



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2014» атты
IX халықаралық ғылыми конференциясы

IX Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2014»

The IX International Scientific Conference for
students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION-2014»

2014 жыл 11 сәуір
11 апреля 2014 года
April 11, 2014



**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2014»
атты ІХ Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
ІХ Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2014»**

**PROCEEDINGS
of the IX International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2014»**

2014 жыл 11 сәуір

Астана

УДК 001(063)
ББК 72
Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2014» атты студенттер мен жас ғалымдардың ІХ Халықаралық ғылыми конференциясы = ІХ Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2014» = The IX International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2014». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2014. – 5831 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-610-4

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

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

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

УДК 001(063)
ББК 72

ISBN 978-9965-31-610-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2014

«Жасыл көпір» серіктестік бағдарламасы

Қазіргі уақытта, әлемдік қауымдастық дағдарыстардың, әсіресе, экономикалық, экологиялық және азық-түліктік дағдарыстарды еңсерумен байланысты аса өткір мәселелерді шешуге бел буа кірісті. Бұған дер кезінде мемлекет басшысы да өркениеттің бірігуі мен әріптестік танытуы жолымен жаһандық дағдарысты еңсерудің жаңа бағыттарын атап көрсеткен болатын. Оның бір тетігі ретінде Астана қаласының «Жасыл көпір» бастамасын атауға болады. Бағдарлама инвестициялық жобаларды іске асыру, саясаттарды реформалау жолымен жасыл бизнестің жаңа салаларын құру және дамыту бойынша мемлекеттердің, халықаралық, ғылыми ұйымдардың және бизнестің бірлескен әрекеттерін болжайды. Бағдарламаның міндеті тек мемлекеттер мен аймақтар арасында ғана емес, сонымен қатар мемлекет пен бизнес арасында да – серіктестіктің жаңа деңгейін құру және көптеген үдерістер арасындағы байланыс болып табылады. «Жасыл көпірдің» мәнісі – жасыл бизнестің жаңа салаларын дамыту және ол үшін ұзақ мерзімді және тұрақты негіздерді құру арқылы экономиканы көгалдандыру. Жасыл көпір жаңашыл жасыл технологиялар – жасыл бизнес үшін қолайлы шарттарды тудыру үшін төлемнің жаңа тетігін ұсынады.

Бұл бастаманы алғаш рет Нұрсұлтан Назарбаев III Астана экономикалық форумында көтерді. Осыған байланысты, Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаев: «Әлем жаңа экологиялық қауіпсіз технологияларға, олармен тез алмасуға және жаңартылатын қуат көздеріне зәру. Осыған орай, былтыр өткен Біріккен Ұлттар Ұйымының саммитінде Қазақстан Еуропа мен Азия арасындағы «Жасыл көпір» атанған жаңа экологиялық декларация құру туралы бастамашылығын жариялады. Бұл экологиялық қауіпсіздікті қамтамасыз етуге және «жасыл экономика» құру үдерісін жақындатуға және тездетуге мүмкіндік береді» деп атап өтті.

Қазақстан соңғы жылдары өзекті экологиялық мәселелерді шешуде біршама ілгері жылжыды. Ондаған жылдар бойы жинақталған «тарихи» ластағыштар мен депрессивті аумақтардың қалпына келтіру салдарлары сәтті түрде іске асырылуда. Бүгінгі таңда Қазақстан экономикасының көптеген салаларында жоғары энергиялық сиымдылық сақталуда. Мұнай-газ секторында парниктік газдар шығарындыларының үлесі артып келеді. Сондықтанда, осы үлестерді қысқарту үшін еліміз «Жасыл даму» жолына түсуі қажет, яғни қоршаған ортаның бүтіндігін сақтау отырып, экономикалық дамуға қол жеткізуі қажет.

ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Альтернативная энергетика. Приоритетные сектора экономики // Справочник инвестора, 2010.
2. 3. Р. Перелет. Направления стратегии «зеленого роста» // Евразийский экономический обзор. – 2011 - № 1
3. 4. Б. Есекина. Концептуальные основы модели «зеленого роста» // Евразийский экономический обзор. – 2011
4. А.В Тумаркин “Экономическая География и Региональная Экономика” // 2012

УДК: 339.187.44(574)

ФРАНЧАЙЗИНГТІҢ ҚАЗАҚСТАН НАРЫҒЫНДА ҚОЛДАНУДЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТҮСІНІКТЕРІ

Айхожаев Ұлан Сейсенұлы

ula.kz.94@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, Экономика факультеті, Мемлекеттік және жергілікті басқару мамандығының 2-курс студенті, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі: Исбеков Бауыржан Нарзоллаұлы

«Біз шағын және орта бизнестің экономика құрылымындағы үлесін айтарлықтай ұлғайтып, оны орташа дамушы Еуропа елдерінің деңгейіне дейін жеткізуге тиіспіз. Сонда барып бізге кезекті дағдарыстық циклдарға қарсы тұру оңай болады. Әрбірқазақстандық үшін жаңа істі игеру, жаңа бизнес ашу немесе өз қызмет саласын кеңейту мүмкіндіктері болуы тиіс» Н.Ә. Назарбаев

Қазіргі кезде Қазақстанда «Пепси», «Рибок», «Самсунг», «Мобил», «Баскин-Роббинс» және басқа да фирмалардың танымал тауар таңбаларымен белгіленген тауарлар және қызметтермен ешкімді таңдандыралмайсың. Бұл таңбалар туралы тұтынушының ойында біржақты жоғары абыройы бар белгілі бір өндірушімен байланыстырылады және тауарлар мен қызметтердің жоғары сапасы бар екенін қосымша көрсетеді. Осы тауарлардың ел ішінде және барлық әлем бойынша таратылуының ең бір тиімді ағымы – біздегі аз танымал франчайзинг. Дегенмен бұл бизнес технологиясы біздің өмірімізге және әр адамның ауқаттылығына нақты кіргенін белгілеу қажет. Экономиканың көптеген сфералары мен салалары едәуір дәрежеде франчайзингпен төмендетіледі және оған тәуелді.

Қазіргі кезде франчайзинг әр түрлі бизнестің түрлерінде пайдаланылады. Әсіресе ол келесі өнеркәсіп және қызмет көрсету саласында қарқынды түрде дамып жатыр:

- автомобильдік өнеркәсіп және автосервистің қызметкері;
- бизнесті ұйымдастыру және жүргізу бойынша көмек (бухгалтерия, іс жүргізу, жарнама және т.б.);
- құрылыс, үйлерді жөндеуге байланысты қызметтер;
- демалыс пен ойын-сауық;
- жедел қызмет көрсететін мейрамханалар, кофеханалар, дәмханалар және т.б.;
- азық-түліктік шатырлар, медициналық және косметикалық қызметтер;
- бөлшекті сауда және басқа да көптеген қызметтердің түрлері [1].

Сонымен франчайзингтің түсінігі әр түрлі және тіпті вариациялы айтылады. Оның былай айтылуы әр бөлек алынған мемлекеттің немесе белгілі бір халықаралық ұйымның экономикалық және құқықтық жүйелерінің ерекшелігімен байланысты.

«Франчайзинг» сөзі ағылшын терминінен аударғанда қандайда бір қызметті жүргізудегі еріктілікке құқықтық анықтау мағынасын білдіреді. Орта ғасырларда мұндай артықшылықтарды кез келген тұрпаттағы коммерциялық қызметке франшизаны беру жолы арқылы корольдер иемденген. Франчайзинг (ағылш *franchising*- *құқық ерекшелік*) кәсіпкерлік жалғасымды іскерлік ынтымақтастық формасындағы үрдісінде, ірі компания, жеке-дара кәсіпкерге немесе кәсіпкерлер тобына өнімді өндіруге, тауарлар сауда-саттығына және осы компанияның сауда маркасымен белгілі бір шектелген территорияда өзара шартпен анықталған бір шартта қызметтерді ұсынады.

