

мәдени блоктарды дамытудың жаңа бағыттары мен үлгісін ұсынады. Бұл өңірдегі РБА-ны дамыту үшін біз ескі ғимараттар мен кесенелер және осындай тарихи сипатқа ие объектілерді пайдалана аламыз, сонымен қатар оларға жаңа сипаттағы рекреациялық элементтерді енгізе отырып дамытуға болады. РБА-ны дамыту үшін тарихи орындар ерекше бағаланады.

Бұл өңір тек рекреациялық тұрғыда дамытуға қолайлы екені мәлім, рекреациямен қатар, коммерциялық мәселелерге де көп назар аударылуы тиіс.

Берілген жұмыс Рекреациялық Бизнес Ауданның қызмет көрсетуін дамыту мәселесін зерттеуге бағытталған. Біз эмпирикалық зерттеу жүргізу үшін Жезқазғанға қарасты Ұлытау аймағы РБА-ны қарастырдық. Ең алдымен бұл өңірдің мәдени-тарихи объектілеріне тоқталып, оны дамыту жолдарын ұсындық. Содан соң, бұл жердегі РБА-ны дамытудың артықшылықтары мен кемшіліктерін қарастырдық. Кейін тиімді және тиімсіз жақтарына тоқтала келе, туристерге арнайы РБА-ның сызба нұсқасын дайындадық.

РБА-ны дамыту өзіндік болмысын сақтай отырып, тарихи-мәдени мұраны келер ұрпаққа жеткізіп отыруы керек. Ол үшін кемшіліктерді жойып, қуатын арттырып, ежелгі өңірі РБА-ның тұрақты дамуын қамтамасыз етуіміз керек.

Бұл зерттеу жұмысында бірқатар кемшіліктер кездеседі және оларды әрі қарай зерттеуді қажет етеді. РБА-ның модельін пайдалана отырып, Ұлытау өңірінің туристік тартымдылығын арттыруға жол ашуға болады.

### **Қолданылған әдебиеттер**

1. Электронды мәтіндік ақпарат <http://ulytaulib.kz/ru/about/kitaphana-tarihy.html>
2. Бейжің жолы мақаласынан
3. ТБА Мехико мақаласынан
4. Байғалиева.А.О. Аймақтың туристік-ресурстық даму әлеуеті басымдықтары (Электронды ресурс)/А.О. Байғалиева. - Электрон.мәтіндік ақпарат.// Саясат. - 2010. - №5.
5. “Ұлт мұрасы”, Д.Мыңбай, Ж.Бейсенбайұлы.
6. Электронды мәтіндік ақпарат [http://www.exclusive.kz/expertiza/kulturnaya\\_sreda/113702/](http://www.exclusive.kz/expertiza/kulturnaya_sreda/113702/)
7. Ұлытау туристік жол көрсеткіші-Виталий Шуптар

УДК 338.242.2

## **СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА И АНАЛИЗ ЕГО РАЗВИТИЯ В КАЗАХСТАНЕ**

**Нукешева Балнура Усенбекқызы**

[Balnura\\_9716@mail.ru](mailto:Balnura_9716@mail.ru)

Магистрант экономического факультета ЕНУ им. Л.Н.Гумилева,

Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – К.К.Хасенова

Мировая практика показывает, что в современных условиях развития экономики франчайзинг считается взаимовыгодным инструментом как для владельцев налаженных бизнес-проектов и уже популярных на рынке торговых марок, так и для инвесторов, готовых вложить капитал в предпринимательство с минимальными рисками. Франшиза – это своеобразная лицензия на использование готовых наработок, позволяющая упрочить финансовое положение обеим сторонам [1].

В Казахстане институт франчайзинга находится на начальном этапе своего развития. Но, тем не менее, в стране уже были сделаны первые шаги и результаты мониторинга рынков соседних стран показывают, что Казахстан сегодня лидирует в секторе франчайзинга Центральной Азии.

Развитию франчайзинга в Казахстане способствуют несколько специализированных и неспециализированных институтов:

- Национальный Институт интеллектуальной собственности (Казпатент). Основная миссия – регулирование сектора оборота товарных знаков и регистрация франчайзинговых договоров.
- Евразийская ассоциация франчайзинга (EAFRAN). Важное назначение – бесплатные консультации предпринимателей по вопросам франчайзинга и лицензирования.
- Фонд развития малого предпринимательства «Даму». Льготное кредитование предпринимателей на покупку франшизы.
- Казахстанская Ассоциация Франчайзинга «Kazfranch». Организация создана для поддержки и защиты интересов своих членов и в целях создания более благоприятной правовой и экономической среды для распространения франчайзинга.
- Национальная палата предпринимателей Республики Казахстан «Атамекен».

