорий (Государственно-частное партнерство как одно из направлений сохранности и развития сельских территорий) / А. П. Берестов // Российское предпринимательство. 2012. №3 (201). С. 11-16.

28. Бестужев-Лада И.В. Социальное прогнозирование / И.В. Бестужев-Лада, Г.А. Наместникова. – М.: Педагогическое общество России, 2002. URL: http://modernlib.net/books/bestuzhevlada_i_v/socialnoe_prognozirovanie/read_1 (дата

обращения 15.07.2016).

29. Болехов И. Е. Государственно-частное партнерство, как признак инновационной экономики // Креативная экономика. 2012. № 9 (69). С. 120-125.

30. Большой энциклопедический словарь. 2-е издание, перераб и доп. – М. – большая российская энциклопедия. – 2008. – С.1456

31. Большой экономический словарь: 25000 терминов / под ред. А.Н. Азрилияна. – 7-е изд., доп. – М.: Ин-т новой экономики, 2010. – 1472 с.

32. Боуш Г.Д. Кластеры в экономике: научная теория, методология исследования, концепция управления / монография. Омск. 2013. 159 с.

33. Брагинский М. И., Витрянский В.В. Договорное право. Общие положения. URL: https://private-right.ru/wp-content/uploads/Dogovornoe_pravo_T1.pdf

34. Букатин В.С. Концессии в системе управления государственной собственностью: на примере аэропортов // автореферат дис. ...канд.экон.наук: 08.00.05 / Букатин Вадим Сергеевич. – М., 2004. – 26 с.

35. Бурменко Т.Д. Состояние сферы социально-значимых услуг в мире (на примере здравоохранения и образования) / Т.Д. Бурменко, Е.Г. Тарханова // Известия ИГЭА. 2013. № 5 (91). С. 109-116.

36. Бутова Т. В., Ерхов М. В. Власть и бизнес в современном обществе. М.: Маросейка, 2007. 192 с.

37. Бухвальд Е.М., Валентик О.Н. Муниципально-частное партнерство. Новый этап // Самоуправление. 2015. №7-8. С.12-16.

38. Варнавский В. Государственно-частное партнерство: некоторые вопросы методологии // Вестник ИЭ РАН. 2009. №3.

39. Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство: некоторые вопросы теории и практики // Мировая экономика и международные отношения. 2011. № 9.

40. Варнавский В.Г. Частно-государственное партнёрство / Экспертный канал “Открытая экономика”. URL: http://www.opes.ru/article_doc.asp?d_no=50578 (дата обращения: 17.07.2018).

41. Взаимодействие государства и бизнеса: учебное пособие / отв.ред. Е.И.

Марковская. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. – 157 с.

42. Виленская Е. Управление рисками при реализации проектов ГЧП, - М., Финансовый университет, - 2011

43. Вилисов М.В. Государственно-частное партнерство: политико-правовой аспект // Журнал "Власть". 2006. №7. С. 14-19.

44. Волков В.В. Формирование правовых основ муниципально-частного партнерства в России // Практика муниципального управления. 2013. № 6. С. 54-56.

45. Волкова Е.М. Совершенствование механизма государственно-частного партнерства при реализации социально-значимых проектов // автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.01 / Волкова Екатерина Михайловна. – М., 2013. - 23 с.

46. Волонтей В. История бизнес-моделирования. URL: <https://docplayer.ru/28228089-Biznes-modelirovanie-oglavlenie.html> (дата обращения: 17.07.2018).

47. Выдрин И.В. Публично-частное партнерство как форма взаимодействия государства и общества // Современное право. 2015. № 8. С. 5-16.

48. Габдуллина Э.И. Оценка эффективности проектов ГЧП как механизма взаимодействия власти и бизнеса в регионе [Электронный ресурс] / Э.И. Габдуллина // Современные проблемы науки и образования. Электрон. науч. Журнал. – 2012. - № 2. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=5928>

49. Гагарин П. Государственно-частное партнерство: проблемы и перспективы развития // Финансовая газета. 2013. № 14. С. 14-19.

50. Гассман О. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов. / О. Гассман, К. Франкенбергер. М.: Альпина Паблишерз, 2016. 415 с.

51. Гаффорова Е.Б., Меркушова Н.И. Анализ бизнес-моделей предприятий общественного питания, работающих с использованием франчайзинга // Вопросы экономики и права. 2015. № 9. С. 90-93.

52. Гаффорова Е.Б., Меркушова Н.И. Анализ использования краудсорсинга в инновационных бизнес-моделях // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 40 (343). С. 2-11.

53. Голиков Г.Г. Государственно-частное партнерство в системе управления жилищно-коммунальным комплексом // ЖКХ. 2017. № 1. С. 93 - 102.
54. Голиков Г.Г. Государственно-частное партнерство как фактор устойчивого водоснабжения муниципальных образований // ЖКХ. 2017. № 7. С. 29 - 35.
55. Государственно-частное партнерство как форма отношений власти и бизнеса в России. URL: http://lobbying.ru/index.php?article_id=2359&link_id=16. (дата обращения: 25.07.17).
56. Гражданский кодекс РФ (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 29.07.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2018) Ст. 1027. Договор коммерческой концессии. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=294690&fld=134&dst=102434,0&rnd=0.5025941048046363#09346459465871964> (дата обращения 09.09.2018).
57. Григорьева Е.М. Совершенствование механизма государственно-частного партнерства в кризисных и посткризисных условиях / Е.М. Григорьева, Д.П. Карпова / Москва, 2015.
58. Гриценко Е.В. Конституционные основы и правовые формы привлечения частных субъектов к решению муниципальных задач в России в сравнительной перспективе // Закон. 2013. № 2. С. 113 - 128.
59. Гришин К.Е. Теоретико-методологические основы проектирования формата эффективного взаимодействия властных и предпринимательских структур // автореферат дис. ... доктор экон.наук: 08.00.05 / Гришин Константин Евгеньевич. - Уфа. 2015. – 47 с.
60. Гумбатова И.В., Зерчанинова Т.Е. Развитие государственно-частного партнерства в системе образования Свердловской области // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 4. С. 57-61.
61. Гусейнова Х.М. Основные аспекты влияния регионального экономического развития // НАУКА И МИР: Международный научный журнал. 2014. № 8 (12). С. 103-105.
62. Гуськова Н.Д. Партнерство государства, общества и вузов: опыт

Франции / Н. Д. Гуськова, Е. А. Неретина, Ю. Р. Еналеева // Высшее образование в России. 2013. № 2. С. 146-153.

63. Данилова О.В. Новые тенденции в развитии взаимоотношений власти и бизнеса в России / О.В. Данилова, Т.В. Самохвалова // Сборник научных статей Современные корпоративные стратегии и технологии в России, в 3 частях.- Москва, 2016. С. 117-123.

64. Дебелак Д. Бизнес-модели: принципы создания процветающей организации. – М: Издательский дом «Гребенников», 2009. – 256с.

65. Делмон Дж. Государственно-частное партнерство в инфраструктуре. Практическое руководство для органов государственной власти. – М.: ГЕО-ТЭК, 2010.

66. Дельтей Ж. Франчайзинг. - СПб.: Нева, 2003. - 128 с.

67. Добрынин Л.А., Марковская Е.И. и др. Взаимодействие государства и бизнеса. – СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2014. – 192 с.

68. Дойников И.В. Государственное предпринимательство. – М., 2000. - с. 20

69. Долгушева Н.В. Концептуальные подходы к формированию и функционированию бизнес-коммуникаций предпринимательских структур // автореферат дис. ... канд.экон.наук: 08.00.05 / Долгушева Наталья Владимировна. – Екатеринбург, 2009. - 26 с.

70. Друкер П. Энциклопедия менеджмента / Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.

71. Друкер П. Практика менеджмента / Пер. с англ. – М.: ООО «Манн, Иванов и Фебер», 2015. – 620 с.

72. Елкина В.Н. Концептуальные направления развития системы государственно-частного партнерства в России на региональном уровне // Экономика и банки: научно-практический журнал. 2013. № 1. С. 21-26.

73. Еремин А.А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии: теория и практика применения // автореферат дис. ... канд.юрид.наук: 12.00.03 / Аеремин Александр Александрович. – Саратов, 2015. – 34с.

