

УДК 330.101

Каримова М.Д.

Университет «Туран», Республика Казахстан, г. Алматы

E-mail: madi-79@mail.ru

Особенности развития франчайзинга в малом бизнесе Казахстана

Значительная часть предпринимателей в развитых странах работают по договору франчайзинга. Это объясняется тем, что франчайзинг является эффективным способом ведения малого и среднего бизнеса, при котором франчайзи постоянно получает поддержку со стороны франчайзера. Покупая франшизу, даже начинающий предприниматель имеет возможность грамотно организовать свой бизнес, который начнет приносить прибыль в кратчайшие сроки.

Казахстан, как страна с развивающейся экономикой, имеет огромные возможности для развития бизнеса на основе франчайзинговых систем. Относительно не заполненный в этом плане рынок Казахстана делает его привлекательным, при этом в страну могут придти новые бизнес-технологии, а с ними должна увеличиться доля малого и среднего бизнеса.

Франчайзинг уже раскрывает свой потенциал в Казахстане. Многие иностранные компании развиваются в Казахстане на условиях предоставления франшизы. Ряд отечественных компаний реализуют собственные франчайзинговые программы. Однако темп развития франчайзинга может быть ускорен, что станет весомым вкладом в дальнейшее процветание страны, укрепление предпринимательства и удовлетворение нужд народа.

Ключевые слова: рынок, малый и средний бизнес, франчайзинг, развитие франчайзинговых отношений, франчайзер, суб-франчайзи, бренд, государственная поддержка.

М.Д. Каримова

Қазақстанның шағын бизнесінде франчайзингті дамыту ерекшеліктері

Дамыған елдерде кәсіпкерліктің көп бөлігі франчайзинг келісімімен жұмыс атқарады. Бұл франчайзинг шағын және орта бизнесті жүргізудің тиімді құралы екендігін және франчайзи франчайзерден үнемі қолдау алып отыратындығын түсіндіреді. Франшизаны сатып алған жаңадан бастаушы кәсіпкер өзінің бизнесін тиімді ұйымдастыра алады және қысқа мерзімде пайда ала бастайды.

Қазақстан экономикасы дамушы ел ретінде, франчайзингтік жүйе негізінде бизнесті дамытуына үлкен мүмкіндіктері бар. Қазақстан нарығында бұл жүйе әлі де болса салыстырмалы түрде толмаған, сондықтан оны тардымды етеді, сонымен қатар елге жана бизнес-технологиялар, шағын және орта бизнестің үлесі өсуі тиіс.

Қазіргі таңда франчайзинг Қазақстанда өзінің әлеуетін айқындап берді. Көптеген шетелдік компаниялар Қазақстанда өздерінің франшизасын беру шарттары арқылы дамып жатыр. Бірқатар отандық компаниялар өздерінің жеке франчайзингтік бағдарламаларын іске асыруда. Бірақ франчайзингтің дамуының қарқынын жеделдету, елдің келешекте өркендеуін, кәсіпкерліктің нығаюын және халықтың мұқтажыдығын қанағаттандыруда үлкен үлесін тигізеді.

Түйін сөздер: нарық, шағын және орта бизнес, франчайзинг, франчайзингтік қатынастарды дамыту, франчайзер, суб-франчайзи, бренд, мемлекеттік қолдау

M.D. Karimova

Features of the development of franchising in small business in Kazakhstan

Considerable part of businessmen in the developed countries work under the franchising contract. This is the results of the fact that franchising is an effective way of conducting small and middle-sized business when a

franchisee constantly gets support from the franchiser. Buying the franchise, even a beginner businessman has opportunity to organize his business competently which will start making profit in the shortest terms. Kazakhstan as a country with developing economy has huge opportunities for business development on the basis of franchising systems. The market of Kazakhstan which is not filled in this plan isn't attractive, thus new business technologies can come to the country as the share of small and middle-sized business has to be enlarged.

Franchising has already revealed its potential in Kazakhstan. Many foreign companies are developing in Kazakhstan on the terms of providing franchise. A series of domestic companies are realizing their own franchising programs. However, rate of franchising development can be accelerated as it will become a powerful contribution to further prosperity of the country, strengthening the business and satisfaction of people's needs.

