

А.А.Дүйсембаев

*Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті (E-mail: azeke-78@mail.ru)*

## Франчайзингтік бизнес: қалыптасу үрдісі және ерекшеліктері

Мақалада франчайзингтік бизнестің теориялық негізі мен қалыптасуындағы ерекшеліктері және оның жүйе тұрғысындағы көрінісі мен үрдістеріне зерттеулер жасалған. Франчайзингтік бизнесті құрудағы ерекше үлгі ретіндегі ұғымдары мен маңызды құрылымдары, басқа бизнес түрлерімен салыстырғандағы айрықшылықтары қарастырылған. «Франчайзинг» түсінігіне эволюциялық зерттеулер мен сипаттамалар жасалынып, қазақстандық бизнес жүйедегі «франчайзингтік бизнес» ұғымдарына сипаттамалар мен талдамалық, салыстырмалық түйіндер көрсетілген. Франчайзингтік бизнестің қызмет атқаруындағы негізділікті қамтамасыз етуші терминологиялардың сипаты топтастырылып, автор тарапынан зерттеушілік танытылған. Франчайзингтік кәсіпкерлік саладағы жан-жақтылықты танытатын қызметтің ерекшеліктері көрсетілген.

*Кілт сөздер:* франчайзинг, франчайзингтік бизнес, франчайзингтік жүйе, бизнес, кәсіпкерлік, франчайзингтік үлгі, франчайзер, франчайзи, франшиза, франчайзингтік қатынас, франшизалық кешен.

Бүгінгі таңда Қазақстан тарихының ХХІ ғасырдағы аса бір күрделі кезеңі аяқталды деп айтуға болады. Осы ойымызға дүниежүзінің экономикасын тұралатқан жаһандық дағдарыс дауылы әлі де болса өзінің күшін толық жоя қоймағандығы түйіткіл болып отыр. Бірақ осы экономикалық-қаржылық дағдарыстың салдарын әрі қарай тереңдетпей, жаңа онжылдықта экономикалық дамуымыздың жаңа мүмкіндіктерін іздестіріп, оны іске асыру жолымен келешектегі ұлы мұраттардың нақтылыққа айналуын қамтамасыз ету керек.

Еліміздің болашақта көздеп отырған маңызды мақсаттарының орындалуы жалпы экономикамыздың, халық шаруашылығы салаларының дамуымен тығыз байланысты. Нарықтық жағдайда дамушылықты бетке ұстаған кез келген мемлекеттің экономикалық өсімі кәсіпкерлікке, оның ішінде шағын және орта бизнес секторының жандануына негізделеді. Осыған орай, нақты секторға, оның ішінде кәсіпкерлік қызметті дамытуға серпінділік беретін инновациялық үлгідегі тың қадамдар мен бизнесті ұйымдастырудың жаңа модельдерін қолдану қажеттілігі туындауда. Осы қажеттіліктерге байланысты, отандық кәсіпкерліктің бәсекеге қабілеттілігін арттыра отырып, дамытудың келесі үлгілерін қарастыруға болады:

отандық кәсіпкерлік субъектілердің өз күштерімен инновациялық негізде сапалы тауарлар мен қызметтерді әзірлеп, өндіру арқылы нарыққа шығуы;

әлемдік және ұлттық деңгейде жаңа енгізілімдер мен жаңалықтарды қолдана отырып, жоғарғы сапалы өнімдер мен қызметтерді өндіретін, беделді, танымал компаниялардың, басқа да кәсіпкерлік субъектілердің тәжірибесі мен инновациялық ілімдерін қолдану арқылы қызмет атқару, бәсекеге қабілеттілікті арттыру.

Бизнесті ұйымдастырудың франчайзингтік жүйесі шет ел экономикасында танымалдылыққа қол жеткізгенмен, біздің мемлекетте қалыптасушылық үрдісінде. Қазақстандағы франчайзингті зертеуші әрі қолдаушы мекемелер мен ұйымдардың мәліметтеріне сүйенсек, 2010 жылдың қаңтарына Қазақстандағы франчайзингтік жүйе 350 брендпен саналып, франчайзингтік шартта қызмет атқарушы кәсіпорындардың саны 3000 бірлікке жақындаған. Франчайзингтік секторда 20000 жуық адамдар жұмыспен қамтылып, барлық франчайзингтік компаниялардың айналымы 550 млн АҚШ долларын құраған [1].

