

7 Tazhidenova A.R., Rozmetov T.V. (2018) The state and development trends of the insurance services market in Kazakhstan and abroad. Bulletin of Kh. Dosmukhamedov Atyrau University. №48(1). P. 104-111 [in English]

8 Mayanlayeva G.I. (2020) Insurance market of the Republic of Kazakhstan: theory, practice and imperatives of development: brief part of the Doctor of Economic degree dissertation. Almaty. 46 p. [in English]

Information about authors:

Shohruz Ruziev – **corresponding author**, professor, dean of the faculty of “Economics and education”, Department of “Economics and International Tourism”, Kokand University, Kokand, Uzbekistan

E-mail: ruzievshohruz@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4923-0715>

Информация об авторах:

Шохруз Рузиев – **основной автор**, профессор, декан факультета «Экономики и образования», кафедры «Экономики и международного туризма», Кокандского университета, г. Коканд, Узбекистан

E-mail: ruzievshohruz@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4923-0715>

Авторлар туралы ақпарат:

Шохруз Рузиев – **негізгі автор**, профессор, Коканд университетінің «Экономика және білім беру» факультеті деканы, «Экономика және халықаралық туризм» кафедра, Коканд қ., Өзбекстан

E-mail: ruzievshohruz@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4923-0715>

GTAMP 06.71.15

ӨОЖ 338.242.2

DOI 10.47649/vau.2022.v67.i4.09

К.К. Хасенова* 

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Астана қ., 010000, Қазақстан Республикасы

*e-mail: n_kenzhegul@mail.ru

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ФРАНЧАЙЗИНГТІҢ ҚОЛДАНЫЛУЫНЫҢ КЕЙБІР МӘСЕЛЕЛЕРІ

Аңдатпа.

Қазақстан Республикасының экономикасы үшін франчайзинг енді дамып келе жатыр деп айта аламыз, ал экономикасы дамыған елдерде болса франчайзингті пайдалану тәжірибесінің ғасырлық тарихы бар. Франчайзинг кәсіпкерлік қызметтің бір түрі ретінде даму перспективасы зор үміт күттіретіні анық. Әлемдік франчайзинг нарығын дамыту бойынша соңғы жылдары бизнестің бұл түрі Шығыс Еуропа, Азия және Оңтүстік Американың дамушы елдерінде қарқынды даму үстінде. Халықаралық франчайзингтік қауымдастықтың жаһандық франчайзингтік рейтингтері, сондай-ақ «FranchiseDirect», «Entrepreneur Magazine Franchise Zone», «AllBusiness» және «Entrepreneur» журналы сияқты ірі интернет-порталдар франчайзингтік бизнесті дамытудың ең жарқын көрсеткіштері болып табылады. Іс жүзінде франчайзингтік компаниялар туралы нақты статистиканы табу қиын, бұл жақын және алыс шетелдердің көптеген елдерінде байқалатын көрініс. Қазіргі уақытта тек АҚШ франчайзинг туралы толық статистикаға ие, себебі мемлекеттік франчайзинг тізілімінде тіркелу міндетті болып табылады.

Қазақстандағы франчайзингтер туралы толық статистика, оларды бөлімшелер бойынша бөлу, елдік және өңірлік тиістілігі қазіргі таңға дейін жоқ деуге де болады. Франчайзинг статистикасы өте өрескел, өйткені елде франчайзингті тіркеудің бірыңғай орталығы жоқ және барлық компаниялар өз қызметін франчайзинг ретінде жарияламайды.

Осы себепті 2016 жылы қазақстандық «Kazfranch» франшиза қауымдастығының көмегімен Қазақстанда франшизалардың ұлттық тізілімі құрылды. Тізілім франчайзинг статистикасын жүргізуге мүмкіндік береді және нарық көлемін бағалауға мүмкіндік береді. Бірақ франчайзинг ерікті негізде тіркелгендіктен, тіркелмеген франчайзингтердің саны өзекті мәселе болып қала береді. «Kazfranch» қазақстандық франчайзинг қауымдастығының ресми деректері бойынша соңғы жылдары тіркелген франчайзингтік шарттар саны бірнеше есе өскен.

Мақалада франчайзингтің Қазақстандағы қазіргі жағдайы және негізгі мәселелері қарастырылады, оны пайдалануды арттырудың кәсіпкерлікті дамытудың жолы ретінде рөлі айшықталады.

Негізгі сөздер: шағын және орта бизнес, франчайзинг, халықаралық франчайзинг, шағын кәсіпкерлік, бөлшек сауда.

Кіріспе.

Бүгінгі таңда пандемияға және әлемдегі саяси өзгерістерге байланысты әлемдік экономикалық дағдарыс аясында Қазақстан экономикасы қиын кезеңді бастан өткеруде. Франчайзинг экономикалық тұрақсыздық жағдайында кәсіпкерлік қызметті қалыптастыру мен дамытудың қуатты стимуляторы болып табылады. Мұны, франчайзинг – бұл экономикалық агенттердің өзара тиімді қатынастары құрылатын бизнесті жүргізудің дамыған жүйесі деп түсіндіруге болады. Қазақстанда пандемия жағдайында кәсіпкерлер өз бизнестерін франчайзингке алғысы келді, өйткені карантиндік қашықтық үрдісі басқа аумақтарды қамтуға мүмкіндік бермеді. Қазақстанда Франчайзингті мемлекет қолдап келеді, дегенмен, әлі де кәсіпкерлік ақпараттандырудың жеткіліксіз деңгейі, әлсіз құқықтық база, сонымен қатар, бизнесті жүргізудің көлеңкелі әдістері бар кәсіпорындардың да болуы инвестициялық тартымдылық деңгейін төмендетуге ықпал етіп келеді.

