«ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ФРАНЧАЙЗИНГ НАРЫҒЫН ЗЕРТТЕУ ЖӘНЕ ОНЫҢ ДАМУЫН ТАЛДАУДЫ» ЗЕРТТЕУ НӘТИЖЕЛЕРІ БОЙЫНША ЕСЕП

FinGate ЖШС Атқарушы директоры
_____ О. Шымыров
11.09.2014 ж.

Алматы қ.

ЕСЕПТІҢ МАЗМҰНЫ:

		Беті.
	Кіріспе. Әдістемелік зерттеулер	3-5
1	Нарықты сегменттеу және құрылымы. Қызметті анықтау	6-14
2	Франчайзингтің әлемдік нарығы дамуының талдауы және перспективалары	15-47
3	Франчайзингтің ресейлік нарығының даму бағыты мен перспективалары	48-58
4	Франчайзингтің қазақстандық нарығының даму бағыты мен перспективалары	59-88
5	Қазақстандағы франчайзинг нарығындағы негізгі ойыншылар талдауы. Қорытынды. Тұжырымдар және ұсыныстар	89-107
		108-111
	Библиография	112-114
	Қосымшалар	115-123

КІРІСПЕ.
ӘДІСТЕМЕЛІК ЗЕРТТЕУЛЕР

Осы есепте «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ тапсырысы бойынша жылғы шілде-тамыздағы Қазақстан Республикасындағы франчайзинг нарығын зерттеу және оның дамуын талдау туралы «FinG ate» ЖШС ұжымы орындаған зерттеулердің нәтижелері сипатталған және қорытындыланған.

Зерттеу мақсаты KazFranch-2014 көр Франчайзингтің Ресей нарығының даму бағыты мен перспективалары есін өткізу алдында Қазақстан Республикасындағы франчайзинг нарығының жай-күйі мен даму бағатының талдауын зерттеу болып табылады.

Қойылған мақсатқа жету мынадай міндеттерді шешу арқылы жүзеге асырылады:

1) франчайзингтің әлемдік нарығын зерттеу және даму бағыттары мен перспективаларын, франчайзингке қолдау көрсету және дамыту бойынша алдыңғы қатарлы тәжірибені талдау;
2) Қазақстандағы франчайзингтік қатынастарды реттейтін қолданыстағы нормативтік-құқықтық актілер бойынша ақпаратты зерттеу, талдау және жүйеге келтіру;
3) Қазақстандағы франчайзингтік қатынастарға мемлекеттік/мемлекеттік емес қолдау көрсетудің қолданыстағы шаралары бойынша ақпаратты зерттеу, талдау және жүйеге келтіру;
4) Қазақстанда берілген франшищалардың сандық және сапалық талдауын жүргізу:
    - *франшизалар түрі бойынша,*
    - *салалалық тиесілігі бойынша,*
    - *брендтің шыққан елі бойынша (отандыққа және шетелдікке бөлумен),*
    - *франшиза құқықтарының көлемі бойынша (мастер-франшизалар, аумақтық франчайзер, франчайзи),*
    - *франчайзинг желісінің мөлшері бойынша және басқалар.*

- Қазақстанда берілуін қалайтын шетелдік франшизалардың сандық және сапалық талдауын жүргізу (20 франшизден кем емес):

5) франшизалар түрі бойынша,
6) салалаық тиесілігі бойынша,
7) брендтің шыққан елі бойынша (отандыққа және шетелдікке бөлумен),
8) франшиза құқықтарының көлемі бойынша (мастер-франшизалар, аумақтық франчайзер, франчайзи),
9) франчайзинг желісінің мөлшері бойынша және басқалар.

10) Қазақстанные өңірлерінда берілуін қалайтын отандық франшизалардың сандық және сапалық талдауын жүргізу:

11) франшизалар түрі бойынша,
12) салалаық тиесілігі бойынша,
13) франшиза құқықтарының көлемі бойынша (мастер-франшизалар, аумақтық франчайзер, франчайзи),
14) франчайзинг желісінің мөлшері бойынша және басқалар.

15) Шетелде берілген және/немесе берілуін қалайтын отандық брендтер мен франшизалардың сандық және сапалық талдауын жүргізу:

16) *франшизалар түрі бойынша,*
17) *салалалық тиесілігі бойынша,*
18) *брендтің шыққан елі бойынша (отандыққа және шетелдікке бөлумен),*
19) *франшиза құқықтарының көлемі бойынша (мастер-франшизалар, аумақтық франчайзер, франчайзи),*
20) *франчайзинг желісінің мөлшері бойынша және басқалар.*

21) Қазақстанда франчайзингке қолдау көрсету және дамыту бойынша нұсақулықтар мен ұсыныстар әзірлеу.

Зерттеу объектісі АҚШ, Еуропалық Кеңес елдері, Атын Америкасының дамыған елдері, Оңтүстік Шығыс Азия және Ресей Федерациясы үлгісінде франчайзингтің ғаламдық нарығының призмасы арқылы зерттелетін Қазақстан франчайзингінің нарығы болып табылады.

Зерттеу мәні жеке кәсіпкерлік субъектілері – франчайзингтік қатынастардың қатысушылары іске асыратын франчайзингтіки процестерлі басқару болып табылады.

Зерттеудің әдістемелік негізі бизнес жүргізудің франчайзингтік технологияларының әркете ету проблемаларына арналған шетелдік жетекші ғалым-экономистердің еңбктерінен тұрады. Франчайзингтік бизнес проблемасына теориялық-әдістемелік тәсілдердің салыстырмалы талдауы осы феноменге шетелдік авторлардың жалпы проблемелары мен тәсілдерін анықтауға, «франчайзинг» түсінігінің даму жолын қарастыруға мүмкіндік берді. Франчайзингтік қатынастар саласына қатысты заңдар мен нормативтік актілерді зерттеу үшін формалды-құқықтық әдістер кешені қолданылды.

Ақпаратты жинау тәсілдері:

- Ақпаратты жинаудың кабинеттік әдістері: сауалнаманы қашықтан толтыру және оны компанияның электронды мекенжайына жіберу арқылы сандық сауалнама жүргізілді; шетелдік және отандық брендтер мен франшиздердің интернет-сайттарын талдау.
- Мақсаттық аудиторияларда (франшизалардың әрбір сегментінде екі сарапшыдан) сараптамалық (сапалық) сауалнама (мақсаттық аудиторияларда жеке тереңдетілген жартылай құрылымды сұқбат).
- Саулнама жүргізу уақыты: 2014 жылғы тамыз.

Зерттеудің эмпирикалық базасы Қазақстан Республикасының және басқа елдердің франчайзинг (кешенді кәсіпкерлік лицензия) саласын реттейтін заңнамалық және нормативтік актілері; ресми статистикалық мәліметтер; халықаралық, ұлттық ұйымдардың және салалық қауымдастықтардың материалдары және рейтингтері; баспа және электрондық, іскерлік және мамандандырылған баспалар; франчайзингтік компаниялардың қызметі туралы ашық ақпарат; баспасөздегі талдамалық шолу мақалалары; маркетингтік және консалтингтік агенттікттер зерттеуінің нәтижелері; сараптамалық бағалар; нарық қатысушыларысен сұқбат.

Зерттеудің уақыттық шекаралары

Зерттеудің уақыттық шекаралары 2010-2014 жылдар кезеңімен анықталды. Бірінші кезекте 2012-2014 жылдардағы мәліметтер зерттелді. Қажетті жағдайларда жекелеген елдер мен өңірлерде франчайзинг нарығының қарқынын анықтау үшін аса ерте уақыттық кезең де пайдаланылады.

Зерттеудің негізгі бағыттары:

Есепте франчайзинг әдістемелігіне айтарлықтай назар аударылады, атап айтқанда франчайзингтік жүйені құрайтын негізгі коннотациялар беріледі: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, мастер-франчайзи, кешенді кәсіпкерлік лицензия туралы шарт

(франчайзингтік шарт), паушалдық (бастапқы) жарна, роялти және басқалар. Франчайзинг түрлері, тараптардың міндеттері сипатталды және барлық мүдделі тараптар үшін франчайзингтік бизнестің артықшылықтары мен кемшіліктері анықталды.

Американдық, еуропалық, латын американдық, азиаттық және ресейлік франчайзингтік нарықтарының даму деңгейі, нарық дамуының бағыты, заңнамалық база және т.б. мияқты бірқатар көрсеткіштері бойынша талдау жүргізілді.

Қазақстандық франчайзингке жеке тарау арналған. Макроэкономикалық көрсеткіштер аясында нарықтағы ағымдағы жағдай талданады. Нормативтік-құқықтық база толық түрде сипатталған, оның негізінде республикадағы франчайзинг жүйесі қызмет етеді. Кеденлік Кеңес пен ТМД елдерімен салыстырғанда Қазақстанның франчайзинг нарығын реттейтін заңнамалық базасының толық талдауы берілген. Сондай-ақ елімізде франчайзингті мемлекеттік және мемлекеттік емес қолдау көрсетудің барлық құралдары қарастырылды және талдау жасалынды.

Жүргізілген талдау негізінде еліміздегі франчайзингке қолдау көрсету және дамыту мәселелері бойынша ұсыныстар әзірленіп шығарылды.

Зерттеу логикасы мен құрылымы. Зерттеу логикасына сәйкес есептің мынадай құрлыымы бар: кіріспе, бес тарау, қорытынды, библиография.

Зерттеу 2014 жылғы шілде-тамызда жүргізілді.
Есеп көлемі – 114 бет және 3 қосымша .
Есеп 35 кестеден, 43 диаграммадан және 5 суреттен турады.
Есеп тілі – орыс тілі.

1-ТАРАУ. НАРЫҚТЫ СЕГМЕНТТЕУ ЖӘНЕ ҚҰРЫЛЫМЫ. ҚЫЗМЕТТЕДІ АНЫҚТАУ

1.1. Франчайзинг және аралас анықтаулар түсінігінің мазмұны

Қазақстан кәсіпкерлерінің арасында франчайзинг жүйесі бойынша өз бизнесін ашу үлкен қызығушылық тудырады, бұл кең тараған белігі сауда маркасын және көптеген мәрте сыналған және анық жолға қойылған бизнес жүргізу технологиясын пайдалану арқылы инвестициялық тәуекелдерді көп есе төмендетуге мүмкіндік береді. Ал кәсіпкер брендті және технологияны пайдалану құқығы және тәртіп үшін төлейтін бизнесті «нөлден» бастап құру және дамытуға қажетті сомадан төмен ақша өз ісін ашу және еліміздегі бизнесті қаржыландырудағы күрделіліктер үшін ресурстардың шектелген жағадйында аса маңызды.

Отандық экономика үшін франчайзинг является салыстырмалы түрде жаңа құыбылыс болып табылады, бұл уақытта дамыған елдерде жүздеген жылдар қоғамның түрлі тауралар мен қызметтерге мұқтаждығын қамтамасыз ету құралы ретінде қолданылды.

«Франчайзинг» терминінің өзі franchise (жеңілдік, артықшылық) деген француз сөзінен шыққан, ол бастапқы мәнде экономикалық, оның ішінде отандық лексикаға франчайзинг туралы айта бастағанға дейін енді. Бастапқыда артықшылықтар заң бойынша (мемлекет) берілді және жергілікті салықтарды жинауға, жәрмеңкелер ұйымдастыруға, кітаптар басып шығаруға, ішімдік шығаруға қатысты болды, яғни артықшылықтар қызметтің белгілі бір түріне мемлекеттің монополиясымен байланысты болды. Алайда 1840 жылдан бастап «франчайзинг» сөзі қазіргі мағынасында да (жеке фирмиалар беретін артықшылықтар) пайдаланыла бастады. Ол кезде Германияда сыра шығарушылар франшизаны бакалея тауарларының белгілі бір дүкендеріне берілді, олар осылайша тисіт тауарларды сатуға эксклюзивтік құқық алды. Ағылшын тілінде XX ғасырда franchise терминінен кәсіпкерлік қызметтің жаңа құбылысымен байланысты түсініктерді белгілеу үшін туынды сөздер пайда болды: franchising, franchiser, franchisee.

Ғылыми және арнайы әдебиетте франчайзингтің ең түрлі түсініктері берілген. Олардың ең кең тарағандарын айтып өтейік. 1-кестеде франчайзинг анықтамаларының генезисі келтірілген.

1-кесте

Франчайзинг анықтамалырының генезисі

Рет.№	Көзі	Анықтамаларды құрастыру
1	Singer I.M., 1853 [www.singerco.com]	бизнес түрі, онда берілетін ұйым құқық иесінің өнімін сату және бүкіл аумақ бойынша түпкілікті тұтынушыларға қызмет көрсету құқығы үшін ұйым бөлшек саудагерлерден (франшиза алушылардан) ақы алады
2	Ағылшын тілінің Оксфордтық сөздігі, 1933 [www.oed.com]	епископаттардың барлық құқықтары мен еркіндіктері, король тәжімен 1559 жылы сұрап алынған
3	Франчайзингтің халықаралық қауымдастығы (International Franchise	франчайзер мен кәсіпорын – оператор арасындағы келісімшарттық өзара қатынастар, оның шеңберінде франчайзер ноу-хау және оқыту сияқты кәсіпорынның қызмет ету салаларын ұсынады немесе қолдау көрсетуге

	Association, IFA) [www.franchise.org]	міндеттенеді; бұл ретте оператор, иесі франчайзер болып табылатын жалпы саудалық марканы және технологияны пайдалана отырып, істі жүргізеді; және бұл ретте оператор өз кәсіпорны капиталының айтарлықтай үлесін өз қаржысы есебінен инвестициялайды.
4	АҚШ-тың Федералдық сауда комиссиясы (Federal Trade Commission, FTC), 436.2 ереже, 6160 параграф [www.ftc.gov]	Туындау нәтижесінде тұлға басқа тұлғаға тауралар мен қызметтер ұсынатын, сататын немесе бөлетін кез келген коммерциялық өзара қарым-қатынас, олар: (1) сауда белгісімен, қызмет көрсету белгісімен, тауардың саудалық атауымен, жарнамалық немесе басқа коммерциялық белгімен белгіленеді немесе (2) оларға қатысты сауда белгісімен, қызмет көрсету белгісімен, тауардың саудалық атауымен, жарнамалық немесе басқа коммерциялық белгімен франчайзи қызметін іске асыру кезінде басқа тұлға тұжырымдаған сапа стандартына сәйкес келудің тікелей немесе жанама талаптары бар.
5	Франчайзингтің британдық қауымдатсығы (British Franchise Association, BFA) [www.thebfa.org]	Бір тұлға (франчайзер) екінші тұлғаға (франчайзи) берген келісімшарттық лицензия, ол: а) франчайзерге тиесілі немесе оны білдіретін ерекше атауды пайдалана отырып, франчайзиге франшиза кезеңі ішінде белгілі бір бизнеспен айналысуға рұқсат береді және міндеттейді; б) франчайзерге франшизаның бүкіл кезеңі ішінде франчайзингтік шарт мәні болып табылатын бизнес жүргізу сапасын бақылауға құқық береді; в) франчайзерді франшиза мәні болып табылатын бизнес жүргізгенде франчайзи көмегін береді (франчайзи кәсіпорнын ұйымдастыруға, қызметкерді оқытуға, сатуларды басқаруға және т.б қатысты); г) франчайзиді франшизаның бүкіл кезеңі ішінде франчайзерге франшиза немесе тауарлар, қызметтер ақысы үшін белгілі бір ақшалай қаржыны үнемі төлеуге міндеттейді; д) холдингтік және оның еншілес компаниясы араснындағы қалыпты мәміле болып табылмайды.
6	Французская федерация франчайзинга (Fédération Française de la Franchise, FFF) [www.franchise-fff.com]	кәсіпорын – франчайзер және бір немесе бірнеше өнеркәсіп – франчайзи арасындағы ынтымақстастық, оның нәтижесінде кәсіпорын – франчайзер тауарлық белгіге, қызмет көрсету белгісіне, маңдайша жазуға және әсіресе ноу-хауға ие болады, оларды франчайзи франчайзер бақылайтын бірыңғай пайдалану арқылы пайдалануға тиіс
7	Бүкіл әлемлік зияткерлік меншік ұйымы франчайзингі жөнінщдегі нұсқаулық, 2004 (World Intellectual Property Organization, WIPO) [www.wipo.int]	тәуелсіз компаниялар және/немесе жеке тұлғалар арасындағы қатынастар нысаны, оның шеңберінде әзірленген бизнес жүргізу жүйесі, белгілі тауар маркасы, фирмалық стилі, ноу-хау, саудалық және/немесе өндірістік құпиялары, білімі, тәжірибесі, беделі және басқа материалдық емес активтері бар бір тарап (франчайзер) екінші тарапқа (франчайзи) бұл жүйені айтылған талаптармен пайдалануға рұқсат етеді.
8	Российская ассоциация франчайзинга [www.rusfranch.ru]	тәуелсіз компаниялар және/немесе жеке тұлғалар арасындағы бизнес-қатынастар тәсілі, оның шеңберінде тараптардың бірі (франчайзи) екінші тараптан (франчайзер) белгісі, қызмет көрсету белгісін, фирмалық стилін, ноу-хау және белгілі бір ақыға – роялтиге дайын бизнес-модельді пайдалануға ресми рұқсат береді.
9	С.А.Сосна, 2005	коммерциялық қызметтің ерекше әдісі немесе тәсілі, онда

	[Сосна С.А. Франчайзинг. Коммерциялық концессия. – М.: ИКЦ «Академкнига», 2005]	жеке кәсіпкер немесе шағын коммерциялық кәсіпорын жақсы белгілі және ұлттық немесе халықаралық нарықта салмақты беделі бар ірі фирмамен бұл кәсіпкер (немесе кәсіпорын) осындай сауда фирмасының немесе сауда маркасының атынан коммерциялық операция жүргізетін немесе қызмет көрсетудің фирмалық белгісімен қызмет көрсетеді.
10	Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексі (ерекше бөлігі) от 01.07.1999 ж. № 410-1, 45-тарау	Кешенді кәсіпорындық лицензия – бұл бір тарап екінші тарапқа (кешенді лицензиарға) сыйақы үшін ерекше құқықтар кешенін (лицензиялық кешен) береді, ол атап айтқанда включающий, в частности, право использования фирменного наименования лицензиардың фириалық атауын және қорғалатын коммеруциялық ақпаратты, сондай-ақ шартта қарастырылған ерекше құқықтардың басқа объектілерін (тауарлық белгі, қызмет көрсету белгісін, патентті және т.б.) лицензиаттың кәсіпкерлік қызметінде пайдалану үшін береді.
11	Қазақстан Республикасының 24.06.2002 ж. № 330-2 «Кешенді кәсіпкерлік (франчайзингтік) лицензия туралы» Заңы	Кәсіпкерлік қызмет, онда еркше құқықтар кешенінің құқықтық иесі оны ақылы негізде пайдалануға береді, онда отандық кәсіпкер шетелдік фирманың зияткерлік меншігінің бірқатар объектісіне (тауарлық белгі, фирмалық атауы, қызмет көрсету белгісі, патент, ашылмаған ақпарат, оның ішінде өндіріс құпиясын (ноу-хау) құқық алады.

Осылайша франчайзингті анықтау тәсілінің көп санына қарамастан Қазақстан Республикасының 24.06.2002 ж. № 330-2 «Кешенді кәсіпкерлік (франчайзингтік) лицензия туралы» Заңында берілгенді негізге аламыз. Атап айтқанда «кешенді кәсіпкерлік (франчайзингтік) лицензия» - бұл кәсіпкерлік қызмет, онда ерекше құқықтардың құқық иеленушісі оны басқа тұлғаға ақылы негізде береді» [www.pavlodar.com/zakon/?doc=02103&all=all].

Мұнымен қатар басқа негізі **анықтамаларды (терминдерді)** анықтаймыз, олармен осы Қазақстан Республикасындағы франчайзинг нарығының даму туралы зерттеулер жүргізілді.

Франчайзингтік қызмет –бұл кешенді кәсіпкерлік лицензия шартын іске асырумен байланысты кәсіпкерлік қызмет.

Франчайзингтік қатынастар – бұл кешенді кәсіпкерлік лицензия шартын орындау құқықтары және міндеттерімен өзара байланысты мінд кешенді кәсіпкерлік лицензия шартын міндеттемелер қатысушыларының арасындағы құқық нормаларымен реттелген қоғамдық қатынастар.

Лицензиялық кешен (ерекше құқықтар кешені) – бұл зияткерлік меншіктің бірқатар объектілеріне құқықтар (тауарлық белгі, фирмалық атауы, қызмет көрсету белгісі, патент, ашылмаған ақпарат, оның ішінде өндіріс құпиясы (ноу-хау). Лицензиялық кешен әдебиетте және бизнес-қатынаста әдетте **франшиза** деп беріледі.

Франчайзер (кешенді лицензиар) – кешенді кәсіпкерлік лицензия шарты бойынша тарап, кешенді лицензиятқа ерекше құқықтар кешенін ақылы негізде пайдалануға ерекше құқықтар кешенін (лицензиялық кешен) беретін құқық иеленушісі.

Франчайзи (кешенді лицензиат) – кешенді кәсіпкерлік лицензия шарты бойынша тарап, бұл кешенді кәсіпкерлік қызмет үшін пайдаланатын лицензиардың ерекше құқықтар кешенін құқықтық пайдаланушы.

Лицензиялық брокер – кешенді кәсіпкерлік лицензия шартын жасау кезінде делдалдық қызметті іске асыратын жеке немесе заңды тұлға.

Ықтимал кешенді лицензиат – кешенді кәсіпкерлік лицензия шартын жасау мақсатында ерекше құқықтар кешенінің құқықтық иеерекше құқықтар кешенісімен келіссөздер жүргізуші тұлға.

Мастер-франчайзи (қосалқы франчайзер) – франшизаларды сату арқылы үлкен аумақты дайындауға құқық сатып алушы жеке немесе заңды тұлға. Франчайзингтік ақы франчайзерге аумақты дайындауға құқығы үшін төленеді, бұл ретте көбіне мастер-франчайзи франчайзерге роялти төлеуге немесе жеткізулер туралы келісімді сақатуға тиіс. Іс жүзінде мастер-франчайзи осы аумақтағы франчайзер болып табылады, өйткені ол франчайзимен тікелей шарт жасайды және бастапқы жарналар мен сервистік төлемдер алады.

Паушалдық жарна – кешенді кәсіпкерлік лицензия шартында анықталған, тұрақты белгіленген сома түріндегі біржолғы сыйаықысы, мүмкін болатын экономикалық әсерді бағалау мен франчайзи франшизаны пайдалану негізінде күтілетін кірістерге қарай белгіленеді.

Роялти – франчайзи франчайзерге төлейтін бірыңғай франчайзингтік желінің тауралық белігісін пайдалану құнын өзінің бағалауы негізінде анықталатын белгіленген кезеңді (әдеттегі, айы сайын) мөлшерлемелер аударымдары түріндегі сыйақы.

Паушалдық жарна және ақылы негіз үлгісі болып табылады. Және бұл анықтамалар отнадық «Кешенді кәсіпкерлік (франчайзингтік) лицензия туралы» Заңда жазылмаса да Қазақстандағы іскерлік этикада кең пайдаланылады.

1.2. Франчайзинг түрлері

Франчайзинг тез тарауы оның икемділігі мен оңтайлылығымен, кез келген майда бизнес сияқты түрлі кәсіпкерлікке және құқықтық ортаға, нарық пен конъюнктураның өзгергіш талаптарына тез икемделу қабілетімен түсіндіріледі.

Қазіргі заманғы сатыда таңдалған жітемелік белігісіне байланысты франчайзинг түрін әр түрлі жіктемелеуге болады. 2-кестеде бес түрлі тәсіл келтірілген.

2-кесте

Франчайзинг түрлерін жіктемелеу

Жіктемелік белгісі	Франчайзинг түрі
Қолдану тәсілі мен саласы	• сату (дистрибутивтік) франчайзинг • өндірістік франчайзинг • бизнес форматтағы франчайзинг (кешенді франчайзинг)
Франшизалар саны	• жеке алынған кәсіпорын франчайзингі • корпоративтік франчайзинг
Сату арнасының құрылымндағы франчайзи орны	• «қызмет көрсетуші – жеке саудагер» жүйесі • «көтерме саудагер - жеке саудагер» жүйесі • «өндіруші - көтерме саудагер» жүйесі

	• « өндіруші - жеке саудагер» жүйесі •
Франчайзингтік желі құрылысының құрылымы	• жеке франчайзинг • аудандық франчайзинг
Франчайзингтік бизнесті кеңейту стратегиясы	• классикалық франчайзинг • айырбастау франчайзингі • еншілес франчайзинг • менеджментке франчайзингтік келісімшарт

Іскерлік әдебиетте және іс жүзінде тәсілдері мен қолдану саласы бойынша жіктемелеу аса кең тараған. Соңғысына сәйкес франчайзингтің мынадай түрлері бөлінеді, сондай-ақ олардың қысқаша сипаттамасы келтіріледі:

Сату (саудалық, дистрибутивтік) франчайзингі белгілі бір аумақта оның тауарлық белгісімен франчайзер шығаратын өнімді (дистрибуцияны) сатуға ерекше құқықты білдіреді. Франчайзи бекітілген аумақта осы тауардың бір ғана сатушысы және франчайзердің сауда маркасының бірегей өкілі болады. Бұл мәміленің негізгі талабы франчайзи өнімді тек өзінің франчайзерінен ғана сатып алуға міндеттенеді және бәсекелес болмауы мүмкін басқа компаниялардың ұқсас тауарларын сатудан бас тартады.

Франчайзингтің бұл түрінің ерекшеліктері:

- тауарлар мен қызметтердің бүр түрін сату және сатулардың жалпы көлемінен белгіленген үлес алуға франчайзиді арнайы мамандандыру;
- қызметтің біркелклігі есебінен міндеттерді регламенттеудің жоғары емес деңгейіне қатысты.

Сату (дистрибутивтік) франчайзингі алкогольсіз сусындарды, косметиканы, автомобиль дилерлерін, ЖЖС иелерінің автомобиль отынын (джоббинг) және т.б. сатуға тән.

Өндірістік франчайзинг франчайзинг шарты шеңберіндегі қатынасты білдіреді, ол франчайзиге франчайзердің сауда белгілімен береді. Франчайзер франчайзиге сату, маркетинг және өнімге қызмет көрсетуге қатысты ақпаратты бере алады. Өндірістік франчайзинг шарты өнім өндіруге қатысты, сондықтан өндірістік франчайзинг салқын сусындар, тағам өнімдері, косметика және тұрмыстық химияға тән.

Бизнес форматтың франчайзингі (кешенді франчайзинг) франчайзердің бас компаниясының дилер-франчайзидің қызметін, тауар белгісін пайдалану құқығын беру, маркетингтік стратегия мен бизнес технологиясын әзірлеу, пайдалау нұсқаулығын, стандартты дайындау, өнім сапасын бағалауды қоса, толық қамтамасыз етуді білдіреді. Кешенді франчайзинг автожөндеу6 қонақүйлік бизнеске, жеке саудаға (ритейл), жеке қызметтерге және т.б. тән.

1.3. Франчайзингтің артықшылықтары мен кемшіліктері

Франчайзингтің кең тарау және тез даму феномені мынада, біріншіден, франчайзергерге арналғандай өзара пайдасында, екіншіден кәсіпкерлік тәуекелдердің төмендеуінде. Франчайзингтің халықаралық қауымдастығының (International Franchise Association, IFA) [www.franchise.org] мәліметтері бойынша барлық жаңадан құрылған кәсіпорындардың 85 % өз қызметін бірінші бес жыл ішінде тоқтатады, ал франчайзинг шеңберінде құрылған компаняилардан – тек 14 %.

Бірақ кез келген құыбылыс сияқты франчайзингтің өз «плюстері» мен «минустары» бап. Франчайзингтің негізгі мүддлерге арналған артықшылықтары мен кемшіліктері 3-кестеде келтірілген.

Таблица 3

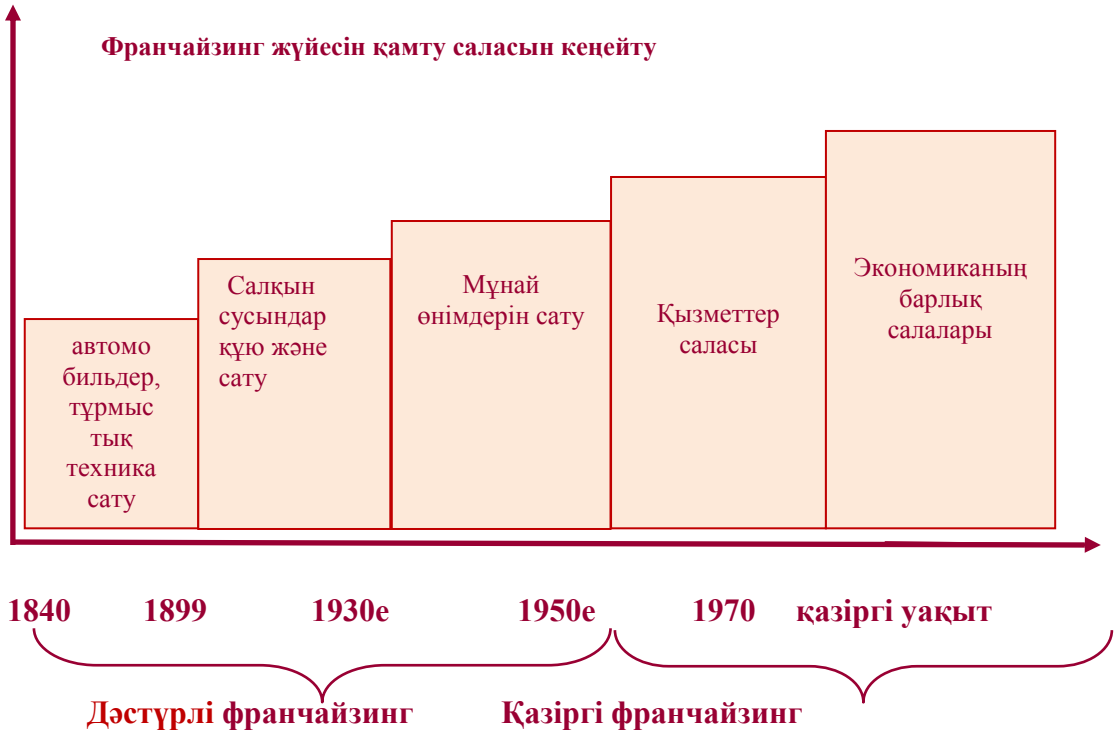
Франчайзингің артықшылықтары мен кемшіліктері

Франчайзерлер	
Кемшіліктері	**Артықшылықтары**
Тікелей коммерциялық қызмет жүргізуден бас тарту алынбай қалған пайда тәуекелінен жоғарылатады. ▪ Франчайзидің бизнес құрудың бастапқы сатысындағы шығыстапы табыстарды айтарлықтай жоғарылатуы мүмкін. ▪ Франчайзидің бірлескен әрекеті мен қызметін бақылауға шыққан шығынның соңғысының жарналар көлемімен мөлшерлес еместігі. ▪ Франчайзидің сапаны тиісті түрде бақылау жоқтығы кезіндегі жоғары емес беделі франчайзер беделіне нұқсан келтіруі мүмкін. ▪ Франчайзидің қаржылық есептерінің сенімідлігін бақылаудың күрделілігі. ▪ Франчайзиге қолдау көрсетудің арнайы қорын құрастыру қажеттігіне қарай кірісті пайдалану икемділігін төмендету .	▪ Сату нарығын кеңейту, сатулар көлемін және бизнес географиясын ұлғайту. ▪ Бірыңғай бағалық және маркетингтік саясат, қызмет нәтижелерінің сапасын бақылау. ▪ Олардың бөлігін франчайзиге ауыстырумен байланысты әкімшілік-шаруашылық және басқару шығыстарын үнемдеу. ▪ Филиалдарға инвестициялау қажеттігінің жоқтығы. ▪ Компания мен тауарлық белгі беделін көтеру. ▪ Лицензияны сатудан, франчайзи жарналарынан түскен қосмыша табыс. ▪ Франчайзи үшін қосымша қызмет көрсетуден түскен кіріс.
Франчайзи	
Кемшілктер	**Артықшылықтары**
▪ Бастапқы капиталды қаржыландырудың жеткЗліксіздігі немесе франчайзердің қолдау көрсетуінің жоқтығы. ▪ Сатулар көлемі жоспарланғанннан төмен болуы мүмкін. ▪ Франчайзер тарапынан қатаң бақылау болғандықтан бизнесте дербестіктің шектелуі. ▪ Франчайзер беделі төмендеген жағдайда беделді жоғалту тәуекелі. ▪ Нарықтағы банкроттық қаупіне қарай өзгерістер (заңнамалық, технологиялық және т.б.), өйткені тауарлар мен қызметтердің аз тізбесі сатылады. ▪ Франчайзер өз бизнесін сатқан жағдайда банкроттық қаупі.	▪ Үлкен тәжірибесі мен қаржылық қаражаты болмай іс бастау мүмкіндігі. ▪ Бизнестің табыстылығына мүдделі тәуелсіз заңды тұлға болып қалу мүмкіндігі. ▪ Танылған тауралық белгімен бизнес жүргізу есебінен тұтынушылар арасында тез беделге ие болу. ▪ Қымбат бағалы маркетингтік зеттеулер, жаранмалық кампанияларға және басқаларға үнемдеу. ▪ Франчайзердің оқыту кепілдігімен және жан-жақты қолдау көрсетуімен белгілі сауда маркасымен жолға қойылған жүйеге ену. ▪ Тұрақты жабдықтау кепілдігі. ▪ Банкроттық тәуекелін және басқа коммерциялық және қаржылық тәуекелді төмендету.
Тұтынушылар	
Кемшіліктер	**Артықшылықтар**
▪ Франчайзинг бәсекелестікті шектей алады, сол арқылы тауарлар мен қызметтер түрін төмендете алады. ▪ Франчайзи ұсынатын қызметтер сапасы оның дайындығының нашарлығынан	▪ Әдетте бір тауарлық белгімен сатылатын тауарлар мен қызметтердің сапасы және көрсетілетін қызметтердің инфрақұрылымы бірдей болады. ▪ Белгілі бір сауда орны жабылған

жеткіліксіз болуы мүмкін.	жағдайда бас компанияға – франчайзерге өтініш жасауға болады. ▪ Франчайзи әдеттефранчайзер тарапынан сапаны бақылау есебінен қызмет көрсетудің жоғары деңгейін көрсетеді. ▪ Франчайзиден жеке қатысудың үлкен деңгейі бар қызмет алу мүмкіндігі.

1.4. Франчайзинг нысандарының дамуы

Франчайзинг өз дамуының процесінде 1-суретте сызба түрінде берілген екі негізгі сатыдан өтті.



1-сурет. Франчайзинг жүйесінің дамуы

I-саты. Дәстүрлі франчайзинг (1880-1950). Мынадай салаларда берілген:

- Автомобильдермен тұрмыстық техниканы сату. Singer неміс фирмасы франчайзинг сызбасын 1860 жылдан бастап пайдаланып келеді, ал американдық General Motors компаниясы – 1911 жылдан бастап. Соңғысы өз өнімінің 95% франчайзинг бойынша сатады.
- Салқын сусындарды құю және сату. Бұл саладағы алғашқы ашушылар Coca-Cola компаниясы, ол франчайзингті 1886 жылдан бастады, одан кейін Pepsico және басқа ұқсас кәсіпорындар.
- Мұнай өнімдерін сату. Мұнай компаниялары жанармай құю станцияларына өз өнімін бөлшек сауда қызметінен босана отырып, франчайзинг (джоббинг) талаптарымен сатады.

Стандартты тауар франчайзингі 1920 жылдары АҚШ-та жылдам дами бастады. Франчайзинг айқындамасы бойынша бөлшек сауда дүкендерімен ірі көтерме саудагерлер өзара қарым-қатынас құра бастады. Көтерме саудагер (немесе франчайзер) шағын көптеген қосымша жеңілідктер алуға, сауда фирмасының маркасын пайдалануға және бұл ретте өз тәуелсіздігін сақатуға мүмкіндік берді.

II саты. Бизнес формат франчайзингі (1950 – қазіргі уақыт). Қызметтер саласынан, әсіресе жылдам қызмет көрсететін тойханалар (фаст-фуд), үйлерді, автомобильдерді күтіп ұстау және жөндеу сияқты қызметтерден басталды, ал қазіргі уақытта іс жүзінде экономиканың барлық салаларында кең тарай бастады.

1955 жылы Рэй Крок McDonald's System, Inc. Компаниясының негізін салды, ол бизнес форматтағы франчайзингтің негізін қалаушы болып табылады, онда когда вместе с франшизамен бірге бизнес жүргізудің бүкіл жүйесі беріледі.

Қалыптасқан бизнес формат франчайзингінің факторлары:

- өндірістен қызмет саласы тарапына акцнттердің ауысуы;
- жалпы тұтыну нарығының өркендеуі;
- халық табысының өсуі;
- кенттену;
- теледидарлық жарна саласындағы көтерілу.

бизнес формат франчайзингінің негізгі сипаттамалары:

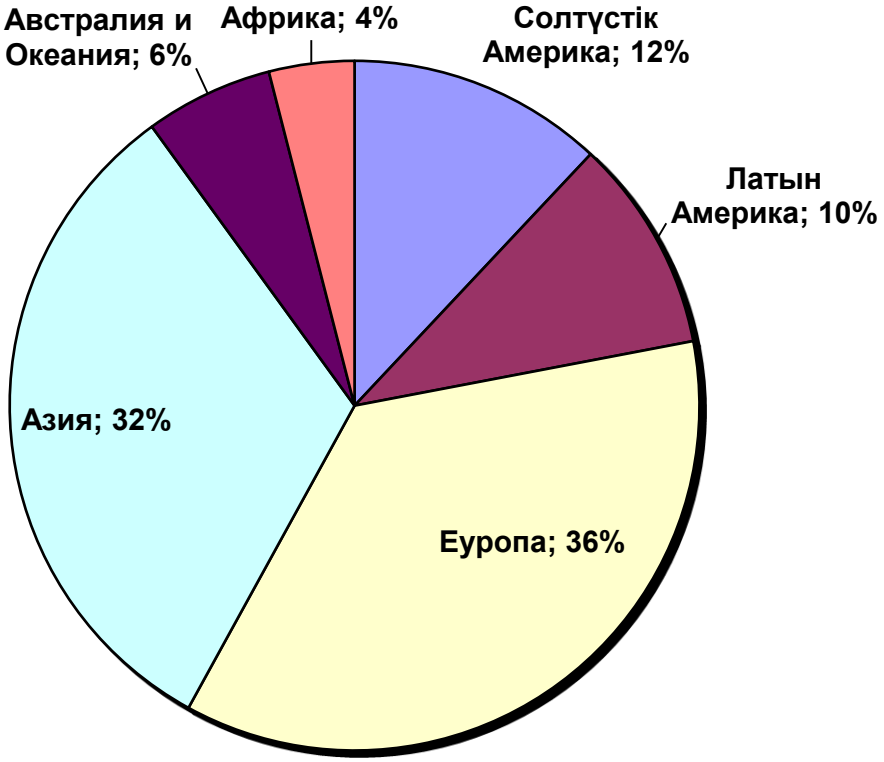
1. Франчайзер атауын, сауда маркасын, эмблеманы белгілі бір аумақта және белгілі бір уақыт ішінде пайдалану құқығының лицензиясына қол қою.
2. Франчайзер франчайзиге оқулықта сипатталған айқындамаларға және рәсімдерге сәйкес бизнес жүргізу тәжірибесін береді. Бастапқыда бұл франчайзинг шартына қол қойылғаннан кейін ұйымдастырылған оқыту курстарында іске асырылады.
3. Франчайзер франчайзи табысына ықпал ету, мақсатында қолдау көрметеді, оның ішінде:
   - Бизнес ұйымдастыруға көмектесу, оның ішінде қажетті қаржыландыоу алуға.
   - Нарықта сауда маркасы мен фирма атауын жарнамалаау және алға жылжыту.
   - Маркетингтік зерттеулер (нарық пен тұтынушылардың қалағандарын бағалау, сондай-ақ сауда үй-жайларын орналастыруға арналған орынды таңдау).
   - Өз қызметіне қажетті рұқсаттар мен лицензияларды алу.
   - Жер телімін алуға (жалдауға) жобалауға, құрылысқа және үй-жайдың дизайнын жасауға көмектесу.
   - Жабдық, материалдар, тауарлар және т.б. жеткізушілермен келіссөздерге қатысу.
   - Бухгалтерлік есептің тиімді жүйесін ұйымдастыруға көмектесу.
4. Франчайзиалынған көмек пен қызметтердің орнына төлемдердің белігілі бір түрін орындауға міндеттенеді:
   - Экономикалық топқа кіргені үшін паушалдық жарна және тиісті аумақта қызмет құқығын алу.
   - Әдеттегідей ай сайын төленетні роялти.
   - Кейде франчайзи франчайзер ұсынған жеткізушілерден тауралар, материалдар және жабдық сатып алуға міндеттенеді. Мұндай жағдайларда франчайзер, әдетте мұндай мәмілелерден қаржылық пайда табады және оның орнына роялти төмендеуге барады. [www.thebfa.org/about-franchising/the-history-of-franchising]

2-ТАРАУ. ФРАНЧАЙЗИНГТІҢ ӘЛЕМДІК НАРЫҒЫНЫҢ ДАМУ БАҒЫТТАРЫ ЖӘНЕ ДАМУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫНЫҢ ТАЛДАУЫ

Еуропада туындап АҚШ-та зор бизнес-серпін алып, франчайзинг нарығы көптен бері ғаламды болды, өйткені бірлесіп дами бастады. вропе и получив мощный бизнес-толчок в США, рынок а давно стал глобальным, так как получил повсеместное развитие. Общей тенденцией глобального рынка Франчайзингтің әлемдік нарығының соңғы жылдардағы жалпы бет алысы Оңтүстік Африканың, Шығыс Еуропаның және Азияның дамыған елдеріндегі өсіп келе жатқан орта класс арқасында өсу факторы болып табылады (1-диаграмманы қараңыз)

1-диаграмма

Франчайзерлер саны бойынша әлем өңірілерінің үлесі, 2013



International Franchise Association (IFA) мәліметтері негізінде құрылған, 2014.

Франчайзерлер жаңа нарықтарда бүкіл әлем бойынша жоғары сұранысқа ие еуропалық, американдық және жапон тауралары мен қызметтерін ұсына отырып, өзінің қатысуын кеңейтуге мүдделі. Franchise Direct [www.franchisedirect.com], франчайзингті алға жылжыту бойынша американдық портал мәліметтері бойынша 2013 жылы жалпы ғаламдық нарықта франчайзинг үлесінің дамуы белгіленді, бұл кризистен кейін жұмыссыздық азаюына және ЖІӨ өсуіне тікелей және жанама ықпал етті.

2014 жылдың басындағы жағдай бойынша франчайзинг әлемнің 80 елінде табысты дамып келеді: 2,5 млн. аса франчайзингтік кәсіпорындарға 30 мыңнан аса франчайзерлер тиесілі, олардың арасында азиаттық үлес 32%, еуропалық – 36%, солтүстік американдық – 12%, латын американдық – 10% (2-диаграмманы қараңыз).

Нарықта әрекет ететін франчайзерлер саны бойынша көптеген жылдар бойы АҚШ көшбасшы болды. Бірақ соңғы үш жылда беталыс өзгерді. Қытай 4530 франчайзингтік желімін бірінші орынға өтті. В таблице 4-кестеде 2013 жылдың соңындағы мәліметтер бойынша франчайзерлер саны бойынша көшбасшы-елдер берілген.

4-кесте

Франчайзерлер саны бойынша көшбасшы-елдер, 2013

Орны	Ел	Нарықта әрекет ететін франчайзерлер саны
1	ҚХР	4530
2	АҚШ	2580
3	Корея Республикасы	2420
4	Бразилия	1688
5	Индия	1575
6	Түркия	1400
7	Франция	1389
8	Ресей	1300
9	Жапония	1267
10	Канада	1232
11	Тайвань	1163
12	Германия	1075
13	Филиппин аралдары	1070
14	Австралия	1055
15	Испания	955
16	Италия	939

International Franchise Association (IFA) мәліметтері негізінде жасалған, 2014.

Халықаралық франчайзинг қауымдастығының (IFA) болжамдары бойынша, 2014 жылы әлемде жаңа франчайзингтік кәсіпорындар ашу есебінен 200 мыңға жуық жаңа жұмыс орындары пайда болуға тиіс. Мұндай беталыс 2014 жылы 2013 жылмен салстырғанда сақталады және жеке секторда жұмыспен қамтылудың өсуі 0,3% алға жылжитын болады (диаграмманы қараңыз).

2- диаграмма

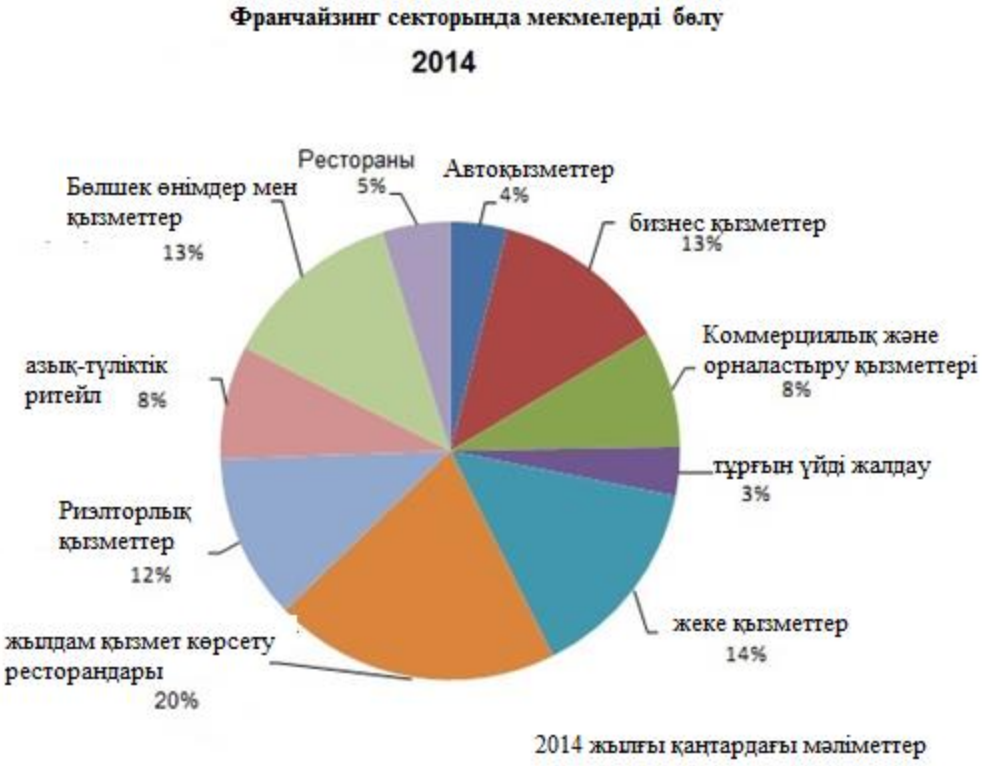
Ғаламдық франчайзингтегі жұмыспен қамтуды салалық бөлу

International Franchise Association (IFA) мәліметтері негізінде жасалған, 2014.

