

УДК 330.564
МРНТИ 06.01

**МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ РЫНКА ФРАНЧАЙЗИНГА
В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН**

Валиева М.М.¹, Рахимжанова Н.Б.¹

¹СКГУ им. М. Козыбаева, г. Петропавловск, РК

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ФРАНЧАЙЗИНГ
НАРЫҒЫНЫҢ ДАМУ МОДЕЛІ**

М.М. Валиева¹, Н.Б. Рахимжанова¹

¹М. Қозыбаев атындағы СҚМУ, Петропавл қ., ҚР

**MODEL OF DEVELOPMENT OF FRANCHISE MARKET
IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

M.M. Valieva¹, N.B. Rahimzhanova²

¹NKSU named after M. Kozybaev, Petropavlovsk, KR

Аннотация

В статье представлено, что развитие малого предпринимательства испытывает определенные трудности, которые обусловлены тем, что контингент, занятый в этой сфере, как правило, не имеет необходимых экономических и юридических знаний, без которых невозможно проведение серьезных маркетинговых исследований, принятие обоснованных решений по проблемам, связанным со сбытом товаров и услуг, а также выработкой эффективной стратегии и тактики для ведения конкурентной борьбы с крупными компаниями. На основе комплексного исследования малого и среднего бизнеса, функционирующего на основе франчайзинговых отношений, франчайзинг определен как особая форма организации «бизнес – среды», которая позволяет фирме поддерживать и создавать свои господствующие позиции на рынке. Франчайзинг предоставляет малым фирмам определенный набор услуг, направленных на поддержание своих лидирующих позиций на рынке конкретного продукта.

Также определены существующие проблемы на рынке франчайзинга Республики Казахстан. Основными проблемами, испытываемыми субъектами малого бизнеса, являются финансовые трудности, а также дефицит квалифицированной рабочей силы, способной осуществлять управленческие, юридические, маркетинговые и консалтинговые функции.

Определена ответственная роль государству в развитии франчайзинга в Казахстане. Обозначены мероприятия, направленные на поддержку развития малого бизнеса, которые проводятся Правительством РК, а также местными исполнительными органами и прочими организациями.

На основе анализа авторами разработана модель для развития рынка франчайзинга в Республике Казахстан, которая содержит конкретные направления развития, мероприятия и ответственные стороны развития, а также меры по устранению проблем. Для функционирования модели развития франчайзинга рекомендованы условия, которые создаются одними субъектами франчайзинговых отношений, но в свою очередь, оказывающие влияние на других, повышая их благосостояние. Разработанная модель позволит создать качественные государственные программы по поддержке предпринимательства, избежав нецелесообразной траты средств государственного бюджета.

Ключевые слова: рынок франчайзинга, малое предпринимательство, модель развития, механизм кредитования, законодательные меры, отечественные франшизы, системы брокериджа, тенденции развития.

Аңдатпа

Шағын бизнес дамуының біршама қиындықтарды өткеріп жатқаны мақалада көрсетілген. Оның себептерінің бірі – осы салада жұмыс істеп жатқан контингенттің маркетингтік зерттеулер жүргізу, тауалар мен қызмет айналымына байланысты мәселелерді шешу, ірі компаниялармен бәсекелестік күресін жүргізуде тиімді стратегия мен тактиканы қолдану үшін қажетті экономикалық және заңды білімдерінің болмауы. Франчайзингтік қатынастар негізінде әрекет ететін шағын және орта бизнесті

кешенді зерттеу негізінде франчайзинг «бизнес – ортаны» ұйымдастырудың ерекше нысаны ретінде анықталған. Олар фирманың нарықтағы позициясын қалыптастыруға және қолдауға көмектеседі. Франчайзинг шағын фирмаларға нарықтағы нақты бір өнім бойынша өзінің алдыңғы қатарлы позицияларын қолдауға бағытталған қызметтер жиынтығын ұсынады.

Сонымен қатар, Қазақстан Республикасындағы франчайзинг нарығы дамуында орын алған мәселелер анықталған. Шағын бизнес субъектілерінің басынан өтіп жүрген негізгі мәселелер қаржылық қиындықтар, сондай – ақ басқарушылық, заңдық, маркетингтік және консалтингтік қызметтерді жүзеге асыратын білікті жұмыс күшінің жоқтығы.