Қазақстан өңірлерінде шағын бизнесті дамыту нысаны ретінде халықаралық франчайзингті ұйымдастыру және дамыту инновациялық әлеуетті арттырады, сонымен қатар инвестициялық тартымдылықты арттырады және тұтастай алғанда елдің әлеуметтік-экономикалық дамуына ықпал етеді.

Осылайша, зерттеудің өзектілігі қазақстандық жағдайларда бизнестің франчайзингтік моделін қолданудың практикалық және теориялық негіздерін әзірлеу қажеттілігімен анықталады.

Зерттеудің негізгі мақсаты – Қазақстанда шағын бизнесті дамыту нысаны ретінде франчайзингтің қалыптасуы мен дамуын негіздеу және оның даму перспективаларын болжау, сондай-ақ бөлшек сауданың азық-түлік емес секторында франчайзингті жетілдіру шарттарын дәйектеу.

Бүгінгі таңда қазақстандық нарықта бірінші орын ресейлік субфраншизалар тиесілі. Қазақстанда ресейлік франчайзерлер «Додо Пицца», «2GIS» картасы, «Этажи» жылжымайтын мүлік агенттігі, «Спортмастер» спорт тауарлары дүкені, «O'stin», «Мята» лаундж-барлар желісі, «Burger Club» фастфуд мейрамханалар желісі, «Fix Price» дүкендер желісі сияқты және т.б. 200-ден астам желіні ашты. Ресейлік өндірушілердің барлық компанияларының 26%-ы киім сату саласындағы кәсіпорындар, 20%-ы қызмет көрсету саласындағы компанияларға, 19%-ы қоғамдық тамақтандыру саласындағы кәсіпорындарға, қалған бөлігін сұлулық салондары, спорт клубтары, медициналық және білім беру орталықтары құрайды.

60-қа жуық американдық франчайзинг желілері Қазақстанда 250-ден астам франчайзингтік нүкте ашып, өз қызметін дамытуда. Ең танымал: «Holiday INN», «KFC», «Coca-Cola», «Pepsico», «Burger King», «Hardee's», «Baskin Robins», «Starbucks», «Levi's», «Tommy Hilfiger», «Saks Fifth Avenue» және т.б. [1].

Қазіргі Қазақстан экономикасы тауарлар мен қызметтердің әлемдік нарығымен белсенді өзара іс-қимыл жасау есебінен ғана тиімді дамуға мүмкіндігі бар. Қазақстанда қатысатын франчайзингтік компаниялардың салалық ерекшелігі нақты өндірістік сектордағы қызметтер секторының үстемдігінің жалпы үрдісін көрсетеді. Азық-түлік емес тауарлар саудасы жергілікті кәсіпкерлер арасында ең танымал. Бірақ Қазақстандағы бөлшек сауданың азық-түлік емес секторында франчайзингтік жүйенің дамуын тежейтін, осы проблемаларды кешенді шешуді талап ететін бірқатар жағымсыз факторлар бар.

Зерттеу материалдары мен әдістері.

Франчайзинг біздің еліміздегі кәсіпкерлік қызметтің бір түрі ретінде кәсіпкерлердің алдында тұрған көптеген міндеттерді шешу үшін кешенді тәсілді талап етеді.

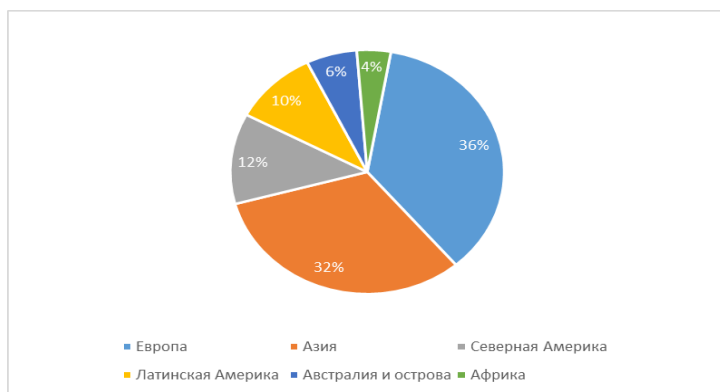
Франчайзингті зерттеу мәселелеріне шетелдік және отандық экономистердің көптеген еңбектері арналған, атап айтқанда Ян Мюррей, Скотт А. Шейн, С.Нортон, Р.Гроссман, С.Шейн, Ф.Г. Панкратов, И.В. Рыкова, Т.К. Серегина, Б.С. Кисиков, М.У. Успанова, В.И. Лебедев, А.А. Дүйсембаев, Дж.Мунемо, О.Васильева, Н.Смирнова сияқты экономист ғалымдардың еңбектерінде, нақты халықаралық франчайзингтің дамуы мен мәселелеріне қатысты зерттелген.

Мақала тақырыбы шеңберіндегі жүргізілген зерттеудің нысаны Қазақстандағы азық-түлік емес бөлшек сауда секторындағы халықаралық франчайзингтік компаниялар және олардың даму қарқындары болып табылады. Мақалада статистикалық талдау, жиынтық (интегралды) әлеует әдісі, шолу-талдау әдістері қолданылды. Атап айтқанда Қазақстандық франчайзинг ассоциациясының мәліметтер базасы, «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры, Ұлттық статистика бюросы мәліметтері мақала тақырыбын талдау барысында графикалық әдістер, статистикалық жиынтықтарды талдау әдістері және экономикалық-математикалық әдістер арқылы сараптамалар жасауға арқау болды.