Салыстырма үшін әлемдік нарықта франчайзингтік бизнес айналымы 2 трлн АҚШ долларын, әлемдегі франчайзингтік желі саны — 20000, әлемдегі франчайзингтік сауда орындары — 2 млн астам мөлшерді, франчайзингтік сектордағы жұмысбастылардың саны — 30 млн адамды, әлемдік бизнестегі франчайзингтік жүйенің үлесі — 17 % шамасын құрағандығын айта кеткеніміз жөн [2].

«Франчайзинг» термині француздық «franchise» сөзінен туындай отырып, «жеңілдік, ерекшелік, қатысу құқығы» мағынасын білдіреді, бұл өзін-өзі ақтаған, сыналған технологияларды игеру, әйгілі, атақты тауар маркасын қолдану, жаңа істі жүргізу бойынша оқудан өту және сол қызмет ету барысында қажетті кеңестер алу мүмкіншілігін меңгеру [3]. Яғни, сапалы әрі инновациялық сипатта өнім не қызмет өндіретін әйгілі кәсіпорын (франчайзер) өздерінің тауарларын, қызметтерін өткізу

нарықтарын кеңейту және басқа да нарықтарды жаулап алу арқылы жалпы табыстылық мөлшерін ұлғайту үшін «бизнес-жобаның» үлгісін — франшизаны (сауда маркасын, технологиясын, ноу-хауын және т.б. айрықша құқықтарын енгізе отырып) әзірлеп, оны пайдалану құқығын нарықта жылдам танымалдылық пен табыстылыққа қол жеткізуді көздеген, басқа бір кәсіпкерге (франчайзиға) белгілі бір төлемдік негізде ұсынуын (өткізуін) қарастырады.

Осы екі кәсіпкерлік субъектінің (кәсіпорынның, компанияның, шаруашылық субъектілердің) арасындағы қатынастық жағдайдың түпкі мақсаты — екі жақтың да белгілі бір пайда алуын көздеуден туындап отыр. Сондықтан франчайзингтік қатынастардың жиынтығы, негізгі мақсаттары пайда алу болып саналатын кәсіпкерлік қызметті сипаттайды. Осы сипат франчайзингтік қызмет арқылы өз кәсіптерін құрушы шаруашылық субъектілердің іс-әрекеттерімен байланысты болғандықтан, «франчайзингтік бизнес» ұғымын қалыптастырады. Франчайзингтік бизнес кәсіпкерліктің бір саласы тұрғысында, өзіне франчайзингтік қатынастарға тиесілі барлық белгілерді, ерекшеліктерді енгізеді.

Жалпы франчайзингтің мазмұнын анықтайтын түсініктер жөнінде шетел және ресей, отандық ғалымдардың, мамандардың қарастырған жан-жақты зерттеулерін топтастырсақ, оның тізбегі төмендегі 1-кестедегідей сипатта болады.