Әлемде 2014 жылы франчайзингтік компаниялар саны 12915 ұлғаяды деп күтілуде және олардың жалпы саны 770368 жетеді. Өсу қарқыны 2013 жылғы 1,4% салыстырғанда 1,7% дейін көтеріледі деп күтілуде (3-диаграмманы қараңыз).

3-диаграмма

Ғаламдық франчайзингтегі жұмыспен қамтуды салалық бөлу



1-сурет

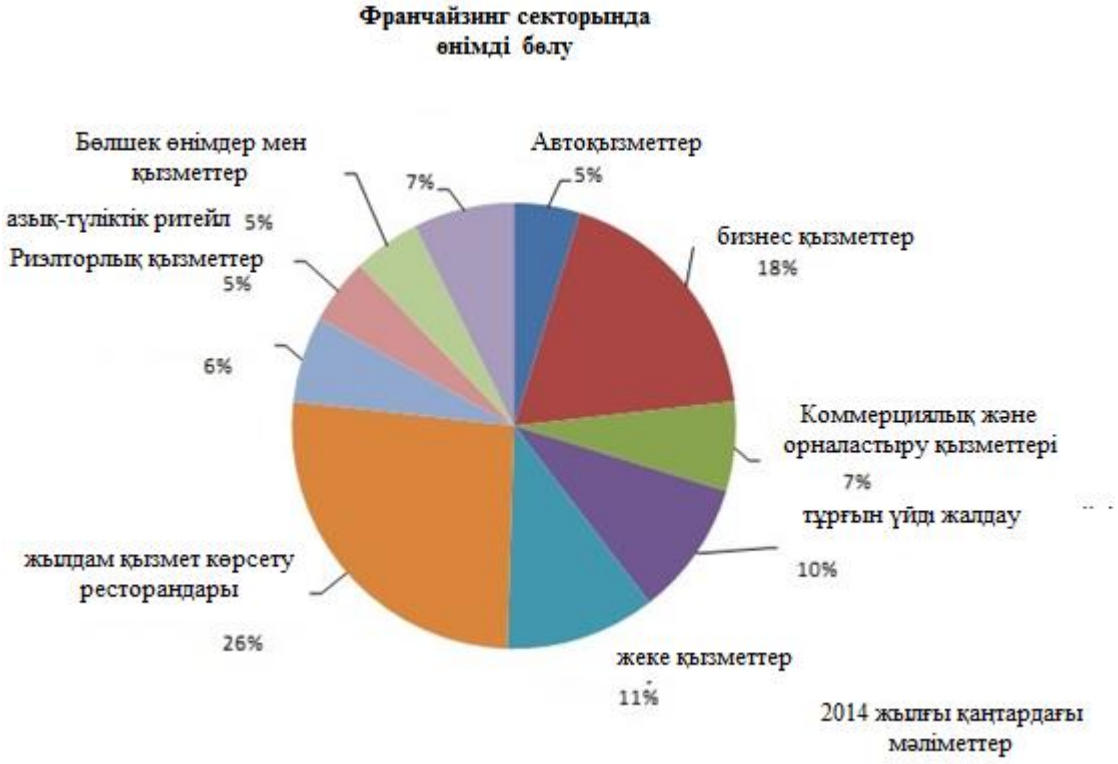
International Franchise Association (IFA) мәліметтері негізінде жасалған, 2014.

Франчайзинг секторында жаңа жұмыс орындарын құрудың негізгі қозғаушы күштері бизнес қызметтер, сауда, риэлторлық компаниялар қызметі және жылдам тағам ресторандары (фаст-фуд).

Бизнес қызметтер көрсету секторындағы франчайзинг нарығы ең тез қарқынмен өсетін болады, ол 2014 жылы 35109 жұмыс орнына ұлғаяды деп күтілуде. Жылдам тағам желілік ресторандары (франчайзингтегі ең үлкен секторы), 75596 жаңа жұмыс орындарын құрады деп күтілуде. (4-диаграмманы қараңыз). [www.franchise.org/aboutifa.aspx]

4 -диаграмма

Ғаламдық франчайзингтегі жұмыспен қамтуды салалық бөлу



International Franchise Association (IFA) мәліметтері негізінде жасалған, 2014.

Дамыған нарықтар (Қытай, Индия, Бразилия, Түркия, Тайвань) ғаламдық рейтингте сандық қатынаста (нарықта әрекет ететін франчайзерлер саны бойынша) ғаламдық нарықта көшбасшылыққа шыққанына қарамастан түсім бойынша көшбасшылар дәстүрлі түрде осы сегменттің заңнамалық реттеудің жоғары деңгейімен де экономиканың дамығандығымен де және шағын бизнеске қолдау көрсетумен де ерекшеленеді: АҚШ, Канада, Жапония, Австралия, Корея Республикасы, Германия, Франция.

«РБК. Нарықтарды зерттеу» порталының мәліметтері бойынша 2013 жылы франчайзингтің әлемдік нарығының көлемі $7,8 трлн. дейін ұлғайды, әлемдік нарықтың өсуі шамамен 36,8%. [www.markiting.rbc.ru]

Бұл сектордағы бизнес табыстылығының көрнекті индикаторы Халықаралық франчайзингтік қауымдастықтан (International Franchise Association, IFA)ғаламдық франшизаның жарияланған рейтингтері, сондай-ақ ірі франчайзингтік интернет-порталдардың: FranchiseDirect, AllBusiness, Entrepreneur Magazine Franchise Zone и от журнала Entrepreneur.

Егер 2013 жылғы әлемдік Топ-100 Franchise Direct американдық портал нұсқасы (2-суретті қараңыз) және 2014 жылғы әлемдік Топ-100 Халықаралық франчайзингтік қауымдастықтың (International Franchise Association, IFA) рейтингілік тізімінің рейтингтік тізімін салыстырсақ, олардың көбіне бір-біріне сәйкес екенін, тізімнің жоғарғы бөлімінде 2013 жылмен салыстырғанда үлкен өзгерістер болғанына назар аударған жөн.

2-сурет. 2013 жылғы әлемдік франшизалардың Топ-10
Көзі: www.FranchiseDirect.com/top100globalfranchises

3-сурет. 2013 жылғы әлемдік франшизалардың Топ-10 Источник: www.franchise.org

Бұрынғысынша тізімді ең үлкен франчайзингтік орындар санымен. Біраз үзілстен кейін McDonald's қайтадан екінші орынға көтерілді. KFC, Burger King и 7-Eleven тізімінің ең бестігін қорытындылайды. Бірінші ондыққа кірген әлемнің ең жақсы франшизаларына 2013 жылғыдағыдай, мысалы, Pizza Hut и Wyndham Hotel Group, осы жылдың үш жаңасы қосылды: GNC, Dunkin' Donuts и Dia.

2013 жылғы Топ-100 рейтингтік тізіміне кірген франшизалардың 90% дерлік онда 2014 жылы да қалғанын айта кету керек.

ТОР 100 енгенн американдық емес франчайзинг жүйелер

2014 жылғы Топ-100 франчайзингтік компаниялардың тізіміне Franchise Direct нұсқасы енеді, басты түрде АҚШ-та орналасқан компаниялар. Сонда да франчайзинг әлемнің басқа өңірлерінде әйгілі бола түсуде. 5-кестеде Америка Құрама Штаттарының шегінен тыс құрылған және ранжирлеуге 2014 енген 21 франшиза берілген.

5-кесте

ТОР 100 енген американдық емес франчайзингтік жүйелер

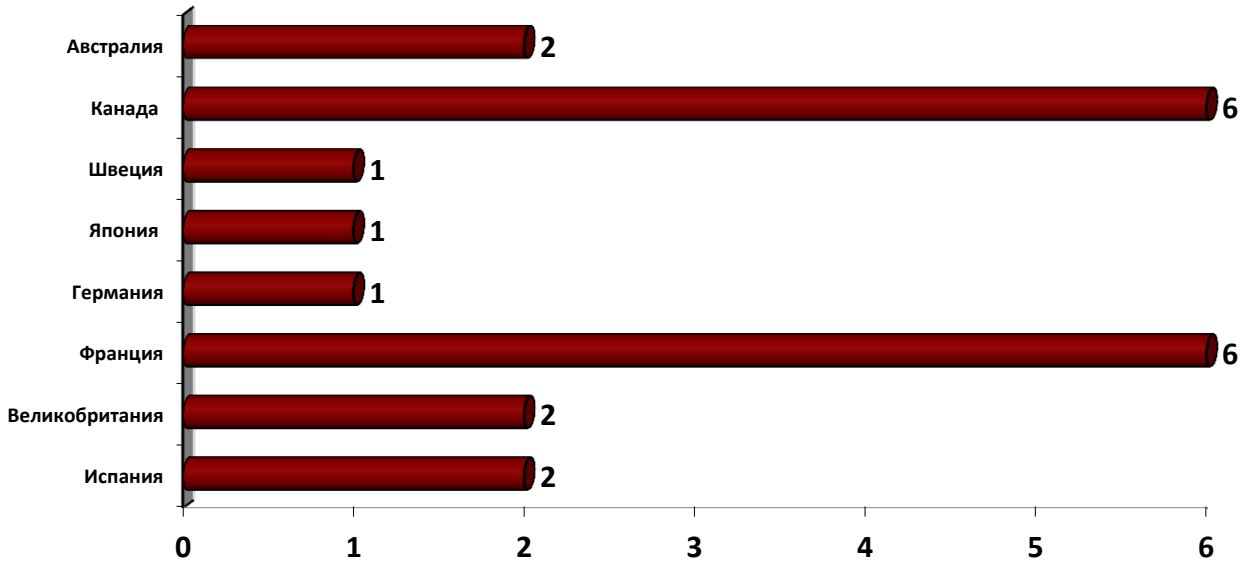
Рейтингтегі орны	Атауы/саласы	Шыққан елі
10	**Dia,** *Супермаркеттер*	Испания
15	**InterContinental Hotel Group,** *Отельдер*	Великобритания
29	**Groupe Casino Grocery,** Азық-түлік дүкендері	Франция
32	**Tim Hortons,** Піісірілген нандар, *кофе*	Канада
33	**Yogen Fruz,** Балмұздақ, *мұздатылған йогурт*	Канада
34	**Europcar,** Машина жалдау	Франция
38	**Carrefour,** *Супермаркеттер*	Франция
41	**Naturhouse,** *Тағам өнімдері*	Испания
43	**Kumon ,** *Балаларды дамыту орталықтары*	Япония
53	**H&R Block,** *Дербес қызметтер*	Канада
58	**Action COACH,** *Бизнес қызметтер*	Австралия
59	**Vom Fass,** *Тағам өнімдері*	Германия
61	**Husse,** Жануарлар тауарлары	Швеция
63	**Yves Rocher,** Денсаулық пен сұлулық тауарлары	Франция
67	**Groupe Auchan,** *Супермаркеттер*	Франция
69	**The Pita Pit,** *Тағам өнімдері*	Канада
73	**Tutor Doctor,** *Балаларды дамыту орталықтары*	Канада
79	**Cartridge World,** *Көшіру қызметтері*	Австралия
83	**Antal International Network,** *Бизнес қызметтер*	Великобритания
94	**5aSec,** Жинау қызметтері	Франция
98	**WSI Digital Marketing,** *Компьютерлік қызметтер*	Канада

Franchise Direct мәліметтері негізінде жасалған, 2014.

На диаграмме 5-диаграммада шыққан елі бойынша сандық құрамы берілген.

5-диаграмма

2014 жылғы Топ-100 шыққан елі бойынша шетелдік франшизалар саны



Franchise Direct мәліметтері негізінде жасалған, 2014.

Әлемдік франшизалардың Топ-100 тізімі саласының құрамын Franchise Direct американдық порталының нұсқасы бойынша талдай отырып, ол аса түрлі және дайын тағам, қонақүйдегі автоқызмет көрсетумен, балалл дамуының орталығы және көптеген басқалармен байланысты деген қорытындыға келуге болады. 6-кестеде сндық қатынаста дайын тағамды дайындаумен (тойханалардың әр түрі) – 35 (35% тиісінше), екінші орында – үй-жайлар мен аумақты жинаумен айналысатын түрлі компаниялар (9%), жетекшілер үштігін – автоқызмет (автомобиль жалдау) ұсынатын компаниялар.

6-кесте

Әлемдік франшизлардың Топ-100 тізімінің салалық құрамы

	Сала	Саны
	Тағаммен байланысты	35
	Жинау	9
	Автоықызметтер	8
	Денсаулық пен сұлулық	5
	Қонақүйлер	5
	Техқызмет көрсету	5
	Көшіру орталықтары	5
	Балаларды дамыту орталықтары	4
	Фитнес	4
	Дербес қызметтер	3
	Минимаркет	3
	Супермаркет	3
	Риэлторлік қызмет	3
	Бизнес қызметтер	2
	Үйге арналған тауарлар	2
	Компьютерлік және интернет қызметтер	1
	Қызметкердің қызметі	1
	Жануарларға арналған тауарлар	1

	Туристік қызметтер	**1**

Franchise Direct мәліметтері негізінде жасалған, 2014.

Бұдан әрі осы тарау шеңберінде АҚШ сияқты Алыс Шетел елдерде, Еуропалық Кеңестің жекелеген елдерінде, Азияда және Латын Америкасында франчайзингтің даму нәтижесі олардың ең жақсы үлгілерін және бейімделу және отандық қазақстандық тәжірибеде қолдану мүмкіндігін қорытындылау қарастырылатын болады.

2.1. АҚШ-тағы франчайзинг нарығының даму бет алысы мен перспективлары

АҚШ экономикасы дамуының қысқаша экономикалық шолуы

Құрама Штаттар «капиталистік аралас экономикасы» бар жоғары дамыған, постиндустриалды ел болып табылады. Халықаралық валюталық қор мәліметтеріне сәйкес АҚШ ЖІӨ ағымдағы нарықтық бағамдар бойынша жалпы әлемдік өнімнің 22% құрайды (валюталарды сатып алу қабілеттілігінің паритетінде жалпы әлемдік өнім 19%).

2014 жылдың 1 тоқсанында еліміздің номиналды ЖІӨ $17,295 трлн. құрады, нақты ЖІӨ $15,999 трлн. құрады.

[Көзі: www.bea.gov/newsreleases/national/gdp/2014/gdp2q14_adv.htm]

6-диаграммада 2007 жылдың соңындағы әлемдік қаржылық кризистің алыңдағы ЖІӨ өсуінің төмендеуі байқалады. ЖІӨ өсу қарқынының төмендеуі 2009 жылы теріс көрсеткішпен - 2,8% ең жоғарғыға жетті. Соңғы төрт жылда (2010-2013) ЖІӨ жыл сайынғы өсуі дәлізде 2,5-2,2%, орташа мәні 2,1%.

6-диаграмма

АҚШ ЖІӨ өсу қарқыны, 2004-2013 гг., %

[Көзі: Экономикалық талдау бюросы, АҚШ сауда департаменті, www.bea.gov/newsreleases/national/gdp/gdpnewsrelease.htm]

Динамика роста ВВП - ЖІӨ өсу қарқыны

2008-2012 жылдары ғаламдық рецессия кезінен өте отырып, АҚШ қазіргі уақытта экономикалық жоғарылау күйінде. ЖІЗ ең көп үлесі қызмет көрсетіу және өнеркәсіп секторына келеді. ЖІЗ халық басына Еуропалық одақтың ұқсас көрсеткішінен 30% асады. Жұмыссыздық деңгейі төмендеді, бірақ ағымдағы деңгей тарихи беталыстардың орташа деңшейінен мен кризиске дейінгі деңгейден асады.

7-кестеде АҚШ франчайзингтік секторының негізгі 2008-2013 жылдар кезеңіндегі ірі зерттеу компаниясы США IHS мәліметтері негізінде қорытындыланған көрсеткіштері берілген. [www.ihs.com]

7-кесте

АҚШ-тың франчайзингтік секторы дамуының негізгі көрсеткіштері, 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Жаңа франчайзингтік объектілер ашу	774016	746646	740098	736114	747359	757503
Өзгерістер %	*1,5*	*-3,5*	*0,9*	*-0,5*	*0,4*	*1,4*
Жұм. қамтылуы, мың.	8028	7800	7780	7940	8127	8327
Өзгерістер %	*0,4*	*-2,8*	*-0,3*	*2,1*	*2,3*	*2,5*
Өндіріс ($ млрд.)	696	674	699	734	768	803
Өзгерістер %	*3,2*	*-3,2*	*3,6*	*5,0*	*4,7*	*4,6*
Франчайзингтің ЖІӨ ($ млрд.)	410	405	414	434	453	472
Өзгерістер %	*1,8*	*-1,2*	*2,2*	*4,8*	*4,4*	*4,3*

Көзі: IHS 2013 report, IFA

АҚШ-тың франчайзингтік компанияларындағы жұмыспен қамтылу 2013 жылы 2012 жылман салыстырғанда 2,5% ұлғайды.. Валовый внутренний продукт (ВВП) в Франчайзингтік секторда Жалпы ішкі өнім (ЖІӨ) 2013 жылы $472 млрд. дейін ұлғайды. Бұл АҚШ-тың ЖІӨ номиналдық доллармен берілген 3,4 %.

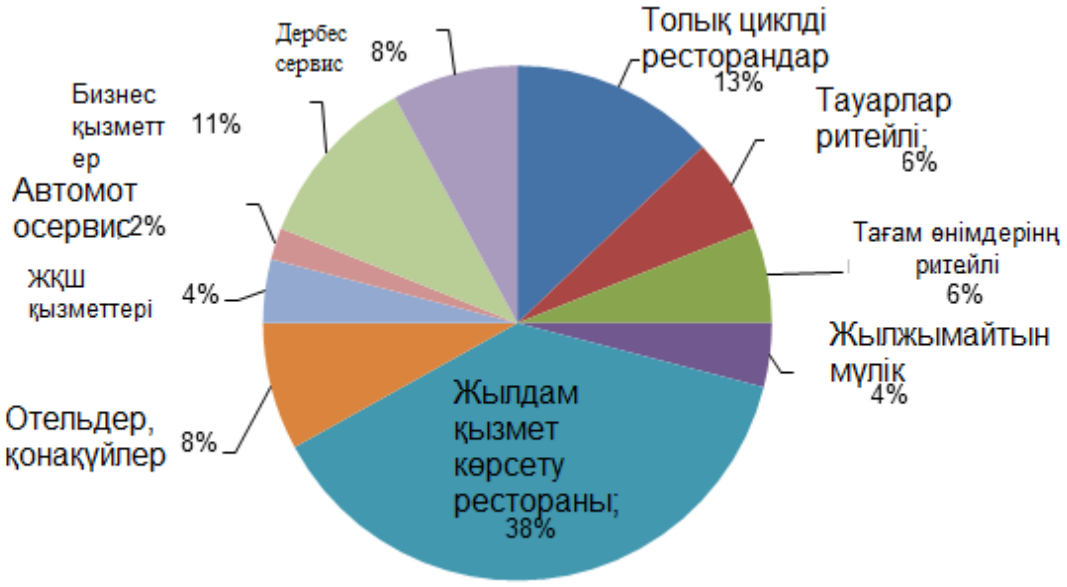
IHS бағасы бойынша жұмыспен қамтылу көрсеткіштеріне негізделе отырып, франчайзингтік сектордың номиналдық ЖІӨ 2014 жылы 4,6%-ға $494 млрд дейін ұлғайды, бұл еліміздің жалпы ЖІӨ 3,1% пайызын құрайды. [Көзі: www.ihs.com]

Американдық компаниялардың франчайзингтік орындарында және орналастыру географиясында өзгерістер болуда. McDonald's, KFC, Dunkin Donuts сияқты алыптар осы уақытта өз отанында жаңа орындарды шектей немесе қысқарта отырып, шетелде көптеп франчайзингтік орындар ашуда. Осылай, мысалы 2013 жылы McDonald's АҚШ-та 59 жаңа орын, ал басқа елдерде– 718 орын ашты. Компания Таяу Шығыс, Азия, Африка елдеріне үлкен назар аударуда. KFC 2013 жылы АҚШ-та 162 орынды жапты, ал басқа елдерде, оның ішінде Қазақстанда (субфраншиза арқылы) орындар санын 323 бірлікке ұлғайтты.

IHS болжамдары бойынша, 2014 жылы жұмыспен қамтудың ең үлкен пайызы жылдам қызмет көрсету ресторандары секторында күтілуде, жұмысқа орналастырудың ең үлкен емес пайызы автомотосервис секторында. 2014 жылы жұмысқа орналастыруға арналған перспективалы секторлардың бірі: толық циклдегі ресторандар, бизнес қызметтер, қонақүйлер және отельдер (7-диаграмманы қараңыз).

7-диаграмма

2014 жылы АҚШ-тың франчайзингтік секторында жұмыспен қамтуды бөлудің болжамы

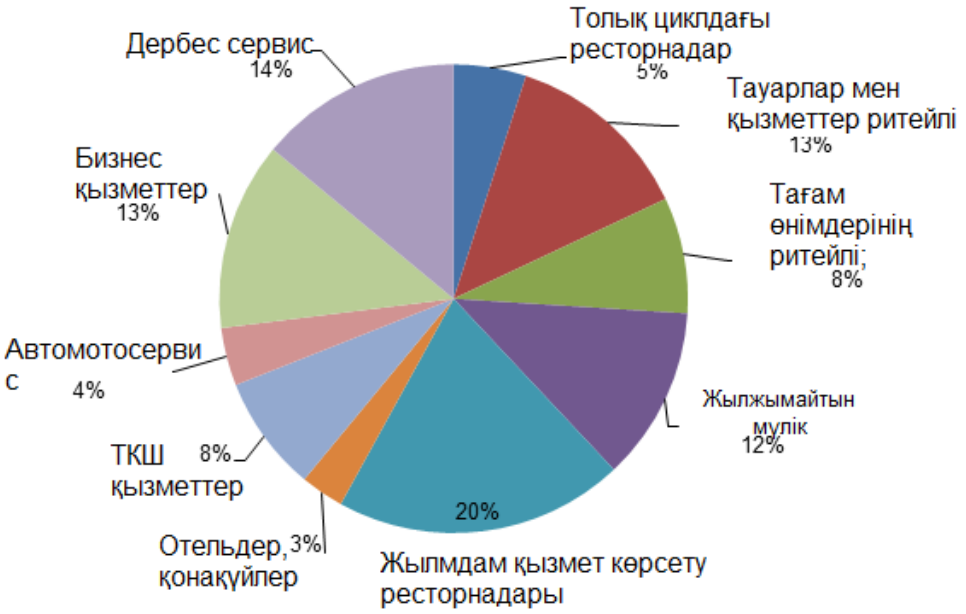


Көзі: IHS Report: Franchise Business Economic Outlook for 2014.

IHS болжамдары бойынша, 2014 жылы АҚШ-та франчайзинг объектілерінің ең көп саны жылдам қызмет көрсету ресторандары, дербес снервисғ бизнес-қызмет, тауарлар мен қызметтердің ритейлесі. Жұмысқа ораналстырудың үлкен мүмкіндіктеріне қарамастан Отельдермен қонақүйлер секторныда жаңа франчайзингтік объектілердің көп саны болжанбайды. (8-диаграмманы қараңыз).

8-диаграмма

2014 жылы АҚШ-тың франчайзингтік секторында жаңа объектілер ашу болжамы



Көзі: IHS Report: Franchise Business Economic Outlook for 2014.

Атақты американдық Enterpreneur журналы составил рейтинг лучших Америка франшизларының 2014 жылға ең жақсы Топ-500 рейтингін жасады. Ең жақсы франшизалар ондығы 8-кестеде келтірілген. Рейтинг бизнестің кірістілігі, құру жеңілдігі, құрылатын жұмыс орныдарының саны негізінде анықталады. Жыл сайынғы Franchise Business Review-2013 сауалнамасы нәтижелеріне сәйкес 2013 жылы АҚШ-та ең атақты франчайзингтік бизнес салалары мыналар болды: қоғамдық тамақтану, фитнес, балаларға арналған қызметтер және кәріс адамдарды күту қызметтері. 2013 жылы бұл сауалнамада 26000 франчайзингтік компаниялар. Олардың желісінде 350 аса бренд беретін 125 мың орын бар.
[www.franchisinginfo.ru/statya/297/prognoz-2014-g-po-rynku-fast-fuda]

8-кесте

АҚШ-тың ең жақсы франшизаларының Топ -10

Рейтинг	Франшиза атауыв	Бастапқы инвестициялар, $.
1	**AnytimeFitness** ***(тренажер залдарының жүйесі)***	**56,29 мың – 353,89 мың.**
2	**HamptonHotels** ***(қонақүйлік бизнес)***	**3,69 млн. – 6,57 млн.**
3	**Subway** ***(шағын асханалар)***	**85,69 мың - 262,85 мың**
4	**Supercuts** ***(шаштараздар)***	**113,75 мың.- 233,6 мың**
5	**JimmyJohn's Gourmet Sandwiches**	**330,5 мың. – 519,5 мың.**
6	**7-Eleven Inc.** ***(минимаркеттер)***	**50 мың.- 1,63 млн.**
7	**Servpro** ***(жинау және жөндеу)***	**138,55 мың.- 187,19 мың.**
8	**Denny's Inc.** ***(құймақханала)***	**1,12 млн. – 2,61 млн.**
9	**Pizza Hut Inc.** ***(фаст-фуд)***	**297 мың.- 2,1 млн.**
10	**Dunkin' Donuts** ***(пончиктер)***	**294 мың. – 1,51 млн.**

Источник: www.azfranchises.com/franchisefacts.htm

Жалпы АҚШ-тың франчайзингтік бизнестің ғаламдық секторында кіріс және табыстылық деңгейі, сондай-ақ осы секторда жұмыспен қамтылудың өсу қарқыны бойынша жетекші болып қалып отыр деп айтуға болады.

АҚШ франчайзингін құқықтық реттеу. **Федеральдық деңгейде** франчайзер мен франчайзи арасындағы қатынастарды заңнамалық реттеуге әрекет жасау 1950 жылдардың ортасында қабылданды.

Осылай, қазіргі уақытқа дейін франчайзинг туралы екі салалық заң әрекет етеді. Бірінші заң – закон 1956 жылы автомобильдік дилерлік *франчайзинг туралы (Automobile Dealer Franchise Act of 1956)* [USA Laws 15 US Code of Federal regulations Sections 1221-1225 Washington,1956] екінші атауы бар - *Federal Automobile Dealer Day - in - Court Act.* Заң автомобилдік корпорациялар мен дилерлердің – розничных торговцев автомобилді бөлшек сатушылармен қатынасты реттейді.

Екінші салалық федералдық франшизалық заңнамалық акт - 1978 жылғы заң (1994 жылғы түзетулермен) мұнай сату нарығы тәжірибесі туралы *(Petroleum Marketing Practices Act of 1978)* [27 USA Laws 15 US Code of Federal regulations Sections 2801-2806, 1978] – айтылған бірінші федералдық заңға қарағанда құрылымы бойынша көлемді және күрделі. Ол ірң мұнай корпорациялары франчайзерлары (Exxon, Shell, Mobil, Texaco) жабдықтайтын жүздеген мың автоколонкалар мен жанармай құю станцияларының өнідірістік-коммерциялық қызметін реттейді. В отличие от Федералдық закондардан айырмашылығы заңдар **штаттар деңгейінде**, мысалы, ақпаратты ашу туралы әдетте өз атауында «франшиза» немесе «франчайзинг» сөздерден тұрады, бірақ тегінде

франшизалық қатынатсарды олар реттемейді. Олардың әрекеттері тараптардың франшизаға дейінгі қатынастарымен джәне келісім жасаумен (алайда оларда әдетте франчайзер, франчайзи, франшиздік келісім анықтамасы және басқа бірқатар франчайзинг түсініктері бар) шектеледі. Мұндай заңдарда стандартты ережелер бар, оған сәйкес бұл штатта франшиза сату егер сатушы (франчайзер) болжамды франчайзиге франшиза сату актісін жасағанға дейін (яғни франшизалық келісім жасағанға дейін) кем дегенде жеті күн бұрын оферат – заңда белгіленген франчайзер туралы мәліметтер тізбесі бар «циркуляр» жібермеген жағадйда заңды деп танылмайды.

Франчайзер мен франчайзи арасында федералдық деңгейде қатынастарды реттеугі негізгі орталық орган –**Федералдық сауда комиссиясы (ФСК)**, ол 1978 жылы *№ 436 «Ақпаратты ашу, франчайзингке қатысты тыйым салулар және кәсіпкерлікітң жағысды талаптары туралы талаптар»* қаулыны қабылдады, ол «Франчайзинг ережесі» ретінде көп белгілі. Онда тереңдетілген және кең ашып көрсетілген 20 талап қойылған, оны франчайзер ықтимал франчайзиге франшизалық келісімге қол қойғанға дейін береді, оның ішінде мына мәселелер бойынша мәліметтер: 1) сауда маркасының франчайзердің фирмалық атауының белгілілігі; 2) франшизалық желі мәнділігі; 3) франчайзер өндірген өнім немесе көрсетілетін қызметтер сапасы; түрлі сауда орныдары арқылы сатылған өнімнің тауар айналым көлемі, пайдалылығы; 4) ноу-хау; кәсіби дайындық; 5) жарнамалар, оның мәні, құны, алымдар; 6) других услуг, предоставляемых франчайзер келісімді орындау процесінде бизнесті бастар алдында франчайзиге көмекке көрсететін басқа қызметтер; 7) шығындар, міндеттер. Бұдан басқа франчайзерден оның жеке басы, орналасқан жері, кәсіпкерлік тәжірибесі, қаржылық ресурсы, франчайзи үшін жағымды мүмкіндіктерді және бизнес жүргізу перспективаларын, франчайзидің бастапқы және ағамыдағы төлемдерін толық мазмұндау, сондай-ақ болашақтағы келісімнің әрекет ету мерзімін және талаптарын, міндеттемелерін, басқа барлық негізгі талаптарын түсіндіру.

АҚШ-та франчайзерлердің ***UFOC*** *(Unified Franchising Offer Circular) жоқ болса,* франшизаны сатуға құқықтары жоқ. Бұл құжатта франшиза, оның экономикаасы, тәуекелі, салымы, тараптардың жауапкершіліктері толық сипатталған. Американдық заңдарға сәйкес, ықтимал франчайзи оған UFOC құжаттар жинағы берілгеннен кейін 10 күннен ерте франшиз сатып ала алмайды: бұл уақыт оған мәміле жасауда толық ойлануға беріледі. UFOC АҚШ-та «штатаралық» франшизалық келісімдер жасау кезінде ғана емес, бірақ штат шегінде франшизалар сату кезінде де пайдаланады. UFOC басқа АҚШ-та франшизалық келісімдердің үлгі талаптарынан тұратын аумақтық және салалық франшизалық қауымдастықтарыдың көптеген құжаттары әрекет етеді. Олар ұсыныстық сипатта болады.

АҚШ-та франчайзингтің дамуынан мемлекеттік қолдау көрсету шаралары және институттар. АҚШ-та жаңа бизнес ашу үшін аса либералдық заңнама және қарапайым және нақты рәсімдер бар, сондықтан франшизаларды сатып алуды субсидиялау бойынша арнайы федералдқы жеңілдік бағдарламалары жоқ. Кейбір банктер төмен пайызбен қарыз бере отырып, франчайзиге қолдау көрсетудің арнайы бағдарламаларына бастама жасайды немесе қаржылық консультантты ұсынады (мысалы Bank of America). [Б.Кисиков. Қазақстандағы франчайзинг. 2-ші басылым. Алматы қ.: «Игілік» білім беру қоры, 2011]

2.2. ЕК франчайзинг нарығының беталыстары және перспективалары. Италия

Еуропалық Кеңес (ЕК) – 28 еуропалық мемлекеттің экономикалық және саяси біріккен бірлестігі.

2008 жылғы терең рецессиядан кейін соңғы бірнеше жылда ЕК елдерінің және еуроаймақтың қатысушы-елдерінің экономикасында жандану белгілері байқалады. Алайда 2014 жылғы Украинадағы саяси жағдай және оның соңынан болып отырған ЕК елдері және Ресей Федерациясы арасындағы экономикалық қатынастардың сууы (ЕК Ресейге қарсы санкциялар енгізуі және ЕК тағам өнімдерін жеткізуге жауап эмбарго) еуропалық экономикалық экономиканың қалпына келу қарқынын төмендетті. 9-диаграмма соңғы 10 жылда Еуропалық Кеңес елдерінде ЖІӨ өсу қарқынын көрсетеді.

9-диаграмма

ЕК 28 елдің ЖІӨ өсу қарқыны, 2004-2013, %

Көзі: Евростат, 2014, www.epp.eurostat.ec.europa.eu

Согласно данным диаграммы 9-диаграмма мәліметтеріне сәйкес 2009 жылға ЖІӨ өсуінің құлдырау шыңы келді, алайда құлдырау қарқыны 2007 жылдан бастап байқалды. 2010 жылдан бастап бұл көрсеткіш оң мәнді көрсетті. Экономисттердің болжамдары бойынша 2014 жылы ЖІӨ өсуі ЕК орташа 1,6% құрауы тиіс болды. Бірақ нақты лағанда бұл көрсеткіш төмен болуы мүмкін.

Қазіргі уақытта Еуропада 4500 аса франчайзингтік жүйлер және 180000 франчайзи бар, олар сатудың жалпы көлемінің $150 млрд. аса жетеді. Алайда Еуропадағы франчайзингового бизнестің даму деңгейі АҚШ-қа қарағанда едәуір төмен, онда көлем $800 млрд. асты.

Франчайзерлер саны бойынша еуропалық жетекшілер Франция, Германия, Италия, Испания және Ұлы Британия. Франчайзерлер саны айтьылған елдерде 2013 жылғы мәліметтер бойынша 10-диаграммада келтірілген.

10-диаграмма

Франчайзерлер саны бойынша еуропалық жетекшілер, 2013

Франчайзингтің Француз федерациясының (FFF), Франчайзингтің неміс қауымдастығы (DFS), Франчайзингтің испан қауымдастығы (AEF), Франчайзингтің итальян қауымдастығы (AIDF), Франчайзингтің британдық қауымдастығы (BAF) мәліметтері негізінде жасалды.

ЕК елдерінде франчайзингті құқықтық реттеу. **ЕК** франчайзингті құқықытқы реттеудің өзіндік белгісі ЕК елдерінің әрқайсысының ұлттық заңнамасынан басым ЕК үшін франчайзинг туралы «ұлттық» бірыңғай акт - 30.11.1988 жылғы еуропалық комиссияның (ЕК) ЕЭК № 4087/88 регламенті тұрады. [European Community Law after 1992 A practical guide for lawyers outside the Common Market Kluwer Deventer, 1993 P 493-550]. Осы күнге дейін біріккен Еуропада 1986 жылғы ЕЭК сотының № 4087/88 регламентінің концептуальдық негізі болған франчайзинг туралы істердің бірі бойынша шешімін есептемесек, тіпті ешқандай франчайзинг туралы жекелеген, арнайы құқықтық актілер болмады.

Сегіз еуропалық елдердің франчайзинг туралы аранйы заңнамасы бар екенін айта кету керек, бірақ мұнымен бірге заңнаманы қолдануға бірыңғай тәсіл жоқ. Мұның салдарынан ЕК кейбір елдері франчайзингті реттеуде аса табысты, ал басқалары – аз табысты. Мысалы 28 елдің 6-да франчайзерді келісімшарт жасау алдында ақпаратты ашуға міндеттейтін заң бар. Бұл Франция (1989), Испания(1996), Румыния (1997), Италия (2004), Швеция (2004) және Бельгия (2005).

Тәсілдердегі айырмашылық франчайзиді анықтауда байқалады – осылай Германияда, Австрияда, Грецияда, Португалияда франчайзиге дается определение как «өз қаржысын бизнес-жбаға инвестициялайтын квази-сатып алушы» сияқты анықтама беріледі.

Франчайзингтік қатынастарды реттеу кезінде экономиканың басқа секторындағыдай айқындамалар қолданылуы тиіс. Осылай 2000 жылы қабылданған қаржылық секторды реттеу туралы британ заңы (FSMA) *реттеу тиімділігінің 3 көрсеткішін* ұсынады:

- Нарықтық тұрақтылықты, қатысушылардың құқықтық емес әрекеттеріне жол бермеу, олар тұрақсыздыққа немесе нарықтың беделін түсіруге алып келуі мүмкін;
- Мүмкіндіктер мен тәуекелдер туралы ақпараттандыру, ақпараттану және кеңес берудің тиісті түрдегі деңгейін қамтамасыз ету;

- Тұтынушыны қорғау. Тұтынушыны қорғаудың қажетті деңгейі транзакциялар кезінде тәуекел деңгейін саралау, кеңес беруде және сыртқы сараптамаларға мұқстаждықты анықтау, шешім қабылдау үшін жауапкершілікті анықтау арқылы қамтамасыз етіледі.

Жоғарыда көрсетілген айқындамаларға қарай *франчайзингтік қатынастарды реттеу:*

- нарық тұрақтылығын қамтамасыз ету;
- поощрять компаниялар мен жеке тұлғаларды франчайзингті өзінің өсу стратегиясы ретінде пайдалану және франчайзинг саласында оқыту және білім беру қызметтерін көрсету;
- франчайзиді қажетті қорғауды қамтамасыз ету;
- бұл ретте бұл реттеу бәсекелестік пен инновацияға нұқсан келтірмеуі тиіс.

Британдық зерттеуші-экономист Марк Абелль ЕК бірде бір франчайзингті реттеу бойынша заңнамасында FSMA жоғарыда көрсетілген айқындамалары толық қанағаттандырылады. Заңдық актілерде жергілікті нарықтарда тұрақтылықты қамтамасыз ету талаптары жазылғанынан қарамастан бірыңғай тәсіл және мазмұнның жалпылылығы жоқ. Франчайзингті алға жылжыту бойынша белсенді шаралар және тәуекелдері мен мүмкіндіктерге қатысты әлеуетті франчайзерлер/франчайзи үшін білім беру қызметтерін сипаттау. [Abell, Philip Mark. European Union: How Effective Is The Regulation Of Franchising In The EU?]

Франчайзингтің бүкіл әлемде және Еуропада кең тарағанына қарамастан, атап айтқанда халықаралық франчайзинг бойынша қатынастарды халаықралық-құқықтық бірегейлеу бұрыныгысынша жоқ. Франчайзингтік қатынастарды халықаралық реттеу Дүниежүзілік зияткерлік меншік ұсыныстарымен, Франчайзингтің халықаралық қауымдастығы әзірлеген этикалық және морлаьдық кодекстермен берілген.

Халықаралық ұйымдар шеңберінде франчайзинг бойынша бірегейлеу жұмысы жүргізіледі. 1985 жылдан бастап 2002 жылдары годы **УНИДРУА** жеке құқықты бірегейлеу жөніндегі халықаралық институт (**UNIDROIT** – *Institut international pour l'unification du droit privé*) Халықаралық мастер-франчайзинг шарттарына нұсқаулықты (Guide to International Master Franchise Arrangements, 1998) және Франчайзинг шарты бойынша ақпаратты ашу туралы модельді заңды (The Model Franchise Disclosure Law, 2002) әзірледі. ВОИС Франчайзинг бойынша ВОИС нұсқаулығын дайындады (The WIPO Guide on Franchising, 1994). Халықаралық сауда палата (ХСП) Халықаралық франчайзингтің үлгі келісімшартын әзірледі (The ICC Model International Franchising Contract, 2000, публикация МТП № 557), құқықтық нормалардың «ұлттқықтан тыс» жүйесіне кіретін *lex mercatoria*.

<u>Төменде ЕК жекелеген елдерінде франчайзинг саласында қысқаша шолу берілген.</u>

Франция

Ең ірі еуропалық нарықтардың бірі. Елімзіде франчайзингті реттеу институты жоқ. Франчайзингті реттейтін бірінші заң 1989 жылы шығарылды, Луи Дублин Заңы ретінде белгілі. Бұл заңның талаптарына сәйкес ауад маркаысмен жұмыс істейтін желінің меншік иесіне шартты жасағанға дейін 21 күн бұрын ақпаратты ашу туралы жауапкершілік жүктеледі. Коммерциялық кодекстің (Loi Doubin) 330-3 баптары сыйақы үшін логотип, фирмалық стиль, сауда маркасын және т.б. пайдалануға құқық беретін тұлға кез келген өзара келісімдерді орныдауды бастар алдында екінші тарапқа арнайы құжат беруге тиіс. Онда әділ ақпарат беріледі, оның негізінде ықтимал серіктес шешім қабылдайтын болады. Бұл ерекше құжатқа нарықтаға лицензиар жағдайы туралы, оның қызметінің ұзақтығы және тәжірибесі, келісімнің (шарттың) әрекет ету мерзімі, оны ұзарту және тоқтату,

ерекше құжаттар көлемі, франшизаны үшінші тұлғаларға беру мүмкіндігі туралы мәліметтерден тұрады.

Франчайзинг бизнестің арнайы нысанымен ерекшеленбеген және лицензиялаудың басқа нысандарынан ерекше емес. Осыдан заңда бинестің жақсырақы түрі ретіндегі франчайзинг туралы ереже жоқ. Сондай-ақ белгілі бір транзакцияларда шарттар жасау кезінде талап етілуі мүмкін тәуекелдер дәрежесі, қажетті білімдер мен сараптамалар деңгейі анықталмаған. Алайда жалпы Заң нарық қатысушыларының мақсаттары мен қажеттіліктерін нақты қалыптастырады, бүркемесіз және бір ізді.

Бельгия

Франчайзингті реттейтін заң 2005 жылы қабылданды, әрекетке 2006 жылы енгізілді. [Law of Commercial Partnerships] Заңда мемлекеттік бағыну принциптері анықталса да қатаң талаптар да сипатталған, сонда да нарық тұрақтылығын сақату айқындамасы сақталмаған. Бұл бір жағынан Заңда франчайзерлер қабылдайтын шешім үшін жауапкершіліктен де болады. Сондай-ақ Заңда франчайзингті алға жылжыту шаралары және франчайзинг саласындағы халықтың пайда болуы сипатталмаған.

Испания

Елде франчайзинг Сауда және Бөлшек сауда туралы Испан заңымен реттеледі (The Spanish Retail Trading Act). [Act 7/1996 and Royal Decree 2485/1998] Франчайзорлар Испанияда елдегі транзакция басталғанға дейін 3 ай бұрын тіркелуі тиіс. Заңда франчайзердің ақпаратты тіркеу және ашу тәртібі белгіленген. Ашу ақпараты меншіктің лицензиялары және құқықтары туралы заңдық ақпараттан, франчайзер жұмыс істейтін индустрияны сиапттаудан, жұмыс тәжірибесі мен біліктіліктен, франчайзингтік желі құрылымынан құралуы тиіс. Заңда франчайзер тәуекелдерінің деңгейі жеткіліксіз сипатталған. Заңның басқа айтарлықтай кемшілігі тіркеу рәсімінің бір ізді еместігі және іс жүзінде іске асу қиындығы болып табылады.

Швеция

Франчайзингті реттеу туралы заң әрекетке 2006 жылғы қазанда енгізілді. Келісімшарт жасау алдында адал емес ашуға тиімді қарсы әрекеттің жоқтығы. [Swedish Franchise Disclosure Law No. 2006:484] Сондай-ақ франчайзер қабылдайтын тәуекелдер анықталады. Заңда франчайзингті алға жылжыыту шаралары немесе халық арасында білім беру іс-шаралары жоқ. Соған орай Заң реттеудің тиімділігінің негізгі көрсеткіштеріне жауап бермейді.

Италия

Франчайзинг туралы заң 2004 жылғы 24 мамырда әрекетке енгізілген. Бұл заң франшейзерлік шарттарды басқарудың негізгі ережелері мен айқындамаларын анықтайды. Осы Заңға қосымша 2005 жылғы 4 қазанда жарлық берілген.

Италияндық заңнамаға сәйкес шарттарды жасау кезінде франчайзер мыналарды ашуға тиіс:

- франчайзингтік қызметті және операцияларды қысқаша сипаттау;
- Италиядағы франчайзинг жүйесі бойынша қазіргі уақытта жұмыс істейтін франчайзи тізбесі;
- Италиядағы алдыңғы үш жыл ішіндегі франчайзи санындағы өзгерістер туралы жыл сайынғы толық ақпарат;
- Италиядағы кфранчайзингтік қатынастармен байланысты кез келген соттық немесе арбитраждық талқылауларды қысқаша баяндау;
- франчайзидің сұратуы бойынша, франчайзердің бухгалтерлік баланстарының соңғы үш жылдағы көшірмесі. Егер операциялық қызмет үш жылдан аз болса, құжаттар жоба іске қосылған сәттен бастап беріледі. [Rapporto Assofranchising Italia, 2013].

ЕК елдеріндегі франчайзингке қолдау көрсету және дамыту бойынша мемлекеттік және қоғамдық бірлестіктер. **ЕК көптеген елдерінде** Франчайзинг қауымдастығы құрылған. Мысалы, 1977 жылы Британдық франчайзингтік қауымдастық (БФА) (British Franchise Association) құрылған, ол тарихта бірінші рет бір тұлға (франчайзер) екінші тұлғаға (франчайзиге) бір тұлға берген бақылау лицензиясы ретіндегі франшиза түсінігіне анық анықтама берді.

Институциалдық деңгейде франчайзинг жүйесі континентальдық деңгейде берілген және **Европалық франчайзинг федерациясы (ЕФФ)** алға қойылған**,** ол 1972 жылы негізі қаланған коммерциялық емес халықаралық қауымдастық болып табылады.

ЕФФ миссиясы және негізгі мақсаты:

- Европада франчайзинг дамытуға ықпал ету;
- Халықаралық ұйымдарда франчайзинг мүдделері берілген (Европалық комиссия, Европалық Парламент және т.б.);
- европалық франчайзингті және оның мүшелерін халықаралық аренада алға жылжыту және беру;
- Европа және басқа континенттер елдерінің франшайзингінің ұлттық қауымдастықтары арасында ақпарат және құжаттама алмасу.

ЕФФ мүшелері мынадай елдердің франчайзинг қауымдастықтары болып табылады:

- Австрия
- Бельгия
- Венгрия
- Германия
- Греция
- Дания
- Испания
- Италия
- Нидерланды
- Португалия
- Словения
- Финляндия
- Франция
- Чех Республикасы
- Швейцария
- Швеция

Бұдан әрі есепте Италияның франчайзингтік нарығының аса перспективалы және өзінің ұлттық ерекшеліктерінің қысқаша сипаттамасы берілген.