Қазіргі таңда аталмыш тақырыпты зерттеу, саралау мәселелері бойынша еліміздегі Ұлттық Зияткерлік Меншік Институты (Казпатент), Орталық-Азиялық франчайзингтік даму агенттігі (CAFLA), Кәсіпкерлердің тәуелсіз ассоциациясы (КТА-НАП), сонымен қатар, франчайзингтің дамуына қолдау білдіруші, бірқатар банктер мен мемлекеттік және жеке ұйымдар, «Франчайзинг дамуының ұлттық орталығы» сияқты ресми және бейресми ұйымдар ақпараттарының алатын орны зор.

Нәтижелер және оларды талқылау.

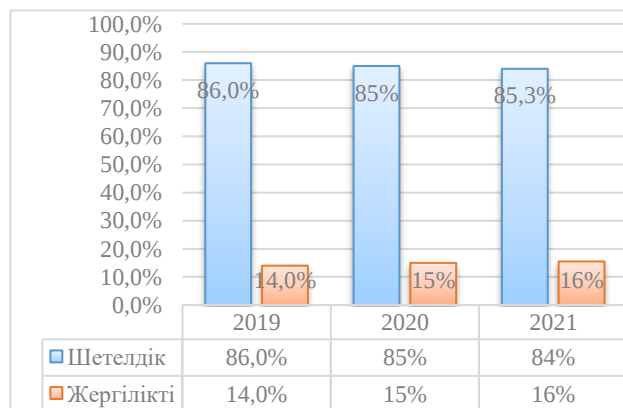
Франчайзинг әлемнің 85-тен астам елінде дамып келеді: 2,6 миллионнан астам франчайзингтік компаниялар 30 мыңнан астам Франчайзинг иелеріне тиесілі, оның 32%-ы азиялық, 36%-ы Еуропадан келген франчайзерлерге тиесілі, жалпы жиынтықтың 12%-ы Солтүстік Америкадан және 10%-ы Латын Америкасынан келеді (1-сурет).



Сурет 1 – 2021 жылғы франчайзерлер саны бойынша континенттердің үлесі.
Ескерту: дереккөз [2].

Жылына 100-ден астам шарт тіркелуде. Франчайзингтік жүйелердің саны 2021 жылдың аяғында тіркелмегендермен бірге 600-ге жуық. Сондай-ақ, тауарлық белгілерді беру шарттарын тіркеу саны артты және олардың саны тек 2021 жылы 612-ге тең. Кәсіпкерлер зияткерлік меншікті қорғау саласында ілгеріледі.

Отандық франчайзингтердің саны шамамен 60 желіні құрайды, олардың франчайзингтердің жалпы санындағы үлес салмағы небәрі 16%-ды ғана құрайды (2-сурет).



Сурет 2 – 2019-2021 жылдардағы Қазақстанда шыққан елі бойынша франшизалардың динамикасы.

Ескерту: дереккөз [3], [4].

Олардың ішінде ең танымалдары «Lanzhou Kafe» мейрамханалары, «Serebroff Jewelry» зергерлік дүкендері, «Садыхан» дәріханалар желісі, «Айкуне» сауықтыру орталықтары, «Romantic», «Rilak» гүл дүкендері, «Salam Bro», «Zheka's Ice», «Red Dragon» фаст-фуд мейрамханалары сияқты франчайзингтік желілер және т.б. олар 1-кестеде толығырақ келтірілген (1-кесте).

Кесте 1 – Қазақстандағы 2021 жылға арналған ірі франчайзингтік желілер

№	Франчайзингтік желінің атауы	Нүктелер саны	Қызмет саласы
1	Salam Bro	43	фаст-фуд
2	Садыхан	30	дәріханалар желісі
3	Zheka's doner house	28	фаст-фуд
4	Bahandi Burger	27	фаст-фуд
5	Coffee Boom	22	кофехана
6	Red Dragon	20	фаст-фуд
7	Serebroff Jewelry	18	зергерлік дүкен
8	Romantic	9	гүл дүкені
9	Айкуне	7	медициналық қызметтер
Ескерту: автормен құрастырылған			

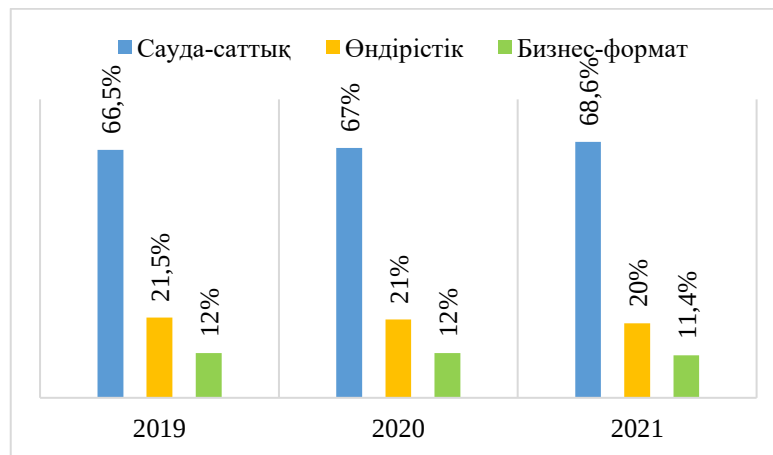
Қазақстандағы франчайзингтік желілер қоғамдық тамақтану және фаст-фуд саласында, сондай-ақ бөлшек саудада қарқынды дамып келеді. Бұл франчайзингтердің көпшілігі өз қызметтерін медиа тұлғалар мен әлеуметтік медиа блогерлері арқылы насихаттайды. Жоғарыда келтірілген кестеде ең танымал франчайзингтік желілер көрсетілген. Отандық франчайзингтік желілер дамып, баяу қарқын алуда. Соңғы үш жылда отандық желілер бір жарым есеге жуық өсті. Бірақ Қазақстан басқа дамыған елдермен салыстырғанда отандық франчайзингтер саны бойынша айтарлықтай артта қалып отыр. Жалпы көрсеткіштердегі шетелдік франчайзингтердің үлес салмағы 85%-ды құрайды [5].

