

сабақтас құқықтар туралы» ҚР Заңы – авторлық құқық мақсатына, мазмұны мен маңызына, сондай-ақ берілу әдісі мен нысанына қарамастан, шығармашылық еңбектің нәтижесі болып табылатын ғылым, әдебиет және өнер туындыларына қолданылады деп бекітеді (6-бап).

Конвенцияларға қосылу, Келісімдерге және Шарттарға қол қою біздің мемлекетке бірқатар жауапкершілік жүктейді, себебі, осы Келісімдер мен Шарттар арқылы белгілі міндеттемелер қабылданады. Бүгінгі таңда халықаралық ұйымдар, экономикасы дамыған өркениетті елдер Қазақстандағы санаткерлік меншік құқықтарын қорғау мәселелеріне түпкілікті назар аударып отыр. Олай дейтініміз, мысалға, Қазақстан Республикасы мен АҚШ арасындағы сауда қатынастары туралы 1992 жылдың 19 маусымында екі елдің Президенттері қол қойған Келісімдегі маңызды баптардың бірі – Тараптардың санаткерлік меншікті қорғау жөніндегі VII бабы болып табылады. Онда атап көрсетілгендей, тараптар әр елдің өз заңдарының ережелеріне сәйкес санаткерлік меншік құқығын қорғайды, соның ішінде әдеби, ғылыми және көркем туындылармен қоса ЭЕМ-ға арналған мәліметтер жиынтығы да бар. Кез-келген елдегі заңның тәжірибелік құндылығы оның неғұрлым тиімді түрде жүзеге асуымен тікелей байланысты. Авторларға кей кезде өз құқықтарын жеке дара жүзеге асыру қиын болған кезде авторлардың атынан олардың кейбір құқықтарын жүзеге асырушы арнайы ұйымдар құру тиімді тәсіл болатындығы сөзсіз.

Осы негізді басшылыққа ала отырып, Қазақстан Республикасындағы авторлық және сабақтас құқықтарды реттеу үшін 1996 жылдың маусымында қабылданған тұңғыш Заң актісі болып табылатын «Авторлық құқық және сабақтас құқықтар туралы» Заң негізінде 1997 жылы «Қазақстан Авторлар Қоғамы» (ҚазАК) құрылды. Оның басты міндеті әдебиет және өнер туындылары авторларының мүліктік құқығын қорғауды Қазақстан аумағында және шетелдерде қамтамасыз ету [11, 77б.].

1. Деменкова Н.Г., Игнатова М.С., Стариков И.Ю.. Словарь латинских юридических терминов PDF. - М., 1994. - 568 с.
2. Антимонов Б.С., Флейшиц Е.А. Авторское право. – М., 1957. – 369 с.
3. Шершеневич Г.Ф. Учебник русского гражданского право. – М., 1995. – 421 с.
4. Гордон М.В. Советское авторское право. - М., 1955. – 317 с.
5. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации. – М., 1996. – 358 с.
6. Гаврилов Э.П. Советское авторское право. – М., 1985. – 466 с.
7. Савельева И.В. Гражданское и торговое право капиталистических государств. - М.: Международные отношения, 1993. – 571 с.
8. Вольтер М.М. Связь и сопоставление Римской Конвенции, договора ВОИС по исполнению и фонограммам и Соглашения по аспектам прав интеллектуальной собственности, связанным с торговлей (Соглашения ТРИПС); развитие и возможное совершенствование охраны смежных прав, признаваемых Римской конвенцией // Бюллетень по авторскому праву. – 2000. – Т. XXXIV. – С. 28-40.
9. Copyright aspects of the preservation of electronic publications – Amsterdam; Institute for information Law, University of Amsterdam, 1998. – p.243
10. Қазақстан Республикасының құқықтық саясат тұжырымдамасы. Қазақстан Республикасының Президенті Н.Ә. Назарбаев, 24.08.2009 // www.akorda.kz/kz
11. Оразалинов С.Ш. Право на права. – А.: Жеті жарғы, 2004. – 196 с.
12. Абдуразаков М.Г. Борьба с нарушителями на потребительском рынке // ИС: Авторское право и смежные права. – А., 2000. - № 1. – С.38-45.

В данной статье автором рассмотрены некоторые аспекты развития истории авторского права за рубежом и в Республики Казахстан и его правовые источники.

In this article the author discusses some aspects of the history of copyright abroad and in the Republic of Kazakhstan and its legal sources.

