

УДК 378

## **ШАҒЫН ЖӘНЕ ОРТА БИЗНЕСТІ ДАМУДАҒЫ ФРАНЧАЙЗИНГТІҢ РӨЛІ.**

**Есеркенова Гүлнұр Бекболатқызы**

[e.gulnur00@mail.ru](mailto:e.gulnur00@mail.ru)

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, магистрант,

Нұр-Сұлтан қаласы, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., доцент м.а. Сапаралиева К.С.

Шағын және орта бизнес ұлттық экономика секторында және оның аймақтық ішкі жүйелерінде елдің әлеуметтік-экономикалық дамуына үлкен рөл атқаруда. Өйткені шағын және орта бизнес дәстүрлі және экономикалық дағдарыстар нәтижесінде пайда болған мәселелердің жиынтығын шешуді қамтамасыз етеді. Шағын және орта бизнесті дамыту арқылы, бірінші кезекте, жұмыссыз тұрғындарды жұмыс орындарымен қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Бұл тұста мемлекет жұмыспен қамтудың жаңа нысандарын, яғни өзін-өзі жұмыспен қамтуды, патенттік жүйені, дара кәсіпкерлікті ұйымдастыру бойынша негізделген шараларды қарастырып, қабылдауы қажет. Өз қызметін әртүрлі бағыт-бағдар бойынша жүзеге асыра отырып, шағын және орта бизнес субъектілері өңірлік нарықтарды тауарлармен және қызметтермен, инновациялық өнімдермен толықтыруға ықпал етеді, сол арқылы импорттық аналогтарға тәуелділікті азайтады, яғни импортты алмастырудың мемлекеттік саясатын іске асыруға қатысады. Бұдан бөлек, шағын және орта бизнес саласының қызметкерлері материалдық құндылықтарды ұйымдастыра отырып және қызмет көрсету арқылы, барлық деңгейдегі бюджеттерге қосымша салық түсімдеріне ықпал етеді және бәсекелестік ортаны қалыптастыруға және одан әрі дамытуға ықпал етеді.

Қазақстандағы қазіргі әлеуметтік-экономикалық жағдайы экономикалық дамудың білімге және қазіргі қоғамның интеллектуалдық компонентіне негізделі отырып инновациялық тетіктерді енгізуімен сипатталады. Бұл жағдайда шағын және орта бизнес субъектілері ағымдағы және болашақта болуы мүмкін даму перспективаларын қалыптастыруы керек. Шағын және орта кәсіпорындар нарықта жұмыс істеуді жалғастыру үшін дәстүрлі емес экономикалық құралдарды қолданысқа енгізуі қажет. Сондықтан да, осы мәселелерді шешуші экономикалық құралдардың бірі франчайзинг болып табылады.

Қазіргі әлемде франчайзинг шағын және орта бизнес сегментіндегі кәсіпкерліктің ең перспективті және тұрақты түрлерінің бірі болып табылады [1], бұл оның дамуының қазіргі әлемдік тенденцияларымен расталады. Бүгінгі таңда Франчайзинг - нарықтық жүйеде бизнесті ұйымдастырудың ең жылдам дамып келе жатқан әдісі. Оның бүкіл әлемде өсуі, әдетте, екі негізгі себепке байланысты: дамуы үшін үлкен аумақтар мен нарықтарды қамтуға қабілетті франчайзинг ерекше қолайлы қызмет көрсету секторының ролін арттыру; жаңа жұмыс орындарын құрудың маңызды көзі ретінде жеке еңбек қызметінің танымалдылығының өсуі.

Франчайзинг - бұл екі немесе бірнеше заңды тәуелсіз тараптар арасындағы келісім-шарттық қатынастар жүйесі. Олар тауарлық белгілер мен кәсіби технологияларды бөлісу үшін біріктіріледі. Тараптардың бірі – франчайзер (бас компания) белгілі бір ақыға екінші тарапқа-франчайзиге (шағын кәсіпорын) брендті пайдалану құқығын береді [2]. Франчайзердің негізгі мақсаты ретінде бизнесті тарату, бренд танымалдылығын арттыру және табысты арттыру болып табылады [3].