Соңғы бірнеше жылда Қазақстанда шетелдік франчайзерлер саны тұрақты өсуде және 2020 жылғы жағдай бойынша Қазақстанда 400-ден астам шетелдік франчайзингтік желілер жұмыс істейді.

Еуропалық Одақ елдері 85-тен астам франчайзингтік желілерді дамытып, 300-ге жуық нүкте ашты. Қазақстандық нарықта Түркия, Австралия, Жапония және т.б. франчайзингтік желілер де табысты жұмыс істеуде. Олардың ішіндегі ең танымалдары: LC Waikiki, DeFacto, Miniso, Gloria Jean's Coffee және т.б.

Егер компанияларды франчайзинг түрлері бойынша салыстыратын болсақ, онда компаниялардың негізгі үлесі дәстүрлі сауда франчайзингінде жұмыс істейді деп айтуға болады (3 сурет). Мұның бәрі сауда саласындағы франчайзингтің орташа өтелу мерзімі ең аз болғандықтан. Нарықта ол жоғарыда аталған көптеген брендтермен, сондай-ақ ZARA, Zara Home, Bershka, H&M, Yves Rosher, Ikea, It's Skin, Traveller's Coffee және т.б. брендтермен ұсынылған.

Өндірістік франчайзинг екінші орында, өйткені ол Франчайзингті сатып алу және ұйымдастыру кезінде айтарлықтай инвестицияларды қажет етеді және басқа операциялық және логистикалық шығындарды қарастырады, осылайша ұзақ мерзімді өтеу мерзіміне ие болуы мүмкін. Қазіргі уақытта Coca-Cola, Tea coffee garden, Баскин Роббинс Алматы, Bambino Kazakhstan және т.б. сияқты компаниялар ұсынылған. Сондай-ақ, технологиялар мен бизнес-процестерді беру арқылы бизнес форматындағы франчайзинг баяу дамып келеді, бұл түр ИНВИТРО, Бургер Кинг, World Class және т.б. компаниялармен ұсынылған.



Сурет 3 – Қазақстанда 2019-2021 жылдары ұсынылған франчайзингтік компаниялардың түрлері

Ескерту: дереккөз [6]

Қазақстандық франчайзингтің тарихы 1994 жылы Түрік лицензиарының қосалқы лицензиясы бойынша ашылған Соса-Кола компаниясының зауытының пайда болуымен басталады. Қазір «Кока-Кола Алмат Боттлерс» нарықтың едәуір үлесін алады, өз өндірісін табысты ұлғайтады және алкогольсіз газдалған сусындар секторында көшбасшы болып қала береді [7].

2004 жылы Қазақстанда «Umex Real Estate Agency» жылжымайтын мүлік бойынша алғашқы франчайзингтік компания пайда болды және ұзақ жылдар бойы өз қызметтерін табысты ілгерілетуде. Агенттік өзінің франчайзингтік пакетінде ұйымдық бөлім бойынша егжей-тегжейлі нұсқаулар, бизнес-жоспар, басқару жүйесі, қызметкерлерді оқыту және қажетті құжаттар пакетін ұсынады.

2003 жылы Қарағанды қаласынан бірнеше кәсіпкер «Tiffany Marble Molds International Incorporated» американдық технологиясы бойынша құйылған мәрмәр мен граниттен жасалған бұйымдарды өндіру және сату бойынша шебер-франшиза сатып алды. Франчайзер өз кезегінде бизнестің орналасқан жерін таңдауды қамтамасыз етеді, өндірістік орынды жоспарлауды жүзеге асырды, жабдықты орнатты және өндірісті іске қосты, сондай-ақ жыл бойына әдістемелік көмек көрсетті. Франчайзермен жасалған шартта франчайзи сатылымның 2-5% мөлшерінде роялти төлеуге міндеттенеді, сондай-ақ қызметкерлерді оқытуға ақы төлейді [8].

Бірте-бірте Қазақстан нарығына Marriott International: Ritz-Carlton, Marriott, St сияқты қонақ үй желілерінің ірі ойыншылары да кіре бастады. Regis; сондай-ақ Hilton, Rixos, Holiday INN желілері және т.б. өз есігін алғаш рет 2005 жылы Астана қаласындағы Rixos қонақ үйі ашты, содан кейін Ақтау қаласында Marriott пайда болды. Көптеген ірі қонақ үйлер Астанада және Алматы қаласында, сондай-ақ Ақтау, Түркістан туристік қалаларында және Бурабай курортында орналасқандығы белгілі.

Қазақстандық нарықта франчайзингті дамытудың келесі кезеңі азық-түлік және азық-түлік емес тауарларды сату нүктелерінің ашылуы болды (2 кесте).

Кесте 2 – ҚР бөлшек саудадағы секторындағы азық-түлік емес секторындағы шетелдік франшизалар саны

№	Өндіруші ел	Франчайзингтік нүктелер саны	Франчайзингтік желілер/брендтер атауы
1	Еуропа елдері (Италия, Испания, Германия, Франция, Швеция, Англия, Финляндия)	128	Zara, Zara Home, Bershka, Massimo Dutti, Pull&Bear, Isabel Garcia, Stradivarius, Oysho, H&M, Mango, Marc O'Polo, Jo Malone, Keddo, Lacoste, Max Mara, Uterque, Swarovski, Yves Rocher, Motivi, Naf Naf, Finn Flare
	ТМД елдері (Ресей, Украина)	99	O'stin, Lady Collection, Respect, Спортмастер, Kari, Intertop, Incity, Zarina, Askona, Black star wear, Lichi, Love Republic, Be Free, Твое, Oodji
3	Түркия	95	Climber, LC Waikiki, Defacto, Koton, Flo, Colin's, Petek
4	АҚШ	56	Levi's, Nike, Saks Fifth Avenue, Timberland, AldoShoes, MAC, NYC professional makeup, Bobbi Brown, Tommy Hilfiger, Under Aemour, New Balance
5	Жапония	39	Miniso, Inori
6	Оңтүстік Корея	18	It's skin, The Face Shop, Missha
7	Қытай	14	Basconi, Madame Coco, Snowimage
8	Австралия, Израиль және т.б.	13	Bronx and Banco
Ескерту: автормен құрастырылды			