А.З. Амангалиева

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ФАКТОРИНГТІ ҚҰҚЫҚТЫҚ РЕТТЕУ ЖӘНЕ ОНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексінде ақшалай талапты беріп қаржыландыру қатынастарын құқықтық реттеуге толығымен бір тарау арналған. Сонымен бірге, ақшалай талапты беріп қаржыландыру цивилистикада факторинг деп аталатыны баршаға мәлім емес.

Факторинг – ол сауда қызметін төлемді кейінге қалдыру шартымен жүргізетін тауар берушілер мен өндірушілер үшін көрсетілетін кешенді қызмет. Ағылшынның *factoring* сөзі *factor* - комиссионер, агент, делдал деген сөзінен шыққан – және тауар (қызметтер) берушінің дебиторлық берешегін оны өндіріп алу жөніндегі міндеттер мен төлем жасамау тәуекелін өзіне қабылдаумен сатып алуды

білдіреді. Факторинг операциясында әдетте үш тұлға қатысады: фактор (факторингтік компания немесе банк) – талапты сатып алушы, тауар беруші (несие беруші) және тауарды сатып алушы (борышқор). Факторингтік компанияның негізгі қызметі қысқа мерзімді, әдетте 180 күннен аспайтын дебиторлық берешекті сатып алу жолымен тауар берушілерді несиелеу болып табылады [1].

Әлемдік тәжірибеге сүйенсек, ақшалай талапты беріп қаржыландыру (факторинг) қызметі шетел мемлекеттеріне (АҚШ, Ұлыбритания, т.б) бір ғасыр бұрын белгілі болған.

XX ғасырдың орта кезінен әлемдік тәжірибеде факторинг қаржылық өнім ретінде кеңінен тараған еді. Дүние жүзіндегі ең ірі, әлемнің 50-ден астам мемлекетінен 190 мүшесі бар Factors Chain International (FCI) факторингтік ассоциациясы 1968 жылы ұйымдастырылған. Одан басқа халықаралық деңгейде «Халықаралық факторинг туралы» УНИДРУА Конвенциясы (UNIDROIT Convention on International Factoring) қабылданған. Оны қабылданғаннан кейін факторинг бірқатар мемлекеттердің азаматтық құқық жүйесіне енгізіледі. 2002 жылдың 31 қаңтарында БҰҰ Бас Ассамблеясы № 56/81 халықаралық саудада дебиторлық берешекті беруді реттеу туралы резолюциясын қабылдады [2].

Ал Қазақстанда факторинг бизнеске арналған қаржы құралы ретінде енді ғана қаржылық қызмет көрсету нарығында өз еншісін иеленіп дамуда. Факторингтің азаматтық айналым қатысушысының мүліктік және қаржылық мүдделерін қорғау құралы ретінде аса ерекше құндылығы шетел мемлекеттерінде, мысалы, АҚШ-та жүз жылдан аса уақыт бұрын түсінілген. Соған сәйкес, Қазақстан бұл мәселеде Батыстың құқықтық тәжірибесін қолға алды деп толық сеніммен айтуға болады.

Алайда, факторинг Қазақстанда өзіндік ерекше сипатқа ие, Қазақстан Республикасының Азаматтық кодексінің 729-бабының 1-тармағына сәйкес:

«Ақшалай талапты беріп қаржыландыру шарты бойынша бір тарап (қаржы агенті) ақшаны басқа тараптың (клиенттің) билігіне береді немесе беруге міндеттенеді, ал клиент қаржы агентіне клиенттің (кредит берушінің) осы үшінші тұлғамен (борышқормен) қатынастарынан туындайтын өзінің ақшалай талабын қаржы агентіне береді немесе беруге міндеттенеді. Борышқорға ақшалай талабын клиент қаржы агентіне сонымен бірге клиенттің қаржы агенті алдындағы міндеттемелерін атқаруын қамтамасыз ету мақсатында да беруі мүмкін». Ақшалай талапты беріп қаржыландыру, жоғарыда аталған факторинг қазақстандық азаматтық құқықта жаңа міндеттеме түрі болып табылады. Нарықтық қатынастар жағдайында берілген міндеттемені қолданудың мақсатқа сай екендігі мен тиімділігі коммерциялық операциялардың рентабельділігін жоғарылату мүмкіндігімен анықталады. Ақшалай талаптарды сатып алатын банктер, өзге де несиелік мекемелер мен арнайы мамандандырылған ұйымдар (қаржы агенттері) берілген шарт көмегімен көрсетілетін қызмет түрлерін кеңейтіп, өздеріне қосымша табыстарды қамтамасыз етеді.