1 - кесте

**«Франчайзинг» түсінігінің анықтамалар тізбегі\***

№	Анықтама беруші не көзі	Сипаттамасы
1	Жеке кәсіпкерлік...	Франчайзинг — тауар, технологиялық үрдіс, қызметтің немесе сауда маркасының... меншік иесі белгілі бір төлемдік негізде өзінің құқықтарын қолдануды (лицензиясын) ұсынады.
2	Дж. Стенворт, Бр. Смит	Франчайзинг —... қаржыландыру жүйесі... Қазіргі заманғы франчайзинг екі негізгі үлгіде кездеседі: өнімдік-саудалық және бизнес-франчайзинг.
3	Ф.Ф. Зайдман	Мәні бойынша франчайзинг — тәуелсіз екі заңды тұлғалардың қарым-қатынасына негізделген маркетинг және өткізу жүйесі: франчайзер (фирмалық атау, қызмет көрсету белгілері, тауарлық белгілердің иесі) және франчайзи (құқықты қолданушы).
4	Ю.М. Яновская	Франчайзинг — ірі және шағын кәсіпкерліктің аралас үлгісін сипаттайды. Ірі компаниялар ұсақ кәсіпорындармен, бизнесмендермен франчайзер атынан артықшылықты игеру құқығының негізінде қызмет атқаруды қарастыратын өзара шарт жасасады.
5	С.А. Силлинг	Франчайзинг — жеңілдікпен сипатталатын кәсіпкерлік, коммерциялық концессия....
6	Е.П. Пузанова, А.А. Масленкова	Франчайзинг...(жеңілдік, ерекшелік) және бір ірі компания «франчайзер» басқа кәсіпорынға «франчайзиға» өзінің әйгілі фирмалық атауын ұсынады. Бірақ франчайзи тек қана осы атаумен өнімдерді өткізуі тиіс және ол техникалық, коммерциялық, басқа да көмектерді менгере алады.
7	И.В. Рыкова	Франчайзинг — айрықша имиджді иемденген қатысушы бір тараптың нарықта мықтап бекуі үшін ерекше құралдарын, тауарларын... бизнесті жүргізу технологиясын және коммерциялық ақпараттарын басқа қатысушы тарапқа ұсыну үрдісін қарастыратын жүйе.
8	В.В. Сидельников	Франчайзинг — белгілі бір бизнесті иемденуші компания басқаларға өзінің брэндін белгілі бір территорияда қолдануға және тауары мен қызметін өткізуге құқықтың ұсынылуын қарастыратын мәмле.
9	ҚР Азаматтық кодексі	Кешендік кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг)...
10	ҚР «Кешендік кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) туралы» Заңы	Франчайзинг — айрықша құқықтар кешенінің құқық иеленушісі, осы кешенді басқа тұлғаға өтемдік негізде пайдалануға беретін кәсіпкерлік қызмет.

Ескерту. \* [4] әдебиет көзіне негізделе отырып, автормен құрастырылған.

Осы кестедегі түсініктемелерге көз жүгіртсек, алғашқы жолдағы анықтама франчайзингтік қатынасқа қатысушы тараптардың кем дегенде екеу болу керектігін ескермеген жағдайдағы сипатта берілген, өйткені айрықша құқықтардың меншік иесі өзінің сол құқықтарын кімге ұсынатыны жете түсіндірілмеген. Ал Дж.Стенвортың, Бр.Смиттің анықтамасы франчайзингті тар көлемде қарастырғандай бейнені танытады, қазіргі уақытта франчайзинг тек қана қаржыландыру жүйесі емес, сонымен бірге оның бірнеше түрі барын ескерсек, бұл анықтама толықтықты танытпайтын сыңайда. Кестенің 3-ші жолындағы франчайзинг анықтамасы маркетингтік және өнімді өткізу кезіндегі механизмдерге тәнділікпен сипатталған. Ю.Яновскаяның түсініктемесіне назар аударсақ, франчайзингтік бизнесте айрықша құқықтарды ұсынушы кәсіпорынның ірі болуы, ал сол құқықтарды қабылдаушы кәсіпорындардың шағын болуы міндетті сияқты. Ең негізгісі франчайзердің айрықша құқықтары халықаралық стандарттарға сай, әрі сапа жағынан өте жоғары болып, тұтынушы мен оны өткізушіге табыстылықты қамтамасыз етуі керек. Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, мұндай кәсіпорындардың қатарына шағын, орта шаруашылық субъектілер тиесілі болуы мүмкін. Осындай көзқараспен бірге, ресейлік ғалым И.Рыкова мен қазақстандық сарапшы-маман В.Сидельниковтердің анықтамалары отандық кәсіпкерліктегі франчайзинг түсінігіне нақтылық бере отырып, франчайзинг қатысушы тараптардың мүдделерінен туындайтын қатынастық жүйе тұрғысында сипатталған. Осы екі анықтама мен арнайы заңнамада көрсетілген (кестенің 10-шы жолындағы) анықтаманы біріктіріп қарастырсақ, франчайзингтің қазіргі заманғы отандық экономикадағы мәнін толықтай сипаттауға мүмкіндік аламыз.

Франчайзинг франчайзингтік желі арқылы, франчайзингтік жүйе негізінде, франчайзингтік қатынастарды орнату нәтижесінде бизнесті ұйымдастыру мен дамытудың жаңа үлгісі тұрғысындағы сипатқа толықтай ие болды. Сондықтанда франчайзингтік бизнестің қызмет атқаруында негізділікті, түпкілікті иемденетін терминдері бойынша анықтамалық топтамасын авторлық көзқараспен қарастыратын болсақ, төмендегі сызбадағы сипаттаманы ұсынамыз (2-кесте).