2.2.1. Италия

Франчайзинг Италия экономикасында маңызды рөл ойнайды. Тіпті экономикалық стагнация жағадйында ол өсу қарқынында оң беталыстарды көрсеткен аз ғана секторардың бірі болдды. Франчайзингтің Европаалық Федерациясы (2010) по количеству франчайзингтік жүйелер мен франчайзи орындарының саны бойынша Италия Франция, Германия, Испаниядан кейін Уропалық Кеңесте 4-ші орында. [CesiT, 2009 The attractiveness of the Italian market: the international franchisor's point of view]

Экспортталатын брендтер саны бойынша Италия әлемде бірінші орын алады – бұл елге шетелде дамыған халықаралық ритейлердің 17% келеді. Итальяндық ритейлердің ең атақтылары – Benetton және Diesel (тиісінше позиции в ритейлер рейтингінде 3-ші және 11-ші жайғасым).

8-кестеде Италияның франчайзингтік жүйелерініің сиптатамасы берілген. Көрініп тұрғандай жергілікті итальяндық желілер үлесін басым көпшілігі құрайды – 89% дерлік. Бұл еліміздің ішкі экономикалық климаты франчайзингтік желілерді ашуға және дамытуға қолайлы.

8-кесте

Италияның франчайзингтік жүйесінің саны, 2013

Көрсеткіш	Саны	Үлесі,%

Кем дегенде тікелей сатудың 3 орны бар белсенді франчайзингтік желілер	939	100
Итальянды желілер	834	88,8
Мастер-франшизалар желісі	71	7,6
Франчайзимен, шетелдегі офиспен жұмыс істейтін желілер	34	3,6

Rapporto Assofranchising Italia мәліметтері бойынша жасалған, 2013.

За период 2012-2013 жылдар кезеңінде Италияда франчайзингтік желіні ашу қарқынында тұрақтылық байқалады, айналымдар 1% өсті, ал франчайзингтік желідегі қызметкерлер саны бұрынғы деңгейде қалды. Шетелдегі италияндық желілер 10% ұлғайды. (9-кестені қараңыз).

9-кесте

Италияның франчайзингтік желілерінің даму индикаторлары, 2012 -2013

	Өлшем бірлігі	Негізгі жыл		Өзгерістер	
		2012	2013	Саны	%
Желі айналымдары	€ млн.	23262	23505	+243	+1,0
Әрекет етуш желілер	Бірлік	938	939	+1	+0,1
Франчайзингтік орнидар саны	Бірлік	52189	51110	-1079	-2,1
Шетелдегі итальяндық орындар	Бірлік	7611	7731	+120	+1,6
Шетелдегі итальяндық желілер	Бірлік	135	149	+14	+10,4
Италиядағы шетелдік шебер-франшиздер	Бірлік	66	71	+5	+7,6
Франчайзимен шетелдегі офиспен жұмыс істейтін желілер	Бірлік	34	34	0	0
Желілердегі қызметкерлер, франчайзи орнын қоса	Бірлік	187374	187384	+10	0
Италиядағы желілердің орта мөлшері (Бөлшек дүкендерген ғана есептелген)	Бірлік	55,6	54,4	-1,2	-2,2
Шетелдегі итальяндық желілердің орта мөлшері (сауда орнидарығы үшін ғана есептеледі)	Бірлік	56,4	51,9	-4,5	-8,0

Rapporto Assofranchising Italia мәліметтері бойынша жасалған, 2013.

Италияның франчайзингктік желілері экономиканың түрлі секторында жеткілікті түрде белсенді, бірақ ең дамыған франчайзингктік желілер қоғамдық тамақтану, жылжымайтын мүлік және сауда мен киім өндірісінде басым. Жоғарыдағы кестеде көрінгендей ең үлес тағам өнімдері дистрибуциясы алады, содан кейін киім және қоғамдық тамақтану ритейлі алады. Италиядағы 2013 жылғы экономика секторлары бойынша айналымдар және жалпы айналым үлесі 10-кестеде берілген.

10-кесте

2013 жылғы секторлары бойынша франчайзингтік желілер айналымдары және жалпы айналымнан үлес

	Айналым, €	Үлес, %
Тағам өнімлері	**7322274000**	**31,15**
Мамандандырылған өнімдер мен қызметтер	**2227582000**	**9,48**
Киім	**1561177500**	**6,64**

Қоғамдық тамақтану, кафе, ресторан	1480656500	6,30
Жеке гигиена өнімдері	1403134422	5,97
Туризм және ік агенттік	1230171000	5,23
Жылжымайтын, риелтерлік қызметтер	837550000	3,56
Балалар киімі	801183500	3,41
Аяқ киім	759628000	3,23
Өнеркәсіп тауарлары	678140000	2,89
Оптика	461896000	1,97
Өнеркәсіп тауарлары	449934000	1,91
Интернет, телефония	445447000	1,90
Почталық қызметтер	399342000	1,70
Зергерлік әшекейлер	395205500	1,68
Басқа тауарлар	391020000	1,66
Сыралық	357489500	1,52
Автосервис	352977000	1,50
Жиһаз, интерьер заттары	346020000	1,47
Веллнесс, сұлулық салоны	257213500	1,09
Кітапханалар	201376000	0,86
Шаштараздық қызметтер	170830500	0,73
Косметика-парфюмерия	170086000	0,72
Нутрицевтика, диеталық желілер	165315000	0,70
Фото, бейне қызметтер	151860000	0,65
Балмұздақ, йогурттар	147850000	0,63
Оқыту, консалтинг	110707000	0,47
Отельдер, қонақүйлер	78550000	0,33
Ойындар, ойыншықтар	75079000	0,32
Химтазалау, кіржуу	74905000	0,32
Барлығы:	23504599922	100,0

Rapporto Assofranchising Italia мәліметтері бойынша жасалған, 2013.

Бастапқы инвестициялар құнында сату орындарының орындарын кеңейту, көрмелік кеңістікті ұйымдастыру шығыстары, қойма және басқа үй-жайларды жалдау. Жылжымайтын мүлікке өткендегі үдеріс жылжымайтын мүлікке шығынның азаюына ықпал етпеді, жылжымайтын мүлікті сатып алу және жалдау бағасының жоғары болуы жаңадан басталған франчайзи үшін негізгі проблема болды. 11-кестеде Италиядағы франчайзидің бастапқы инвестициялары және инвестициялардың жалпы құрылымындағы олардың салмақ үлесі берілген.

11-кесте

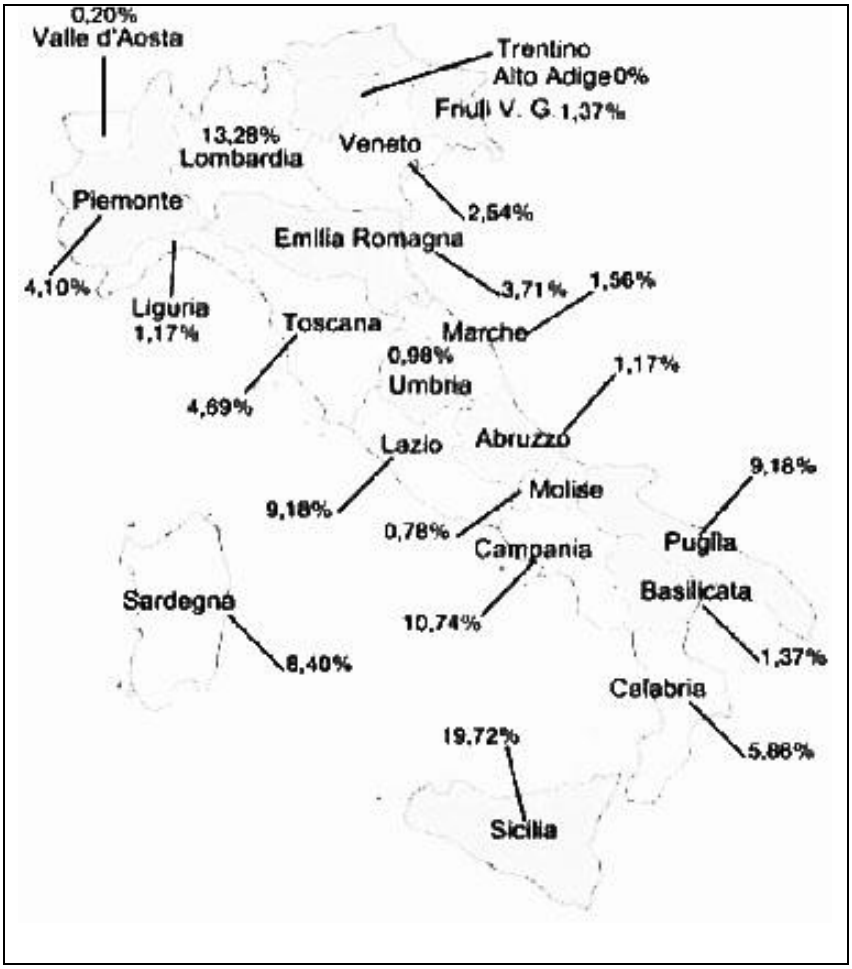
Франчайзидің бастапқы инвестициялары, 2013

Инвестициялар, €	Үлестік салмағы, %
0-10000	11,6
10001-20000	16,7
20001-30000	15,4
30001-50000	19,5
50001-100000	20,6
100001-150000	6,3
150001-300000	5,6
Свыше 300000	4,3
	100,0

Rapporto Assofranchising Italia мәліметтері бойынша жасалған, 2013.

Италияның климатпен, халықтың игілік деңгейімен, осы елдің бай дәстүрлерімен және тарихымен байланысты бірқатар демографиялық және географиялық ерекшеліктері (4-суретті қараңыз), мысалы:

- Солтүстік, Шығыс және Батыс бірге Италиядағы барлық бар желілердің 59,8% құрайды (490 дана).
- Тек бір ғана Ломбардия 227 буыннан желімен франчайзингтің итальяндық жүйесінің 26% жабады.



4-сурет. Құқық иеленушілердің өңірлер бойынша орналасуы

Италияның ең перспективалы жүйелері үшін Италия франчайзингінің қауымдастығының (AIDF) пікірлері 2014 жылы мыналар болады:

- Қонақүйлік бизнес, ресторандар;
- Жеке күтіну және гигиена;
- Кәрі адамдарды күту (Италияда кәрі адамдары пайызы жоғары);
- Ветеринарлық клиникалар, жануарларды күту, жем мен аксессуарды қоса.

2.3. Дамыған елдердегі франчайзинг нарығының даму беталыстары мен перспективалары

Франчайзинг дамуындағы шетелдік тәжірибені қолдану мақсатында Бразилия, Малайзия, Индия, Нигерия сияқты дамыған елдердегі франчайзингтік жүйенің дамуы қарастырылды.

Дамыған елдердегі франчайзингтік жүйенің табыстылығы осы франчайзингтік жүйенің табыстылығының априориін білдірмейді. Осы нарықтардағы франчайзинг табыстылығына кедергі келтіретін факторлар:

- Халықтың төмен сатып алушылық қабілетімен шарттастырылған желілердің төмен табыстылығы;
- Өнімдер көбіне нарықтың жергілікті талаптарына бейімделмеген (операциялар, жабдықтау, маркетинг сияқты бизнес-процестерден ерекшелігі), сондықтан франчайзингтік жүйені кеңейту үлкен емес нарықтармен салыстырғанда қымбастқа түседі. Кейбір стандартты ингредиенттер (мысалы, пиццаға арналған ірімшік) бұл нарқытарда айтарлықтай қымбатырақ болуы мүмкін. Франшизаға сұраныс осы франшиза өнімінің қаншалықты жақсы және ол үшін төлеуге дайын екендігінде;
- операциялық шығыстардың жоғарылығы. Франчайзинг дамыған елдерде қызметкерді оқытуға, мониторингке және сапаны қамтамсыз етуге жоғары қосымша шығыстарға, сондай-ақ басқару жүйесіне қолда укөрсету шығыстарына қатысты сүйемелденеді.

Төмен сатып алушылық қабілет сияқты факторлар жоғары операциялық шығыстармен қосылып, жобаның табыстылығынан аса әсер етеді және сол арқылы нарыққа енуге кедергі келтіреді. Сарапшылардың бағалары бойынша, мысалы Оңтүстік Американың ірі елдері шығынсыз алтыдан бастап сегізге дейінгі франчайзингтік орындарды оранластыра алады, ал кедей елдерде жоғарыда көрсетілген факторларға қарай бірден бастап екіге дейінгі орындар болуы мүмкін.

Dalberg Global Development (OAP) зерттеу компаниясының зерттеу нәтижелеріне сәйкес дамыған елдердегі шығынсыз орныдарға шығу үшін аз дегенде он орын бар желі болған жөн [«Franchising in Frontier Markets», Dalberg Global Development Advisors].

Басқа кідіртетін фактор дамыған елдердегі қаржыландыруға қолжетімділіктің шектелген болуы.

Dalberg Global Development [«Franchising in Frontier Markets», Dalberg Global Development Advisors] зерттеушілері фрачайзинг дамуы үшін аса жағымды режимі бар 2012 жылы дамыған елдер рейтингін жасады (12-кестені қараңыз). Рейтинг құру негізіне мынадай көрсеткіштер салынған:

- капиталға қолжетімділік;
- бизнесті дамытудың жеңілдігі;
- нормативтік-құқықтық база.

12-кесте

Франчайзингтік жүйелерге тілектестік көрсеткіштері бойынша дамыған елдер рейтингі

Орны	Латын Америкасы	Африка	Оңтүстік Шығыс Азия
1	*Чили*	*ЮАР*	*Таиланд*
2	*Панама*	*Маврикий*	*Малайзия*
3	*Сальвадор*	*Намибия*	*Фиджи*
4	*Ямайка*	*Ботсвана*	*Моңғолия*
5	*Св. Винсент и Гренадины*	*Кения*	*Тонга*
6	*Мексика*	*Замбия*	*Вьетнам*
7	*Перу*	*Танзания*	*Вануату*
8	*Әулие Луки аралы*	*Гана*	*Қытай*
9	*Доминика*	*Нигерия*	*Маршалл аралдары*
10	*Доминикан Республикасы*	*Руанда*	*Шри Ланка*

«Franchising in Frontier Markets», Dalberg Global Development Advisors негізінде жасалған.

Бұл елдерде франчайзинг дамуының талдауы негізінде Дүниежүзілік Банк сарапшылары *франчайзингтік қатынастарлың табысты дамуы үішін негізгі алғы шарттарды және* жағымды климатт анықтады:

- зияткерлік меншікті қорғау және күзету;
- легкость и скорость открытия бизнестің жеңілдігі мен ашықтық жылдамлығы, бюрократық рәсімдердің азаюы;
- жеңілдікпен кредит беру және кепілдік беру арқылы ШОБ қаржыландыруға қол жеткізуді кеңейту;
- франчайзингтік қатынастарды реттеуді жетілдіру, мысалы, франчайзер үшін де франчайзи үшін де ақпаратты міндетті түрде ашу талабын енгізу;
- франчайзинг қауымдастығының франчайзингке қолдау көрсету, алға жылжыту механизмі ретіндегі рөлін күшейту. Бұл қауымдастықтар заңдарды және франчайзингтік шарттарды түсіндіруде үлкен рөл ойнайды.

[Көзі: World Bank's Doing Business Report, 2013].

Франшизаның бірнеше перспективалық модельдері дамыған нарықтардың талаптарына жақсы бейімделген және кедергілердің барлығына қарамастан өздерінң өміршеңдігін көрсетті. Батыс зерттеушілері мен экономистері мыналарды *аса перспективалы модельдер деп есептейді*:

a) жергілікті франчайзингтік желілер;
b) дәстүрлі форматтағы шағын франчайзингтік желілер;
c) аграрлық сектордағы франчайзингтік желілер.

а). Жергілікті франчайзингтік желілер. Жергілікті франшизалар дамыған елдердің нарықтарына жақсы бейімделген және жергілікті франчайзингтік желілер онда айтардықтай үлесті құрайды. Жергілікті франшизалардың бастапқы бәсекеге қабілетті артықшылығы нраық мұқтаждығына бейімделген өнімнен, бәсекелестік бағаны белгілеуден, жоғары емес қосымша шығыстар және шығындар және айырбастау бағамының құбылу мәселесінде жергілікті ерекшелікті жақсы түсінуден құралады.

Мысалы, Бразилия, Индия, Аргентина, ОАР жергілікті франшиза үлесі 65% кем емес. Франшизалардың ең жоғары үлесі Бразилия нарығында – 89%. Значительное количество этих Бұл франшизалардың айтарлықтай саны бүкіл әлемде қарқынды кеңеюде, көбіне халықаралық франчайзингтік желілер әрең енетін еді.

Жергілікті франшизалардың артықшылықтары:

1). Өнімдер мен қызметтердің жергілікті жағадйларға бейімделуі. Жергілікті желілер сатылған тауардың салыстырмалы түрдегі төмен бағасы кезінде үлкен табыс әкеледі, өйткені олар көп деңгейд е өз өнімі мен қызметтерін жергілікті қажеттілік пен жабыдқтау жүйесіне бейімделуге қабілетті. Оңтүстік африкалық франшиза қызметкері: «Сән индустриясында жергілікті немесе шетелдік бренд болудың зор айырмашылығы бар. Жыл маусымдары, матарлар мен олардың түстері аса ерекшеленеді. Мысалы, біз жобамызды солтүстік сән модаларынан ерекше 6-7 айда емес жазда 10 немесе 11 ай ішінде жасаймыз. Мұндай айырмашылық түстік гамма мен стильге әсер етеді». [«Franchising in Frontier Markets», Dalberg Global Development Advisors есебінің материалдары бойынша]

Шетелдік желілерден айырмашылығы, олар шығындар мен пайданы Батысқа стандартталған, бағдарланған жекелген нарықтарға арналған өнімдерге қарай құра отырып, франшизалар анықтамалары бойынша жергілікті талаптарға бейімделген. Бұл оларлың бағасына, ұсынылатын өнімдер мен қызметтерге қатысты, бұл бизнес форматтағы франчайзингте ерекше маңызды.

Жергілікті франшизлардың батыс франшизаларының алдында қымбат емес салымдарға, жабдықтаудың арзанырақы жүйелеріне қол жеткізуде, сол арқылы өндірілетін тауралардың құнына төмендету мүмкіндігімен арқтышылығы бар. Олардан айырмашылығы батыс франшизалары батыс ингредиенттері негізінде өнім өнідерді,

әсіресе жобаның алғашқы енгізу фазасында, шетелдік жеткізішулерге пайымдайды және жабдықтауды дербес құрады. Тек уақытқ өткеннен кейін батыс франшизалары жергілікті жеткізушілерген өтуі мүмкін, бұл McDonald's Ресей немесе Қытайдағы жағадйында болды, олар жабдықтаудың тұтас желісін құрды, оның мақсаты жергілікті деңгейде барлық ингредиенттерді табу болды, олардың кейбіреулерін Ресей мен Қытайда табу қиын (мысалы Айсберг салаты) [www.goliath.ecnext.com/coms2/gi_0199-4919898/CASE-STUDY-McDonald-s-Russia.html].

2). Төмен операциялық шығыстар. Жергілікті франшизаларға қызметтер мен жұмсытары құнының төмен деңгейі арқасында дамыған елдердегі экономикалық климат жағымды. Олар талаптар санының аздығы арқасында батыс франшизалармен салыстырғанда көмекші қызметтердің аз жинағын пайдаланады. (мысалы, қаржылық есептілік).

3). Жағымды орта жағдайында тәуекелддердің төмен әсері. Жергілікті франшизалар батыс желілерге қарағанда тәуекелдердің аз жинағына ұшырайды. Жергілікті франшизаларға валюталық бағамның ауытқу тәуекелі, сондай-ақ тікелей шетелдік инвестицияларды реттеудегі өзгерістер қолданылмайды. Алайды ерекше тәуекелдер, мысалы, зияткерлік меншікті қорғау саласындағы заңнаманы сақтамаумен байланысты тәуекелдер де сондай-ақ жергілікті франшизаларға тән.

b). Шағын франчайзингтік желілер. Соңғы жылдары шағын кредит беру бағдарламасы экономика бойынша Нобель сыйлығын алған Грамин Банка Мухаммада Юнус үлгісімен кедейлікпен күресудегі өз тиімділігін дәлелдеді. Мухаммада Юнустың, Ага-ханның қорлары [www.akdn.org/about.asp] халықтың көптеген әлеуметтік-әлсіз топтарға өз ісін бастауға және бұрын қолдары жетпеген салада табысқа жетуге көмектесті.

Дамыған елдерде жақында пайда болған және кедейлікпен күресуге миллиондаған адамдарға көмектесетін жаңа концепция, бұл шағынфранчайзинг.

Шағынфранчайзинг – шағын және микробизнес франчайзингінің дәстүрлі сызбасы бойынша жұмыс істеуге мүмкіндік беретін бизнес моделі. Бұл кофе автоматтары, сауда орталықтарындағы киосктер, азық түлік қабырғалары, қызметтер ақысын қабылдайтын терминалдар және бірінші кезекте адам көп келетін орындар сияқыт шағын кәсіпорындарды көшірмелеудің әмбебап әдісі.

Өте үлкен емес салымдармен кәсіпкерлер сенімді бизнеске кіре және шағын франчайзер бола алады. «Дәстүрлі» франчайзингті қалайтын шағынфранчайзерлер өз әріптестерінен немен ерекшеленеді?

Шағын франчайзингтің бизнес формат франчайзинг кезіндегіге қарағанда қаржыландыруға қабілеттілігі аса төмен. Модельдің қаржыландыруға қолжетімділік шектелген ортадағы мүмкнідігін ұлғайтады.

Ең бастысы серіктесті таңдау көрсеткіші болып табылмаса да оларға кедей халық қосылуы үшін ең аз инвестиция талап ететін бағдарламаларды ұсынады. Егер ықтимал франчайзидің тіпті ең аз капиталы жоқ болса да, оын табуға франчайзер көмектеседі. Бұдан басқа ол өз серіктестерін оқытады, олардың жұмыс сапасын бақылайды және тауармен қамтамасыз етеді. Тегінде мұндай жобалар тек арзан жеке заттарды сатумен ғана шектелмейді.

Бұл сызба бойынша шаштараздар, мейрамханалар, дүкендер, ұялы байланыстар дүкендері, шетел тілдерінің курстары және тіпті кофе плантациялар жұмыс істейді.

Микрофранчайзингтің бұл бизнес-моделі Индия, Филиппины, Бангладеш, Кения сияқты елдерде кең тарады, онда азамттаррдың айтарлықтай пайызы күніне $1,25 аз жалақы алады. Мысалға, The Scojo Foundation (қазір VisionSpring деп аталады) индия ұйымы микрофранчайзингтік желіні құрады, ол арқылы кедей халыққа көзілдірік сатылады. Оны франчайзи (жергілікті кәсіпкерлер) компаниядан өнімді екеуін $2 сатып алады, ал $3 сатады, табысыылығ онша жаман болмайды. Соңғы жылдары желі төмен бағалық ұсыныс арқасында соңғы кезексіз айтарлықтай өсті. [VisionSpring 2011 Growth Capital Offering].

Осыған ұқсас жолмен The HealthStore Foundation кений компаниясы жүріп отыр, халыққа медициналық заттарды сатуда ғажап табыстарағ жетті. [www.cfwshops.org/model.html].

В таблице 13-кестеде бизнес ашу үшін қажетті салымдар мен бастапқы инвестициялар көрсетілген дамыған елдердің микрофранчайзингтік ұйымдарының табысты үлгілері келітірілген.

13-кесте

Дамыған елдердегі табысты микрофранчайзингтік ұйымдардың үлгілері

Микро-франчайзингтік ұйымдар	Қажетті салымдар	Франчайзиге арналған бастапқы қажетті инвестициялар, $
Grameen Village Phone	*Ұялы телефон, ұялы байланыс*	**220**
FanMilk	*Велосипед, күн сайынғы керекті заттар*	**55**
Vision Spring	*20 көзілдіріктегі бастапқы жинақ, футляр, униформа, кейс, жөндеуге арналған құралдар*	**130**
Vodacom	*Ұялы байланысқа арналған дүкендер, телефон желілері*	**3450**
Uganda Shoe Shiner	*Аяқ киім тазалау стнацияларын жалдау, аяқ киім кремі, құралдар*	**200**
Living Goods	*Денсаулық пен гигиенаға қажетті тағамдар портфолиосы*	**100-250**

Көзі: Kirk Magleby, «60 MFO Possibilities with Existing Franchisor». www.timbuktuchronicles.blogspot.com/2007/12/fanmilk-microfranchising.html

Шетелдік талдамашылардың пікірі бойынша жуық арадағы онжылдықта қызметтің мынадай салаларында франчайзингтік ұсыныстардың беделінің өсуі болжанада. [www.forbes.com/2011/01/18/best-franchises-for-the-buck-entrepreneurs-finance-franchise.html]:

- балалар мен кәрі адамдарды күту;
- фитнес (спортивтық) клубтар ашу;
- спа-қызметтер;
- логистикалық қызметтер, бірінші кезекет жүктерді тасу және сақтау;
- жануаларды күту;
- жылдам тамақтану саласы;
- продажа Экологиялық таза өнімді сату және экологиялық таза өнідірісті іске асыру..

с). Агробизнестегі франчайзинг. Франчайзингті пайдаланудың жалпы артықшылығы мен дұрыстығы халықаралық тәжірибеде дәлелденген, әсіресе даму қарқыны жоғары елдерде. Мысалы, АҚШ-та фермерлер ресми түрде франчайзи емес. Бірақ нақты - иә, шаруашылық жүргізудің мұндай тәсілі мұнда тарихи қалыптасқан. Қазір көптеген фермерлер Land-O-Lakes, CHS немесе American Crystal Sugar Company кооперативтерінің мүшелері болып табылады. Бұл кооперативтер технологиялық қолдауды, тұқыммен, басқа ресурстармен жабдықтауды қамтамасыз етеді және ең бастысы олардың түпкілікті өнімін сатып алады. Іс жүзінде мұны Cargill – ірі әлемдік компаниялардың бірі жасайды, ол тағам өнімдері, ауылшаруашылық, қаржылық, өнеркәсіптік тауарлар мен қызметтерді бүкіл әлемге жеткізеді. Бұдан басқа бұл жағдайда фермерлерге өз автокөлігі немесе сақатйтын орны болуының немесе шағын буферлік қуаттың болу қажеттігі жоқ.

Алайда дәл дамыған елдерде агрофранчайзинг жаңа сипат алды және өзінің әлеуметтік артықшылығын – кәсіпкерлік тәжірибесін алуды, старт-ап тәуекелдерінің төмендеуін, қазіргі заманға агротехнологияларға қол жеткізу, жасырын жұмыссыздықты жеңі жәнн иглікі деңгейінің және ауыл халқының өмір сүру сапасының өсуін нақты көрсетті.

Бұл зерттеуде **агрофранчайзинг** ауылшаруашылығының қосалқы салаларындағы бизнес дамуының тиімді және капитал жинақтаушы нысаны, өнімдерін бәсекелі нарықта алға жылжытуда ұсақ ауыл шаруашылық өндірушілерінің кооперацисы нысаны ретінде, жеке қосалқы шаруашылық әлеуетін пайдалану және аз ғана инвестициялық салымдар кезінде өндіріс ауқымының тиімділігін іске қосу тәсілі ретінде қарастырады. Бұл модельдің әлеуметтік артықшылығының маңызы аз емес. Агрофранчайзингті өнеркәсіптік франшизаның бір түрі ретінде қарастыруға болады.

Бұдан әрі Африка мен Оңтүстік Шығыс Азияның дамыған елдеріндегі франчайзингті енгізу тәжірибесінің қысқаша сипаттамасымен екі мысал келтірейік. Бұл мысалдар Қазақстанның аграрлық секторында франчайзингтің дамуы үшін аса пайдалы.

1-мысал. Нигерия

Нигерия – Батыс Африкадағы мемлекет. Нигерияның ауылшаруашлығында ұсақ фермерлердің көптеген саны бар, олардың кредиттік ресурстарға, сапалы тұқымдарға, сату нарығына, аушылшарушалық біліміне қолжетімділігіне шектеу қойылған. Бұл жағдайлар елдің 70% дейін ауылшаруашылығымен айналасытынына және елдің ауылшаршауашылық үлесінің ЖІӨ 40% жететініне қарамастан фермерлерге өнімділігі мен ауқымын көтеру мүмкіндігінсіз кедейліктен шығуға мүмкіндік бермейді.

Doreo Partners – нигерийлік инвестициялық компания, кірісті, өсіп келе жатқан старт-ап жобаларға ғана инвестициялау тіжіриебсі бар, оның мақсаты нигерлік ұсақ фермерлердің өмірін жақсарту болып табылады. Осы мақсатпен компания **«Великая ферма – Babban Gona»** моделін - шартты түрде «сенім топтары» деп аталатын фермерлер-франчайзи тобына пайдалы және үздіксіз қызмет көрсету мақсатымен жеке сектордың тұрақты моделін құрды.

«Великая ферма-Babban Gona» франчайзингтік компаниясының мақсаты – сенім топтарына 2020 жылы 500 000 ұсақ фермерлерді біріктіру - 5 млн. ұсақ фермер шаруашылықтаны 2030 кедейлік шегінен шығару.

Мақсатты аудитория – фермерлік шаруашылықтар, 1га бастап 4 га дейінгі шаруашылықты меншіктенушілер.

Франчайзер «сенім тобына» көрсететін қызметтер:

- қаржылық сауаттылық, агрономия, іскерлік және жетекшілік дағдыларға оқыту;
- кредитке отырығызу материалдарын, тұқым, тыңайтқыш беру;
- маркетингке және астық жинауға көмектесу.

Бұл қызметтер фермерлерге жоғары сапалы жүгеріні елдегі орташаға қарағанда 4 есе көп алуға мүмкіндік береді. Сенім топтарындағы фермерлік шаруашылықтарда басқа дақылдардың өсімділігі орташа мәннен 3 есе жоғары болды. Сенім топтарындағы фермерлер сондай-ақ қымбат емесе және сапалы егіс материалдарын, механикаландыру қызметтерін кредитке алады.

Астық жинау кезеңінже Babban Gona фермерлері өз өнімінг ашық нарықта сатпайды. Мұның орнына франчайзер сатуды өзі ұйымдастырады. 2012 году жылы Doreo Partners франчайзи топтарының тұлғалары атынан Nestle халықаралық компаниясымен дәнді дақылдарды жеткізуге келісімшарт жасады, оның шеңберінде жоғары сатып алу бағасына қол жеткізілді – делдалдық компаниялар ұсынатыннан 37% жоғары. Франчайзер тарапынан мұндай қолдау көрсету астықтың жоғалуын азайтуға мүмкіндік береді.

Фермерлердің ақшалай қаржыға қысқа мерзімді мұқтаждығын қанағаттандыру үшін Babban Gona «астық алдын ала» нысанында кредиттер береді.

2012 жылы Babban Gona франчайзингтік компаниясы өз қызметінің бірінші

жылында 107 фермерді 16 сенім тобына біріктірді. 2013 жылы фермер-франчайзи саны 1000 жетті, бұ жоба басындағымен салыстырғанда 10 есеп көп.

Франчайзер осы франчайзингтік модельдің нигерийлік фермерлердің аса өнімді болуына және өркендеуіне ықпал етті. [www.doreopartners.com]

2-мысал. Индия

Индиядағы агрофранчайзинг – жеткілікті түрде жаңа құбылыс, алайда жуық арадағы уақытқа дейін жеке және мемлекеттік құрылымдар арқылы бірнеше франчайзингтік сызба сынақтан өтті.

NAFED (Ұлттық ауылшаруашылық маркетингтік федерация) Индияның Ауылшаруашыылық министрілгі 1958 жылы ауылшаруашылығы өнімдері мен орман ресурстарын алға жылжыту үшін негізін салды. NAFED қазіргі уақытта ауылшаруашылық өнімдерінің маркетингі мен алға жылжытуды іске асыратын ірі жеткізушілердің бірі болып табылады. Бұл ұйымның Индияның сегіз штатында 2000 франчайзи бар, фермерлерге егу материалдарын, сондай-ақ тыңайтқыш жеткізеді.

MSSL (Mahindra Shubhlabh Services Limited) – ауылшаруашылық инвестицияларында мамандандырылатын компания. Индияның 10 штатында компанияның 57 бөлімшесі бар. Тек 3 бөлімшені компания басқарады, қалған бөлімшелер франчайзи басқаруына берілген. Әдетте бір франчайзидің өкілеттігі бір ауданға беріледі, оған бизнес франчайзинг форматында эксклюзивтік лицензия беріледі. Есеп беретін франчайзи аумағында 15-25 жуық елді мекен бар. Франчайзи олардың ауылшаруашлыығы тәжірибесінің, өнміділігінің және осы жердің беделділігі негізінде іріктеледі. Франчайзи 5 егіс маманын жалдайды, олардың әрқайсысы 100 фермерге немесе аумақтың 500 акрына жетекшілік етеді, әрбір маманға супервайзор бектіліген. Егін егілген аумақтарды үнемі егіс мамандары бақылайды. Франчайзи фермерлерге егіс материалдарын және кеңес көрсету береді, олар үшін фермерлерден өолма-қол ақшамен 50 рупий алады, қалған 100 рупий – астық есебінен бөліп төлеу үшін. MSSL франчайзимен үш жылға келісімшарт жасайды, бірақ келісімшарттың әрекет ету кезеңінде ұзартылуы мүмкін.

SAPPL – карто жеткізуге мамандандырылған компания, Уттар Прадеш штатында 36 франчайзиден желі құрды. Жоба шеңберінде франчайзер егіс матариалдарын, өнімді сатуда кеңеес береді және қызмет көрсетеді. Бұл модельде франчайзи орталықтар болып табылады, онда фермерлер жоғары сапалы егу материалдарын, кеңесті сатып ала алады және картоп астығын шарттық бағалармен сата алады. SAPPL франчайзер бұдан әрі картопты көтерме компанияларға, супермаркеттерге, мысалы Walmart халықаралық концерн Pepsico және т.б., сатады. Франчайзингтік шартта SAPPL өнімдер санаты көрсетіледі, онда франчайзи жеткізетін болады, яғни химиядық тыңайтқыш, органикалық немесе биотыңайтқыш, микроэлементтер, өсімдікті қорғаудың химиялық заттары, оның ішінде биоынталандырғыштар, картоп тұқымы, ирригациялық жабдық және ауылшаруашылық жабдығы. Шартт ең үлкен бағалар, брендтер, сондай-ақ біржолғы роялти көлемі көрсетіледі. [Sukhpal Singh «Agribusiness Franchising in India: Performance, Potential and Strategies»]

2.3.1. Латын Америкасы. Бразилия

Латын Америкасы – Солтүстік және Оңтүстік Американың (солтүстігінде Мексикадан бастап оңтүстігінде Аргентинаға дейін) испантілді елдерінен тұратын экономикалық тұрғыдан өздігінен және аса перспективалы ел. Бір ғана португал тілді мемлекет Бразилия. Қазір Латын Америкасының бір де бір елі бірінші желінің әлмедік жетекшілерінің тобына кірмейді, бірақ жиынтығында өңір өсіп келе жатқан шаруашылық

әлеуетіне, айтарлықтай халыққа және зор табиғи ресурстарының арқасында ғаламдық саясатқа және экономикаға айтарлықтай әсер етеді.

Латын Америкасы макроэкономикасының ерекшелігі – басқа өңірлермен салыстырғанда бай және кедей азаматтар санаты арасында айтарлықтай айрымашылықтың бар екендігі.

Ішкі күш салулар мен сыртқы факторлардың қатар келуі 2000-2013 жылдары өңірлік ЖІӨ 2,5 есе өсуіне алып келді, тауарлық экспорт үш есее ұлғайды, тікелей шетелдік инвестициялардың жинақталған көлемі - төрт есе, бес реттен аса – валюталық алшақтықтар [IMF. World Economic Outlook: Hopes, Realities, Risks. April 2013]. Мұнымен бір уақытта ЖІӨ қатысты мемлекеттік борыг мөлшері едәуір төмендеді. (14-кестені қараңыз).

14-кесте

Латын Америкасының макроэкономикалық көрсеткіштері, млрд долл.

Көрсеткіш	2010	2013
ЖІӨ	**5007,4**	**5607,5**
Тауарлық экспорт	**889,2**	**1120,0**
Тауарлық импорт	**895,4**	**1134,1**
Сыртқы саудалық айналым	**1784,6**	**2254,1**
ТШИ жылдық ағын	**187,4**	**217,0**
ТШИ жинақталған көлемі	**1963,6**	**2048,1**
ТСИ жылдық мөлшері	**119,9**	**99,7**
ТСИ жинақталған көлемі	**893,4**	**1005,9**
Валюталық резервтер	**638,8**	**829,4**
Мемлекеттік борышг (ЖІӨ%)	**30,4**	**29,9**

Ескерту: ЖІӨ, ТШИ және ТСИ мәліметтері 2012 ж. жатады.

Көзі: CEPAL. Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe. 2012. UNCTAD [www.unctadstat.unctad.org].

Бразилия –Латын Америкасындағы негізгі мемлекет. Ол әлемнің ең ірі нарығы (шикізаттық ресурстар, сату нарығы) және әлемдегі аса перспективалы экономика болып табылады – уступает по привлекательности инвестицияларының тартымдылығы бойынша тек Қытай мен Индияға орын береді. Олармен, сондай-ақ Ресей мен ОАР қатар ол әлемнің жаңа жылдам дамыған эконгмикасы тобына - БРИКС (BRICS) кіреді. Бразилия өз бизнесін жүргізу үшін аса тартымды ел болып табылады: 70 % аса халық қала шегінде тұрады, 20 бразилия қаласының миллион адамнан аса тұрғыны, франчайзинг және жеке меншікті қорғау саласында дамыған заңнамасы, қызметтер, білі беру, медицина және фаст-фуд пен ресторан бизнесі сласында франшизаға үлкен сұраныс бар – мұның бәрі елдегі франчайзингтің жедел дамуына ықпал етеді. (5-суретті қараңыз).

Аңыз: жалпы аумақтан Бразилия өңірлері бойынша франчайзерлер үлесі: оңтүстік шығыс – 70,7%, Юг –16,9%, Солтүстік шығыс – 7,7%, Орта батыс – 3,9%, Солтүстік – 0,8%.

5-сурет. Бразилия штаттары бойынша франчайзерлердің штаб-пәтерінің орналасуы (по состоянию на 2013 г.)

Көзі: www.portaldofranchising.com.br/numeros-do-franchising/segmentacao-por-estado-2013.

Қазіргі күнде франчайзинг Бразилия ЖІӨ 2,3 % береді. 2013 жылы франчайзинг сегментіндегі айналымы көлемі $46 млрд. құрады, бұл 2012 жлдың нәтижесінен 17 % асады. Нарық қатысушыларының саны франчайзи мен бизнес иесін қоса, 2013 жылы 6 % өсті және 96132 бірлікке жетті, бұл жұмыс орныдарының айтарлықтай өсуіне мүмкіндік берді. 2013 жылы сектордың өсуі 842 мың жұмыс орнын қамтамасыз етті. Бұған сондай-ақ 2014 жылғы футбол бойынша әлем Чемпионатын дайындауға және өткізуге ықпал етті.

Кіріс көзқарасы тұрғысынан 2013 жылы бизнестің ең тез өскен салалары: туризм және демалыс (83,2%); жиһаз, декор және сыйлықтар (35%); спорт тауарлары, сұлулық және денсаулық (25,3%); ритейл және қызметтер (16,1%); қоғамдық тамақтану (18,9%); аяқ киіс және аксессуарлар (13,3%) [www.portaldofranchising.com.br/numeros-do-franchising/segmentacao-por-estado- 2013] .

Қазақстандықтардың көбі үшін бразилия брендтері онша белгілі емес, сондықтан оларалың ең маңыздыларын қысқаша еске түсіреміз.

Киім мен сән: бұл сектордағы өсу негізінен бредтердің шоғырлануы есебінен болады, олар жуықта франчайзингті нарыққа шығудың негізгі әдісі ретінде игерілді. Олардың ішінде *Tip Top, Mar Rio,* сондай-ақ *O Poderoso Timão* атап айтуға болады, ол футбол командаларының ресми лицензияланған өнімдерін сату бойынша дүкендер желісі болып табылады- Бразилияның футбол бойынш құрама және командалардың әйгілілігі бойынша екінші *Corinthians* командасы болды. Ең ресми франчайзингтік бренділердің ішінде *Caverna do Dino, Hering Store, Hope, PUC, Puket, Scala* назар аударарлық.

- *Аяқ киім және аксессуарлар*: бұл сегмент табыстылықтың тұрақты өсуін көрсетті, негізінен ресми брендтер есебінен *Arezzo, Lupa Lupa, World Tennis, Havaianas* и *Baloné*.
- *Информатика және электроника*: бұл сектор *Oi Franquias* и *Amigo Computador* сияқты жаңа брендтер есебінен аса жоғары өсу қарқынын көрсетті. Бразилияның тұтынушылық компьютерлік нарығы әлемнің ең ірі нарықтарының үштігіне кіретінін

атап көрсеткен жөн, бұл өнеркәсіптің түрлі салаларын үздіксіз жаңарту, сандық камереларды тарату, бірқатар тауаларға салықтарды төмендету, сондай-ақ ұялы байланысты тарату салдары болды. Бұдан басқа пираттарға қарсы әрекеттердің үкіметтік бағдарламасы компьютердің «сұр» нарығын, бағдарламалық жасақтаманы және басқа құрылғыларды қысқартты. [www.portaldofranchising.com.br/numeros-do-franchising/segmentacao-por-estado- 2013].

Франчайзинг бойынша халықаралық кеңестің (WFC) мәліметтері Бразилия франчайзингтік бренд саны бойынша әлемде төртінші орынды алады, тек Корея Республикасына, АҚШ-қа және Қытайға орын береді. 15-кестеде Бразилиядағы 25 ең ірі франчайзингтік желінің сату көлемі және бірліктер саны бойынша рейтингтері берілген. Мәліметтер бразилия нарығындағы жергілікті брендтердің басым болғанын көрнекі түрде көрсетеді. Кестеден көрінгендей топ-10 брендтің екеуі ғана шетелдік болып табылады. (*McDonald's* и *Subway*).

15-кесте

Бразилиядағы сатулар көлемі бойынша франчайзингтік желелер рейтингі (2013)

Орны	Бренд	Экономика сегменті	Франчайзингтік орындар саны
1	Boticario	*Косметика және парфюмерия*	3626
2	Matresses Ortobom	*Үй жиһазы және декор заттары*	1801
3	McDonald's	*Қоғамдық тамақтану*	1646
4	Kumon	*Білім беру және оқыту*	1565
5	Cocoa Show	*Кондитерлік*	1549
6	Subway	*Қоғамдық тамақтану*	1408
7	AM PM Mini Market	*Бизнес-қызметтер*	1377
8	Bob's	*Қоғамдық тамақтану*	1267
9	Wizard Language	*Тіл мектептері*	1264
10	L'aqua di Fiori	*Косметика және парфюмерия*	1166
11	Schools Fisk	*Тіл мектептері*	1002
12	Hoken	*Табиғи косметика*	896
13	Jet Oil	*Автомобильдік қызметтер*	887
14	Br Mania	*Бизнес-қызметтер*	801
15	CCAA	*Тіл мектептері*	698
16	Professional Preparation Courses	*Білім беру және оқыту*	633
17	Optical Diniz	*Оптика*	613
18	Optical Carol	*Оптика*	597
19	CNA	*Тіл мектептері*	589
20	Chilli Beans	*Аяқ киім және аксессуарлар*	566
21	Seguralta-Insurance	*Бизнес-қызметтер*	565
22	Exchange Hering	*Киім*	557
23	Resolve Doctor	*Бизнес-қызметтер*	550
24	Day%	*Бизнес-қызметтер*	538
25	Location Rent A Car	*Автомобильдік қызметтер*	513

Көзі: www.portaldofranchising.com.br/numeros-do-franchising/segmentacao-por-estado-2013.

Жоғарыда айтып өтілгендей бразилиялық франчайзингтік желілер өз нарығында басым, 2013 жылы 95 % дерлік (11-диаграмманы қараңыз). Бұл ретте соңғы жылдар беталысы шетелдіктер үлесінің үнемі азаюында және бразилиялық брендтердің кеңеюінде.

11-диаграмма

Жергілікті және шетелдік желілер арасында бразилия нарығын бөлу

Көзі: Каффка А.В. Франчайзинг және Бразилия //www.buybrand.ru/market-reviews/4471/

Бразилиялық франчайзерлер өз ішкі нарағында белсенді дамып қана емес, өздері де халықаралық деңгейге табыспен шығуда. Бүгінгі күні 79 бразилия брендтері халықаралық болып табылады, бұл ел брендтерінің жалпы санынан 5 % дерлік. Бразилиялық желілер барлық континенттерде әлемнің 52 елінде бар. Бразиялықтар ең көп табысқа әлеуметтік мәдение аспектілері бойынша елдерде жетті. Бәрінін бұрын бұл Португалия, онда бразилия франчайзингтерінің үлесі 40 % дерлік жетеді. Бразилиялық бренд пен АҚШ үлесі үлкен, онда ол 25 % жетеді. Дамыған елдердің нарығындағы бұл жетістіктер бразилия франчайзингтері желілерінің АҚШ және Батыс Еуропадағы бәскелестерінен кем түспейттінін білдіреді. [Бердина М.Ю., Торосян Е.К. Латын Америкасы өңірінде халықаралық франчайзингтің даму бағыттары // Ғылым мен білімнің қазіргі заманғы проблемалары. – 2014. – № 1; www.science-education.ru/115-12078].

Бразилияда франчайзингті құқықтық реттеу. «Франчайзинг туралы бразилиялық заң» 1994 жылы қабылданды. Заң франчайзингтің негізгі түсініктерін анықтайды. Сондай-ақ франчайзингпен айналысатын компания «Франчайзингтік ұсыныстар циркулярінде» тіркелуі тиіс[www.bizbroker.ru/newslist/?id=1258 (19.06.2002)]

Бразилияда Франчайзинг туралы заң франчайзерлер немесе олардың мастер-франчайзилері барлық ықтимал франчайзиге құжат – *Circular de Oferta de Franquia* (франчайзингтік оферта циркуляры) беруге тиіс дегенді айтады. Бұл құжат франчайзердің қаржылық күйі, сондай-ақ кез келген аяқталмаған сот арыз-талаптары туралы ақпараттан тұруы тиіс.

Шетелдік франчайзерлерге Бразилияда өзінің зияткерлік меншігін қорғау қамын ойлаған жөн. Бұл үшін өз брендін Бразилиялық зияткерлік меншік институтында (INPI). [www.inpi.gov.br] тіркеу керек. Бұл талапты орындамау сауда маркасын нақты иесінен немесе брендті құшудан бұрын қасақана немесе қасақана емес тұлғалармен соттық тартыстарға алып келуі мүмкін.