Ақшалай талаптарды сататын кәсіпорындар (клиенттер) жеткізілген тауарлар (көрсетілген қызмет) үшін мерзімінен бұрын төлем алу арқылы өз қаржы айналымын жеделдетуді мақсат етеді. Ақшалай талапты беріп қаржыландыру жалпы алғанда, тауар берушінің (жұмыс орындаушының) жеткізілген тауарлары (көрсеткен қызметі) үшін ақшалай талабын банкпен (өзге де несиелік не мамандандырылған ұйыммен) сатып алуы болып саналады. Қаржы беру нысанасы төлем мерзімі келген ақшалай талап та, болашақта туындайтын ақша алу құқығы да (келешектегі талап) болуы мүмкін. Беру нысанасы болып табылатын ақша талабы клиенттің қаржы агентімен жасасқан шартында қолданылып келген ақшалай талапты шарт жасалған кезде, ал келешектегі талапты – ол туындаған кезден кешіктірмей бірыңғайландыруға мүмкіндік беретіндей болып белгіленуге тиіс.

Азаматтық кодексте беру нысанасы болып табылатын ақшалай талаптың екі түріне ерекше айырмашылық жүргізілген:

- төлем мерзімі келген ақшалай талап;
- төлем мерзімі келешекте туындайтын ақшалай талап;

Келешектегі ақшалай талапты беру кезінде шартта көзделген талапты берудің нысанасы болып табылатын ақшаны борышкерден алу құқығының өзі пайда болғаннан кейін қаржы агентіне ауысты деп есептеледі. Егер ақшалай талапты беру белгілі бір оқиғамен байланысты болса, ол осы оқиға басталғаннан кейін күшіне енеді. Мұндай жағдайда ақшалай талапты беруді қосымша ресімдеу талап етілмейді. Соған сәйкес, Азаматтық кодекстің берілген нормасын саралау арқылы келесідей тұжырымдарға келуге болады:

Бірінші. Талапты беру нысанасы бір емес, бірнеше талаптар болуы мүмкін.

Екінші. Талапты беру нысанасы өте нақтыланған болуы тиіс, сондықтан шартта көрсетілуі міндетті: төлем мерзімі, қаржы агентіне төленуге тиісті ақша сомасы және өзге де берілетін талапты сипаттайтын белгілер. Қаржы агентіне төленетін сыйақы көлемі Азаматтық кодексте белгіленбеген. Яғни, ол «бекітілген» ақша сомасы болмайтыны және әр түрлі жағдайларға: қарыз сомасының көлемі, клиентті қаржыландыру мерзімдері, клиентке қосымша қызмет көрсету және өзге де шарттарға

тәуелді екені анық. Қаржылық агенттің сыйақысын комиссия шартындағы комиссионер сыйақысымен аналогия жүргізуге болатынын ескерген жөн. Әр түрлі мемлекеттерде бұл сыйақы 0,75 %-дан 3,5%-ға дейін ауытқиды. Бұл ставкаға сондай-ақ фактор жүзеге асыратын аванстық төлемдер бойынша несиелік пайыз да қосылады [3].

Үшінші. Қаржы агенті төлем қабілеттілігіне сезіктенген, сенімсіздік туғызған талаптардан бас тартуға құқылы.

Төртінші. «Қолданылып келген ақшалай талапты бірыңғайландыру» ұғымы тәжірибеде клиент төлем факторға өтелуі тиіс деп міндетті түрде көрсетілген шот (фактураларды) факторға беруі міндетті дегенді білдіреді. Клиент факторға сатып алушылар туралы өзіне мәлім болған барлық ақпаратты, сондай-ақ қарыздарды қайтаруды жеңілдете алатын кез келген ақпаратты хабарлауы тиіс. Ол сондай-ақ қаржы агентіне оның талабына қарама-қарсы қойылатын кез келген мәліметтерді, сонымен бірге сатып алушымен орын алған даулар туралы мәліметтерді хабарлауы тиіс. Клиент факторға өзінің балансына, шоттары мен бухгалтериясына қол жетімділікті қамтамасыз етуі тиіс. Осының барлығы қаржы агенті мен оның клиенті арасында ынтымақтастықтың тығыз қатынастары мен өзара сенімділік орнауы қажет екенін білдіреді.

