

МРНТИ 06.61.33

**ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЙ БИЗНЕС
В КАЗАХСТАНЕ: РЕГИОНАЛЬНЫЕ
ОСОБЕННОСТИ, ПРОБЛЕМЫ И
ВЕКТОРЫ РАЗВИТИЯ**

**Кожаберген Н.А.
Бермухамедова Г.Б.**
Каспийский университет технологий
и инжиниринга им. Ш. Есенова
г. Актау, Казахстан
e-mail: narul.kozhabergen@yu.edu.kz

Аннотация. В статье с прикладных позиций рассмотрена специфика развития франчайзинга на территории Казахстана.

Авторами установлено, что такие казахстанские особенности функционирования франчайзинговых схем, как сублицензионность, отраслевая и региональная узость распространения, зависимость от государственной поддержки являются, одновременно и проблемами развития данного бизнеса в республике.

Новизна исследования и практическая значимость состоят в формулировке, с авторских позиций, специфики франчайзинга в условиях Казахстана и определении перспективных векторов его развития.

Ключевые слова: франчайзинг, бизнес, развитие, проблемы, регионы Казахстана, франчайзинговые компании.

Введение.

Актуальность темы. В последние два года весь мир столкнулся с кризисными последствиями пандемии КВИ. В наибольшей степени, как показывают аналитические материалы, от ограничительных государственных мероприятий пострадали представители малого и среднего бизнеса, а также сферы ритейла, общепита и туризма. В перечисленных областях в значительной степени сегодня представлены франчайзинговые компании, поскольку, как показывает зарубежный опыт, рост франчайзинга часто приходится на кризисные периоды. Предприниматели «сворачивают» собственный и переходят на партнерский бизнес, под известным брендом и по отлаженной модели [1].

В Республике Казахстан (далее – РК), несмотря на два десятилетия развития почти десять лет системной государственной поддержки, франчайзинговые компании еще не вносят значительного вклада в ВВП (0,2%) и в совокупный объем выпуска продукции предпринимательским сектором (1%-2,5%). Тем более актуально выявление специфики и трудностей, мешающих расширению в нашей стране этого востребованного во всем мире вида бизнеса.

Постановка задач. Целью написания статьи является сжатый анализ практических результатов развития франчайзинга в Республике Казахстан. Исходя из этого в число основных задач, поставленных в данной статье, входят: анализ особенностей работы отечественных и зарубежных франчайзинговых компаний в Казахстане; выявление причин, препятствующих их развитию; определение стратегических перспектив существования рынка франчайзинга в стране.

Новизна исследования. К сожалению, в настоящее время в Казахстане в весьма незначительном объеме представлены публикации, содержащие аналитические материалы о развитии франчайзингового бизнеса по регионам республики, что усиливает новизну данного исследования и интерес к затронутым в нем вопросам. Новизна исследования

также состоит в свежей подаче многих важных, но широко известных фактов, в наличии авторских обобщений и выводов.

Методы и результаты исследования. При подборе материала и написании статьи нашли применение методы теоретического и эмпирического исследования, системного экономического и статистического анализа, методы сравнения, систематизации, наглядного представления.

За последнее десятилетие различные аспекты развития франчайзинга в Казахстане стали объектом исследований У.Б. Баймуратова [3], Р.К. Казиевой [4], Т.К. Кишибековой, А.Т. Омаровой [5], Б. Кисикова [6], Ж. Б. Джумадилдаевой [6], Г.Ж. Абдыкеровой [7].

Восемь лет назад, в 2014 году, был опубликован первый (и в настоящее время единственный) 123-страничный аналитический отчет о результатах исследования развития рынка франчайзинга в Республике Казахстан [8].

В вышеуказанных источниках рассматривались как теоретические аспекты франчайзинговых отношений, так и давались оценки его текущих трендов и потенциала развития с стране.

Сравнительный анализ различных подходов к раскрытию сущности франчайзинга позволил составить следующую авторскую трактовку:

-франчайзинг - это экономически обоснованная и законодательно подкрепленная система взаимоотношений между двумя и более субъектами предпринимательства, при которой одна сторона (франчайзер) является наиболее известным и уважаемым участником рынка (торговой маркой) и предоставляет второй стороне (франчайзи) за плату возможность на протяжении определенного срока использовать достижения франчайзера в оговоренных договором объемах и рамках.

