|  |
| --- |
| **CONTENTS** |
| **SYMBOLS AND ABBREVIATIONS** | **3** |
|  |  |
| **INTRODUCTION** | **5** |
|  |  |
| **1.** | **THEORETICAL ASPECTS OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF FRANCHISING IN THE SYSTEM OF ECONOMIC RELATIONS** | **11** |
| 1.1 | The role of franchising in the system of economic relations | 11 |
| 1.2 | Theoretical aspects of using the principles of franchising in business activities | 29 |
| 1.3 | The evolution of the formation and development of franchising in the context of globalization and innovation | 48 |
|  |  |  |
| **2.** | **ANALYSIS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF FRANCHISING IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN IN THE SYNTHETIC FORMAT OF THE RETAIL OF THE NON-FOOD MARKET** | **70** |
| 2.1 | Evolution of the formation of franchising in the Republic of Kazakhstan | 70 |
| 2.2 | Analysis of the business environments for the development of franchising in the Republic of Kazakhstan | 90 |
| 2.3 | Analysis of the current state of franchising in the synthetic format of the non-food market retail in the Republic of Kazakhstan | 101 |
|  |  |  |
| **3.** | **PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF FRANCHISING IN THE SYNTHETIC FORMAT OF THE RETAIL OF THE NON-FOOD MARKET OF KAZAKHSTAN** | **130** |
| 3.1 | Forecasting the prospects for the development of franchising as a system of economic relations in Kazakhstan based on empirical data | 130 |
| 3.2 | Evaluation of the investment attractiveness of the regions of the Republic of Kazakhstan for the development of retail | 148 |
| 3.3 | Strategic prospects for the development of franchising as a method of innovative development in the synthetic format of the retail of the non-food market | 166 |
|  |  |  |
| **CONCLUSION 191** |
|  |
| **REFRENCES 204** |

**INTRODUCTION**

**Relevance of the research topic**. The role of franchising in the system of economic relations is perceived in terms of a system of new institutional economic theory that generates complex problems of understanding related to the level of the influence of franchising relationships on the social system and the competitive environment.

Nowadays, franchising is a powerful stimulator for the development of entrepreneurial activities, a well-developed business system, in which mutually beneficial economic agents are built, and it is one of their major levers in the mechanism of building economically stable relations. Franchising, a phenomenal occurrence of the hybrid form of economic organization, has the signs of all elements of cooperation and deserves more in-depth study.

Franchising provides an opportunity to unite resources around the world, which is one of the determining factors for success in the global competition. In modern conditions, there are various factors that influence the development of globalization of markets. One of these factors is the creation of companies that have their clones in different countries of the world. Due to this kind of companies, international economic relations are built.

In addition, the development of franchising activities is associated with the development of innovations that involve the use of new technologies of doing business, know-how. Leading innovative industries are able to generate additional value from innovations, because of the opportunities for redistribution of investments through a franchise model that allows using the best practice of the most successful divisions and scaling it in a wide geographical area. Franchising networks act as the transfer of innovation, in which the franchisor plays the role of an innovator, and the franchisee is their customer and provides further distribution and implementation.

The existing obstacles to the development of franchising in Kazakhstan, especially the sphere of legislation, such as the lack of a system of compulsory registration of contracts, the ambiguity in the Law of the Republic of Kazakhstan "On a complex entrepreneurial license (franchising)" for mandatory constant support of the franchisor franchisees regulating franchise relations, the lack of a common pricing for the entire franchise network, the lack of rules and standards for regulating the disclosure of franchise information at the pre-contract stage, the uncertainty in the complexity of obtaining and receiving grants for the purchase of franchise rights, high prices for commercial real estate, insufficient awareness of franchising as an advantageous form of business relations require a comprehensive solution. In Kazakhstan, franchising is developed in stagnant sectors of the economy, where competition is the highest. All kinds of franchises are beneficial for franchisors, but at every stage of the development of companies, different versions of franchising relationships are possible. The most popular franchises in the country are concentrated in the field of fast food and retail. Franchising in Kazakhstan has the state support, since the development of franchising enterprises leads to the growth of the country's economy generally. From the opening of these enterprises, the creation of new jobs, the legitimacy of entrepreneurial activity, the increase in the collection of taxes depend. This means that a franchisor interested in expanding his business, based on a franchise agreement, requires transparent financial reporting from the franchisee for objective network management. The relevance of this issue for our country is high due to the large number of enterprises with illegal methods of doing business, which increase the factor of low level of investment attractiveness. Problems of marketing products under franchising are becoming minimal, as there is an established system dictated by the brand owners. As a result, the need to develop franchising in our republic can lead to the effective growth of entrepreneurship in Kazakhstan.