Кесте 1. Франчайзинг жүйесінің негізгі элементтері

Атауы	Элемент мәні
Франчайзер	Тұтынушылық нарықта танымал сауда маркасы және жоғары имиджі бар ірі фирма [4].
Франчайзи	Франчайзердің атынан және оның сауда маркасымен коммерциялық қызметті жүргізуге айрықша құқық алатын шағын және орта кәсіпорын.
Франшиза	Бизнесте танымал брендті пайдалану құқығын беру арқылы франчайзер мен франчайзи арасындағы келісім негізінде франчайзингтік ұйымды құрудың бизнес үлгісін айтамыз.
Франчайзингтік келісім-шарт	Франчайзингтік қатынастарға қатысушылар арасында қарастырылатын, тараптардың әрқайсысының құқықтарын, міндеттерін реттейтін франшизаны пайдалануға беру жөніндегі жазбаша нысандағы келісім шарт.
Роялти	Бұл франчайзерге сатып алынған франшизаны пайдаланғаны үшін төленетін ақшалай төлем. Роялти тұрақты түрде төйленуі мүмкін немесе кірістің немесе айналымның пайызы ретінде көрсетілуі мүмкін [5].
Паушалды жарна	Сауда маркасын пайдалану құқығы үшін франшиза шартына сәйкес франчайзердің франчайзиден алатын бастапқы төлемі.

Басқа экономикалық құралдарға қарағанда франчайзингтің танымалдылығының басты себебі - қаржылық және кәсіпкерлік тәуекелдердің төмен болуы. Бұл тенденция кәсіпкердің франчайзер ұсынған бизнесті ашудағы іс-әрекеттің дамыған схемасын қолдануымен байланысты болып келеді. Жаңа бастаған кәсіпкерге бренд құруға, тауарлық белгіні тіркеуге, жарнамалық және маркетингтік науқанды дамытуға қаражат салудың қажеті жоқ. Істі аша

отырып, кәсіпкер қаражатты табысты бизнеске, танымал брендке және қалыптасқан беделге инвестиция салатын болады.

Франчайзинг жүйесінің танымал болуының тағы бір себебі, франчайзердің франчайзиге үнемі бизнес жүргізу бойынша кеңес беруі және техникалық қолдау көрсетуі жатады. Компания жұмыс жасауын бастаған кезде франчайзер міндетті түрде франчайзиге түрлі оқу, анықтамалық және жарнамалық материалдармен қамтамасыз етуі қажет. Франчайзер мен франчайзи арасында үздіксіз байланыс үстінде болады және қандай да бір проблемалар туындаған жағдайда кәсіпкер бас компанияның көмегіне жүгіне алады. Еркін кәсіпкердің мұндай мүмкіндігі жоқ, сондықтан да қателіктер жіберу қаупі бар.

Франчайзингтің танымал болуының келесі себебі, франчайзердің тауар белгісінің сатып алушылар арасында кең танымал болуында. Бұл жүйеде франчайзиге ұқсас тауарлар немесе қызметтері бар басқа компаниялармен салыстырғанда үлкен бәсекелестік артықшылыққа ие болуына мүмкіндік береді.

## Кесте 2. Франчайзингтің негізгі нысандары.

Белгісі	Франчайзинг нысандары
Қызмет түрі бойынша.	Тауарлық франчайзинг (дайын тауарды сатуға). Өндірістік франчайзинг (тауар өндіруге). Сервистік франчайзинг (белгілі бір қызмет түріне). Іскерлік франчайзинг.
Франшиза саны бойынша.	Жеке кәсіпорын франчайзингі. Корпоративтік франчайзинг.
Бизнесті кеңейту стратегиясы бойынша.	Классикалық франчайзинг опциясы. Конверсиялық франчайзинг. Еншілес франчайзинг. Басқаруға арналған франчайзинг шарты.
Франшиза желісін құру құрылымы бойынша.	Жеке франчайзинг. Аймақтық франчайзинг.
Франшиз берушінің орны және өткізу арнасының құрылымы бойынша.	"Өндіруші-нарықтық сату" типтік жүйе. "Өндіруші – көтерме сату"типтік жүйе. "Көтерме сату – бөлшек сауда"типтік жүйе. "Қызмет көрсету – бөлшек сауда" типтік жүйе.

Қазақстанда франчайзинг жүйесі шағын және орта бизнестің 6,5%-нда жұмыс істейді. Франчайзингтің Қазақстан нарығындағы ерекшелігі оның сублицензиялылығы болып табылады. Халықаралық франчайзерлер Қазақстан аумағында ресейлік немесе түрік мастер-франчайзи арқылы өз кәсіптерін жүргізуде.