74. Есин В.В. Сферы применения муниципально-частного партнерства и государственно-муниципально-частного партнерства. // Конституционное и муниципальное право. 2017. № 9. С. 63-69.
75. Жаркая Г. Ф. Частно-государственное партнерство как один из инструментов формирования и функционирования рынка доступного жилья в РФ // Российское предпринимательство. 2012. № 10 (208). С. 103-107.
76. Жукова Н.С. Концессионный механизм реализации государственной инновационной политики // Проблемы современной экономики. 2011. № 4 (40). С. 15-20. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3776> (дата обращения 15.09.2017)
77. Зотов В.Б., Базиян К.Н. Проблемы развития государственно-частного партнерства в Российской Федерации // Статистика и экономика. 2015. № 6. С. 25-27.
78. Изотов А. Муниципально-частное партнерство – путь развития муниципальных образований // Российская муниципальная практика. 2017. № 1. С. 22.
79. Истомин В.Г. Теоретические и практические аспекты правового регулирования государственно-частного и муниципально-частного партнерства на современном этапе // Вопросы управления. 2016. № 3. С. 276-282.
80. Кабашкин А.В. Возможности использования различных форм государственно-частного партнерства в регионах Российской Федерации // Экономика. 2008. № 3. С. 64.
81. Кабашкин В. А. Государственно-частное партнерство: международный опыт и российские перспективы. / В. А. Кабашкин. - М.: ООО «МИЦ», 2013. - с. 234-235.
82. Кабашкин В.А., Левченко А., Сидоров В. Развитие государственно-частного партнерства в регионах РФ. - М., 2009.
83. Карибов А.П., Шарифов Р.В. Социальное партнерство бизнеса и власти в регионе / монография. Волгоград. 2015. 150 с.
84. Каткова М.Н. Франчайзинг как способ организации и осуществления предпринимательской деятельности: понятие и правовые основы //

Предпринимательство и право, информационно-аналитический портал. URL: <http://lexandbusiness.ru> (дата обращения: 15.07.2017).

85. Катькало В.С. Эволюция стратегического управления / монография. СПб. 2008. 548 с.

86. Киварина М.В. Государство и бизнес: эволюция форм взаимодействия // Государственно-частное партнерство. 2014. Том 1. № 1. С.57-72. URL: <http://www.creativeconomy.ru/journals/index.php/ppp/article/view/27/> (дата обращения: 17.07.2018).

87. Килинкарров В.В. Актуальные вопросы разрешения споров в сфере публично-частного партнерства / В.В. Килинкарров // Закон. 2015. № 2. С. 173-210.

88. Козлов А.А. Организация эффективного взаимодействия государственных органов и предпринимательских структур // автореферат дис. ...канд.экон.наук: 08.00.05 / Козлов Артем Андреевич. - СПб., 2012. – 25 с.

89. Козьмина Я.Я., Меняшев Р.Ш., Трошина О.А. Аутсорсинг непрофильных услуг в государственных учреждениях (на примере услуг питания в детских садах) / Информационная система «Директория»/ Практика управления ДОУ. 2016. №5 (40). URL: http://doy.direktor.ru/archive/2016/5/Autsorsing_neprofilnykh_uslug_v_gosudarstvennykh_u (дата обращения: 20.07.2018)

90. Колесникова К.И. Частно-государственное партнерство: опыт зарубежных стран и перспективы для России // Вопросы управления. Уральский институт управления. 2008. № 3(4). С. 30-33. URL: <http://vestnik.uapa.ru/ru/issue/2008/03/16>.

91. Колягин С.О. Частно-государственное партнерство: понятие, нормативная база // Социально-экономические явления и процессы. 2014. № 9. С. 65-72.

92. Кондратьева У. Д. Особенности форм государственно-частного партнерства // Современное право. 2016. № 1. С. 59-65.

93. Концепция государственно-частного партнерства в формировании туристско-рекреационного мегакластера «Усадьбы Подмосковья» / Л. Романов, С.

Бородина, Ю. Балабанова, Н. Гарипов, В. Синицын, А. Абдулхакова, С. Колесников, В. Разумов, А. Уласова, Т. Уразаев, Р. Аисов, А. Булгакова, А. Давлетшин, Г. Кадырова, Т. Славкина, А. Хайруллина // Мир искусств: Вестник Международного института антиквариата. 2014. № 4. С. 14-68.

94. Коровин Е.В. Кредитный риск проектов частно-государственного партнерства и механизмы поддержки. Выступление на круглом столе «Федеральные инструменты поддержки инвесторов», 10.10.2006 г. URL: http://regionalistica.ru/project/investproject/fed_instr (дата обращения: 25.06.2017).

95. Корякина Е.А. Совершенствование процедуры аутсорсинга в муниципальных бюджетных дошкольных общеобразовательных учреждениях // автореферат дис. ... магистра менеджмента: 08.00.05 / Корякина Елена Александровна. – Владивосток, 2016. – 25 с.

96. Котельников В.Ю. Тен3: Новые бизнес-модели для новой эпохи быстрых перемен, движимых инновациями - М: Эксмо, 2007. - 96 с.

97. Крякова Н. Франшиза: необоснованные ожидания и реальные возможности // портал Franshiza.ru, 2011. URL: https://franshiza.ru/article/read/franshiza_ozhidaniya. (дата обращения: 17.04.2017).

98. Кудеева А.С. Новый вектор государственно-частного партнерства в сфере развития жилищной мотивации молодых специалистов // Известия Московского государственного технического университета МАМИ. 2013. Т. 1, № 4(18). С. 300-306.

99. Кузьмин Е.А. Реализация проектов государственно-частного партнерства в муниципальных образованиях // Современные технологии управления. 2013. № 12 (36). URL: <http://sovman.ru/article/3603/> (дата обращения: 17.04.2018).

100. Латкин А.П., Беленец П.С., Ембулаев В.Н. Использование франчайзинга в предпринимательской деятельности как основа повышения эффективности продаж товаров и услуг: монография / Беленец П.С., Ембулаев В.Н., Латкин А.П.; под общ. ред. проф. А.П. Латкина // Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2016. – 168 с.

101. Лерман Е.Б., Теслова С.А. Потенциал применения государственно-частного партнерства в сфере городского пассажирского транспорта г. Омская // Вестник Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии. 2017. Выпуск 1 (53). С. 158-166.

102. Лихачев Н.А. Развитие частно-государственного предпринимательства в социальной сфере // автореферат дис. ...канд.экон.наук: 08.00.05 / Лихачев Николай Александрович. – Тамбов, 2011. – 170 с.

103. Ломовцева О.А., Герасименко О.А. Нормативно-правовой и организационно-экономический факторы развития государственно-частного и муниципально-частного партнерства в России // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2016. № 9(230). Выпуск 38. С. 37-45.

104. Ломовцева О.А., Герасименко О.А. Тенденции развития общественной инфраструктуры и механизмов государственно-частного партнерства в России // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2016. № 23(244). Выпуск 40. С.40-47.

105. Майлер А.З. Франчайзинг в России. Миф или реальность // Оборудование. Рынок. Предложение. Цены. 2001. № 4 (50). С.35.

106. Макклелланд Д. Мотивация человека. – СПб. : Питер, 2007. – 672 с.

107. Малкин Я.М. Организация взаимодействия государственных и предпринимательских структур // автореферат дис. ... канд.экон.наук: 08.00.05 / Малкин Яков Михайлович. - СПб., 2012. – 188 с.

108. Малышев Е.А., Знаменская И.Р. Формирование эффективной модели управления теплоснабжающим комплексом региона // Экономика региона. 2014. № 3. С. 166-174.

109. Мамаева Ю.С., Иванченко Л.А. Государственно-частное партнерство: зарубежный опыт и возможности его использования в России // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2015. № 2. С. 582-584.

110. Марцинковская А. В. Строительство и модернизация транспортной инфраструктуры на основах государственно-частного партнерства // Транспортное строительство. 2012. № 2. С. 22-25.

