



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

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 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

дамыту бағытында ақпараттық турларды өткізу қажет деп санаймын.

Қорытындылай келе, бұл мақсаттарды іске асыру үшін келесі міндеттерді шешу қажет:

- туризмнің инфрақұрылымын дамыту, туризм саласының материалдық базасын жаңарту және жаңа нысандар құрылысын жүргізу;

- дүниежүзілік деңгейге сәйкес ұлттық туристік өнімді қалыптастыру және оның сапасын арттыру;

- табиғи-рекреациялық және мәдени-тарихи ресурстарды пайдалану, туристік ресурстарға қол жетеізуді қамтамасыз ету және туристік қызметтер қажеттілігін қанағаттандыруда ең жоғары деңгейге жету;

- кіші кәсіпкерлікті қолдау, туризм және қызмет көрсету саласында халықты жұмыспен шұғылдануға ынталандыру.

Қолымыздағы бар ресурстарды пайдаланып, мақсатқа қол жеткізу, еліміздің даңқын одан әрі көтеру - өз қолымызда!

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. «Дөңгелек дүние» республикалық газеті, «Отандық өнімді насихаттау қажет»- Нұрбек Мейрам; «Көне Тараз мұражайы ашылмақ»-Нәбира Амангелді, № 7, 18 ақпан, 2015 жыл

2. ОҚО Статистика Департаменті сайты, <http://www.ontustik.stat.kz/kz/>
Отырар. Энциклопедия. – Алматы. «Арыс» баспасы, 2005 ISBN 9965-17-272 2

ӘОЖ 334.012.62/.64(574)

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ФРАНЧАЙЗИНГТІҢ ДАМУ МҮМКІНШІЛІГІ

Анарбай Айдана Мұхтарқызы, Дербісәлі Ұлболсын Айсақызы

I love dana 97@mail.ru, ulbolsin.derbisali@mail.ru

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ, экономика факультеті, туризм мамандығының 1-курс студенттері, Астана қаласы, Қазақстан

Ғылыми жетекші - аға оқытушы Рустемова С.М.

Мақалада франчайзинг терминіне анықтама беріліп, Қазақстанда франчайзингтің қалыптасуы мен даму мүмкіндіктеріне сипаттама берілген. Бізге берілген мәліметтерге қарағанда, Қазақстанда франчайзинг бірте – бірте дамып келе жатқан экономикаға ықпал ететін салалардың бірі екеніне, оған мемлекеттің қолдауы қажет екеніне көз жеткіздік.

Негізгі ұғымдар: франчайзинг, франчайзи, нарық

Қазір кез келген кәсіпкер өз тауар маркасын дүниеге алып келіп, оны заңды тіркей алады. Бірақ тауар маркасын брендке айналдырып, оны қоғамға танымал ету үшін қыруар қаражат керек. Сонымен қатар коммибояжерлердің белсенді жұмысы, жарнамалық компания тағы басқа рухани және материалдық ресурстарды қажет ететін жұмыстар жасалуы керек. Мұндай инвестицияны Қазақстан кәсіпкерлерінің басым бөлігінің қалтасы көтермейді. Сондықтан қазіргі кезде кәсіпкерлерге франчайзинг арқылы танымал тауар маркасын қолдану құқығын сатып алған өте ыңғайлы. Бұл жағдайда ірі компания - франчайзор кәсіпкерге қажетті технологиямен қамтамасыз етіп, қызметкерлерді оқытуға кепілді. Ал кәсіпкер болса, тек осы компанияның тауар маркасын қолдануға міндетті(көбінесе халықаралық деңгейде).

Осындай себептерге байланысты бизнесті ұйымдастырудың франчайзингтік формасының қалыптасуы мен дамуының ұйымдық-экономикалық тетіктерін әзірлеу басымды бағыт болып саналады.

"Франчайзинг" сөзі ағылшын терминінен аударғанда қандай да бір қызметті жүргізудегі еріктілікке құқықты 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 мерзімге және белгілі бір шартта қызметтерді ұсынады.

"Франчайзинг" терминінің екінші балама түсінігі француздың "franchise" - жеңілдік, артықшылық, сонымен қатар салық пен жарналардан босату сөзінен пайда болған. Франчайзингтің қалыптасу мен даму тарихы, оның дефинициясы мен терминінің мағынасы батыс және отандық әдебиеттерде әр түрлі белгіленген.