In the Republic of Kazakhstan, companies operating under the franchise are mainly concentrated in retail. The main strategic goals of these companies are the expansion of sales outlets in various formats. Now, most retail companies have changed the vector of development from an active external expansion to internal improvement of their activities, which means the improvement of business processes. It is necessary to introduce new management technologies and create conditions for the development of both domestic producers and own retail networks. The development of franchising in retail leads to its development. The organization, introduction, development of franchising in cities and regional centers of Kazakhstan can affect the innovative development of regions, the use of previously unused business technologies, the organization of business activities and the improvement of business culture in them. Franchising as a kind of regional expansion can be used as a universal strategy, which proves its relevance. Having studied the specifics of the development of retail expansion through various strategies and organizational forms it is necessary to assess the investment attractiveness of the regions of the Republic of Kazakhstan for the development of retail. The strategic potential of Kazakhstan franchisers in retail characterizes their average survival in competitive pressures. Despite the full description of all the elements of business processes in the franchise package, today there are not high growth rates of sales.

All the above causes the relevance of the selected topic of the dissertation research.

 **The level of elaboration of the problem**. In the economic literature, the problems of the theory and practice of franchising have wide reflection.

The study of theoretical and practical issues of franchising in Kazakhstan is carried out by: R.A. Alshanov, S.R. Esimzhanova, M. Uspanova, B. S. Kisikov, V. V. Sidelnikov, A. A., Yu. A. Bolotov Duisembayev, A.S Manap, M.D Karimova.

A significant contribution to the study of franchising was made by such authors from the near abroad as I.V. Rykova, S.A. Sosna, D.N. Zemlyakov, M.O. Makashev, V. V. Panyukova, F. G. Pankratov, T. To Seregina, L.I. Erokhina, A.A. Nechitailo, M. Trishin, S. Vatutin, V. I. Bespyatykh, A.P. Latkin, P.S. Belenets, K.A. Chubirko, E.N. Kamyshanchenko, N.E. Khabarova, E. Soyak, M. T. Dadasheva, A. V. Kobylyanskaya., A. A. Ustyuzhanin.

Among the authors from the far abroad, who studied various aspects of franchising, it is necessary to note the following specialists: F. Zeydman, S. Birli, I.D. Cape, M. Mendelson, J. Murray, M. Rozenberg, S.A. Sealing, B. Smith, S. Spinelli, D. Stanworth, Scott A. Shein, D. Stanworth, R. Bond, M. Vudrov, D.B. Klein, R.E. Martin, W. Nickels, R.S. Hoffman, J. Lamben, E. Sherman, D. Mancuso, J. Henson, A. Cirat.

Theoretical basis of research was also made by studies:

- in the field of economic theory - such authors as K. Marx, I. Vidyapin, A. I. Dobrynina, G. P. Zhuravleva, L. S. Tarasevich, E. F. Borisov, R. Coase, O. I. Williamson , J. McNeil, Eric G. Furubotn, Rudolf Richter, I.P. Nikolaeva, PR Krugman, M. Obstfeld, K. S. Ainabek;

- in the field of the theory of organization, entrepreneurship and management - A.N.Toksanova, V.B. Akulov, M.N. Rudakov, F.G. Pankratov, T.K. Seregina, V.R. Vesnin, R. Kouza, V.N. Shcherbakov, V.V. Maslennikov, R.A. Fatkhutdinov, MV Shaburishvili;

- in the field of marketing - F. Kottler, IL Akulich.

 The works of VF Egorov, AA Esytin, EV Karpova, Rosemary Varley, Mohammed Rafik, SA Balashova, OA Zueva, A. A Akhmetgareyeva, Barry Berman and Joel R. Evans are devoted to the questions of the study of the organization and management of retail or retail trade.

The study of the works of economists like R. Coase, OI Williamson, J. McNeill, Eric G. Furubotn, Rudolf Richter prompted us to address in this study the consideration of the theoretical essence of franchising in terms of the development of the neoclassical institutional economy and the theory of transaction costs as a new integrated form of the entrepreneurial activity.

**The subject of the study** is the economic relations that arise in the process of the formation and development of franchising in the Republic of Kazakhstan using the example of retail.