Осы ережелердің барлығын іске асырудың орнына франчайзи компанияның атын, абыройын, өнімі мен қызметін, маркетингтік технологияларын, сараптамасын және қолдау механизмдерін пайдалануға рұқсат алады. Осындай құқықтарды алу үшін франчайзи франчайзерге бастапқы жарнасын жасайды, ал содан кейін ай сайынғы жарнасын төлеп тұрады.

Франчайзинг жалға беру тәрізді. Өйткені франчайзи ешқашанда тауар таңбасының толық иесі болып табылмайды, тек жай ғана оған ай сайынғы жарнасын төлеу кезеңінде тауар таңбасын пайдалануға құқығын береді.

Осы жарналардың сомалары франчайзинг шартында (келісімінде) көрсетіледі және келіссөздің нысаны болып табылады.

Франчайзер – лицензия беретін немесе өз тауар таңбасын, ноу-хау және операциялық жүйелерін пайдалану құқығын беретін компания. Мысалы, франчайзер сәтті өнім немесе қызметтер жасайды, жедел тамақтандыру мейрамханасы қызметінің ерекшеленген стилін айтып кетейік. Мысалы франчайзер бизнесті дамыту үшін ақша шығарады, жақсы атақ («брэнд-нэйм» деп аталатын) және танымал келбетін жасайды.

Компания өзінің бизнес концепциясының еңбекке қабілеттілігін және осы бизнестің сәтті «қайта өндірісін дәлелдеген соң ғана, өзінің франшизасын бизнесті осылай қайталағысы келетін кәсіпкерлерге сатып алуды ұсына бастауы мүмкін.

Франчайзи – франчайзерде бизнес жасау барысында оқу және көмек мүмкіндігін сатып алатын және франчайзердің тауар таңбасын, ноу-хау және жұмыс жүргізу жүйесін пайдалануға сервистік (роялти) төлем төлейтін адам немесе компания. Франчайзер маңызды жеткізілімдерге (материалдар, шығын қаражаттары) жиірек тиімді жеңілдіктер беріп отырады. Бұл жеңілдіктер франчайзиге франчайзерден әрқашанда өнімдерді арзан бағамен сатып алуға мүмкіндік береді. Сонымен франчайзинг кәсіпкерлерге бизнесті арзан бағамен дамытуға мүмкіндік туғызады. Франчайзи бизнесті құрастыру және ашу бойынша көмек алғаны үшін бастапқы жарнасын жасайды. Франчайзи франчайзердің сауда таңбасымен, бизнес жүйесімен пайдалану үшін және франчайзердің қолдауы, үйретуі және консалтингі үшін ай сайынғы жарнасын төлеуге міндеттенеді. Егер барлығы жоспар бойынша жүрсе, франчайзи сәтті бизнес жүргізеді және оның кірісі қомақты болады.

Франшиза – франчайзердің франчайзиге сататын толық бизнес жүйесі болып табылады. Басқаша бұл жүйені франчайзингтік пакет деп атаса да болады. Ол пакетке әдетте франчайзердің меншігіндегі жұмыс жүргізуге арналған құралдар және тағы да басқа маңызды материалдар кіреді. Бизнестің әр түрін франшизаға айналдырса болады. Халықаралық Франчайзинг Ассоциациясы франчайзинг әдісін пайдалануға болатын 65-тен аса шаруашылық салаларын белгілейді.

Франчайзингтің американдық доктринасында, франшиза, тауар таңбасын және басқа да таңбалары мен бейнелерді, әрлендіруді, логотиптерді, басқа да ұқсас материалдарын, жарнама әдістері және қоғамдық атақтықты жаулап алуды патенттерді және ноу-хауды, коммерциялық құпия болып табылатын бизнес жүргізу тәсілін, жабдықты, құралдарды хаттаудың әдісін, сондай-ақ стандарттық шаруашылық шараларымен мазмұндалған авторлық құқық заңымен қорғалған немесе тауар белгісін әрлендіруді тіркеген патентпен немесе басқа әдіспен пайдалануға «басымдылық құқық» сияқты анықталады.

