Инициатива Ассоциации молодых предпринимателей России призвана способствовать решению стратегических задач:

- существенного увеличения доли малого и среднего предпринимательства в ВВП страны;

- увеличения эффективности государственной политики в отношении малого и среднего предпринимательства, совершенствования и увеличения эффективности системы их поддержки;

- решения вопросов занятости населения (в особенности: молодежь, население моногородов, увольняемые в связи с реформами и реорганизациями различные служащие и проч.);

- повышения предпринимательской активности граждан в стратегически важных и социально-значимых отраслях экономики;

Рост и развитие МСП в целом благотворно влияет на подавляющее большинство экономических и социальных процессов, а главное, увеличивает степень благополучия народа.

Современное состояние малого и среднего предпринимательства, доля его присутствия в экономике страны не позволяет рассматривать его в качестве базы для комплексного развития какой-либо отрасли экономики. Среди характеристик нынешнего положения можно отметить:

- низкий уровень развития существующего малого и среднего бизнеса и его участия в экономике страны (существует всего 24 года, прошел несколько системных кризисов, доля в ВВП не более 20%, в основном услуги и торговля, нет высоких технологий ни в производстве, ни в потреблении, низкая конкурентоспособность и стабильность, низкое качество товаров и услуг и проч.);

- низкий уровень активности населения в создании новых бизнесов (отсутствие возможностей удачного выбора, перенасыщенность наиболее привлекательных сегментов, боязнь трудностей, не связанных с основным производством, низкая престижность деятельности и проч.);

- низкий уровень проникновения малого и среднего бизнеса (и вообще бизнеса) в социально-значимые отрасли (образование, воспитание и досуг детей и молодежи, медицина и социальное обслуживание, легкая промышленность и товары широкого потребления, продовольственная индустрия, высокие технологии и инновации);

- низкий уровень кооперации и взаимодействия, «цехового» саморегулирования и франчайзинговых моделей, что в странах с современной развитой экономикой, является основой участия МСП в сложных и значимых экономических конструкциях;

- низкая эффективность поддержки, как существующих предприятий МСП, так и «старт-апов» (отсутствие понятных, четких, доступных и единых алгоритмов применения мер поддержки, отсутствие приоритетов и, как, следствие низкий уровень распределения выделенных ресурсов и проч.);

- низкий уровень распространения (практически отсутствует) ГЧП в среде малого и среднего бизнеса (ГЧП – используется в крупных инфраструктурных и, как правило, уникальных проектах; отсутствие практики создания и «тиражирования» небольших, но типовых успешных ГЧ проектов, хотя положительные примеры есть, отсутствует адаптированный комплексный правовой институт).

Основным препятствием в данном контексте выступает отсутствие, либо недоступность эффективных моделей ведения бизнеса, лучших технологий производства и управления, при практической «гегемонии» импорта и контрафакта.

В настоящее время государство и местное самоуправление, в основном, выступают в роли регуляторов, контролеров и заказчиков для собственных нужд. В условиях необходимости кардинального изменения и модернизации экономики в исторически короткий срок (до 2020 или 2030 г.г.) властям разного уровня стоит стать еще и координаторами такого прорыва. Никто другой этого сделать просто не сможет.

Ассоциация молодых предпринимателей России предлагает новый инструмент государственно-частного партнерства, поддержки и развития МСП – «Государственный франчайзинг».

**«Государственный франчайзинг» – 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» – специальный правовой институт, в котором государство выступает партнером и предлагает воспользоваться своей новой опцией. В модели ГФ, государство, как сторона, заинтересованная в создании новых рабочих мест и прорывном росте экономики, разрабатывает и открывает каждому доступ к актуальным, эффективным, конкурентоспособным бизнес идеям, решениям, высоким технологиям, производства и управления, а также к прочим ресурсам, к которым обычный гражданин или предприниматель в одиночку широкого доступа не имеет.

Функции Государства в модели ГФ реализуются через «франчайзинговые центры», по сути – агентские организации, в компетенцию которых входят:

* привлечение, приобретение, адаптация эффективных и востребованных бизнес-моделей, на базе комплексных научных исследований;
* организация системы взаимодействия государственных органов, органов местного самоуправления, ресурсных и инфраструктурных партнеров и граждан, участвующих в партнерстве;
* разработка и применение договорной и иной исполнительно-руководящей документации, проведение конкурсных, регистрационных и иных процедур;
* юридическое, технологическое, маркетинговое, информационное и проч. сопровождение и контроль деятельности участников и партнеров ГФ.