Қазақстандағы франчайзингтің дамуындағы бірінші кезеңі(1994-1999жж.) жекелеген кәсіпкерлердің отандық экономикада жаңадан қалыптасып келе жатқан нарықтық қатынастардағы франчайзингтік қатынастар жүйесін (ФҚЖ) пайдаланудағы талпыныстарымен сипатталады. Бұл кезеңде франчайзинг тамақтандыру саласында дами бастады. Өндірістік және сервистік франчайзинг қалыптаса бастады.

1994 жылы Қазақстанның сусындар нарығына америкалық "Coca Cola" компаниясы өз өнімдерімен келді. Компания газдалған сусындарды өндіру және өткізумен айналысады. Нарықтың осы сегментінде "Coca Cola" компаниясының үлесі 38%. Ал 1995 жылы Алматы қаласында "Алматы Кока Кола Ботлерс" сусындарды құю зауыты ашылды. Компания өз қызметінде өндірістік франчайзингті қолданады, ол негізінен зауыттың өндіріс технологиясы, сусындарды әзірлеу мен құю жүйесі және тасымалдау шарттары сипатында болады. Ал 1996 жылы қазақстандық нарықта франчайзинг жүйесі бойынша даму шешімін алғаш қабылдаған отандық "Сеймар" инвестициялық - өнеркәсіптік компаниясы бұл салада көшбастаушы болды. "Сеймар" компаниясы үшін франчайзинг бизнесті бағалауда маңызды критерий болып табылатын компанияның табыстары мен шығындарын плюс-минус 5 пайыз дәлдігімен жоспарлау мүмкіндігі түрінде тиімді болды. "Алматы Құс" АҚ тиімділігін, рентабельділігін және өткізу көрсеткіштерін жою,арылату мақсатында, компания өзінің "Сеймар" сауда маркасының фашизасын жеке кәсіпкерлерге, жанұялық кәсіпорындарға ұсынды. "Алматы Құс" АҚ құрамындағы франчайзилермен қарым - қатынастарды қатаң қадағалайды. Келісім шарттары жарты жылда бір рет қайта қарастырылады. Франчайзилер жемді тек "Алматы Құс" АҚ құрамындағы Қапшағай комбижем зауытынан ғана сатып алуға міндеттенеді, сонымен қатар олар ай сайын амортизациялық өтемдерге сәйкес теңгемен роялти төлемдерін жүргізеді.

Алайда, маманданған кадрлар және франчайзинг бойынша толық ақпараттың болмауынан, көптеген фирмаларда бұл іс эксперимент жүзінде ғана қалып қойды.

Жоғарыда атап өткен сервистік франчайзингтің Қазақстандағы тағы бір нысаны ретінде "Kodak" компаниясының қызметін атап өтуге болады. Бұл компанияны 1880 жылы АҚШ-тың Рочестер қаласында Джордж Истман құрған. Компанияның ұсынатын қызметтері келесідей болды: әуесқой және кәсіпқой фотопенкаларды, кинопенкаларды, рентгенографияға арналған пленкаларды, фото қағазды, сандық фотоаппараттарға қажетті бөлшектерді, батареяларды көтерме және бөлшек сату. 1990 жылын бастап "Kodak-Экспресс" халыққа жоғары сапалы тұрмыстық қызмет көрсетумен айналысатын халықаралық франчайзингтік бағдарламаны жүзеге асырады.

Қазақстанның нарығында "Kodak" компаниясы 1997 жылдан бастап қызмет етеді.

Франчайзингтің тағы бір мысалы 1999 жылы ресейлік "Дока" компаниясының желілерінің ашылуы. Осы жылдары Алматы қаласында бірқатар жылдам тамақтандыру орындары франчайзинг негізінде ұйымдастырылды. Алайда бұл желілердің өмірлік циклі ұзаққа бармады, өйткені нарықта айтарлықтай қолдау таппады және сұраныс деңгейі төмен болды.

Франчайзингтің дамуының екінші кезеңі(2000-2004жж.) - Қазақстанға ірі франчайзингтік фирмалардың келуімен, қазақстандық франчайзингтік қауымдастығының қалыптасуына себеп болған бүкіл елдің кәсіпкерлері мен аймақ басшыларына франчайзингтік семинарларын жүргізу бойынша USAID шараларының жүзеге асырылуымен

байланысты.