Қазақстандағы франчайзингтің ерекшеліктерінің ішінен оның ел аумағында біркелкі таралмауы, франчайзерлердің франчайзи үшін жарна белгілеуден бас тартуы, франчайзерлердің франчайзи тауарларына немесе қызметтеріне белгіленген бағаларды айқындауы, сондай-ақ франчайзингтік шарттың қолданылу мерзімін шектеуі деп атауға болады.

Қазақстандағы франчайзингтік қатынастар өңірлік, салалық және дәстүрлі ерекшеліктерді ескере отырып, заңнамаға негізделуге тиіс. Егер коммерциялық құпияның құпиялылығын, тауарлық белгіні қорғауды және басқа мәселелерді реттейтін мәселелер әртүрлі заңнамалық құжаттарда қайта қаралса, бұл франчайзингтік жүйенің жаппай дамуына оң әсер ететіні хақ. Қазақстанда франчайзингтің дамуына кері әсер ететін негізгі факторлар: кәсіпкерлердің кәсіпкерлік қызметтің осы нысаны туралы ақпаратсыздығы, бағалы қағаздар нарығының әлсіз дамуы, коммерциялық жылжымайтын мүліктің жоғары құны, желілерді дамыту үшін ел өңірлерінің инвестициялық тартымдылығы туралы ақпараттың жеткіліксіздігі, франчайзингтік секторға мемлекеттік жеңілдіктердің болмауы, Қытаймен шегаралас болу.

2021 жылдың сәуір айының басында франчайзингтік компаниялардың кірістілігі 100%-ға төмендеді (үлкен соққы Алматы мен Астанаға тиесілі болды). Жазға қарай нарық біре-бірте жаңа жағдайларға бейімделе бастады. Әлемдік трендтерден: ағындық фитнес, Зум білімі, антивирустық тазарту, қауіпсіз жеткізу және логистика, соның ішінде онлайн сату, Skype психотерапиясы (сегмент) тұжырымдамалары өсті. Әрине, дәріханалар, фармацевтика және медицина, соның ішінде Теле және Онлайн медицина. Қазақстанда кәсіпкерлері өз бизнесін

франчайзингтендіруге ынталы болғандары анық, өйткені карантиндік қашықтық үрдісі басқа аумақтарды қамтуға мүмкіндік бермеді. Осылайша, франчайзинг жүйесі арқылы даму тиімдірек. Саумал, шұбат, қымыз терапиясы және т.б. сияқты органикалық өнімдер арқылы денсаулықты нығайтуға негізделген тұжырымдамалар дами бастады.

Карантин кезеңінде Қазақстан франшизалары өз айналымының 80%-на дейінін жоғалтты. Ақшалай түрде айналым бір жерде 75-80%-ға төмендеді.

Сонымен қатар, пандемия отандық бизнестің нарықтағы үлесін едәуір арттыруға мүмкіндік те болды. Болжам бойынша, қазақстандық нарықтағы отандық франчайзингтердің үлесі екі жыл ішінде 15%-дан 30%-ға дейін өседі. Бұл ретте білім беру, денсаулық сақтау және тамақтану саласы дәстүрлі түрде табысты болады. Glovo Kazakhstan және Wolt Kazakhstan сияқты азық-түлік жеткізу қызметінде жаңа ойыншылар өз жұмыстарын жолға қойды.

Бүгінде франчайзингтік жүйені ілгерілету үшін Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің қолдауымен елдің түрлі алаңдарында франчайзинг тақырыбы бойынша дөңгелек үстелдер, конференциялар мен семинарлар өткізілу тәжірибесі кеңінен қолданыс табуда.

Қазақстанда франчайзингтің дамуына бірнеше мамандандырылған және мамандандырылмаған институттар ықпал етеді:

- Ұлттық зияткерлік меншік институты (Казпатент). Негізгі миссия – тауар белгілерінің айналымы секторын реттеу және франчайзингтік шарттарды тіркеу.

- Еуразиялық Франчайзинг Қауымдастығы (SAFRAN). Негізгі мақсат – кәсіпкерлерге франчайзинг және лицензиялау мәселелері бойынша тегін кеңес беру.

- «Даму» шағын кәсіпкерлікті дамыту қоры. Кәсіпкерлерге франшиза сатып алуға жеңілдікпен несие беру.

- «Kazfranch» Қазақстандық Франчайзинг Қауымдастығы. Ұйым өз мүшелерінің мүдделерін қолдау және қорғау үшін және франчайзингті тарату үшін неғұрлым қолайлы құқықтық және экономикалық орта құру мақсатында құрылған.

- «Атамекен» Қазақстан Республикасының Ұлттық кәсіпкерлер палатасы.

Жоғарыда аталған барлық ұйымдар франчайзингтік қатынастардың мақсаттарын дамыту және іске асыру үшін жұмыс істейді. Қазақстан Республикасында франчайзингтік қызметті қолдаумен белсенді айналысатын «Даму» қорының қызметін бөліп көрсетуге болады. Қор еліміздің кәсіпкерлік құрылымдарының өсуі, сондай-ақ бизнес-ортаны қолдауға бөлінетін мемлекет салымдарының тиімділігін арттыру үшін құрылған институт болып табылады.

