

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**PROCEEDINGS
of the XIX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**2024
Астана**

УДК 001

ББК 72

G99

«GYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE BILIM – 2024». – Астана: – 7478 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7697-07-5

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001

ББК 72

G99

ISBN 978-601-7697-07-5

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2024**

ӘЛЕМДІК ЭКОНОМИКАНЫҢ ЖАҒАНДАНУЫ ЖАҒДАЙЫНДАҒЫ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ФРАНЧАЙЗИНГ: АРТЫҚШЫЛЫҚТАРЫ МЕН КЕМШІЛІКТЕРІ

Нурсейтова Аяғоз Нышанбайқызы

ayagoz2021@icloud.com

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ «Халықаралық бизнес және стратегиялық сауда бақылауы»
тобының 1 курс магистранты, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі – Бержанова А.М.

Халықаралық франчайзинг- бұл франчайзинг иесі (франчайзи) белгілі бір ақыға франчайзерден сауда маркасын, брендті, технологияны пайдалану құқығын алатын бизнес түрі [1]. Халықаралық франчайзингтің мәні- франчайзер өзінің бизнес модельдері мен білімін басқа компанияларға немесе кәсіпкерлерге сыйақы үшін ұсынады. Халықаралық франчайзингтің негізгі принциптері:

- тараптардың құқықтары мен міндеттерін нақты анықтауды;
- франчайзердің дайындығы мен қолдауды;
- сондай-ақ өнімнің немесе қызметтердің сапасын бақылауды қамтиды.

Барлық франчайзилер үшін бірыңғай корпоративтік стратегия мен жарнамалық науқандарды әзірлеу де маңызды аспектілер болып табылады. Халықаралық франчайзинг компанияларға бұрыннан қалыптасқан табысты брендті пайдалану арқылы өз бизнесін жылдам кеңейтуге мүмкіндік береді. Сондықтан да, қазір әлемде франчайзинг арқылы бизнес ашу тың дүние емес. Адамдар франшиза терминін білмесе де күнделікті өмірде франшиза мысалдарын кездестіреді. Мысалы, барлығымыз білетін McDonald's, KFC, Burger King әлемдік франшизаларға жатады. Төменде (1-кесте) әлемдегі ең танымал франшизалардың рейтингі көрсетілді. Байқағанымыздай ТОП-10 франшизаның барлығы дерлік АҚШ-қа тиесілі.

Кесте - 1. Әлемдегі ең танымал ТОП-10 франшиза компаниялары

№	Франшиза	Бағыт	Ел
1	KFC	Жылдам тамақтану мейрамханалары	АҚ
2	McDonald's	Жылдам тамақтану мейрамханалары	АҚШ
3	Taco bell	Жылдам тамақтану мейрамханалары	АҚШ
4	Dunkin	Жылдам тамақтану мейрамханалары	АҚШ
5	Pizza Hut	Жылдам тамақтану мейрамханалары	АҚШ
6	Burger King	Жылдам тамақтану мейрамханалары	АҚШ
7	7-Eleven	Жылдам тамақтану мейрамханалары	АҚШ
8	Kumon	Қосымша білім беру бизнесі	Жапония
9	Century 21 Real Estate	Жылжымайтын мүлік бизнесі	АҚШ
10	Hampton by Hilton	Қонақ үй бизнесі	АҚШ

Ескерту - [2] әдебиет негізінде автормен құрастырылған

Халықаралық франчайзинг өз кезегінде компанияларға жергілікті серіктестердің ресурстары мен тәжірибесін пайдалану арқылы халықаралық кеңею қарқынын жеделдетуге және бәсекеге қабілеттілігін арттыруға мүмкіндік береді. Халықаралық франчайзинг - бұл компаниялар үшін өз бизнесін өз елінен тыс кеңейтудің тамаша тәсілі. Бизнесінің бұл әдісі қазіргі жаһандану жағдайында белсенді қолданылады, бұл тәуекелдерді азайтуға, пайданы арттыруға және жаңа клиенттерді тартуға мүмкіндік береді. Әлемдік экономиканың жаһандануы жағдайында халықаралық франчайзинг барған сайын танымал және сұранысқа ие болып келеді. Жаһандану бизнеске жаңа мүмкіндіктер туғызады, бұл компанияларға жаңа нарықтарға енуге және әртүрлі елдерде олардың қатысуын кеңейтуге мүмкіндік береді. Халықаралық франчайзинг-бұл кәсіпкерлер осы мақсаттарға жету үшін қолданатын құралдардың бірі. Халықаралық франчайзингтің басты артықшылықтарының бірі-бизнесі