Осы жылдары франчайзинг экономиканың әр түрлі салаларында қалыптасты: қоғамдық тамақтандыру, ақпараттық технологиялар, бөлшек сауда, туризм, мұнай өндіру, денаулық сақтау тауарлары мен қызметтері, биологиялық белсенді қоспалар, емдік косметика.

Осы кезеңнің орта шенінде 2002 жылдың ақпан айында Қазақстан Франчайзинг Қауымдастығы құрылды. Қауымдастықтың миссиясы Қазақстан Республикасында франчайзингті дамыту, қодану ауқымдарын кеіейту және қолдау. Қауымдастықтың мақсаты - франчайзингтің танымалдығын жоғарылату және жылжыту, қауымдастық мүшелерінің мүдделерін қоғамдық, мемлекеттік және халықаралық ұйымдарда қорғау.

2002 жылдың 24 маусымында Қазақстан Республикасының "Кешенді кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы" Заңы қабылданды. Осы Заңның 1-бабына сәйкес "Кешенді кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) айрықшы құқықтар кешенінің құқық иеленушісі осы кешенді басқа тұлғаға өтемді негізде пайдалануға беретін кәсіпкерлік қызмет" деп қарастырады.

Франчайзингтің дамуының осы кезеңінде Қазақстан нарығында мынадай франчайзингтік кәсіпорындар өз қызметін жүзеге асырды: "IC" - бағдарламалық жабдықтау; "World Class" - фитнес клуб; "Scot Holland Estates" - жылжымайтын мүлік, рекрутинг; "Business Consult" - консалтинг; "Баскин 31 Роббинс" - балмұздақ; "Пятерочка" - азық-түлік дүкендерінің желісі; "MaxMara", "Sela" - киім сату дүкендері; "II Patio", "Планета Суши", "Американский Бар и Гриль" - қоғамдық тамақтандыру.

Үшінші кезең 2005 жылдан басталып осы кезеңге дейінгі уақытты қамтиды. Қазіргі уақытта мамандардың берген бағасы бойынша Қазақстанда 100 - ге жуық оператор - фирмалармен іскерлік қарым - қатынас жасайтын, қазақстандық франчайзинг қауымдастығына біріктірілген, 15 - 20 - ға дейінгі бас фирмалар қызмет етеді. Сервистің салалары бойынша франчайзингтік қатынастар жүйесінің таралу аумағы алуан түрлі, бірақ тұтастай алғанда жалпы әлемдік тенденцияларға сәйкес келеді. Әлемде франчайзинг бойынша дамып келе жатқан 70 - тен астам бизнес түрі бар. Алайда, Қазақстанда франчайзинг жеткілікті дәрежеде әртараптандырылмаған(диверсификацияланбаған), ол негізінен жыдам тамақтандыру, мейрамханалық бизнес, сауда және қызмет көрсету салалары жүйесіндегі кәсіпорындарды қамтиды.

Франчайзингтің дамуының үшінші кезеңіне оның қолдану салаларының түскенін байқаймыз. Франчайзинг әдеттегі қоғамдық тамақтандыру, бөлшек саудаға қосымша, тұрмыстық қызмет көрсету саласында да қолданыла бастады.

«Дока-хлеб» , «Дка-пицца» фирмалары ретінде Қазақстанда , «Макдональдс» және «Пицца-хат» ресторандары Ресейде , ал Пекинде «Кентукки Франд Чикен» және «Холидейс-Иннс» фирмаларының филиалдары ретінде франчайзинг пайда болды . Бизнесінің басқа компаниямен әріптестік қатынаста бола отырып , табыс табу жолы қиындайды . Белсенділігімен , өзінділігімен , шынайылығымен көзге көрінетін кәсіпкерлер Шығыстың рухында тәрбиеленгендіктен , бұл үрдіс одан да қиынға түседі . Әсіресе , елдің қылмыс деңгейінің жоғарылығы және экономикалық жағдайның нашарлығы республика кәсіпкерлеріне шын және шынайы қарым-қатынаскұруға мүмкіндік бермейді . Өйткені франчайзинг экономикалық мазмұнды қажет етеді .

Франчайзингтілік жұмыс үшін төмендегідей қадамдарды жасаған дұрыс :

- Белгілі нарықтық кеңістіктегі бәсекенің деңгейін анықтапталдау;
- тауардың ерекшелігін табу;
- сұраныс пен ұсынысты анықтау;
- нарықтың сыйымдылығын нақты белгісеу;
- инвесторлар түрінде франчайзерлердің тарту мүмкіншілігі.