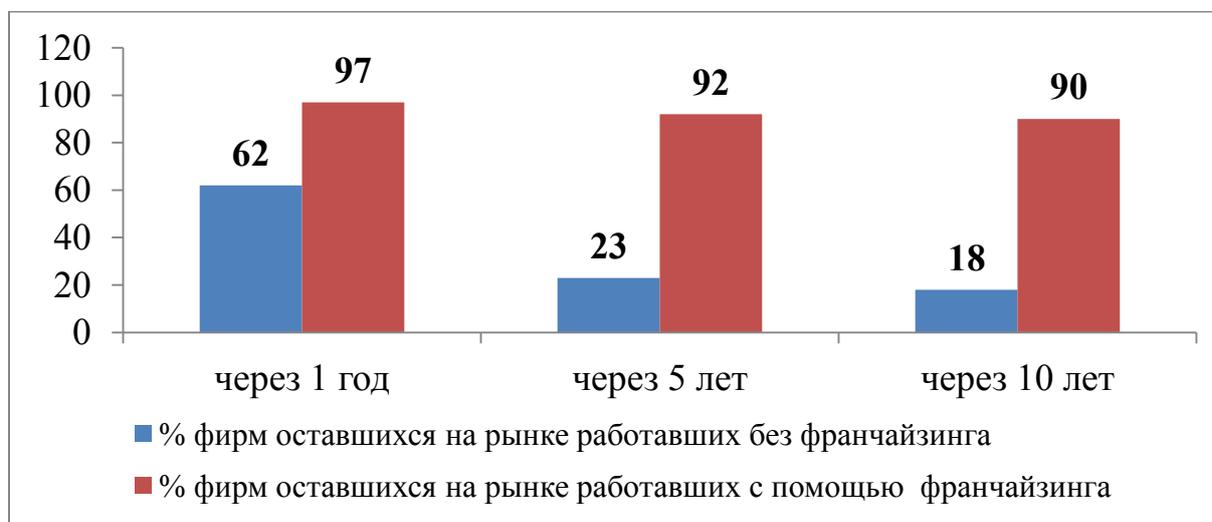
Keywords: market, small and middle-sized business, franchising, development of franchising relations, the franchisor, sub-franchisees, brand, public support

Программа по развитию инноваций и содействию технологической модернизации в Республике Казахстан на 2010 – 2014 годы ставит задачу инновационного развития отраслей и регионов, создание условий для развития высокотехнологичного малого и среднего бизнеса и повышения научного и инжинирингового потенциала страны.

Одним из инструментов решения этих проблем для развития высокотехнологичного мало-

го и среднего бизнеса является развитие франчайзинговых отношений.

Сравнивая устойчивость фирм в западных странах, работающих с франчайзингом и без него, следует отметить, что каждые три из четырех обычных фирм закрываются в течение 5 лет и только франчайзинговые фирмы практически не разоряются или сведены к нулю. То есть сети предприятий под единым брендом и единым маркетингом легко преодолевают спады и кризисы (рис.1).



Источник: составлено автором по данным международного агентства по франчайзингу и лицензированию CAFLA.

Рисунок 1 – Сравнительные данные устойчивости фирм

Франчайзинговые отношения в Казахстане начали развиваться с 2002 года, с введением Закона РК «О комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)» [1]. Однако до 2004 года ни одна иностранная компания в Казахстане не присутствовала на условиях предоставления франшизы.

Пионером становления франчайзинга в Казахстане стала компания Соса-Кола (1994 г.). Компания «Coca-Cola Turkey» – лицензиар международной торговой марки/США, выдала сублицензию казахстанскому субфранчайзи СП «Кока-Кола Алматы Боттлерс».

В период с 1994 по 2004 гг. в Казахстане начали свою деятельность 150 иностранных франчайзинговых систем, и в их рамках было открыто 1150 предприятий. С 2004 г. по 2010 г. количество франчайзинговых систем в Казахстане увеличилось более чем в два раза (более 3000 единиц) и насчитывало 350 брендов. При этом количество действующих предприятий с участием иностранного капитала в 2012 г. сократилось за последний период с 2007 года на 15,8% и достиг 8504 единиц.

Существует значительная разница между предложением и спросом на франшизы, аналогичная ситуация характерна для всех стран мира. Так, из 2000 франчайзеров, заинтересованных в казахстанском рынке, только 350 нашли партнеров.

Структура сетей неоднородна, практически отсутствуют чисто франчайзинговые сети, в основном на рынке представлены смешанные сети, состоящие из собственных и франчайзинговых точек. Оборот всех франчайзинговых компаний достиг 550 миллионов долларов США. К примеру, в США в период подъема экономики в 80-х годах прошлого столетия «новое франчайзинговое предприятие открывалось каждые 6 минут» [2].