111. Масюк Н.Н., Балдина Ю.В. Стратегическое партнерство государства и бизнеса: глобальный аутсорсинг и государственный франчайзинг // Экономика и предпринимательство. 2014. № 12-3. С. 453-456.

112. Масюк Н.Н., Бушуева М.А., Котовщикова Е.А. Бизнес-модель компании при поиске инвестора и запуске стартапа // АНИ: экономика и управление. 2016. Т. 5. № 3 (16). С. 122-125.

113. Масюк Н.Н., Бушуева М.А., Кузнецова Ю.П. Глобальный аутсорсинг как разновидность стратегического партнерства // Экономика и предпринимательство. 2014. № 12-3. С. 949-953.

114. Масюк Н.Н., Межонова Л.В., Бушуева М.А., Батурина О.А., Балдина Ю.В., Петрук Г.В., Кузнецова Ю.П. Стратегическое партнерство в инновационной экономике знаний: мультивариантный подход / монография. Владивосток. 2014. 160 с.

115. Махортов Е.А. Государственно-частное партнерство как форма отношений власти и бизнеса в России. URL: <http://lobbying.ru> (дата обращения 17.07.2018).

116. Меркушова Н. И., Павлюк А. К. Использование конструкта «бизнес-модель» в современном предпринимательстве // Вопросы экономики и управления. 2015. №2. С. 100-105. URL <https://moluch.ru/th/5/archive/16/433/> (дата обращения: 05.09.2018).

117. Мильшина Ю.В. Механизмы управления проектами государственно-частного партнерства в условиях финансово-экономической нестабильности // автореферат дис. ... канд.экон.наук: 08.00.05 / Мильшина Юлия Владимировна. – М., 2013. – 193 с.

118. Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. Школы стратегий. – СПб.: изд-во Питер, 2000. – С. 330.

119. Миронова С.М. Муниципально-частное партнерство в России: современное правовое регулирование и новеллы законодательства // Право и экономика. 2015. № 8. С. 16-20.
120. Морозова М.П. Использование механизма муниципально-частного партнерства в целях повышения инвестиционной привлекательности муниципальных образований (на примере Оренбургской области) // Финансы и кредит. 2017. Т. 23, № 6. С. 320-340.
121. Мошкова Л.Е. Развитие партнерских отношений бизнеса и власти на территории присутствия: теория и практика / монография. Тверь. 2014. 150с.
122. Муравьева К.М. Соотношение понятий «концессия» и «коммерческая концессия» // Законодательство и экономика. 2007. № 8.
123. Нагаев С.В. Соотношение понятий «франчайзинг» и «коммерческая концессия» // Бизнес в законе. 2001. № 5. С. 128-130.
124. Непомнящая И.С. Коммерческая концессия или франчайзинг: проблема дефиниций // Общество и право. 2014. № 3 (49). С. 52-55.
125. Нифаева О.В. Активизация социальной ответственности российского предпринимательства // Менеджмент в России и за рубежом. 2012. № 5. С. 42-48.
126. Организационно-правовые формы муниципально-частного партнерства для решения вопросов местного значения и переданных государственных полномочий в контексте мирового (Европейского) опыта / Н.В. Иванова, В.В. Волков, В.В. Есин, И.В. Пронин // Местное право. 2015. № 5. С. 13-60.
127. Орлова О.А. Договор коммерческой концессии по российскому и зарубежному законодательству // автореферат дисс. ... канд.юрид.наук: 12.00.03 / Орлова Оксана Александровна. – Саратов, 2003. – 187 с.
128. Осипенко О.В. Государственно-частное партнерство как механизм сотрудничества в системе жилищно-коммунальных услуг // Российское предпринимательство. 2013. № 14 (236). С. 91-98.
129. Осипов В.А., Кудрявцев А.О. Проблемы организации предпринимательства в крупных государственных предприятиях / монография. –

Владивосток. 2016. 160 с.

130. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей – М.: Альпина Паблишер, 2013. - 288 с.

131. Панкратов О. В., Антоновский А. А. Государственно-частное партнерство в России: опыт финансирования проектов // Транспорт Российской Федерации. 2013. № 3. С. 10-13.

132. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность. - М.: 2000. - 521 с.

133. Панова Т.В. Становление государственно-частного партнерства в России: содержание и формы // Экономические науки. 2014. № 6 (115). С. 22-25.

134. Пескова О.С. Формирование системы государственного регулирования предпринимательской деятельности на рынках социально-значимых товаров и услуг в современной России // дис. ... доктор экон.наук: 08.00.05 / Пескова Ольга Сергеевна. - Волгоград. 2015. – 47 с.

135. Победин А.А., Федулов Д.В. Государственно-частное партнерство как инструмент управления социально-экономическим развитием муниципальных образований // Вопросы управления. 2015. № 5(17). С. 66 – 72.

136. Полушкин П.С. Понятие и квалифицирующие признаки договора коммерческой концессии // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. 2013. №01-02. С. 25-30.

137. Полянин А.В. Возможность использования франчайзинга в органах публичного управления / А.В. Полянин, И.А. Докукина, А.В. Меркулов // Вестник ОрелГИЕТ. – 2019. № 4(50). - С. 54-58

138. Попова Т.В. Правовые проблемы договора коммерческой концессии // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. 2013. № 1 (4). С. 130.

139. Правовые основы концессий // Юридический портал. www.yur-portal.ru.

140. Прахалад К.К. Пространство бизнес-инноваций: Создание ценности совместно с потребителем / К.К. Прахалад, М.С. Кришнан: Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз: Юрайт, 2011. 258 с.

141. Проект Федерального закона от 21.04.2014 № 503845-6 «О Франчайзинге» (ред., внесенная в ГД ФС РФ, текст по состоянию на 21.04.2014). URL: http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PRJ&n=118168#09519_349460922433 (дата обращения: 05.02.2016).

142. Расшифровка кодов ОКВЭД и их классификация <https://код-оквэд.рф/#17>; <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=340593&fld=134&dst=105377,0&rnd=0.6241166132196574#06628328218315718>].

143. Рождественская Л.Н. Аутсорсинг как катализатор инновационного развития социального питания // Сервис в России и за рубежом. 2012. №2. С. 64-72.

144. Рославцева Е.А. Организация взаимодействия властных и предпринимательских структур // автореферат дис. ... канд.экон.наук: 08.00.05 / Рославцева Елена Александровна. – Донецк, 2016. – 26 с.

145. Русакова О. В. Функции и особенности системы общественного питания // Молодой ученый. — 2012. — №7. — С. 121-123. — URL <https://moluch.ru/archive/42/5116/> (дата обращения: 19.05.2019).

146. Савинцева С.А. Государственно-частное партнерство: причины возникновения и направления развития / С.А. Савинцева, Л.С. Сагдеева // Вестник Академии знаний. 2018. № 24. С. 260-266.

147. Самсонов Д.Ю. Частно-государственное предпринимательство как инструмент модернизации экономики // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 4 (050). С.156-159.

148. Синельников Т.Т. Государственно-частное партнерство как инструмент эффективного регулирования деятельности предприятий сферы ЖКХ // Управление экономическими системами. 2013. № 5. С. 4-22.

149. Сливотски, А. Миграция ценности. Что будет с вашим бизнесом послезавтра? - М: «Манн, Иванов и Фербер», 2006. – 432 с.

150. Словарь «Академик». URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/>

1170470#cite_ref-0

151. Смирнов В.М. Концепция модернизации государственного регулирования социально-значимых отраслей региональной экономики в России // автореферат дисс. ... доктор экон.наук: 08.00.05 / Смирнов Владимир Михайлович. – М., 2012. - 56 с.

152. Сооляттэ А.Ю. Бизнес-модель - ключ к развитию бизнеса на основе инновация // Менеджмент инноваций. 2010. №1 (09). С. 6-15.

153. Степанова Е.Н. Государственно-частное партнёрство в устойчивом развитии Мурманской области // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2012. № 3. С. 142-145.

154. Степанова Н.Г. Мировой опыт реализации концессионного механизма // Экономический журнал. 2012. № 3 (27). С. 1-10.

155. Стрекалова Н.Д. Концепция бизнес-модели: методология системного анализа // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И.Герцена. 2009. № 92. С. 96.