Осыларға жауап тапқан кезде ғана франчайзер де , сол сияқты франчиза да келісімшартқа отыруға болады . Франчайзинг жаңа техниканы пайдалануға , бухгалтерлік қызметтерді көрсетуге , жүкті тасымалдауда және тағы сол сияқты жұмыстарда өте ыңғайлы

болып табылады . АҚШ-та франчайзинг, әсіресе, сауданы, көпшілік тамақтандыруда, ұйымдастыруда мәселелерінде тиімді болып есептеледі .

Әлемдік кеңістіктегі франчайзингті қолдану масштабтары (сақын сусындар мен автомобильдік бизнестен басқа)

Мемлекет атаулары	Мәліметтер түскен жылдар	Басты фирмалардың саны (франчайзерлер)	Операторлар, кәсіпорындардың саны (франчайзи)	Өткізу көлемі (млн \$ АҚШ)
Австрия	1995	320	1360	-
Австралия	1997	230	1033	-
Бельгия	1995	77	4045	2,0
Канада	1998	1000	45000	38,4
Дания	1999	60	500	3,31
Франция	2001	675	19698	10,0
ФРГ	2001	180	9000	3,38
Италия	2001	197	11560	2,10
Жапония	2002	812	122450	32,7
Голландия	1998	244	8252	3,6
Норвегия	1999	120	850	0,3
Испания	2001	215	20000	-
Швеция	2001	60	1000	1,5
Ұлыбритания	2002	385	19800	5,5

Бұл кестеден франчайзингқатынастарының құрылуының ең көп динамикасы жапондық фирмалар франчайзингтерінде кездесетіндігін көруге болады .

Егер де франчайзер тауардың жабдықтаушысы болса , онда франчайзи ұсынатын негізгі жеңілдіктер :

- күшті жарнама
- қоғамдық мойындау
- бастапқы кезңде үйрету , көмектесу
- орталықтандырылған сауда
- франчайзингілік кәсіпорынды дайындау және оның орналасу жерін таңдау
- бухгалтерлік есепшот ұйымдастырудағы көмек .

Бұл тізімнің қатары өзара келісімшарт толықтырылуы мүмкін . Көптеген жағдайда франчайзи жаңа жабдықты немесе оны қолдану сатып алса , техникалық көмек пен қымбат көрсетуді талап етуге мүмкіншілігі болады . Франчайзи бірнеше жылдан кейін бұл бизнес туралы франчайзерлермен тең дәрежеде мәңгеріп , қарым-қатынастарда қайшылықтар мен келіспеушілікпен қатар , бәсекелестік пайда болуы мүмкін .

Франчайзинг батыс нарығы үшін бизнестің көптен бері етене таныс формасы болса, Қазақстан үшін жаңа форма болып табылады. Кәсіпкерліктің бұқаралық топтары қалыптасып , жүздеген адамдары өзінің бизнесімен айналасуға ұмтылыс білдіріп жатқан біздің ел үшін франчайзинг тәжірибесі өте маңызды . Олар бастапқы кішігірім капиталдың бар болуымен , бірақта білімдері , тәжірибелері , алдын ала сақтандырулары жағынан жетіспеушілікпен сипатталады. Бүгінгі таңда ел экономикасында франчайзинг бизнесті ұйымдастырудың біріккен формасы бола отырып, негізгі ілімдік және әдістемелік тұрғыларын өңдеу қажет болып табылатын салыстырмалы түрде құбылыс болып есептелінеді .

Біздің ел қатарлы нарықтық экономикасы дамушы елдерге лайықты , әйгілі тауарлармен меңгеріліп , қолданылған технологиялардың иегерлері – әйгілі фирмалар шегінде өздерінің құқықтары үшін белгілі бір сыйақыға келісушілік танытып , басқа жеке-дара кәсіпорынға осы технологияны және өзінің тауар маркасын сол тауарларды сату мен қызмет көрсету үшін рұқсат беру қатынасының жүйесі кең таралуда. Осы қатынас

франчайзингтік қатынасты білдіреді .

Қазақстан Республикасында франчайзингті іс жүзінде асырумен байланысты қатынастарды 2002 жылдың 24 маусымындағы қабылданған «Кешендік кәсіпкерлік лицензиясы (франчайзинг)туралы » (18) заң реттейді . Осы заңмен қоса Қазақстанда франчайзингті дамыту және франчайзингтік компаниялар мен оған қызығушылық , мүдделік танытушы заңды тұлғаларды біріктіру мақсатында 2002 жылдың ақпан айында Қазақстандық франчайзинг ассоциациясы (ҚФА) құрылды.