Қазақстандағы франчайзингті дамытуда мемлекетке жауапты рөл бекітілген. Қазақстан Республикасының Үкіметі, жергілікті атқарушы органдар және басқа да ұйымдармен жүргізілетін шағын бизнестің дамуын қолдауға бағытталған іс – шаралар кешені көрсетілген.

Қорытынды негізінде авторлармен Қазақстан Республикасындағы франчайзинг нарығының даму моделі әзірленген. Онда дамудың нақты бағыттары, іс – шаралары, дамудың жауапкершілік жақтары және мәселелерді шешу жолдары көрсетілген. Франчайзинг даму моделінің әрекет етуі үшін франчайзингтік қатынастардың бір субъектісі қалыптастыратын жағдайлар, өз кезегінде, барлық субъектілерге әсер етеді. Әзірленген модель мемлекет бюджетінің қаржысын мақсатсыз жұмсауды жойып, кәсіпкерлікті қолдау үшін сапалы мемлекеттік бағдарламалар құруға мүмкіндік береді.

Түйінді сөздер: франчайзинг нарығы, шағын кәсіпкерлік, даму моделі, несиелеу тетігі, заңнамалық шаралар, отандық франшизалар, брокеридж жүйесі, даму қарқыны.

Annotation

It is presented in article that development of small business has some difficulties which are caused by the fact that the contingent occupied in this sphere, as a rule, has no necessary economic and legal knowledge without which carrying out serious market researches, adoption of reasonable decisions on the problems connected with sale of goods and services and also elaboration of effective strategy and tactics for conducting competition with the large companies is impossible. On the basis of a complex research of the small and medium business functioning on the basis of the franchising relations, franchizing is defined as a special form of the business environment organization which allows firm to support and create the dominant positions in the market. Franchizing provides to small firms a certain set of the services directed to maintenance of the leading positions in the market of a concrete product.

The existing problems in the market of franchizing of the Republic of Kazakhstan are also defined. The main problems which had by subjects of small business are financial difficulties and also deficiency of the qualified labor capable to carry out administrative, legal, marketing and consulting functions.

The responsible role to the state in development of franchizing in Kazakhstan is defined. The events directed to support of development of small business which are held by the Government of RK and also local executive bodies and the other organizations are designated.

On the basis of the analysis authors have developed model for development of the market of franchizing in the Republic of Kazakhstan which contains the concrete directions of development, an action and the responsible parties of development and also a measure for elimination of problems. For functioning of model of development of franchizing conditions which are created by one subjects of the franchising relations, but in turn, increasing their welfare and exerting impact on others are recommended. The developed model will allow to create qualitative state programs on business support, having avoided inexpedient expenditure of means of the state budget.

Key words: franchizing market, small business, development model, crediting mechanism, legislative measures, domestic franchises, systems of a brokerage, development tendency.

Введение

Актуальность. Современная экономика в рыночных условиях развивается настолько динамично, что происходит постоянное совершенствование способов ведения и поддержания предпринимательской деятельности. В условиях острейшей конкуренции жизненно важно глубоко разбираться в вопросах, связанных с ведением бизнеса. Цель – разработать модель для дальнейшего развития рынка франчайзинга в Республике Казахстан.

Методы исследования

Методологическую основу исследования составляют труды ведущих зарубежных ученых – экономистов, посвященных проблемам функционирования франчайзинговых технологий ведения бизнеса. Эмпирической базой исследования послужили законодательные и нормативные акты Республики Казахстан и других стран, регламентирующие сферу франчайзинга (комплексной предпринимательской лицензии); официальные статистические данные; материалы и рейтинги международных, национальных организаций и отраслевых ассоциаций; печатные и электронные, деловые и специализированные издания; открытая информация о деятельности франчайзинговых компаний; аналитические обзорные статьи в прессе; результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств; экспертные оценки; интервью с участниками рынка. Для изучения законов и нормативных актов, касающихся сферы франчайзинговых взаимоотношений, применялся комплекс формально – правовых методов.