  **The object of the study** are enterprises that use franchising in non-food retail in synthetic format.

**Purpose and objectives** of the study. The main objective of the study is to substantiate theoretical aspects and develop practical recommendations for the development of franchising and its formats in Kazakhstan, including forecasting the development of franchising in the regions of the country through assessing the investment attractiveness and strategic aspects of franchising in retail.

In accordance with the objective, the following problems were posed and solved in the dissertation:

- the role of franchising in the system of economic relations and the essence within the framework of the institutional economy are defined;

- the legislative and economic aspects of the principles of franchising are considered;

- the system of relations in the field of franchising activity is described;

- the classification of types of franchising from different points of view of theoreticians and practitioners in the field of franchising is considered, and a proper classification is formed;

- the evolution of the development of franchising in the context of globalization and the development of innovation is described;

- the evolution of the formation and development of franchising in Kazakhstan is described;

   - the analysis of the business climate of the formation and development of franchising in the Republic of Kazakhstan;

- the analysis of the current state of franchising in retail in the Republic of Kazakhstan;

- the author's own classification base of franchise companies of the Republic of Kazakhstan in the synthetic retail format of the non-food market is compiled;

- the empirical study was conducted to predict the development of franchising as a system of economic relations in Kazakhstan;

- the matrix of strategies for expanding franchising business according to the type of company was developed based on empirical research;

   - forecasts of the development of franchising in Kazakhstan, taking into account the type of companies and types of franchising systems;

- the sectoral specificity of retail is determined depending on the nature of the development of the regions;

- the estimation of the investment attractiveness of regions of the Republic of Kazakhstan for development of retail through regression - correlation modeling is made;

- the opportunities of the main directions of retail development and its modern formats have been defined;

- the strategic potential of Kazakhstan's franchisors in the synthetic retail format of the non-food market has been determined;

- segmentation of franchisors in the market of Kazakhstan, working in a synthetic format of retail;

- tactics of strategic aspects of the development of franchising as a method of innovative development of entrepreneurial activity using the example of companies in the synthetic format of the retail of the non-food market are defined.

The theoretical and methodological basis of the research are the methods and forms of scientific knowledge recognized by science, the works of Kazakhstan and foreign authors on the issues of the formation and development of franchising. As scientific tools and methods, general scientific methods were used, such as dialectical method, deduction, induction, classification, comparative, primary research method like the survey, prognostic method, statistical method, regression-correlation analysis.

The information base of the research includes the Legislative and normative legal acts regulating entrepreneurship in the Republic of Kazakhstan, including laws and decrees of the Government of the Republic of Kazakhstan, data of the Ministry of National Economy, the Ministry of Finance of the Republic of Kazakhstan, standards of the Kazakhstan Institute for Standardization and Certification, information and analytical reports and materials of the Kazakhstan Association of Franchising, Eurasian Franchise Association, International Franchise Association the European Franchise Federation, the Iberoamerican Franchise Federation, the Turkish Franchising Association, as well as electronic publications on the Internet, the data of the Committee on Statistics of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan, the annual reports of the Damu Entrepreneurship Development Fund JSC, the annual ratings of the global Doing Research Business ", a global competitiveness rating, reports from the American consulting company ATKearney, the" Global 500 "rating of the questionnaire, author's observations and the author's database of franchises in retail.

The scientific innovativeness of the thesis is presented by the following provisions:

- the expediency of using the theoretical essence of franchising as a basis for the development of the neoclassical institutional economy and the theory of transaction costs as a new integrated form of entrepreneurial activity is justified;

- based on the analysis of the evolution of the development of franchising, the author's model of the cycle of an innovative product is suggested in the context of globalization and the development of innovations;

- the author's database of classifications of franchising companies of the Republic of Kazakhstan in the synthetic format of the non-food market retail was proposed;

- based on empirical research, franchising development forecasts are determined with A, B, C, D - types of companies and types of franchising systems taken into account;

- investment attractive regions have been identified for retail development in general franchising and franchising in retail, particularly in the Republic of Kazakhstan, based on a multifactor regression-correlation analysis of economic and mathematical modeling;

- strategic prospects for the development of franchising as a method of innovative development of entrepreneurial activity of the Republic of Kazakhstan in the synthetic format of the non-food market retail are proposed on the basis of a criterion estimate;

- author's model of the matrix of strategies for expanding franchising business according to the type of companies based on empirical research is proposed;

- the progressive methodology for assessing the investment attractiveness of the regions of Kazakhstan for the development of retail is proposed.