Бразилияның франчайзингке қолдау көрсету және дамыту бойынша мемлекеттік және қоғамдық бірлестіктері. 2004 жылы мемлекеттік деңгейде франчайзингтің даму бағдарламасы қабылданды, ол жергілікті кәсіпкерлерге халықаралық нарыққа шығуға мүмкіндік берді. Франчайзинг секторының бразилия экономикасында

дамуы жағдайлардың жағмыд тоғысуы мен Бразилия франчайзинг қауымдастығын (БФҚ) уақытында құру болып табылады, ол елдегі франчайзингтік желінің қалыптасуында анықтаушы рөл ойнады. Қауымдастық жаңадан бастаған кәсіпкерлерге күшті консалтингтік көмек көрсетеді, дамуға көмектеседі. Бүкіл әлем бойынша кәсіпкерлермен үнемі өзара әрекетте болу қауымдастыққа және оған кіретін фирмаларға іскер серіктестер табуға көмектеседі. [www.portaldofranchising.com.br/numeros-do-franchising/segmentacao-por-estado- 2012]

2.3.2. Оңтүстік Шығыс Азия. Малайзия

Малайзия экономиксы дамуының қысқаша экономикалық щолуы. Соңғы жылдары Малайзия ЖІӨ тұрақты өсуін көрсетуде. (16-кестені қараңыз).

16-кесте

Малайзияда ЖІӨ өсуінің қарқыны, %

Жылы	Мәні
2003	5,8
2004	6,8
2005	5,3
2006	5,8
2007	6,5
2008	4,8
2009	-1,6
2010	7,2
2011	5,1
2012	5,6
2013	4,7

CIA World Factbook мәліметтері негізінде жасалды, 2013.

Малайзияның ЖІӨ салалық құрылымында ауыл шаруашылығы 11,2 %, өнеркәсіп - 40,6 %, қызметтер саласы – 48,1 % құрайды. [World Fact Book. www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/my.html] 1996 жылдан бастап года Малайзия үкіметі заңнамалық негізді, қолдау көрсетудің мемлекеттік бағдарламаларын жақсарту арқылы елде франчайзингтік индустрияның дамынуа күш салады. 2012 жылы Үкімет елдің ЖІӨ франчайзингтік индустрия үлесін 9,4% дейін ұлғайту міндетін қойды, сондай-ақ Оңтүстік шығыс Азияда жетекші франчайзингтік орталық болу мақсатын қойды. [www.kpdnkk.gov.my/en/pelan-induk-pembangunan-francais-nasional-pipfn]

Малайзияға франчайзингті енгізуші бірінші компания 1940 жылдары Singer. Тағы да бір табысты франшиза гамбургерлер мен сыраның A&W американдық желісі болды, ол өзінің бірінші мейманханасын Петалинг Джая 1963 жылы ашты. Жуық арада көптеген франчайзингтік желілер Кланг ойпаты айналасында өз бизнес бөлімшелерін ашты. Келесі онжылдықтар ішінде McDonald’s, KFC, Pizza Hut және Кенни Роджерс сияқты франшизалар елге келді. [www.asiasentinel.com/econ-business/malaysia-franchising/]

Малайзиядағы франчайзинг қазіргі күйі. Малазиялық жергілікті франчайзингтік жүйелер елдегі франчайзингтік жүйенің жалпы санының 69% құрайды, бұл кезде шетелдік франчайзингтік жүйелер 31% құрайды.

2012 жылы Малазия франчайзингтік қауымдастық (МФҚ) елде франчайзингтік жүйе саны 689, ал 2008 жылы сан 366 тең болды (17-кестені қараңыз). [Малайзия сыртық сауда

корпорациясы. www.matrade.gov.my/en/foriegn-buyers-section/70-industry-write-up--services/539-franchise]

17-кесте

Экономика секторлары бойынша франчайзингтік желілерді бөлу, 2012

Сектор	Франчайзингтік желілер, бірлік (және %)
Қоғамдық тамақтану	**241 (35%)**
Сервис және қолдау көрсету	**83 (12%)**
Киім және аксессуарлар	**76 (11%)**
Оқу орталықтары және бала бақшалар	**75 (11%)**
Денсаулық және сұлулық	**68 (10%)**
Электроника	**28 (4%)**
Супермаркеттер мен сауда	**20 (3%)**
Басқа бизнестер	**98 (14%)**
Барлығы	**689 (100%)**

Көзі: Franchise development division, Ministy of trade development, 2012

Бүгінгі күнде Малайзиядағы табысты франчайзингтік желілер Subway, McDonald's, Cendant, Domino's Pizza, Gloria Jean's, Roto-Rooter және басқаларынан тұрады. *Үй франчайзингтік желілерге овым сетям* Roondy, Marrybrown Fried Chicken, Habib Jewelry, Seri Malaysia сияқты малайзиялық брендтер жатады, олар сондай-ақ қарқынды дамуда. Жергілікті нарықта дамумен қатар малазия үй франчайзингтік желілер шетелдік нарықтарда белсенді кеңеюде. (18-кестені қараңыз).

18-кесте

2013 жылы шетелдік нарықтарға қатысқан малазиялық желілер саны

Елі	ФЖ саны
Индонезия	**22**
Сингапур	**17**
Китай	**14**
Филиппины	**10**
Индия	**10**
Вьетнам	**10**
Бруней	**10**
Сауд Аравиясы	**10**
ОАЭ	**9**
Австралия	**7**

Көзі: www.matrade.gov.my/en/foriegn-buyers-section/70-industry-write-up--services/539-franchise

Малайзияда франчайзингті құқықтық реттеу. 1998 жылы елде Франчайзинг акті дер аталатын заңнамалық акт әрекетке енгізілді. Бұл Актіде жазылғандай барлық франчайзерлер франшизаны малазия жағында сату алданда тіркеу рәсімінен өтуге және құпия ақпаратты ашуға міндетті. Бұл талапты сақтамау франчайзингтік шартты жарамсыз деп тануға алып келеді және кейбір жағдайларда франчайзердің франшизаны сату құқығын шектейді.

1976 жылы қабылданған бірнеше заңанамалық актілер («Закон о товарных знаках»), 1987 жылы («Копирайте туралы заң»), 1993 жылы («Патенттер туралыв заң»), 1996 жылы («Өнеркәсіптік үлгілер туралы заң») зияткерлік меншікті қорғау жүйесін жетілдірді.

Малайзиядағы мемлекеттік қолдау көрсету шаралары және франчайзингті дамыту институттары. Франчайзингтің дамуын ынталандырушы негізгі мемлекеттік

институттардың бірі – Кәсіпкерлікті дамыту министрлігі. Салалық талдаушылар пікірі бойынша Малайзия – мамандандырылған министрлігі бар бір ғана ел, оның мақсаты кәсіпкерлік ортаны дамыту болып табылады, бұл осы елдегі франчайзинг табысының негізгі факторы.

Министрлік 8-ші Малазиялық жоспар деген атпен белгілі ынталандырушы шаралар пакетін әзірледі, ол талаптарға сәйкес келетін франчайзерлер үшін төмен пайыздық мөлшерлемемен грнаттар мен мемлекеттік қарыздардан тұрады.

Бірнеше қаржылық сызбалар франчайзингке қолдау көрсету пайдасына әзірленді. Осылай Сауда министрлігі жанындағы Франчайзингке қолдау көрсету қоры жергілікті кәсіпкерлерді өзінің дәстүрлі бизнесін франчайзинг форматына көшіруге ынталандырады. Бизнесін франчайзинг жүйесіне табысты көшірген кәсіпкерлер ең жоғарғы өтеу соамыс 100 000 RM дейін 90% дейін шығыстардың өтеуін алады. [www.kpdnkk.gov.my/en/pipfn-bantu-bangunkan-industri-francais-malaysia]

Сондай-ақ *франчайзингті шағын қаржыландыру сызбасы* да табысты қызмет етуде.

Кәсіпкерлікті дамыту министрлігі шеңберінде Perbadanan Nacional Bhd (PNS) агенттігі қызмет етеді, ол халық арасында франчайзингті шағын қаржыландыру сызбасын, тренингтер, кеңес беру іс-шаралары, көрселер ұйымдастыру арқылы франчайзинг концепциясын алға жылжытады.

2012 жылы PNS агенттігі франчайзингті шағын қаржыландыру мақсаты үшін $2,5 млн. бөлді, 2013 жылғы сәуірде $1,9 млн. осы бағдарлама ббойынша пайдаланылды. [www.law360.com/articles/491545/tapping-into-malaysia-s-aggressive-franchising-goals]

2012 жылы 2012-2016 жылдарға франчайзинг дамуының Ұлттық жоспары қабылданды. Бұл құжатта индустрияның әрі қарай дамуының нақты мақсаттары мен стратегиялық бағыттары сипатталған. Бұл жоспар мақсаттарының бірі франчайзингтің барлығы үшін қолжетімділігі болып табылады, халықтың барлық топтары үшін, жастарды, әйелдерді, мүгедектерді, зейнеткерлерді қоса, мүмкіндіктердің ашлыуы. Халықтың бұл топтары үшін бұл құжатта шағын франчайзинг концепцияларына және жергілікті қауымдастықтардың дамуына үлкен назар аударылады.

Жоспарда перспективалық секторлардың бірі сондай-ақ 10-шы Малайзиялық жоспарда және Жаңа экономикалық даму моделінде мыналар болып табылады:

- Білім беру,
- жасыл экономика,
- медициналық туризм,
- Шариғатқа сәйкес Таяу Шығыстағы мұсылман нарықтарына әрі қарай енуге үшін өндірілген өнімдер мен қызметтер. [www.matrade.gov.my/en/foriegn-buyers-section/70-industry-write-up--services/539-franchise]

3-ТАРАУ. ФРАНЧАЙЗИНГТІҢ РЕСЕЙЛІК НАРЫҒЫНЫҢ ДАМУ БЕТ АЛЫСЫН ЖӘНЕ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫН ТАЛДАУ

Ресей экономикасының дамуына қысқаша эконосмикалық шолу. Ресей Федерациясының экономикасы – САП бойынша ЖІӨ көлемі бойынша әлем елдерінің арасында алтыншы (2013). [www.data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.PP.CD?]

2013 жыл үшін ЖІӨ номиналды көлемі бойынша Ресец 8-ші орынды алады. Әр адам басынан ЖІӨ бойынша Ресей 2013 жылы 44-ші орынды алады (Бүкілдүниежүзілік Банк мәліметтері бойынша), әр дамға номиналды ЖІӨ бойынша - 47-ші орын (ХВҚ мәліметтері бойынша). 2012 жылғы мәліметтер бойынша Ресей экономикасының әлемдік экономикадағы үлесі 4,1%.

2013 жылы Ресейде экономикалық өсу күрт баяулады. Росстаттың бағалауы бойынша ЖІӨ өсуі 2012 жылғы 3,4% қарсы 1,3%. Өндіріс тарпынан бұл баяулау, бәрінен бұрын өнеркәсіптік өндіріс қарқынына, көтерме және бөлшек саудамен, құрылыспен, жылжыматйын мүлікпен жасалатын орерацияға және өнімдерге салынатын таза

салықтарға байланысты. ЖІӨ пайдалану тарапынан өсудің баяулауы халықтың тұтынушылық белсенділігінің қарқынымен және негізгі капиталдың жинақталу қарқынымен де қамтамасыз етілген. Көзі: РФ Мемлекеттік статистикасының федералдық қызметі. [www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/tab10.xls]

Экономикалық даму министрлігі 2014 жылдың қорытындысына да жақсы перспективалар беріп отырған жоқ, осы жылдың 6 айына ЖІӨ өсуі жылдық есептеуде 1,2%.

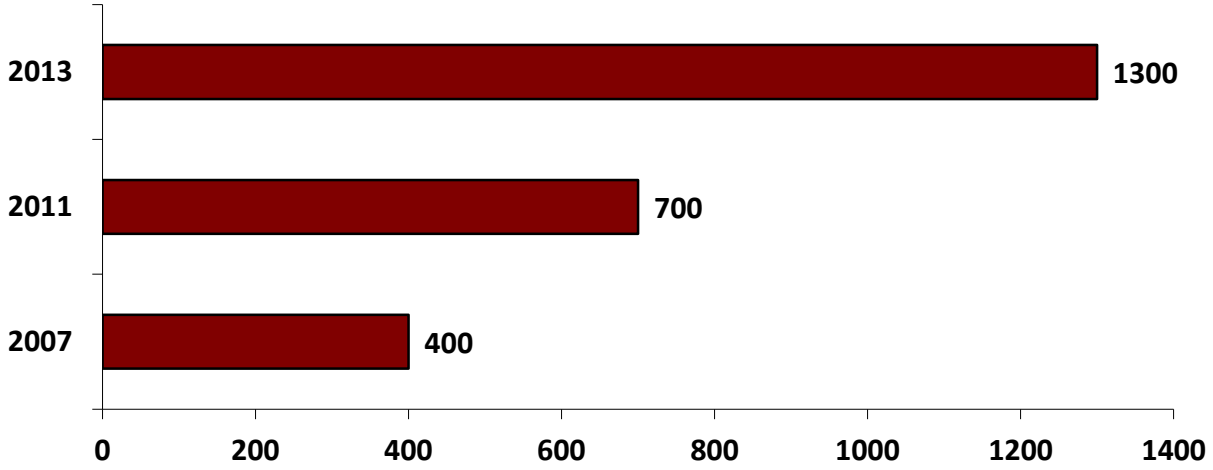
Алайда ресми статистиканың франчайзинг нарығы бойынша қандай да бір мәліметтерді ресми айтпауда. Р Мемлекеттік статистикасының федералдық қызметі қазіргі уақытқа дейін франчайзингке қатысты ешқандай статистикалық мәліметтер бермеді. Мысалға, елде сатып алушыларға қанша франшиза ұсынылатыны белгісіз. Бірыңғай тізімді ешкі жүргізбейді, сондықтан франчайзинг бизнестің жеке түріне бөлінбейді. Бұл ретте франшизалардың ресейлік нарығының жалпы көлемі $5 млрд. бағаланады.[www.forbes.ru]

Ресми емес статистика франшиза бойынша бизнес ресейлік ЖІӨ 1%, 2013 жылы – 3,5% толықтырады дейді. Мысалы, АҚШ-та бұл көрсеткіш 10% жетеді. Еуропалық франчайзинг қауымдастығы мамандарының мәліметтері бойынша [www.eff-franchise.com], соңғы үш жылда Ресейде франчайзинг нарығы 98% ұлғайды. Бұл ретте оның жоғары дамиу серпіні ұйым сарапшыларының тұжырымдауы бойынша соңғы бес жылда жалғасуда. Ресей франшиза бойынша ашылған старт-аптардың өсу қарқыны бойынша жетекшілер қатарында.

Елдің жағымсыз эконгммикалық даму болжамына қарамастан 2013 жылы Ресейдегі франчайзинг үшін табысты болды. Франчайзингтік өнеркәсіптер саны 30% өсті және 1300 жетті, ал франчайзингтік орнидар саны (74,6 тыс.) Германиядағы бұл көрсеткіштен 1,9 мыңға асты (72,7 тыс.) (12-диаграмманы қараңыз)

12-диаграмма

Ресей Федерациясы франчайзерлерінің саны

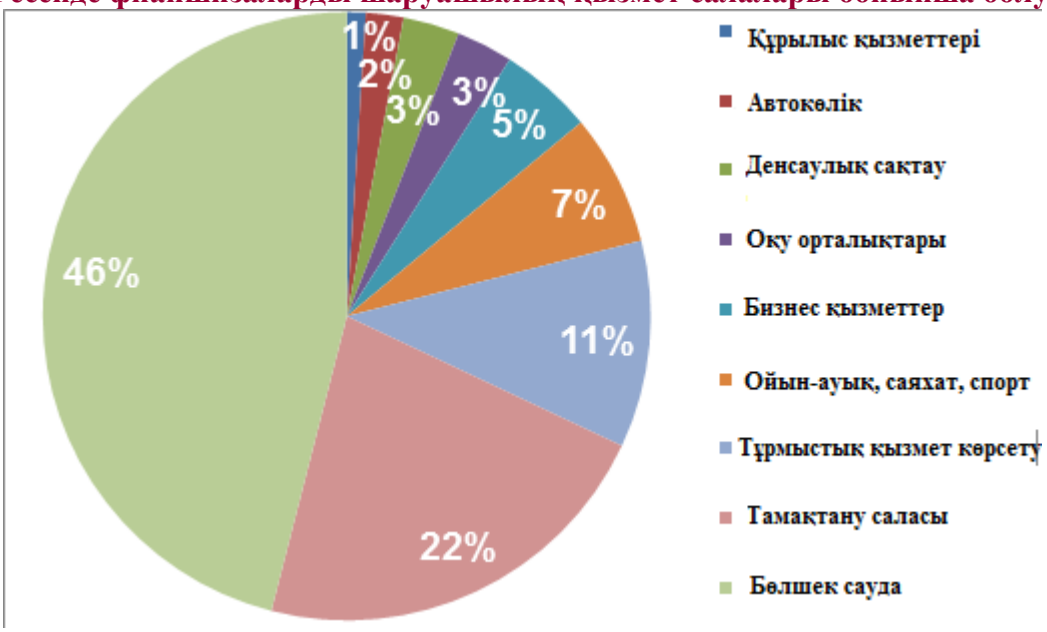


Көзі: www.franshiza.ru

17-суретте көрсетілгендей франчайзерлер саны 2007 бастап 2013 400 бастап 1300 дейін ұдайы өсті. Ресей компаниялары түрлі салалардағы франшизаны ұсынады – қоғамдық тамақтанудан бастап және ритейлден банкингке және риэлтерлік қызметке дейін. Ресейдегі франчайзинг нарығындағы ең көп үлес тағамдық емес бөлшек саудада сақталады (46%), оның үлесіне франшиза нарығында жұмыс істеушілердің іс жүзінде жартысы келеді. Екінші орынды қоғамдық тамақтандыру орны алады (22%), үшінші орында – тұрмыстық қызмет көрсету саласындағы франшизалар (11%). Бұл ретте франшизаларда қызмет түрлері бойынша осыған ұқсас бөлу жалп ыәлемдік көрсеткіштерден өте аз ғана ерекшеленеді. (13-диаграмманы қараңыз).

13-диаграмма

Ресейде фпаншизаларды шаруашылық қызмет салалары бойынша бөлу, 2013



www.franshiza.ru мәліметтері негізінде жасалған

Ресей франчайзинг қауымдастығының (РФҚ) баспасөз орталығының мәліметтері бойынша) [www.raf.ru] Ресей франшизалары франчайзингтің отандық нарығының 62% алады, ал олардың ішінде шамамен 45% - осы салада 5 жылдан кем айналысатын жас өнеркәсіптер, бұл бизнес-қатынастарды ұйымдастырудың осы тәсіліне қызығушылықтың өскені туралы білдіреді. (14-диаграмманы қараңыз).

14-диаграмма

Компаниялардың шығуы бойынша франчайзингтің ресейлік нарығының құрылымы, 2013

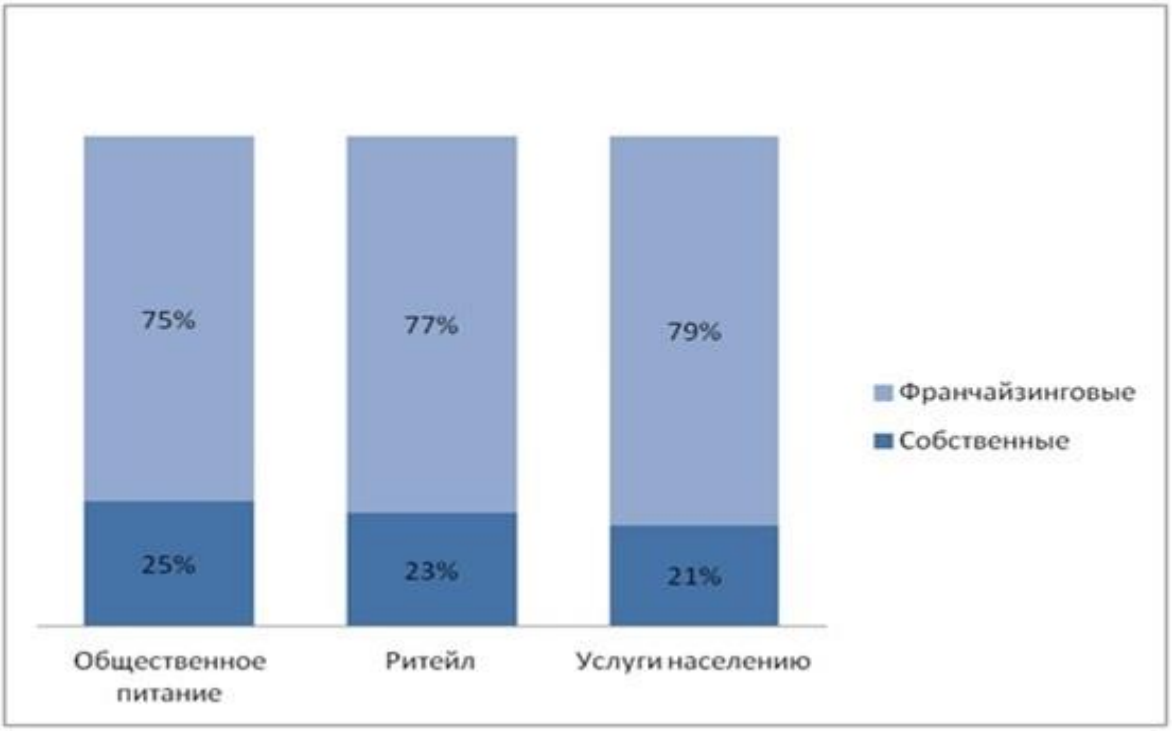
www.raf.ru мәліметтері негізінде жасалған

Ресей компаниялары Шетел компаниялары

Ресейдегі франчайзингтік және жеке орындардың өз орындарынан франчайзингтің анық асып түскені көрінеді. Бұл франчайзерге қаржыны дистрибуцияға үнемдеуге және үлкнн қосымша шығындарсыз нарықты қамтуға мүмкіндік береді. Өз орындары үлесі бірте-бірте қысқарады және қазір салаға байланысты 75-79% құрайды (15-диаграмманы қараңыз).

15-диаграмма

Ресейдегі салалар бойынша франчайзингтік және өз орындарының құрылымы, 2013



www.raf.ru мәліметтері негізінде жасалған

Ресей үшін франчайзинг дамуыңы жалпы әлемлік беталысы тән. Бұл мүмкіндіктер мен ресурстарды біріктіру қажеттілігімен шарттастырылған франчайзингтің артықшылықтарымен және ғаламдандырудың жалпы жағдайына байланысты. Бұл ретте әрбір мемлкеттің сондай-ақ өз ерекшелігі бар, әлеуметтік-экономикалық, мәдени-психологиялыұ, құқықтық жәнәе басқа факторлармен байланысты. Мысалы, халықтың белгілі бір тауралар мен қызметтерге мұқтаждығы және қандай да бір саланың даму беталысы франчайзингтің жалпы құрылымына әсер етеді.

Соңғы жылдардың жалпы әлемдік беталысы және бұл жерде де Ресей ерекше емес, өндірістікке қарағанда дистрибутивтік франчайзингтің анық басым екенін көрсетеді. Сондықтан Ресейдегі франчайзинг және бизнес формат франчайзингінің нараз аударуға тұрарлық.

Өндірістік франчайзинг. Ресей нарығында мынадай өндірістік франшизалар табысты дамуда:

- Алина *(респиратор өндірісі);*
- Мастерфайбр *(спорттық және балалар алаңдары үшін түйіршіктен жабын дайындау);*
- ПаттернПринт *(тротуар плиткасын дайындау);*
- МАСТЕРБОРДЮР *(бордюр мен соқпақтар дайындау);*
- H-Point *(гидравликалық шлангтер дайындау);*
- ПолиграфычЪ *(мөр, мөртабандар дайындау);*
- VitaCrisps *(жеміс чипстерін дайындау).*

Ресейдегі өндірістік франшизалар құнын талдау аса қызықты. Негізгі мәліметтер 19-кестеде берілген.

19-кесте

Франшизалар құны

№	Франчайзер	Құны, мың рубль
1	МАСТЕРБЮРДЮР	1335 бастап
2	Паттерн Принт	1850 бастап
3	Мастерфайбр	1900 бастап
4	Алина	5366,4 бастап
5	H-Point	100 бастап

Көзі: www.franchisee.su/analiz-franshiz/obzor-proizvodstvennykh-franshiz.php

Өндірісті ұйымдастыру бойынша білімдері мен машықтарын өндірістік франшизалардың франчайзерлері аса жоғары бағалайды.

Паушалдық жарна бұл санатта 435 мың рублді құрайды, ей для франшизы МАСТЕРБОРДЮР франшизасы үшін Мастерфайбрда 1,2 млн. рубльге дейін.

Егер франчайзерлер фирмасының жасы бойынша талқыласақ, өз тәжірибесі мен олар бағалайтын сома арасындағы нақты тәуелсіздік көрінеді (2011 жылдан бастап келе жеткан Мастерфайбр ғана қосылмайды). 2004 жылдан бастап жұмыс істей бастаған тәжірибелі Алинаның паушальдық жарнасы - 566,4 мың руб. Әлі жас МАСТЕРБОРДЮРДІКІ (2009 жылдан бастап) - 435 мың. Бизнестегі жаңа ранчайзер Паттерн Принт, өзінің бірінші объектісін тек 2011 жылғы мамырда ғана қосқан, 850 мың рубль мөлшерінде пайшалдық жарна белгіледі.

Мұнымен қатар бұл өндірістік франшизаны сатып алығысы келгендерге тағы да айтарлықтай инвестиция қажет болады.

Олар Алина франшизасы үшін қымбатырақ болады – 4,8 млн. рубль және өндірістік үй-жайлар. ПаттернПринт франшизасына инвестициялар құны аса жоғары – миллион рубльден бастап және кем дегенде 30 кв. м. қойма. МАСТЕРБОРДЮР франшизасына у понадобятся инвестиции от 900 мың рубльден басталған инвестиция және 15 кв. м. басталатын жылы қойма талап етіледі. Мастерфайбр франшизасының ең төмен инвестициялары – 700 мың рубльден бастап.

Өндірістік франшизалардың жоғары паушальдық жарналары оқудан өткеннен және жеткілікті тәжірибе алғаннан кейін франчайзи франчайзерге мұқстаж болмайды. Үй-жай бағасы, осы өндірістік франшизаларға арналған бастапқы шығындардың ең аз баспалдағын (паушалдық жарна плюс инвестициялар) ескермегенде төр есе бөлінеді.

- *МАСТЕРБЮРДЮР франшизасының құны –1335 мың рубльден бастап.*
- *ПаттернПринт франшизасының құны –1850 мың рубльден бастап.*
- *Мастерфайбр франшизасының құны – 1900 мың рубльден бастап.*
- *Алина франшизасының құны – 5366,4 мың рубльден бастап.*

Франшиза бойынша бинестіің басталу ыүшін алғашқы шығындар құнымен қатар ағымдағы төлемдер мөлшері қызықтыруға тиіс. Бұл жерде біз үлкен шашыраңқылықты көреміз. *Роялти франшизы МАСТЕРБОРДЮР – 2-3 тыс. рублей зимой и 10-12 тыс. рублей в сезон.*

- *ПаттернПринт франшизасының роялти – ай сайын 5 мың рубль.*
- *Мастерфайбр франшизасының роялти – ай сайын 10 мың рубль.*
- *Алина франшизасының роялти – ай сайын 30 мың рубль немесе айналымнан 1%.*

Ресейдегі франшизалардың өтелу мерзімі. При открытии бизнеса по Франшиза бойынша бизнес ашу кезінде франшизаны сатып алу туралы жылдам шешім қабылдау пайдасынан өтелу мерзімі сияқты мұндай көрсеткіш аса маңызды аргумент болып табылады. По данным исследования компании «Ритейл-Idea» компаниясы зерттеулерінің мәліметтері бойынша Ресейдің франчайзингтік нарығына тән өтеудің аса кең тараған нақты мерзімі 24 айдан (2 жыл) аспайтын кезең болып табылады.

Аса сирек жағдайларда франчайзи өз бизнесін 12 айдан кем емес мерзімде өтейді (барлық франчайзиден 10% аспайтын) (20-кестені қараңыз).

20-кесте

Компания және өтеудің орташа мерзімі, аймен

ОРНЫ	ФРАНШИЗА АТАУЫ	ӨТЕУДІҢ ОРТАША МЕРЗІМІ, АЙЛАР Ы
1	ADILISK	11
2	ЭКСПЕДИЦИЯ	14
3	MASCOTTE	14
4	COLIN'S	15
5	ЦЕНТРОБУВЬ	15
6	TBOE	16
7	KETROY	17
8	SAVAGE	17
9	FLER-O-FLER	17
10	SELA	19
11	OGGI	19
12	EYEKRAFT	19
13	LEFUTURE	20
14	КАЛЕНДАРЬ ПОДАРКОВ	20
15	INCITY	20
16	ДЛЯ ДУША И ДУШИ	21
17	БЕЛЬ-ПОСТЕЛЬ	24
18	FLO&JO	25
19	ЭКОНИКА	26
20	ALBA	28
21	WESTLAND	33
22	УНЦИЯ	36
23	PUR PUR	Неокупаем
24	RIKKITIKKI	Неокупаем
25	DIM	Неокупаем

«Ритейл-Idea» компаниясының мәліметтері бойынша жасалған, 2013.

20-кесте мәліметтеріне қарай барлық франшизаны Ресей нарығында өтеу мерзімдері бойынша бірнеше топқа біріктіруге болады:

1) Жылдам өтелетіндер және тұрақтылылары:

- *ADILISK, MASCOTTE*
- *COLIN'S*
- *TBOE*
- *SAVAGE*
- *SELA*
- *OGGI*
- *КАЛЕНДАРЬ ПОДАРКОВ*

2). Жылдам өтелетіндер және тұрақты еместер

- *KETROY*
- *INCITY*
- *ДЛЯ ДУША И ДУШИ*
- *ЭКСПЕДИЦИЯ*
- *ЦЕНТРОБУВЬ*

3). Баяу өтелетіндер және тұрақтылылары:

- *WESTLAND*

- *ЭКОНИКА*
- *ALBA*
- *УНЦИЯ*
- *БЕЛЬПОСТЕЛЬ*

4). «Нәтижелерін дәлелдемегендер»:

- *FLER-O-FLER*
- *FLO&JO*
- *LEFUTURE*
- *EYEKRAFT*

5). «Өтелмейтін» топ:

- *PUR PUR*
- *RIKKITIKKI*
- *DIM*

Франшизаның өтелу мерзімі көптеген факторларға байланысты - бұл франшиза әрекет ететін сала (бөлшек сауда мен тамақтану саласы әдетте өнімді өндіргенге қарағанда едәуір жылдам өтеледі) және орналасқан жері және географиясы және демографиялық факторлар.

Франшизаны таңдау кезінде сатып алу үшін ықтимал франчайзилер өтелу мерзімін ғана емес брендінің атақтылығын және франшиза құнымен ғана емес франчайзингтік компаниялардың түрлі рейтингілеріне де бағытталады. Төменде франшизалардың бірнеше іскерлік баспалар мен Ресей франчайзинг қауымдастығының нұсқалары бойынша франшизалардың ресейлік рейтингтерінің қысқаша сипаттамасы беріледі.

2013-2014 франшизалардың Ресейлік рейтингтері

1). «Русский Start-Up» инетернет-жобасы Ресейдің GOLDEN BRAND франчайзингтік компаниялардың бірінші кәсіби рейтингін жасады. й. Лидером рейтинга GOLDEN BRAND рейтингінің жеткешісі 2013 жылғы **Алтын франшиза** мәртебесінің иесі 230 балл нәтижемен №1 жайғасымды алған «Инвитро» ЖШҚ Ресей компаниясы болып табылады, ол зертханалық зертеулерді жүргізумен байланысты медициналық қызмет көрсеитуге мамандандырылған. (21-кестені қараңыз).

Таблица 21

2013 жылғы Ресейдің ең жақсы франшилары. Golden Brand рейтингі

Франчайзингтік компаниялардың бірінші кәсіби рейтингі

№	Бренд	Қызмет саласы Сфера деятельности	Скоринг
1	**Инвитро тәуелсіз зертхана**	*Медициналық диагностикалық орталықтар*	**230**
2	**33 пингвин**	*Кафе-балмұздақ, балмұздақ өндіру*	**210**
3	**Шоколад құйғыш**	*Кофеен желісі*	**200**
4	**Harat's pub Russia**	*Барлар желісі*	**180**
5	**Қиылыс**	*Супермаркеттер желісі*	**175**
6	**Сбарро**	*Италиян асханасының мейрамханасы*	**170**
7	**ТМК**	*Электржабдығын және құрладарды сату дүкені*	**165**
8	**Kanzler**	*Ер адамдао киімі дүкені*	**160**
9	**Елки-палки**	*Орыс ас үйі трактирлерінің желісі*	**155**
10	**CoffeeShop Company**	*Кофейнялар, кофе өндіру*	**145**
11	**Mail boxes ETC Russia**	*Бизнес-қызметтер орталықтары: курьерлік қызметтер, полиграфия, абоненттік жәшіктер, кеңсе*	**110**

		тауарлары	
12	**Экспетро!**	*Сыйлықтар мен тауар-антистресс дүкені*	**90**
13	**Glance**	*Әйелдер киімі дүкені*	**70**

Көзі:www.russtartup.ru/franchising/buyfranchise/rejting-luchshih-franshiz-rossii-2013g.html#ixzz3AeqRZy1c

2). www.beboss.ru іскерлік порталының талдамадық бөлімі 2014 жылғы 2 маусымдағы жағдайға сәйкес **«Ресей Топ-100 франшизасы»** үшінші рейтингін дайындады.

Рейтинг мақсаты: «2013-2014 жылдарға франчайзинг нарығының күйін көрсету, түрлі салаларда жұмыс істейтін компаниялардың даму серпінін анықтау, олардың аса тұрақтылары мен табыстыларын анықтау …». Өз сауалнамаларын жіберген 1500 компаниядан бірінші сатыда франшизаны 2011 жылғы желтоқсаннан кейінірек сата бастағандар болды.

Қалған франшизалар 30 көрсеткіштерден аса бағаланды, олардың ішінде: компания «жасы», желінің соңғы үш жылдағы желінің өсу қарқыны, жабық өнеркәсіптер саны, әрекет етуші франчайзи ашқан өнеркәсіптердің сауда орындарының саны, франчайзи «географиясы», өтелудің орташа уақыты.

Нәтижесінде 100 «…Ресейде аса жедел дамыған франшизалар, олар инвестициялық көзқарас тұрғысынан ең жоғары тартымды болып табылады».

3). Өз кезегінде Forbes журналының орысша нұсқасы басқа рейтингті – **«Ресейдегі 25 ең пайдалы франшизалар»**, басқа әдістемені пайдалана отырып жасады. используя другую методику. Алдымен *Beboss.ru, Buybrand.ru, Coolidea.ru, Franshiza.ru, Myfranch.ru* каталогтарының және мәліметтердің өз базасы негізінде 350 мың рубльден бастап бастапқы инвестициялармен франшизаларды іріктеп алды. Бұл сомаға жалдау және коммуналдық шығыстарды қоспағанда, паушалдық жарна, үй-жайды және сауда жабдығын жабдықтау сомасы, ең қажетті партиясы сен басқа салымдар енді. Бұдан кейін тізімнен бұл нарқықа 2012 желтоқсаннан кешікпей шыққан және Ресейде 50 кем емес сауда орнын ашқан франчайзерлер алып тасталынды. Содан кейін алынған лонг-парақтың 130 қатысушысы арасында сауалнама жүргізілді, оның нәтижелері бойынша қаржылық көрсеткіштер бермеген, сондай-ақ 2013 жылы ашуға қарағанда сауда орындарының жартысынан көбін жапқандар болды., составивших Шорт-парақ жасаған лист 48 франшиза бір франчайзингтік орынның орташа жылдық түсімі бойынша бағаланды (ең жоғарғы 50 балл - ең жоғары түісім бар франшизада), содан кейін кірістер мен бастапқы салымдар қатынасы бойынша (ең жоғарғы 50 балл шығыннан кірісі аса асатын франшизада). Сумма Баллдар сомасы рейтингтегі франшиза орнын анықтады.

В таблицу 22-кестеде киіс, аяқ киім және аксессуарлар франшизаларына арналған рейтингтердің екеуінің де мәліметтері қосылған.

22-кесте

Ресейдегі пайдалы франшизалардың «Ресей франшизаларының Топ-100» и «Ресейдегі ең пайдалы 25» рейтингіне енген киім, аяқ киім және аксессуарларға арналған жиынтық кесте

Желі маркасы	Франшиза саты басы	Дүкендер саны: жеке/	Франчайзи инвестициялары, млн. руб.	Рейтингтегі орны	
				Beboss.ru	Forbes

		франчайзи			
Tom Farr	2006	17/50	1…5	28	12
Finn Flare	2033	111/58	3,5…5	48	19
Kawaii Factory	2011	3/60	0,3…0,65	23	23
Baon	2006	66/75	2…2,5	58	25
Oodji	-	›4000*	4	8	
Jenavi	2005	0/400	0,4…0,7	24	-
Gulliver	2007	›130*	2,2…2,9	25	-
Orby	-	›100*	2,8…3,5	34	-
Incity	-	›190*	2,9…5	36	-
Kira Plastinina	2007	›300*	2…4,5	37	-
Diva	-	-	1,5…2,2	38	-
Kristi	2009	-	0,15…0,5	42	-
Мос. ювелирный завод	2010	›250*	3	44	-
ШККТР**	2010	-	0,25…0,35	47	-
Glance	2004	›250*	2,2	50	-
Провокация	2010	›100*	0,2…1	52	-
CorsoComo	2008	-	3,5…5,5	53	-
Giovanni Botticelli	2010	-	2,4	55	-
Concept Club	2006	170*	2,8…3,5	56	-
Stillini	2006	›60*	0,8…3,5	57	-
Milana	2011	-	5…9	66	-
MMA Imperia	2011	75*	0,65…1	69	-
Serge	2011	-	0,6	70	-
Mascotte	2005	70*	5…9	71	-
Эконика	1999	около 100*	3…5	76	-
Forward	2010	-	1…2	77	-
Zenden	2010	около 80*	2,5	78	-
Newform	2008	-	0,9…1,5	79	-
De Salitto	2010	›100*	1,5…3,5	83	-
Paolo Conte	-	›100*	2…3	84	-
Calipso	2009	30/50	4,5	86	-
Motivi	2009	около 80*	4,5…6	88	-
Antonio Biaggi	2011	-	5…7	89	-
F5	2004	›50*	1.2…3	90	-
Pompa	-	›60*	2,5…3	91	-
Equip	2010	-	0,8…2	92	-
Incanto	2005	23/102	1,55	96	-

Ескерту: 1. Жоғарғы төрт жолда – екі рейтингтің нйәтижелері; 2 - * жеке және франчайзиге бөлінбей барлық сауда орныдарының саны; 3 - ** ҚСКЗ – қол созылғысы келетін заттар *ручки*.

Көздері: Beboss.ru, Fofbs.ru, Fashion United, RusTM.net

«Топ-100. Ресейдің ең жақсы франшизалары» рейтингін талдай отырып, біренеше заңдылықтарды айта кетуге болады:

- «Топ-100. Ресейдің ең жақсы франшизалары» 2014 жылғы лауреаттары болған 53 компания үш жыл қатарынан ең жақсы франшизалар тізіміне кіруде;
- 5 компания: Subway, 33 Пингвина, Oodji, Крошка.Ру, Броско фитнес – рейтингіте бір ғана жайғасымды жыл сайын алады;
- Жылдан жылға мынадай компаниялардың франшизалары өз жайғасымдарын үздіксіз нығайтты:
  - Бегемотик (1 место – 2014, 4 - 2013, 48 - 2012),
  - Шоколадница (16 - 2014, 16 - 2013, 73 - 2012),
  - Лечу.ру (41 - 2014, 84 - 2013, 84- 2012),
  - Baon» (58 - 2014, 60 - 2013, 88 - 2012);
- Кедергілерді жеңдің:
  - Стардог!s» (6 - 2014, 29 - 2013, 22 - 2012),
  - Айкрафт Оптика (15 - 2014, 72 - 2013, 49 - 2012),
  - Jenavi (24 - 2014, 33 - 2013, 32 - 2012),
  - Смешарики (26 - 2014, 34 - 2013, 31 - 2012),
  - Tom Farr (28 - 2014, 35 - 2012),
  - Diva (38 - 2014, 56 - 2013, 53 - 2012),
  - Kristi (42 - 2014, 47 - 2013, 45 - 2012),
  - Роза ветров (43 - 2014, 54 - 2013, 43 – 2012) –2014 шілдеде банкрот болды,
  - Московский ювелирный завод (44 - 2014, 95 - 2013).

Қызметтер саласы бойынша «жалпы есепке алу» жетекшілерінің көрсеткіштері:

- 1 орын «Розничная торговля» - 54 компания;
- 2 орын «Кафе мен ресторандар» - 14 компания;
- Жеткекшілер үштігін «Балалар франшизалары» аяқтайды – 9 компания.

Сатып алынған франшиза бойынша бір өнеркәсіпті ашуға қажетті қаржы сомасы (бұл статистиканы жасау кезінде франчайзер көрсеткен ең аз сома алынды):

- Өнеркәсіпті ашуға 1 млн. рубльге дейін табуға болады – 34 ұсыныс,
- Өнеркәсіпті ашуға 1 млн. рубльден бастап 3 млн. рубльге дейін табуға болады – 40 ұсыныс,
- 3 млн. рубльден бастап және одан көп өнеркәсіпті ашуға табуға болады – 26 ұсыныс.

Проанализировав итоги Рейтингтер қорытындысына талдау жасай отырып, **Ресейдегі франшизалар нарығының** мынадай жалпы беталасын анықтауға болады:

- Бөлшек саудамен байланысты франшизалардың өсуі;
- франшизалар нарығындағы желілердің бір уақытта өсуімен бірге ұсынастардың жалпы санының төсмендеуі;
- ресейлік ұсыныс бар франшизалардың жоғары деңгейі (барлығы елде 62%, ал *Forbes* рейтингіне 80% түсті);
- сегменте киім, аяқ киім және аксессуар сегментінде, ықтимал франчайзиден аса үлкен емес бастапқы салымды талап ететін бижутерия мен әшекейлер франшизларының белгілі бола түсуі.

Ресей Федерациясындағы франчайзингті құқықтық реттеу. Жалпы бүгінгі күнде Ресейде франчайзингтік қызмет мынадай заңнамалық және құқықтық актілермен реттеледі:

- *Ресей Федерациясының азаматтық кодексі (II бөлімі), 54-тарау «Коммерциялық концессия», 1027-1040 баптар.*

- *Роспатенттің 29.12.2009 ж. № 186 «Зияткерлік қызмет немесе жекешелендіруі құралы нәтижелеріне ерекше құқықпен ие болуы туралы шарттарды тексеру мәселелері бойынша ұснысытарды бекіту туралы» бұйрығы.*

«Франчайзинг» терминінің ресейлік заңмнамада жоқ екенін аатап айту қажет. Ресейде франчайзинг «коммерциялық концессия» атауын алады.

Франчайзерлер арасында Азаматтық кодекстің 54-тарауы Ресейдегі франчайзингтің дамуына жұмыс істемейді, ал тіпті керісінше – оны баяулатады. АК осы тарауы франчайзерлерге тудыратын қиындықтар әрбір шартты немесе ондағы өзгерістерді салық инспекциясында және Роспатентте тіркеу қажеттігінде (шарт тіркелген сәтке дейін күшіне енбейтіні белгілі).

2008 жылы РФ АК VII бөлімінің IV бөлігі «Зияткерлік қызмет немесе жекешелендіруі құралы нәтижелеріне ерекше құқық» әрекетке енді. Мұнымен бір уақытта РФ АК «Коммерциялық концессия» 54 тарауының өзгерістері күшіне енді.

2012 жылғы 30 желтоқсандан қабылданған ресейлік азаматтық кодекске түзету енгізілгеннен кейін франчайзерлердің енді франчайзилер тұтынушыларға сататын тауарлар мен қызметтер бағасын анықтауға мүмкіндігі бар.

Ресей Федерациясының Азаматтық кодексінің қайта қарастырылған 1033 бабы франчайзи сатуға тиіс тауарлар мен қызметтердің бағасын белгілеу құқығынан тұрады. [www.francon.ru/area_news/normativno_pravovaya_baza]

Ресей Федерациясының Мемлекеттік Думасының құрамында Крутов А.Д., Грачев И.Д., Дмитриева О.Г., Петухова Н.Р., Ушаков Д.В., Емельянов М.В бар депутаттар тобы Федеральдық заңға № 503845-6 «Франчайзинг туралы» жобаны енгізді, бұл туралы Мемлекеттік Дума Төрағасы С.Е Нарышкин атына ілеспе хатта (2014 жылғы 21 сәуірдегі тір. № АДК-2/36) хабарланды.
[asozd2c.duma.gov.ru/addwork/scans.nsf/ID/
F9736BD0A02D71A643257CC10034BC06/$FILE/503845-6.PDF?OpenElement]

Франчайзинг туралы негізгі заңныңы қажеттігі туралы сөз бұрыннан айтылып келеді. Франчайзинг туралы заң жобасының пайда болуыныңы өзі – алға үлкен қадам бесу. Алайда, заңгерлердің пікірі бойынша заң жобасы бүгінгі күндегі түрімен айтарлықтай проблемеларды шешпейді, толық жасалмағандықтан тек қосымша пробемалар тудырады.

Ресейдегі франчайзингтік қатынастарды реттейтін заңнаманың толық талдауы Қазақстан Республикасының және Кедендік Кеңес елдерінің заңнамасымен салыстырылып келесі тарауда қарастырылатын болады.

Ресей Федерациясындағы мемлекеттік қолдау көрсету шаралары және франчайзингті дамыту институттары. 2011 жылы Ресейдің қаржылық- кредиттік секторы франчайзингті экономикадағы өсу орны ретінде қарастырды, өйткені нарыққа франчайзи мұқтаждығына арнайы құрылған банктік өнімдер шығара бастады. Сөз франшиза бойынша бизнес ашуға кредит беру бағдарламалары туралы болды. Осындай өнімдерді Ресей Сбербанкі, ВТБ, Райффайзенбанк, Росбанк және басқаларынансовая группа «Лайф» қаржылық тобы арнайы құрылған құрылым - «Лайф Франчайзинг» қоры іске қосты. Бұдан басқа енді франчайзи жаңа өнеркәсіптер ашу кезінде франчайзингке арнайы бейімделген лизингтік компаниялардың бағдарламаларын пайдалана алады.

Дайын бизнес-проектерге кредит беруді дамытудағы алғашқы жол ашушы «Сбербанк России» ААҚ болды, ол франчайзиге өз бизнесін «нөлден» бастауға бан жанында аккредиттелген франшизаны сатып алғанда кредит алуға мүмкіндік беретін

«Бизнес-старт» жобасын іске қосты. Шағын бизнеске кредит берудің басқа бағдарламаларынан ерекше айрықшаландыратын бұл ұсынынтың негізгі плюстері – кредитті кәсіпкерлікте тәжірибесі болмаса да кредит алу мүмкіндіг. Жоба өткен жылдың бүкіл уақыты ішінде қарқынды дамыды және ықтимал франчайзи арасындла орасан табысқа ие болды.

2013 жылы ең әйгілі және талап етілген бизнесмендер кредит алған франшизалар к БЕГЕМОТиК ойыншық дүкені, SUBWAY жылдам қызмет көрсету рестораны, Автодевайс автомобилдік аксессуарлар дүкені, торговля нижним бельем ПАРИЖАНКА іш киім саудасы және басқалар болды. Бұл ретте Банк франшизаға бөлген кредит мөлшері инвестиция көлемінен 80% құрайды, қалған 20% бизнесмен дербес өзі табуға тиіс.