Результаты исследования

Структурное состояние и тенденции развития франчайзинга в Казахстане во многих отношениях сопоставимо с мировым рынком франчайзинга. Казахстан является лидером по развитию франчайзинговых отношений в Центральной Азии, но вместе с тем существуют серьезные проблемы, препятствующие его успешному и динамичному развитию. Для решения этих проблем и повышения темпов роста количества предпринимательских инициатив, основанных на использовании франчайзинга, и увеличения экономического эффекта от использования такого способа организации бизнеса, необходимо [1]:

- развитие законодательства, регулирующего франчайзинговые отношения;
- внедрение изучения франчайзинга в образовательные процессы в высших и средних специальных учебных заведениях;
- усиление информационной насыщенности по вопросам франчайзинга;
- усиление мер по финансовой поддержке участников франчайзинговых отношений;
- улучшение инвестиционной привлекательности Казахстана.

Наиболее ответственная роль в развитии франчайзинга в Казахстане должна принадлежать государству. Для дальнейшего продвижения франчайзинга в экономику Казахстана государством должны быть осуществлены меры, направленные на:

- совершенствование нормативно – правовых актов и механизмов реализации действий в сфере франчайзинга;
- создание организационных условий по качественному развитию малого бизнеса с участием Фонда развития предпринимательства «ДАМУ»;
- реализацию практических шагов продвижения франчайзинга в сферу услуг / товаров / работ посредством малого /среднего бизнеса в Казахстане (региональный аспект).

Для этого необходимо:

- определить качественное соответствие действующих уровней услуг / товаров / работ на региональном рынке к рекомендуемому предложению франчайзинговых предложений;
- применить регуляторные механизмы по продвижению франчайзинговых проектов / предложений на региональный рынок услуг / товаров / работ;
- оценить результаты продвижения франчайзинга на региональном рынке по факту их практического действия и прозрачности отчетности.

Модель развития франчайзинга включает в себя условия, которые создаются одними субъектами франчайзинговых отношений, которые в свою очередь тем самым оказывают влияние на других, повышая их благосостояние (Рисунок 1).

На основе проблемно–ориентированного анализа и прогнозирования перспектив была разработана модель развития франчайзинга в Республике Казахстан:

1) Меры в сфере законодательства.

Устранения несовершенств законодательства можно добиться корректировкой п.2 ст. 9 в Законе РК «О комплексной предпринимательской лицензии», противоречащего Гражданскому кодексу РК, где утверждается, что «в случае, если объект интеллектуальной собственности не зарегистрирован на территории Республики Казахстан, регистрация права интеллектуальной собственности и его передача по договору комплексной предпринимательской лицензии осуществляются по усмотрению сторон». Регистрация такого права должна быть осуществлена в соответствии с законодательством РК, а не по усмотрению сторон: без регистрации – нет права и, следовательно, оно не может быть передано.

Также необходимо введение обязательной государственной регистрации всех франчайзинговых договоров. Это позволит, во – первых, наиболее точно проследить статистику рынка франчайзинговых отношений: тем самым государству легче будет проводить мониторинг и регулирование развития франчайзинга; во – вторых, избежать обвинения в плагиате предпринимателей и облегчить возможные судебные разбирательства в случае возникновения спорных ситуаций;