156. Сунцова Н.В. Государственно-частное партнёрство и его роль в экономике регионов // Вестн. алт. науки. 2012. № 3, вып.1. С. 82-87.

157. Сухова В.Е., Турбанова Н.М. Концессия как эффективная форма управления муниципальным имуществом // Социально-экономические явления и процессы. 2015. Т.10, № 12. С. 77-81.

158. Сэя Ж.-Б. Трактат по политической экономии. М.: Директ-медиа, 2007.

159. Тришкина Н.И. Организационно-экономическое обеспечение формирования социального партнерства в регионах РФ // Казан. наука. 2012. № 11. С. 145-149.

160. Тюкавкин Н.М. Государственно-частное партнерство: понятие, предпосылки возникновения, зарубежный опыт, формы организации, сфера применения, нормативно-правовая база // Аудит и финансовый анализ. 2013. № 1. С. 413-419.

161. Тютюкина Е.Б. Определение приоритетных направлений и инвестиционной поддержки развития российской экономики / Е.Б. Тютюкина, Л.Д. Капранова, Т.Н. Седаш // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 38 (389). С. 2-11.

162. Устюжанин А.А. Зарубежный опыт и российская практика развития франчайзинга // автореферат дис. ... канд.экон.наук: 08.00.14 / Устюжанин Александр Алексеевич. – М., 2010. – 26 с.

163. Федеральный закон от 13.07.2015 N 224-ФЗ (ред. от 29.06.2018) "О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" (с изм. и доп., вступил в силу 29.07.2018). URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=303642&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.9925337587820522#063070578814>. (дата обращения 30.08.2017).

164. Федоренко А. Стратегия предприятия vs. Бизнес-модель предприятия. 2011. URL: <http://socium.com.ua/2011/02/business-strategy-vsbusiness-model/#more-1190> (дата обращения 30.09.2017)

165. Федорова Е.А. Анализ факторов, влияющих на эффективность развития государственно-частного партнерства в России / Е.А. Федорова, С.Е. Довженко, В.А. Гурина // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2013. № 13 (151). С. 39-52.

166. Филюшина А.С. Государственно-частное партнёрство для монопоселений // ГоС. служба. 2012. № 1. С. 104-107.

167. Финансовый словарь. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/21715 (дата обращения 10.05.16)

168. Фомина О.И., Кочеткова С.А. Государственно-частное партнерство как современный инструмент федеральных и региональных инвестиционных проектов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 4. С. 414-419.

169. Фридмен М. Основы монетаризма / под науч.ред. Д.А. Козлова. М.: Изд-во ТЕИС, 2012. – 175 с.
170. Фролова Л.В, Кравченко Е.С. Формирование бизнес-модели предприятия. К: Центр учебной литературы, 2012. - 384 с.
171. Хайек Ф. Частные деньги / под науч.ред. Г.Р. Сапов. М., 1996. – 21 с.
172. Хомяченко О.Н. Передача в концессию инфраструктурных объектов, находящихся в собственности города, как форма частно-государственного партнерства // Вестник российской академии естественных наук: серия экономическая. 2010. № 2. – С. 69-72.
173. Цыганков Э.М. Причудливые формы государственного предпринимательства [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aventa.ru/publications/41-prichudlivye-formy-gosudarstvennogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 17.05.2017).
174. Черданцев В.П. Государственно-частное партнерство как элемент прорывных технологий для повышения качества образования // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 4. С. 63-70.
175. Черепанова Е.А. Франчайзинг в России: правовой аспект. Екатеринбург: ИД "УралЮрИздат", 2005. 25 с.
176. Черномырдина Е.В. Государственно-частное партнерство и реализация экономической функции государства // Научное обозрение. Реферативный журнал. 2015. № 2. С. 148-148.
177. Шазамов Д.Х. Модель развития жилищно-коммунального хозяйства регионов на основе применения механизмов государственно-частного партнерства // Российское предпринимательство. 2012. № 1 (199). С. 175-179.
178. Шамхалов Ф. Основы теории государственного управления: учебник для вузов. - М.: Экономика, 2003. - 518 с.
179. Шарингер Л. Новая модель инвестиционного партнерства государства и частного сектора // Мир перемен. 2004. № 2. С.13.
180. Шауро И.Г. Некоторые ограничения субъектного состава государственно-частного партнерства в современной России / И.Г. Шауро, А.П.

Забайкалов // NB: Административное право и практика администрирования. 2016. № 4. С. 15-21.

181. Швайцер Л. Концепция и эволюция моделей бизнеса. 2007. URL: <http://www.research.by/webroot/delivery/files/2007n2r01.pdf> (дата обращения 30.08.2017)

182. Шевченко О.С., Жалсанова Б.М. Муниципально-частное партнерство как фактор развития муниципального образования // Вестник ЗАБГУ. 2014. № 07(110). С. 122-126.

183. Шехирев А.В. Развитие франчайзингового предпринимательства в Российской Федерации // автореферат дис. ... канд.экон.наук: 08.00.05 / Шехирев Антон Владимирович. - Киров, 2010. - 138 с.

184. Шингарев А.В. Построение бизнес-модели корпорации, ориентированной на развитие. 2002. URL: <http://www.aup.ru/books/m74/3.htm>. (дата обращения 30.08.2017)

185. Шишкин Д.Г. Сущность организационно-экономического механизма развития предпринимательских структур // Российское предпринимательство. 2013. № 2 9224). С. 27-33. URL: <http://www.creativeconomy.ru/articles/27898/> (дата обращения 30.08.2017).

186. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер; пер. В.С. Автономова и др. – М.: Эксмо, 2007. – 455 с.

187. Энциклопедия Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

188. Эрхард Л. Благосостояние для всех. - М.: Дело, 2001. - 87 с.

189. Эффективные модели бизнеса. 2002. URL: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=110>. (дата обращения 30.08.2017)

190. Ядгаров Я.С. История экономических учений: Учебник для вузов. 3-е издание. - М.: ИНФРА, 2000. - 320 с.

191. Afuah A., Tucci C. Internet Business Models and Strategies, McGraw-Hill, New York, NY. 2001.

192. Allenc J., Schindehutted M., Morris M. The entrepreneur's business model: toward a unified perspective // *Journal of Business Research* - 2005. - Vol. 23. № 6. - P. 731–734.
193. Amit R., Zott C. Value Creation in eBusiness // *Strategic Management Journal*. - 2001. - Vol. 6-7. №22. - P. 493-520.
194. Baden C. Business models: a challenging agenda // *Cass Business school*. - 2012. - Vol. 4. № 2. - P. 4–11.
195. Bock A.J., George G., Opsahl T., Gann D.M. The effects of culture and structure on strategic flexibility during business model innovation // *Journal of Management Studies*. 2012. Vol. 49. № 2. – P. 279-305.
196. Bouwman H. The sense and nonsense of Business Models, *International Workshop on Business Models*, HEC Lausanne, 2002. 6p. cat. O, Projectcode: ICT.
197. Bouwman H., Haaker T. Business model roadmapping: a practical approach to come from an existing to a desired business model // *International Journal of Innovation Management*. - 2013. - Vol. 24. № 1. - P. 22–27.
198. Cavalcante A. Designing business model change // *International journal of innovation management*. - 2014. - Vol. 18. № 2. - P. 22–34.
199. Checbrough H.W., Rosenbloom R.S. The role of the business model in capturing value from innovation: Evidence from Xerox Corporation's technology spin-off companies // *Industrial and Corporate Change*. 2002. № 11. P. 529-555.
200. Euchner J., Ganguly A. Business model innovation in practice // *Research-Technology Management*. - 2014. - Vol. 12. № 11. - P. 29–35.
201. Fielt E., Janssen W., Faber E., Wagenaar R. (2004): Confronting the design and acceptance of electronic intermediaries: a case study in the ma. In: Janssen, Marijn, Sol, Henk G., Wagenaar, René W. (eds.) *Proceedings of the 6th International Conference on Electronic Commerce - ICEC 2004 October 25-27, 2004, Delft, The Netherlands*. pp. 392- 401. URL: <http://doi.acm.org/10.1145/1052220.1052270/> (дата обращения: 30.08.2018).