2014 жылдың басындағы жағдайға сәйкес Сбербанктің шамамен 70 франчайзингтік серіктестері бар. Аккредиттелген франшизалар тізімі толықтырылатын болады және ұсыныстар сызығы бұдан әрі жетілдірілетін болады.

4-тарау. ФРАНЧАЙЗИНГТІҢ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ НАРЫҒЫНЫҢ БЕТАЛЫСЫ МЕН ДАМУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ

Қазақстанда әрекетке енгізілген франчайзингтік жүйе саны бойынша статистикалық мәліметтер түрлі көздерде қатты бөлінеді. Сенімді санын анықтау өте күрделі, өйткені елде кешенді кәсіпкерлік лицензиялар шарттарын тіркеудің бірыңғай органы жоқ. Қазақстан Республикасының Әділет Министрлігінде тіркеу міндетті емес және шарт тараптарының тілегі болғанда ғана жүргізіледі.

Қазақстан Республикасында берілген франшизалардың сапалық құрамы бойынша статистикалық мәліметтерді өзектендіру үшін және отандық нарыққа енуге тілек білдіргендер үшін осы зерттеу шеңберінде Қазақстанда және оның шегінен тыс жерлерде франчайзинг секторы өкілдерінің 56 нақты өкілдерінің сапалық және сандық сауалнамасы жүргізілді, ол мастер-франшизалар да және өңірлік франчайзерлер де және франчайзи де, сондай-ақ қазақстандық нарыққа жақын арада кіруді жоспарлаған шетелдік франчайзингтік желілердің өкілдері болып табылады.

Қазақстандағы франчайзинг мәселелері бойынша негізгі сапашылар тиісінше осы бизнес-процестер статистикасы мен оны дамыту бойынша БАҚ спикерлері ретінде елде бірнеше жылдар бойы Б.С. Кисиков сөз сөйлеп келеді, «Еуразиялық франчайзинг қауымдастығының» (EAFRAN) Президенті, автор книги «Қазақстандағы франчайзинг» кітабының авторы және В.В.Сидельников, «Франчайзинг кеңесі» жеке ұйымының төрағасы. Қазақстандағы франчайзинг бойынша кешенді зерттеу жүргізу әрекет 2010-2011 жылдары және 2011-2012 жылдары «Франчайзинг кеңесі» және и исследовательской компании BISAM зерттеу компаниясы тарапынан жасалды.

Сандағы алшақтықтарға қарамастан барлық авторлар мен зерттеу ұжымдары бір нәрсеге түйін жасайды – франчайзингтік жобаларды жүзеге асыруға мүдделі қазақстандық кәсіпкерлер саны үздіксіз өсуде, ал франчайзингтің қауіпсіз бизнес-модель ретіндегі әйгілілігі өсуде. «Франчайзинг кеңесі» Қазақстандағы 2010 және 2013 жылдардағы франчайзингтік қатынастардың өсу қарқынын білдіреді (19-кестені қараңыз). 3 жыл ішінде Қазақстанда шетелдік франчайзерлер саны іс жүзінде бір жарым есе өсті және қазіргі уақытта Қазақстанда шамамен 340 шетелдік франчайзингтік желі ашылды, олар 3000 аса франчайзингтік орындарды ашты және онда 25000 жуық адам жұмысқа орналастырылды. Франчайзинг кеңесі 2022 жылы олардың саны 550 бірлікке дейін және шағын және орта бизнестегі франчайзингтің жалпы үлесі 15% жете алады, алайда қазір олардыі көлемі бір мәліметтер бойынша – 1%, басқа мәліметтер бойынша – 3,5%. [В.В. Сидельников «Қазақстандағы франчайзинг»]

19-кесте

Қазақстан Республикасындағы франчайзингтік қатынастардың өсу қарқыны

Көрсеткіш	2010	2013	Болжам/ 2022
ШОБ құрылымындағы франчайзингтік қатынастар үлесі, %	3	3,5	15
Шетелдік франшизалар саны, бірлік.	220	340	550
Отандық франшизалар саны	9	30	40
Шетелде берілген отандық франшизалар саны, бірлік.	2	6	15

Көзі: Франчайзинг кеңесі хабаршысы, №1 (98) 2014.

«Еуразиялық франчайзинг қауымдастығының» (EAFRAN) Президенті Б.С. Кисиков мұнымен келісудің қиын екенін тұжырымдайды «франшизалардың көрсетілген санының нарықта тек 80 қызмет етеді. Қалған компаниялар нақты франчайзингтік жүйе мен бизнес-процесс сипаттамасынсыз франшизамен тек франшизаға қатысты өз ниеттері туралы ғана мәлімдеді.». [Б.Кисиковтың сұhбаты, Капитал газеті, 01.01.2014]

Қазақстандағы отандық фрапншизалар саны барлығы 30 бірлік (9% жуық), бұл өте төмен көрсеткіш болып табылады, шетелдік франшизалар қазақстандық нарықта басым (91%), әсіресе ритейлдің жекелеген сегменттерінде. Салыстыру үшін 20-кестеде 2013 жылғы жағдайға сәйкес басқа елдердегі шетелдік және отандық франшизалардың қатынасы көрсетілген.

20-кесте

2013 жылғы шыққан елі бойныша франшизалардың қатынасы, %

Елі	Франшизалар	
	Шетелдік	Жергілікті
Қазақстан	**91**	**9**
Ресей	**70**	**30**
Еуропалық кеңес	**50**	**50**
АҚШ	**20**	**80**

Көзі: «Қазақстандық құрамның өсу факторы ретіндегі отандық франшизалар» республикалық конференциясының материалдары (Алматы қ. 2012 жылғы 31 қаңтар).

Алдыңғы тарауда ұлттық және шетелдік франшизалар қатынасында өңірлік және ұлттық айырмашылықтар бар екені айтылды. АҚШ-та Латын Америкасы мен Азиядағыдай отандық франшизалар басым, бұл уақытта Еурокеңесте олардың саны 50% аспайды. Бұрыны КСРО аумағындағы франчайзингтік нарықта, сол Ресей мен Қазақстанда әзірге шетелдік франчайзерлер басым болған аса дұрыс емес жағдай орын алуды. Қазақстандық нарықта жергілікті франшизалар үлесі 9% аспаған кезде шетелдіктер басым. Біздің нарықтағы отандық франшизалардың сенміді беталасы болмау себебі төменде қарстырылатын болады.

Соңғы бес жылда отандық франчайзингтер саны 3 еседен аса асты. (16-диаграмманы қараңыз). Қазақстанда ШОБ субъектілері санының белсенді өсуімен қатар франчайзингтің неліктен дәл осы кезеңде белсенді өсуі басталғанының бірқатар қосымша себептері бар.

16-диаграмма

Қазақстанда отандық франчайзингтік жүйе қарқыны

Қазақстанда тараған франчайзинг түрлері. Франчайзинг франчайзер мен франчайзи арасындағы өзара қарым-қатынастар нұсқаларына, сондай-ақ олардың өзрар құқықтары мен міндеттерін бөлуге байланысты түрлі нысандарда бола алады. Қазақстандағы франчайзинг нарығы ерекшеліктенің бірі сублицензиялық, яғни субфранчайзинг.

Халықааралық франчайзерлер (ресей немесе түрік) өздерінің мастер-франчайзи (субфранчайзерлері) арқылы әрекет етеді, ал қазақстандық компаниялар өз кезегінде субфранчайзи (сублицензиат) ретінде болады. Тікелей классикалық қатынастар өте аз: франчайзер – франчайзи. Халықаралық франчайзерлер Қазақстанмен тікелей жұмыс істеуше асықпайды.

Мұндай жағдайлардың себептері өте көп:

- Халықтың және сату нарығы тығыздығының жеткіліксіздігі;
- Франчайзингтің халықаралық нарығындағы жергілікті кәсіпкерлердің белсенді еместігі;
- Жергілікті тұтынушылардың ресейліктермен бірыңғай тілдік қатынасы;
- Франчайзингтің ел ішіндегі көшу жағдайларының өте аз болуы.

[А.А. Тұрсынбаев Доклад «ҚР экономикалық кризистен шығуында ШОБ маңызды жол»]

Салалық шолу. Франчайзинг түрі бойынша, бірінші тарауда айтып өтілгендей оның негізіг үш түрын айыру қабылданған: тауарлық (дистрибутивтік), өндірістік және іскерлік немесе бизнес форматтағы франчайзинг. 17-диаграммада Қазақстан нарығындағы франчайзинг түрлерінің қатынасы берілген.

17-диаграмма

ҚР бизнестің түрлі саласындағы франчайзинг қатынасы, 2014

Көзі: Франчайзинг кеңесі хабаршысы, №2 (99) 2014

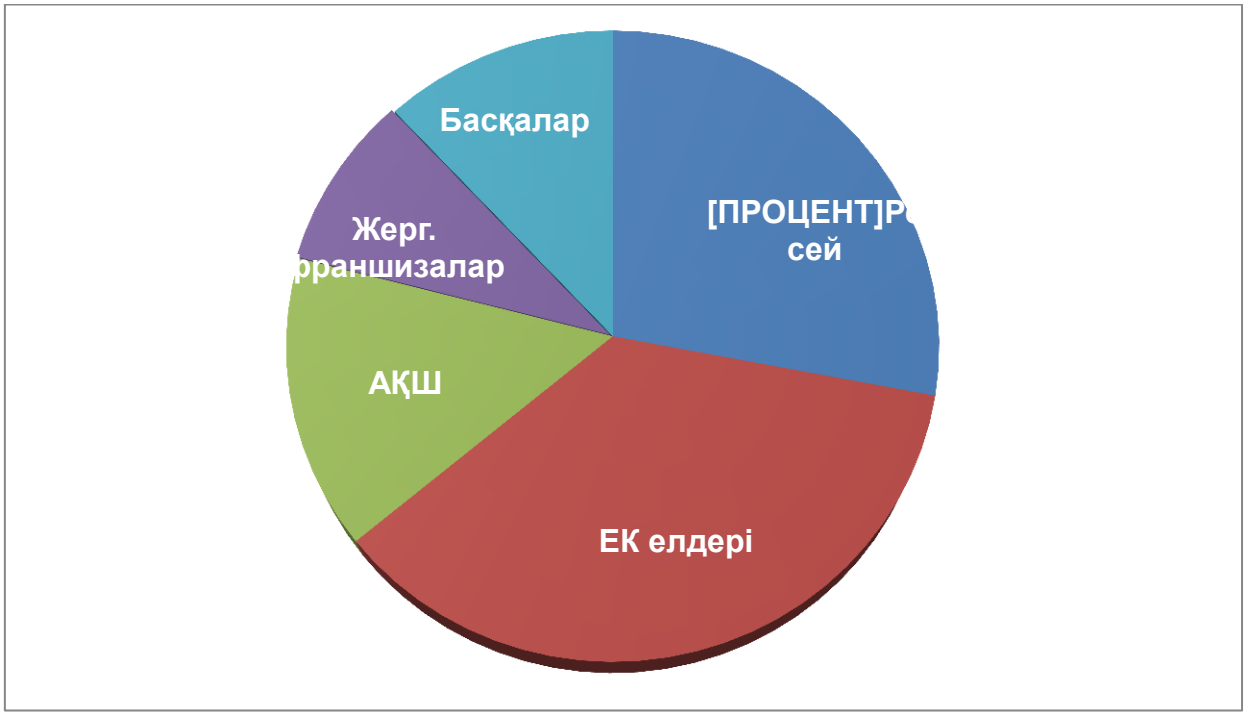
17-диаграммада көрінгендей Қазақстанда өндірістік сектор жеткілікті түрде қиын дамуда – жергілікті нарықта барлық желіден барлығы 2% әрекетке енгізілген. Осының салдарынан франчайзинг белсенді түрде қолданылуда, бірінші кезекте қызмет көрсету саласы мен саудада. Болашақта өнеркәсіпік франчайзинг үлесі өсуі мүмкін, бірақ қазақстандық жағдайда мемлекеттің қолдауынсыз еліміздің дамуының осы сатысында мүмкін болуы өте аз. Қазақстанның географиялық жағдайының ерекшелігіне және қала мен ауыл халқының арасындағы үлкен парапар еместігіне қарай басып бағыттарының бірі агрофранчайзинг болар еді, оның мысалдары дамыған елдерде Нигерия мен Индия мысалында келтірілген.

Франшизалардың шыққан елдері

Франшизалар мен брендтердің шыққан елдері туралы айтатын болсақ, онда Қазақстанда берілген франчайзингтік жүйелер саны бойынша сөзсіз көшбасшы Ресей болып табылады. Оның артынан – АҚШ, алайда 2009 жылғы қаржылық кризиске дейін олар қазақстандық нарықта Ресейді басып озып отырды. Төменде 18-диаграммада шыққан елі бойынша франшизалар қатынасы берілген.

18-диаграмма

Шыққан елі бойынша Қазақстанда жұмыс істейтін е франчайзингтік желілер қатынасы



Көзі: www.kupi-franshizu.ru мәліметтері

Қазақстанда ресей франчайзерлер желісін 110 компания ашты. Олардың ішінде SELA, 33 пингвин, 1С Интерес, Шоколадница, Invitro, Oggi және басқалар. Бәрінен көп ресей өндірушілерінің сәнді киім сегменті берілген - 26%, 20% қызметтер саласындағы компанияларға келеді, 19% - ресторандық бизнес, оқалғандары – сұлулық салондары, спорт клубтары, медициналық орталыықтар. «Франчайзинг кеңесінің» мәліметтері бойынша жақын жылдары Қазақстан нарығына тағы 30-ға жуық Ресей бренді шығуды жоспарлауда. Ресейде франшизалар бойныша ашылған объектілер саны жалпы алғанда 400 асты.

АҚШ Қазақстанда 50 жуық желіні дамытуда, оған 250 франчайзингтік орын кіреді. Tiffany Marble, KFC, Coca-Cola, Pepsico, Baskin Robins және т.б. сияқты франшизалар. Саны аз болғанына қарамастан Қазақстандағы американдық франшизалар иесі капитал айналымы бойынша көшбасшы болып келеді. Қазақстандағы американдық желілердің болу ерекшелігі олардың барлығы дерлік Tiffany Marble қоспағанда, АҚШ-тың бас компанияларынан тікелей емес қазақстандық нарыққа Ресей, Греция, Түркия, БАЭ мастер-франчайзерлері арқылы (21-кестені қараңыз) субфраншиза түрінде кірді.

Үшінші орында еуроппалық елдер келеді: Ұлы Британия, Германия, Франция, Италия. Бұл елдер 120 аса франшиза береді, олар бойынша 300 аса орын ашылды. Мұнда сәнді бутиктер, дүкендер, парфюмерия, сұлулық салоны кіреді. Мысалы Tony&Guy (Ұлы Британия), Benetton (Италия), Zara (Испания) және т.б. Бұдан басқа елімізде Түркиядан, Жапониядан, Израильден, Австралиядан және т.б. франшизалары бар.

21-кесте

Қазақстанда жұмыс істейтін кейбір шетелдік франшизалар

№	Бренд	Қызмет саласы	Шыққан елі
1	**World Class**	***фитнес***	**Великобритания**
2	**REISSWOLF**	***Мұрағаттық қызметтер***	**Германия**
3	**ShBS & K**	***Тері мен денені күту тауарлары***	**Корея**
4	**1C**	***Бухгалтерлік қызметтер***	**Ресей**
5	**Traveler's Coffee**	***кофеен желісі***	**Ресей**

6	Шоколадница	*кофеен желісі*	Ресей
7	Burger King	*фаст-фуд*	АҚШ
8	Tiffany Marble	*стройқұрылыс индустриясы өнеркәсіптеріне арналған жабдық*	АҚШ
9	GeoWash	*автожуу*	АҚШ
10	Баскин Роббинс	*кафе-балмұздақ желісі*	АҚШ
11	TRIARH	*Консалтингтік қызметтер*	Украина
12	ORCHESTRA	*Балалар киімі*	Франция

Қазақстандық франчайзингтік желілер. Егер жергілікті франчайзингтік желелер туралы айтсақ, онда санының аз болуы бірқатар себептермен шарттастырылған, олардың неггізгісі жергілікті нарық үшін бизнес жүргізудің осы түрінің жаңалығы болып табылады.

Қазақстанда екі отандық франшиза мәлімденген 2002 жылмен салыстырғанда 2012 жылғы желтоқсанда олар енді 30 болды, олардың 6 шетелде әрекет етеді, бұл Happylon, ShBS, Mimioriki, Kuralai, Biba, Zibroo, Red Dragon. Қазіргі уақытта 200 ақазқстандық компаниялар өздерінің франчайзингтік концепцияларын жасай отырып, өздерінің стратегиялық даму мүмкіндігін «қарастыруда», олардың 30% франшизаларды кейіннен шетелге экспорттаумен.

2014 жылдың басында Қазақстандағы франчайзингтік жүйелер саны 340 жетті. Әрбір желі орташа 4-5 франчайзингтік орынды есептейді. Желідегі франчайзингтік орындардыңғ ең көп саны - 55, ең азы -1. Бүгін Қазақстанда франчайзинг үлесі кәсіпкерлікте 1%-3,5% аспайды, бұл ретте 25000 аса адам вфранчайзинг секторында (22-кестені қараңыз). Франчайзинг талаптарымен жұмыс істейтін өнеркәсіптердің жылдық айналымы $700 млн. жақын.

22-кесте

Өздерін фанчайзер деп жариялаған бірқатар Қазақстандық компаниялар (2012 жылғы маусымға сәйкес)

Компания / бренд	Қызмет саласы	Сатылған франшизалар саны
Biba	*Киім сату*	Бірнеше ондаған, оның ішінде шетелде
TEA & COFFEE GARDEN	*Кофейня*	1
EXOTIK-TEA	*Шай-кофе бутигі*	5
Kuralai	*Киім сату*	1
Nails Club	*Сұлулық салоны*	1
SALTA	*Сауда, киім, аксессуарлар және эксклюзивтік киім*	Мәліметтер жоқ
SANA	*Жарнамалық хабарламаларды қабылдау орындарының желісі*	2
ShBS	*Денені күту тауараларын сату*	5, оның ішінде шетелде
Umex Realty /	*Жылжымайтын мүлік агенттігі*	1
Алма-ТВ	*Кабельдік теледидар*	1

РТС - Перекресток	***Сауда-жарнамалық желі***	**Мәліметтер жоқ**
Бартерный Клуб	***Бартерлік клуб***	**11, о.і. Ресей, Украина, Қырғызстан**
Бухучет НАП	***Орталықтандырылған бухгалтерия / аутсорсинг***	**13**
Казахтелеком	***Байланыс операторы***	**35**
Медведь	***Орыс асханасы рестораны***	**4**
Миссис Казахстан	***Конкурс***	**Келіссөздер сатысында**
ПАНиКа	***Жоғалды/табылды***	**Келіссөздер сатысында**
Ромат	***Дәріханалық жүйе***	**4**
Сеймар	***Құс өсіру өнімін сату***	**Көптеген шарттар**
Таулинк	***Төлем терминалдары***	
Жас Кемеңгер	***Білім беру академиясы***	**Келіссөздер сатысында**

Ескерту – Көзі: «Альманах франчайзинга» [2012. № 2 (5)]

Өз франшизаларын шетелде сата алған отандық компаниялар үлгісін келтірген жөн. 23-кестеде қазіргі уақытта жұмыс істейтін аса белгілі компаиялардың тізімі берілген.

23-кесте

Қазіргі уақытта жұмыс істейтін және өз франшизаларын шетелде сататын кейбір қазақстандық брендтер

№	Бренд	Қызмет саласы	Құрылған жылы
1	**Kuralai**	***ателье, жоғары сән үйі***	**1994**
2	**Mimioriki**	***балалар киімін сату***	**2009**
3	**Red Dragon**	***стрит-фуд форматындағы жылдам тамақтану желісі***	**2009**
4	**Happylon**	***балалар ойын-сауық кешені***	**2006**
5	**Ромат**	***фармацевтикалық компания***	**1992**

Төменде осы компаниялардың және олардың франшизаларының қысқаша сипаттамасы берілген

3-мысал. Қазақстан

KURALAI Inc.

Жоғары сәндік **Kuralai** авторлық үйін Нұрқаділова Құралай Алматы қаласында 1994 жылы құрды. Негізгі бағаты сәнді киім мен аксессуарлар енгізу болып табылады.

2006 жылдан бастап Астана, Атырау, Ақтау, Шымкент қалаларында дүкен ашты. Шетел елдерінде Мәскеуде, Парижде, Дюссельдорфте, Будапештте, Нью-Йоркте, Торонто мен Миланда дүкендері жұмыс істейді. Дүкендердің бір бөлігі франшиза бойынша ашылған, бір бөлігі – серіктестік жобалар. Қазіргі күнде 9 франшиза сатылған.

2014 жылдан бастап Kuralai Inc. Bezko Ресей брендімен бірлесіп масс-маркет киімін шығарады. Франшиза алу құны мен талаптары бойынша мәліметтер жеке келісіледі.

Пример 4. Казахстан

MIMIORIKI

Mimioriki - 0 бастап 9 жасқа дейінгі балаларға арналған киімдердің қазақстандық бренді. Бренд 2009 жылы іске қосылған. Киім Қазақстанда дайындалады және Textiline ЖШС фабрикасында тігіледі. Бренд негізін салушы - Бас директор Инна Сергеевна Апенко.
Қазақстанда 14 дүкен - 3 жеке және 11 франшиза бойынша ашылған. Сондай-ақ франшиза бойынша Новокузнецкіде (Ресей), Киевте және Донецкіде (Украина) ашылды.

Франчайзи іріктеу көрсеткіштері:

Өңірдегі халықтың саны	300000 адам
Өңірдегі табыстың орташа деңгейі	$500 ай/адам
Сауда орнының орналасуы	Қаланың адам көп өтетін орталық аудандарында. Балалар ойын-сауығы орталығы, саябақ, соқпақтарға жақын болған жөн.
Сауда алаңы/ витрина ені	40-100 кв.м./мин. 4м.

Франшиза пакеті мынлардан тұрады:

- Дүкен үшін бөлмеу таңдау кезінщдегі кеңес, жалға берушімен келіссөзге қатысу;
- бизнес-жоспар жасау, пайдалалығын есептеу, бөлшек бизнес жүргізу технологиялары мен сызбалар бойынша кеңес (мерчендайзинг, бренд-бук);
- дүкеннің дизайн-жоспарын әзірлеу (жабдық, жарық, жарнамалық маңдайша);
- сауда жабдығын, манекендерді есептеу, тапсырыс беру және жеткізу бойныша кеңес;
- аранйы жеңілдіктер беру компанияның көтерме прайс-парағынан – 10%;
- дүкен ішін реісмдеу үшін POS-материалдар беру;
- әкімші мен сатушыны оқыту.

Бір дүкенді ашуға қажетті инвестиция көлемі: франшиза құны – $15000, жабдықты жөндеу құны – сауда алаңының кв.м. $500-$700, маусымдық коллекция құны – сауда алаңының кв.м. $800-$900, роялти – жұмыстың екінші тоқсаынан бастап дүкеннің ай сайынғы айналымынан 3%.
Өтелу мерзімі: 2-3 жыл.

5-мысал. Қазақстан

RED DRAGON

«Red Dragon» қазақстандық сауда маркасымен **«YVK Triumph international group» ЖШС** Fast food/Take away айқындамасы бойынша әрекет ететін халықаралы сауда желісін білдіреді – жылдам тамақтану орындары таралмалы орналастыру арқылы. Желіні 2009 жылы Алматыда Константином Авершин құрған. Желі үлкен емес вагондардан тұрады, олар көшеде қаланың түрлі бөлігінде орналасқан және қытай тағамын сатады.

Қазақстанда стрит-фуд форматында 11 орын және Алматы қ. 1 ресторан бар. Рсейде в г. Алматы. Ресейде франчайзингтік орын форматы бойынша Красноярскіде, Тюменьде, Ставрополде және Дондағы Ростовта ашылған. Франчайзиді іріктеу бойынша мәлімденген көрсеткіштер жоқ.
Франчайзи пакеті мынадай сатылардағы кеңестерден тұрады:

- жобалық құжаттаманы жасау, рұқсат құжаттамасын алу. Алматыда аспаз

қызметкерлерді оқыту;

- өндірістік базаны жөндеу және оның құрылысы;
- қажетті жабдықты сатып алу, маркетингтік стратегия әзірлеу.

Франшиза құны $70 мың бастап фуд-корт «толық аяқталған» және $100 мың және жоғары – сатулар орнының санына байланысты стритфудтың жеті орны үшін. Бұл соамаға паушалдық жарна, жеті фуд-корттан жұмысқа есептелген, брендтелген және жұмысқа толық жинақталған вагондар, сатушаларға арналған қыстық және жаздық киім, сондай-ақ әзірленген мәзір, калькуляциялық карталар, бизнес-жоспарға және компанияның барлық бизнес жүргізу құпияларына қолжетімділік. Орындар саны көбейгенде жеңілдік қарастырылған, Жыл сайынғы роялти төлеу мөлшері жеке талқыланады. Жыл сайынғы төлемдер орнына бір жолғы жарна төлеу қарастырылады.
Өтелу мерзімі 12 айдан бастап.

Пример 6. Казахстан

HAPPYLON

Happylon – бұл жабық ойын-сауық орталықтары жалпы ауданы 3500 бастап 5000 кв.м. дейін аттракциондары бар. Бренд 2006 жылы Алматыда құрылған.
Қазақстанда Астанада, Алматыда, Шымкентте, Актөбеде 6 саябақ жұмыс істейді. 7 саябақ Ресей мен Украинаның франчайзинг жүйесі бойынша ашылды.
Франчайзи іріктеу көрсеткіштері тапсырылмаған. Франчайзи пакеті жеке келісіледі.

<u>Франшиза талаптары - үш модель:</u>

1. Бастапқы жарна:

- 2500 кв.м. дейін - $350000 (300000 адам халқы бар аумақ үшін);
- 2500 кв.м. бастап - $450000 (700000 адам халқы бар аумақ үшін);
- 5000 кв.м. бастап - $550000 (700000 адам халқы бар аумақ үшін.

2. Инвестициялар: $1500-2000/кв.м. (құрылыс құрастыру жұмыстары ескерілмеген).
3. Роялти – айына айналымнан 3%.

Инвестициялардың қажетті жалпы көлемі: в среднем от $5000000.
Жобаны жүзеге асыру мерзімі - 8-12 ай. Өтелу мерзімі - 4-7 жыл.

7-мысал. Қазақстан

РОМАТ

«Ромат» фармацевтическая компаниясы 1992 жылы құрылған, Қазақстан мен Орта Азия нарығының жетекшісі болып табылады. «Ромат» ФК шығаратын өнімінің жалпы түрі – 150 атау.
Производство Компания өндірісі 3 ірі зауытпен берілген, олар GMP өндірістік тәжірибе талаптарына сәйкес белгілі әлемдік өндірушілердің қазіргі заманға жабықтарымен жабдықталған.
Павлодарский фармацевтикалық зауытының өндірісиік қуаты – жылына 300 млн. таблетка және 100 млн. капсула.

Семейдегі медициналық заттар зауытының құрамына мыналарды өндіретін цехтар кіреді: инфузиондық, гален-орау және ферментативтік дәрілерді, гематоген өндіруші цех. Зауыт дәрілердің 90 атауын шығарады.
Компания филиалдары Қазақстанннның 18 ірі қалаларында орналасқан: Алматы, Астана, Ақтөбе, Ақтау, Атырау, Жезқазған, Қарағанды, Қостанай, Көкшетау, Қызылорда, Павлодар, Петропавловск, Семипалатинск, , Шымкент, Тараз, Орал.
Компания клиенттері дәріханалар, дәріханалық желілер, ұсақ- және ірі көтерме компаниядар, тауарды ұтып алған тендер шеңберінде және орталықтандырылмаған сатып алу бойынша сатып алатын емдеу-сауықтыру мекемелері.

«Ромат» дәріханаларының фирмалық желісі 38 жеке дәріханадан және **3 франчайзингтік дәріханадан тұрады.**

Франшизаларды өңірлік орналастыру. Франчайзингтік жүйелерді Қазақстан ішінде орналастыру туралы айтсақ, франчайзингтің өңірлік орталықтары Қазақстанның саны мен табыс деңгейі бойынша төрт ең ірі қалалары: Алматы, Астана, Шымкент, Қарағанды, сондай-ақАтырау, халқының табысы орташадан жоғары республиканың мұнай шығаратын неркәсібінің орталығы ретінде.

Қазақстан өңірлері табыстар мен кәсіпкердік белсенділік деңгейі бойынша күрт ерекшеленеді. Елдіің эконоамикалық әулеттік жартысы (47,3%) жоғарыда айтылғандай 4 өңірге жинақталған, олардың халқының саны 3 млн. Дамаға жуық, яғни Қазақтан халқының бесінші бөлігі елдің барлық табысының 50% әкеледі. Ең үлкен үлесті салмақты Астана және Алматы, индустриалды өңірлер алады. Қалған төрт аграрлық өңірлерге ЖІӨ 11,7 % келеді. Халықтың әр басының жалпы өңірлік өнімі бойынша Атырау облысы Жамбыл облысынан 10 есе асады.

Қазақстанда франчайзингті салалық шолу. Қазіргі уақытта Қазақстанда франчайзинг экономиканың барлық салаларында пайдаланылады және сауда секторын, халық пен бизнеске арналған түрлі қызметтерді, түрлы өндірістік салаларды. Франчайзингтік қатынастар 2012 жылғы қазандағы шағын жәнеорта бизнес үлесінде 2011 жылғы ұқса уақыттағы 3,5% салыстырғанда 7%.

Қазақстандағы франчайзингтік қатынастардың өсу қарқыны және 2016 жылға дейінгі болжам «Франчайзинг кеңкесінің» мәліметтері бойынша 24-кесетеде берілген.

24-кесте

Қазақстандағы франчайзингтік қатынастардың өсу қарқыны

№	Көрсеткіш	2010	2011	XII, 2012	2016, «ДАМУ» қорының қолдауымен	2016, қодаудың басқа шараларын енгізу кезінде *
1	**ШОБ құрылымында және субъектелір саны бойынша франчайзингтік қатынастардың үлесі, %**	**3,0**	**3,5**	**7,0**	**15,0**	**20,0**
2	**Шетелдің франшизалар саны**	**220,0**	**240,0**	**350,0**	**500,0**	**600,0**
3	**Өз франшизалары бар немесе әзілейтін қазақстандық компаниялар саны**	**9,0**	**11,0**	**30,0**	**100,0**	**150,0**
4	**Шетелде берілген қазақстандық франшизалар саны**	**2,0**	**4,0**	**15,0**	**20,0**	**30,0**
5	**Франчайзинг секторныдағы айналым, млрд. $**	**0,85**	**0,9**	**1,0**	**1,2**	**1,4**
6	**Құрылған жұмыс орындарының саны**	**20000**	**22000**	**25000**	**30000**	**35000**

* *Франчайзинг дамытудың мемлекетітк бағдарламасын енгізу, мысалы, франчайзинг шарты негізінде жоба құнынан 30% мемлекеттік қайтарылмайтын дотация, егер франшизаны банк, «ДАМУ» қоры, «Франчайзинг кеңесі» аккредиттеген болса.*

Кәсіпкерлер мен старт-аптарды – ықтимал франчайзиді банктік қаржыландыру.
Внедрение образовательных программ по Франчайзинг бойынша білім беру бағдарламаларын оқыту-білім беру мекмелеріне енгізу, франчайзинг бойынша мамандар дайындау.
Басқа шаралар.

Қазақстанның франчайзинг ұсыныстарының ерекшеліктері

Республикада тауарлық франчайзинг аса дамыған. Франшиза бойныша киім, парфюмерия дүкендері, медицина оратлықтары ашылады, риэлтерлік қызметтер көрсетіледі. **Қазақстанда** ресторандық **франшизалар** да әйгілі. Саланың ең негізгі ерекшеліктерінің бірі- сублицензиялық. Халықаралық бренд иелерінің көбі жергілікті кәсіпкерлермен тікелей ынтымақтастықта болғысы келмейді, сондықтан мастер-франшизаға (субфраншизаға) ие ресей және түрік компаниялары арқылы жұиһмыс істейді. Қазақстандық франчайзилер бұл жағдайда субфранчайзи болады.

Қазақстан үшін *франчайзинг ұсыныстардың басым үлесі* Ресейден келеді. Бұл беталыс осы күнге дейін сақталып келеді. Біздің елімізде 110 аса ресейлік франчайзерлер жобасы жүзеге асырылды. Олардың ішінде Оранжевый слон, 33 пингвин, Бегемотик, Эконика, Красный куб, Шоколадница және басқалары. Жуық уақытта Қазақстан нарығына тағы да 30 ресей брендінің шығуы жоспарлануда.

АҚШ Қазақстанда 50 желіні дамытуда, оған 250 франчайзингтік орын, кіреді. Американдық франшизалар санынан артта қалды, бірақ айналым бойынша айтарлықтай басып озды. Олардың үлесі - франчайзингтің жалпы айналымында ең айтарлықтай. Бұл таңғларлықтай да емес, өйткені елде Coca-Cola сияқты мега бренд бар. Ресейде 16 Coca-Cola зауыты салынған, бірақ олардың бәрі «Кока-Кола ЭйчБиСи Евразия» - грек Coca-Cola Hellenic Bottling Company S.A. еншілес компаниясының меншігі. Яғни бойынша жұмыс сітемейді. «Баскин Роббинс» американдық франчайзингі Ресей команиясы алға жылжытса да айналымға қомақты үлес қосады.

Ресей мен АҚШ-тан кейін Қазақстанда брендтерінң барлығы бойынша еуропалық елдер алда келеді: Ұлы Британия, Германия, Франция, Италия. «Еуропалық блок» 120 франшиза ұсынады, ол бойынша 300 аса орын ашылған. Негізінде бұл сән бутиктер, сұлулық салонадры, парфюмерия дүкендері. Осылай өз *бизнес ойларын Қазақстанда* Түркия, Израиль, Жапония, Австралии және басқалардың инвесторлары алға жылжытуда (25-кестені қараңыз)

25-кесте

Қазақстандық нарыққа әлі енбеген қоғамдық тамақтанку саласындағы франшизалар тобы

Наименование	Франшиза құны, $	Роялти, %	Бизнес ашудың жалпы құны, $*
Applebee's	35 тыс.	4	6843400
Papa Murphy's	15 тыс.	7	39671
Cici's Pizza	30 тыс.	от 4 до 6	624973
Great Wraps	19,5 тыс.	5,5	3657
Sonic	30 тыс.	от 2 до 5	3398800
Subway	12 тыс.	8	300000
Big Apple Bagels	25 тыс.	5	3748
McDonald's	до 1 млн.	До 12,5	950000
Tropical Smoothie Cafe	25 тыс.	6	4242
7-Eleven	до 1,5 млн.	варьируется	1635200
Auntie Anne's	30 тыс.	7	3676

*Бағалар өңірге байланысты өзгеруі мүмкін

Қазақстан Республикасындағы құқықты реттеу. Қазақстан Республикасындағы франчайзингтік қатынастарды реттеуші негізгі нормативтік-құқықтық актілер:

- Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексі (ерекше бөлігі) 1999 жылғы 1 шілдедегі № 410-1, 45-тарау («Кешендік кәсіпкерлік лицензия»), бұл тарауда в данной франчайзинг шарттарының объектілері, тараптардың негізгі құқықтары мен міндеттері, шарттарды ресмідеу.
- Азаматтық Кодекстің 902-бабы «Кешендік кәсіпкерлік сублицензия» түсінігіне анықтама береді, лицензиаттың (франчайзи) сублицензия беру мүмкнідігін сипаттайды (субфраншиза).
- Қазақстан Республикасының 2002 жылғы 24 маусымдағы №330 «Кешендік кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» Заңы. Бұл Заң кешендік кәсіпкерлік лицензияны іске асырумен байланысты қатынастарды реттейді және франчайзингтік қызметті дамытуға және қолдау көрсетуге бағытталған. Заң кешендік кәсіпкерлік лицензия шартының мазмұнын, сондай-ақ мемлекеттік оргнадардың Қазақстан Республикасында кешендік кәсіпкерлік лицензияны дамыту және қолдау көрсетудегі рөлін анықтайды.
- Қазақстан Республикасының 1999 жылғы 26 шілдедегі № 456-I «Тауар белгілері, қызмет көрсету белгілері және тауардың шығу орнының атаулары туралы» Заңы. Бұл заңда зияткерлік меншік пен тауар белігісн қорғау тәртібі көрсетілген.

Правовые вопросы Франчайзингтің құқықтық мәселелері тікелей зияткерлік меншікті қорғау (патенттерді, жаңалықтарды, сауда белгілерін және атауларын және басқаларды қорғау) негіздеріне тікелей қатысты. Зияткерлік меншіктің дүниежүзілік ұйымы (ЗМДҰ) құрған Конвенцияның 2-бабының VIII т. зияткерлік меншіе түсінігі аса толық түрде ашылған. Онда зияткерлік меншік әдеби, көркем және ғылыми шығармаларға; артистердің орныдаушылық қызметіне, дыбыс жазу, радио- және теледидар хабарларына, адам қызметінің барлық салаларндағы өнертапқыштыққа, өнеркәсіптік үлгілерге, ғылыми жаңалықтарға, тауар белгілеріне, қызмет көрсету белгілеріне, фирмалық тауларға және коммерциялық белгілеулерге, адал емес бәскелестікке қарсы қорғауға қатысты құқықтар, сондай-ақ өнідірістік, ғылыми, әдеби жәіне көркемсурет саласына қатысты басқа барлық құқықтар көрсетіледі. Аталған Конвенцияда Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексіндегідей «зияткерлік меншік» термині шығырмашылық қызмет нәтижелеріне және оған теңестірілген кейбір объектілерге барлық құқықты белгілей отырып, жинақты мәнде пайдаланылады. Конвенциядағы ерекше құқықтардың нақты түрлерінің тізбесі үлгі сипатта және зияткерлік қызметтің басқа нәтижелерімен оңай толықтырылуы мүмкін. ЗМДҰ мүшелеріне өз елдерінде Конвенцияда айтылған барлық құқықтарды қамтамасыз ету жүктелмейтіні жәнеоларлың қорғалатын зияткерлік меншік объектілері шеңберін өздері анықтайтынын көзге көрнекті. Соңында тіпті өте күшіті тілек білдіру кезінде де зияткерлік меншік пен меншік құқығының дәстүрлі мәндегі түсінігінің қандай да бір байланысын (таза терминологиялық ұқсастықтан басқа) көру қиын.

ТМД елдерінің жергілікті нормативтік-құқықтық актілерінің салыстырмалы талдауы. Нормативтік-құқықтық актілердің (НҚА) мәліметтерін жетілдіру қажеттігін түсіну үшін ТМД елдерінің – Ресей, Украина, Беларусь, салыстармалы талдауы жүргізілді. Бұл елдер олардың азаматтық-құқықтық жүйелерінің Қазақстан Республикасындағы жүйемен ұқсас екеніне байланысты таңдалды, ал Ресей мен Украина бізлің елімізбен салыстырғанда франчайзингтік қатынастардың дамуында алға жылжыды. Беларусь Қазақстанның Кедендік Одағы және ЕАЭК бойынша серіктесі болғандықтан таңдалды.

Қарстыру үшін ҚР нормативтік-құқықтық базасынан ерекшеленетін және қарастырған жөн тармақтар ғана іріктеп алынды (26-кестені қараңыз).

Бұл зерттеуді дайындау бойынша мынадай НҚА пайдаланылды:

- 1999 жылғы 1 шілдедегі Азаматтық Кодекс;
- ҚР 2002 жылғы 24 маусымдағы №330 «Кешендік кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» Заңы ;
- ҚР 2008 жылғы 25 желтоқсандағы №112-IV «Бәскелестік туралы» Заңы (07.03.2014 ж. жағдайға сәйкес өзгерістерімен және толқытыруларымен бірге);
- РФ Азаматтық Кодексі (II бөлім), 54-тарау «Коммерциялық концессия»;
- Украинаның 2013 жылғы 16 қаңтардағы Азаматтық Кодексі.
- Беларусь Республикасының 1998 жылғы 7 желтоқсандағы Азаматтық Кодексі.

26-кесте

Франчайзингтік шарттар жасау тәртібін реттейтін ТМД елдерінің нормативтік құқықтық актілері

Ел	Франчайзингтік шарттар жасау тәртібін реттейтін ТМД елдерінің нормативтік құқықтық актілері		
	Азаматтық кодекс	Арнайы заңдар	Шарттарды тіркеуге қатысты нормативтік актілер
Қазақстан Республикасы	Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексі (ерекше бөлігі) 1999 жылғы 1 шілдедегі № 410-1, 45-тарау («Кешендік кәсіпкерлік лицензия»)	Қазақстан Республикасының 2002 жылғы 24 маусымдағы №330 «Кешендік кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» Заңы	Жоқ
Ресей Федерациясы	РФ Азаматтық Кодексі (II бөлім), 54-тарау «Коммерциялық концессия»	Жоқ	Роспатенттің 29.12.2009 ж. № 186 «Зияткерлік қызмет немесе жекешелендіруі құралы нәтижелеріне ерекше құқықпен ие болуы туралы шарттарды тексеру мәселелері бойынша ұснысытарды бекіту туралы» бұйрығы
Беларусь Республикасы	Беларусь Республикасының 7.12.1998 г. № 218-З «Кешендік кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» Азаматтық Кодексі	Жоқ	Беларусь Республикасының Министрлер Кеңесінің 21.03.2009 г. № 346 « Лицензиялық шарттарды, беру шарттарын, объектіге құқық кепілі шарттарын, өндірістік меншік және кешенді кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) шарттарын тіркеу туралы» қаулысы; Беларусь

			Республикасының Ғылым мен технологиялар жөніндегі мемлекеттік комитетінің 15.04.2009 г. № 6 « Лицензиялық шарттарды, беру шарттарын, объектіге құқық кепілі шарттарын, өндірістік меншік және кешенді кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) шарттарын тіркеу туралы» қаулысы
Украина	Украинаның 16.01.2003 ж. № 435-IV азаматтық Кодексі, 76-тарау «Коммерциялық концессия» Украинаның 16.01.2003 ж. № 436-IV Шаруашылық кодексі, 36-тарау «Шаруашылық жүргізудің басқа субъектілерінің құқықтарын кәспкерлік қызметте пайдалану (Коммерциялық концессия)»	Жоқ	Отсутствует

Кесте ТМД елдерінің франчайзингтік заңнамасының ережелерін және В.В Панюкованың мақаласын талдау негізінде жасалды. Франчайзинг үшін жауа саудалық кеңістік// Саудалық құқық, №6, 2012. , с. 75-94

26-кестеде көрінгендей барлық көрсетілген елдер , франчайзингтік қатынстарды Азаматтық кодекске реттеу ережесін енгізді. Қазақстан айтылғандардың ішіндегі Азаматтық кодекс ережелерін толықтыруға және нақтылауға франчайзинг туралы заң әзірлеген бір ғана ел. Бұл уақытта Ресей мен Беларусь Азаматтық кодекспен шектелді, бірақ франчайзерлік шарттарды тіркеу тәртібі туралы қам жасады.

Бұдан әрі жоғарыда көрсетілген елдердің заңнамасы бойынша франчайзингтік шарттарды тіркеу қажеттігін қарастырамыз (27-кестені қараңыз).

27-кесте

Франчайзингтік шарттар тараптары, нысаны және тіркеу тәртібі

Салыстырмалы сипаттамалар	Шарт тараптары	Шартнысаны және тіркеу
Қазақстан Республикасының «Кешендік кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» Азаматтық Кодексі	Жеке және заңды тұлғалар,	Жазбаша нысанда жасалады.
Ресей Федерациясы	Коммерциялық ұйымдар	Шарттың жазбаша

Республикасының Азаматтық кодексі	мен жеке кәсіпкер ретінде тіркелген азаматтар	нысанын сақтамау оның жарамсыздығына лаып келеді. Мұндай шарт қажетсіз деп саналады. Договор Коммерциялық концессия шарты зитякерлік меншік бойынша атқарушы органның федералды *органанында мемлектетік тіркеуден өткізілуі тиіс*.
Беларусь Республикасының Азаматтық Кодексі	Коммерциялық ұйымлар және жеке кәсіпкерлер предприниматели	Жазбаша нысанда жасалады. Заңнамада белгіленген тәртіппен патенттік органда тіркелуі тиіс.
Украина Республикасының Азаматтық Кодексі Хозяйственный кодекс Украинаның Шарауашылық кодексі	жеке кәсіпкерлік субъектілері болып табылатын жеке жәе заңды тұлғалар	Жазбаша нысанда жасалады. Құқық иеленушіні мемлекеттік тіркеуді іске асыратын орган мемлекеттік тіркедуен өткізуге тиіс. Егер құқық иесі шетелдік мемлекетте тіркелген болса, коммерциялық концессия шарты пайдаланушыны мемлекеттік тіркеуді іскеасыратын органда шартты тіркеуі тиіс.

Кесте ТМД елдерінің франчайзингтік заңнамасын талдау негізінде жасалған

27-кесте мәліметтерінде көрінгендей, талдау жасалған елдердің ішінде тек Қазақстанда франчайзингтік жүйе субъектілері арасындағы қатынастарды реттейтін шарттарды міндетті түрде тіркеу бойынша талап жоқ. Алайда М.К.Сүлейменов пен Ю.Г.Басин дайындаған Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексіндегі Түсініктемелерде (ерекше бөлігі) «Қазақстан Республикасы мен Ресей Федерациясы арасындағы франчайзинг қатынастардыг дамуын алндын ала болжай отырып және бірегейлендіру мақсатында франчайзингтік қызметті қамтамасыз теу заңнамасына кешенді кәсіпкерлік лицензия шартарын тіркеу қажеттігін енгізген жөн».

Көзі: М.К. Сүлейменов және Ю.Г. Басин. Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексіне Түсініктеме. Негізгі бөлігі. – http:/online.zakon.kz/Document/?doc_id=1024873&sublink=450000

Франчайзингтік қатынастарды реттейтін шарттарды мінедетті түрде реттеу қажет, өйткені оның жоқтығы уақыт өткен сайын франчайзинг саласында махинация санының өсіне алып келуі мүмкін және соның салдарынан Қазақстанда франчайзинг жолында қосымша әлеуметтік-психологиялық кедергі қалыптасуы мүмкін.

Ұсыныс: *Франчайзингтік қатынастарды реттейтін шарттарды міндетті түрде тіркеу жүйесін енгізу мүмкіндігін қарастыру.*

Ресей мен Украинада «франчайзингтік шарт» орнына нормативтік базаға «коммерциялық концессия шартын» енгізді, Қазақстанда, Белоруссияда, Өзбекстанда, Қырғыз Республикасы – «кешендік кәсіпкерлік лицензия шарты». Көптеген елдерде жақшада дәл осы шарттардың франчайзингтік қатынастарды реттейтінін нақтылау жүргізіледі. Мұндай тәсіл ұлттық және шетелдік терминологиялық базаны үйлестіру қажеттігін үйлестіру қажеттігімен және дәстүрлі лицензиялық қатанастар саласындағы ұлттық заңана мен франшизаларды сатып алу-сатумен байланысты жаңа қатанстарға қатысты өзара байланыс пен сәйкестікті анықтаумен түсіндіріледі.