халықаралық деңгейде тез және тиімді кеңейту мүмкіндігі. Франчайзингтік жүйе компанияларға бұрыннан орнатылған және сәтті жұмыс істейтін бизнес үлгісін пайдалануға мүмкіндік береді, бұл жаңа кәсіпорынды бастау үшін қажетті уақыт пен ресурстарды азайтады [3].

Тұтастай алғанда, халықаралық франчайзинг компаниялар үшін әлемдік нарықтағы қатысуын кеңейтудің және бизнестің кірістілігін арттырудың тиімді әдісі бола алады. Қазіргі әлемде халықаралық франчайзинг жаһандану жағдайында белсенді қолданылатын танымал бизнес түріне айналууда. Сонымен қатар, халықаралық франчайзинг компанияларға франчайзидің жергілікті білімі мен тәжірибесін пайдалануға мүмкіндік береді, бұл жаңа елде табысты бизнес жүргізуге ықпал етеді. Алайда, кез-келген басқа стратегия сияқты, халықаралық франчайзингтің де артықшылықтары мен кемшіліктері бар, оларды әлемдік нарықта жоспарларды жүзеге асыруға кіріспес бұрын білу керек. Халықаралық франчайзингтің негізгі артықшылықтары деп мыналарды атап өтуге болады:

- Халықаралық франчайзинг компанияның бизнесті нөлден бастамай-ақ, сыртқы нарықтарға тез шығуына мүмкіндік береді. Қазірдің өзінде танымал бренд пен дәлелденген бизнес-процестерді қолдана отырып, франчайзи сәтті жұмыс істеуге дайын құралдар жиынтығын алады.

- Сату географиясын жедел кеңейту мүмкіндігі. Франчайзинг табысты бизнес-модельдерді бір елден екінші елге ауыстырады, бұл жергілікті бизнес-климаттың ерекшеліктерін зерттемей-ақ жаңа нарықтарды тез бағындыруға мүмкіндік береді. елден тыс кеңейту мүмкіндігінің арқасында компаниялар өз пайдасын едәуір арттыра алады. Халықаралық франчайзинг компанияларға жаңа нарықтарға шығуға мүмкіндік береді, онда олар жаңа клиенттер тауып, аудиториясын көбейте алады. Бұл бизнестің дамуы мен өсуі үшін тамаша мүмкіндік.

- Тәуекелдерді азайту. Франчайзинг қазірдің өзінде жұмыс істеп тұрған стратегияларды қолдануға мүмкіндік береді, бұл сәтсіздікке ұшырау мүмкіндігін азайтады және жаңа жағдайларда табысқа жету мүмкіндігін арттырады. Компанияның жергілікті нарықта сыналған табысты бизнес моделі болғандықтан, шетелде жаңа филиал іске қосылған кезде сәтсіздікке ұшырау ықтималдығы азаяды. Осылайша, халықаралық франчайзинг компаниялар алдында жергілікті және әлемдік нарықта даму мен табысқа жетудің кең перспективаларын ашады.

- Бизнесті оқшаулау. Табыстың маңызды факторы бизнесті белгілі бір нарыққа оқшаулау мүмкіндігі болып табылады. Франчайзи жергілікті тұтынушылардың қажеттіліктерін жақсы біледі және өнімдер мен қызметтерді сәйкесінше бейімдей алады, бұл табысқа жету мүмкіндігін арттырады [4].

Жаһандану жағдайындағы халықаралық франчайзингтің кемшіліктері:

- Бақылауды жоғалту. Франчайзингті пайдалану кезінде кәсіпкер бизнесті бақылаудың бір бөлігін жоғалтады, бұл брендтің сапасыз ұсынылуына әкелуі мүмкін. Негізгі кемшіліктердің бірі-франчайзерге тәуелділік. Франчайзинг иесі бас компанияның ережелерін, стандарттарын және нұсқауларын қатаң сақтауы керек, бұл көбінесе Бизнесті басқарудағы икемділікті төмендетеді.