Ақшалай талапты беріп қаржыландыру өз негізінде несиелік сипатқа ие. Бұл мәміленің осы түрінің жай талапты беру немесе цессиядан маңызды еркешелігі болып табылады [3].

Әлемдік тәжірибеде өндіріс пен нарықтық қатынастардың даму барысында факторингтік қызмет көрсетудің жекелеген түрлері бөлініп шықты. Факторингтік мәмілелер өзге міндеттемені қамтамасыз ету де, талапты сатып алу сипатында да болуы мүмкін. Факторинг шарты бойынша ақшалай талапты беру клиенттің қаржы агенті алдындағы өз міндеттемесін орындалуын қамтамасыз ету әдісі ретінде пайдалануы мүмкін. Мұндай жағдайда шартта, қолданылып келген талап қаржы агентіне тек берілген талаппен қамтамасыз етілген міндеттеме орындалмаған жағдайда ауысады деп көрсетіледі. Ақшалай талапты өзге міндеттемені қамтамасыз ету үшін беру біржақты міндеттейтін шарт болып табылады, себебі, қарсы қаржыландыру бұл жағдайда қарастырылмайды.

Егер қаржы агентіне ақшалай талапты беру клиенттің агент алдындағы өзінің міндеттемесін орындауды қамтамасыз ету әдісі ретінде жүзеге асырылса және талапты беріп қаржыландыру шартында өзгеше көзделмесе, қаржы агенті клиентке есеп табыс етуге және оған талапты беріп қамтамасыз етілген клиент міндеттемелері сомасынан асатын соманы беруге міндетті. Егер қаржы агенті борышқордан алған ақша клиенттің қаржы агентіне талапты берумен қамтамасыз етілген міндеттемелері сомасынан аз болып шықса, клиент міндеттемелердің қалған бөліктері бойынша жауапты болады (ҚР АҚ 736 б. 2 т.).

Егер ақшалай талапты беріп қаржыландыру шарты бойынша клиентті қаржыландыру одан осы талапты қаржы агентінің сатып алуы жолымен жүзеге асырылса, соңғысы борышқордан талапты орындау үшін алатын барлық сомаға құқықты иемденеді, ал клиент өзі алған сома қаржы агенті клиентке төлеген сомадан аз болғаны үшін қаржы агенті алдында жауап бермейді (ҚР АҚ 736 б. 2 т.).

Ақшалай талапты беріп қаржыландыру мәмілесінің тараптары арасында туындайтын өзара қатынастар сипаты бойынша ашық (конвенционды) және жабық (конфиденциалды) факторинг түрлерін ажыратады. Ашық факторинг кезінде борышқор өз борышына талап ету құқығының қаржы агентіне ауысқаны жөнінде хабардар етіледі және бұл жағдайда үш жақты шарт нысаны кездеседі. Жабық факторинг кезінде борышқор өз борышына талап ету құқығының факторингтік компанияға ауысқаны туралы хабардар етілмейді. Факторингтің жоғарыда аталған түрлері шетелдік тәжірибе үшін дәстүрлі болып келеді. Фактордың өзіне қабылдайтын тәуекелдер көлеміне қарай клиентке регресс (кері талап) қоюға құқығы бар факторинг және клиентке регресс қою құқығы жоқ факторингті ажыратады.

Регресс құқығы бар факторинг (ағылш. *recourse factoring*) – сауда операцияларын қаржыландыру әдісі, бұл кезде факторингтік компания сатып алушыдан ақша ала алмаған жағдайда, тауар берушіден оны талап етуге құқылы болады. Факторингтің бұл түрі берілген мәміледе қаржы агентінің тәуекелін біршама азайтады [4]. Регресс құқығы жоқ факторинг (ағылш. *non recourse factoring*) – сауда операцияларын қаржыландыру әдісі, бұл кезде факторингтік компания несие тәуекелін, яғни сатып алушымен төленбеген тауар үшін тәуекелді өзіне қабылдайды және факторда тауар берушіден ақша талап етуге құқығы болмайды. Былайша айтқанда, клиент бір мезгілде тауар жеткізілімі үшін қаржыландыруға, сақтандыруға (борыштың өтелмей қалу тәуекелінен қорғау), дебиторлық берешекті басқаруға қол жеткізеді. Клиентке регресс қою құқығы жоқ факторинг өндірушіні қандай да бір төлем жасамау немесе кірістерді жоғалту тәуекелдерінен толығымен шектейді [4].