2 - кесте

**Франчайзингтік бизнестің қызмет атқаруындағы негізділікті  
қамтамасыз етуші терминологиялардың сипаты (ұғымы)\***

№	Термин	Анықтамасы
1	<b>Франчайзинг</b> <i>Франчайзингтік желі</i> <i>Франчайзингтік жүйе</i> <i>Франчайзингтік қатынас</i>	Франчайзингтік өзара шартқа сай нарықта табысты қызмет атқаруды көздеген қатысушы екі жақтың арасындағы (шаруашылықтық субъект, жеке тұлға) кәсіпкерлік ынтымақтастықты сипаттайтын қарым-қатынастар жүйесі. Осы қарым-қатынастық негіз қатысушылардың біреуі (франчайзер) өзінің айрықша құқығының бір бөлігін (сауда маркасын, тауар белгісін, қызмет үлгісін, технологиясын, өндірістік құпияларын, тәжірибесін, «ноу-хауын», өнімін және т.б.) екінші қатысушыға (франчайзиға) белгілі бір өтемдік негізінде ұсынуын қарастырады
2	<b>Франшиза</b> <i>Франчайз</i> <i>Франшизалық кешен</i>	Өзінің айрықша құқығының бір бөлігін ұсынушы франчайзер мен белгілі бір төлемдік негізде сол құқықты пайдаланушы франчайзи арасындағы арнайы мәмледе келісілген құқықтар жүйесі
3	<b>Франчайзи</b> <i>Оператор</i> <i>Лицензиат</i> <i>Концессионер</i> <i>Құқықты пайдаланушы</i>	Франчайзингтік өзара шарт бойынша арнайы келісімде анықталған, франчайзердің ұсынатын айрықша құқықтарын пайдаланушы шаруашылықтық субъект не жеке тұлға
4	<b>Франчайзер</b> <i>Бас кәсіпорын</i> <i>Лицензиар</i> <i>Құқықты иемденуші</i>	Франчайзингтік өзара шарт бойынша өзінің айрықша құқықтарының бір бөлігін басқа бір кәсіпорындарға, тұлғаларға (франчайзиға) өтемдік негізде ұсынатын компания
5	<b>Франчайзингтік өзара шарт</b>	Франчайзи мен франчайзер арасындағы қарым-қатынасты реттейтін заңнамалық құжат

Ескерту. \* Автормен құрастырылған.

Бірінші анықтаманың топтастырылуының басты себебі келесіде: франчайзинг — «жеңілдік, ерекшелік» негізде екі жақтың арасындағы қарым-қатынаспен түсіндіріледі. Сонымен қатар

франчайзер-компания өзінің айрықша құқықтарын бірнеше аймаққа, мемлекетке, территориялық бөліктегі кәсіпорындарға (кәсіпкерлерге) ұсына алатындықтан, франчайзингтік желі құрылады, франчайзингтік бизнесте қызмет атқаруда белгілі бір ішкі механизмдер мен өзара іскерлік байланыстылықтың ережесі, үрдісі қарастырылатындықтан, ол тұтастай жүйе тұрғысында сипатталады. Осы жағдайдың барлығында франчайзингтік қатынастың қатысушы тараптарының қызметтерінің табыстылығы көзделетіндіктен, франчайзинг — кәсіпкерліктің бір саласы деп қарастыруымызға толық негіз бар. Кестенің 2–4-ші жолдарындағы анықтамаларды өз тарапымыздан топтастырып бірдей сипаттама беруіміз, шетел, ресей және отандық әдебиеттер мен заңнамаларда олар әр түрлі атауда болғанымен, атқаратын қызметтері мен міндеттерінің ортақ әрі ұқсас сипатта болуымен байланысты. Біздің ойымызша, сәйкесінше «франшиза», «франчайзер», «франчайзи» терминдерінің бірегей қолданылуы, жалпы франчайзингтік бизнесте қызмет атқарушы кәсіпкерлерге түсінікті бола отырып, оларды бақылаушы органдарға да жеңілдікті қамтамасыз етіп, халықаралық сарапшылар жағынан да қолдаушылық табады.