Бұдан әрі франчайзинг шартын қарстырайық (28-кестені қараңыз).

28-кесте

Франчайзингтік шарттар мәнін салыстыру

Ел	Шарттың мәні
Қазақстан Республикасы	*Ерекше құқықтар кешені (лицензиялық кешен)*, атап айтқанда лицензиардың фирмалық атауын және күзетілетін коммерциялық ақпаратты, сондай-ақ шартта қарастырылған ерекше құқықтардың басқа объектілерін (тауарлық белгі, патенттің қызмет көрсету белгісі және т.б.) пайдалану.
Ресей Федерациясы	Кәсіпкерлік қызметте *құқық иеленушіге тиесілі* тауарлық белгі, патенттің қызмет көрсету белгісінен тұратын ерекше құқықтар кешенін, сондай-ақ шартта қарстырылған ерекше құқықтардың басқа объектілеріне құқықты, атап айтқанда коммерциялық белгілеу, өндіріс құпиясын (ноу-хау) пайдалану
Беларусь Республикасы	*Ерекше құқықтар кешені (лицензиялық кешен)*, атап айтқанда құқық иесінің фирмалық атауын және ашылмаған ақпаратты, оның ішінде өндіріс құпиясын (ноу-хау), сондай-ақ франчайзинг шартында қарстырылған зияткерлік меншіктің (тауарлық белгі, қызмет көрсету белгісі) басқа объектілерін пайдалану
Украина	Тараптың талаптарына сәйкес *осы тарапқа тиесілі құқықтар кешенін* пайдалану құқығы. Мәні зияткерлік меншік (сауда маркасы, өнеркәсіптік үлгі, өнертапқыштық, шығароамлар, коммерциялық құпия және т.б) құқығының объектісін, коммерциялық тәжірибені және іскерлік беделді пайдалану құқығы.

Кесте ТМД елдерінің франчайзингтік ережесін талдау негізінде жасалған

28-кестеде келтірілген мәліметтерге қарай франчайзингтік субъектілер арасында шарт жасалады, оған сәйкес ерекше құқықтар кешені (лицензиялық кешен) беріледі, ол тауралық белгіден, қызмет көрсету белгісінен, коммерциялық белгілеуден, , ноу-хау және т.б. тұрады, бұл тағы да франчайзинг тауары кешенді лицензиялық шарт болып табылады деген тезисті растайды.

Қазақстан Республикасынлағы қатынстарды реттеумен байланысты қатынастарға түсінік бере отырып, М.К. Сүлейменов пен Ю.Г. Басин франчайзингте сөз жай лицензия туралы ғана емесе кәсіпкерлік лицензия туралы деп айтады. Яғни бұл шарт тек кәсіпкерлік қызмет – бастамашылдық қызмет саласында ғана мүмкін болады, оның негізгі мақсаты кіріс алу. Осыдан шарт тараптары тек кәсіпкрелер болатыны белгілі. «Кешенді» термині пайдалануға бір ғана емес бірнеше (бірақ екіден аз емес) ерекше және оларға ілеспе құқықтар беріледі дегенді түсіндіреді.

Көзі: Сулейменов М.К. и Басин Ю.Г. Қазақстан Республикасы Азаматтық кодексінің Түсіндірмесі. Жалпы бөлім. http:/online.zakon.kz/Document/?doc_id=1024873&sublink=450000

29-кестеде франчайзинг шарты талаптарының салыстырмалы сипаттамасы берілген.

29-кесте

Франчайзинг шартының негізгі талаптарының салыстырмалы сипаттамасы

	Ақылылығы	Мерзімділігі	Қолданылу саласы	Пайдалану аумағы
Қазастан Республикасы	Сыйақы үшін де	Белгілі мезімге де мерзімсіз де	лицензиаттың кәсіпкерлік қызметінде пайдалану үшін	Қызметтің белгілі бір саласына қолданылатын пайдалану аумағын көрсетумен немесе көрсетпей (лицензиардан алынған немесе пайдаланушы өндірген тауарларды сату, басқа коммерциялық қызметті іске асыру, жұмыстарды орындау, қызмет көрсету)
Ресей Федерациясы	Сыйақы үшін	Мерзімге немесе мерзімін көрсетпей	Пайдаланушының кәсіпкерлік қызметінде пайдалану	Қызметтің белгілі бір саласына қолданылатын пайдалану аумағын көрсетумен немесе көрсетпей (лицензиардан алынған немесе пайдаланушы өндірген тауарларды сату, басқа коммерциялық қызметті іске асыру, жұмыстарды орындау, қызмет көрсету)
Республика Беларусь	Сыйақы үш	франчайзинг шартында анықталған мерзім немесе мерзімін көрсетпей	Пайдаланушының кәсіпкерлік қызметінде пайдалану	Кәсіпкерлік қызметтің белгілі бір саласына ерекше құқықты пайдалану аумағын көрсетумен немесе көрсетпей
Украина		мерзімге немесе мерзімін	Тауардың және сату және (немесе) қызмет көрсетудің	Азаматтық айналымның белгілі бір

		көрсетпей	белгілі бір түрін дайындау	саласына ерекше құқықты пайдалану аумағын көрсетумен немесе көрсетпей

Кесте ТМД елдерінің франчайзингтік ережесін талдау негізінде жасалған

29-кесте мәліметтеріне қарай франчайзинг шарттарының ақылы, мерзімді екеніне және белгілі бір аумақта немесе оны көрстпей жасалуы мүмкін екенін қорытындылауға болады. Бұрын атап өтілгендей франшизалар кәсіпкерлік қызметте қолдану үшін сатып алынады.

Бағаларды бақылау. Бұл желінің бүкіл субъектілеріне бірлескен маркетингтік кампаниялар жүргізуге және брендті түрлі компанияның ұсынатынына қарамастан бірыңғай бренд ретінде сөйлеу мүмкіндігі бар. Бірақ ҚР 2008 жылғы 25 желтоқсандағы «Бәскелестік туралы» заңына сәйкес одан аумақтық белгісі, сатып алу талаптары, саны, бағасы бойынша сатып алынған тауарларды қайта сатуға шектеу қою осы заңның 13-бабына «Басым немесе монополиялық жағдайды асыра сілтеу» түседі., Оған сәйкес құқық иесі тауар (жұмыс, қызмет) бағасын бағалауға құқығы бар шарттың талаптары жарамсыз деп танылады.

РФ 2011 жылғы Азаматтық кодексінде өзгерістер енгізілді, оларға сәйкес баға белгілеу мүмкіндігін тараптар концессия шарттарында айтылады.

Бүкіл франчайзингтік желедегі бірыңғай баға жасаудың жоқытғы тұтынушыға бүкіл желіні бірыңғай тұтас ретінде қабылдауға кедергі жасайды, сондай-ақ франчайзер жасаған бизнес-процесті бұзуы мүмкін, бұл уақыт өткеннен кейін франшиазаның әйгілілігін төмендетуге алып келуі мүмкін.

Ұсыныс: *ҚР Азаматтық кодексінде франчайзингтік қатанстар субъектілері үшін ожоғарыда көрсетілген шектеулерді алып тастау мүмкіндігін қарастыру.*

Франчайзердің франчайзиге міндетті түрде тұрақты қолдау көрсетуі. ҚР «Кешенді кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» заңында кешенді лицензиардың оқыту тұрығысынан 15-баптың 2-тармағымен: лицензиатты осы құқықтарды іске асырумен байланысты мәселелер бойынша оқыту және кеңес беру. Осы уақытта Ресейдің, Украинаның және Белоруссияның заңнамаларында коммерциялық концессия шартында өзгеше қарастырылмаса, құқық иеленуші пайдаланушыға тұрақты техникалық және кееңестік қолдау көрсетуге міндетті, оқытуды және қызметкерлер біліктілігін көтеруді қоса.

Құрастырудағы бұл айырмашылық франчайзердің роялти алуды жалғастыра отырып, франчайзи қызметерлеріне қолдау көрсетуді және біліктілігін көтеруді тоқтатады, сондай-ақ бақылау деңнейін төмендетеді. Бұл кешенді кәсіпкерлік туралы франчайзинг шарты нақты алғанда стандартты лицензиялық шартқа көшеді.

Ұсыныс: *Жоғарыда көрсетілген тармақты франчайзи (кешенді лицензиат) құқықтарын қорғауды көтеру үшін қайта қарастыру мүмкіндігін қарастыру.*

Шарт алдылық сатыда ақпаратты ашу. Қазақстанда және басқа қарастырылатын елдерде фпаншизаның айтарлықтай талаптары туралы ақпаратты ашу бойынша талап жоқ, бұл франчайзингтік нарықтың дамуы үшін айтрадықтай кедергі жасайды. Франшиза туралы ақпаратты коммерциялық құпияға сілтеме жасай отырып, толық ашпай франчайзер жалған франшизаның өсуіне ықпал етеді, сондай-ақ өз ұсынысы айналасында жағымсыз климат жасайды. Сатып алушының іс жүзінже сатылатын франшизаларды салыстыруға және және нақты табысты және сенімді франчайзер пайдасына негіздемеленген таңдау жасау мүмкіндігі жоқ болады. Нарықтағы мұндай жағдай толық

және сенімді ақпаратқа ие болмай ықтимал сатып алушы франчайзер аса қызықты суретті салған, мүмкін шындыққа сәйкес келмейтін, франшиза пайдасына таңдау жасайды.

Одним из последствий отсутствия правил раскрытия информации Франчайзердің ақпаратты ашу ережесі жоқтығы салдарларының бірі посткеңестік кеңстік елдерінің нарығында жалған франшизалар санының өсуі болып табылады. [В.В. Панюкова «Ресей мен шетелдегі франшиза нарығының екі шегі: тіркеу және ашықтық, «Саудалық құқық» № 4, 2012]

Мысалы Австралияда егер франчайзи шарт алдындағы сатыда франчайзерден франшиза туралы толық және сенміді ақпарат алмаса, мұндай шарт бұзылатын болады немесе ішінара жарамсыз деп танылады, ал франчайзи шығынның өтеуі алады. Сондай-ақ соттық тәртіппен франшизаны әрі қарай сатуға тыйым салынуы мүмкін.

Қазақстанда шарт алдындағы сатыда франчайзерден франшиза туралы ақпаратты ашу тәртібін реттеу туралы талаптарды енгізу франчайзингтік нарықтың дамуына және ұсыныстар бәсекеге қабілетті болса, ұлттық франшизалардың өсуіне ықпал ететін болалы.

Ұсыныс: *Шетелдік тәжірибеше негізделе отырып, Қаақстан Республикасында шарт алдындағы сатыда франшиза туралы ақпаратты ашу тәртібінің ережелері мен стандарттарын енгізу мүмкіндігін қарастыру.*

Франчайзингке мемлекеттік қолдау көрсету әлемдік тәжірибеге сәйкес жалпы кәсіпкерлікке қолдау көрсетуден бөлінбейді, яғни франчайзинг ынталандыру бойынша барлық бағдарламалар шағын және орта кәсіпкерлкті дамыту бағдарламаланың баламасы болып табылады. Бұл толық қисынды, өйткені франчайзинг кәсіпкерліктің ажыратылмас бөлігі болып табылады және кәсіпкерлік алаңда әрекет етуге тиіс.

Егер елде кәсіпкерліктің дамуы үшін жағымды атмосфера құрылса, онда франчайзинг қарқынды дамитын болады.

Қазақстан Республикасында франчайзингтік қатынастарға мемлекет заңнамалық деңгейде және даму бағдарламалары арқылы қолдау көрсетеді. Қазақстан Республикасының 2002 жылғы 24 маусымдағы N 330 «Кешендік кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» Заңының 4-тарауында франчайзингтік қатынастарға мемлекеттік қолдау көрсету айқындамалары мен шаралары туралы айтылады.

Алғашқы рет Қазақстандағы франчайзингтік қатынастарды дамыту және реттеу қажеттігі **«Қазақстан Республикасының 1999-2000 жылдарға шағын кәсіпкерлікті дамыту және қолдау көрсету мемлекеттік бағдарламасында»** айтылды, онда франчайзингтік қатынастарды дамытудағы шағын және орта бизнес рөлі белгіленеді.

Алайда бұл бағдарлама толық шамада франчайзинг мәселелерін реттемейді, ал негізгі күш лизингтік қатынастарды реттеуше салынады. Бұл негізінде таң қаларлық емес, өйткені лизинг мәселесі мен оны қолдану тәжірибесі 90 жылдардың соңы мен 2000 жылдардың басында франчайзингтің тарау деңгейімен салысытыруға келмейді. Өйткені жоғарыда көрсетілген бағдарламаның 2.4.1 тармағында франчайзингтің тек негізіг түсініктері ашылады және франчайзингтік қатынастарды дамыту бойынша жалпы ұсыныстар берілген. Бірақ мемлекеттік бағдарламаның оң сәттерін – Қазақстанда франчайзингтің кең тарауына жалпы бағытты қалыптастыруды айта кеткен жөн. Мемлекеттік бағдарлама франчайзинг шарты бойынша қатынстарды реттемейді, ал көбіне әрі қарай франчайзингтік заңдық кеңістік деп аталатын қалыптастыру негіздерін қалайды. [www.adilet.zan.kz/rus/docs/U980004189]

«Қазақстанның 2030 жылға дейін даму стратегиясында» дамудың бірінші кезектегі міндеті өндірісті құруды және жоғары технологиялық өнімді игеруді, оның ішінде франчайзинг талаптарымен патенттер мен лицензиялар алуды қалыптастыруға қатысты атап өтіледі. Стратегияда сондай-ақ ілеспе сервис желісін құруда қарастырлыған: қонақүй, мотельдер, кемпингтер, жылдам тамақтану кәсіпорныдары, тұрмыстық қызметтер. Салаға, қонақүйлік бизнесте және т.б. франчайзинг туралы нормативтік құқықтық акітлерді дайындау және қабылдау арқылы шағын бизнес субъектілерін тарту.

Көзі: Еліміздік Президентінің Қазақстан халқына 10.10.1997 жылғы «Қазақстан-2030» жолдауында айтылған Қазақстанның 2030 жылға дейін даму стратегиясы. www.arhiv.pavlodar.gov.kz/orgs/1/files/.../file_15_kazahstan2030.doc

«Қазақстан Республикасының 2013-2015 жылдарға индустриалдық-инновациялық даму стратегиясында» даму үшін талаптар құру қарастырылады: лизинг бойынша жабдық пен технология сатып алу есебінен орта және шағын бизнесте инновациялық және ғылым қажетті өндірістер және франчайзингтік қатынастарды және ірі өнеркәсіптері бар шағын бизнес кооперацияларын кең тарату.

Көзі: Қазақстан Республиксы Президентінің 17.05.2003 жылғы № 1096 жарлығымен бекітілген. www.nauka.kz/about/legislation/kz/zakon9/2/

«Қазақстан Республикасының 2013-2014 жылдарға жылдамдатылған индустриалдық-инновациялық даму бойынша мемлекеттік бағдарламасында» «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ кәсіпкерлікке қолдау көрсету іс-шараларына қолдау көрсету шеңберінде франчайзингті дамытуды іске асыру керек екеенін белгілейді.

Көзі: Қазақстан Республиксы Президентінің 19.03.2010 жылғы № 958 жарлығымен бекітілген. Қазақстан Республикасының ресми сайты www.ru.government.kz/resources/docs/doc12

Индустриалдық-инновациядық даму шеңберінде мемлекеттік қолдау көрсетудің нақты құрладарын және олардың франчайзингке қолдау көрсету шарларындағы орнын қарстырамыз.

«Бизнестің жол картасы - 2020» бағдарламасы

Бұл бағдарламада франчайзингті дамыту бойынша шаралар жазылмағанына қарамастан бағдарламаның сапалы кәсіпкерлік нарықты дамыту бағдарламасының маңызы өте зор, бұл франчайзингты дамыту үшін жағымды негіз болып табылады. Бүгінгі күнде бұл кәсіпкерлікті дамыту бойынша аса ауқымды және жан-жақты бағдарлама.[www. http://business.gov.kz/ru/dkb2020/]

Бағдарлама шеңберінде **франчайзингке қолдау көрсетудің екі құралын** айтып өтейік:

1) Франшизаға құқық сатып алуға мемлекеттік гранттар беру.
2) «Іскерлік байланыстар» жобасы шеңберінде франшизалар сатып алу мәселелері бойынша іскерлік байлансытарды орнату мүмкнідіктері.

Бағдарлама мақсаты: Әрекет етуші жұмыс орындарын сақату және жаңасын құру, сондай-ақ экономиканың шикізаттық емес секторларында өңірлік кәсіпкерліктің тұрақты және теңгермелі өсуін қамтамасыз ету.

***БЖК-2020 4 бағыты*:**

1) *Жаңа бизнес-бастамаларға қолдау көрсету.*
2) Кәсіпкерлік секторды сауықтыру.
3) Экспортқа бағдарланған өндіріске қолдау көрсету.
4) *Кәсіпкерлік әлеуетті күшейту.*

«Жаңа бизнес-бастамаларға қолдау көрсету» бағдарламасын жүзеге асыру ***шеңберіндегі мемлекеттік қолдау көрсету:***

- *Банктер/ Даму Банкі/Лизингтік компанияларлдың қаржылық лизинг шарты/кредиті бойынша жобаларды жүзеге асыру үшін номиналдық сыйақы мөлшерлемесін субсидиялау;*
- *Банктердің/ Даму Банкінің кредиттері бойынша жобаларды жүзеге асыруға бағытталған кредиттері бойынша ішанара кепілдік беру;*
- *өндірістік (индустриалдық) инфрасқұрылымды дамыту;*
- ***мемлекеттік гаранттар беру.***

Гранттар беру талаптары мынадай:

Бір кәсіпкер үшін гранттың ең үлкен сомасы 3 млн. теңгеден аспайды. Гранттар түріндеші қолдау көрсету шараларын қаржыланыдру республикалық бюджет есебіен.

Грант қаржысын мемлекет мақсатты гарнаттар беруге кәсіпкерлер іріктеп алу бойынша өткізілетін конкурстардың қортындылары бойынша жергілікті атқарушы органдар арқылы мемлекет береді. Бұл ретте конкурсқа қатысудың міндетті талабы кәсіпкердің (жеке кәсіпкердің немесе заңды тұлғаның құрылатйшысының (құрылтайшыларының) «Бизнес кеңесші»/«Бизнес-кеңесші-І» немесе «Жас кәсіпкер мектебі» жобасы бойынша жаңадан бастаған кәсіпкерлерді қысқа мерзімді оқытудан өтуі міндетті талап болып табылады.

Бизнес-жобаның негізгі талаптары кәсіпкердің оны жүзеге асыру шығыстарын 10% кем емес мөлшерде, оның ішінде берілетін грант көлемінен жеке мүлікпен қосарлас қаржыландыру.

Кәсіпкерлер грант қажысын мынадай мақсаттарға пайдалануға тиіс:

- *негізгі қаржы мен материалдарды сатып алу;*
- *материалдық емес активтерді сатып алу;*
- *технология сатып алу;*
- ***<u>франшизаға құқық сатып алу;</u>***
- *зерттеу жұмыстарымен, жаңа технологяиларды енгіузмен байланысты шығыстар.*

Грант қаржысы жылжымайтын мүлік, жер телімін сатып алуға және жалдау ақысын төлеу ретінде пайдаланылмайды.

*<u>«Кәсіпкерлік әлеуетті күшейту» бағдарламасын жүзеге асырудың **төртінші бағыты шеңберіндегі** мемлекеттік қолдау көрсету:</u>*

- *кәсіпкерліккк қолдау көрсету инфрақұрылымын қалыптастыру;*
- *«Бизнес-Кеңесіш-І» жобасы шеңберінде негіздеріне оқыту;*
- *«Бизнес-Кеңесші-ІІ» жобасы бойынша кәсіпкерлерді оқыту;*
- *кәсіпкерлерді жекешелендіруге қатысуға дайындау;*
- *шағын және орта бизнес топ-менеджментіне оқыту;*
- *<u>шетелдік серіктестермен іскерлік байланыс орнатуға қолдау көрсету («Іскерлік байланыстар» жобасы);</u>*
- *жастар кәсәпкерлігін дамыту.*

Осы бағыттың көрсетілген құралдары бойынша бағдарламаның Операторы «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ.

Кәсіпкерлікке қолдау көрсету инфрақұрлыымын қалыптастыру кәсіпкерлік бастамасы бар кәсіпкерлерге және халыққа «бір терезе» айқындамасы бойныша қызметтер кешенін беруді қарастырады.

<u>Кәсіпкерлікке қолдау көрсету инфрақұрылымын қалыптастыру шеңберінде құрылады:</u>

1) *облыс орталықтарында және Астана, Алматы, Семей қ. кәсіпкерлеге қызмет көрсету орталықтары.*
2) *моноқалаларда, шағын қалаларда және аудан орталықтарында кәсіпкерлікке қолдау көрсету орталықтары.*
3) *Ауылдар мен кенттер деңгейінде кәсіпкерлікке қолдау көрсетудің мобильдік орталықтары.*
4) *Бизнес-инкубаторлар.*

Қызметтердің толық кешенін, оның ішінде франчайзинг бойынша кәсіпкерлер еліміздің барлық өңірлерінде «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ құрылған Кәсіпкерлер құзіреті орталықтарының желілері базасында ала алады.

«Бизнестің жол картасы – 2020» бағдарламасы франчайзингтің дамуы үшін жағымды ортаны құруда маңызды, бірақ франчайзинг тұқымы тек қаржылық демеуде ғана өнбейді, қаржылық емес қолдау көрсету – оқыту бағдарламалары: «Бизнес кеңесші»/«Бизнес-кеңесші-І» немесе «Жас кәсіпкер мектебі» жобаларының шеңберінде қарастырылған.

Оқыту бағдарламаларының шеңберінде кәсіпкерлер бизнес құру ерекшеліктерімен, оның ішінде франчайзинг жүйесі бойынша тереңдетілген түрде танысады.

«Іскерлік байланыстар» жобасы бірнеше сөздер айтуға ьұрарлық, ол жкономиканың басым секторлары шеңберінде жобаларға халықаралық және шетелдік ұйымдардың қолдау көрсетуімен шетелдік серіктестермен іскерлік байланыстар орнату есебінен қолдау көрсетуге бағытталған.

Жоба екі сатыдан тұрады:

1) *Бірінші саты Қазақстан аумағында іске асырылады.*

Бұл сатыда басшы қызметкерлер мен менеджерлердің біліктілігін бизнесті жүргізудің қазіргі әдістеріне, маркетингке, бизнес-серіктестермен және басқалармен іскерлік байланыс орнатуға бағытталған бизнес-тренингтер ұйымдастыру арқылы жүргізіледі. Оқыту процесінде жоба қатысушылары шетелдік және отандық бизнес-тренерлердің басшылығымен өз кәсіпорны дамуының бизнес-жоспарын әзірлейді.

Бизнес-тренингтер аяқталғаннан кейін жоба қатысушылары алынған кеңестерге сәйкес жобаны дербеспысықтайды және соңынан жобаның екінші сатысында конкурстық ірктеуге қатыса алады.

2) *Екінші саты жоба қатысушылары үшін шетелде бизнес-тәжіриден өтуді қарастырады, оның ішінде шетелдік серіктестермен іскерлік байланыстарды орнату үшін және мынлардан тұрады:*

- Осыған ұқсас саладағы шетелдік өнеркәсіптерде тәжірибеден;
- Мына мәселелер бойынша іскерлік байланыстарды орнату:
  - *а технология трансферті және жабдық сатып алу;*
  - *тауарлар, жұмыстар мен қызметтерді өзара жеткізу;*
  - ***франшизалар сатып алу;***
  - *халықаралық жәгн шетелдік ұйымдардың гранттарын алу;*
  - *бірлескен өнеркәсіптер құру.*

Кәсіпкерлерді дайындау және оларды әрі қарай шетелге тәжірибе алуға жіберу өңір қажеттіліктеріне белгілі бір мамандықтар бойынша, сонадй-ақ өңірдің дамуының басым бағыттарына сәйкес болуы тиіс.

Шетелде тақырыптық бизнес-тәжірибеден өту республикалық бюджеттен мақсатты трансферттер есебінен жергілікті атқарушы орган мен оператор («Даму» қоры) арсында тиісті шарт жасау арқылы іске асырылады және оның ішінде көліктік шығыстарды төлеуден тұрады. Жоба қатысушыларын шетелде тәжірибеден өткізу қызметі байланысты жәе байланысты емес гранттар есебінен қаржыландырылады.

[Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2010 жылғы 13 сәуірдегі № 301 «Бизнестің жол картасы 2020» бағдарламасын бекіту туралы (11.07.2014 ж. сәйкес өзгерістерімен және толықтыруларымен бірге)]

2012-2020 жылдарға моноқалаларды дамыту бағдарламасы

Бұл бағдарлама франшизаға құқық сатып алуға гранттар беруді қарастырады.

2012-2020 жылдарға моноқалаларды дамыту бағдарламасы моноқаллаардың орташа және ұзақ мерзімді перспективада әлеуметтік-экономикалық тұрақты дамуына бағытталған. Бағдарлама 4 негізгі бағыттан тұрады:

1) Тұрақты жұмыс істецтін өнеркәсіптердің өнідірістік сыйымдылығына байланысты моноқалаларды оңтайландыру;
2) *Моноқалалар халқының жұмыспен қамтылуының оңтайлы құрылымын қамтамасыз ету үшін экономиканы әртараптандыру және шағын және орта бизнесті дамыту*;
3) Моноқалалардың еңбек ресурстарының мобильділігін көтеру, әлеуметтікэкономикалық жоғары дамыған елді мкендерге және экономикалық өсу орталықтарына ерікті түрде көшуді ынталандыру;
4) Моноқалалардың халқытың оңтайлы санын есептеумен әлеуметтік және инженерлік инфрақұрылымын дамыту.

Уәкілетті орган Қазақстан Республикасының Өңірлік даму министрлігі болып табылады.

Қаржы агенті «Бизнестің жол картасы 2020» бағдарламасы шеңберінде функцияларды іске асыратын «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ .

2-бағыт шағын және орта бизнесті моноқалаларда дамытуды жандандыруға бағытталған бірқатар бағдарламадан тұрады:

- Кредиттер бойынша пайыздық мөлшерлемелерді субсидиялау.
- Өндірістік (индустриалдық) инфрақұрылымның дамуы.
- *Жаңа өндірістер құруға гранттар беру.*
- Серіктестік бағдарламаларын дамыту.
- Шағынкредит ұйымдарымен бизнес-инкубаторлар құру.
- Кәсіпкерлікті дамыту орталықтарын құру.
- Дербес айналысатын, жұмыссыз және аз қамтамасыз етілген халықтың кәсіпкерлігін дамытуға қолдау көрсету.

«Жаңа өнідірістер құруға гранттар беру» бағдарламасы шеңберінде жаңа өндірістер құруға тегін және қайтарымсыз гранттық көмек алуға моноқалалар мүмкіндік алады.

Грант қаржысын мынадай мақсаттарға жіберуге болады:

1) *негізгі қаржы мен материалдарды сатып алу;*
2) *материалдық емес активтерді сатып алу;*
3) *технология сатып алу;*
4) ***франшизаға құқық сатып алу;***

Грант қаржысы жылжымайтын мүлік, жер телімін сатып алуға және жалдау ақысын төлеу ретінде пайдаланылмайды.

Бағдарлама шеңберіндегі гранттың ең көп сомасы бір кәсіпкер үшін 3,0 млн. теңгеден аспайды; ең аз сома –1,5 млн. теңге.

Міндетті талап - Бизнес-жобаның негізгі талаптары кәсіпкердің оны жүзеге асыру шығыстарын 20% кем емес мөлшерде, оның ішінде берілетін грант көлемінен жеке мүлікпен қосарлас қаржыландыру. [http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1200000683]

Қаржы бұрын қазақстандық франчайзинг бастамашысы деп аталды. Қор өткізетін іс-шара көптеген франчайзерлер мен франчайзиге, сондай-ақ франчайзинг туралы ақпарат іздеген қазақстандық кәсіпкерлерге көмектесті.

Франчайзингиік қатынастарды жандандыру мақсатында 2012 жылы году Қор **«ФРП «Даму» КДҚ» АҚ** жанындағы Ұлттық франчайзинг дамыту орталығы» бағдарламасын қабылдауға бастама жасады. Қор конкурстық негізде осы Бағдарлама операторы етіп жеке ұйым **«Франчайзинг кеңесін»** анықтады.

Көзі: «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ Басқармасының шешімімен бекітілген «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ Басқармасы отырысының № 005/2012 аттамасына № 1 қосымша www.damu.kz/content/files/ProgrammaNatsionalniyTsentrRazvitiyaFranchayzingaPriFondeDamu.pdf

Орталық міндеттері:

- франчайзинг саласында кәсіпкерлерге ақпараттық-кеңестік қолдау көрсету;
- осы салада маркетингтік зерттеу жүргізу;
- халықаралық форумдар, көрселер, конференциялар және семинарлар өткізуді қамтамасыз ету;
- ҚР франчайзингті және нормативтік-құқықтыу базаны дамыту бойынша ұсыныстармен нұсқаулықтар әзірлеу.
- франчайзинг жүйесі бойынша табысты жұмыс істейтін өнеркәсіптер тәжірибесін қолдану бойынша әдістемелік ұсыныстар әзірлеу.

Франчайзиге мемлекетттік көмек көрсету механизмі түпіклікті емес. Бұ әрине кеңестер бері және жеңілдікпен кредит беру. Егер тікелей франчайзингке кредит берудің қазақстандық нарығын талдасақ, оң мысалдар көп емес. Жекелеген мәліметтер ережеген қарағанда ерекше болады.

Франчайзингке Қазақстанда кредит беру тарихы 2005 жылы басталғанын айта кету керек, онда «АТФ Банк» біріншілердің бірі болып франшиза сатып алуға кредит беру бағдарламасын енгізуді бастады. Банк Қазақстандық франчайзинг қауымдастығымен ынтымақтасып, бірінші рет Қазақстанда жергілікті кәсіпкерлердің белгілі әлемдік ккоманиялардың брендтерін сатып алуды қаржыландыру үшін бағдарламаны жүзеге асыруға кірісті.

Бірақ бұл бағдарлама халықта бірқатар себептермен сұранысқа ие болмады. Бұл кәсіпкерлердің франшиза сатып алуға дайын еместігі, франчайзингтік қатанстар нысанының белгілі еместігі және франчайзинг туралы ақпараттың жеткіліксіздігі. Және Біраз уақты өткеннен кейін ол жабылды.

«Даму» қорының кепілдігі бойынша «Бизнестің жол картасы– 2020» мемлекеттік бағдарламасының шеңберінде жаңадан бастаған кәсіпкерлерді (старт-ап) қаржыландыру.

Кредиттерді кепілдендіру бағдарламасы кәсіпкерлерге кепілдік мүліктері жетпесе де банктен қаржыландыру алуға мүмкіндік береді. «Даму» қоры кредит сомасынан 70% дейін қайтаруға кепілдік береді. **Кепілдік беру банктер жаңа жобаларды** (старт-ап) **жүзеге асыруға кредиттер беру** кезінде іске асырылады. Бағдарлама жаңадан бастаған кәсіпкерлерге (старт-ап) бағдарланған. Бағдарламаны «Даму» қоры мен банктер іске асырады. «Даму» қоры бағдарлама операторы болып табылады, банктер кредит беруді іске асырады.

Үш банкте - «Қазақстан Халық Банкі» АҚ, «Банк ЦентрКредит» АҚ және и Дочернем Банке Акционерного Общества «Сбербанк России» акционерлік қоғамының Еншілес Банкінде 20 млн. теңге кредиттер бойынша кредит беру талаптары қарастырылған, олар кредиттреге кепілдік беру бағдарламасмы шеңберінде жеке бағыт – **«Даму Start Up» шығарылған**.

Қазақстан Халық Банкі

Стартуй вместе с ҚАЗАҚСТАН ХАЛЫҚ БАНКІ HALYK BANK НАРОДНЫЙ БАНК КАЗАХСТАНА	«Халык Бизнес Старт» бағдарламасы «Даму» қорының кепілдігі бойынша «Бизнестің жол картасы– 2020» мемлекеттік бағдарламасының шеңберінде жаңадан бастаған кәсіпкерлерді қаржыландыруға арналған. [www.halykbank.kz]

Қазақстан Халық Банкі **«Халык Бизнес Старт» кредит беру талаптары**	
Қаржыландыру талаптары	«Бизнес-Кеңесші» курсынан жаңадан бастаған кәсіпкерлердің міндетті өтуі
Мақсатты топ	Жеке кәсіпкрелер, заңды тұлғалар: • экономиканың басым секторларында кәсіпкерлік қызметін іске асыратын/жоспарлайтын; • Банкке өтініш жасау сәтінде жеке кәсіпкерлер немесе заңды тұлға ретінде мемлекеттік тіркеу мерзімі бір күнтізбелік жылдан кем емес; • Кәсіпкерлік қызметпен байланысты кредит тарихы жоқтар. • Жоспарланатын бизнесте тәжірибесі барлар: жалданған

	қызметкер ретіндегі тәжірибесі бар, бизнес бойныша серіктесінің тәжірибесі, жоспарланатын қызмет түріне сәйкес келетін білімінің болуы, білікті қызметкерінң болуы және т.б.
Кредит мақсаты	инвестицияға, айналым қаржысын толықтыру, бизнесті дамыту
Қарыз мөлшері	1,5 бастап 20 млн. теңгеге дейін
Қарыз мерзімі	3 бастап 60 айға дейін
Кепілдік қамтамасыз ету	• «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ кепілдігі - 70% дейін; • Ақша кепілі (ақша салу түрінде) – 30% дейін.
Банк комиссиясы	алынбайды
Ерекше талаптар	«Даму» қорының 7% дейін сыйықы мөлшерлемесін субсидиялау

Банк «ЦентрКредит»

Стартуй вместе с CENTERCREDIT БАНК ТРАДИЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ	«Халық Бизнес Старт» бағдарламасы «Даму» қорының кепілдігі бойынша «Бизнестің жол картасы– 2020» мемлекеттік бағдарламасының шеңберінде жаңадан бастаған кәсіпкерлерді қаржыландыруға кепілдік беру бөлігіне арналған. [www.bcc.kz]

«ЦентрКредит» банкінің «Damu Start Up» кредит беру талаптары	
Қаржыландыру талаптары	Банктік қарыз, кредит желісі, кредит беру лимиті
Кредит мақсаты	инвестицияға, айналмы қаржысын толықтыру,
Қарыз мөлшері	20 млн. теңгеге дейін
Қарыз мерзімі	Инвестициялық қарыздар бойынша - 60 айға дейін, айналым қаржысын толықтыруға- 18 айға дейін
Өтеу	Ай сайын аннуитеттік төлемдермен немесе тең үлестермен. Негізгі борыш пе сыйақы бойынша мерзімін кейінге қалдыру мүмкіндігі бар.
Кепілдік қамтамасыз ету	• қарыз сомасынан 36% кем емес – «Депозит-кепілдік» 4 ай үшін сыйақы есебімен; • қарыз сомасынан 70% көп емес – «Даму» қорының кепілдігі.
Банк комиссиясы	алынбайды
Ерекше талаптар	«Даму» қорының 7% дейін сыйықы мөлшерлемесін субсидиялау

Ресей Сбербанкі

Стартуй вместе с СБЕРБАНК	«Халық Бизнес Старт» бағдарламасы «Даму» қорының кепілдігі бойынша «Бизнестің жол картасы– 2020» мемлекеттік бағдарламасының шеңберінде жаңадан бастаған кәсіпкерлерді қаржыландыруға кепілдік беру бөлігіне арналған [sberbank.kz]

Условия кредитования «Сбербанк Start up» Сбербанка России	
Клиенттер	Жеке кәсіпкерлер, заңды тұлғалар: • Жеке кәсіпкрелер мен заңды тұлғалар тіркелген сәттен бастап 1 күнтізбелік күннен аспауы тиіс; • Кәсіпкерлік қызметпен байланысты кредит тарихы жоқтар
Сумма кредита	20 млн. теңгеге дейін
Кредит мерзімдері	• ПОС 36 айдан аспайтын; • Инвестициялық мақсаттар, негізгі қаржыны сатып алу 60 айдан аспайтын
Сыйақы мөлшерлемесі	Жылдық 14% х («Даму» КДҚ» АҚ қорының 7% дейін сыйықы мөлшерлемесін субсидиялау болуы мүмкін
Кредитті өтеу тәртібі	ай сайын аннуитеттік төлемдермен немесе тең үлестермен
Кепілдік қамтамасыз ету	70% дейін – «Даму» КДҚ» АҚ қорының кеплідігі 30% дейін– Ақша кепілі (депозит/ақша салу түрінде)
	70% дейін – «Даму» КДҚ» АҚ қорының кеплідігі 30% дейін – жылжымайтын мүлік: • жилых помещений (пәтерлер, тұрғын үйлер); • коммерциялық үй-жай, тұрғын қорынан шығарылған (дүкендер, ресторандар, салонадар, кеңселік үй-жайлар және т.б.); • коммерциялық мақсаттағы жеке тұрған ғимараттар
Комиссия	Жоқ
Негізгі борыш пен сыйақының мерзімі кешіктірілген төлемі үшін өсімпұл	ЖК үшін – әрбір мерзімі кешіктірілген төленбеген төлемнен 0,5%, бірақ кредиттің әрекет ету мерзімінің әр жылы үшін 10% аспайтын ЖТ үшін – 0,5% әрбір мерзімі кешіктірілген төленбеген сомадан
Мерзімінен бұрын өтелгені үшін айыппұл	жоқ
Тиімді мөлшерлеме	Жылдық 14,8%

Қазақстанда франчайзингтік қатанстарды дамытудың осы бағдардамасының нәтиджелерін қарстырамыз. Төменде «Бизнестіңң жол картасы-2020» бағдарламасы шеңберінде кредит берудің кейбір мәліметтері берілген. Осыған байланысты Қазақстанда франшизалар бойынша жеке статистика жүргізілмейді, бұл іс жүзінде франчайзингтің субъектілері Қазақстанда ШОБ субъектілері болады дегенді білдіреді. Қазақстан Республикасындағы ШОБ «ДКБ-2020» бағдарламасы шеңберінде (. 30-кесте).

30-кесте

17.02.2014 жағдайға сәйкес жобалардың салалық құрамы, кредиттер мен кепілдіктер сомасы

Рет. №	Салалар	Жобалар саны	Кредиттің жалпы сомасы,	Кепілдіктің жалпы сомасы,	Үлесі, %

			теңге	теңге	
1	Өңдеуші өнеркәсіп	92	10 836 527 774	3 778 892 366	47
2	Көлік және қойма	77	3 703 560 412	1 781 883 185	16
3	Ауылшаруашылығы	28	2 182 497 400	998 236 674	9
4	Ақпарат және байланыс	2	465 000 000	232 500 000	2
5	Кәсіби, ғылыми және техникалық қызмет	4	76 374 000	39 394 000	0,3
6	Білім саласындағы қызметтер	14	1 014 869 800	472 490 020	4
7	Медициналық қызметтер	17	2 621 131 407	1 290 743 798	11
8	Тұру қызметі	10	593 950 000	260 486 192	3
9	Басқа қызметтер	20	1 533 287 590	749 505 228	7
	Барлығы	**264**	**23 027 198 383**	**9 604 131 463**	**100**

[Көзі: www.business.gov.kz/ru/business-support-programs/detail.php?ID=22198]

30-кестеден көрінгендей жобалардың ең көп саны өңдеу өнеркәсібінде (92), Көлік және қойма (77), Ауылшаруашылығы (28). Бұл Бағдарламаның бірінші кезекте өнеркәсіп пен ауылшаруашылығына бағытталғанын түсіндіреді.

Қол қойылған кепілдіктер саны бойынша өңірлер арасында Павлодар облысы (27), сондай-ақ Ақтөбе, Жамбыл, Солтүстік Қазақстан және Оңтүстік Қазақстан облыстары (24 тиісінше) алда келеді. Кепілдіктердің аз санына Алматы және Батыс Қазақстан облыстарында қол қойылды. (6). Кредиттердің жалпы сомасы бойынша Қостанай облысы және Астана алда келеді. Кепілдіктің жалпы сомасы бойынша Астана еркешеленеді және кепілдіктің ең аз саны Ақмола облысына тән. (31-кесте)

Таблица 31-кесте

17.02.2014 жылғы жағадйға сәйкес өңірлер арасындағы кредит және кепілдік сомасы

№	Өңір	Қол қойылған кепілдіктер саны	Кредиттің жалпы сомасы, теңге	Кепілдіктің жалпы сомасы, теңге
1	Ақмола облысы	12	636 531 725	256 473 251
2	Ақтөбе облысы	24	1 283 927 749	587 987 584
3	Алматы облысы	6	1 160 664 300	566 670 844
4	Атырау облысы	9	1 295 977 390	570 161 872
5	ШҚО	12	1 559 685 809	775 295 667
6	Жамбыл облысы	24	1 286 970 194	607 387 219
7	БҚО	6	893 487 000	439 504 499
8	Қарағанды облысы	12	915 341 428	445 215 628
9	Қостанай облысы	23	4 887 092 960	941 708 456
10	Қызылорда облысы	22	555 958 840	268 670 114
11	Маңғыстау облысы	8	1 378 530 213	686 765 106
12	Павлодар облысы	27	1 740 295 107	830 046 901
13	СҚО	24	1 249 359 500	561 866 040
14	ОҚО	24	1 200 796 973	605 600 396
15	Алматы	10	779 662 810	380 831 405
16	Астана	21	2 202 916 385	1 079 946 481
	Барлығы	**264**	**23 027 198 383**	**9 604 131 463**

[көзі: www.business.gov.kz/ru/business-support-programs/detail.php?ID=22198]

Банк-жетекшілер арасында жүзеге асырылған жобалар саны бойынша Банк «ЦентрКредит» (78 жоба), Қазақстан Халық Банкі (46 проектов) и БТА (34 жоба) бөлуге болады. Берілген кредиттердің жалпы сомасы бойынша Ресей Сбербанкін, Қазақстан Халық Банкі және БТА. (32-кесте). 32-кестеде берілген мәліметтер «Даму» қорының Бизнестің жол картасы– 2020» мемлекеттік бағдарламасының шеңберінде жаңадан бастаған кәсіпкерлерді қаржыландыруға қаржыландыру бағдарламасын жүзеге асыруда екінші деңгейдегі банктерді – серіктестерін таңдауда осы көрсеткіштер бойынша банк секторларының жекеткшілеріне бағдарлағаны көрінеді.

32-кесте

17.02.2014 жылғы жағдайға сәйкес «ЖК-2020» бағдарламасының қатысушыларына - ЕДБ бойынша берілген кредиттер мен кепілдіктердің қатынасы

№	ЕДБ	Жобалар саны	Кредиттің жалпы сомасы, тг		Об га
1	Bank RBK	1	5 500 000		
2	Qazaq Banki	1	17 300 000		
3	Альфа Банк	2	50 000 000		
4	Delta Bank	9	86 234 000		
5	ForteBank	2	126 117 973		
6	ВТБ	8	371 357 000		
7	Нұрбанк	2	356 900 000		
8	ККБ	3	601 167 300		
9	Альянс Банк	7	928 817 390		
10	Цеснабанк	21	1 455 251 167		
11	Еуразиялық банк	24	2 014 181 715		
12	Темірбанк	12	2 102 947 104		1
13	БЦК	78	2 613 204 860		1
14	Сбербанк	14	5 697 545 810		1
15	Қазақстан Халық Банкі	46	3 292 001 424		1
16	БТА	34	3 308 672 640		1
	Барлығы	**264**	**23 027 198 383**		**9**

[Көзі: www.business.gov.kz/ru/business-support-programs/detail.php?ID=22198]

Старт-ап жобалар мен субсидияланған қарыздар үшін «Даму старт-ап» бағдарламасы бойынша гранттар беру маңыздылығы туралы 2012 жылы «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ жүргізген өз ісін бастауды жоспарлаған және әрекет етуші кәсіпкерлермен жүргізілген сауалнамада көріндеі. 3877 респондентке Қор беруі мүмкін оларға қажетті көмекті анықтау үшін сауал қойылды, Бұл зерттеулердің нәтижелері 33-кестеде келтірілген.

33-кесте

Қазақстандық кәсіпкерлер мұқтаждығын бағалау

Мұқтаждықтар	Респонденттер	
	%	Саны
Жаңдан бастаған кәсіпкерлерге арналған тегін курстар	14,39	558
Тегін маркетингтік зерттеулер және дайын толық бизнес жоспарлар	8,18	317

Әрекет етуші кәсіпкерлерге арналған тегін курстар (алға жылжытылған кәсіпкерлер курстары)	2,35	91
Әрекет етуші өнеркәсіпке қолдау көрсету бойынша кеңестер мен қызметтер	1,88	73
Бизнес жүргізу мен құрудың ең жақсы модельдеріне топ менеджерлерді оқытудың тегін бизнес курстары	3,46	134
(Германия/АҚШ) Байланыс пен кооперацияны шетелдік өнеркәсіптермен орнату, бизнесті дамыту бойынша	7,82	303
Старт-ап жобаларға арналған гранттар	28,58	1108
Кредиттік кепілдіктер (кепіл жетіспегенде).	3,35	130
Берілген бизнес қарыздар бойныша пайыздық төлемдерді төмендететін субсидиялар	2,76	107
«Даму старт-ап» бағдарламасы бойынша субсидияланған қарыздар	11,66	452
«Даму» бағдарламасының төмен пайыздық мөлшерлемелерімен қарыздар	15,58	604
Барлығы	**100**	**3877**

Осы кестеге сәйкес кәсіпкерлердің негізгі мұқтажы қаржылық ресурстарға қол жеткізі. Респонденттердің көп үлесі – 29% жаңа өнеркәсіп құру үшін гарнттар алғысы келетінін мәлімдеді. Кәсіпкерлердің келесі көпшілігі (16% неме 604 адам) «Даму» қорынан төмен пайыздық мөлшерлемелерімен қарыздар алу қажеттігін айттты. Сондай-ақ барлық респонденттердің 452 немесе 12% «Даму Старт-ап» бағдарламасы бойынша субсидяланған қарыздар алуға қызығушылық білдірді. .

Сауалнама сондай-ақ бизнес дамудың басқа факторларын анықтады. Бұл факторлар бизнес жүргізу негіздері бойынша тегін курстарды өтуді, маркетингтік ақпараттың қлhолл жетімділігін, дайын бизне-жоспарларды, шетелдік өнеркәсіптермен байланыс пен кооперацияны қосады.

[А.Н. Мамырбаев. Шағын және орта бизнестің бәскеше қабілеттігін көтеру стратегиясы. Дис-ция. КБТУ. Алматы, 2014]

34-кестеде Қазастанда франшизалар бойынша мәліметтер берілген. 2010 жылдан бастап 2013 жылға дейін олардың саны 220 бастап 340 дейін, яғни 61% ұлғайды.