Қазақстанда франчайзинг жүйесі бәсекелестік неғұрлым жоғары экономиканың тоқыраған салаларында жақсы дамығаның көруге болады. Елдегі ең танымал франшизалар қоғамдық тамақтану және сауда саласында шоғырланған. Қазіргі таңда Қазақстанда "World Class", "KFC", "BURGER KING", "Gloria Jeans", "Coca-Cola", "Adidas", және басқа да көптеген әлемдік брендтер жұмыс істеуде. Алайда, халық тұтынатын тауарлар, қызметтер, қолөнер бұйымдары, сауда саласында аз бюджеттік франшизалар нарықта кең таралған. Әлем бойынша мыңдаған филиалдары бар франшизаның символы саналатын компаниялар қазақстандық шағын және орта бизнес бизнесі ынтымақтастыққа дайын болғанымен, қазақстандық нарықта қол жетімсіз болып тұр.

Елде франчайзингті дамыту үшін жеткілікті мүмкіндіктердің болуы белгілі. Бірақ бұл мүмкіндіктерді іске асыру үшін көптеген жұмыс жасалуы қажет. Мәселен франчайзингті реттейтін құқықтық актілердің тұтас жүйесі құрылуы қажет. Сонымен қатар, бұл жүйені дамыту барысында шағын және орта бизнесті қолдау арқылы мемлекеттік бағдарламалардың үлесін арттыру қажет және франчайзинг жүйесі бойынша жұмыс бастаған кәсіпкерлерге

кредиттеу жүйесін жеңілдетуін қарастыру керек. Франчайзерлер мен франчайзилар үшін салықтық жеңілдіктер жүйесін құру аса маңызды, әсіресе франчайзинг жүйесін дамытудың бастапқы кезеңінде. Сондай-ақ, франчайзинг бойынша білім беру және кеңес беру орталықтарының кең желісін орталықта ғана емес, бүкіл аймақта құру қажетігі туындап тұр. Жалпы Қазақстан нарығында франчайзинг жүйесінің болашағы зор. Оның дамуы жалпы кәсіпкерлікті дамытуға, жұмыс орындарын құруға, кәсіби оқытуға, бизнес сапасын арттыруға, отандық бизнестің этикалық ахуалын жақсартуға, шағын бизнестің жаңа технологияларын дамытуға ықпал етеді. Франчайзинг кәсіпкерді (франчайзерді) көптеген филиалдар ашу немесе кәсіпорынды одан алыс аумақтарда тіркеу қажеттілігінен құтқарады, сондай-ақ бизнесті дамытуға инвестицияланған қаражат санын айтарлықтай қысқартады. Бұдан басқа, франчайзинг өнімді өткізуді және алынған табысты арттырады, тікелей инвестицияларсыз немесе инфрақұрылымға байланысты шығасыларсыз тауарларды нарықта жедел ілгерілетуге ықпал етеді. Нарыққа модификацияланған тауарлар мен қызметтерді жылдам енгізу мәселесін шешеді. Осылайша, бизнесті жүргізудің франчайзингтік моделін дамыту үшін франчайзинг саласындағы нормативтік және заңнамалық базаны жетілдіру қажет; франчайзинг жүйесін шағын және орта бизнесті қолдау мен дамытудың түрлі мемлекеттік бағдарламаларына енгізу; елдің түрлі субъектілерінде Франчайзинг мәселелері бойынша оқу-әдістемелік және кеңес беру орталықтарының желісін қалыптастыру қажет.

#### **Қолданылған әдебиеттер тізімі**

1. Подина В.Д. Франчайзинг как инструмент устойчивого развития малого и среднего бизнеса / В.Д. Подина // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. - 2017. - № 32. - С. 146-150.
2. Алимов А.Н. Предпринимательство / А. Н. Алимов, А.Е. Винник; А.Н. Алимов, А.Е. Винник. // Белгород, 2015. - 108 с.
3. Чиназова, С. К. Франчайзинг как эффективная форма ведения бизнеса / С. К. Чиназова // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2017. – № 4 (210). – С. 86-91.
4. Наровлянская, Т.Н. Франчайзинг как институт трансформационной экономики: учебное пособие / Т.Н. Наровлянская, Н.П. Щепачева, К.П. Алушкина. - Оренбург: ОГУ, 2015. - 139 с.
5. Чиркова Е. С., Дудник А. И. Сравнительная характеристика способов выхода на международный рынок в форме совместного предпринимательства и франчайзинга / Е. С. Чиркова, А. И. Дудник // Финансы и управление. – 2018. – № 4. – С.39-49.