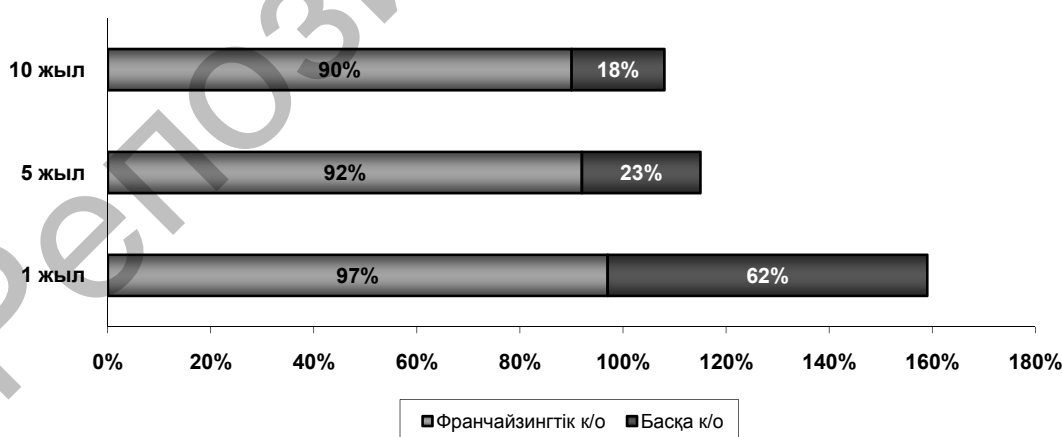
Жоғарыда қарастырған анықтамалар франчайзингтің мазмұнын анықтайтын белгілер мен сипаттамалары, ерекшеліктері бойынша жүйелендіруге мүмкіндік береді. Ол белгілерді төмендегідей қарастыруға болады:

– өзара мәмлелік негіздегі қарым-қатынас жүйесі — франчайзингте кем дегенде екі жақтың қатысуын (франчайзер және франчайзи) ескерсек, олардың арасында өндірістік, құқықтық, экономикалық және коммерциялық мәселелерді енгізетін күрделі қатынастар жүйесі қалыптасады және де осы жағдай бірқатар өзара шарттардың рәсімделуімен бекітіледі;

– жеңілдік негізде қаржыландыруды енгізетін «кешендік кәсіпкерлік» — бұл белгі, қазақстандық заңнамада франчайзинг түсінігін сипаттаушы термин. Франчайзинг термині бұған карағанда нақты әрі кең ұғым екендігін айта кеткен жөн. Франчайзер мен франчайзидың өзара қарым-қатынасын ұйымдастыру, қатысушы тараптардың қаржылық бірігу мүмкіндігін қамтамасыз етеді. Екі кәсіпорынның бірігуі жалпы ресурстардың, оның ішінде қаржылық үнемделікке септігін тигізеді;

– кәсіпкерлік саласы — франчайзингге қатысушы екі жақтар кәсіпкер тұлға ретінде, өздерінің заңдық және экономикалық дербестігін сақтай отырып, табыстылықты негізге ұстанған, іскерлік қарым-қатынасқа түседі (әсіресе шағын кәсіпкерлік үшін өте маңызды);

– белгілі бір ерекшеліктерді қолдану мен өз атынан қызмет етудің өтемдік негізіндегі құқық — бұл белгі, франчайзер мен франчайзидың бірліктік кәсіпкерлік жүйе шегінде ынтымақтасуының түпкі мәнін айқындайды. Франчайзер өз бизнес-жобасын ұсынғаны үшін табыс алуды көздесе, ал франчайзи сол танымал франчайзердің бизнесін қолдану арқылы артықшылықты иемденіп, нарықта жылдам пайда алуды көздейді;



Ескерту. \*[5] әдебиет көзінің мәліметтері бойынша автормен құрастырылған.

1-сурет. Франчайзингтік және басқа үлгідегі кәсіпорындардың тіршілік етуінің ара қатынастық динамикасы

– нарықта лайықты үлесті қамтушылық қызметі — бұл белгі франчайзи идеясының бірін анықтайды. Қатысушы тараптар — франчайзер мен франчайзи, франчайзинг жүйесінде біріге

отырып, нарықты кеңейтуге қосымша мүмкіндіктерді алады: тұтынушыларға жақсы танымал франчайзердің ұсынған тауарының/қызметінің әлеуеті мен тартымдылығын қолдана отырып, өзіне жаңа болып саналатын нарыққа енуге мүмкіндік алады; франчайзер жаңа франчайзиларды өз қызметіне тарта отырып, жаңа өткізу нарықтарын иемденеді.

Франчайзингтік және басқа үлгідегі кәсіпорындардың тіршілік етуінің ара қатынастық динамикасы 1-суретте көрсетілген.