**The practical significance** of the research results is in the possibility of applying the research results in the educational process of higher educational institutions in the training and retraining for specialists, the development of program documents of various departments of the Republic of Kazakhstan dealing with the organization and development of retail and franchising, as well as the use of strategic aspects developed by the author by retail enterprises of franchising in practice.

**The publication of the research results**. The main theoretical positions and conclusions of the dissertation research were presented by the author in sixteen scientific papers with a total volume of 4 printed sheets, including one article in a foreign publication included in the Scopus database, four articles with a volume of 1.6 printed sheets in journals included in the list recommended by the Committee on the control of education and science, eleven articles in collections of international and scientific - practical conferences of the Republic of Kazakhstan and other countries in volume of 8 printed sheets.

**The structure** of the research includes an introduction, three chapters consisting of nine paragraphs, conclusions, references. The research contains 47 figures, 38 tables, the references contains 137 names.

|  |
| --- |
| **СОДЕРЖАНИЕ** |
| **ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ**  | **3** |
|  |  |
| **ВВЕДЕНИЕ**  | **5** |
|  |  |
| **1.** | **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ**  | **11** |
| 1.1 | Роль франчайзинга в системе экономических отношений | 11 |
| 1.2 | Теоретические аспекты использования принципов франчайзинга в предпринимательской деятельности | 29 |
| 1.3 | Эволюция становления и развития франчайзинга в условиях глобализации и инноваций | 48 |
|  |  |  |
| **2.** | **АНАЛИЗ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН В СИНТЕТИЧЕСКОМ ФОРМАТЕ РИТЕЙЛА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА**  | **70** |
| 2.1 | Эволюция становления франчайзинга в Республике Казахстан | 70 |
| 2.2 | Анализ делового климата становления и развития франчайзинга в Республике Казахстан | 90 |
| 2.3 | Анализ современного состояния франчайзинга в синтетическом формате ритейла непродовольственного рынка в Республике Казахстан | 101 |
|  |  |  |
| **3.** | **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В СИНТЕТИЧЕСКОМ ФОРМАТЕ РИТЕЙЛА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА КАЗАХСТАНА** | **130** |
| 3.1 | Прогнозирование перспектив развития франчайзинга как системы экономических отношений в Казахстане на основе эмпирических данных  | 130 |
| 3.2 | Оценка инвестиционной привлекательности регионов Республики Казахстан для развития ритейла | 148 |
| 3.3 | Стратегические перспективы развития франчайзинга как метода инновационного развития синтетического формата ритейла непродовольственного рынка  | 166 |
|  |  |  |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕ 191** |
|  |
| **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 204** |

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность темы исследования.** Роль франчайзинга в системе экономических отношений рассматривается через призму системы новой институциональной экономической теории, порождающей сложные проблемы понимания, связанные с уровнем влияния франчайзинговых отношений на благосостояние в общественном строе и конкурентной среде.

В настоящее время франчайзинг является мощным стимулятором развития предпринимательской деятельности, отработанной системой ведение бизнеса, согласно которой строятся взаимовыгодные связи экономических агентов, и является одним их крупных рычагов в механизме построения экономически устойчивых отношений. Франчайзинг, феноменальное явление гибридной формы экономической организации, имеет признаки всех элементов сотрудничества и заслуживает более глубокого изучения.

Франчайзинг даёт возможность объединить ресурсы по всему миру, что является одним из решающих факторов успеха в глобальной конкуренции. В современных условиях существуют различные факторы, которые оказывают влияние на развитие глобализации рынков. Одним из таких факторов, является создание компаний, которые имеют свои клоны в различных странах мира. Международные экономические отношения строятся благодаря таким компаниям.

Кроме того, развитие франчайзинговой деятельности, связано с развитием инноваций, которые предполагают применение в предпринимательстве новых технологий ведения бизнеса, ноу-хау. Инновационные отрасли, лидирующие в мировом масштабе, способны генерировать дополнительную стоимость от инноваций не в последнюю очередь благодаря возможностям перераспределения инвестиций с помощью франчайзинговой модели, позволяющей использовать лучшую практику наиболее успешных дивизионов и масштабировать ее в широком географическом пространстве. Франчайзинговые сети выступают в качестве каналов трансфера инноваций, в которых компания-франчайзер исполняет роль разработчика инноваций, а компания-франчайзи является их потребителем и обеспечивает дальнейшее распространение и внедрение.