Фактор және оның клиентінің мүдделерін максималды қанағаттандыру факторингтің алуан түрін үйлестіру арқылы қол жеткізіледі. Қаржы агентіне тәуекелді төмендету жағынан міндеттемені қамтамасыз ету де, сатып алу сипатындағы да, клиентке регресс құқығы бар факторинг мәмілелері

өте тиімді. Факторинг сондай-ақ реалды (ақшалай талап шарт жасасу сәтіне сәйкес келеді) және консенсуалды (ақшалай талап болашақта туындайды) болып келеді [5].

Әдетте факторинг нарығының ауқымы ЖІӨ-ге қатысты өлшенеді. «ЖІӨ-ге факторинг айналымының қатынасы» көрсеткіші әлемнің әр түрлі мемлекеттерінің қаржы жүйесінде факторингтің маңыздылығын салыстырмалы бағалауға жол береді. Факторингте көшбасшылар – Италия (11,9%), Кипр (20,7), Ұлыбритания (10,5), Португалия (9,8) мемлекеттері болып табылады. Ресейде, факторингтік ассоциацияның мәліметтері бойынша, соңғы үш жылда нарық жедел қарқынмен өскен – жыл сайынғы өсу 50%-дан кем емес болған. Қазір факторингтік компаниялардың айналымы Ресейде ЖІӨ-ге қатысты пайыздық қатынасы 2% құрайды, ал сарапшылардың мәліметтері бойынша, факторингтің ресейлік нарығының көлемі 2008 жылға қарай 16,2 млрд Евроға жеткен. Ресей мен Қазақстан нарықтарын салыстыру арқылы Қазақстанда берілген саланың потенциалды айналымы 1%, немесе 150 млрд теңге құрайды деп болжауға болады. Қазақстан Республикасында факторингке компаниялардың айналымдық капиталының тапшылығын азайтуға бағытталған құрал ретінде, әсіресе банкілік несиені беруді консервациясы кезінде сұраныс бар болуда. Бірақ кәсіпкерлердің берілген ақшалай міндеттеме түрін білмеуі және банкілік несиенің кеңінен қолданылуы көп жағдайда факторингтің алдыңғы орынға шығуына кедергі жасайды [2].

Ресей Федерациясында факторинг өндірісі қаржылық қызмет көрсету нарығында ең жедел өсіп келе жатқан сегменттердің бірі және оның жаңа жас сала екеніне қарамастан 2006 жылы 4400 компания факторингті пайдаланған, олардың айналымы 11 миллиард долларды құрады [4].

Өкінішке орай, факторингтік операциялар Қазақстанда әлі кәсіпкерлермен дұрыс бағаланбай келеді және сондықтан олар тиісінше тарала қоймады. Тағы да атап өтейік, ақшалай міндеттемелерді сатып алу бойынша алғашқы мәмілелер АҚШ-та орын алған еді. Және ең қызығы борышқор борышын өтемеген жағдайда фактордың клиентке қарсы талап қоюға құқығы болған жоқ.

ҚР Азаматтық кодексі ақшалай талапты беріп қаржыландыру шартының ұғымын біршама кеңейтеді. Ақшалай талапты беріп қаржыландыру шарты бойынша қаржы агентінің міндеттемелері клиент үшін бухгалтерлік есеп жүргізуді және берудің нысанасы болып табылатын ақшалай талаптарға (ақшалай талаптар бойынша шоттар ашу) қатысты құжаттар ұсынууды, сондай-ақ клиентке осы талаптарға байланысты өзге де қаржылық қызмет көрсетуді қамтуы мүмкін (ҚР АҚ 729 б. 2 т.).

Факторингтің экономикалық жағын қарастырайық. Факторинг осы қызмет түрін пайдаланатын кәсіпкерлердің активтерінің ликвидтілігін, капитал айналымын жоғарылатуға және сол арқылы кәсіпкерлер қызметінің рентабельділігін арттыруға көмектеседі. Бұл, ең алдымен, аса ірі емес және орта кәсіпорындар үшін өте маңызды [3].