Ассоциацияның негізгі міндеті – франчайзингпен байланысты шұғыл ақпаратпен , сонымен қатар франчизаны іздеу саласында кеңестік және әдістемелік көмек көрсету , ассоциация мүшелерінің мүдделерін сан түрлі халықаралық және мемлекеттік органдар мен ұйымдарда таныту және құқығын қорғауды қамтамасыз ету .

Біздің ел үшін бизнесті жүргізудің тұжырымды түрде жаңа форматы – франчайзингпен біріктірілген жаңа қауымдастығын құру арқылы республиканың шағын және орта бизнесін дамытуға әрекет ету . ҚФА-ның бүгінгі әріптестерінің арасында ҚР-да франчайзингті дамытуға мүдделі экономикалық ұйымдар, консалтингтік басқа да мекемелер бар.

Франчайзинг, біздің ойымызша , Қазақстанның нарығына өте оңды болып табылады, тауар мен қызметтерді үлестірудің және маркетингтің бірегей жүйесі болып табылады. Франчайзинг франчайзермен франчайзи арасындағы әріптестік қарым-қатынасты бекітуден басталады.

Ең алдымен , бұл жағдай сауда-саттық және әр түрлі қызмет көрсету аясына тән сипатқа ие болуда . Франчайзингтің франчайзер үшін артықшылығының түпкі мәні – бизнесті кеңейтіп , тармақтаудың ең тиімді жолы болып санауы. Франчайзи үшін артықшылық – олардың әріптестерінің беделі , тәжірибесі және қалыптасқан жетістігін атап айтуға болады.

Франчайзер және франчайзи бірге жұмыс істей отырып , бір-бірінің жетістігін алмастыру арқылы және жіберген қателіктерін төмендеті шарасында бизнеске инвестиция жасап , пайда алады .

АҚШ , Канада , Ұлыбритания сияқты елдердің бюджетінің үшке жуық бөлігін ШБО-тары арқылы қызмет атқарушы франчайзингтік компаниялар өамтамасыз етуде . Жақан арада Халықаралық франчайзингтік ассоциация осыған дейінгі қарқынынан да жоғары деңгейде дамитыны сөзсіз. Франчайзерлер шет елдерде , сонымен қатар Қазақстанда , әлеуетті франчиларда іздестіруде , ал көптеген жеке тұлғалар мен фирмалар өздеріне демеушілігін арқасында , өндіріс пен қызмет көрсету технологиясын игеру кезінде пайдалы бизнес құру үшін франчайзерлерді іздестіруде .

Соңғы уақыттан бері Қазақстанда франчайзингтік формада дамуға шешім қабылдаған кәсіпкерлер ортасы белсенді түрде қалыптасуда . Үш жыл ішінде оңтүстік астанада осындай компаниялардың бірнешеуі құрылып , жалпы елімізде әйгілі франчайзингтік брэнділер пайда болып , сәтті түрде тіршілік танытуда. Мысалы, «1С», «MaxMara», «Bally», «Dolche & Gobanna», «Патио Пицца», «Планета Суши», «Американский Бар и Гриль», «Хесбургер», «Баскин 31 Робинс», «World Class» - фитнес клуб , British Airways , Euro Car т.б. атап өтуге болады.

Франчайзинг шартында өз бизнесін интернацияландыруда келесі талаптарды қолдану мүмкін : шетелде орналасқан фирмаға франчайзингтік келісімді құруға құқық беру. Ол үшін арнайы елшіліктер франчайзер және оның тауары туралы қажетті мәліметтерді білу керек және ол келесі қадамдардан тұрады:

-Франчайзимен келісім жасау мүмкіндігі бар басқа елде тәуелді фирма ашу мүмкіншілігінің болуы;

-Бірнеше елде франчайзерлермен тікелей келісімге отырып, басқа мемлекетке франчайзимен келісім жасау мүмкіншілігінің болуы;

Бірлескен кәсіпорын құру, оның блімшесі шет елдердің біреуінде франчайзинг принципі негізінде жұмыс істеу мүмкіншілігінің болуы.