Аталмыш жағдайда, франшиза келесі айрықша құқықтар кешенін ұсынады:

- франчайзердің фирмалық және коммерциялық белгісінің әрекет етуге құқығы;
- тауар таңбаларына, сауда белгілеріне және т.б. құқығы;
- франчайзердің меншігіндегі коммерциялық ақпаратты пайдалану құқығы.

Франция Франчайзинг Ассоциациясы, франшизаны «франчайзер-кәсіпорны және бір немесе бірнеше франчайзи – кәсіпорындарының арасындағы, нәтижесінде франчайзер кәсіпорынның тауар таңбасымен, атауымен және әсіресе, франчайзердің бақылауымен франчайзи біржақты пайдалану жолы арқылы қолдануға тиіс ноу-хаумен басқаруды қарастырады». Бұл жерде, франшизаның сипатты элементі болып франчайзер сотының шешімдеріне сәйкес «өзіндік, сыналған және берілетін» ноу-хауды беру болып табылады.

Сізге ақша беретіні немесе бермейтіні жергілікті немесе аймақтық банк бөлімінің бастығының қолында. Мысалы, National Westminster банкінде жеке бір аймақта жұмыс істейтін және тек қана франчайзинг бизнесімен жұмыс істейтін, несие беруді қарастыратын жүзге жуық менеджерлері бар. Банк бастығын жақсы, анық және тиімді жазылған бизнес-жоспар әрқашанда несие беруге итермелейді.

Бизнес-жоспар – ол әрине жоспар. Оны жаулап алу жоспары деп те атауға болады. Ол бизнес мағынасын, жаулап алатын нарықты, қолданатын қару-жарақты, қандай себептер бойынша сіз жеңіске жететіндігін және қандай трофейлерді алатыныңызды қарапайым сөздермен бейнелейді. Бизнес-жоспарда оптимизм және реализм арасында балансын қарастыру керек. Сіз өзіңізді мақтай отырып, алдыға қойған мақсатыңыз банк бастығына жете алатын шын ретінде көрінуі керек. Жоспардың стандартты түрлері болмайды. Әдетте бизнес жоспардың келесі бөлімдері болады: бизнес; нарық; маркетинг; еңбек ресурстары; сату; құрал-жабдықтар мен жұмыс орны; қаржы.

Қазақстандағы франчайзинг қарым-қатынастардың алдағы өсуі мен дамуы белгілі маңызды тарихи оқиғалармен және кезеңдерімен байланысты. Олардың кейбіреулерін қарастырайық.

Біріншіден, бұл франчайзинг қарым-қатынастарын қажетті арнада дамытатын бірнеше институттардың қалыптасуына байланысты жағдайлар. Осы жоспарда бағаланбайтын рөл Қазақстан Франчайзинг Ассоциациясына (ҚФА) беріледі. Бұл институт батыстағы ұйымдар және Халықаралық франчайзинг ұйымдары тәрізді, ұлттық франчайзерлер мен франчайзидің қалыптасуына және дамуына көмектеседі. ҚФА-ның күнделікті жұмысына жинаумен, сараптамамен және франчайзингті көпшілікке тарату мақсатында анықтама таратумен, дамыту және қолдаумен қорытындылады.

ҚФА-ның бас және сенімді серіктесі жетекші банктердің бірі және қазіргі таңда АТФ Банк болып табылады. 2003 жылы қазанда АТФ Банк пен ҚФА Қазақстанда бірінші рет франшизаны алу үшін қаржыландыру бағдарламасын жүзеге асыруға кірісті.

ҚФА мен АТФ Банктің ынтасы бойынша франшизаны сатып алуға несиелеу бағдарламасы жасалған және енгізілген. ҚФА-ның бағалауы бойынша, Қазақстанда ойдағыдай 150 (жүз елу) франчайзинг бизнес-жобалары жұмыс істеп және дамып жатыр [3].