Таблица 34-кесте

Қазақстан Республикасындағы франчайзингтік қатынастардың өсу қарқыны

№	Көрсеткіш	2010	2013
1	Шетелдік франшизалар саны	220	340
2	Отандық франшизалар саны	9	30
	Қазақстандағы франшизалар саны. Барлығы	**229**	**370**

Көзі: Франчайзинг кеңесі хабаршысы, №1 (98), 2014.

Жоғарыда көрсетілгеннен кәсіпкерлікті де франчайзингтік қатынастарды да дамытуда мемлекеттік қолдау көрсету шаралары аса тиімді және Қазақстандағы франчайзингтік қатынастардың дамуына ықпал еткенін көрсетеді.

5-ТАРАУ. ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ФРАНЧАЙЗИНГ НАРЫҒЫНДА НЕГІЗГІ ОЙЫНШЫЛАР ТАЛДАУЫ

Бұл тарау отандық та шетелдік те Қазақстан нарығының жуық арада кіруді жоспарлайтын франчайзингтік компаниялардың сандық және сапалық талдауын сипаттауға арналған.

Сараптамашылар сауалнамасы

- Зерттеуді франчайзинг моделі бойынша құрылған 56 компания өкілдері қатысты.
- Сауалнама жартылай құрылымданған сұхбат техникасымен жүргізілді. 4 мақсатты топ өкілдеріне сауалдар қойылды: (а) Қазақстанда берілген франчайзингтік компаниялар, (б) Қазақстанда болғысы келетін шетелдік франчайзингтік компаниялар (в) республика өңірлерінде ұсынылғысы келетін отандық брендтер мен франшизалар (г) шетелде ұсынылғысы келетін отандық брендтер мен франшизалар .
- Зерттеудің сандық әдістері франшизалар түрлері бойынша салалық тиесілі, брендтің шыққан елі (отандыққа және шетелдікке бөлумен), франшиза құқығының көлемі (мастер-франшиз, ауамқты франчайзер, франчайзи), франчайзинг желі мөлшері бойынша және т.б. франчайзингтік компаниялар жіктелімін құру үшін пайдаланылды.
- Зерттеудің сапалық әдістері елдегі франчайзингтік нарықтың даму мәселелері бойынша ерекше пікірді анықтау үшін қолданылды.
- Дала жұмыстары ағымдағы жылдың 01 бастап 22 дейінг тамзыда жүргізілді. Сараптамалық сұhбат face-to-face әдіс бойынша респонденттердің жұмыс орны бойныша жүргізілді, Қазақстанда ұсынылмаған және біздің нарққыа енді ғана кіруге дайындалып жүрген шетелдік франчайзингтік компаниялар өкілдерінің сауалнамасын қоспағанда. Шетелдік мамандар Skipe компьютерлік бағдарлама көмегімен сұралды. Дала жұмыстарын «FinGate» ЖШС зерттеу бөлімінің білікті мамандары жүргізді.

Төменде респонденттер бойынша алынған мәліметтердің **сандық талдауы** келтірілген.

Сауалнамаға қатысушылардың арнайы әзірленген сауалнама сұрақтарына жауап беру (1-қосымша) және зерттеу тобының мекенжайына электронды почтамен жіберу немесе телефонмен жауап беру немесе жеке сұhбат беру мүмкіндіктері болды.

Қазақстан аумағында өз қызметін іске асыратын немесе жергілікті нарықты игеруді енді ғана жоспарлаған барлығы 56 франчайзингтік компанияларға сауал қойылды.

Зерттеуге қатысқан 56 компаниядан 35 – Қазақстан нарығында өз жобасын іске асырды және шетелдік компаниялардың 21 өкілі жергілікті нарықты енді ғана игеруге крісті (2-ережені және 3-ережені қараңыз).

Қазақстан нарығында ұсынылған <u>франчайзингтік компанияларды</u> талдайық.

Егер компанияларды **франчайзинг түрлері бойынша** (19-диаграмма) талдасақ, онда компаниялардың көбі (35-тен 24, немесе 68,6%) дәстүрлі саудалық франчайзингте (ритейл) берілген. Тегінде бұл таңқаларлық емес. Дәл саудалық франшизаның өтелу мерзімі ең орташа мерзім (*LaSpeedo, SELA, Эконока, Taza Derm, InfoLife, Научное шоу «Открывашка», Шоколадница, Traveler's Coffee, 1C, GeoWash, ORCHESTRA, Фирма «СЭТ», TRIARH, Aromaco, Сеть горящих путевок, Минутка, Cosmo Style, Кайрос, Компания «Жибек Жолы», Express English, CARLO PAZOLINI, Yves Rocher, Жас Кемеңгер, UMEX Real Estate*).

Өндірістік франчайзингке саудалық едәуір жол береді, өйткені франшиза стапы алуға бастапқы соманы өлшемсіз көп талап етеді. Қазастандық нарықта қазір зерттеуге қатысқан мұндай компаниялар 20% (немесе 35-тен 7– *Elis\Lalis, Тәңір оты, Zibroo, 33 пингвина, Tea coffee garden, БАСКИН РОББИНС Алматы, VIC*). Өкінішке орай Қазастанда технологияны беру және бизнес-процестерді құру бар франчайзингтің бизнес форматы

тиісті түрде дамымағанын атап айту қажет. Мұндай компаниялар үлесі 11,4% (немесе зерттеуге қатысқан 35-тен барлығы 4 - *ИНВИТРО, FasTracKids, Burger King, World Class*).

19-диаграмма

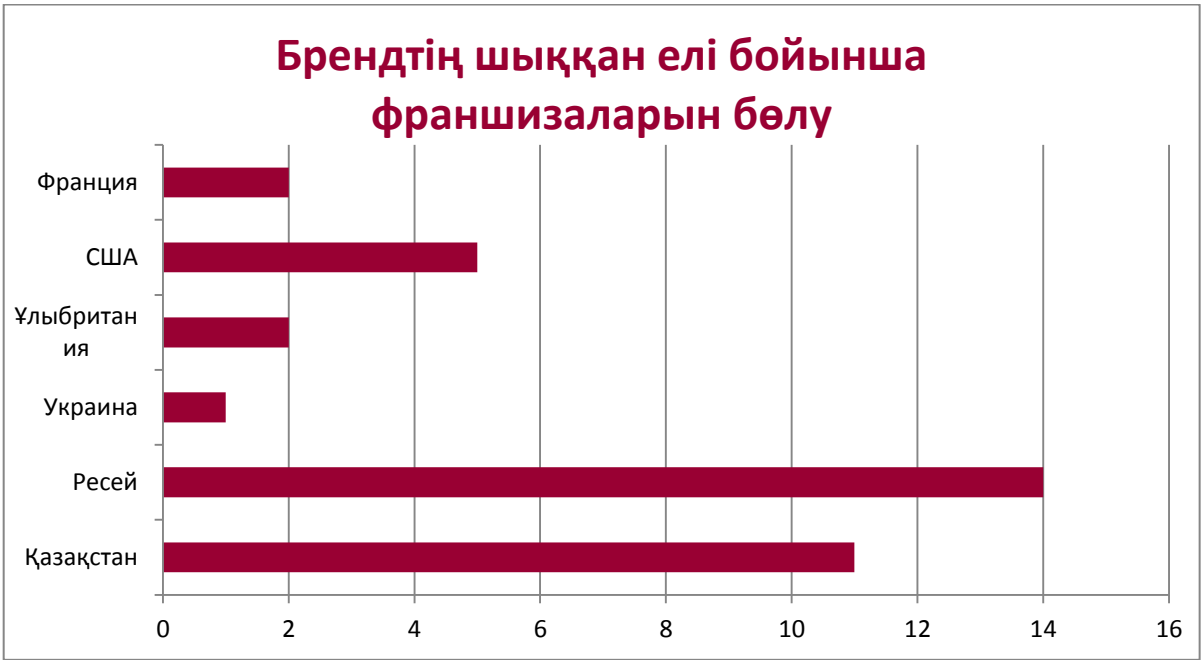
Қазақстан нарығындағы франчайзингтік компаниялардың **салалық құрамы** (20-диаграмманы қараңыз) қызметтерді көрсету саласының өндірістің нақты секторы алдында басымдылыққа ие екенін көрсетеді. Жергілікті кәсіпкерлер арасында ең танымалы - тағамдық емес тауарларды сату (20%) (*LaSpeedo, SELA, Эконока, ORCHESTRA, Cosmo Style, CARLO PAZOLINI, Yves Rocher*), одан кейін азаюына қарай қоғамдық тамақтандыру саласы (17,1%) (*33 пингвина, Tea coffee garden, БАСКИН РОББИНС Алматы, Шоколадница, Traveler's Coffee, Burger King*) және медициналық орталықтар (*ИНВИТРО, Taza Derm, InfoLife, Aromaco, World Class*) (тиісінше 14,3%-дан), тігін бұйымдарды жасау (*Elis\Lalis, VIC, Тәңір оты, Zibroo*), білім беру орталықтары мен баланы дамыту орталықтары (*FasTracKids, Жас Кемеңгер, «Открывашка» зерттеу шоуы, Express English*) (тиісінше 11,4%-дан), қаржылық (*1С, Фирма «СЭТ»*), туристік (*Сеть горящих путевок, «Жибек Жолы» компаниясы*) және тұрмыстық қызметтер (*Минутка, Кайрос*) рейтингтің төменгі жағында орналасқан (тиісінше 5,7%-дан), риэлторлар қызметтері (*UMEX Real Estate),* көлік жуу (*GeoWash*) және басқа қызметтер (мысалы мұрағат қызметтері - *TRIARH*) тиісінше 2,86%-дан алып тізімінің ең соңғы орындарында орналасқан.

20-диаграмма

Қазақстанда қызметін атқарып жүрген франчайзингтік кәсіпорындарды **брендтің шыққан елі бойынша** бөлу (21-диаграммаға қараңыз) соңғы 5-7 жылда белес алған үрдісті растайды – біздің нарықта Ресей франшизалары басым. Олар жалпы франшизалардың жалпы санынан 40% құрайды (*LaSpeedo, SELA, Эконока, ИНВИТРО, 33 пингвина, InfoLife, «Открывашка» зерттеу шоуы, Elis\Lalis, Шоколадница, Traveler's Coffee, 1С, Фирма «СЭТ», Сеть горящих путевок, CARLO PAZOLINI*).

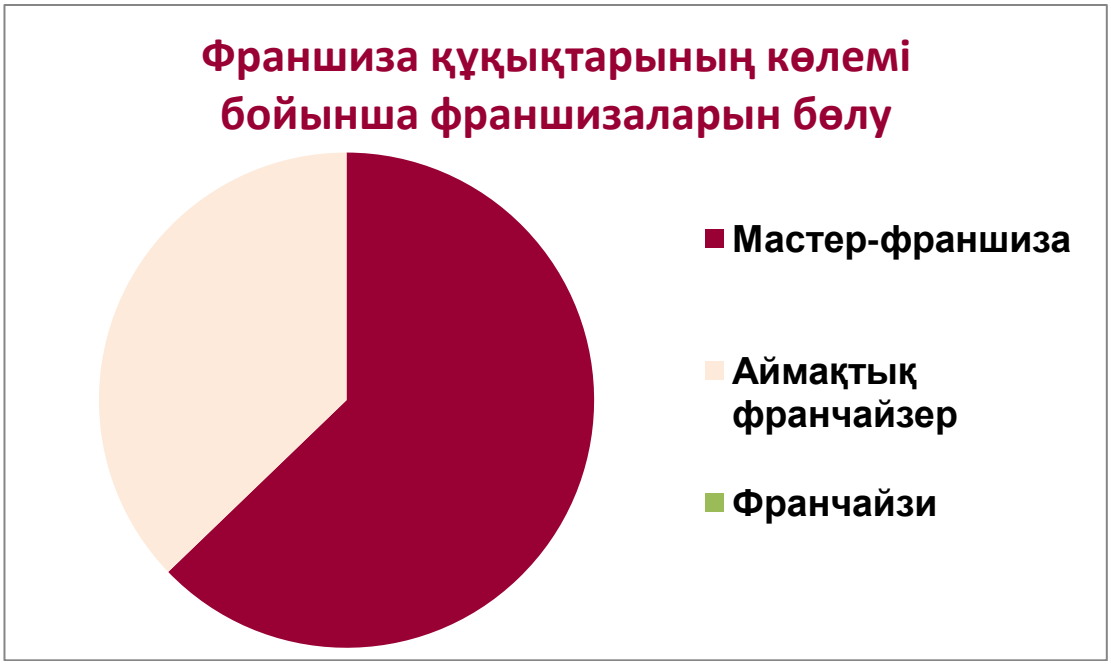
Бұл ділдің жақындығымен, ортақ тілмен, франчайзингтік топтаманың түсінікті талаптарымен және қиыр шетелдің ұсыныстарына қарағанда айтарлықтай қымбат емес құнымен түсіндіріледі. Сауалнамаға қатысқан отандық нарықтағы франшизалардың 31,4% Қазақстанда пайда болды және осы жерде қалыптасты (*Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, Taza Derm, Жас Кемеңгер, UMEX Real Estate, VIC, Минутка, Cosmo Style, Кайрос, «Жибек Жолы» компаниясы*). Американдық брендтермен шыққан компаниялар - 14,3% (*FasTracKids, БАСКИН РОББИНС Алматы, GeoWash, Aromaco, Burger King*), бірақ американдық және еуропалық брендтер біздің елге тікелей кірмейді, олар Түркия,Греция немесе Ресей арқылы субфраншиза арқылы кіреді. Шығу тегі франциялық (*ORCHESTRA, Yves Rocher*) және британдық (*World Class, Express English*) брендтер (тиісінше 5,7%) құрайды, олар көбінесе бұл жерде өнеркәсіптің әртүрлі өнімдерін сатумен айналысады (киім, аяқ-киім, әтір сулар және т.б.). Тізімнің соңында украиндық франшизалар орналасқан (2,8% - *TRIARH).*

21-диаграмма



Франшиза құқықтарының көлемі жағынан 62,8% аймақтық франчайзердің мүдделерін білдіреді (*Burger King, 1С, GeoWash, Traveler's Coffee, Шоколадница, БАСКИН РОББИНС, Elis\Lalis, «Открывашка» зерттеу шоуы, InfoLife, Cosmo Style, FasTracKids, 33 пингвина, ORCHESTRA, Фирма «СЭТ», ИНВИТРО, World Class, Эконока, SELA, Aromaco, Express English, CARLO PAZOLINI, Yves Rocher*), 37,2% - мастер-франшизалар (*LaSpeedo, Сеть горящих путевок, UMEX Real Estate, VIC, Zibroo, TRIARH, Минутка, Taza Derm, Tea coffee garden, Кайрос, Тәңір оты, Жас Кемеңгер, «Жибек Жолы» компаниясы*). Сауалнамаға қатысқандардың арасында франчайзи мәртебесіне ие компаниялар болмады (22-диаграмманы қараңыз).

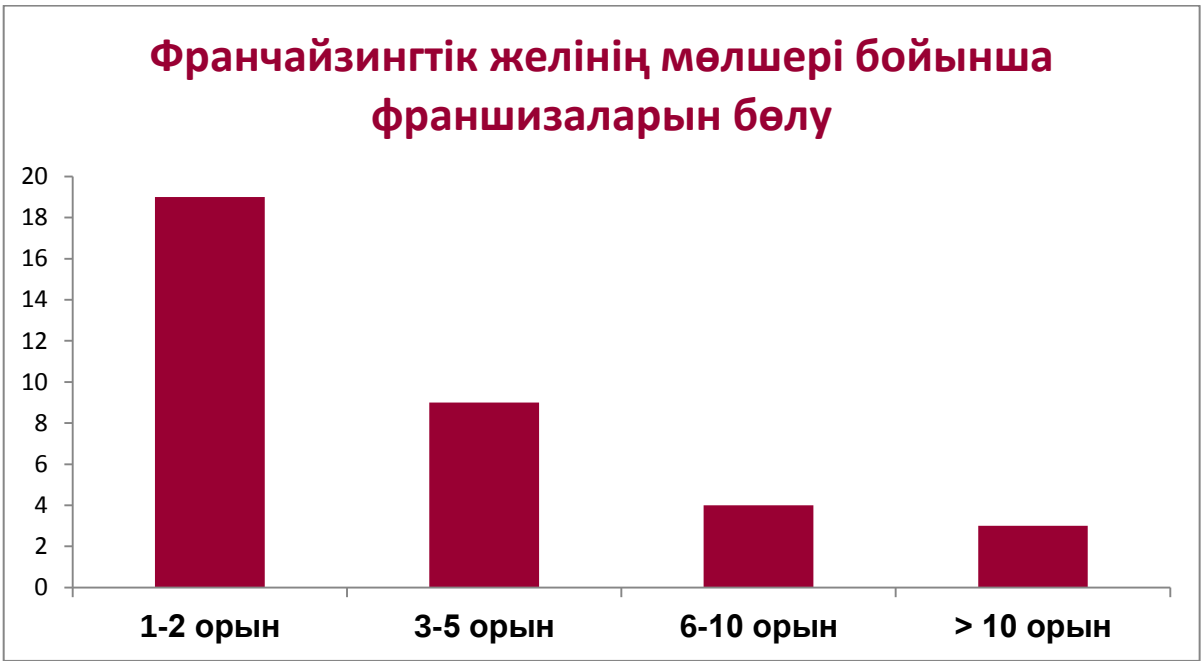
22-диаграмма



Франчайзингтік желінің мөлшері бойынша респонденттерді салыстыратын болсақ, қазақстандық франшизалар арасында желісінде 1-2 орны бар компаниялар басым екенін (54,3%) байқауға болады (*33 пингвина, Express English, CARLO PAZOLINI, Научное шоу «Открывашка», InfoLife, Cosmo Style, Жас Кемеңгер, Компания «Жибек Жолы», Кайрос, Тәңір оты, UMEX Real Estate, VIC, Минутка, Taza Derm, ORCHESTRA, Фирма*

«СЭТ», Elis\Lalis, GeoWash, Aromaco). 25,7%-ды желісінде 3-5 орын бар компаниялар алып жатыр (*Эконока, БАСКИН РОББИНС, Yves Rocher, LaSpeedo, Сеть горящих путевок, Zibroo, TRIARH, ИНВИТРО, World Class*). Саны көп, яғни желіде 6-10 орын бар компаниялар 11,4%-ды құрайды (*FasTracKids, SELA, Tea coffee garden, Burger King*). Шамамен 8,6%-ды орындар саны 10-нан асатын ірі желілер алып жатыр (*Шоколадница, Traveler's Coffee, 1С*) (23-диаграмманы қараңыз).

23-диаграмма



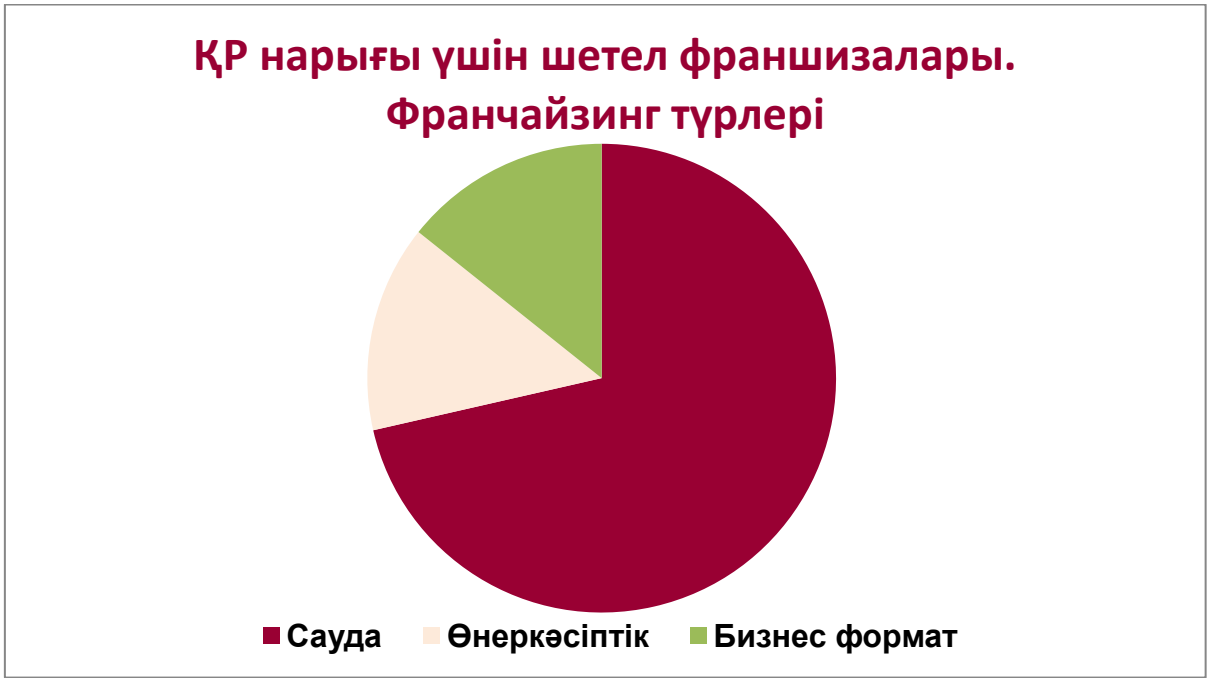
<u>Қазақстан нарығына кіруге қызығушылық білдіріп жүрген шетел франчайзингтік компанияларды</u> саралайық.

Біздің зерттеуге қатысуға 21 компания келісті: *AUGUSTO CUOMO / Mondo Italia Gallery, BIZZARRO, SAMURA, Churinga, CHOUPETTE, Avva, Romano Botta, Shooz!, Etam, Camelot, MORTIMER - ENGLISH CLUB, Yes, Berlitz, L'Occitane, Blanche et Brillante™, Goolfy, Cartridge World, Ronesans, My Gym's, Asia Fast food GmbH, Beer БАР*.

Компанияларды **франчайзинг түрлері** бойынша салыстыратын болсақ (24-диаграмманы қараңыз), компаниялардың негізгі бөлігі (21-дің 15-і немесе 71,4%) дәстүрлі сауда франчайзинг өкілдері екенін байқаса болады.

Өндірістік франчайзинг компаниялардың (*Goolfy, Cartridge World, Ronesans*) және бизнес-форматтағы франчайзинг (*My Gym's, Asia Fast food GmbH, Beer БАР*) саны бірдей 3-тен (немесе тиісінше 14,3%-дан). Шетел қаражат салушылары шетел нарықтарына экономикалық тұрақсыздық кезеңінде кіруге бұрыңғыдай қауіптенуде.

24-диаграмма



Қазақстандық нарыққа кіруді жоспарлап жүрген шетел франчайзингтік компаниялардың **салылық құрамы** (25-диаграмманы қараңыз) сауда саласының бизнестің қалған салалары алдында басым болуын (47,6%) көрсетеді (*AUGUSTO CUOMO / Mondo Italia Gallery, BIZZARRO, SAMURA, Churinga, CHOUPETTE, Avva, Romano Botta, Shooz!, Etam, Camelot*). Бұл заңдылық, өйткені шетел брендтердің көбісі жаңа өткізу нарықтарын іздейді.Қазақстанда оларға тек бірнеше фактор кедергі бола алады, олар: орташа және орташадан жоғары сегменттегі сауда аудандарының жетіспеушілігі, сауда орындарының үздіксіз өсіп жатқан жалға алу ақысы және сатып алушыларды тартудың ірі орталықтарының бір-бірінен өте алыс орналасуы, яғни өкілдік ашу қисынды болатын ірі қалардың бір-бірінен алыс орналасуы.

25-диаграмма

Брендтің шыққан елі бойынша біздің нарыққа кіруін жоспарлап жүрген франчайзингтік компаниялардың бөлу (26-диаграмманы қараңыз) біздің елге қандай елдер аса қызығушылығын білдіретінін көрсетеді. Бұл Ресей (28,6%) (*BIZZARRO, Yes, SAMURA,*

Churinga, CHOUPETTE, Blanche et Brillante™), АҚШ (19%) (*Cartridge World, My Gym's, L'Occitane, Berlitz*), Германия (*MORTIMER - ENGLISH CLUB, Etam, Camelot*) мен Түркия (*Avva, Romano Botta, Ronesans*) (тиісінше 14,3%-дан). Брендтердің шыққан елі бойынша қалған елдердің үлесі аз (Украина, Греция, Франция мен Италия).

26-диаграмма

Франшиза құқықтарының көлемі бойынша шетел компаниялардың басым бөлігі (76,2%) аймақтық франчайзерлер (*AUGUSTO CUOMO / Mondo Italia Gallery, BIZZARRO, Yes, SAMURA, Churinga, CHOUPETTE, Blanche et Brillante*™*, Avva, Romano Botta, Ronesans, Cartridge World, L'Occitane, Berlitz, Etam, Camelot, Shooz!*), ал 23,8% - мастер франшизалар (*Asia Fast food GmbH, Beer БАР, My Gym's, MORTIMER - ENGLISH CLUB, Goolfy*) (27-диаграмманы қараңыз).

27-диаграмма

Респонденттерді **франчайзингтік желі мөлшері бойынша** салыстыратын болсақ, шетелдік франшизалар арасында 52,4%-ды желісінде 3-5 орын бар компаниялар, яғни

кішігірім желілер құрайтынын (*Asia Fast food GmbH, Ronesans, MORTIMER - ENGLISH CLUB, BIZZARRO, Yes, SAMURA, Churinga, CHOUPETTE, Blanche et Brillante™, L'Occitane, Camelot*) ескере кеткен дұрыс болар. Олардан ірірек және орындар саны 6-10 орынды құрайтын компаниялар үлесі - 23,8% (*My Gym's, Cartridge World, Goolfy, Shooz!, Avva*). 19%-ды орындар саны 10-нан көп ірі компаниялар (*AUGUSTO CUOMO / Mondo Italia Gallery, Etam, Romano Botta, Berlitz*). Сауалнамаға қатысқан респонденттердің тек 1 ғана олардың желісінде бар-жоғы 1-2 орын екенін көрсетті(4,8% - *Beer БАР) (28-диаграммаға қараңыз).*

28-диаграмма

<u>Өз жағрафиясын аймақтық өкілдіктер арқылы кеңейткісі келіп жүрген отандық франчайзингтік компанияларды</u> саралайық.

Қазақстандық компаниялардың арасында жүргізілген сауалнамаға қатысқандардың арасында аймақтарда өз үлесін артқысы келіп жүрген 11 франшиза табылды (*Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, Taza Derm, Жас Кемеңгер, UMEX Real Estate, VIC, Минутка, Cosmo Style, Кайрос, «Жибек Жолы» компаниясы*).

Отандық компанияларды **франчайзинг түрлері бойынша** салыстырсақ, онда компаниялардың айтарлықтай басым бөлігі (63,6%) дәстүрлі сауда франчайзингтің өкілдері екенін байқауға болады.

Өндірістік франчайзинг сауда франчайзингке дес береді. Қазақстандық нарықта зерттеуге қатысқан осындай компаниялардың саны 36,4%-ды құрады (*Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, VIC*).

29-диаграмма

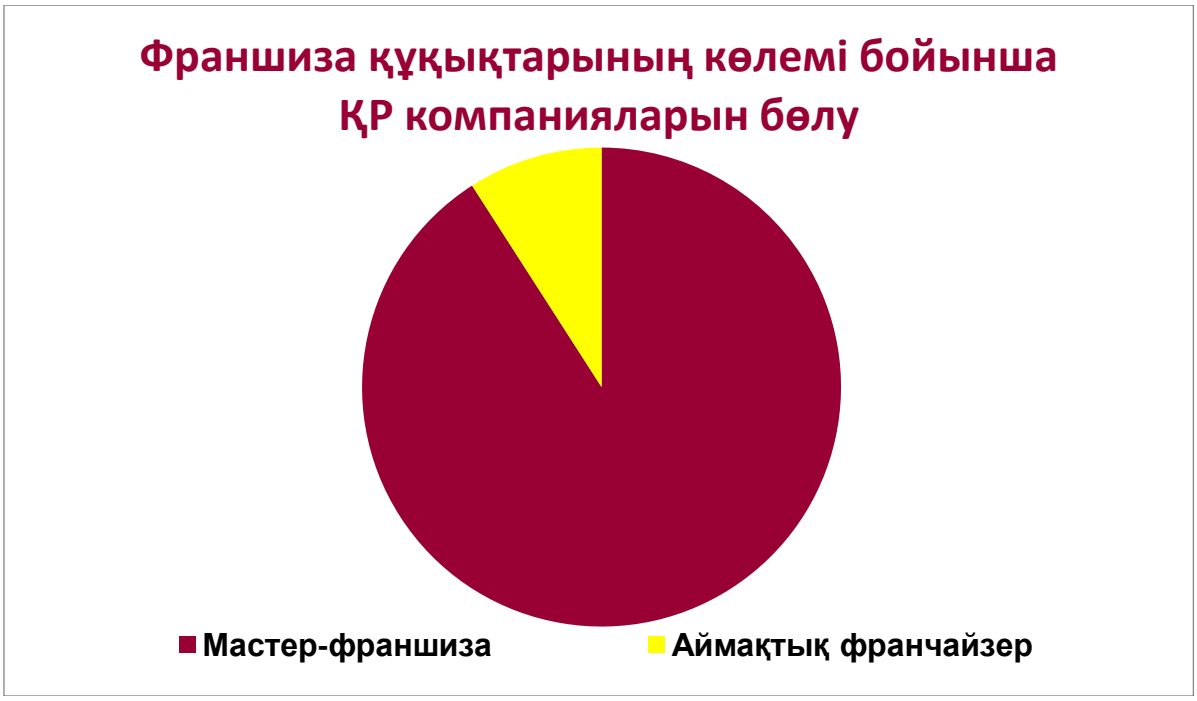
Аймақтарға шыққысы келіп жүрген қазақстандық франчайзингтік компаниялардың **салалық құрамы** елдегі франчайзингтің даму қалпын көрсетеді. Тігін өнеркәсібі 27,3% құрайды (*VIC, Тәңір оты, Zibroo*). Тұрмыстық қызметтер - 18,2% (*Минутка, Кайрос*). Барлық қалған салалар (сауда, қоғамдық тамақтандыру, білім беру, медициналық, риэлторлық және туристік қызметтер) әр қайсысы 9%-дан кем үлесті құрап жатыр. Сондықтан қандайда бір басымдылықты үрдіс жайлы сөз қозғауға бекер.

30-диаграмма

Франшиза құқықтарының көлемі бойынша мемлекеттің аймақтарын игергісі келіп жүрген жергілікті франчайзерлердің басым бөлігі (90,9%) мастер-франшиза болып табылады (*UMEX Real Estate, VIC, Zibroo, Минутка, Taza Derm, Tea coffee garden, Кайрос,*

Тәңір оты, Жас Кемеңгер, «Жибек Жолы» компаниясы), тек 9,1% аймақтық франчайзер болып табылады (*Cosmo Style*)(31-диаграмманы қараңыз).

31-диаграмма



Франчайзингтік желінің мөлшері бойынша респонденттерді салыстырғаннан кейін аймақтарға шыққысы келіп жүрген қазақстандық франшизалардың арасында басмы бөлігі (81,8%) желісінде 1-2-орын ғана бар кішігірім компаниялар. 3-5-орны бар компания тек біреу ғана (9,1% - *Zibroo*), сонымен қатар сауалнамаға қатысқан компаниялардың арасында тек біреуінде ғана 6-10 орны бар франшиза анықталды (9,1% - *Tea coffee garden*) (32-диаграмманы қараңыз).

32-диаграмма

Енді **шетел нарықтарына шыққысы келіп жүрген отандық франчайзингтік компанияларды** саралауға көшейік.

Қазақстандық компаниялардың арасында жүргізілген сауалнамаға қатысқандардың арасында шетел нарықтарына шыққысы келіп жүрген 6 франшиза табылды (*Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, VIC, Cosmo Style, «Жибек Жолы» компаниясы*).

Франшиза түрлері бойынша (33-диаграмманы қараңыз) 2 компанияның дәстүрлі сауда франчайзингке 2 компания (33,3% - *Cosmo Style, «Жибек Жолы» компаниясы*) және 4 компания (66,7% - *Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, VIC*) өндірістік франчайзингке жататынын атап кеткен жөн.

33-диаграмма

Шетел нарықтарына шыққысы келіп жүрген қазақстандық франчайзингтік компаниялардың **салалық құрамы** (34-диаграммаға қараңыз) елдегі франчайзингтің дамудың жалпы үрдістерін көрсетеді, 66,7% сауда алып жатыр (*Cosmo Style, VIC, Тәңір оты, Zibroo*). Қоғамдық тамақтандыру орындары (*Tea coffee garden*) мен туристік қызметтер (*«Жибек Жолы» компаниясы*) әр қайсысы 16,7% алып жатыр.

34-диаграмма

Қолайлы шетел нарықтары бойынша сауалнамаға қатысқандардың білдірген қалаулары келесідей көрініс береді (35-диаграммаға қараңыз): Ресей Федерациясының нарығына 4 компания шыққысы келіп отыр (66,7% - *Tea coffee garden, Cosmo Style, Zibroo, «Жибек Жолы» компаниясы*), Қырғыстан нарығына шығуға 1 компания ниет білдірді (16,6% - *Тәңір оты*) және Еуропа нарықтарында өз дүкендерін ашуға және өз өнімін ұсынуға тек *VIC* компаниясы бел буды (16,6%).

35-диаграмма

Франшиза құқығы көлемі бойынша шетелдік нарықтарды игергісі келген жергілікті франчайзерлер басым көпшілігі (83,3%) мастер-франшиза (*VIC, Zibroo, Tea coffee garden, Тәңір оты, «Жибек Жолы» Компаниясы*) болып табылады және тек 16,7% аймақтық франчайзерлер (*Cosmo Style*) болып табылады (36-диаграмманы қараңыз).

36-диаграмма

Респонденттерді **франчайзинг желісінің мөлшері бойынша** салыстырғанда шетел нарықтарына шыққысы келген казақстандық франшизалардың арасында басым бөлігін (66,6%) 1-2 орынды желісі бар кішкентай компаниялар құрайды(*Cosmo Style, «Жибек Жолы» компаниясы, Тәңір оты, VIC*). 3-5 орны бар компания біреу ғана (16,6% - *Zibroo*), сонымен қатар жауап алынған компаниялардың арасында тек біреуінде ғана саны 6-10 орны бар франшизаға ие компания бар (16,6% - *Tea coffee garden*) (37-диаграммаға қараңыз).

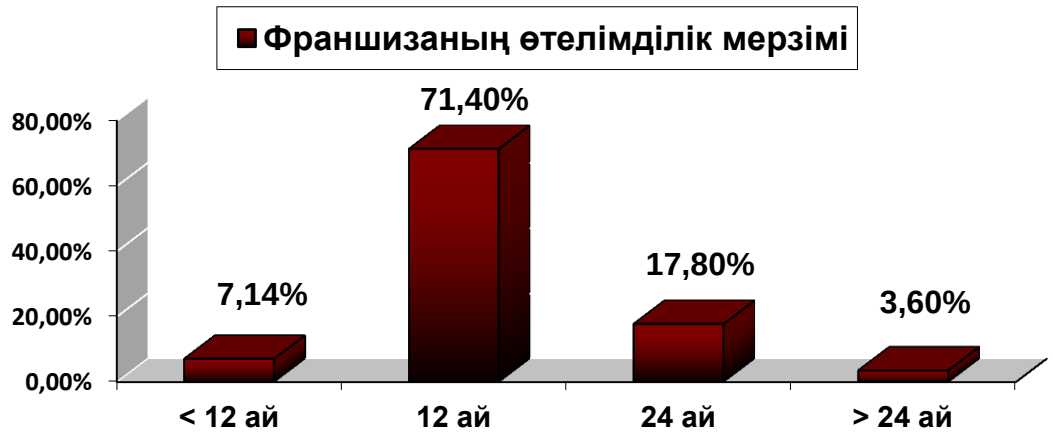
37-диаграмма

Төрт мақсатты топқа: (а) Қазақстандағы франчайзингтік компанияларға, (б) Қазақстанда өкілеттіліктерін ашқысы келіп жүрген шетел франчайзингтік компанияларға, (в) республиканың аймақтарында жұмыс істегісі келіп жүрген отандық брендтер мен франшизаларға, (г) шетелде жұмыс істегісі келіп жүрген отандық брендтер мен франшизаларға жасалатын сандық

саралаумен қатар, «FinGate» ЖШС зерттеу бөлімінің мамандар тобы **сарапшылардың ерекше пікірлерін анықтауға мүмкіндік берген сапалы саралауға** қызығушылық білдірген. Сарапшылар ретінде мастер-франшиза, аймақтық франчайзер мен франчайзи болып табылатын компаниялардың басшылары шақырылды. Біздің мемлекетте франчайзинг нарығына көрсетілетін мемлекеттік және мемлекеттік емес қолдау мәселелері және «Даму» кәсіпкерлікті қолдау қоры» АҚ-тың франчайзингтің дамуына қатысты атқара алатын рөлі бойынша сарапшылардың пікірлері ерекше қызығушылық тудырды.

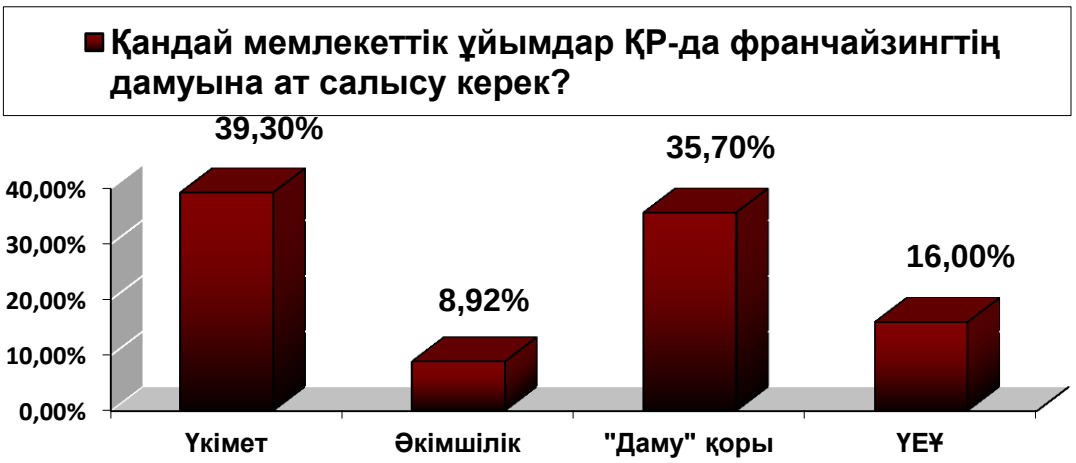
«Франшизаның өтелімділігінің нақты мерзімі қандай?» сұрағына басым көпшілігі, яғни 71,4% (40 респондент) франшизаға кеткен шығындардың орнын 12 айда толтыруға болады деп жауап берді, 17,8% (10 адам) оған 24 ай кетеді деді, 7,14% (4 адам) оның орнын толтыруға 12 айдан кем уақыт кеткенін айтып кетті және 3,6% (2 адам) сенімсіздікпен 24 айдан артық деген шешімге келді (38-диаграммаға қараңыз).

38-диаграмма



«Қандай қазақстандық мемлекеттік ұйымдар франчайзингтің елдегі дамуына көмектесу керек?» сұраққа респонденттердің 39,3% (22 адам) барлығы Үкіметтің жұмысына байланысты деп жауап берді, 8,92% (5 адам) әкімшіліктердің рөлін атап өтті, әсіресе гранттар мен субсидияларды бөлу шешімдерін қабылдаудағы рөлін, респонденттердің 35,7% (20 адам) «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қорының рөлінің маңыздылығына көңіл бөлді және 16% (9 адам) Ұлттық кәсіпкерлер палатасының рөлін ескере кетті (39-диаграмманы қараңыз).

39-диаграмма



«Франшиза бойынша бизнесті дамыту үшін мемлекеттік ұйымдар тарапынан қандай көмек қажет?» сұрағына 26 респондент (46,4%) жағымды жауап берді, «жоқ» деген жауапты 12 адам (21,4%) берді, 18 адам (32,1%) екі

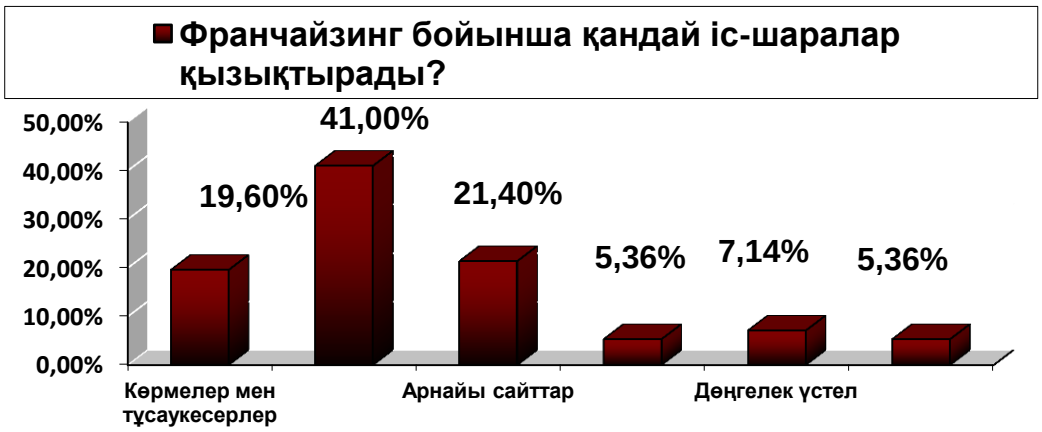
ойлы болды. Нақты жауап бере алмағандар санының көп болуы жауап бергендердің көбісі шетел франчайзерлері болғандығымен және әр елде мемлекеттік қолдау тетіктерінің әртүрлі екендігімен түсіндіріледі (40-диаграммаға қараңыз).

40-диаграмма

««Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ франчайзингтің Қазақстандағы дамуына қалай көмектесе алады деп ойлайсыз?» сұрағына респонденттер Қор тарапынан франшизаны сатып алу үшін кредиттерді алу үдерісінің жеңілдетілуін атап өтті. Жобаны қарастыру кезінде нақты кестелер мен регламенттер жоқ. Қор Кәсіпкер мен Қор арасындағы кері байланысты қолға алса болар еді, жоба қай инстанцияда және қарастырудың қай кезеңінде білу өте қиын.

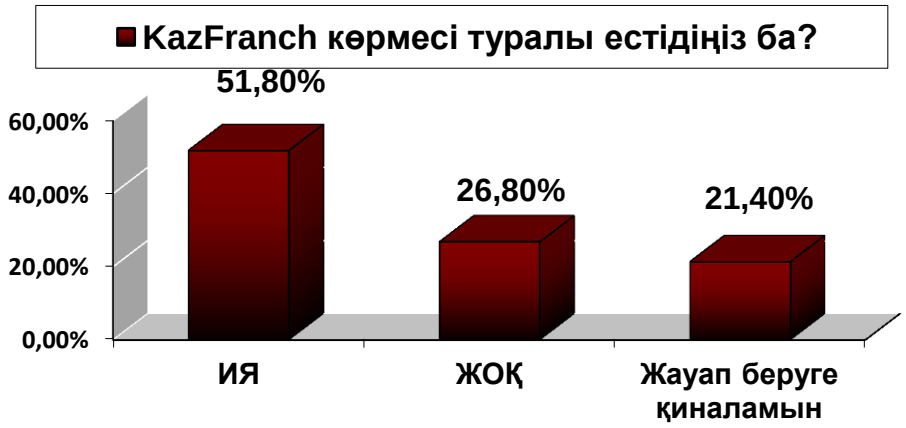
«Франчайзингке қатысты қандай шаралар сізге қызықты?» сұрағына жауап бергенде 41% (23 респондент) франчайзинг туралы қолжетімді ақпараттық материалдар жоқтың қасы екенін атап өтті. 21,4% (12 адам) ұсынылатын франшизалар, заңнамаға қатысты кеңестер мен франшизаны сатып алу үшін гранттарды алу мәселелері туралы ашық ақпарат берілген арнайы мамандандырылған сайтты (порталды) әзірлеу қажеттілігіне тоқталып өтті. 19,6% респондент (11 адам) көрмелер мен тұсаукесерлердің маңыздылығын ескертіп кетті. Франчайзинг тақырыбына қатысты дөңгелек үстелдерді өткізу қажеттілігіне 7,14% (4 адам) тоқталды. 3 адамнан (яғни тиісінше 5,36%-дан) мамандандырылған сайт арқылы on-line конференцияларды ұйымдастыру мен франчайзингке қатысты нақты мәселелері бойынша арнайы бизнес-форумдарды өткізу қажет екен айтты (41-диаграммаға қараңыз)

41-диаграмма



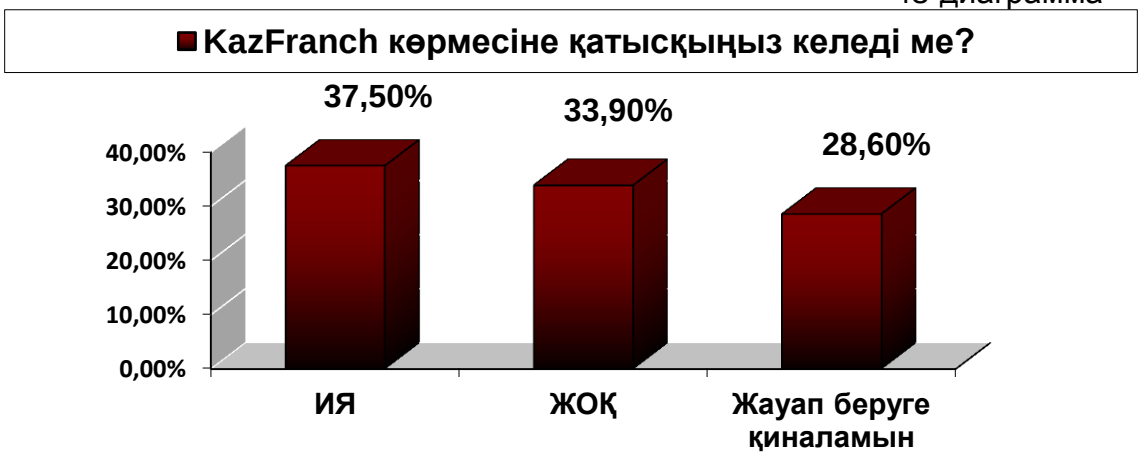
«KazFranch көрмесі туралы естуіңіз бар ма?» сұрағына *51,8% респондент (29 адам) естігенін растады,* 26,8% (15 адам) естімегенін айтты. Жауап беруге қиналғандар саны - 21,4% (12 адам). Жағымсыз жауап бергендердің арасында көбісі қазақстандық нарыққа шығуын жоспарлап жүрген шетел компаниялары (42-диаграмма)

42-диаграмма



«Сіз KazFranch-2014 көрмесіне қатысқыңыз келеді ма?» сұрағына 21 респондент (37,5%) қатысуға ниетін мақұлдады, «жоқ» деген жауапты 19 респондент (33,9%) берді, 16 адам (28,6%) екі ойлы болды. Қатысушылардың көрмеге қатыспауының себептері арасында қатысу үшін тіркеу жарнасы мен өскен үстеме шығыстар көрсетілді (43-диаграммаға қараңыз).