Достоверной и полной статистики о франшизах, использующихся в Казахстане, их распределении по отраслям, страновой и региональной принадлежности сегодня нет, констатируют эксперты. Статистика франчайзинга является очень приблизительной, так как нет единого центра регистрации франчайзинга в стране и не все компании анонсируют свою деятельность как франчайзинг. По официальным данным казахстанской ассоциации франчайзинга «Kazfranch», в последние годы увеличилось количество регистраций франчайзинговых договоров в несколько раз. В год уже регистрируется более 100 договоров. Количество франчайзинговых систем более 500 вместе с незарегистрированными на конец 2019 года. Также увеличилось количество регистраций договоров уступки товарных знаков, и их число равняется 576 только за 2019 год. Предприниматели продвинулись в области защиты интеллектуальной собственности [2].

Основная доля франчайзинга приходится в нашей стране на сектор малого и среднего предпринимательства (МСП). По данным Национальной Палаты Предпринимателей Атамекен, в 2019 году доля малого и среднего бизнеса в экономике составила 30,8%. За 2019 год малый и средний бизнес произвел продукции на 31,2 трлн тенге. По республике 3,4 млн человек работают в сфере малого и среднего бизнеса. Но по сравнению с развитыми странами, доля населения, занятого в секторе МСП, в общей занятости ниже [3].

Вклад малого и среднего бизнеса в ВВП Республики меньше чем в других странах. Объяснить этот факт можно особенностями ведения бизнеса, которые связан с различиями в культуре, возможностями экономики, поддержкой со стороны государственных, коммерческих и общественных структур. На фоне вытеснения национальной валют долларом наблюдается сокращение инвестиций в развитие МСП, которые финансируются за счет денежных средств в национальной валюте.

Для того чтобы определить внешние факторы, сдерживающие развитие франчайзинга в Казахстане был проведен опрос. Всего было опрошено 120 участников, среди которых юристы, банкиры, специалисты фондов поддержки предпринимателей и консультанты. Всем респондентам были предложены анкеты, которые предназначались для исследования факторов макросреды, влияющих на франчайзинговую систему в Казахстане. По результатам анализа ответов на вопрос анкеты был проведен PEST- анализ. Большая часть респондентов отметили, что франчайзинг в сфере гостеприимства имеет хорошие перспективы развития. Анализ показал, слабая законодательная база и неинформированность о франчайзинге как об эффективной бизнес-модели являются основными сдерживающими факторами развития франчайзинговых отношений в Казахстане.

Участники опроса должны были определить основные политические, правовые, экономические, социальные и технологические факторы, сдерживающие развитие франчайзинга в Казахстане. Все собранные ответы были систематизированы и отражены в обзорной матрице по факторам PEST-анализа (таблица 1).

Таблица 1. PEST- анализ развития франчайзинга в Казахстане

Политические факторы	Экономические факторы
- отсутствие механизма обязательной	- относительно небольшая емкость рынка

<p>регистрации франшизных договоров, координирующих франчайзинг;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- отсутствие норм и стандартов регламентации франшизного предложения на преддоговорном этапе;</li> <li>- некомплексность протекции прав покупателей франшизы;</li> <li>- отсутствие юристов, специализирующихся на франчайзинговых отношениях</li> </ul>	<p>для открытия клонов крупных франчайзинговых проектов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- невысокая покупательская способность населения;</li> <li>- экономическая стагнация;</li> <li>- повышение уровня безработицы;</li> <li>- экономический кризис и политическая напряженность в регионах могут тормозить экономические перспективы Республики Казахстан</li> </ul>
Социально-культурные факторы	Технологические факторы
<ul style="list-style-type: none"> <li>- способ мышления предпринимателей (несоблюдение соглашений, ожидание быстрой прибыли у местных предпринимателей);</li> <li>- низкий уровень приверженности к переменам у казахов, связанных с слабовыраженным индивидуализмом в виду особенности менталитета</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- недостаточный уровень знаний в сфере инновационных технологий;</li> <li>- невысокие темпы роста предприятий, использующие высокие технологии;</li> <li>- невысокий уровень развития инфраструктурных объектов;</li> <li>- недостаточность развития системы технического образования;</li> <li>- небольшие вложения компаний в НИОКР</li> </ul>

Из вышеуказанных сдерживающих развитие франчайзинга факторов, правовые являются важными. Правовые взаимоотношения между франчайзером и франчайзи должны быть тщательно проработаны в договоре. Договор должен быть детально подготовлен, чтобы у франчайзи не возникло вопросов и желания внести корректировки.

Также участники опроса считают, что присоединение Казахстана к Таможенному союзу, ЕАЭС положительно оказывает влияние на развитие франчайзинга в стране. Это объясняется тем, что интеграция Казахстана в разные региональные, межгосударственные союзы сглаживает политическую нестабильность, влияет на повышение социально-культурного уровня населения и развивает научно-технический прогресс. Участники также отметили, что количество франчайзеров и франчайзи будет расти на 30-40% в течение следующих 10 лет.