Егер франчайзинг бизнес-моделін ойдағыдай жүзеге асыру бойынша нақты мысалды алсақ, зор мақтанышпен жасанды мәрмәр және гранит өндірумен айналысатын (АҚШ, Калифорния штатында және штаб-пәтері Кембелл қаласында орналасқан) «Tiffany Marble» компаниясын алсақ болады. Бұл компания 1969 жылдан бастап әрекет етеді және қазіргі кезде оның фабрикалары франчайзинг бизнес-жобасы бойынша әлемнің 80 елінде ойдағыдай жұмыс істеп жатыр. «Tiffany Marble» компаниясының негізгі тұтынушылары (АҚШ, Канада және Қытай 90%-ға дейін жалпы өнімнің) қонақ үй бизнесінің алыптары болып табылады, олардың ішінде Хилтон, Мэрриот, Бэст Вестерн қонақ үй жүйелері. 2003 жылғы қазан айында Қарағанды қаласындағы кәсіпкерлер «Tiffany Marble» технологиясы бойынша құйма (жасанды) мәрмәр, гранит және оникс бұйымдарын өндіруге және сатуға франшизасын сатып алады. Қарағанды компаниясының өкілі тренинг пен оқуды АҚШ-та өтті. Қазақстандық «Tiffany Marble» компаниясына ағылшын тілінен барлық құжаттаманы аударуға және франшизаны игеруге және икемдеуге 9 айдан көбірек уақыт кетті. Қазақстандық «Tiffany Marble» компаниясы американдық франчайзер компаниясы тәрізді бизнесті Қазақстанда кеңейтуге ізденіс жасауда. «Tiffany Marble» тараудың ең оңай түрі – франшизаны бос қаражаттары бар және пайда берерлік бизнеске беретін заңды тұлғаларға сату. Компанияның жақындағы жоспарына франшизаны Алматы, Астана, Атырау қалаларына сату басталады.

Сонымен компания, «Tiffany Marble»-дің потенциалды инвесторларына франшизаны сатып алушыларға икемделген оферта құрастырғанда, әлеуетті сатып алушы франчайзинг туралы ештеңе білмейді деген пікір туындайды.

Қарағандының франчайзиі ерекше жаңа фабриканың жұмыскерлерінің – болашақ шеберлерінің тәжірибелік дайындығына назарын аударады. Және осы мақсатпен олар Қарағанды қаласында «Tiffany Marble» компаниясының негізгі тәжірибелі, соның ішінде тренинг орталығы болып қызмет ететін өндірісін ашты.

Қазақстанда, сондай-ақ франчайзингті қолдау және дамыту бойынша белгілі мемлекеттік саясат жүргізіледі. Сонымен заңнамалық реттеуден басқа ҚР Үкіметі негізгі бағыттарының бірі – франчайзингті дамыту болып табылатын, ҚР индустриялық-инновациялық дамуының стратегиясын қабылдады және бірте-бірте іске асыруға кірісті. Қазақстанда франчайзингтің бастамасы белгілі шарада жаңа франшизалардың ойдағыдай жұмыс істеуімен және бұл секторға жаңа қызметтерді тарту мүмкіндігімен жеткілікті шартталған. Бірақ бәрібір бұл жерде едәуір көп мәселелер және шешілмеген сұрақтар бар.

Ең негізгі мәселенің бірі, шарттық қарым-қатынастарды, олардың детализациясын және тереңдігін реттеу, сонымен қатар франчайзерді қиянатшыл франчайзиден және франчайзиді франчайзердің әдепті емес әрекетінен қорғау болып табылады.

Осы орайда, белгілі құқықтық механизмдердің жоқтығынан басқа, республикада бұл бизнес формасының дамуына, франчайзинг бизнес-жобасына қызмет көрсететін қуатты инфрақұрылымның жоқтығы кедергі келтіреді.