- Жоғары шығындар. Халықаралық франчайзингтік желіні іске қосу маркетингке, қызметкерлерді оқытуға және өнімді оқшаулауға айтарлықтай қаржылық шығындарды талап етеді.

- Беделге қауіп төндіреді. Бір франчайзидің сәтсіздіктері бүкіл желінің беделіне теріс әсер етуі мүмкін екенін атап өткен жөн. Барлық франчайзилердің қызметін бақылаудың болмауы бүкіл брендке қауіп төндіруі мүмкін.

- Басқа франчайзилермен бәсекелестік. Бір желі франчайзилері арасындағы бәсекелестік. Кейбір жағдайларда бұл қақтығыстарға және тіпті бизнесті дамытуға деген қызығушылықтың жоғалуына әкелуі мүмкін.

- Стандарттарға сәйкестік қажеттілігі. Бренд стандарттарын қатаң сақтау қажеттілігі, бұл кейде франчайзинг иелерінің шығармашылығы мен жаңашылдық қабілеттерін шектеуі

мүмкін [5].

Қазіргі таңда, Халықаралық франчайзинг ассоциациясының мәліметінше әлемде 16,5 мың франчайзер және 1,2 млн. франчайзи жұмыс жасайды. Олардың желілерді сату көлемі \$1,5 трлн. құраса, жұмыспен қамту деңгейі шамамен 12 млн адамды құрап отыр. Төменде (2-кесте) әлемдегі әртүрлі елдердің франчайзингпен айналысу арқылы табатын табысы мен танымал бағыттары көрсетілген.

Кесте - 2. Әлемнің әртүрлі елдеріндегі франчайзингтің дамуы

№	Елдер	Табыс (млрд \$)	Танымал бағыттар
1	АҚШ	600 млрд	Жылдам тамақтану орындары, спорт және фитнес, жылжымайтын мүлік т.б.
2	Канада	73 млрд.	Мейрамхана және қонақ үй бизнесі, қарттарға күтім жасау, бөлшек сауда, инновация.
3	Франция	62 млрд.	Бөлшек сауда, автомобиль, қонақ үй және мейрамхана бизнесі, қызметтер.
4	Германия	133 млрд	Қызметтер, бөлшек сауда, сауықтыру, ойын-сауық, Денсаулық сақтау, қарттарға күтім жасау.
5	Түркия	53 млрд.	Азық-түлік және киім-кешек бөлшек саудасы, кофеханалар, қызметтер т.б.
6	Үндістан	50 млрд.	Мейрамхана бизнесі, білім беру, бөлшек сауда, денсаулық сақтау, сұлулық индустриясы, ойын-сауық, қызметтер, сауықтыру, туризм.
7	Қытай	46 млрд.	Бөлшек сауда, мейрамхана бизнесі, балаларға білім беру, кофеханалар.
8	Малайзия	23,6 млрд.	Бөлшек сауда, қызметтер, медицина, сұлулық салондары, дұрыс тамақтану, білім беру, фитнес
9	Қазақстан	1,7-2 млрд.	Мейрамхана бизнесі, білім беру, киім-кешек, сұлулық салондары т.б.
Ескерту - [6] әдебиет негізінде автормен құрастырылған			

Осылайша, жүргізілген зерттеу негізінде жаһандану элементі бола отырып, халықаралық франчайзинг әлемдік нарықта бизнесті кеңейтудің тиімді құралы болып табылады. Оның жылдам масштабтау, тәуекелдерді азайту және өнімдерді локализациялау сияқты бірқатар артықшылықтары бар. Алайда, бұл әдістің кемшіліктерін ескеру қажет, мысалы, бақылауды жоғалту, мүдделер қақтығысы және франчайзиге тәуелділік. Халықаралық франчайзингті сәтті жүзеге асыру үшін франчайзилерді таңдау және қолдау стратегиясын мұқият қарастырып, мәміленің екі жағы үшін де нақты ережелер мен стандарттарды белгілеу қажет. Франчайзинг сауатты басқару және бақылау шартымен бизнесті жаһандандырудың тиімді құралы болып табылады деп қорытынды жасауға болады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Экономический словарь терминов. Электрондық қосымша. URL: https://gufo.me/dict/economics_terms
2. 2023 Top Global Franchises Ranking URL: <https://www.entrepreneur.com/franchises/directory/top-global-ranking>
3. Смирнов, В.П. Международный франчайзинг: стратегии и инструменты. -М.: "Бизнес-книга", 2021. -350с.
4. Григорьев, Д.М. Международный франчайзинг: анализ рынка и стратегии развития. — М.: "Наука и образование", 2023. -400с.
5. Соколова, О.Н. Франчайзинг в международном бизнесе: опыт и перспективы. -М.: "Экономика и управление", 2024. -300с.
6. Franchising Top Markets Report, Nar West Franchise Report URL:

ӘОЖ 06.71.09

ӘУЕ ТАСЫМАЛДАРЫ ОРЫНДАЛУЫНЫҢ БАҒАЛАУ ӘДІСТЕМЕСІ

Нұрланұлы Абдул-Хасен
akhasssen@gmail.com

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
«Экономика және кәсіпкерлік» кафедрасының докторанты, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі – Шалболова У.Ж.

Кез-келген коммерциялық негізде қызмет ететін кәсіпорынның негізгі мақсаты – өзінің пайдасын барынша максималдау болып табылады. Пайданы арттырудың мүмкіндіктерін іздеу кезіндегі маңызды сәттердің бірі – оны ұлғайту көздерін тағайындау және оларды жүзеге асыру тәсілдерін қалыптастыру болып табылады.

Әуе компанияларының негізгі операциялық және қаржылық қызметтерін бизнес-процесстер жиынтығы түрінде көрсетуге болады. Әрбір бизнес-модель белгілі бір уақыттағы кірістер мен шығыстарды анықтайтын операциялар жиынтығынан тұрады. Басқаша айтатын болсақ, бизнес-процесс немесе бизнес-модель – бұл кәсіпорынның құрылымдық бөлімшелері арқылы өтетін және тұтынушылардың тапсырыстарын, не қажеттеліктерін орындауға (қызмет көрсетуге) бағытталған өзара байланысты материалдық, ақпараттық және қаржылық ағындардың жиынтығы деуге болады. Олар, өз кезегінде, әуе компаниялардың іскерлік қызметінің негізгі құрауышы ретінде саналады, өйткені ол келесі процесстерде маңызды рөл атқарады:

– Бизнес-процесстерді жүзеге асыратын жекелеген бөлімшелердің қызметін тиімді координациялау;

– Әуе компаниялардың нормативтік базасының толықтығын тексеру;

– Әуе компаниялардың дамуын болжау және т.б.

Осылайша, бизнес-модель авиакомпанияның дамуын жүйелі түрде басқару, оның қызметінің тиімділігінің жоғары деңгейіне жету үшін қажет болып табылады. Бизнес-жоспарларда өндірістік-шаруашылық қызметті талдау ерекше рөл атқарады, өйткені әртүрлі әдістер мен тәсілдерді қолдану арқылы бизнестің тиімділігін арттыруды бағалауға, сондай-ақ коммерциялық жағдайдың сценарийін жоспарлауға болады. Авиациялық техниканы пайдалану тиімділігінің көрсеткіштері ұйымдық-техникалық деңгейдегі кәсіпорынның өндірістік-шаруашылық қызметін талдауға жатады және басқару шешімдерін қабылдау кезінде ерекше рөл атқарады [1].

Жалпы алғанда, әуе тасымалдарының тиімділігін бағалау көрсеткіштерін келесідей негізгі топтарға бөліп көрсетуге болады:

– Операциялық көрсеткіштер: тасымалданған жолаушылар/жүк көлемдері, яғни жолаушылар/жүк ағындары; жолаушылар/жүк айналымдары және т.с.с.;

– Қаржылық көрсеткіштер: жолаушылар/жүк тасымалдарынан түскен түсім, орташа әуе билеті бағасы және т.б.;

– Әуе тасымалдары сапасы көрсеткіштері: OTP (On-Time Performance), қауіпсіздік коэффициенті, NPS, CSAT.

1-кестеде әуе тасымалдарын бағалуда қолданылатын көрсеткіштер, есептелу жолдарымен көрсетілген.

Кесте – 1. Әуе тасымалын бағалау көрсеткіштері

Көрсеткіш түрі	Көрсеткіш атауы	Өлшем бірлігі	Көрсеткіш мәні	Есептеу жолы
----------------	-----------------	---------------	----------------	--------------