Қазақстандық тәжірибе және франчайзингтің дамуын талдау шетелдік франшизалардың басым екенін және олардың жалпы үлесінің 85% құрайтынын, ал отандық франшизаның жалпы үлесі 15% екендігін көрсетті. Сонымен қатар, талдау нәтижелерінен байқағанымыздай, соңғы бірнеше жылда Қазақстанда шетелдік франчайзерлер саны тұрақты түрде артып келеді. Шетелдік франчайзерлер 400-ден артылса, ал отандық франшизалар шамамен 60 шақты желіні құрайды, дегенмен соңғы жылдары олардың саны біржарым есе өскендігін байқадық.

Дегенмен Қазақстандағы франчайзингтердің санына қатысты мәліметтердің нақты және дәлдігі әлі де болса әлсіз, себебі франчайзингтерді есепке алатын мемлекеттік деңгейде бірыңғай орталық жоқ. Қазақстандағы франчайзингтік компаниялардың салалық ерекшеліктері, кәсіпкерлер арасындағы азық-түлік емес секторлардағы танымалдылықтың артып отырғандығын байқатты. Сондықтан да, аталмыш сектордың мақала барысындағы талдауға басты арқау болуының да басты себебі болды.

Жүргізілген талдаулар негізінде, еліміздегі франчайзингтің дамуын тежеуші басты келеңсіз факторлар анықталды:

1. Бизнес өкілдерінің кәсіпкерліктің бұл формасы туралы ақпараттандырылуының жеткіліксіздігі;
2. Бағалы қағаздар нарығының әлсіз дамуы;
3. Коммерциялық жылжымайтын мүлік құнының жоғарылығы;
4. Желілерді дамыту үшін өңірлердің инвестициялық тартымдылықтары бойынша ақпараттардың жеткіліксіздігі;
5. Мемлекеттік жеңілдіктердің болмауы және франчайзингтік секторға деген преференциялардың жоқтығы.

Қорытынды.

Аймақтық билік франчайзингті дамытудың бастамашысы болуға тиіс, өйткені бұл жергілікті тұтынушыларға тиімді, тұтыну нарығын дамытудың жаңа кезеңіне, оның сапасы мен бәсекеге қабілеттілігін арттыруға әкелуі мүмкін, бұл өз кезегінде өңірлердің жедел әлеуметтік-экономикалық дамуына көшу үшін алғышарттар жасайды.

Франчайзингтік ұйымдардың дамуы ел экономикасының өсуіне тікелей ықпал етеді. Бұл компаниялардың ашылуымен жаңа жұмыс орындары құрылады, кәсіпкерлік қызметтің ашықтығы мен заңдылығы пайда болады және бұл салық түсімдерінің ұлғаюына және мемлекеттік бюджеттің толықтырылуына әкеледі. Осылайша, франчайзер франчайзинг шарты негізінде желіні басқару үшін ашық қаржылық есептілікті талап етеді. Мәселенің өзектілігі жоғары екендігі хақ, өйткені көптеген шағын кәсіпкерлер өз қызметін көлеңкелі түрде жүргізеді. Бұл мәселені шешу немесе оны азайту инвестициялық тартымдылық деңгейінің жоғарылауына әкеледі. Бұл шағын және орта бизнестің өсуі елдегі франчайзингтің дамуына байланысты болуы мүмкін дегенді білдіреді.

Қазақстан Республикасында шағын бизнесті дамыту нысаны ретінде франчайзингтің дамуы ел экономикасына инвестициялар тартуға, жаңа жұмыс орындарын құруға, әлеуметтік-экономикалық жай-күйді жақсартуға және тұтастай алғанда елдің қарқынды және экстенсивті экономикалық дамуына ықпал етеді. ШОБ субъектілері тарапынан Қазақстанның ЖІӨ-дегі негізгі үлесті шағын кәсіпкерлік құрайды, олардың үлесіне 2021 жылы ЖІӨ-нің 24% тиесілі. Франчайзинг шағын бизнесті дамытудың ең тиімді түрлерінің бірі болып қала береді.

Зерттеу нәтижесінде, жоғарыда аталған тежегіш факторларды ескере отырып, Қазақстанда франчайзингті оңтайландыру мақсатындағы іс-шаралардың бірі ретінде, «Даму» шағын және орта кәсіпкерлікті қолдау қорымен бірлесіп, сондай-ақ «Kazfranch» қазақстандық франчайзинг қауымдастығының қатысуымен Қазақстан өңірлерінде франчайзингті қолдау жөніндегі «Өңірлік франчайзинг» мемлекеттік бағдарламасын әзірлеу мүмкіндігін айта аламыз. Аталмыш бағдарламаның мақсаты – аймақтарда франчайзингті дамыту болмақ. Бағдарлама шеңберінде қаржылық қамтамасыз ету мәселелері ғана емес, сонымен қатар франшиза мәселелері бойынша ақпараттық қолдау мен кеңес берулер де қаралуы мүмкін болады. 2030 жылға қарай франчайзинг шағын және орта кәсіпорындар мен объектілерді ұлғайтудың негізгі тетігі, өңірдегі ірі компанияларды дамыту құралы және ҚР экономикасының өсу қозғалтқышы болады деп күтілуде.

«Өңірлік франчайзинг» бағдарламасы шеңберінде екі ішкі бағдарламаны қарастыру және іске асыру орынды болар еді:

1. «Аймақтардағы франчайзинг саласындағы ақпараттық қамтамасыз ету және кеңес беру».
2. «Өңірлердегі франчайзинг субъектілерін қаржылық қамтамасыз ету».