Шынында, шет елде франшизаларды сату процесінің айналасында үлкен қызмет көрсететін жүйелер жасалған. Солардың ішінде – кеңес беру, болашақ кәсіпорынның бизнес-жоспарын дайындау, несиелеу, жабдықтардың лизингі, франшизаның өзін әр түрлі күйреулерден сақтандыру, франшизаны алу бойынша несиелеу фактісін сақтандыру.

Дегенмен бұл механизмдер бара-бара бізде де пайда болуына және отандық франчайзингті дамытудың кемшіліктері үшін кінәні оның мемлекеттік және нарықтық енгізу механизмдерінің жетіспеушілігіне арта салуға болмайды.

Халықаралық тәжірибеге негізделі отырып франчайзингтік жүйені пайдаланушы отандық кәсіпкерлік қызметті дамыту мен олардың тиімділігін қамтамасыз ететін оңтайлы критерийлерін келесідей қарастырамыз:

а) отандық кәсіпкер қызмет ету саласын дұрыс тандауы керек, ә) франчайзингтік қатынастардың құқықтық аспектілерін, артықшылықтары мен кемшілігін жете білуі міндетті, б) франчайзингтік жүйені басқару үшін дұрыс бизнес стратегияны айқындай білуі, в) отандық франчайзер компания франчайзиының оңтайлы және табысты қызметін қамтамасыз ету мақсатында әдістеме мен бағдарламаларды әзірлеуі қажет, г) франшиза пакетін, оның өнімдері мен қызметтеріне баға белгілеудің тиімді саясатын бекіту, ғ) франчайзер жүйені кеңейту мақсатында табысты стратегияны әзірлеп, франчайзиді таңдау мен олардың қызметін дұрыс жүргізуін бақылауы қажет.

Қарастырған ой-пікірлерімді қорытындылай келе, еліміздегі франчайзингтік негізде қызмет етуші фирмалар, бизнестің басқа үлгісіндегі шаруашылық субъектілерімен салыстырғанда белгілі бір ерекшеліктер мен артықшылықтары бар екені белгілі. Осыған орай, бүгінгі таңдағы бизнестің осы жүйесіне қатысты мәселелер шешімдерінің жылдам табылуы оның шағын және орта кәсіпкерліктің серпінді дамуын арттырып, еліміздің келесідей жағымды нәтижелерге қол жеткізуіне мүмкіндік береді деп пайымдаймыз:

— франчайзингтік келісім-шартты заң жүзінде тіркеу негізінде - жұмыс орындарын арттырады;

— кластерлік бағдарламалардың жүзеге асырылуын қамтамасыз ететін экономиканың басымды секторларындағы франчайзингтік кәсіпорындардың үлесін ұлғайтады;

— бәсекеге қабілетті экономиканы қалыптастырудағы мемлекеттік холдингтердің рөлі мен орнын белгілеу арқылы олардың франчайзинг негізінде даму бағыттын айқындайды;

— Қазақстан Республикасы Президентінің Жолдауына сәйкес отандық өндірушілерді қолдау бағдарламасы шегінде жергілікті және халықаралық нарықта бәсекеге қабілетті отандық франчайзерлер санының артуына ықпал етеді.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Исабеков Б.Н. Парасатты экономика: дағдарыс пен серпіліс.// Астана қ. 2013ж. 223-224б.
2. Хамидулла А. Франчайзинг. Вам нужен кредит. Евразийский вестник аудитора.// 2006., № 7 (55). 49-б.
3. Бекболат Ж. Франчайзинг ұғымы және оның Қазақстанда қалыптасу негіздері.// Заң., 2006 №1. 25-б, 22-б.
4. ҚР Президенті Н.Назарбаевтың "Қазақстан халқының әл-ауқатын арттыру — мемлекеттік саясаттың басты мақсаты" Қазақстан халқына Жолдауы // Егемен Қазақстан.- 2008ж. 8 ақпан.
5. Кисиков Б. Франчайзинг в Казахстане.// Алматы.: ВоокіпЕазІ, 2007ж. 256 б.