Существующие препятствия развития франчайзинга в Казахстане, в особенности сфере законодательства, такие как, отсутствие системы обязательной регистрации договоров, неясность в Законе РК «О комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)» на предмет обязательной постоянной поддержки франчайзером франчайзи, регулирующих франчайзинговые отношения, отсутствие единого ценообразования по всей франчайзинговой сети, отсутствие правил и стандартов регулирования порядка раскрытия информации о франшизе на преддоговорном этапе, неясность в сложности с оформлением и получением грантов на покупку прав на франшизу, высокие цены на коммерческую недвижимость, недостаточная информированность о франчайзинге, как о выгодной форме предпринимательских отношений требуют комплексного решения. В Казахстане франчайзинг лучше всего развит в стагнирующих областях экономики, где конкуренция наиболее высока. Все виды франшиз выгодны, для франчайзеров, но на каждом этапе развития компаний возможны различные варианты франчайзинговых отношений. Самые популярные франшизы в стране сконцентрированы в области фаст-фуда и ритейла. Франчайзинг в Казахстане имеет государственную поддержку, так как, развитие франчайзинговых предприятий дает толчок росту экономики страны в целом. От открытия данных предприятий зависит создание новых рабочих мест, законность предпринимательской деятельности, повышение собираемости налогов. Это означает что, франчайзер, заинтересованный в расширении своего бизнеса, на основе договора франшизы, требует прозрачной финансовой отчетности от франчайзи для объективного управления сетью. Актуальность этого вопроса для нашей страны является высокой в связи c большим количеством предприятий с «теневыми» методами ведения бизнеса, которые увеличивают фактор низкого уровня инвестиционной привлекательности. Проблемы сбыта продукции при франчайзинге становятся минимальными, так как есть налаженная система, которую диктуют собственники бренда. Соответственно, необходимость развития франчайзинга в нашей республике может дать большой скачок в эффективном росте предпринимательства в Казахстане.

В Республике Казахстан компании, работающие по франшизе в основном, сосредоточены в ритейле. Основные стратегические цели данных компаний – это расширение точек продаж различного формата. Большинство компаний ритейла сейчас сменили вектор развития с активной внешней экспансии на внутреннее совершенствование деятельности, а значит, на совершенствование бизнес-процессов. Необходимо внедрение новых технологий управления и создание условий для развития и отечественных товаропроизводителей, и собственных ритейл-сетей. Развитие франчайзинга в ритейле может дать отличный рывок для его развития. Организация, внедрение, развитие франчайзинга в городах и региональных центрах Казахстана может повлиять на инновационное развитие регионах, использование не примененных ранее бизнес – технологий, систему организации предпринимательской деятельности и улучшению бизнес – культуры в них. Франчайзинг как вид региональной экспансии может быть использован как универсальная стратегия, что доказывает его актуальность. Изучив особенностей развития экспансии ритейла через различные стратегии и формы организации, нужно провести оценку инвестиционной привлекательности регионов Республики Казахстан для развития ритейла. Стратегический потенциал казахстанских франчайзеров в ритейле характеризует их среднюю выживаемость в конкурентной борьбе. Несмотря на полное описание во франчайзинговом пакете всех элементов бизнес – процессов, на сегодняшний день наблюдается не высокие показатели роста продаж.

Все вышеизложенное обуславливает актуальность избранной темы диссертационного исследования.

**Степень разработанности проблемы.** В экономической литературе проблемы теории и практики франчайзинга нашли достаточно широкое отражение.

Изучением теоретических и практических вопросов франчайзинга в Казахстане занимаются: Р. А. Алшанов, С. Р. Есимжанова, М. У. Успанова, Б. С. Кисиков, В. В. Сидельников, А.А., Ю. А. Болотов, Дуйсембаев, А. С. Манап, М. Д. Каримова.

Существенный вклад в исследование франчайзинга внесли такие авторы из ближнего зарубежья, как И. В. Рыкова, С. А. Сосна, Д. Н. Земляков, М. О. Макашев, В. В. Панюкова, Ф. Г. Панкратов, Т. К Серегина, Л.И. Ерохина, А.А. Нечитайло, М. Тришин, С. Ватутин, В. И. Беспятых, А.П. Латкин, П.С. Беленец, К.А.Чубирко, Е.Н. Камышанченко, Н. Е. Хабарова, Е. Сойак, М. Т. Дадашева, А. В. Кобылянская., А. А.Устюжанин.

