

Если по натурально-вещественным и экономическим процессам созданы основные их показатели, то по остальным, особенно экологическим и частично социальным процессам, они находятся в стадии поиска и создания. Необходимо также видеть проблему создания комплексных показателей результатов действия всех процессов в хозяйственной деятельности региона.

В соответствии с выработанными показателями необходимо исследовать и определить устойчивые причинно-следственные связи в хозяйственной деятельности определенного вида предпринимательской деятельности и в разных временных системах ее управления и на этой основе построить соответствующие структурно-логические факторные модели.

Сложность такого исследования определяется разными закономерностями действия вышеизложенных процессов хозяйственной деятельности и их взаимосвязью, а также разными уровнями управления. Чем глубже и полнее будут выявлены и представлены в структурно-логической модели факторы, тем они точнее будут выражены в методиках соответствующих функций управления, в том числе в разных видах хозяйственного учета и анализа.

Для осуществления работы этих факторных моделей необходимо найти соответствующий им методический инструментарий из имеющегося в настоящее время достаточно большого арсенала так называемых традиционных, экономико-математических и эвристических методов.

Для ускорения и облегчения получения учетно-аналитических и других конечных результатов действия функций системы управления конкретной предпринимательской деятельностью следует разработать соответствующие этим системам программы компьютерной технологии их обработки и представить руководству определенного уровня управления их результаты для принятия оптимальных управленческих решений.

<http://edoc.bseu.by>

И. А. Сучкова
БГЭУ (Минск)

СИСТЕМА ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ НА РЫНКЕ УСЛУГ

Современное мировое хозяйство характеризуется большим разнообразием форм предпринимательской деятельности. В международном бизнесе появляются все новые методы хозяйствования. Использование их позволяет эффективно развиваться компаниям и способствует экономическому росту различных стран. Все большее развитие получает интеграция мелких предприятий в структуру крупномасштабных систем обслуживания. В таких случаях крупный бизнес помимо собственных подразделений организует деятельность сети мелких и мельчайших автономных хозяйственных единиц, управляемых их арендаторами или владельцами. Все большую роль начинают играть различного рода контрактные соглашения между крупным и мелким бизнесом. Примером таких договорных отношений, которые стали важнейшей формой организации многих видов обслуживания, может служить франчайзинг. В рамках данной системы крупная компания дает мелкому предпринимателю право пользоваться ее именем и торговым знаком, получившими признание покупателей, производственной или маркетинговой технологией в сфере услуг, а также ее уникальными методами обслуживания в обмен на получение от них платежей. Следует отметить, что в основе любой франчайзинговой системы лежат не услуги сами по себе, а концепция бизнеса и качество системы.

Для потенциальных франчайзеров продажа франшиз становится не только новым источником доходов, но позволяет без значительных инвестиций расширить масштабы своего бизнеса, выйти на новые рынки. Очевидно, что в заключении франшизных соглашений особо заинтересованы молодые начинающие свое собственное дело предприниматели. Благодаря им они могут получать доступ к уже отработанной и прибыльной технологии ведения бизнеса, популярной и известной торговой марке.

Особый интерес франчайзинг представляет как один из способов выхода на внешние рынки, в частности, на международный рынок услуг. Это связано с тем, что наиболее широко он применяется в таких областях, как отели, мотели, рестораны, отдых, развлечения и путешествия, обеспечивая быстрое развитие этих сфер бизнеса и демонстрируя высокую эффективность. Не следует забывать, что участие во франчайзинговых соглашениях с известными зарубежными производителями этих услуг способствует решению таких важных проблем экономики, как создание новых рабочих мест, обеспечение мирового качества услуг потребителям, поступление валюты и многих других.

Итак, франчайзинг — один из высокоэффективных способов развития бизнеса и завоевания как внутренних, так и внешних рынков. Таким образом, объективно необходимое сосуществование крупного и мелкого производства услуг принимает рациональную форму, обеспечивающую сочетание заинтересованности мелких предприятий с выгодой для крупных.