Так как опрос проводился в феврале 2020 года, непременно сегодня у участников учитывая COVID-19, были бы немного иные прогнозы. Пандемия повлияла не только на развитие франчайзинговых отношений, но и усугубила состояние всей мировой экономики.

Предлагаю провести краткий анализ событий в сфере франчайзинговых отношений с появлением COVID-19.

В начале апреля рентабельность франчайзинговых компаний упала почти на 100%. Из городов большой удар пришелся на Алматы и Нур-Султан. Ближе к лету рынок постепенно начал адаптироваться к новым условиям. Стоит отметить, кризис и ранее в истории породил новые концепции. Из мировых трендов : увеличились концепции Стриминг фитнеса, Зум образования, антивирусного клининга, безопасной доставки и логистики в том числе, Онлайн продажи, скайп психотерапии (так и называется сегмент). И естественно, аптеки, фармацевтика и медицина, в том числе - Теле и Онлайн медицина. В Казахстане, предприниматели все больше хотели франчайзировать свой бизнес, так как тенденция карантинной дистанции не позволяло охватить другие территории. Тем самым выгодней развиваться через систему франчайзинга. Сильно развивается сегмент кондитерской выпечки и удобных сэндвичей (упакованные для доставки). А также, концепции, построенные на укреплении здоровья через органические продукты, таких как саумал,шубат, кумыс терапию и другое [4].

В период карантина франшизы Казахстана потеряли до 80% своего оборота. В денежном выражении оборот упал где-то на 75-80%. Динамика развития общего оборота франшиз

представлена на следующем рисунке 1. Общий оборот бизнеса за 2020 год был озвучен приблизительно главой Ассоциации Kazfranch Бекнуром Кисиковым [5].

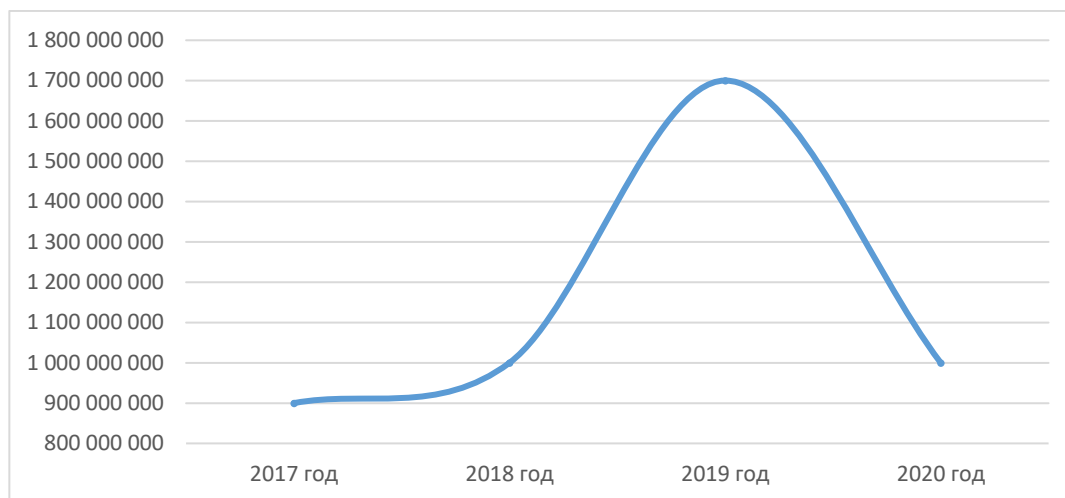


Рисунок 1. Динамика развития общего оборота франшиз за 2017-2020 годы, долл. США

В то же время пандемия стала шансом значительно увеличить долю отечественного бизнеса на рынке. По его прогнозам, доля отечественных франшиз на казахстанском рынке вырастет с 22% до 35% в следующем году. При этом традиционно успешными будут сфера образования, здравоохранения и питания. Наладили свою работу новые игроки в службе доставки еды и продуктов, такие как GlovoKazakhstan иWoltKazakhstan. Тем самым обеспечив поток свежего воздуха ресторанному бизнесу и точкам быстрого питания[5].

На сегодняшний день ситуация на рынке постепенно идет к восстановлению и стабилизации франчайзинговых систем.

#### Список использованных источников

1. Кисиков Б. Франчайзинг в Казахстане. – Алматы: Образовательный фонд «Игілік». – 292 с.
2. Казахстанская ассоциация франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://kazfranch.kz/about-us/reestr/>
3. Отчёт о развитии малого и среднего предпринимательства Республики Казахстан в 2019 году в разрезе регионов// НПП РК Атамекен.– Нур-Султан, 2020. – 9-10 с.
4. Центр деловой информации Kapital.kz[Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://kapital.kz/experts/85929/beknur-kisikov-rentabel-nost-franchayzingovykh-kompaniy-upala-pochti-na-100.html>
5. Информационное агентство "LS Aqparat" [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://lsm.kz/karantin-zabiraet-do-75-oborota-franshiz-i-daet-shans-kazahstanskomu-biznesu>