Большинство отечественных авторов к специфическим чертам становления и укрепления франчайзинга в РК относят:

-оказание государством с помощью Фонда «Даму» и созданной в 2002 году Казахстанской (евразийской) ассоциации франчайзинга («KazFranch») целевой помощи (финансовой, информационно-поисковой, консалтинговой) конкретным фирмам;

-преимущественное развитие не прямого франчайзинга, а субфранчайзинга, поскольку в семи из десяти случаев международные франчайзеры выдают лицензии казахстанским компаниям не напрямую, а через свои мастер-франчайзи (российские или турецкие), и, следовательно, казахстанские франчайзи выступают в качестве сублицензиатов;

-преобладание в Казахстане товарного (покупка у ведущей компании права на продажу товаров с ее торговой маркой) и делового (выдача лицензии на работу под фирменным знаком франчайзера) видов франчайзинга в ущерб наиболее выгодным для экономики производственному и сервисному. В силу этого наиболее значительное развитие франчайзинг получил в сферах торговли (33%), общественного питания (22%), гостиничного бизнеса (10%) [9];

- региональные перекосы в развитии франчайзингового бизнеса. Как свидетельствует [6], региональными центрами франчайзинга в казахстане являются четыре самых крупных по численности населения города: Алматы, Нур-Султан, Шымкент, Караганда, а также Актау и Атырау, как центры нефтедобывающей промышленности республики с доходами населения выше среднего. В остальных регионах франчайзинг развит крайне слабо;

- в силу первоначального дефицита конкурентоспособности у отечественных фирм, в Казахстане изначально получили развитие и в настоящее время широко распространены преимущественно зарубежные франшизы (McDonalds, KFC, Burger King, Pizza Hut, InterContinental); отечественный же бизнес только начинает осваивать эту нишу.

Используя методы систематизации и визуализации, представим особенности развития франчайзингового бизнеса в РК с помощью следующей схемы (рисунок 1).

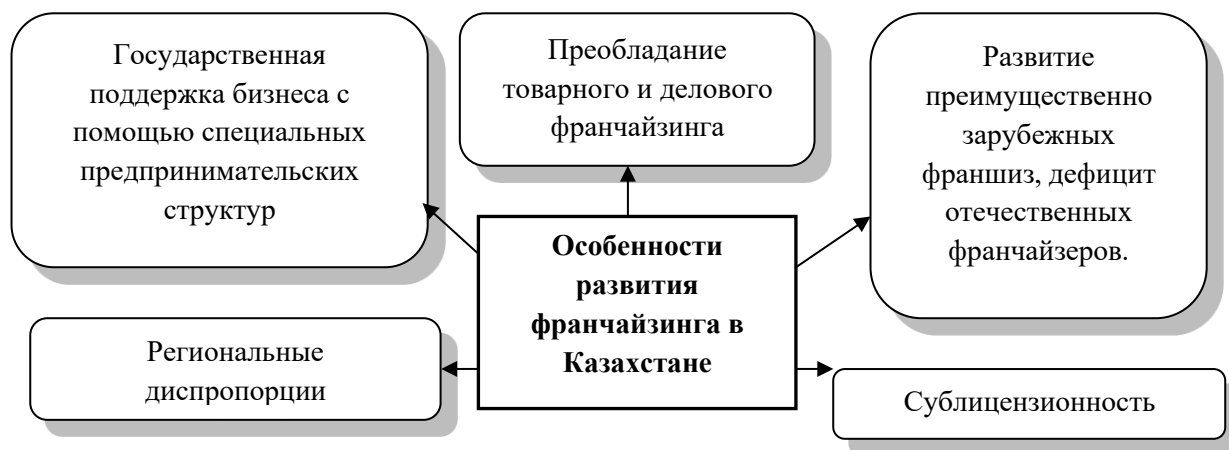


Рисунок 1 - Особенности франчайзингового бизнеса в Казахстане
(Составлено авторами)

Представленное исследование показало, что такие казахстанские особенности функционирования франчайзинговых схем, как сублицензионность, отраслевая и региональная узость распространения, зависимость от государственной поддержки являются, одновременно и проблемами развития данного бизнеса в республике.

Кроме того, к проблемам (рискам) развития франчайзинга в РК можно отнести:

-отсутствие у потенциальных франчайзи необходимого стартового капитала для вхождения во франчайзинговую систему [10],

- недостаток опыта работы в условиях неопределенности рыночной среды,

-снижение доходов, низкая платежеспособность населения,

-высокая стоимость финансово-кредитной поддержки;

- высокие операционные расходы;

-избыточное давление на бизнес при проведении контрольно-надзорных мероприятий [11],

- отсутствует единая статистика по франчайзинговой сети;

-нехватка профессиональных специалистов в сфере франчайзинга;

-отсутствие прозрачности ведения бизнеса, закрытость франчайзеров;

-неполная урегулированность всех правовых и деловых вопросов;

-недостаточность государственной поддержки.