Франчайзингтік бизнестің экономикалық мәнділігі мен оның бүгінгі таңдағы бизнес саласындағы ролін айқындайтын бір фактор. Оның халық шаруашылығының 80-нен астам саласында қызмет атқаруымен байланысты. Төмендегі кестеде франчайзингтік жүйенің кеңінен тараған бизнес салалары мен бағыттары пайыздық қатынаста келтірілген.

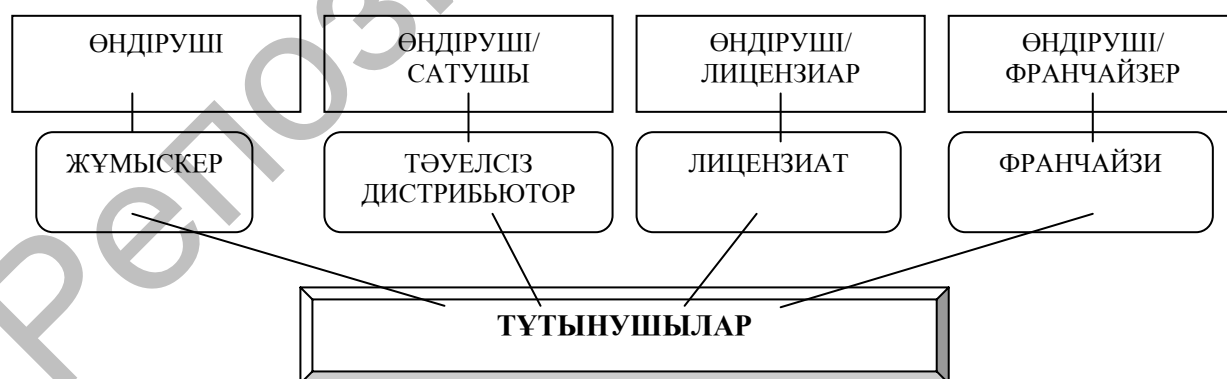
3 - кесте

**Франчайзинг қолдаушылық тапқан алдыңғы қатарлы салалар мен оның қатысушыларының пайыздық қатынасы\***

№	Сала	Франчайзерлердің үлестік қатынасы, %	Франчайзилардың үлестік қатынасы, %
1	Жылдам тамақтану кәсіпорыны	15,2	26,8
2	Мейманханалар	7,0	3,8
3	Автокөліктік	6,2	5,5
4	Жөндеу және құрастыру	5,4	8,2
5	Құрылыс және қайта жоспарлау	4,9	1,5
6	Фирмалық бөлшек сауда	3,8	1,5
7	Тамақтану өнімдерінің ерекше ассортименті	3,8	2,0
8	Денсаулық сақтау және фитнес	3,3	3,5
9	Балаларды оқыту, дамыту	3,2	0,7
10	Тұрғын үйді сату	3,1	5,9

Ескерту. \*[6] әдебиет көзіндегі *Bond's Franchise Guide*, 15<sup>th</sup> Annual Edition (Oakland, CA: Sourcebook Publication, 2004) мәліметтерінің негізінде құрастырылған.

Бұл кесте көрсеткіштері бизнесті ұйымдастыруда франчайзингтік үлгі қолайлы болып табылатын жылдам тамақтану мен қызмет көрсету салалары екендігін байқатады. Бүгінгі таңда франчайзинг тауар мен қызметтердің сапалық қалпын бұзбай, бірнеше әдістермен тұтынушыға жеткізудің тәсілін қамтиды. Сондықтан да франчайзингті өндірушіден тұтынушыға тауарды жеткізудің басқа үлгілерімен салыстыратын болсақ, ол төмендегі сипатты (2-сур.) иемденеді.



Ескерту. \*[7] әдебиет көзіндегі материалдар негізінде құрастырылған.

2-сурет. Франчайзинг тауарлар мен қызметтерді тұтынушыға жеткізу әдісі ретінде

Аталған сурет пен жоғарыдағы кестеде келтірілген франчайзингтік қатынас арқылы қызмет атқарушы кәсіпорындардың тұтынушыларға тауарларды жеткізуде басқа делдалдық желілерден айырмашылығы мен артықшылығын ескеру өте маңызды. Өйткені әліде болса франчайзингтік

бизнестің механизмдері мен қағидаларын жете түсінбеушілік байқалып, ол бойынша қызмет лицензиялық не жалдық негіздегі өзара шартпен рәсімделуде.