Темп роста франчайзинговых систем в целом в Казахстане с 1995 года составлял в среднем 19%. Наибольший показатель развития приходится на 2000 г. – 300%. Однако в последние

годы отмечается снижение темпа развития франчайзинговых систем, хотя в абсолютном выражении оно выросло.

В 2006 г. темп роста снизился по сравнению с 2004 годом на 58,1%, тогда как в абсолютном выражении оно выросло на 67 единиц, в 2010 г. ее количество достигло 350, то есть увеличилась на 42 единиц, тогда как темп роста по сравнению с 2009 г. снизился на 25,1% (рис.2).

Темпы развития отечественных франчайзинговых систем за 2006-2010 гг. выросли в 2-3 раза.

В настоящее время франчайзинг в Казахстане используется практически во всех отраслях экономики и наибольший удельный вес имеет в секторе торговли, услуг для населения и различных производственных сферах.

В доле малого и среднего бизнеса (МСБ) в 2012 г. франчайзинговые отношения составляли 7%, что выше по сравнению с 3,5% за 2011 год, тогда как доля МСБ в структуре валового внутреннего продукта в 2011 г. – 17,5%, что ниже по сравнению с 2010 г. на 13,3%, 2009 г. – на 14,2%.

Причина снижения доли МСБ в ВВП страны объясняется снижением численности субъектов малого бизнеса. Если в 2009 и 2010 гг. насчитывалось, соответственно, 1891506 и 1882340 единиц МСБ, то в 2012 году – 1331386, то есть уменьшилось на 550954 единиц по сравнению с 2011 г., или на 29,3%.

Анализ франчайзинговых компаний по сферам деятельности на отечественном рынке



Источник: составлено автором по данным [3, с. 31].

Рисунок 2 – Темп роста франчайзинговых систем в Казахстане

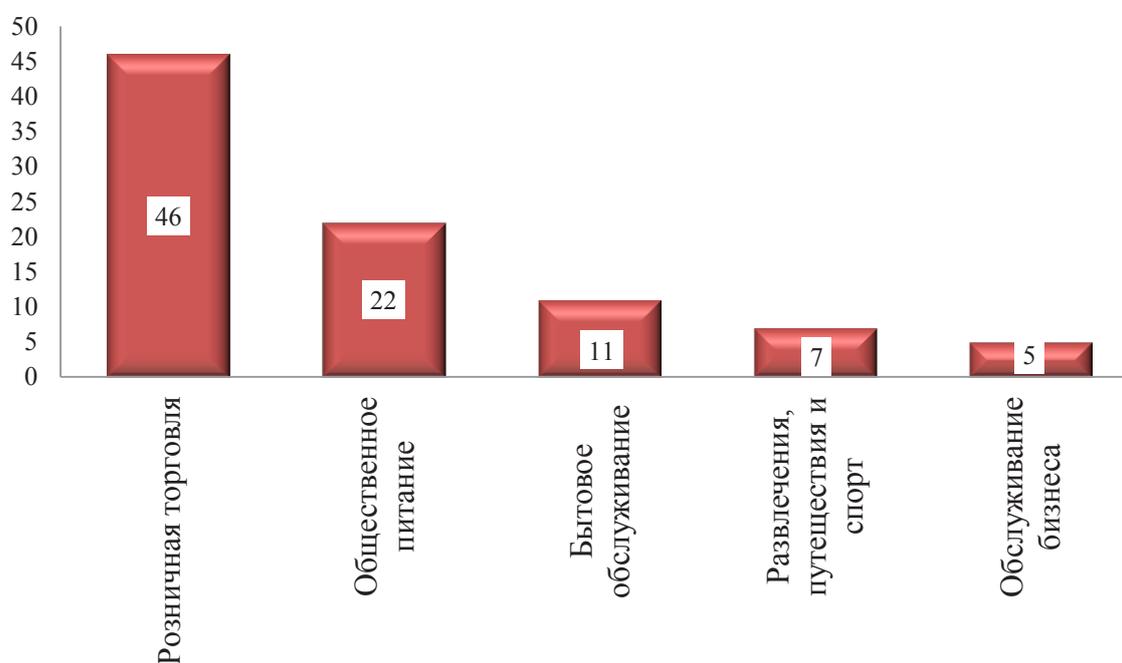
показал, что в Казахстане достаточно трудно развивается производственный сектор, количество компаний, работающих в сфере производственного франчайзинга, составляет 15, или 23,4%, они распространены в сфере торговли – 46%, далее сфера общественного питания – 22, обслуживания населения – 11%, путешествий – 7%, другие сферы экономической деятельности занимают незначительные доли – ниже 5%.

