

**К ВОПРОСУ О РОЛИ ФРАНЧАЙЗИНГА В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО КРИЗИСА**

В настоящее время франчайзинг является важной и актуальной темой для обсуждения в деловой среде. В условиях мирового финансового кризиса пострадали представители не только сферы малого и среднего бизнеса, но и достаточно крупных фирм; наблюдается сокращение персонала, все чаще крупные корпорации поглощают не столь значительные предприятия. В связи с этим остается открытым вопрос, – какое значение имеет франчайзинг для современного бизнеса? что это – возможный выход из сложившейся ситуации или лишь усугубление уже существующего положения?

Франчайзинг – система договорных отношений между предприятиями, при которой одна сторона – франчайзер – предоставляет другой стороне – франчайзи – право на производство и/или реализацию определенного вида продукции (товаров), оказание определенных услуг от имени и под товарным знаком франчайзера, а также право на получение технической и организационной помощи. На данный момент многие компании отказываются от франчайзинга, потому что не считают выгодным начинать бизнес в условиях мирового кризиса.

Действительно, экономически эффективной и рациональной может быть только покупка франшизы известной компании с качественным продуктом, проверенной временем, но, как правило, такая франшиза не может быть дешевой, и, следовательно, не является приемлемым вложением средств компании, испытывающей определенные трудности или делающей первые шаги в бизнесе.

Между тем, если говорить о франшизе с мировым именем, то, как правило, не возникает особых проблем и опасений насчет окупаемости данного проекта ни у франчайзи, ни у франчайзера. На начальном этапе после покупки необходимо проводить обучение нового партнера, кроме того, необходим постоянный контроль головного офиса за филиалами – региональными компаниями, ведь благодаря этому франчайзи чувствуют себя частью большой системы и более ответственно подходят к выполнению своих обязанностей. И, бесспорно, очень важны партнерские, в какой то степени равноправные отношения между франчайзи и франчайзером, ведь как сложно найти потенциального франчайзера, также сложно найти и того партнера, франчайзи, который, обладая профессиональным опытом, сможет, как минимум, поддерживать имидж компании на том же уровне.

Итак, в любой ситуации, для качественного ведения бизнеса и достижения стратегических целей необходимо придерживаться четких правил и действий. Франчайзинг – эффективная система, позволяющая бизнесу в кратчайшие сроки повысить свою репутацию и статус, а более крупным компаниям подтвердить свою значимость на рынке и приумножить капитал. Все это подчеркивает значимость франчайзинговой системы в условиях мирового финансового кризиса, которую можно рассматривать как один из инструментов выхода из кризиса и развития экономики.

**Н.Г. Малышенко, М.Н. Тымчур, С.А. Мокроносова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

**ПУТИ ВЫХОДА РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ ИЗ КРИЗИСА**

Кризис затронул много отраслей промышленности Запада, подорвал и наш российский бюджет путем падения цены за баррель нефти со 140 долларов США до 30-40 сегодня при условии, что нефть является главной статьей экспорта и формирования доходов бюджета РФ. Кризис почти полностью парализовал машиностроение, в частности: автомобилестроение, станкостроение, авиастроение и т.д. Но есть один нюанс: кризис парализовал не навсегда машиностроение, а лишь на какое-то время и затронул, прежде всего, не российское, а западное. Российское машиностроение и до кризиса находилось в ужасающем положении, за

исключением ряда предприятий, количество которых не превышает 20-30. Но всему когда-нибудь приходит конец, так и нашему отстающему машиностроению должен прийти. Но конец не означает конец, а как заявил премьер-министр РФ В.В. Путин: «...новое, современное, высокоразвитое машиностроение будет в России динамично функционировать уже к 2020 году». Российскому государству сегодня просто необходимо создать «благоприятную почву» для машиностроителей с помощью следующих мероприятий:

- снизить ставку НДС до 12% для высвобождения собственных дополнительных инвестиций, а это по расчетам экспертов около 300 млрд. р.;
- снизить ставку рефинансирования до 3–5% для получения российских дешевых кредитов и повышения уровня кредитования российских предприятий, а не просить кредиты у Запада в евро под 5–6% годовых на 5 лет с отсрочкой платежа на два года;
- помочь крупным предприятиям в виде выполнения госзаказов на долгосрочную перспективу; увеличивать долю государства в нужных отраслях на время кризиса, например, в авиастроении до 80–90%, а когда дела поправятся и акции поднимутся в цене, можно выйти на фондовый рынок, даже с государственными акциями, где затраченные деньги вернуться в бюджет с прибылью;
- провести мероприятия по налоговому инвестиционному кредитованию, а именно отсрочить налоговые платежи по налогу на прибыль с уменьшением налоговых процентов до 5–6%, что позволит предприятиям либо увеличивать оборотные средства, либо проводить техническое перевооружение основных производственных фондов.

Конечно же, государство России правильно делает, что поддерживает сельское хозяйство в условиях кризиса, предоставляя ему беспроцентные кредиты на 2–3 года. В частности этим в Свердловской области занимается «РоссельхозБанк» с целью обеспечения продовольственной безопасности и полного отказа от иностранной сельскохозяйственной продукции. Но возникает разумный вопрос, а чем машиностроение хуже? Разве оно не в бедственном положении, или у него меньше проблем, чем у сельского хозяйства? А ведь машиностроение является двигателем развития экономики, а поэтому Правительству РФ необходимо внести в «пакет антикризисных мер» вышеуказанные предложения и, по возможности проводить аудит инновационных машиностроительных проектов с предоставлением господдержки.

Кроме того, как бы ни абсурдно это звучало, но наша отсталость в машиностроении это же и наше преимущество. Если посмотреть на опыт Китая, Германии, Японии, то они находились в бедственном положении и на этом фоне покупали передовые западные технологии, и на их основе проводили НИОКР. И где они сейчас? В это тяжелое время, когда на Западе подешевели машиностроительные технологии, оборудование, просто необходимо их покупать и, внедрять в России. А уже на их основе проводить НИОКР и создавать свои инновационные проекты. Но для реализации всего этого необходима серьезная государственная помощь.

**Н.Н. Мехедова**

*Российский государственный профессионально-педагогический университет*

## **О РОЛИ ПЛАНИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ**

В настоящее время вследствие динамического характера развития кризиса и уменьшения инвестиций в инновации с длительным периодом окупаемости существует потребность в переориентации разработок маркетинговых мероприятий от долгосрочных планов к краткосрочным: тактическим и оперативным решениям.

Вместе с тем, использование ситуационных планов и сценариев необходимо реализовывать в оперативном изменении маркетинговой политики организации, а также всех инструментов комплекса маркетинга (продукт, цена, каналы распределения и методы продвижения продукта) в зависимости от изменений внешней и внутренней среды.