**«Франчайзинговый центр»**, в зависимости от инициатора и оснований для создания может иметь различную организационно-правовую форму:

* **«Государственный (муниципальный) франчайзинговый центр»** - бюджетное или внебюджетное учреждение, созданное заинтересованным органом государственной власти (далее – ГВ) или местного самоуправления (далее – МСУ), единолично, либо совместно с организациями иных форм в целях реализации соответствующей целевой программы по развитию отрасли/территории, выполнения иного решения/соглашения. Г(М)ФЦ может быть создан в форме: ГБУ, СРО, НП.
* **«Негосударственный франчайзинговый центр»** - негосударственная, некоммерческая организация, действующая или созданная при участии заинтересованного органа ГВ или МСУ в целях реализации соответствующей целевой программы по развитию отрасли/территории, выполнения иного решения/соглашения. НФЦ может быть создан в форме: СРО, НП, ОО.
* **«Уполномоченный франчайзинговый центр»** - негосударственная организация, выполняющая по соглашению с заинтересованным органом ГВ или МСУ мероприятия по реализации на правах «Франчайзингового центра» соответствующей целевой программы по развитию отрасли/территории, выполнения иного решения/соглашения. УФЦ может быть в форме: СРО, НП, ОО, коммерческой организации.

Таким образом, модель государственно-частного партнерства – «Госфранчайзинг» призвана комплексно и системно решать задачи:

* существенного увеличения доли малого и среднего предпринимательства в структуре валового внутреннего продукта страны;
* повышения эффективности государственной политики в отношении малого и среднего предпринимательства, совершенствования системы поддержки предприятий МСП;
* решения вопросов занятости населения, в особенности категорий, требующих особого внимания: молодежь, население моногородов, увольняемые в связи с реформами и реорганизациями рабочие и служащие, кадровые военнослужащие, увольняющиеся в запас и т.д.;
* мотивации предпринимательской активности граждан в стратегически важных и социально-значимых отраслях экономики: образование, воспитание детей и молодежи, медицина и социальное обслуживание, легкая промышленность и товары широкого потребления, продовольственная индустрия и сельское хозяйство, высокие технологии и инновации

Реализация инициативы предполагает комплексный многоуровневый подход, требующий, в первую очередь, разработку нормативно-правовой базы, а также интеллектуальной и организационной инфраструктуры.

Внедрение «Государственного франчайзинга» призвано создать мультипликативный эффект.

**Для государства и местного самоуправления:**

Основной целью применения такого механизма в среде МСП является создание условий роста в отраслях, наиболее важных в общегосударственном смысле, однако, основной движущей силой которых могут являться преимущественно предприятия малого и среднего бизнеса. Государство, решая задачи импортозамещения, продовольственной безопасности, развития высокотехнологичной инновационной сферы, образования, медицины, культуры и проч. сможет повсеместно и в массовом порядке использовать огромный исполнительский ресурс, катализировать рост предпринимательской активности именно там, где это стратегически необходимо. Органы местного самоуправления также могут использовать «муниципальные франшизы» в соответствии с планами генерального развития своих территорий.

**Для граждан и МСП:**

Помимо ресурсной базы, способной привлечь к концессиям большое количество потенциальных предпринимателей, подобно коммерческой франшизе, поручения должны иметь хорошее аналитическое обоснование и подробное производственное содержание.

Мировой опыт показывает, что франчайзинг, как менее рискованный метод ведения бизнеса идеален для создания новых предприятий. Согласно данным ТПП США - 97 % франчайзинговых предприятий, преодолевают пятилетний период, и продолжают успешно работать в дальнейшем, в то время как в среднем около 60 % нефранчайзинговых предприятий прекращают свою деятельность в тот же период. Наиболее распространенной причиной «фиаско» является неверная оценка успешности выбранного направления и бизнес-модели. Не обязательно и даже не нужно собственно государству заниматься разработкой бизнес-планов и моделей. Государство может выступить проводником передового опыта, заказчиком идей и решений, устанавливая при этом дополнительные требования к качеству работ, оптимизируя усилия по поддержке МСП, направляя их в приоритетном порядке на поддержку «государственных (муниципальных) франчайзи».

Кроме того, к участию в долгосрочных программах ГФ и работе франчайзинговых центров охотно присоединятся крупные кредитно-финансовые, промышленные и ресурсные компании.