Как уже говорилось, особенностью и проблемой развития отечественного рынка франчайзинга является дефицит отечественных франчайзинговых компаний. Между тем, ряд казахстанских предпринимателей своим примером доказали, что отечественный бизнес способен производить конкурентную высококачественную продукцию и участвовать во франчайзинговых отношениях в качестве франчайзера (таблица 1).

Аналитики отмечают, что потенциала развития франчайзинга актуализировался, а его проблемы обострились в условиях распространения коронавирусной инфекции. За 2020 год рынок франшиз в Казахстане стагнировался, его общий объем составил \$200 млн. К концу 2020 года франшизы потеряли около 15% своих франчайзи, а 70% франчайзинговых сделок, запланированных на 2020 г., были отменены или перенесены на неопределенный срок, согласно данным [12].

В период карантина большинство франчайзеров переводили бизнес-процессы и клиентские сервисы в онлайн, давая возможность франчайзи не останавливать свою деятельность. Широко использовался инструмент расширения товаров и услуг в сети для возможности дополнительного дохода для франчайзи. Например, в ремонтных сервисах вводились службы выездных мастеров, в службах клининга - антибактериальная уборка, в магазинах одежды - продажа фешн-масок и др.

Таким образом, поддержка со стороны франчайзеров была многообразна: перевод процессов онлайн (22,5%); расширение спектра товаров/услуг (20,0%); проведение

переговоров с арендодателями (17,5%); предоставление отсрочек и внутренних кредитов (15,0%); проведение деловых переговоров с поставщиками (7%) [13].

Таблица 1 – Успешные отечественные франчайзеры по состоянию на начало 2021 г.

Отрасль	Торговая марка	Стоимость франшизы	Другая информации
Общественное питание	«Red Dragon»	\$2,5 млн. (106,2 млн. тенге)	Сеть быстрого питания формата стрит-фуд, реализована за пределами РК
	«Кренделя»	\$2 -15 тыс. (от 85 млн. тенге)	Кофейня, французская выпечка, реализована за пределами РК
Здравоохранение	«Сункар»	\$2,8 млн. (108,5 млн. тенге)	Медицинские диагностические сети, Алматы, Нур-Султан, Караганда, за пределами РК.
	«Олимп»		
	«Айкуне»	\$1 млн. (42,5 тенге)	Оздоровительные центры, г. Кокшетау, Петропавловск, РФ.
Ритейл	«Mimioriki»	\$15 тыс. (637,5 млн. тенге)	Казахстанский бренд одежды для детей, за пределами РК.
Услуги	Proface	832,5 тыс. тенге	Косметология, 2020 г
Составлено авторами			

В целом, коронакризис привел к изменению:

- направлений франчайзинга (увеличился спрос на франшизы небольших форматов супермаркетов, франшизы сервисов доставки товаров и пункты выдачи, спрос в общественном питании сместился в сторону проектов, позиционирующих себя как сети с сильной составляющей доставки);

- формата деятельности (максимальный переход бизнеса в онлайн-среду, услуги заказа через интернет), работы с франчайзи и либерализации условий для новых франчайзи. Пандемия привнесла на рынок обновленные форматы франшиз и более выгодные предложения, чем были до нее (снижение ставок паушальных взносов, каникулы по роялти);

- стандарта покупки франшизы (новый партнер сначала тестирует на своей точке ИТ-решение и лишь затем получает право стать франчайзи) [14].

По нашему мнению, как эффективный рыночный инструмент, сочетающий в себе полезные предпринимательские, управленческие и маркетинговые аспекты, франчайзинговый бизнес в Казахстане имеет огромный потенциал развития.

На следующей схеме (рисунок 2) представлены перспективные векторы развития франчайзинга в нашей стране.



Рисунок 2 – Развитие франчайзинга в Казахстане: векторы будущего
(Составлено авторами)

Выводы. Проведенное исследование показало, что франчайзинговый бизнес, как интеграционная форма предпринимательства, получил определенное развитие в Казахстане, но его масштабы несопоставимы не только с развитыми зарубежными странами, но и с ближайшим соседом – Российской Федерацией.

Наибольший успех в настоящее время отечественные франчайзеры показывают в таких отраслях экономики Казахстана как оказание услуг (медицина), общественное питание, торговля непродовольственными товарами.

Помимо общеизвестного положительного предпринимательского социально-экономического эффекта, франчайзинговый бизнес способен также оказать антикризисное воздействие, стабилизируя рынок. В связи с этим, дальнейшее исследование и постоянный мониторинг рынка франчайзинга в Казахстане и его регионах актуален и необходим.