Бұл бағдарламаны іске асыру өңірлерде франчайзингтің орнықты жұмыс істеуі мен дамуы үшін қолайлы жағдайлар жасауға, франчайзингтік компаниялар мен ШОБ

субъектілерінің санын ұлғайтуға, сондай-ақ өңірлердің инвестициялық тартымдылығын арттыруға қызмет етері хақ.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

- 1 Шкутько О.Н. Международный франчайзинг: современные тенденции и мировой опыт. Экономический вестник Национального технического университета. — Т.1. — №26. — 2019. — С. 100-106
- 2 International Franchise Association. Available at: — URL: <http://www.franchise.org/> (accessed: 01.11.2022)
- 3 Казахстанская ассоциация франчайзинга «Kazfranch». Available at: — URL: <https://kazfranch.kz/about-us/reestr/> (accessed: 10.11.2022)
- 4 Портал о франчайза. Available at: — URL: <http://kupi.franchizu.ru/> (accessed: 10.10.2022)
- 5 Аубакиров К. Франчайзинг как форма организации бизнеса в Казахстане. Современные научные направления: от прикладных исследований до инноваций: сборник докладов VII междунар. форума молодых ученых (11-19 апреля 2017 г.). — Усть-Каменогорск. — Ч.1. — 2019. — С. 131-136
- 6 АО Фонд развития предпринимательства «ДАМУ». Available at: — URL: <http://www.damu.kz/> (accessed: 06.11.2022)
- 7 Ягудин С.Ю. Венчурное предпринимательство Франчайзинг. — М.: Питер. — 2019. — 182 с.
- 8 Бегежанов Д.Б. Франчайзинг как экономический инструмент развития малого предпринимательства. АльПари. — № 1-2. — 2018. — С.136-140

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация.

В Республике Казахстан франчайзинг только развивается, а в странах с развитой экономикой существует многовековая история практики использования франчайзинга. Очевидно, что перспектива развития франчайзинга как вида предпринимательской деятельности многообещающая. По развитию мирового рынка франчайзинга в последние годы этот вид бизнеса стремительно развивается в развивающихся странах Восточной Европы, Азии и Южной Америки. Глобальные рейтинги франчайзинга международной франчайзинговой ассоциации, а также крупные интернет-порталы, такие как FranchiseDirect, Entrepreneur Magazine Franchise Zone, AllBusiness и Entrepreneur Magazine, являются наиболее яркими показателями развития франчайзингового бизнеса. На практике трудно найти точную статистику о франчайзинговых компаниях, что является выражением, наблюдаемым во многих странах ближнего и дальнего зарубежья. В настоящее время только США имеют полную статистику франчайзинга, поскольку регистрация в государственном реестре франчайзинга является обязательной.

Полная статистика о франшизах в Казахстане, их распределение по подразделениям, страновая и региональная принадлежность до настоящего времени отсутствуют. Статистика франчайзинга довольно грубая, поскольку в стране нет единого центра регистрации франчайзинга, и не все компании объявляют свою деятельность франчайзингом.

По этой причине в 2016 году при содействии казахстанской ассоциации франшиз «Kazfranch» в Казахстане создан Национальный реестр франшиз. Реестр позволяет вести статистику франчайзинга и позволяет оценить размер рынка. Но поскольку франшиза зарегистрирована на добровольной основе, количество незарегистрированных франшиз остается актуальным вопросом. По официальным данным Казахстанской ассоциации франчайзинга «Kazfranch», за последние годы количество зарегистрированных франчайзинговых договоров увеличилось в несколько раз.

В статье рассматриваются современное состояние и основные проблемы франчайзинга в Казахстане, подчеркивается роль повышения его использования как пути развития предпринимательства.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, франчайзинг, международная франчайзинг, малое предпринимательство, розничная торговля.

SOME ISSUES OF USING FRANCHISING IN KAZAKHSTAN

Abstract.

Franchising is only developing in the Republic of Kazakhstan, and in countries with developed economies there is a centuries-old history of the practice of using franchising. Obviously, the prospect of franchising development as a type

of entrepreneurial activity is promising. According to the development of the global franchising market in recent years, this type of business is rapidly developing in the developing countries of Eastern Europe, Asia and South America. The global franchise ratings of the International Franchise Association, as well as major Internet portals such as FranchiseDirect, Entrepreneur Magazine Franchise Zone, AllBusiness and Entrepreneur Magazine, are the most striking indicators of the development of franchising business. In practice, it is difficult to find accurate statistics about franchising companies, which is an expression observed in many countries of the near and far abroad. Currently, only the USA has complete franchise statistics, since registration in the state register of franchising is mandatory.

There are no complete statistics on franchises in Kazakhstan, their distribution by divisions, country and regional affiliation to date. Franchise statistics are rather rough, since there is no single franchise registration center in the country, and not all companies declare their activities as franchising.

For this reason, in 2016, with the assistance of the Kazakhstan Franchise Association "Kazfranch", a National Register of Franchises was created in Kazakhstan. The registry allows you to keep franchise statistics and allows you to estimate the size of the market. But since the franchise is registered on a voluntary basis, the number of unregistered franchises remains an urgent issue. According to the official data of the Kazakhstan Franchise Association "Kazfranch", in recent years the number of registered franchise agreements has increased several times.

The article examines the current state and main problems of franchising in Kazakhstan, emphasizes the role of increasing its use as a way of entrepreneurship development.

Key words: small and medium business, franchising, international franchising, small business, retail trade.