Халықаралық франчайзингтік келісімдер құру кезінде көптеген мәселелерді ескеру

қажет. Сондықтан шетелдік юристік фирмалар және Қазақстан Республикасының сыртқы істер министірлігі коммерциялық негізде франчайза келісімін құруға құқығы міндетті түрде тіркелуі қажет. Қажетті заңды негізді құрғандахалықаралық тәжірибені, франчайзингтік Халықаралық ассоциациясының этикалық кодексін ескеру керек және оның негізгі принциптері төмендегідей:

- франчайзер өз жұмысын білікті, нақты және әділ түрде жүргізу мүмкіншілігінің болуы;

- франчайзер мемлекеттік органдар, тұтынушылар жәнефранчайзимен операция жасаған кезде моральдық этиканы сақтап, саналы түрде жүргізуі мүмкіншілігінің болуы;

- франчайзер барлық іскерлік операциялар кезінде өз жұмысын белгілі бір заңдар және тәртіптерге сәйкес жасау мүмкіншілігінің болуы;

- франчайзер франчайзинг жүргізгенде ұлттық ерекшеліктерге қарамай, әйелдер мен мүгедектерге – барлығына тән жағдайлар ұсынуы мүмкіншілігінің болуы.

Франчайзингтің халықаралық ассоциациясының этикалық кодексі алпыс бес мемлекет территориясында міндетті болып саналады және моральдық нормаларды қатал орындауды талап етеді. Сонымен қатар франчайзинг принциптері негізінде әрекет ететін фирмалардың ерекше бір жарғысы болады. Республика ішінде франчайзингтік операциялар мына тұлғалардың арасында жүзеге асырылады:

- көтерме сауда кәсіпорындары мен индустриялық кәсіпорындар арасында;

- бөлшек сауда кәсіпорындар мен өндірушілер арасында;

- көтерме және бөлшек саудагерлер арасында.

Осылай республикада әр түрлі меншіктегі фирмалардың арасында франчайзингті кең дамыту негізі пайда болды

Сонымен Қазақстан Республикасында франчайзерле өз атымен, бөгде маркалы тауарды және қызметті пайдалана отырып дами алады. Бұл елдегі кәсіпкерліктің дамуынаоң әсерін тигізеді сөзсіз.

Франчайзинг бизнесмен үшін кең мүмкіншіліктер береді. Ешқандайда тәжірибені иемденбей, кішігірім алғашқы капиталды игере отырып, ол бастау алған жерден тез арада қарқынды өрісалады.

Бірақ та бизнесті жүргізудің кез келген түрі сияқты, франчайзингте өзінің артықшылықтары мен кемшіліктері орын алған. Франчайзингтің тез дамуы мен кең таралу мүмкіншілігі келесілерде анықталады:

- 1.Франчайзер үшін, сонымен франчайзи үшін де өзара табысты болып саналады.

- 2.Салық салыну базасының қықаруы.

А.Франчайзер үшін мүмкін кездесетін артықшылықтар:

- өткізу нарығыныңжылдам кеңеюі, сату көлемінің ұлғаюы мен бизнестің территориялық түрде таралуы;

- шұғыл басқару қажеттілігінен босатылуы;

- меншіктік капитал салымдарының төмен деңгейі;

- лицензиядан сатудан табыс;

- франчайзи төлемінің есебіне қосымша табыстар иемдену ;

- меншікті сауды желісі арқылы өткізу бойынша шығындардың қысқаруы;

- жалданбалы жұмысшыларға қарағанда тәуелсіз бизнесмендер сәттілікке күштірек ынталандырылған;

Б.Франчайзер үшін мүмкін кездесетін кемшіліктер:

- өзінің кәсіпорнына қарағанда франчайзидан алатын пайда деңгейінің төмен болуы;

- франчайзидің біреулерінің лайықты дәрежеге беделінің сай келмеуі, сапаны лайықты бақылаудың болмау есебінен франчайзерлердің өзінің беделіне кесірін тигізуі мүмкін;

- франчайзидің қаржылы есеп берудің шынайлығын бақылау қиыншылығы;

- франчайзи бизнесі негізінде жеткілікті таңдау қиыншылығы;

- франчайзиді оқыта, үйрете отырып, франчайзер өзіне болашақ мүмкін бәсекелесті

даярлау мүмкіншілігі;

-жүйе ережеіне бағынбайтын франчайзимен қарым-қатынасты доғару мүмкіншілігінің болмауы;