ЛИТЕРАТУРА

1. Саркисян М.А. Виды и формы франчайзинга, их развитие в современных условиях // Актуальные исследования. – 2020. – № 13(16). – С. 65.
2. Баймуратов У.Б. Альманах франчайзинга. Сборник материалов по вопросам франчайзинга: практика, методы, презентации. - Алматы, 2009, С. 244.
3. Казиева Р.К. О некоторых проблемах развития франчайзинга в Казахстане: Взгляд со стороны академического и бизнес-образования. Сборник материалов

Международного форума «Франчайзинг - тренд развития бизнеса, образования и инноваций. - Алматы: Экономика, 2013, С. 73.

4. Кишибекова Т.К., Омарова А.Т. Современное состояние и тенденции развития франчайзинга в Республике Казахстан//Известия Национальной Академии наук РК, 2017. - №3. –С. 214-224.

5. Кисиков Б. Франчайзинг в Казахстане. 3-е издание. Алматы: Образовательный фонд «Игілік», 2021. – 80с.

6. Джумадилдаева, Ж. Б. Франчайзинг в системе экономических отношений Казахстана:

7. становление и развитие (на примере непродовольственного сектора синтетического формата ритейла) - Алматы, 2018. – 156с.

8. Абдыкерова Г.Ж. Перспективы франчайзинга в Казахстане//«Научно-практический электронный журнал Аллея Науки» №4(20) 2018. – С.20-30.

9. Отчет о результатах исследования «Состояние и анализ развития рынка франчайзинга в Республике Казахстан», 2014. - 123 с.

10. Сенаторов И.И. Франчайзинг как инструмент развития российской экономики // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 9 (43). - С. 530.

11. Колесников В.: Построение франчайзингового бизнеса. - СПб.: Питер, 2015.

12. Данные Казахстанской ассоциации франчайзинга «KAZFRANCH», 04.04.2021.

13. Александрова Л. Ю. Потенциал и современные проблемы развития франчайзинга как формы сотрудничества малого и крупного бизнеса // Экономика, предпринимательство и право. - 2021. - Том 11. - № 1. - С. 182.

14. Вердина М.Ю., Бердин А.Э. Региональный франчайзинг: современный тренд бизнеса // Научные исследования и разработки. Экономика. 2020. Т. 8. № 1. С. 25.

15. Макринова Е.И., Матузенко Е.В., Глазунова О.А. Франчайзинг как технология организации коммерческой деятельности: тенденции и направления развития в России//

ФРАНШИЗИСТІК БИЗНЕС ҚАЗАҚСТАНДА: АЙМАҚТЫҚ ЕРЕКШЕЛІКТЕР, ҚИЫНДЫҚТАР ЖӘНЕ ДАМУ ТУ ВЕКТОРЛАРЫ

Қожаберген Н.А. - Ш.Есенов атындағы Каспий технологиялар және инжиниринг университеті, Ақтау, Қазақстан.

Бермұхамедова Г.Б. - Ш.Есенов атындағы Каспий технологиялар және инжиниринг университеті, Ақтау, Қазақстан.

Аңдатпа. Мақалада қолданбалы тұрғыдан Қазақстан аумағында франчайзингті дамыту ерекшеліктері қарастырылған.

Авторлар франчайзингтік схемалардың қызмет етуінің сублицензиондық, салалық және аймақтық таралуының тарлығы, мемлекеттік қолдауға тәуелділік сияқты қазақстандық ерекшеліктері бір мезгілде осы бизнесті республикада дамытудың проблемалары болып табылатынын анықтады.

Зерттеудің жаңалығы мен практикалық маңыздылығы авторлық позициядан, Қазақстан жағдайындағы франчайзинг ерекшелігінен және оның дамуының перспективалық векторларын анықтаудан тұрады.

Түйінді сөздер: франчайзинг, бизнес, даму, проблемалар, Қазақстан өңірлері, франчайзингтік компаниялар.

FRANCHISING BUSINESS IN KAZAKHSTAN: REGIONAL FEATURES, CHALLENGES AND DEVELOPMENT VECTORS

Kozhabergen N.A. - Sh. Yessenov Caspian University of Technologies and Engineering, Aktau, Kazakhstan.

Bermukhamedova G.B. - Sh. Yessenov Caspian University of Technologies and Engineering, Aktau, Kazakhstan.

Abstract. The article considers the specifics of franchising development on the territory of Kazakhstan from an applied point of view.

The authors found that such Kazakhstan features of the functioning of franchising schemes as sublicensing, industry and regional narrowness of distribution, dependence on state support are, at the same time, problems of the development of this business in the republic.

The novelty of the research and its practical significance consist in the formulation, from the author's point of view, of the specifics of franchising in the conditions of Kazakhstan and the definition of promising vectors of its development.

Keywords: franchising, business, development, problems, regions of Kazakhstan, franchising companies.