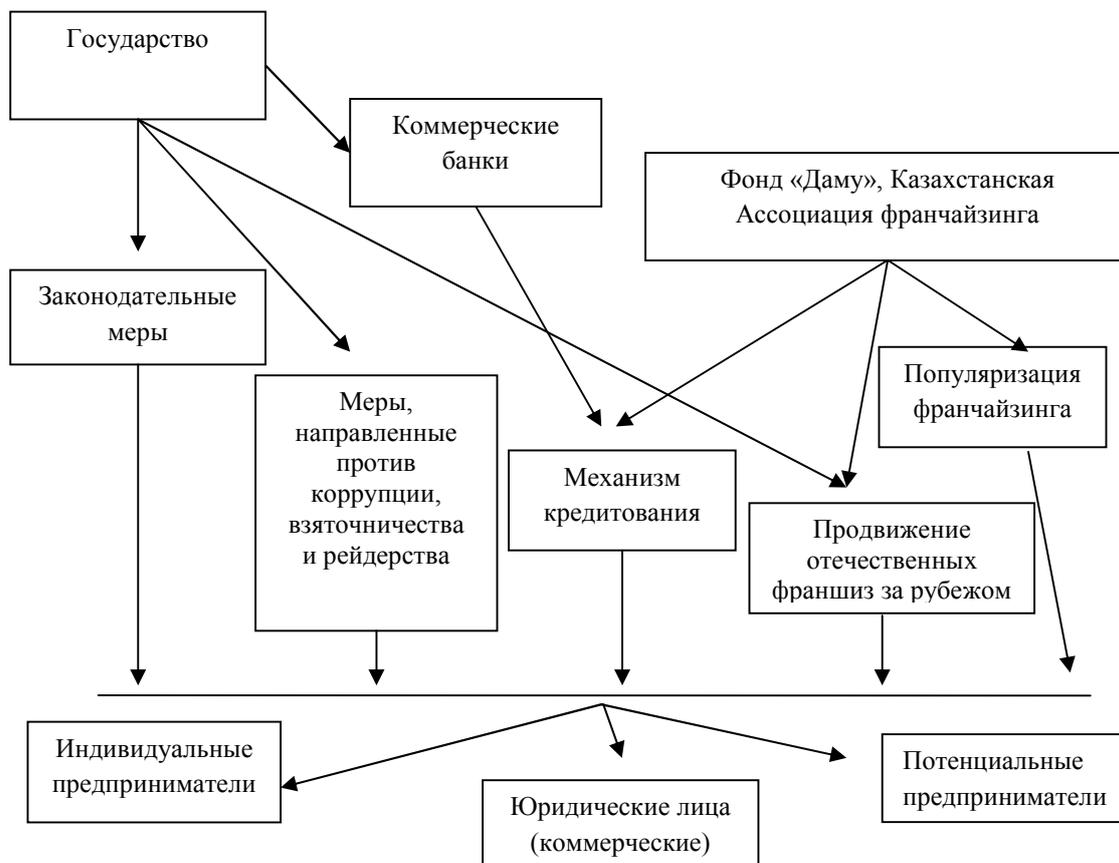


Рисунок 1 Модель развития франчайзинга в Республике Казахстан

2) *Бюрократические препятствия, коррупция, взяточничество, рейдерство* – все эти проблемы должны быть решены, прежде всего, государственным аппаратом. Так, предлагаем применение следующих инструментов:

- минимальное участие государства в экономике. Любые предприятия с участием государства – потенциальный очаг коррупции. Коррупция возникает чаще всего, когда «пилятся» бюджетные, «ничейные», деньги;
- наличие политической конкуренции;
- гласность в СМИ. Если факты коррупции выносятся на суд общественности, то над коррупционерами нависает угроза;
- информации о деятельности органов власти. При отсутствии общественного контроля и необходимости отчитываться перед обществом, чиновника ничего не сдерживает;
- общественное участие – участие структур гражданского общества в подготовке, принятии и контроле исполнения властных решений;
- осуществление обратной связи с потребителями государственных услуг.

3) *Финансирование и слабость банковской системы* могут быть решены заимствованием опыта развитых стран, например, США, где наиболее развиты франчайзинговый рынок и кредитные механизмы. В этом аспекте должны быть применены следующие меры:

- создание отдела обслуживания субъектов франчайзинговых отношений в крупных банках второго уровня, которые будут оказывать посреднические услуги в области установления контактов между франчайзером и потенциальными франчайзи;
- установление более низких процентных ставок по сравнению с данным параметром, применяемым при кредитовании самостоятельных предприятий;
- возможность привязки процентных ставок по кредитам к базовым отраслевым показателям. Например, при кредитовании франчайзи нефтяных компаний в США процентная ставка по кредитам соотносится с индексом изменения цен на сырую нефть или конечные нефтепродукты. При колебаниях данного индекса процентная ставка корректируется;
- предоставление субъектам франчайзинга бесплатного обслуживания в банке в течение первого года. Данный механизм предоставляет возможность франчайзи и франчайзерам пользоваться всем спектром банковских услуг без необходимости оплаты комиссий и вознаграждений. Некоторые банки при условии значительного постоянного годового оборота средств по расчетному счету увеличивают данный период;
- кредитование франчайзи коммерческими банками с использованием государственных гарантий. В соответствии с данным механизмом государство выступает поручителем по кредитам, предоставленным франчайзинговым предприятиям, и в случае невозвращения полученных финансовых ресурсов последними за счет средств бюджета или внебюджетных фондов возмещает банку его убытки;
- кредитование компаний – франчайзеров под залог брендов, принадлежащих им. При использовании данной схемы стоимость бренда должна оцениваться компаниями, специализирующимися в данной сфере. В этом случае бренд должен быть достаточно известным и иметь стоимость, соизмеримую с размером запрашиваемого кредита. При невозвращении кредита бренд может быть реализован путем проведения аукциона либо перейти в собственность банка;