Коммерциялық құпияның сақталуына қиыншылықтары;

В.Франчайзи үшін мүмкін кездесетін артықшылықтар:

-шағын бастапқы капиталмен меншікті істі бастау мүмкіншілігі;

-дайын «қуыс», франчайзи франчайзермен жан-жақты сыналған, дайын бизнесті сатып алады;

-материалдар, шикізаттар, құрал-жабдықтар, жабдықтаушылар, өткізу жүйесі, жалпы жұмыс жүргізу әдістері мен тәсілдері турасында мазмұнды ақпаратты иемденетін нақты нұсқауладың толық жинағын меңгеру;

-бизнес және менеджментті жүргізу технологиясының франчайзи көмегі;

Г.Франчайзи үшін келесі кемшіліктерді қарастыруға болады:

-қызмет ету бостандығының шектелуі;

-сервистік төлем;

-қызмет етуде иемділіктің жетіспеушілігі;

-франчайзер компанияға қатысты жағымсыз сипаттамалардың франчайзи-кәсіпорын үшін де тән болуы;

-франшизаны иемденгендегі құрылған жоспарлар ойдағыдай іс жүзінде аса бермейді.

Осы аталған себептерге байланысты қорытынды жасайтын болсақ, елімізде франчайзингтің дамып, кең етек алуы келесі жетістіктерге жетелейді:

-инвестицияның сыртқы және ішкі ағымын күшейтеді;

-жаңа технологиялардың, құралдырдың, бағалы ноу-хаулардың пайда болуына септік етеді;

-бар өндірістерді дамытып және жаңа өндірістерді қалыптастыру, сәйкесінше жаңа жұмыс орындарының пайда болуына ісер етеді;

-шағын және ортакәсіпкерлік ясының кеңеюі мен бекітілуіне тұғыр болады ;

-жұмыс күшінің біліктілігін жетілдіреді;елімізді сапалы тауарлар мен қызметтерге қанықтыруды жылдамдатады;

-Қазақстандық өнімді жаңа нарықтарға өткізуге мүмкіндік тудырады.

Қорыта келгенде, франчайзинг механизмі дамуының негізгі бағыттары франчайзерге неғұрлым төмен шығындамен аз уықат аралығында жылдам мүмкіндік береді.

Сол себепті, франчайзингтің Қазақстанда қарқынды дамуы үшін келесі шарттарды орындау қажет:

1. Қазақстандағы Франчайзинг ассоциациясының қызметін кеңейту. Қазіргі таңада ҚФА қызметі тек Алматы қаласымен шектеліп қалған сияқты, өйткені ҚФА-ның ай сайынғы көрмелері, консультация кеңестері, яғни, франчайзингті дамыту шаралары тек, Алматы мен Астанада болған екен. Осы жерде Қазақстандағы басты қалаларында кеңселері болса, франчайзингті дамыту шаралары көптеген қалаларда жүргізілсе, шағын және орта бизнестің қарқынды дамуына өз үлесін тигізер еді. Осы тұрғыдан алғанда, мемлекет тарапынан, нақтырақ айтсам, Экономика және жоспарлау министрлігі үлкен қолдау көрсетіп; экономикалық жетістікке жетуде франчайзинг тиімді құрал бола алар еді.

2. Франчайзинг жүйесі арқылы кәсіпкерлікпен айналысамын деген адамдарға, кәсіпкерлер иелеріне кредиттік жеңілдіктер беретін бағдармалар жасау. Қазір кезде кәсіпкерлер үшін банктен кредит алу ең үлкен қажеттілік болып табылады.Ал, отандық банктерден кредит алу кәсіпкерлерге үлкен тәуекелдікті талап етеді. Бұл кәсіпкерлер үшін қиындық тудырады.Сол себепті, мемлекет тарапынан қолдау көрсетіліп, франчайзинг жүйесі арқылы кәсіпкерлікпен айналысатын азаматтарға «кредиттік жеңілдіктер» атты бағдармалар жүргізілсе, Қазақстандағы франчайзингтің дамуына үлкен септігін тигізер еді.