Среди авторов из дальнего зарубежья, изучавших различные аспекты франчайзинга, необходимо отметить следующих специалистов: Ф.Зейдман, С. Бирли, И.Д. Кэуп, М. Мендельсон, Я. Мюррей, М. Розенберг, С.А. Силинг, Б. Смит, С. Спинелли, Д. Стэнтворт, Скотт А. Шейн, Д.Стэнворт, Р.Бонд, М.Вудров, Д.Б. Кляйн, Р.Е. Мартин, У. Никелс, Р.С. Хоффман, Ж. Ламбен, Э.Шерман, Д. Манкузо, Дж. Хенсон, А. Цират.

Теоретическую базу исследований также составили труды:

- в области экономической теории – таких авторов как К. Маркс, И. Видяпина, А. И. Добрынина, Г. П. Журавлева, Л. С. Тарасевич, Е. Ф. Борисов, Р. Коуз, О. И.Уильямсон, Я. Макнейл, Эрик Г. Фуруботн, Рудольф Рихтер, И. П Николаева, П. Р. Кругман, М. Обстфельд, К. С. Айнабек;

- в области теории организации, предпринимательства и менеджмента – А. Н.Токсанова, В.Б. Акулов, М.Н. Рудаков, Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина, В.Р. Веснин, Р.Коуза, В.Н. Щербаков, В.В. Масленников, Р.А. Фатхутдинов, М. В. Шабуришвили;

- в области маркетинга – Ф. Коттлер, И. Л. Акулич.

 Вопросам изучения организации и управления ритейла или розничной торговли посвящены работы В. Ф.Егорова, А.А.Есютина, Е.В.Карповой, Розмари Варли, Мохаммед Рафик, С. А. Балашовой, О. А. Зуевой, А. А. Ахметгареевой, Барри Бермана и Джоэл Р. Эванса.

Изучение трудов экономистов как Р. Коуз, О. И.Уильямсон, Я. Макнейл, Эрик Г. Фуруботн, Рудольф Рихтер побудило обратиться в данном исследовании к рассмотрению теоретической сущности франчайзинга через призму развития неоклассической институциональной экономики и теорию трансакционных издержек, как новую интегрированную форму предпринимательской деятельности.

**Предметом** исследования являются экономические отношения, возникающие в процессе становления и развития франчайзинга в Республике Казахстан на примере ритейла.

 **Объектом** исследования являются предприятия, применяющие франчайзинг в непродовольственном ритейле синтетического формата.

**Цель и задачи** исследования. Основной целью исследования является обоснование теоретических аспектов и разработка практических рекомендаций по становлению и развитию франчайзинга и его форматов в Казахстане в том числе прогнозирование развития франчайзинга в регионах страны через оценку инвестиционной привлекательности и стратегических аспектов франчайзинга в ритейле.

В соответствии с целью в диссертации были поставлены и решены следующие **задачи:**

- определена роль франчайзинга в системе экономических отношений и сущность в рамках институциональной экономики;

- рассмотрены законодательные и экономические аспекты принципов франчайзинга;

- описана система отношений в области франчайзинговой деятельности;

- рассмотрена классификация типов и видов франчайзинга с различных точек зрения теоретиков и практиков в области франчайзинга и сформирована собственная классификация;

- описана эволюция становления франчайзинга в условиях глобализации и развития инновации;

- описана эволюция становления и развития франчайзинга в Казахстане;

 - проведен анализ делового климата становления и развития франчайзинга в Республике Казахстан;

- проведен анализ современного состояния франчайзинга в ритейле в Республике Казахстан;

- составлена собственная авторская база классификации франчайзинговых компаний Республики Казахстан в синтетическом формате ритейла непродовольственного рынка;

- проведено эмпирическое исследование для прогнозирования развития франчайзинга как системы экономических отношений в Казахстане;

- разработана матрица стратегий расширения бизнеса по франчайзингу согласно типу компании на основе эмпирических исследований;

 - определены прогнозы развитие франчайзинга в Казахстане, учитывающие тип компаний и виды франчайзинговых систем;

- определена отраслевая специфика ритейла в зависимости от характера развития регионов;

- проведена оценка инвестиционной привлекательности регионов Республики Казахстан для развития ритейла через регрессионно – корреляционное моделирование;

- определены возможности основных направлений развития ритейла и его современных форматов;

- определен стратегический потенциал казахстанских франчайзеров в синтетическом формате ритейла непродовольственного рынка;

- проведено сегментирование франчайзеров на рынке Казахстана, работающих в синтетическом формате ритейла;

- определены тактики стратегические аспектов развития франчайзинга как метода инновационного развития предпринимательской деятельности на примере компаний в синтетическом формате ритейла непродовольственного рынка.