REFERENCES

- 1 Shkut'ko O.N. Mezhdunarodnyi franchaizing: sovremennye tendentsii i mirovoi opyt. [*International franchising: current trends and world experience*]. Ekonomicheskii vestnik Natsional'nogo tekhnicheskogo universiteta. T. 1. №. 26. 2019. P. 100-106 [in Russian]
- 2 International Franchise Association. Available at: — URL: <http://www.franchise.org/> [in English] (accessed: 01.11.2022)
- 3 Kazakhstanskaya assotsiatsiya franchaizinga «Kazfranch». [*Kazakhstan Franchise Association «Kazfranch»*]. Available at: — URL: <https://kazfranch.kz/about-us/reestr/> [in Russian] (accessed: 10.11.2022)
- 4 Portal o franchaiza. [*Franchise Portal*]. Available at: — URL: <http://kupi.franchizu.ru/> [in Russian] (accessed: 10.10.2022)
- 5 Aubakirov K. Franchaizing kak forma organizatsii biznesa v Kazakhstane. [*Franchising as a form of business organization in Kazakhstan*]. Sovremennye nauchnye napravleniya: ot prikladnykh issledovaniy do innovatsii: sbornik dokladov VII mezhdunar. foruma molodykh uchenykh (11-19 aprelya 2017 g.). Ust'-Kamenogorsk. Ch.1. 2019. P. 131-136 [in Russian]
- 6 AO Fond razvitiya predprinimatel'stva «DAMU». [*JSC Entrepreneurship Development Fund «DAMU»*]. Available at: — URL: <http://www.damu.kz/> [in Russian] (accessed: 06.11.2022)
- 7 Yagudin S.YU. Venchurnoe predprinimatel'stvo Franchaizing. [*Venture Capital Franchising*]. M.: Piter. 2019. 182 p. [in Russian]
- 8 Begezhzhanov D.B. Franchaizing kak ekonomicheskii instrument razvitiya malogo predprinimatel'stva [*Franchising as an economic tool for the development of small business*]. Al'Pari. № 1-2. 2018. P. 136-140 [in Russian]

Information about authors:

Kenzhegul Khassenova – **corresponding author**, candidate of economic sciences, assistant professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, faculty of Economics, Department of “Management”, Astana, Republic of Kazakhstan

E-mail: n_kenzhegul@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4787-2028>

Информация об авторах:

Кенжегул Хасенова – **основной автор**, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент», Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, г.Астана, Республика Казахстан

E-mail: n_kenzhegul@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4787-2028>

Авторлар туралы ақпарат:

Кенжегул Хасенова – негізгі автор, экономика ғылымдарының кандидаты, «Менеджмент» кафедрасының доценті, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қ.Мұнайпасов көшесі, Астана қ., Республика Қазақстан

E-mail: n_kenzhegul@mail.ru

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4787-2028>

FTAMP 83.33.27

DOI 10.47649/vau.2022.v67.i4.10

ӨОЖ 311.42

Б.М. Искаков^{1*} , И.Е. Сарыбаева² , С.Н. Ахметжанов¹ 

¹Тұран-Астана университеті

²Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

^{1,2}Астана қ., 010000, Қазақстан Республикасы

*e-mail: iskakov82@mail.ru

ӨНДІРІСТІК ЖАРАҚАТТАРДЫҢ ҚАЛЫПТАСУЫНЫҢ ФАКТОРЛАРЫ

Аңдатпа.

Мақалада өнеркәсіпте болатын жазатайым оқиғалардың себептерін талдауға арналған және елдегі өнеркәсіп салаларындағы қауіпсіздік жұмыстарын жүргізу кезіндегі қауіпті оқиғалар салдары қарастырылған және себептері талданды. Басқа мемлекеттердің мысалында жазатайым оқиғалардың негізгі себептері және олардың заңдылықтары, сондай-ақ өндірістегі қауіпсіздікті арттыру және азайту мәселесі қарастырылған. Кәсіпорындардағы немесе құрылыс учаскелеріндегі жұмысшылардың міндеттері көрсетіледі.

Өндіріске байланысты мәселелерді қарау барысында жарақаттану және кәсіптік ауруларға тән өндіріс саласының белгілі бір саласын нақты түсіну қажеттілігін ескере отырып, бұл құбылыстардың негізгі себептері анықталынды. Бұл анықталған себептер тікелей жарақатқа әкелетіні анықталды.

Еңбекті қорғау – өзіндік мақсаттары, міндеттері және оларға қолжеткізу құралдары бар күрделі көп қырлы жүйе болып табылатындығы анықталды. Өндірісті ұйымдастырудың маңызды принциптерінің бірі – өндіріс процесінің барлық кезеңдерінде қауіпсіз және зиянсыз еңбек жағдайлары қарастырылды. Бұның алдын алмаса әлеуметтік, ал кейбір жағдайда көптеген аумақтарда саясаттық кедергілерді тудырады және қоғамның қауіпсіздігін қамтамасыз етпейді және ары қарай дамытпайтындығы анық.

Еңбекті қорғау – бұл әлеуметтік-экономикалық, ұйымдастырушылық, техникалық, гигиеналық және терапевтік алдын алу шаралары мен еңбек процесінде адамның денсаулығы мен жұмыс қабілеттілігінің қауіпсіздігін, сақталуын қамтамасыз ететін құралдардың жиынтығы.

Негізгі сөздер: жазатайым оқиғалар, өндіріс, қауіпсіздік, талдау, жарақат, кәсіпорындағы еңбек қауіпсіздігі.

Кіріспе.

Еңбек қауіпсіздігін басқару мәселелерін шешуде әртүрлі сипаттағы және құрылымдағы бірқатар көрсеткіштермен көрсетілген ақпараттың үлкен көлемі қолданылады. Әр түрлі құжаттарды салыстырмалы талдау бастапқы мәліметтер массивтерін қалыптастыру үшін ақпаратты жинау және ұсыну форматын бағалауға мүмкіндік береді.

Мақала мақсаты – әртүрлі ведомстволық ұйымдар жүзеге асырған «еңбек қауіпсіздігі» бағыты бойынша бастапқы деректер массивтерін қалыптастыру тәсілдерін бағалау болып табылады. Осы бағалаудың нәтижелері өнеркәсіптік кәсіпорындар персоналының еңбек