202. Ford R. How Students Can Use Learn Startup Principals for Better Grades in Less Time. URL: <http://www.roryford.com/lean-startup/how-students-can-use-lean-startup-principals-for-better-grades-in-less-time/> (дата обращения: 30.08.2018).
203. Francis D., Woodcock M. Auditing organizational effectiveness // Farnborough. - 2004. - Vol. 11. № 1. - P. 11–25.
204. Goethals F. The unified business model framework // IESEG School of Management. - 2009. - Vol. 23. № 9. - P. 16–47.
205. Goethals F. The Unified Business Model Framework // School of Management. - 2009. - Vol. 4. № 2. - P. 7–12.
206. Government Franchise: [Электронный ресурс] URL: <http://economics.about.com/od/monopoly-category/a/What-Is-A-Monopoly.htm>. Дата обращения: 10.03.2017
207. Guo H., Zhao J., Tang J. The role of top managers' human and social capital in business model innovation // Chinese Management Studies. - 2013. - Vol. 7. № 3.
208. Johnson W., Clayton M., Christensen M. Reinventing your business model // Harvard Business Review. - 2008. - Vol. 13. № 7. - P. 51–62.
209. Joseph V., Calder E., Colson S. How to identify new business model // Management Review. - 2012. - Vol. 53. № 2. - P. 85–91.
210. Kallio J., Tinnila M., Tseng A. An international comparison of operator-driven business models, Business Process Management Journal. - 2006. - Vol. 12. №3. - P. 281-298.
211. Kim W., Mauborgne R. Knowing a winning business idea when you see one // Social and Behavioral Sciences. - 2001. - Vol. 23. № 5. - P. 117–123.
212. Korah V., Rothnie W.A. Exclusive Distribution and the EEC Competition Rules: Regulations 1983/83 & 1984/83. 2d ed. London: Sweet&Maxwell, 1992. P. 7.
213. Lambert, S. A business model research schema, Proceedings of the 19th Bled eConference on eValues, Bled, Slovenia, 2003.
214. Leem C. Suh H., Kim D. A classification of mobile business models and its applications, Industrial Management and Data systems. - 2004. - Vol. 104. № 1. - P. 78-87.

215. Linder J., Cantrell S. Changing Business Models: Surveying the Landscape, Accenture Institute for Strategic Change. 2000.
216. Magretta J. Why business models matter // Harvard Business Review. -2002. - Vol. 5. - P. 86-92.
217. Maurya A. Running Lean. How to Iterate from Plan A to a Plan That Works.
218. Mizik N., Trading off between value creation and value appropriation: the financial implications shifts in strategic emphasis / N. Mizik, R. Jacobson // Journal of Marketing. 2003. № 67 (January). – P. 63-76.
219. Osterwalder A. Clarifying Business Models: Origins, Present, and Future of the Concept, Communications of the AIS. - 2005. - №15. - P. 2-40.
220. Osterwalder A., Pigneur Y. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers; John Wiley & Sons, 2010.
221. Owen Rogers What is a public franchise?: [Электронный ресурс] URL: http://www.ehow.com/facts_7212317_public-franchise_.html. (дата обращения: 10.03.2017).
222. Richardson J. The business model: an integrative framework for strategy execution // Strategic Change. - 2008. - Vol. 17. № 9. - P. 51–62.
223. Santos F. M. A positive theory of social entrepreneurship / Felipe M. Santos // Journal of Business Ethics. 2012. Vol. 111. – P. 335-351.
224. Schutte L., Lutters D., Kennon D. Designing a framework to design a business model for the “bottom of the pyramid” population // Department of industrial engineering. - 2007. - Vol. 12. № 3. - P. 13–17.
225. Seidenstricker S., Scheuerle S., Linder C. Business model prototyping — using the morphological analysis to develop new business model // Procedia. - 2014. Vol. 21. № 3. - P. 102–109.
226. Sommerrock K. Social entrepreneurship business models / Katharina Sommerrock. – Houdsmill [etc.] : Palgrave Macmillan, 2010. – 307 p.
227. Stähler P. Business Models as a unit of analysis for strategizing, Proceedings of 1st International Workshop on Business Models, Lausanne, Switzerland. 2002. URL: <http://www.business-model-innovation.com/english/definitions.html> 33_____ (дата

обращения: 17.07.2018).

228. Stewart D.W., Zhao Q. Internet Marketing, Business Models, and Public Policy // *Journal of Public Policy and Marketing*. 2000. Vol. 19. № 2. P. 287-296.

229. Teece D. Business Models, Business Strategy and Innovation // *Long Range Planning*. - 2010. - Vol. 16. № 6. - P. 172–194.

230. Tucci C., Chesbrough C., Piller F., West J. When do firms undertake open, collaborative activities? Introduction to the special section on open innovation and open business models // *Industrial & Corporate Change*. 2016. № 25. – P. 283-288.

231. Timmers P. Business models for electronic markets // *Electronic Markets*. 1998. № 8. – P. 3-8.

232. Verloren T., Themaat V., Schutte D. Designing a framework to design a business model for the ‘bottom of the pyramid’ population // *University of Stellenbosch*. - 2013. - Vol. 3. № 2. - P. 191–195.

233. Zott C, Amit R, Massa L. The business model: theoretical roots, recent developments and future research // *IESE business school – University of Navarra*, 2010.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

АНКЕТА 1

для опроса о необходимости в размещении нуждающихся в стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых и др.)

Просим Вас принять участие в нашем исследовании, цель которого выявить уровень потребности в стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых и др.). Вам предлагается ответить на нижеприведенные вопросы. Вариант ответа, отражающий Ваше мнение, обведите в кружок. Исследование является анонимным, ответы будут использованы в обобщенном виде.

1. Ваш возраст _____

2. Пол

- а) мужской
- б) женский

3. Социальное положение

- а) работающий
- б) пенсионер
- в) безработный

4. Семейное положение

- а) замужем/женат
- б) одинокий
- в) вдова / вдовец

5. Есть ли у вас близкие родственники пожилого возраста 60+ (родители, бабушки/дедушки)?

- а) да
- б) нет

6. Ваши близкие родственники пожилого возраста (60+) проживают с вами или отдельно?

- а) живем вместе
- б) живут с другими родственниками / близкими людьми
- в) живут отдельно / самостоятельно

7. Какие у вас отношения с вашими пожилыми родственниками?

- а) отличные
- б) хорошие
- в) удовлетворительные
- г) плохие
- д) не поддерживаем отношения

8. Как часто вы видите со своими пожилыми родителями/бабушками и дедушками?

- а) практически каждый день
- б) несколько раз в неделю
- в) несколько раз в месяц
- г) 1 раз в несколько месяцев
- д) 1 раз в год и реже
- е) виделись очень давно / не общаемся

9. Помогаете ли вы вашим пожилым родственникам?

- а) материальная помощь
- б) помощь в бытовых вопросах
- в) медицинская помощь / уход
- г) помощь в передвижении
- д) помощь в административных вопросах, оформлении документов
- е) другое, укажите _____
- ж) ничего из вышеперечисленного

10. Как вы в целом относитесь к практике проживания пожилых людей в домах престарелых?

- а) определенно положительно
- б) скорее положительно
- в) скорее отрицательно
- г) определенно отрицательно

11. Посещали ли вы дома престарелых в Приморском крае?

- а) да
- б) нет

12. По вашему мнению, в домах престарелых в Приморском крае хорошие условия проживания?

- а) определенно да
- б) скорее да
- в) скорее нет
- г) определенно нет
- д) затрудняюсь ответить

13. Как вам кажется, какие люди чаще всего проживают в домах престарелых?

- а) люди без родственников, близких людей
- б) люди, о которых не могут / не хотят позаботиться родственники
- в) люди, нуждающиеся в медицинском уходе
- г) инвалиды

д) бездомные

14. Есть ли у вас знакомые / родственники, жившие / живущие в домах престарелых

а) да, знакомые

б) да, родственники

в) нет

15. Как вы считаете, люди попадают в дома престарелых по собственной инициативе или по инициативе детей, родственников?