Теоретической и методологической базой исследования являются признанные наукой приемы и формы научного познания, труды казахстанских и зарубежных авторов по вопросам становления и развития франчайзинга. В качестве научно – познавательных инструментов и методов были использованы общенаучные методы, такие, как диалектический метод, дедукция, индукция, классификация, сравнительный, первичные метод исследования как опрос, прогностический метод, статистический метод, регрессионно – корреляционный анализ.

Информационной базой исследования являются Законодательные и нормативные правовые акты, регулирующие предпринимательство в Республике Казахстан, в том числе законы и постановления Правительства Республики Казахстан, данные Министерства национальной экономики, Министерства финансов Республики Казахстан, стандарты Казахстанского института стандартизации и сертификации, информационно-аналитические отчеты и материалы Казахстанской Ассоциации Франчайзинга, Евразийской Ассоциации Франчайзинга, Международной Ассоциации Франчайзинга, Европейской федерации франчайзинга, Иберо-американской федерации франчайзинга, Турецкой Ассоциации франчайзинга, а также, электронные публикации в Интернете, данные Комитета пo cтaтиcтикe Министерства Национальной Экономики PК, годовые отчеты АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», ежегодные рейтинги глобального исследования «Doing Business», рейтинг глобальной конкурентоспособности, отчеты aмepикaнcкoй кoнcaлтингoвoй кoмпaнии A.T.Kearney, рейтинг «Global 500» анкеты, авторские наблюдения и авторская база франшиз в ритейле.

Научная новизна диссертации представлена следующими положениями:

- обоснована целесообразность использования в качестве теоретической базы исследования рассмотрение сущности франчайзинга через призму развития неоклассической институциональной экономики и теории трансакционных издержек, как новой интегрированной формы предпринимательской деятельности;

- на основе анализа эволюции становления франчайзинга, предложена авторская модель цикла инновационного продукта в условиях глобализации и развития инноваций;

- предложена авторская база классификаций франчайзинговых компаний Республики Казахстан в синтетическом формате ритейла непродовольственного рынка;

- основе эмпирических исследований определены прогнозы развития франчайзинга с учётом A, B, C, D - типов компаний и видов франчайзинговых систем;

- определены инвестиционно привлекательные регионы для развития ритейла в целом и франчайзинга в ритейле в частности Республики Казахстан на основе многофакторного регрессионно – корреляционного анализа экономико-математического моделирования;

- предложены стратегические перспективы развития франчайзинга как метода инновационного развития предпринимательской деятельности Республики Казахстан в синтетическом формате ритейла непродовольственного рынка на основе критериальной оценки;

- предложена авторская модель матрицы стратегий расширения бизнеса по франчайзингу согласно типу компаний на основе эмпирических исследований;

- предложена прогрессивная методика оценки инвестиционной привлекательности регионов Казахстана для развития ритейла.

**Практическая значимость** результатов исследования состоит в возможности применения результатов исследования в учебном процессе высших учебных заведений при подготовке и переподготовке специалистов, разработке программных документов различных ведомств Республики Казахстан, занимающимися вопросами организации и развития ритейла и франчайзинга, а также использования в практической деятельности предприятиями ритейла, разработанных автором стратегических аспектов франчайзинга.

**Публикация результатов исследования.** Основные теоретические положения и выводы диссертационного исследования были изложены автором в шестнадцати научных работах общим объемом 4 п.л., в том числе одна статья в зарубежном издании, входящем в базу Scopus, четыре статьи объемом 1,6 п.л. в журналах, входящих в перечень рекомендованных Комитетом по контролю образования и науки, одиннадцать статей в сборниках международных и научно – практических конференций Республики Казахстан, ближнего и дальнего зарубежья объемом 8 п.л.

**Структура** работы включает введение, три главы, состоящие из девяти параграфов, заключения, списка использованных источников и приложений. Работа содержит 47 рисунков, 38 таблиц, Список использованных источников содержит 137 наименований.