3. Қазақстан мемлекеті ТМД мемлекеттері ішінен бірінші болып, 2002 жылы «Комплекстік кәсіпкерлік лицензия туралы» заң қабылдаған болатын. Шетелдік

мамандардың пікірінше, Қазақстандағы заң жүйесі франчайзингтің дамуына ықпал жасайтынына сенімді. Бірақ, қазіргі таңда мемлекет тарапынан күткен үміттері ақталмай отыр. Әрине, франчайзинг дамуда, бірақ жоғарғы қарқында дамып жатыр деу қиын. Сол себепті, бұл жағдайға менің ұсынысым мынадай:

«Комплекстік кәсіпкерлік лицензия туралы» заңға толықтырулар енгізу. Себебі, кәсіпкерлердің айтуынша, заңда еркін франчайзинг жүйесімен жұмыс істеу мүмкіндіктері толық қамтылмаған деуге болады. Сондықтан министрлік тарапы заңды қайта қарап, қазіргі нарықтық экономиканың барлық шарттарын орындайтындай, еркін кәсіпкерлікпен айналысуға мүмкіндік беретін жағдай жасауы тиіс деп ойлаймын.

Осындай маңызды шаралар франчайзингтік жүйемен дамитын кәсіпкерлер санын көбейтетініне сенімдімін. Себебі, әрбір адам немесе кәсіпорын иесі жаңа кәсіпкерлік ашқысы келсе немесе кәсіпкерлігін ұлғайтқысы келсе, мұндай жағдайда франчайзингтік жүйені пайдалану өте тиімді. Франчайзингтің Қазақстандағы болашағы – үлкен жетістіктерге жетелейді.

Пайдаланылған әдебиеттер

1. Электрондық ресурс: <http://kontrosha.com>.
2. Б.Н. Исабеков "Парасатты экономика: дағдарыс пен серпіліс" Астана-2013, "Фолиант" баспасы
3. Исабек Бауыржан Түркістани "Қазақстан Республикасында кәсіпкерліктің инновациялық түрлерін жетілдірудің механизмдері" Түркістан-2009, "Тұран" баспасы
4. Электрондық ресурс: <http://bigox.kz>.

ӘОЖ: 332.05

ҚҰПИЯ ҚАЛАШЫҚ – ЖАНКЕНТ ҚАЛАСЫ ТУРИСТІК ОРТАЛЫҚ РЕТІНДЕ

Аяпберген Алмагүл

almagul.96_28@mail.ru

Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі-А.Г. Гиззатжанова

Әлемде тарихи мәнге ие, қайталанбастығымен әрі әсемдігімен ерекшеленетін ескерткіштер, ежелгі қалалар мен қалашықтар, құрылыстар өте көп, олар бір мемлекеттің кешегіден бүгінге дейінгі тарихын зерделеп қана қоймай, салт - дәстүрінен, мәдениетінен, халқының өмір салтынан хабар береді. Осындай ескерткіштеріміз көзден ғайып болуда, сондықтан оларды сақтап қалу үшін көптеген іс-шаралар жүзеге асыруға ниеттенуде.

Елбасымыз 2003 жылғы Жолдауында Үкіметке "Мәдени Мұра" бағдарламасын іске асыруды тапсырған болатын. Бағдарлама аясында Қазақстан аумағындағы 37 көне қалалар зерттеліп, 113 тарихи-мәдени ескерткіштерге жаңғырту жұмыстары жүргізілді [1]. Бағдарлама бірнеше кезеңдерден тұрады, осы бағдарламаға сай 2007-2009 жылдары ортағасырлық Жанкент қаласына зерттеулер жүргізілді. Елбасымыз Н.Ә. Назарбаев қазақстандықтарға 2012 жылғы «Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту – Қазақстан дамуының басты бағыты» жолдауында: «Қазақстанда туризмнің барлық түрін дамытуға мүмкіндігіміз бар», - екендігін және елімізде туризмді дамытуға қажетті барлық туристік ресурстарымыз мол мөлшерде екендігін атап көрсетті [2]. Сол себепті, жыл сайын қарқынды дамып келе жатқан туризм саласына ескерткіштер мен ежелгі қалалардың тигізер әсері мол.

Жанкент - республикалық сипаттағы археологиялық ескерткіш. Қазалы ауданы шекарасындағы Өркендеу ауылдық округінің орталығына іргелес жатқан биік төбе сияқты топырақ басқан қорғанның орнында VII - XIV ғасырларда Жанкент, Янгикент қаласы болған. Түрікмен тарихшысы Абұлғазы Баһадүрдің айтуынша, оғыз еліне жүздеген жыл астана болып келген, Сыр өзенінің аяғында тұратын ұлы мұра - Жанкент қаласы еді. Оғыздар