Бұл жағдай франчайзингті қолданып, қызмет атқарушы кәсіпорындардың мемлекеттік органдардың қажетті құжаттарды рәсімдеуде және басқа да қарым-қатынасты орнатуда күрделіліктерді туындатуда. Сонымен қатар олардың нақты қызметін мемлекеттік мекеме тарапынан тіркеуде, лицензиялық мәмле ретінде қарастырылу орын алуда.

4 - кесте

**Франчайзингтің тауарлар мен қызметтерді тұтынушыға жеткізудің басқа да үлгілерімен ұқсастығы және айырмашылықтары\***

Ұқсастық	Басты айырмашылықтар
<b>Франчайзинг және жалға беру</b>	
Жергілікті заңнамаға байланысты, жұмыс берушінің жұмыскерге қатысты бақылаудың кез келген түрі франшиза өзара шартында қарастырылуы мүмкін	Франчайзердің франчайзиға қатысты үнемі қолдана алмайтын қызметкерлерге бақылау жүргізілуі мүмкін
Жұмыс беруші сияқты, франчайзер таңдалынып, алынған франчайзиды оқыту бойынша жауапкершілікті өз мойнына алады	Жалға беру жағдайында жұмыскердің атқара алмайтын, өзара қарым-қатынасты бекіту мақсатында франчайзи ірі инвестицияларды жүргізеді
Жұмыс беруші сияқты, франчайзер де көп жағдайда еңбек құралдарын ұсынады	Франчайзи франчайзингтік кәсіпорындарда меншіктік үлесін қамтамасыз ете отырып, тәуекелділік негізде пайда алады. Жұмыскер осы аталғандардың ешқайсысын атқармайды
Жалға беру сияқты, франшиза франчайзи үшін негізгі табыс көзі болып саналады	Жұмыс беруші өз қызметкерлерінің іс-әрекеттері үшін жауапкершілікті атқарады; франчайзер өз франчайзиінің жіберген қателіктері үшін белгілі бір жағдайларда жауап береді
<b>Франшиза және дистрибьюторлық қызмет</b>	
Қызметтің екеуі де өзара шарттық қатынаста құрылады	Франчайзер өніммен жұмыс істеуде франчайзиды оқыту бойынша үлкен міндеттемені атқарады
Франчайзи және дистрибьютор жергілікті нарық пен клиенттерді жеткілікті түрде таниды	Франчайзи бір ғана компаниямен жұмыс жүргізсе, ал дистрибьютор көп жағдайда бірнеше компаниямен жұмыс атқарады
Екеуі де көтерме сатып алу негізінде бөлшек саудалық сатуға тырысады	Франчайзер төлемі дистрибьютордың жабдықтаушыға төлейтін төлемінен айырмашылықта болатын критерийлерге негізделеді
	Франчайзингтік қатынаста мүдделердің ортақ деңгейі үстем болып саналады
<b>Франшиза және тауарлық лицензия</b>	
Екеуі де өзара шарттық қарым-қатынаста құрылған. Бір жақ екінші жаққа белгілі бір құқықтарды — мысалға, тауар белгісін қолдануды ұсынады	Франшиза құқығы — белсенді құқықтар: Франчайзер франчайзидің қызметін мұқият түрде қадағалайды
Екі жақ арасындағы мәмілелер, ереже бойынша, франчайзи мен лицензиатқа ұсынылатын құқықтарды қолдану, қолдау және қорғау мәселелеріне шоғырландырылады	Лицензиялық құқық — енжарлы құқық: Әдетте лицензиар қолданылатын лицензияны қадағалап, жалпы басқару қызметіне араласпайды
Франчайзи сияқты, лицензиат оларға ұсынылған құқықтарды қолданғаны үшін келісілген төлемдерді жүргізеді	

Ескерту. \*[8] әдебиет көзіне сүйене отырып, автормен құрастырылған.

Сондықтан да франчайзингтік желі арқылы қызмет бен бизнестің басқа да дәстүрлі желілерінің ара жігін ашып, қарастырған франчайзер мен франчайзиға, оларды бақылаушы мемлекеттік органдарға да жеңілдік тудыратыны сөзсіз.