– кредитование франчайзеров с использованием механизма факторинга. В этом случае процентные платежи за пользование кредитом франчайзер не выплачивает непосредственно банку, а предоставляет последнему право требования роялти с одного или нескольких франчайзи. При этом объем роялти должен быть соизмерим с размером процентных платежей за пользование кредитными ресурсами;

– кредитование франчайзи коммерческим банком под поручительство франчайзера или ассоциаций франчайзи, т.е. структур, объединяющих франчайзи одной или нескольких франшиз и стремящихся защитить интересы франчайзи, предоставить информационные и консалтинговые услуги, взаимное кредитование за счет средств совместно созданного фонда, поручительство по кредитным договорам и договорам займа;

– кредитование субъектов франчайзинга под залог их частной собственности с использованием гарантий третьих лиц. Предоставление кредитов франшизам с использованием схем страхования кредитных рисков крупными страховыми компаниями.

4) *Популяризация франчайзинга* должна быть осуществлена при помощи следующих мероприятий:

- работа СМИ с субъектами франчайзинговых отношений;
- запуск рекламы франчайзинга Евразийской ассоциацией франчайзинга (Казахстанской) в среде Интернет, включая ресурсы Google, Yandex, Youtube и т.д.;
- продвижение франчайзинга в социальных сетях и на мобильных платформах;
- модернизация существующих сайтов, размещающих предложения франшиз;
- создание системы онлайн – образования по франчайзингу;
- создание консультационной онлайн – среды по различным аспектам франчайзинга.

5) *Продвижение отечественных франшиз за рубежом необходимо осуществлять при помощи следующих мер:*

- освоение рынков стран СНГ и ЕврАзЭС через партнерские организации – ассоциации франчайзинга отдельных стран;
- участие отечественных франшиз в зарубежных выставках;
- использование системы брокериджа за рубежом;
- адаптация франшиз и регистрация ИС за рубежом;
- помощь Ассоциации франчайзинга Казахстана при создании брэнд – буков отечественных франшиз;
- использование государственных структур за рубежом.

В ближайшие годы наиболее востребованными направлениями бизнеса, основанного на приобретении франшиз, будут отдельные виды деятельности в сфере услуг / товаров / работ, которые могли бы дополнить качественное развитие малого /среднего бизнеса практически во всех регионах Казахстана, а именно:

- 1) услуги для населения, например салоны красоты, химчистки;
- 2) автосервис, например, станции технического обслуживания автомобилей;
- 3) уход за газонами, домашними растениями (ландшафтный дизайн);
- 4) услуги по мелкому домашнему ремонту.
- 5) бухгалтерский учет (программы 1с предприятие, 1с франчайзинг и т.д.);
- 6) компьютерная сфера (программные обеспечения, антивирусные системы, системы безопасности);
- 7) юридические услуги;

- 8) лизинг;
- 9) прокат;
- 10) персональные услуги, включая уход за детьми и дополнительное образование (искусство, математику, спортивные залы), уход за пожилыми людьми, за больными, а также фитнес–центры для взрослых;
- 11) услуги по приготовлению быстрой еды.

В тоже время есть многие категории франшиз, которые так же могут быть востребованы именно в Казахстане, такие как: сельское хозяйство/переработка и мелкое производство (мануфактура); агентства недвижимости; second hand; дизайн и архитектура; дистрибуция; электрооборудование; интернет услуги; ландшафтный дизайн; напитки; учет и аудит; аренда/прокат; охрана здоровья; туризм/путешествия; ремонт и обслуживание; спорт; фотография; юридические услуги [2].

В силу наличия в РК огромных запасов полезных ископаемых, больших площадей территории и удобного географического расположения республики, в Казахстане возможно развитие производственного франчайзинга.

Заключение

Наиболее ответственная роль в развитии франчайзинга в Казахстане должна принадлежать государству. Разработанная модель позволит создать качественные государственные программы по поддержке предпринимательства, избежав нецелесообразной траты средств государственного бюджета.

Литература:

1. Спинелли – мл, С. Франчайзинг – путь к богатству / С. Спинелли – мл. – М.: ВИЛЬЯМС, 2007. – 384 с.
2. Сидельников В. Вестник франчайзинга, 2015.