а) по собственной инициативе

б) по инициативе детей, родственников

в) по собственной инициативе и по инициативе детей, родственников

16. Как вы считаете, это допустимо, когда в старости люди переселяются в дома престарелых?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

17. Как вы считаете, в каких случаях допустимо, что люди в старости переселяются в дома престарелых?

а) когда они не могут сами о себе позаботиться

б) когда о них некому позаботиться

в) если им необходим медицинский уход

г) если им негде жить

д) если дети / родственники не имеют возможности ухаживать за пожилым человеком

е) на время отпуска / отъезда детей/родственников

е) другое, укажите _____

18. Знаете ли вы о том, что в Приморском крае работают стационарные учреждения социального обслуживания (пансионаты, дома престарелых)?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

19. Знаете ли вы, через какие государственные учреждения можно получить информацию о стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых)?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

20. Готовы ли вы доплачивать за содержание родителей / родственников в доме

престарелых в условиях повышенной комфортности?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

Спасибо за участие!

Приложение Б

АНКЕТА 2

для опроса о необходимости в размещении нуждающихся в стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых и др.)

Просим Вас принять участие в нашем исследовании, цель которого выявить уровень потребности в стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых и др.). Вам предлагается ответить на нижеприведенные вопросы. Вариант ответа, отражающий Ваше мнение, обведите в кружок. Исследование является анонимным, ответы будут использованы в обобщенном виде.

1. Ваш пол?

- а) мужской
- б) женский

2. Ваш возраст?

- а) от 60 до 70 лет
- б) от 71 до 80 лет
- в) 80 лет и старше

3. Ваше образование?

- а) неполное среднее
- б) общее среднее
- в) среднее профессиональное
- г) высшее

4. Вы являетесь жителем?

- а) города
- б) районного центра
- в) сельской местности

5. Испытываете ли вы потребность в посторонней помощи?

- а) да, испытываю
- б) нет, не испытываю

6. Состояние Вашего здоровья?

- а) в основном здоров (здорова)
- б) имею ряд заболеваний, в том числе носящих хронический характер
- в) имею инвалидность 1 группы
- г) имею инвалидность 2 группы
- д) имею инвалидность 3 группы

7. Вы проживаете?

- а) в отдельной квартире
- б) в частном доме
- в) арендую жилье
- г) пользуюсь чужим жильем на безвозмездной основе
- д) в коммунальной квартире
- е) с родственниками

8. Вы получаете социальное (социально-медицинское) обслуживание?

- а) на дому

- б) стоите на очереди на социальное обслуживание в стационарных учреждениях общего типа (дом престарелых)
- в) проживаете в стационарном учреждении (дом престарелых)
- г) не получаю

9. Ваш среднедушевой доход в месяц?

- а) менее 10 000 рублей
- б) от 10 000 до 12 000 рублей
- в) от 12 000 до 14 000 рублей
- г) от 14 000 до 16 000 рублей
- д) свыше 16 000 рублей

(Справочно: величина прожиточного минимума в Приморском крае за второй квартал 2020 года составляет для пенсионеров 11 224 рубля).

10. Рассматриваете ли вы для себя возможность проживания в доме престарелых

- а) да
 - б) да, на время отпуска/отъезда родственников
 - в) нет, (нужное подчеркнуть):
 - сомневаюсь, что там мне будет комфортно и уютно;
 - не верю, что буду нужна (нужен) чужим людям, если не нужна (не нужен) своим родственникам;
 - тяжело приспособиться к чужой обстановке;
 - боюсь, что не будет должного ухода;
 - не могу принять морально, что придется жить среди чужих людей
 - другая причина _____
-

11. Представьте ситуацию. Жизненные обстоятельства заставляют Вас сделать выбор, где вы бы хотели проживать в дальнейшем?

- а) самостоятельно
- б) с родственниками
- в) в доме престарелых
- г) затрудняюсь ответить

12. Есть ли у вас сейчас потребность в дополнительном уходе/присмотре?

- а) да, меня посещает работник социальной службы
- б) да, за мной присматривают родственники
- в) да, но не обращался за помощью
- г) нет

13. Знаете ли вы о том, что в Приморском крае работают стационарные учреждения социального обслуживания (пансионаты, дома престарелых)?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

14. Знаете ли вы через какие государственные учреждения можно получить информацию о стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых) и встать на очередь?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

15. Готовы ли вы пребывать в доме престарелых на условиях повышенной комфортности и самостоятельно за это доплачивать?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

Спасибо за участие!

Приложение В

АНКЕТА 3

для опроса предпринимателей о возможности вести бизнес в социально-значимых отраслях

Просим Вас принять участие в нашем исследовании, цель которого выявить заинтересованность малого и среднего бизнеса в осуществлении своей деятельности в социально-значимых отраслях экономики. Вам предлагается ответить на нижеприведенные вопросы. Вариант ответа, отражающий Ваше мнение, обведите в кружок. Исследование является анонимным, ответы будут использованы в обобщенном виде.

1. Ваш пол?

- а) мужской
- б) женский

2. Ваш возраст?

- а) от 20 до 30 лет
- б) от 30 до 45 лет
- в) от 45 до 60 лет
- г) от 60 и старше

3. Ваше образование?

- а) неполное среднее
- б) общее среднее
- в) среднее профессиональное
- г) высшее

4. К какому типу предприятия относится ваш бизнес?

- а) микропредприятие
- б) малое предприятие
- в) среднее предприятие

5. Отметьте основную сферу деятельности, в которой вы осуществляете предпринимательскую деятельность

- а) производство пищевых продуктов
- б) транспорт и связь
- в) образование
- г) торговля
- д) гостиницы и рестораны
- е) строительство
- ж) другое (укажите) _____

6. Готовы ли вы заняться социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

7. Готовы ли вы заняться социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях при поддержке государства (партнерское взаимодействие)?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

8. Укажите мотивы, по которым вы согласны заняться социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях _____

9. Укажите причины, по которым вы не готовы заняться социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях

Спасибо за участие!

Приложение Г

Таблица Г.1 - Результаты опроса необходимости в размещении нуждающихся в стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых и др.)

Анкета 1	В человеках	В процентах
1. Ваш возраст		
от 20 до 35 лет	57	21,35%
от 35 до 45 лет	115	43,07%
от 45 до 55 лет	95	35,58%
	267	100,00%
2. Пол		
а) мужской	76	28,46%
б) женский	191	71,54%
	267	100,00%
3. Социальное положение		
а) работающий	249	93,26%
б) пенсионер	7	2,62%
в) безработный	11	4,12%
	267	100,00%
4. Семейное положение		
а) замужем/женат	226	84,64%
б) одинокий	32	11,99%
в) вдова / вдовец	9	3,37%
	267	100,00%
5. Есть ли у вас близкие родственники пожилого возраста 60+ (родители, бабушки/дедушки)?		
а) да	223	83,52%
б) нет	44	16,48%
	267	100,00%
6. Ваши близкие родственники пожилого возраста (60+) проживают с вами или отдельно?		
а) живем вместе	89	33,33%
б) живут с другими родственниками / близкими людьми	41	15,36%
в) живут отдельно / самостоятельно	137	51,31%
	267	100,00%
7. Какие у вас отношения с вашими пожилыми родственниками?		
а) отличные	43	16,10%
б) хорошие	92	34,46%
в) удовлетворительные	74	27,72%
г) плохие	39	14,61%
д) не поддерживаем отношения	19	7,12%
	267	100,00%