Однако анализ показывает, что в структуре развития МСБ в Казахстане основной удельный вес, хотя и остается в сфере торговли – 38,5%, но в классификации экономической деятельно-

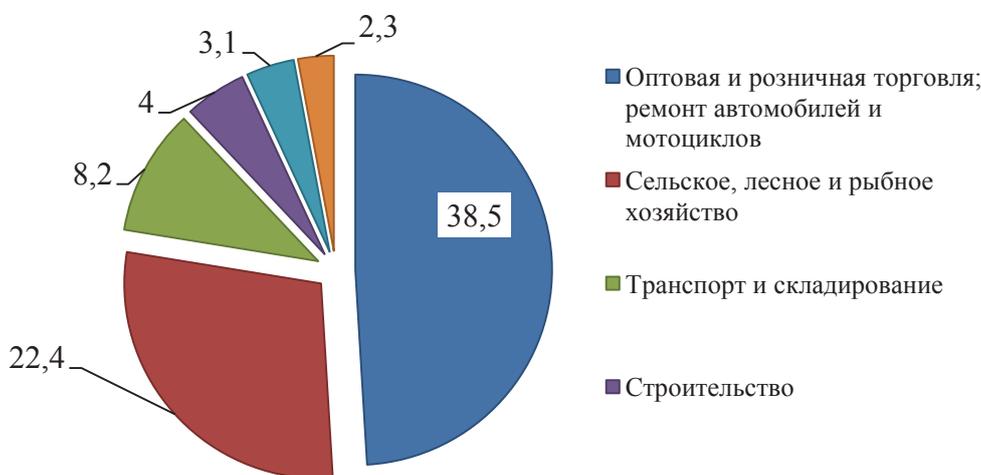
сти торговля перечисляется вместе со сферой ремонта автомобилей и мотоциклов, и в тех сферах, где наибольший удельный вес малого и среднего бизнеса (сельское хозяйство – 22,4%, транспорт – 8,2%), франчайзинговые отношения наименее развиты.

Как видно, франчайзинг активнее будет развиваться в сфере услуг, не исключено, что он найдет применение и в приоритетных направлениях экономики, одним из которых потенциально может стать сельскохозяйственное производство, транспорт, строительство.

Особенность рынка франчайзинга в Казахстане – сублицензионность и международные



Общественное питание в структуре МСБ занимает всего 2,3%, бытовое обслуживание – 2,9%, отдых – 0,6%.



франчайзеры предпочитают работать в Казахстане через своих лицензиатов, предоставляя им мастер-франшизу на несколько стран, и лицензиаты заключают суб-лицензионные договоры в Казахстане, и казахстанские компании выступают в качестве суб-франчайзи (сублицензиатов).

В Казахстане настоящее время функционируют такие мировые бренды, как «World Class», «Pizza Hut», «BURGER KING», «Gloria Jeans», «Coca-Cola», «Adidas», «Benetton» и многие другие. Вместе с тем широко распространены только малобюджетные франшизы в сфере торговли товарами народного потребления, услуг, ремесленничества. Компании, которые считаются символом франчайзинга, имеющие десятки тысяч точек по всему миру, на казахстанском рынке отсутствуют, хотя казахстанские предприниматели готовы сотрудничать [4].

На сегодня многие предприниматели проявляют интерес в приобретении франшизы в рамках Программы «Дорожная карта бизнеса – 2020». Современные технологии переработки, новшества по хлебопекарному оборудованию, вопросы оптимизации кормления животных и птицы с применением природных нанобиологических катализаторов. Это основные направления развития франчайзинга в Казахстане.

Государственную поддержку франчайзинговых отношений в Республике Казахстан осуществляют государственные органы по поддержке франчайзинговых отношений, и их функции определяются Правительством Респу-

блики Казахстан. В отличие от многих развитых стран, в Казахстане отсутствуют специальные меры (льготы, субсидии и т.д.) для поддержки и развития франчайзинговых отношений.

В настоящее время в Казахстане единственной организацией, оказывающей полномасштабные профессиональные услуги для участников франчайзинговых отношений, является Союз франчайзинга и Фонд развития предпринимательства «Даму».

Сдерживает франчайзинговую деятельность слабая банковская система Казахстана. В настоящее время нет ни одного банка, предлагающего специальную программу кредитования франчайзинговых проектов. Банки в Казахстане в основном проводят кредитные операции только при наличии обеспечения, которое может предоставить клиент в качестве залога или же стабильного бизнеса.