43-диаграмма



Төмендегі жиынтық кестеде сарапшылардың сұхбат кезінде айтылған ерекше пікірлерінен үзінділер берілген (35-кестені қараңыз)**.**

35-кесте

Сарапшылардың айрықша пікірлері

Кредит беру	- «Аймақтарда франшизаны алғысы келгендер – негізінен кредитті оңай алу жолдарын білетін банктік қызметкерлер немесе бұрын банкте қызмет атқарғандар» - «Адам бастағанда қолында тек 30-35% артық емес өзіндік қаражаты бар, ал қалғанын ол банктен кредит ретінде алуға үміттенеді» - «Ол тек Астана мен Алматыда кредит алуда тәртіп бар, көрінер-көрінбес болса да. Аймақтарда кредит алу - фантастика» - «Кредитті тек бір жолмен алуға болады, ол – өтірік айту!

	Банкте кредиттік тарихты сұрайды, енді бастап жатқан кәсіпкерлерде ол қайдан болсын, егер мен кредит алу үшін банктерге әлі бірде-бір рет жүгінбесем. Сондықтан кредит алғың келсе – жалған кредиттік тарихты жасау керек, яғни өтірік айту керек» - «Менде таза кредиттік тарих қайдан болсын, егер мен стартаппер болсам?» - «Мысалы, ешкім франшизаларды олар қаншалықты таза екендігін тексермейді. «Оранжевый слон» - атағы жағымсыз франшиза, бірақ өз көлемін ұлғайтуда. Неге? Өйткені ешкім тексермейді, аталмыш Даму да тексермейді» - «Кредитті тек егер сен стартапер болсаң ғана ала аласың, басқа жағдайларда алған адамдар жоқтың қасы».
Жайлар	- «Мәселе ақшаға тіреліп тұрған жоқ. Табар едік, бірақ Даму жайларға қатысты мәселені шешіп берсін. Сіз қазыр Шымкентте және Қызылордада жайды жалға алу құны қанша екенін бәлесіз бе? Бір шаршы метрге 25-28 АҚШ доллар. Біздің жалақымыз Алматыдағы жалақылардай емес қой. Ондай бағаны қойғаны дұрыс нәрсе емес. Осы себепке байланысты жайды табу іс жүзінде мүмкін емес.» - «Егер Даму франчайзингке көмектескісі келсе, жайға алатын ақылармен және жайлардың өздерімен бір нәрсе істесін. Франшизаны сатып алатын адамдарға қай жерде қандай жайды және қандай ақшаға жалдап алуға болатыны көрсетілген деректер қоры әзірленсін».
Конференциялар	- «Қатысу үшін төлеу керек, егер Сіздер (Даму) көмектескілерің келсе, осындай іс-шаралар неліктен ақылы жасайсыз?» - «Мен өзім сияқты бизнесмендер мен франайзилер алдында сөз сөйлеуге дайынмын. Ақшаны алмаймын, жай ғана өзімді, өзіміздің франшизамызды үлгі ретінде көрсетіп түсіндіремін және ол қалай жұмыс істейтінін айтамын. Неліктен нақты адамдарды шақыртпасқа және оларға сөз сөйлеуге мүмкіндік бермеске?»
ҰЕҰ	- «Барлық ҮЕҰ коммерциялық қызығушылықты сезгендіктен Франчайзинг агенттіктерін қол астына алып алды, айтарлықтай нәтиже бәрібір жоқ, неге?» - «Көрмеге не үшін қатысуымыз керек? Көрмеге қатысу үшін төлеу керек, қомақты ақша төлеу керек» - «Франчайзингті дамыту агенттігі түсініксіз ұйым» - «Негізінен Қоғамдық ұйымдар тек ақылы қызмет көрсетеді»
Ақпарат	- «қарапайым және түсінікті ақпарат қажет және ең бастысы ақшаны қажет етпейтіндей» - «Франчайзинг үшін ақпарат толығырақ, ауқымдырақ берілетін нақты портал қажет. Тексерілген франшизалармен, статистика элементтермен» - «бұл порталға бас-көз болу қызметін Даму атқару керек, жеке компаниялар емес. Әйтпесе әр әрекет үшін ақша ала бастайды – тіркеуге, ақпаратты алуға және т.б.»
Тексерулер	- «Тексеруді заңды түрде өту өте қиын, барлығы пара сұрайды»

Мемлекеттік тілді қолдау	- «Қазақ тілін қолдау туралы көп сөз айтылады. Біз топтарға арналған оқу және әдістемелік материалдарды өз ақшамызға аударадық» - «Тіл туралы көп сөз қозғалады, бірақ бізге – балалар орталықтарына көрсетілген нақты көмек жоқ, дотациялар мен материалдар да берілмейді. Өз мәселелерімізді өзіміз шешеміз»

ҚОРЫТЫНДЫ.
ТҰЖЫРЫМДАР МЕН ҰСЫНЫМДАР

Осы есепте Қазақстан Республикасындағы франчайзинг нарығы дамуының жағдайы мен талдауы туралы «ДАМУ» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ тапсырысы бойынша «FinGate» ЖШС ұжымы орындаған зерттеулер сипатталып, нәтижелері қорытындыланған.

Зерттеуді іске асыру барысында келесі мәселелер шешілді:

1) Франчайзингтің әлемдік нарығының дамуының, франчайзингті қолдау және дамыту бойынша көшбасшылық шетелдік тәжірибелердің үрдісі мен перспективалары зерттеліп, талданды;
2) Қазақстан Республикасындағы франчайзингтік қарым-қатынасты реттеуші қолданыстағы нормативтік-құқықтық актілер бойынша ақпараттар зерттелді, талданды және жүйеленді;
3) Қазақстандағы франчайзингтік қарым-қатынастарға қатысушыларды мемлекеттік / мемлекеттік емес қолдаудың қолданыстағы шаралары бойынша ақпараттар зерттелді, талданды және жүйеленді;
4) Франшизаның түрі, салалық қатыстылығы, брендтің шыққан елі, франшиза құқығының көлемі мен франчайзингтік желінің мөлшері тәрізді критериялар бойынша Қазақстанда ұсынылған франшизаның сандық және сапалық талдауы жүргізілді;
5) Қазақстанда ұсынылуға ниет білдірген шетел франшизасының сандық және сапалық талдауы жүргізілді;
6) Қазақстанның өңірлерінде ұсынылуға ниет білдірген отандық брендтер мен франшизаның сандық және сапалық талдауы жүргізілді;
7) Шетелде ұсынылған және/немесе ұсынылуға ниет білдірген отандық брендтер мен франшизаның сандық және сапалық талдауы жүргізілді.

Еуропада пайда болып, АҚШ-та қарқынды бизнес-серпінге ие болған франчайзинг нарығы жаппай дамуға бастау алған соң әлдеқашан жаһандыққа айналды. Оңтүстік Америкадағы, Шығыс Еуропа мен Азиядағы дамушы елдердегі белең алып келе жатқан орташа таптың арқасында оңды факторды көрсету фактісі франчайзингтің жаһандық нарығының жалпы үрдісі болып табылады.

Ұлттық және шетелдік франшизаның арақатынасында өңірлік және ұлттық айырмашылықтар бар. АҚШ-та, сол сияқты Латын Америкасы мен Азия елдерінде отандық франшиза басымды болып келеді, ал Еуроодақта олардың саны 50% аспайды. Бұрынғы КСРО аумағында, сол Ресей мен Қазақстанда әзірше шетелдік франчайзер басымдық танытуды. Қазақстандық нарықта жергілікті франшиза үлесі 10% аспайтын мүлдем қалыпсыз жағдай қалыптасты.

Соңғы бес жылда отандық франчайзингтік жүйелердің саны 3 еседен астамға өсті. Қазақстандағы ШОБ субъектілері санының белсенді өсуінен басқа франчайзингтің өзінің белсенді дамуын дәл осы кезеңде бастауына себепкер болатын бірқатар қосымша себептер бар.

Франчайзингтің тұрпаттамасы бойынша оның негізгі үш түрін айыру қалыптасқан: тауарлық (дистрибутивтік), өндірістік және іскерлік немесе бизнес форматтағы франчайзинг. Қазақстанда дистрибутивтік франчайзинг басымды

болып келеді, өндірістік сектор мейлінше қиын дамуда – жергілікті нарықтағы өндірістік франчайзинг саласында барлық желінің 2% ғана жұмыс жасайды. Осының салдарынан франчайзинг бірінші кезекте қызмет көрсету және сауда саласында белсенді түрде қолданылады.

Өнеркәсіптік франчайзинг үлесін өсіру перспективасы мүмкін, бірақ Қазақстандағы жағдайға байланысты мемлекеттік қолдаусыз елдің дамуының осы сатысында бұл екіталай нәрсе. Қазақстанның географиялық орналасуының ерекшеліктеріне және қалалық және ауылдық тұрғындар арасындағы үлкен үйлеспеушілікке байланысты агрофранчайзинг басымды бағыттардың бірі болуы мүмкін, дамушы елдердегі бұның мысалы екінші тарауда Нигерия мен Индияның мысалында келтірілген.

2014 жылдың басына дейін Қазақстандағы франчайзингтік жүйелердің саны 340 жетті. Әр желіде орташа алғанда 4-5 франчайзингтік орындар бар. Желідегі франчайзингтік орындардың ең көп саны - 55, ең азы -1. Бүгінгі таңда Қазақстанда кәсіпкерліктегі франчайзингтің үлесі әртүрлі деректер бойынша 1%-3,5% аспайды, бұл ретте 25000 астам адам франчайзинг секторында істейді. Франчайзинг талаптарында жұмыс істейтін кәсіпорындардың жылдық айналымы $700 млн-ға жақын.

Қазақстан Республикасындағы франчайзингтік қарым-қатынасты реттеуші негізгі нормативтік-құқықтық актілер мыналар:

- 1999 жылғы 1 шілдедегі Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексі (ерекше бөлімі) № 410-1, 45-тарау («Кешенді кәсіпкерлік лицензия»), аталған тарауда франчайзинг шарттарының объектілері, тараптардың негізгі құқықтары мен міндеттері, шарттарды ресімдеу келтірілген.
- Азаматтық Кодекстің 902-бабы «кешенді кәсіпкерлік лицензия» ұғымына түсінік береді, лицензиаттың (франчайзи) сублицензия (субфраншиза) беру мүмкіндігі сипатталады.
- Қазақстан Республикасының 2002 жылғы 24 маусымдағы №330 «Кешенді кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» заңы. Осы Заң лицензияның жүзеге асырылуымен байланысты кешенді кәсіпкерлік қарым-қатынастарды реттейді және франчайзингтік қызметті дамытуға және қолдауға бағытталған. Заң кешенді кәсіпкерлік лицензия шартының мазмұнын, франчайзингтік қарым-қатынастар субъектілерінің құқықтары мен міндеттерін, сондай-ақ мемлекеттік органдардың Қазақстан Республикасындағы кешенді кәсіпкерлік лицензияны дамытудағы және қолдаудағы рөлін белгілейді.
- Қазақстан Республикасының 1999 жылғы 26 шілдедегі № 456-I «Тауар таңбалары, қызмет көрсету таңбалары және тауар шығарылған жерлердің атаулары туралы» заңы. Аталған заңда зияткерлік меншік пен тауар таңбаларын қорғаудың тәртібі көрсетілген.

Аталған зерттеу шеңберінде жеке жартылай құрылымдық сұхбат түрінде сауалдама жүргізілді. 4 мақсатты топтың өкілдерінен сұралды: (а) Қазақстанда ұсынылған франчайзингтік компаний, (б) Қазақстанда ұсынылуға ниет білдірген шетелдік франчайзингтік компаниялар, (в) республика өңірлерінде ұсынылуға ниет білдірген отандық брендтер мен франшизалар, (г) шетелде ұсынылған және/немесе ұсынылуға ниет білдірген отандық брендтер мен франшизалар.

Зерттеудің сандық әдістері франшизаның түрлері бойынша, салалық қатыстылығы бойынша, брендтің шыққан елі бойынша (отандық және шетелдік деп бөлінуімен), франшиза құқығының көлемі бойынша (мастер-франшиз, аумақтық франчайзер, франчайзи), франчайзингтік желі мөлшері бойынша және басқа франчайзингтік компаниялардың жіктелімдерін жасау үшін қолданылды.

Зерттеудің сапалық әдістері елдегі франчайзингтік нарықтың даму проблемалары бойынша сарапшылардың ерекше пікірлерін анықтау үшін қолданылды.

Жүргізілген зерттеуді қорытындылай келе Қазақстандағы франчайзинг нарығын дамыту процесін жетілдіру бойынша бірқатар ұсынымдар беруге болады.

ҰСЫНЫМДАР:

Заңнаманы реттеу саласында:

1. Франчайзингтік қарым-қатынасты реттеуші шарттарды міндетті тіркеу оның болмауы уақыт өте келе франчайзинг саласындағы алаяқтық оқиғалардың көбеюіне алып келеді және осының салдарынан Қазақстандағы франчайзингтің жолындағы қосымша әлеуметтік-психологиялық кедергілердің туындайды.
   Ұсыным: *Франчайзингтік қарым-қатынасты реттеуші шарттарды міндетті тіркеу жүйесін ендіру мүмкіндігін қарастыру.*
2. Франчайзингтік желінің барлығында бірыңғай баға белгілеудің болмауы тұтынушыға барлық желіні біртұтас деп қабылдауға кедергі келтіреді, сондай-ақ франчайзер әзірлеген бизнес-процесті бұзуы мүмкін, бұл уақыт өте келе франшизаның танымалдығын төмендетуі мүмкін.
   Ұсыным: *франчайзингтік қарым-қатынастар субъектілері үшін ҚР Азаматтық кодексіндегі жоғарыда көрсетілген шектеулерді алып тастау мүмкіндігін қарастыру.*
3. Франчайзердің франчайзиді міндетті түрде тұрақты қолдауы. ҚР «Кешенді кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» Заңында кешенді лицензиар иесінің оқытуға қатысты міндеті 15-баптың 2-тармағымен шектеледі: лицензия алушыны құқықтарды жүзеге асырумен байланысты мәселелер бойынша оқыту және кеңес беру. Салыстырмалы түрде Ресейдің, Украина мен Белоруссияның заңнамасына сәйкес коммерциялық концессия шартымен өзгесі белгіленбесе құқық иеленуші қолданушыға қызметкерлерді оқыту мен біліктіліктерін көтеруге көмектесуді қосқанда тұрақты түрде техникалық және кеңес беру жағынан жәрдемдесуге міндетті. Тұжырымдамадағы аталған айырмашылық франчайзер роялти алуды жалғастыра отырып франчайзи қызметкерлерін қолдауды және біліктіліктерін арттыруды доғаруы, сондай-ақ бақылау деңгейін төмендетуі мүмкін. Бұл франчайзингтің кешенді кәсіпкерлік лицензия туралы шартының нақты жағдайда стандартты лицензиялық шартқа айналуына алып келуі мүмкін.
   Ұсыным: *Франчайзидің (кешенді лицензия алушы) құқықтарын қорғауды арттыру үшін жоғарыда көрсетілген тармақты қайта қарау мүмкіндігін қарастыру.*
4. Қазақстанда шарт алдындағы кезеңде франшиза туралы ақпаратты ашу тәртібін реттеу бойынша талапты енгізу франчайзингтік нарықтың дамуына және ұсыныстар бәсекеге жарамды болса ұлттық франшизаның танымалдығының өсуіне себепші болады.
   Ұсыным: *Шетелдік тәжірибеге сүйене отырып Қазақстан Республикасында* шарт алдындағы кезеңде франшиза туралы ақпаратты ашу ережелері мен тәртібін реттеудің стандарттарын енгізу мүмкіндігін қарастыру.

Кредит беру саласында:

1. Франшизаға құқықты сатып алуға гранттар алу және ресімдеудің күрделілігі саланың дамуын, әсіресе өңірлерде дамуын қиындатады.
2. Кәсіпкерлердің «ұзын ақша» деп аталатынға қолжетімділігінің шектеулілігі мен банктерде кредит ресімдеген кездегі старт-аперлерді қоспағанда кәсіпкерлер

үшін кредит тарихының болуы туралы міндетті талап түріндегі бюрократия мен жемқорлық.

3. Жылжымайтын мүлікке бағаның күрт өсуі, бұл әсіресе жергілікті тұрғындардың сатып алушылықтары төмен болуы себепті өңірлерде анық байқалады. Жылжымайтын мүлікке бағаның жоғары болуы франчайзингтік орындарды ашуды пайдасыз етеді, бұл франчайзингтің жалпы дамуы үшін елеулі кедергі болып табылады.
4. ***Ұсыным:*** *Қордың өңірлік филиалдары қызметкерлерінің бизнесті ашу үшін үй-жай іздеу мүмкіншіліктері туралы ақпаратты дайындау мүмкіндіктерін қарастыру.*

Мақсатты топпен ақпараттық жұмыс саласында:

1. Франчайзингті кәсіпкерлік қарым-қатынастың тиімді нысаны ретінде қарау туралы ақпараттардың жеткіліксіздігі. Франшиза моделі бойынша бизнестің мүмкіндіктері туралы қолжетімді және тегін материалдар жоқ.
   Ұсыным: *Ақпараттық материалдарды дайындау және оларды Кәсіпкерлерді қолдау орталықтары арқылы тарату мүмкіндігін, франчайзингтік нарық бойынша маманданған КҚО жеке қызметкерінің кеңес беру мүмкіндігін қарастыру.*
2. Франчайзинг процесін дамытуға себепші болуы тиіс қоғамдық ұйымдар дөңгелек үстелдер, семинарлар, конференциялар ұйымдастыру арқылы қызмет атқаратын және болашақтағы ықтимал кәсіпкерлердің франчайзингтік технология туралы хабардарлық деңгейін көтеруді естен шығарып, негізінде іс жүзінде тек ақылы қызметтер көрсетеді.
   Ұсыным: *Ақысыз негізде тәжірибемен алмасу үшін* табысты *франчайзерлерді шақыруға ден қоюмен дөңгелек үстелдер мен семинарларды ұйымдастыру концепциясын қайта қарастыру ұсынылады.*
3. Ықтимал франчайзерлер мен франчайзилердің мамандандырылған портал арқылы франчайзинг тақырыбы бойынша қатынасуға және ақпараттарға мұқтаждықтары бар.

Ұсыным: ашық қолжетімділікпен өзекті ақпараттары, франшизаға құқық сатып алуға гранттарды алу мәселелері бойынша кеңес алу мүмкіндіктері, *франчайзингтік өзара қарым-қатынасты заңды түрде реттеуі, осы алаңды қоғамдық ұйымдар және/немесе жеке компаниялар емес, Қор қызметкерлері үлгілеу керектігі туралы міндетті талабымен қазақстандық «франшиза дүкені» бар, франчайзинг мәселелері бойынша пікір алмасу үшін электронды платформаны (мамандандырылған порталды) әзірлеу мүмкіндігін қарастыру ұсынылады.*

БИБЛИОГРАФИЯ

ҚР Заңнамалық актілер, нормативтік құжаттар:

- Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010-2014 годы, утв. Указом Президента Республики Казахстан от 19.03.2010 года № 958. / Қазақстан Республикасы Президентінің 19.03.2010ж. №958 «Қазақстан Республикасының жылдамдатылған индустриалық – инновациялық дамыту жөніндегі 2010-2014 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы
- Гражданский кодекс РК (общая и особенная части) от 1 июля 1999 года (с изменениями и дополнениями от 27.04 2012 г.). / 1999 жылғы 1 шілдедегі ҚР азаматтық кодексі (жалпы және ерекше бөлімі) (27.04.2012ж. өзгертулер мен толықтырулармен)
- Закон РК от 24 июня 2002 года №330 «О комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)» / 2002 жылғы 24 маусымдағы №330 «кешенді кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» ҚР заңы;
- Закон РК от 25 декабря 2008 года №112-IV «О конкуренции» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 07.03.2014г.)/ 2008 жылғы 25 жылғы №112-IV «Бәсекелестік туралы» ҚР заңы (07.03.2014ж. жағдайы бойынша енгізілген өзгертулер мен толықтырулармен)
- Гражданский кодекс РФ (часть II), глава 54 «Коммерческая концессия»/ РФ азаматтық кодексі (II бөлім), 54-тарау «Коммерциялық концессия» ;
- Гражданский кодекс Украины от 16 января 2013 года/2013 жылғы 16 қаңтардағы Украинаның азаматтық кодексі.
- Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г./1998 жылғы 7 желтоқсандағы Белоруссияның азаматтық кодексі.
- Указ Президента РК от 30 марта 2006 года № 80 «О развитии Стратегии-2030»/ ҚР Президентінің «2030-стратегиясының дамуы туралы» 2006 жылғы 30 наурыздағы №80 жарлығы.
- Постановление Правительства Республики Казахстан от 13 апреля 2010 года № 301. Об утверждении Программы «Дорожная карта бизнеса 2020» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 11.07.2014 г.)/Қазақстан Республикасының Үкіметінің «2020 бизнестің жол картасы» бағдарламасын мақұлдау туралы» 2010 жылғы 13 сәуірдегі №301 қаулысы
- Программа «Национальный центр развития франчайзинга при Фонде «Даму», 2012/ «Даму» қоры қасында Ұлттық франчайзингті дамыту орталығы» бағдарламасы, 2012.
- Программа «Национальный центр развития франчайзинга при АО «ФРП «Даму», утв. Решением Правления АО «Фонд развития предпринимательства «Даму». Приложение № 1 к протоколу заседания Правления АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» № 005/2012./ «Даму» қоры қасында Ұлттық франчайзингті дамыту орталығы» бағдарламасы, «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ-тың Басқармасының шешімімен бекітілген. «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ-тың Басқармасы отырысының хаттамасына №1 қосымша
- Отчет АО «ФРП Даму» - «Оценка эффективности Программы «ДКБ – 2020», 2013/ «Даму ҚДҚ» АҚ-тың «ДКБ-2020» бағдарламасының тиімділігін бағалау» атты есебі,2013.
- Стратегии развития Казахстана до 2030 года, изложенная Президентом страны в Послании народу Казахстана от 10.10.1997 года «Казахстан-2030». Послание Президента страны народу Казахстана 1997 года./ Президентпен 10.10.1997ж. «Қазақстан-2030» Қазақстан халқына жолдауында айтылған 2030 жылғы дейін

Қазақстанның даму стратегиясы. 1997 жылғы Президенттің Қазақстан халқына жолдауы
- Стратегия индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2013-2015 годы, утв. Указом Президента Республики Казахстан от 17.05.2003 года № 1096./Қазақстан Республикасының Президентінің 17.05.2003ж. №1096 жарлығымен бекітілген 2013-2015 жылдарда Қазақстан Республикасының индустриалды-инновациялық стратегиясы

Зерттеу тақырыбы бойынша жазылған ғылыми әдебиет:

- Abell, Ph. European Union: How Effective Is The Regulation Of Franchising In The EU?
- CEPAL. Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe. 2012.
- CesiT. The attractiveness of the Italian market: the international franchisor's point of view, 2009.
- CIA World Factbook 2013.
- Franchising in Frontier Markets, Dalberg Global Development Advisors.
- IMF. World Economic Outlook: Hopes, Realities, Risks. April 2013.
- Magleby K. 60 MFO Possibilities with Existing Franchisor.
- Norman J. What No One Ever Tells You About Franchising: Real-Life Franchising Advice from 101 Successful Franchisors and Franchisees. – Kaplan Business, 2006.
- Singh S. Agribusiness Franchising in India: Performance, Potential and Strategies.
- World Bank's Doing Business Report, 2013.
- Альманах франчайзинга/Франчайзинг альманахы [2012. № 2 (5)]
- Бердина М., Торосян Е. Направления развития международного франчайзинга в регионе Латинской Америки/Латын Америка аумағында халықаралық франчайзингтің даму бағыттары.
- Вестник Союза франчайзинга/Франчайзинг одағының жаршысы, №1 (98) 2014.
- Вестник союза франчайзинга/ Франчайзинг одағының жаршысы, №2 (99) 2014.
- Каффка А. Франчайзинг и Бразилия/ Франчайзинг пен Бразилия, 2012.
- Кисиков Б. Франчайзинг в Казахстане. 2-е издание. Алматы: Образовательный фонд «Игілік», 2011./Қазақстандағы франчайнинг. /2-шығарылым, Алматы: «Игілік» білім қоры, 2011
- Мамырбаев А. Стратегии повышения конкурентоспособности малого и среднего бизнеса. Дис-ция. КБТУ. Алматы, 2014./ Кіші және орта бизнес бәсекелесу қабілетін арттыру стратегиясы. Дис-ция. ҚБТУ. Алматы, 2014
- Панюкова В. Новое торговое пространство для франчайзинга.//Торговое право, №6, 2012. , с. 75-94./Франчайзинг үшін жаңа сауда кеңістігі//Сауда құқығы, №6, 2012, 75-94 б.
- Сидельников В. Франчайзинг в Казахстане/Қазақстандағы франчайзинг. 2012.
- Сосна С. Франчайзинг. Коммерческая концессия/Коммерциялық концессия. – М.: ИКЦ «Академкнига», 2005.
- Сулейменов М., Басин Ю. Комментарий Гражданского кодекса Республики Казахстан. Особенная часть/Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексіне түсіндірме. Ерекше бөлім.
- Турсынбаев А. Развитие МСБ как важнейший путь выхода РК из экономического кризиса. Алматы, 2012./ШОБ-ты дамыту - ҚР-дың экономикалық дағдарыстан шығудың маңызды жолы, Алматы, 2012

Интернет-ресурстар:

- www.adilet.zan.kz

- www.akdn.org
- www.arhiv.pavlodar.gov.kz
- www.asiasentinel.com
- www.bcc.kz
- www.bea.gov
- www.beboss.ru
- www.bizbroker.ru
- www.cfwshops.org
- www.cia.gov
- www.damu.kz
- www.data.worldbank.org
- www.doreopartners.com
- www.forbes.ru
- www.franchise.org
- www.franchise-fff.com
- www.franchisee.su
- www.franchisetop.ru
- www.franchisinginfo.ru
- www.francon.ru
- www.franshiza.ru
- www.ftc.gov
- www.gks.ru
- www.goliath.ecnext.com
- www.halykbank.kz
- www.ihs.com
- www.inpi.gov.br
- www.kommersant.ru
- www.kpdnkk.gov.my
- www.kupi-franshizu.ru
- www.law360.com
- www.markiting.rbc.ru
- www.matrade.gov.my
- www.nauka.kz
- www.oed.com
- www.portaldofranchising.com.br
- www.raf.ru
- www.ru.government.kz
- www.rusfranch.ru
- www.russtartup.ru
- www.sbernank.kz
- www.singerco.com
- www.stat.gov.kz
- www.thebfa.org
- www.unidroit.org

1-ҚОСЫМША

«ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ФРАНЧАЙЗИНГ НАРЫҒЫН ЗЕРТТЕУ МЕН САРАЛАУ» ЗЕРТТЕУІНЕ ҚАТЫСУШЫНЫҢ САУАЛНАМАСЫ

«Фингейт» ЖШС тәуелсіз ұйымы **«Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ-тың** тапсырысы бойынша KazFranch-2014 көрмесін өткізу қарсаңында Қазақстандағы франчайзинг нарығының жағдайын зерттеу мен оның даму үрдісін саралау мақсатында зерттеуді жүргізеді.

«Фингейт» ЖШС Сізді және Сіздің ұйымыңызды бизнесі франчайзинг жүйесі бойынша дамып жатқан Қазақстан Республикасының кәсіпкерлері арасында өткізіліп жатқан сауалнамаға қатысуға шақырады.

Әр сұраққа тек өзіңіздің пікір мен ойыңызға сүйеніп жауап беруіңізді және барлық сұрақтарға жауап беруге тырысуыңызды сұраймыз.

Компаниядан алынған барлық деректер – **құпия.** Зерттеудің қорытынды есепте барлық сауалнамаға қатысушы ұйымдарға қатысты тек жалпы деректер көрсетіледі.

Толтырылған Қатысушы сауалнамасын **2014 жылғы 22 тамызға дейін** «Фингейт» ЖШС-қа **fingate@mail.ru электрондық мекенжайына жолдауыңызды сұраймыз**

1. Сіздің компанияның толық атауы*(көрсетіңіз)***:** _____

2. Франшизаны қай жылы сатып алдыңыз *(көрсетіңіз):*
_____

3. Компанияның ұйымдастырушылық құқықтық нысаны:
(жауаптың бір нұсқасын таңдауыңызды сұраймыз)

- ☐ АҚ
- ☐ ЖШС
- ☐ ЖК

4. Сіз өзіңіздің компанияңызды франчайзингтің қай түріне жатқызасыз?

- ☐ Сауда (сату) франчайзинг
- ☐ Өндірістік франчайзинг
- ☐ Кешенді (бизнес үлгісіндегі франчайзинг)

5. Компанияны қай салаға жатқызасыз:
(қызметтің негізгі саласын таңдаңыз)

- ☐ қоғамдық тамақтандыру
- ☐ салалық өндіріс
- ☐ білім беру және тәрбиелеу
- ☐ Медициналық қызметтер
- ☐ Қаржылық қызметтер
- ☐ Сауда мен қызмет көрсету
- ☐ Туризм
- ☐ Тұрмыстық қызметтер
- ☐ басқа (көрсетіңіз)_____

6. Бизнесті дамытудың басқа әдістеріне қарағанда франчайзинг жүйесін таңдаудың себептерін атап өтіңіз?
_____
_____
_____
_____

7. Франшизаның (брендтің) шыққан елін көрсетіңіз:
_____
_____
_____
_____

8. Сіздің компанияңыз:
(бір нұсқаны таңдауыңызды сұраймыз)

- ☐ **Мастер-франшиза (брендке қатысты құқығына өтеуін төлеу)** (түсініктеме)_____
- ☐ **Аймақтық франчайзер** (түсініктеме) _____
- ☐ **Франчайзи** (түсініктеме) _____

9. Франчайзингтік желіниздің көлемін көрсетіңіз (орындар саны):

- ☐ **1-2 орын** _____
- ☐ **3-5 орын** _____
- ☐ **6-10 орын** _____
- ☐ **> 10 орын** _____

10. Қазақстанның қай аймақтарында Сіздің компанияңыздың ФО (франчайзингтік орындарыңыз) бар? Біздің мемлекетіміздің аймақтары есебінен желіңізді кеңейтуді жоспарладыңыз ба?

☐ **Ия**
☐ **Жоқ**

Түсіндірме

_____
_____
_____
_____

11. Бастапқы кезеңде Сіздің ұйымыңыз қандай қиыншылықтар мен мәселелерге тап болды?

_____
_____
_____
_____

12. Франшизаны ашқан кезде франчайзерден қажетті қолдау көрдіңіз бе? Сол қолдау жеткілікті болды ма?

☐ **Ия**
☐ Жоқ

(егер «Ия» болса, 14-сұраққа көшіңіз)

13. Нақты айтқанда қандай қолдау көрсетілмеді?

_____
_____
_____
_____

14. Франчайзер тарапынан көрсетіліп жатқан ағымдағы қолдауға көңіліңіз толады ма?

☐ **Ия**
☐ **Жоқ**

(егер «Ия» болса, 16-сұраққа көшіңіз)

15. Франчайзер тарапынан көрсетіліп жатқан ағымдағы қолдауда не жетіспейді?

_____
_____
_____
_____

16. Франшиза өтелімділігінің нақты мерзімі қандай?

_____

17. Франшиза бойынша жұмыс істеуге қатысты болжалдарыңыз орындалды ма?

☐ **Ия**
☐ **Жоқ**

18. Алдымыздағы 5 жылда франшизаның жоспарланған даму қарқыны қандай?

_____
_____
_____
_____

19. Қазақстанда франшизаны сатып алу үшін қаржылық көмекті алу мүмкіндігі бар ма және оның талаптары қандай?

_____
_____
_____
_____

20. Қалай ойлайсыз, қаңдай қазақстандық мемлекеттік ұйымдар елімізде франчайзингтің дамуына өз үлестерін қосу керек?

(жауаптың бір немесе бірнеше нұсқаларын таңдауыңызды сұраймыз)

☐ ҚР үкіметі
☐ Әкімшілік
☐ «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры
☐ басқа (атап өтіңіз)_____
☐ басқа (атап өтіңіз)_____
☐ басқа (атап өтіңіз)_____

21.Франшиза бойынша бизнесті дамыту үшін Қазақстанның қандай мемлекеттік ұйымынан көмек сұрадыңыз?

☐ **Ия**
☐ **Жоқ**

(«Жоқ» болса, 23-сұраққа көшіңіз)

22. Қандай ұйымға бардыңыз? Қажетті көмекті ала алдыңыз ба? Сізге көрсетілген көмектің деңгейін қалай бағалайсыз?

_____
_____
_____
_____

23. Франшиза бойынша бизнесті дамыту үшін мемлекеттік және үкіметтік емес ұйымдар тарапынан көмек көрсетілу қажеттілігі бар ма?

☐ **Ия**
☐ **Жоқ**

(«Жоқ» болса, 25-сұраққа көшіңіз)

24. Франшиза бойынша бизнесті дамыту үшін мемлекеттік және үкіметтік емес ұйымдар тарапынан қандай көмек қажет?

_____
_____
_____

25. «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры» АҚ франчайзингтің Қазақстандағы дамуына қалай көмектесе алады деп ойлайсыз?

_____
_____
_____

26. Франчайзингке қатысты қандай шаралар сізге қызықты?
(жауаптың бір немесе бірнеше нұсқаларын таңдауыңызды сұраймыз)

☐ Көрмелер мен тұсаукесерлер
☐ Ақпараттық материалдар
☐ Арнайы мамандандырылған сайттар
☐ on-line конференциялар
☐ Дөңгелек үстелдер
☐ Мамандандырылған бизнес-форумдар
☐ басқа (атап өтіңіз)_____
☐ басқа (атап өтіңіз)_____

27. KazFranch көрмесі туралы естуіңіз бар ма?

☐ **Ия**
☐ **Жоқ**

28. Осы жылдың қазан айында өткізілетін KazFranch-2014 көрмесіне қатысқыңыз келеді ме?

☐ **Ия**
☐ **Жоқ**

(«Жоқ» болса, сауалнамада берген жауаптарыңыз үшін рақмет. Сауалнама аяқталды)

29. Сіз кім ретінде көрмеге қатысқыңыз келеді?

☐ **Экспонент**
☐ Келермен

30. KazFranch-2014 көрмесін өткізу аясында қандай бизнес-класстар, шеберханалар мен семинарлар сізге қызықты болар еді?

_____
_____
_____
_____

Жауап бергеніңіз үшін алғысымызды білдіреміз!

2-қосымша

Санаттар бойынша сауалнамаға қатысқан компаниялардың жиынтық кестелері

Сауалнамаға қатысқандар саны – 56 компанияның өкілдері.
Олардың ішінде ҚР-да өкілдігі жоқ жаңа шетелдік компаниялар – 21 компания.
Отандық франшизалар - 35 компания.

1. Отандық франшизалар:		
Барлығы:	35	*LaSpeedo, SELA, Эконока, ИНВИТРО, 33 пингвина, InfoLife, Научное шоу «Открывашка», Elis\Lalis, Шоколадница, Traveler's Coffee, 1С, Фирма «СЭТ», Сеть горящих путевок, CARLO PAZOLINI, TRIARH, FasTracKids, БАСКИН РОББИНС Алматы, GeoWash, Aromaco, Burger King, World Class, Express English, ORCHESTRA, Yves Rocher, Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, Taza Derm, Жас Кемеңгер, UMEX Real Estate, VIC, Минутка, Cosmo Style, Кайрос, Компания Жибек Жолы*
• **франшиза түрлері бойынша – 35**		
Сауда	24	*LaSpeedo, SELA, Эконока, Taza Derm,*

		InfoLife, Научное шоу «Открывашка», Шоколадница, Traveler's Coffee, 1С, GeoWash, ORCHESTRA, Фирма «СЭТ», TRIARH, Aromaco, Сеть горящих путевок, Минутка, Cosmo Style, Кайрос, «Жибек Жолы» компаниясы, Express English, CARLO PAZOLINI, Yves Rocher, Жас Кемеңгер, UMEX Real Estate
Өндірістік	7	*Elis\Lalis, Тәңір оты, Zibroo, 33 пингвина, Tea coffee garden, БАСКИН РОББИНС Алматы, VIC*
бизнес формат	4	*ИНВИТРО, FasTracKids, Burger King, World Class*
• **салалар бойынша - 35**		
Қоғамдық тамақтандыру	6	*33 пингвина, Tea coffee garden, БАСКИН РОББИНС Алматы, Шоколадница, Traveler's Coffee, Burger King*
Сауда	7	*LaSpeedo, SELA, Эконока, ORCHESTRA, Cosmo Style, CARLO PAZOLINI, Yves Rocher*
Білім беру	4	*FasTracKids, Жас Кемеңгер, Научное шоу «Открывашка», Express English*
тігін өнеркәсібі	4	*Elis\Lalis, VIC, Тәңір оты, Zibroo*
медициналық қызметтер	5	*ИНВИТРО, Taza Derm, InfoLife, Aromaco, World Class*
қаржылық қызметтер	2	*1С, Фирма «СЭТ»*
туристік қызметтер	2	*Сеть горящих путевок, «Жибек Жолы» компаниясы*
тұрмыстық қызметтер	2	*Минутка, Кайрос*
риэлторлық қызметтер	1	*UMEX Real Estate*
көлік жуу орындары	1	*GeoWash*
басқа қызметтер	1	*TRIARH*
• **брендтің шыққан елі бойынша – 35**		
РФ	14	*LaSpeedo, SELA, Эконока, ИНВИТРО, 33 пингвина, InfoLife, Научное шоу «Открывашка», Elis\Lalis, Шоколадница, Traveler's Coffee, 1С, Фирма «СЭТ», Сеть горящих путевок, CARLO PAZOLINI*
Украина	1	*TRIARH*
США	5	*FasTracKids, БАСКИН РОББИНС Алматы, GeoWash, Aromaco, Burger King*
Великобритания	2	*World Class, Express English*
Франция	2	*ORCHESTRA, Yves Rocher*
Қазақстан	11	*Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, Taza Derm, Жас Кемеңгер, UMEX Real Estate, VIC, Минутка, Cosmo Style, Кайрос, Компания Жибек Жолы*
• **франшизаның құқықтарының көлемі бойынша – 35**		
мастер-франшиза	13	*LaSpeedo, Сеть горящих путевок, UMEX Real Estate, VIC, Zibroo, TRIARH, Минутка, Taza Derm, Tea coffee garden, Кайрос, Тәңір оты, Жас Кемеңгер, «Жибек Жолы» компаниясы*

аймақтық франчайзер	22	*Burger King, 1С, GeoWash, Traveler's Coffee, Шоколадница, БАСКИН РОББИНС, Elis\Lalis, Научное шоу «Открывашка», InfoLife, Cosmo Style, FasTracKids, 33 пингвина, ORCHESTRA, Фирма «СЭТ», ИНВИТРО, World Class, Эконока, SELA, Aromaco, Express English, CARLO PAZOLINI, Yves Rocher*
Франчайзи	0	
• **франчайзингтік желінің көлемі және т.б. бойынша – 35**		
1-2 орын	19	*33 пингвина, Express English, CARLO PAZOLINI, Научное шоу «Открывашка», InfoLife, Cosmo Style, Жас Кемеңгер, «Жибек Жолы» компаниясы, Кайрос, Тәңір оты, UMEX Real Estate, VIC, Минутка, Taza Derm, ORCHESTRA, Фирма «СЭТ», Elis\Lalis, GeoWash, Aromaco*
3-5 орын	9	*Эконока, БАСКИН РОББИНС, Yves Rocher, LaSpeedo, Сеть горящих путевок, Zibroo, TRIARH, ИНВИТРО, World Class*
6-10 орын	4	*FasTracKids, SELA, Tea coffee garden, Burger King*
>10 орын	3	*Шоколадница, Traveler's Coffee, 1С*

2. Қазақстанда жұмыс істегісі келіп жүрген шетел франшизалары:		
Барлығы:	21	*AUGUSTO CUOMO / Mondo Italia Gallery, BIZZARRO, SAMURA, Churinga, CHOUPETTE, Avva, Romano Botta, Shooz!, Etam, Camelot, MORTIMER - ENGLISH CLUB, Yes, Berlitz, L'Occitane, Blanche et Brillante™, Goolfy, Cartridge World, Ronesans, My Gym's, Asia Fast food GmbH, Beer БАР*
• **франшиза түрлері бойынша – 21**		
Сауда	15	*AUGUSTO CUOMO / Mondo Italia Gallery, BIZZARRO, SAMURA, Churinga, CHOUPETTE, Avva, Romano Botta, Shooz!, Etam, Camelot, MORTIMER - ENGLISH CLUB, Yes, Berlitz, L'Occitane, Blanche et Brillante™*
Өндірістік	3	*Goolfy, Cartridge World, Ronesans*
бизнес формат	3	*My Gym's, Asia Fast food GmbH, Beer БАР*
• **салалар бойынша - 21**		
Қоғамдық тамақтандыру	2	*Asia Fast food GmbH, Beer БАР*
Сауда	10	*AUGUSTO CUOMO / Mondo Italia Gallery, BIZZARRO, SAMURA, Churinga, CHOUPETTE, Avva, Romano Botta, Shooz!, Etam, Camelot*
Білім беру	3	*MORTIMER - ENGLISH CLUB, Yes, Berlitz*
медициналық қызметтер	3	*My Gym's, L'Occitane, Blanche et Brillante™)*

заң қызметтері	1	*Ronesans*
басқа қызметтер	2	*Cartridge World, Goolfy*
• **брендтің шыққан елі бойынша – 21**		
РФ	6	*BIZZARRO, Yes, SAMURA, Churinga, CHOUPETTE, Blanche et Brillante™*
Украина	2	*Asia Fast food GmbH, Beer БАР*
Түркия	3	*Avva, Romano Botta, Ronesans*
США	4	*Cartridge World, My Gym's, L'Occitane, Berlitz*
Германия	3	*MORTIMER - ENGLISH CLUB, Etam, Camelot*
Франция	1	*Goolfy*
Греция	1	*Shooz!*
Италия	1	*AUGUSTO CUOMO / Mondo Italia Gallery*
• **франшизаның құқықтарының көлемі бойынша – 21**		
мастер-франшиза	5	*Asia Fast food GmbH, Beer БАР, My Gym's, MORTIMER - ENGLISH CLUB, Goolfy*
аймақтық франчайзер	16	*AUGUSTO CUOMO / Mondo Italia Gallery, BIZZARRO, Yes, SAMURA, Churinga, CHOUPETTE, Blanche et Brillante™, Avva, Romano Botta, Ronesans, Cartridge World, L'Occitane, Berlitz, Etam, Camelot, Shooz!)*
Франчайзи	0	
• **франчайзингтік желінің көлемі және т.б. бойынша – 21**		
1-2 орын	1	*Beer БАР*
3-5 орын	11	*Asia Fast food GmbH, Ronesans, MORTIMER - ENGLISH CLUB, BIZZARRO, Yes, SAMURA, Churinga, CHOUPETTE, Blanche et Brillante™, L'Occitane, Camelot*
6-10 орын	5	*My Gym's, Cartridge World, Goolfy, Shooz!, Avva*
>10 орын	4	*AUGUSTO CUOMO / Mondo Italia Gallery, Etam, Romano Botta, Berlitz*

3. Қазақстанның аймақтарында жұмыс істегісі келіп жүрген отандық брендттер мен франшизалар:		
Барлығы:	11	*Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, Taza Derm, Жас Кемеңгер, UMEX Real Estate, VIC, Минутка, Cosmo Style, Кайрос, «Жибек Жолы» компаниясы*
• **франшиза түрлері бойынша – 11**		
Сауда	7	*Cosmo Style, «Жибек Жолы» компаниясы, Taza Derm, Жас Кемеңгер, UMEX Real Estate, Минутка, Кайрос*
Өндірістік	4	*Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, VIC*
бизнес формат	0	
• **салалар бойынша – 11**		
Қоғамдық тамақтандыру	1	*Tea coffee garden*
Сауда	1	*Cosmo Style*
Білім беру	1	*Жас Кемеңгер*
тігін өнеркәсібі	3	*VIC, Тәңір оты, Zibroo*

медициналық қызметтер	1	*Taza Derm*
туристік қызметтер	1	*«Жибек Жолы» компаниясы*
тұрмыстық қызметтер	2	*Минутка, Кайрос*
риэлторлық қызметтер	1	*UMEX Real Estate*
• **франшизаның құқықтарының көлемі бойынша – 11**		
мастер-франшиза	10	*UMEX Real Estate, VIC, Zibroo, Минутка, Taza Derm, Tea coffee garden, Кайрос, Тәңір оты, Жас Кемеңгер, «Жибек Жолы» компаниясы*
аймақтық франчайзер	1	*Cosmo Style*
Франчайзи	0	
• **франчайзингтік желінің көлемі және т.б. бойынша – 11**		
1-2 орын	9	*Cosmo Style, Жас Кемеңгер, «Жибек Жолы» компаниясы, Кайрос, Тәңір оты, UMEX Real Estate, VIC, Минутка, Taza Derm*
3-5 орын	1	*Zibroo*
6-10 орын	1	*Tea coffee garden*
>10 орын	0	

4. Шетелде жұмыс істегісі келіп жүрген отандық франшизалар:		
Барлығы:		*Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, VIC, Cosmo Style, «Жибек Жолы» компаниясы*
• **франшиза түрлері бойынша – 6**		
Сауда	2	*Cosmo Style, «Жибек Жолы» компаниясы*
Өндірістік	4	*Тәңір оты, Zibroo, Tea coffee garden, VIC*
бизнес формат	0	
• **салалар бойынша – 6**		
Қоғамдық тамақтандыру	1	*Tea coffee garden*
Сауда	4	*Cosmo Style, VIC, Тәңір оты, Zibroo*
Білім беру	0	
Медициналық қызметтер	0	
Туристік қызметтер	1	*«Жибек Жолы» компаниясы*
Басқа қызметтер	0	
• **елдердің нарығы бойынша – 6**		
РФ	4	*Tea coffee garden, Cosmo Style, Zibroo, «Жибек Жолы» компаниясы*
Қырғызстан	1	*Тәңір оты*
Еуропа	1	*VIC*
• **франшизаның құқықтарының көлемі бойынша – 6**		
мастер-франшиза	5	*VIC, Zibroo, Tea coffee garden, Тәңір оты, «Жибек Жолы» компаниясы*
аймақтық франчайзер	1	*Cosmo Style*
Франчайзи	0	
• **франчайзингтік желінің көлемі және т.б. бойынша – 6**		
1-2 орын	4	*Cosmo Style, «Жибек Жолы» компаниясы, Тәңір оты, VIC*
3-5 орын	1	*Zibroo*
6-10 орын	1	*Tea coffee garden*

>10 орын	0	