8. Как часто вы видите со своими пожилыми родителями/бабушками и дедушками?		
а) практически каждый день	25	9,36%
б) несколько раз в неделю	62	23,22%
в) несколько раз в месяц	61	22,85%
г) 1 раз в несколько месяцев	65	24,34%
д) 1 раз в год и реже	36	13,48%
е) виделись очень давно / не общаемся	18	6,74%
	267	100,00%
9. Помогаете ли вы вашим пожилым родственникам?		
а) материальная помощь	37	13,86%
б) помощь в бытовых вопросах	156	58,43%
в) медицинская помощь / уход	13	4,87%
г) помощь в передвижении	21	7,87%
д) помощь в административных вопросах, оформлении документов	36	13,48%
е) другое, укажите _____	2	0,75%
ж) ничего из вышеперечисленного	2	0,75%
	267	100,00%
10. Как вы в целом относитесь к практике проживания пожилых людей в домах престарелых?		
а) определенно положительно	26	9,74%
б) скорее положительно	147	55,06%
в) скорее отрицательно	71	26,59%
г) определенно отрицательно	23	8,61%
	267	100,00%
11. Посещали ли вы дома престарелых в Приморском крае?		
а) да	78	29,21%
б) нет	189	70,79%
	267	100,00%
12. По вашему мнению, в домах престарелых в Приморском крае хорошие условия проживания?		
а) определенно да	21	7,87%
б) скорее да	25	9,36%
в) скорее нет	17	6,37%
г) определенно нет	37	13,86%
д) затрудняюсь ответить	167	62,55%
	267	100,00%
13. Как вам кажется, какие люди чаще всего проживают в домах престарелых?		
а) люди без родственников, близких людей	34	12,73%
б) люди, о которых не могут / не хотят позаботиться родственники	75	28,09%
в) люди, нуждающиеся в медицинском уходе	84	31,46%
г) инвалиды	64	23,97%

д) бездомные	10	3,75%
	267	100,00%
14. Есть ли у вас знакомые / родственники, жившие / живущие в домах престарелых		
а) да, знакомые	30	11,24%
б) да, родственники	23	8,61%
в) нет	214	80,15%
	267	100,00%
15. Как вы считаете, люди попадают в дома престарелых по собственной инициативе или по инициативе детей, родственников?		
а) по собственной инициативе	17	6,37%
б) по инициативе детей, родственников	96	35,96%
в) по собственной инициативе и по инициативе детей, родственников	154	57,68%
	267	100,00%
16. Как вы считаете, это допустимо, когда в старости люди переселяются в дома престарелых?		
а) да	196	73,41%
б) нет	33	12,36%
в) затрудняюсь ответить	38	14,23%
	267	100,00%
17. Как вы считаете, в каких случаях допустимо, что люди в старости переселяются в дома престарелых?		
а) когда они не могут сами о себе позаботиться	34	12,73%
б) когда о них некому позаботиться	123	46,07%
в) если им необходим медицинский уход	54	20,22%
г) если им негде жить	23	8,61%
д) если дети / родственники не имеют возможности ухаживать за пожилым человеком	21	7,87%
е) на время отпуска / отъезда детей/родственников	9	3,37%
е) другое, укажите _____	3	1,12%
	267	100,00%
18. Знаете ли вы о том, что в Приморском крае работают стационарные учреждения социального обслуживания (пансионаты, дома престарелых)?		
а) да	179	67,04%
б) нет	54	20,22%
в) затрудняюсь ответить	34	12,73%
	267	100,00%
19. Знаете ли вы, через какие государственные учреждения можно получить информацию о стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых)?		
а) да	32	11,99%
б) нет	212	79,40%
в) затрудняюсь ответить	23	8,61%

	267	100,00%
20. Готовы ли вы доплачивать за содержание родителей / родственников в доме престарелых в условиях повышенной комфортности?		
а) да	116	43,45%
б) нет	67	25,09%
в) затрудняюсь ответить	84	31,46%
	267	100,00%

Приложение Д

Таблица Д.1 - Результаты опроса о необходимости в размещении нуждающихся
в стационарных учреждениях социального обслуживания
(пансионат, дом престарелых и др.)

Анкета 2	В человеках	В процентах
1. Ваш пол?		
а) мужской	22	32,35%
б) женский	46	67,65%
	68	100,00%
2. Ваш возраст?		
а) от 60 до 70 лет	37	54,41%
б) от 71 до 80 лет	21	30,88%
в) 80 лет и старше	10	14,71%
	68	100,00%
3. Ваше образование?		
а) неполное среднее	0	0,00%
б) общее среднее	7	10,29%
в) среднее профессиональное	6	8,82%
г) высшее	55	80,88%
	68	100,00%
4. Вы являетесь жителем?		
а) города	54	79,41%
б) районного центра	9	13,24%
в) сельской местности	5	7,35%
	68	100,00%
5. Испытываете ли вы потребность в посторонней помощи?		
а) да, испытываю	44	64,71%
б) нет, не испытываю	24	35,29%
	68	100,00%
6. Состояние Вашего здоровья?		
а) в основном здоров (здорова)	21	30,88%
б) имею ряд заболеваний, в том числе носящих хронический характер	29	42,65%
в) имею инвалидность 1 группы	2	2,94%
г) имею инвалидность 2 группы	12	17,65%
д) имею инвалидность 3 группы	4	5,88%
	68	100,00%
7. Вы проживаете?		
а) в отдельной квартире	30	44,12%
б) в частном доме	18	26,47%
в) арендую жилье	6	8,82%

г) пользуюсь чужим жильем на безвозмездной основе	1	1,47%
д) в коммунальной квартире	0	0,00%
е) с родственниками	13	19,12%
	68	100,00%
8. Вы получаете социальное (социально-медицинское) обслуживание?		
а) на дому	34	50,00%
б) стоите на очереди на социальное обслуживание в стационарных учреждениях общего типа (дом престарелых)	6	8,82%
в) проживаете в стационарном учреждении (дом престарелых)	3	4,41%
г) не получаю	25	36,76%
	68	100,00%
9. Ваш среднедушевой доход в месяц?		
а) менее 10 000 рублей	1	1,47%
б) от 10 000 до 12 000 рублей	3	4,41%
в) от 12 000 до 14 000 рублей	37	54,41%
г) от 14 000 до 16 000 рублей	21	30,88%
д) свыше 16 000 рублей	6	8,82%
<i>(Справочно: величина прожиточного минимума в Приморском крае за второй квартал 2020 года составляет для пенсионеров 11 224 рубля)</i>	68	100,00%
10. Рассматриваете ли вы для себя возможность проживания в доме престарелых		
а) да	17	25,00%
б) да, на время отпуска/отъезда родственников	25	36,76%
в) нет, (нужное подчеркнуть):		0,00%
- сомневаюсь, что там мне будет комфортно и уютно;		0,00%
- не верю, что буду нужна (нужен) чужим людям, если не нужна (не нужен) своим родственникам;	4	5,88%
- тяжело приспособиться к чужой обстановке;	3	4,41%
- боюсь, что не будет должного ухода;	8	11,76%
- не могу принять морально, что придется жить среди чужих людей	11	16,18%
- другая причина		
	68	100,00%
11. Представьте ситуацию. Жизненные обстоятельства заставляют Вас сделать выбор, где вы бы хотели проживать в дальнейшем?		
а) самостоятельно	19	27,94%
б) с родственниками	23	33,82%
в) в доме престарелых	21	30,88%
г) затрудняюсь ответить	5	7,35%
	68	100,00%

12. Есть ли у вас сейчас потребность в дополнительном уходе/присмотре?		
а) да, меня посещает работник социальной службы	25	36,76%
б) да, за мной присматривают родственники	15	22,06%
в) да, но не обращался за помощью	12	17,65%
г) нет	16	23,53%
	68	100,00%
13. Знаете ли вы о том, что в Приморском крае работают стационарные учреждения социального обслуживания (пансионаты, дома престарелых)?		
а) да	58	85,29%
б) нет	7	10,29%
в) затрудняюсь ответить	3	4,41%
	68	100,00%
14. Знаете ли вы через какие государственные учреждения можно получить информацию о стационарных учреждениях социального обслуживания (пансионат, дом престарелых) и встать на очередь?		
а) да	11	16,18%
б) нет	39	57,35%
в) затрудняюсь ответить	18	26,47%
	68	100,00%
15. Готовы ли вы пребывать в доме престарелых на условиях повышенной комфортности и самостоятельно за это доплачивать?		
а) да	41	60,29%
б) нет	15	22,06%
в) затрудняюсь ответить	12	17,65%
	68	100,00%

Приложение Е

Таблица Е.1 - Результаты опроса о готовности малого и среднего бизнеса
заниматься социально-ответственным бизнесом
в социально-значимых отраслях