Жүргізген зерттеулерімізді қорыта келе, франчайзинг бизнесті ұйымдастырудың саласы тұрғысында бірден қалыптаса қоймай, алғашқында басқарушылық пен билік жүргізудің бір формасының сипатында болып, XIX ғасырдың орта шенінен бастап өздерінің бизнестерін

жандандыруды көздеген компаниялардың қызметінде саналы түрде қолданыла бастаған үлгі ретінде сипатты иемденген. Сәйкесінше франчайзинг тек қана жеке меншіктік компаниялар емес, мемлекеттік мекемелермен де қолданылып, өткен ғасырда қазіргі заманғы экономиканың бір саласына айналған. Нәтижесінде, франчайзингтің мәнін жан-жақты сипаттайтын міндеттердің орындалуы барысында, олардың өзіне тән ерекшеліктері мен артықшылықтарын меңгере отырып, халық шаруашылығының бірқатар салаларында кәсіпкерлік мақсатты көздейтін, үлкен бір «жүйе» ретінде қалыптасуын жан-жақты қарастыру қажет деп санаймыз.

#### Әдебиеттер тізімі

- 1 Франчайзинг в Казахстане // Вестник союза франчайзинга // [ЭР]. Режим доступа: www.agentstvo.kz
- 2 Кисиков Б.К. Франчайзинг в Казахстане. — Алматы: Изд-во «BookinEast», 2007. — 256 с.
- 3 Сабден О.С., Токсанова А.Н. Управление малым предпринимательством: вопросы теории и практики. — Астана: Елорда, 2001. — 308 с.
- 4 Дуйсембаев А.А. Формирование и развитие франчайзингового бизнеса в Казахстане: Монография. — Караганда: Изд-во «ФормаПлюс», 2012. — 198 с.
- 5 Сосна С.А., Васильева Е.Н. Франчайзинг. Коммерческая концессия. — М.: ИКЦ «Академкнига», 2005. — 375 с.
- 6 Лебедев И.В. Франчайзинг по-русски. Мифы и реальность. [Текст]. — СПб.: Вектор, 2006. — 160 с. — («Know how»).
- 7 Филип Зайдман. Франчайзинг. — Вашингтон: Компания «Rudnik», 1998. — 80 с.
- 8 Стэнворт Д.; Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе / Пер. с англ. Л.Н.Павловой. — М.: ЮНИТИ, 1996. — 200 с. — (Руководство Барклайз Банка по малому бизнесу).

А.А.Дуйсембаев

### Франчайзинговый бизнес: процесс формирования и его особенности

В статье рассмотрены теоретические основы и особенности формирования франчайзингового бизнеса. Франчайзинг представляется как бизнес-система и процесс. Приведены сравнительные характеристики франчайзинга с другими видами предпринимательства и выделены структурные особенности франчайзинговой системы. Проведен анализ франчайзинга как инновационно-организационной формы современного предпринимательства. Сгруппированы терминологические понятия франчайзингового бизнеса на основе результатов авторских исследований. Представлены разнонаправленные функции и особенности франчайзингового бизнеса в современной рыночной экономике.

A.A.Duysymbaev

### Franchise business: the process of formation and its features

This article discusses the theoretical basis of the formation and characteristics of the franchise business. Franchising is a business system and process. The comparative characteristics of franchising to other types of businesses are made and the structural features of the franchise system are highlighted. The analysis of franchising as an innovative organizational form of modern business is made. Based on the results of original researches the terminological concepts of franchise business are grouped. Also there is presented divergent functions and features of franchising business in the modern market economy.

#### References

- 1 *Franchising in Kazakhstan*. Union Bulletin franchise // [ЭР] www.agentstvo.kz
- 2 Kisikov B.K. *Franchising in Kazakhstan*, Almaty: Publishing «BookinEast», 2007, 256 p.
- 3 Sabden O.S., Toksanova A.N. *Managing small business: theory and practice*, Astana: Elorda, 2001, 308 p.
- 4 Duisembayev A.A. *Formation and development of franchising in Kazakhstan*. Monograph, Karaganda: Publishing House «FormaPlus», 2012, 198 p.
- 5 Sosna S.A., Vasilyeva E.N. *Franchising. Commercial concession*, Moscow: ICC «Akademkniga», 2005, 375 p.
- 6 Lebedev I.V. *Franchising in Russian*. Myths and reality [text], St. Petersburg: Vector, 2006, 160 p. («Know how»).