Кроме того, кредитные операции имеют ограничение по сумме, которые при этом различны по регионам, а как правило, основная масса ресурсов расположена в регионах.

С 2009 года Фонд развития предпринимательства «ДАМУ» единственный в стране в своих стратегических задачах объявил приоритетным направлением финансовую и нефинансовую помощь в развитии франчайзинга. В числе стратегических целей деятельности фонда: обеспечить к 2015 году 35% франчайзинга в доле казахстанского предпринимательства и вывести 25 казахстанских франчайзинговых брендов на иностранные рынки

Таблица 1 – Прогноз развития франчайзинга в Казахстане

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	Прогноз на 2016 г.
Доля франчайзинговых отношений в структуре и по количеству субъектов МСБ, %.	3	3,5	7	20
Количество иностранных франшиз	220	240	350	600
Количество казахстанских компаний, имеющих или разрабатывающих собственные франшизы	9	11	30	150
Количество казахстанских франшиз, представленных за рубежом	2	4	15	30
Оборот в секторе франчайзинга, млрд. \$	0,85	0,9	1,0	1.4
Количество созданных рабочих мест	20 000	22 000	25 000	35000

Источник: Союз франчайзинга Казахстана

Таким образом, при всем своем масштабном потенциале современная казахстанская экономика может эффективно развиваться лишь при активном взаимодействии с мировым рынком товаров и услуг. В свою очередь, правила игры на мировом рынке в условиях глобализации определяются ныне странами коллективно, при решающей роли в этом Всемирной торговой организации (ВТО), объединяющей около 150 государств и покрывающей свыше 95% оборота мировой торговли.

Прогнозируя развитие франчайзинга в Казахстане, следует отметить, что в нашей стране в ближайшее время следует ожидать увеличения интереса к рассматриваемой форме открытия и развития бизнеса. Казахстан находится в преддверии вступления в ВТО, в результате усилится приток финансовых средств, что даст возможность образования и развития малых форм предпринимательства, в том числе и развития франчайзинговых отношений, за счет упрощения и рационализации процедур подтверждения соответствия производимой продукции между-

народным стандартам повысится и оборачиваемость средств, а также и появится возможность получения Казахстаном доступа к современным технологиям, которые могут быть использованы для развития различных направлений малого и среднего бизнеса [5].

Одним из ключевых моментов соглашений Правил ВТО является государственная поддержка товаропроизводителей. При этом необходимо отметить, что поддержка товаропроизводителей не касается малых форм бизнеса, что создает дополнительное преимущество в распределении средств в сфере развития малых форм предпринимательства, где усилится и ответственность в отношении прав интеллектуальной собственности казахстанских производителей и прав потребителей.

Таким образом, можно считать, что в Казахстане есть потенциал для развития франчайзинга, который может стать эффективным инструментом для решения государственных программных целей, повышения конкурентоспособности предпринимательских структур.

Литература

- 1 Закон Республики Казахстан «О комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)» от 24.06.2002 N 330-2.
- 2 Кисиков Б. Франчайзинг в Казахстане. – 2-ое изд. – Алматы: Игілік, 2011. – 292 с.
- 3 Исследование «Франчайзинг в Казахстане». www.agentstvo.kz
- 4 Дуйсенбаев А.А. Анализ и оценка развития франчайзинговых отношений в предпринимательской системе Казахстана / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.franchexpo.kz>
- 5 Сидельников В.В. Предложение по развитию, поддержке и регулированию франчайзинговых отношений в Республике Казахстан // Вестник Союза Франчайзинга. – 2011. – 2-ое изд. – С. 15-21.

References

- 1 Zakon Respubliki Kazakhstan "O kompleksnoy predprinimatelskoy litsenziy (franchaisinge) ot 24.06.2002 N330-2
- 2 Kisikov B. Franchaising v Kazakhstane. -2-oe izd. Almaty: "Igilik", 2011. – 292 str.
- 3 Issledovanie « Franchaising v Kazakhstane ». www.agentstvo.kz
- 4 Duysenbaev A.A. Analiz i otsenka razvitiya franchaisingovykh otnosheniy v predprinimatelskoy sisteme Kazakhstana. [[Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.franchexpo.kz>
- 5 Sidelnikov V.V. Predlozhenie po razvitiyu, podderzhke i regulirovaniyu franchaisingovykh otnosheniy v Respublike Kazakhstan. // Vestnik Soyuzha Franchaisinga. -2011.-2-oe izd. –S.15-21.