Анкета 3	В человеках	В процентах
1. Ваш пол?		
а) мужской	16	53,33%
б) женский	14	46,67%
	30	100,00%
2. Ваш возраст?		
а) от 20 до 30 лет	9	30,00%
б) от 30 до 45 лет	12	40,00%
в) от 45 до 60 лет	4	13,33%
г) от 60 и старше	5	16,67%
	30	100,00%
3. Ваше образование?		
а) неполное среднее	0	0,00%
б) общее среднее	2	6,67%
в) среднее профессиональное	3	10,00%
г) высшее	25	83,33%
	30	100,00%
4. К какому типу предприятия относится ваш бизнес?		
а) микропредприятие	9	30,00%
б) малое предприятие	12	40,00%
в) среднее предприятие	9	30,00%
	30	100,00%
5. Отметьте основную сферу деятельности, в которой вы осуществляете предпринимательскую деятельность		
а) производство пищевых продуктов	1	3,33%
б) транспорт и связь	2	6,67%
в) образование	4	13,33%
г) торговля	8	26,67%
д) гостиницы и рестораны	4	13,33%

е) строительство	3	10,00%
ж) другое (укажите) _____	8	26,67%
	30	100,00%
6. Готовы ли вы заняться социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях?		
а) да	17	56,67%
б) нет	9	30,00%
в) затрудняюсь ответить	4	13,33%
	30	100,00%
7. Готовы ли вы заняться социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях при поддержке государства (партнерское взаимодействие)?		
а) да	19	63,33%
б) нет	5	16,67%
в) затрудняюсь ответить	6	20,00%
	30	100,00%
8. Укажите мотивы, по которым вы согласны заняться социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях		
а) по морально-этическим соображениям	2	6,67%
б) внести вклад в решение социальных проблем	9	30,00%
в) повышение материального благосостояния	12	40,00%
в) затрудняюсь ответить	7	23,33%
	30	100,00%
9. Укажите причины, по которым вы не готовы заняться социально-ответственным бизнесом в социально-значимых отраслях		
а) большой риск	1	3,33%
б) отсутствие свободных денег	2	6,67%
в) мало информации	15	50,00%
в) затрудняюсь ответить	12	40,00%
	30	100,00%

Приложение Ж

СОГЛАШЕНИЕ о государственном франчайзинге (проект)

г. Владивосток

« ____ » _____ 2020 г.

Администрация г. Владивосток, действующая на основании Устава, именуемый в дальнейшем «Франчайзер», в лице _____, действующий на основании доверенности, и ООО « ____ », действующее на основании Устава, в лице _____, действующего на основании доверенности, именуемый в дальнейшем «Франчайзи», руководствуясь принципами государственного франчайзинга и свободой договора (в соответствии с ГК РФ), заключили настоящее Соглашение о нижеследующем.

I. Предмет Соглашения

Предметом настоящего Соглашения является организация приготовления пищи из самостоятельно закупленных продуктов в детских дошкольных учреждениях Ленинского района г. Владивосток.

При исполнении обязательств по настоящему Соглашению Стороны исходят из условий настоящего соглашения, а также иных законодательных актов РФ, регулирующих область организации питания в детских образовательных учреждениях (ГОСТ, СНИП и т. п.).

Всего Партнёру поручается организовать питание в ____ Детских дошкольных учреждениях перечень которых приведен в приложении № 1.

Ассортимент продуктов приводится в приложении № 2.

II. Объект Соглашения

Объектом Соглашения является государственная франшиза с исключительным правом на продукт у Администрации г. Владивостока (Франчайзер).

III. Права и обязанности Сторон

3.1. Франчайзер обязуется:

оказывать методологическую помощь и содействие в реализации настоящего Соглашения; содействовать подбору и подготовке кадров для осуществления деятельности дошкольного образовательного учреждения.

3.2 Франчайзи обязуется:

осуществлять закупку продуктов питания, организовывать хранение и утилизацию остатков приготовленной пищи за счет собственных средств;

предоставлять возможность проверки качества продуктов, качество их хранения и качество приготовления пищи.

3.3. Франчайзер вправе не чаще двух раз в год проводить проверку исполнения условия настоящего договора в процессе его исполнения.

Стороны обязаны своевременно предоставлять друг другу информацию, необходимую для исполнения обязанностей по настоящему Соглашению и незамедлительно уведомлять друг друга о наступлении существенных событий, способных повлиять на надлежащее исполнение указанных обязанностей.

3.4. Франчайзи вправе:

привлекать к выполнению работ по созданию объекта Соглашения других лиц, за действия которых он отвечает как за свои собственные;

IV. Размер и порядок оплаты

Общая стоимость данного контракта составляет.....

В данную сумму включается, все необходимые затраты на осуществление деятельности партнера и плюс чистая прибыль.

Оплата происходит один раз в год / квартал.

V. Ответственность Сторон

4.1. Стороны несут ответственность за неисполнение либо ненадлежащее исполнение принятых на себя по настоящему Соглашению обязательств в соответствии с законодательством Российской Федерации

4.2. Франчайзи несет ответственность за несоответствие в своей деятельности санитарным нормам и правилам, техническим условиям для обеспечения дошкольных образовательных учреждений питанием

4.3. Риск гибели или повреждения оборудования или продуктов питания несет Франчайзи.

4.4. Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное неисполнение обязательств по настоящему Соглашению, если это неисполнение явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы, возникших после заключения Соглашения в результате событий чрезвычайного характера, которые невозможно было ни предвидеть, ни предотвратить (форс-мажор).

4.5. Сторона, не исполнившая или исполнившая не надлежащим образом свои обязательства по настоящему Соглашению, не несет ответственность, предусмотренную законодательством Российской Федерации и настоящим Соглашением, если докажет, что надлежащее исполнение обязательств по настоящему Соглашению оказалось невозможным вследствие наступления обстоятельств непреодолимой силы.

4.6. Сроки исполнения обязательств по настоящему Соглашению отодвигаются соразмерно времени, в течение которого действовали обстоятельства непреодолимой силы. Если в результате действия непреодолимой силы выполнение настоящего Соглашения окажется невозможным, Соглашение расторгается по письменному согласию Сторон в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

4.7. При этом ответственность перед третьими лицами за ущерб причиненный в результате деятельности партнера стороны несут солидарную ответственность.

VI. Сроки по настоящему Соглашению

5.1. Настоящее Соглашение вступает в силу со дня его подписания Сторонами и действует в течение трех лет с момента его подписания.

5.9. Настоящее Соглашение прекращается:

по истечении срока действия, указанного в пункте 5.1 настоящего Соглашения;

по соглашению Сторон;

на основании судебного решения о его досрочном расторжении.

VII. Разрешение споров

6.1. Спорные вопросы, возникающие в ходе выполнения условий настоящего Соглашения, разрешаются Сторонами путем переговоров.

6.2. В случае не достижения согласия в результате проведенных переговоров Сторона, заявляющая о существовании спора или разногласий по настоящему Соглашению, направляет другой Стороне письменную претензию, ответ на которую должен быть представлен заявителю в течение 20 (двадцати) календарных дней с даты ее получения.

6.3. В случае, если ответ на письменную претензию не представлен другой Стороной в срок, указанный в пункте 6.2 настоящего Соглашения, претензия считается принятой.

6.4. В случае не достижения Сторонами согласия споры, возникшие между Сторонами, разрешаются в соответствии с законодательством Российской Федерации в судебном порядке.

VIII. Заключительные положения

7.1. Информация о финансовом положении Сторон считается конфиденциальной и не подлежит разглашению без письменного разрешения Сторон.

7.2. Все изменения и дополнения к настоящему Соглашению оформляются в письменной форме путем заключения дополнительных соглашений.

7.3. Настоящее Соглашение составлено на русском языке и подписано в трех подлинных экземплярах, имеющих равную юридическую силу, по одному для каждой из Сторон.

7.4. Сторона, изменившая свое местонахождение и (или) реквизиты, обязана письменно уведомить об этом другую Сторону в течение 30 (тридцати) календарных дней с момента таких изменений.

7.5. Дополнительные соглашения к настоящему Соглашению, являются его неотъемлемой частью. Дополнительные соглашения подписываются Сторонами Соглашения.

IX. Адреса и реквизиты Сторон

Франчайзер:

Франчайзи:

Подписи Сторон

МП

МП