Факторинг шартының көмегімен тауар беруші фактордан өзі жеткізген тауар үшін төлемді бірден ала алады және ол оған сатып алушыдан төлем төлеуін күтпей өзінің қаржы ағымдарын жоспарлауға мүмкіндік береді. Осындай жолмен, факторинг кәсіпорынды шынайы қаржы құралдарымен қамтамасыз етеді, капитал айналымын жеделдетуге, өндіруші капитал үлесін жоғарылату мен кірісті ұлғайтуға көмектеседі. Айналым құралдарын қаржыландырудан басқа факторинг кезінде банк тауар берушінің тәуекелдерін біршама бөлігін жабады: валюталық, пайыздық, несиелік және ликвидті тәуекелдер [6]. Одан басқа сатып алушы факторинг шартын жасасу кезінде, борышты коммерциялық несиенен салыстырғанда, ұзақ мерзімнен кейін қайтару мүмкіндігін алады (жекелеген жағдайларда борыш қосымша міндеттемелермен пролонгацияланады), сондай-ақ борышты бөліп төлеуге рұқсат етіледі және ол тауарларды факторинг компаниялары арқылы сатып алуға ынталандырады. Коммерциялық банктер мен факторингтік компаниялар факторинг көмегімен көрсетілетін қызмет шеңберін кеңейтеді және кірістердің көлемін ұлғайтады.

Сонымен, факторинг шартының құндылығы айдан анық. Шарттың бұл түрі несиені берушілерге, оның ішінде ірі, ұдайы борышқорлардың үлкен санымен жұмыс істейтін табиғи монополиялардың (темір жолдар, кеме иелері, көтерме сауда фирмалары және т.б.) мамандандырылған фирмаға – қаржы агентіне – комиссиялық не өзге де сыйақы үшін тиісті талаптарды сату не беру арқылы борышқорлардан борышты өндіру жөнінде күрделі істен құтылуына мүмкіндік береді.

Сондықтан, факторингті құқықтық реттеу жан-жақты әрі терең анализ жасау жолымен жаңа құқықтық нормалар енгізуді, сондай-ақ факторингті форфейтинг, инвойс-дискаунтинг сияқты ақшалай талапты беріп қаржыландырудың басқа да түрлерінен анық ажыратуды, және факторинг қатынастарының түрлерін заңнамада ерекше қарастыруды қажет етеді.

1. Деньги. Кредит. Банки: учебник / под ред. Г. Н. Белоглазовой — М.: Высшее образование, 2009. — С. 163.
2. 19-04-2010 1411 (с) kapital.kz // О. Веселова. <http://finance.nur.kz/go.php?url=http://kapital.kz>
3. <http://www.kz-adviser.kz/consulting/29-nsfo/175-factoring>
4. <http://www.rusfactor.ru/invoise.html>

5. Абалкин Л. И., Аболихина Г. Л., Адибеков М. Г. Лизинговые, факторинговые, форфейтинговые операции банков — М.: ДеКА, 1995. — ISBN 5-86006-040-8.

6. Абашкин Ф. Ю. Финансирование оборотного капитала предприятия при помощи факторинга // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы. — Нижний Новгород: Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2004. — № 2. — С. 311-316.

В этой статье рассматриваются особенности правового регулирования факторинга и его роль в развитии рыночных отношений в Республике Казахстан, а также перспективы развития факторинга в Казахстане. В статье представлены некоторые предложения по усовершенствованию законодательной основы факторинговой деятельности.

In this article features of legal regulation of the factoring and its role in development of market relations in Republic Kazakhstan, and also development prospects of the factoring in Kazakhstan are considered. In article some offers on improvement of a legislative basis of the factoring activity are presented.

К.Д. Кунаниева

АЗАМАТТЫҚ-ҚҰҚЫҚТЫҚ ШАРТТАР ТОБЫНДАҒЫ КЕШЕНДІ КӘСІПКЕРЛІК ЛИЦЕНЗИЯ (ФРАНЧАЙЗИНГ) ШАРТЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІГІ

Кәсіпкерлік қызметті жүзеге асыру барысында, әсіресе оның бастапқы кезеңдерінде кәсіпкерлердің азаматтық айналымға қандай атпен қатысып отырғаны үлкен маңызға ие болады. Осындай жағдайда аты баршаға мәлім, өнімді әрдайым тұтынушылардың сұранымына ие, тұрақты бизнесі бар компанияның фирмалық атауын, өндіріс құпияларын және айрықша құқықтардың өзге де объектілерін пайдаланған тиімді. Бұл – кәсіпкер мен компанияның арасындағы кешенді кәсіпкерлік лицензия (франчайзинг) шартын жасасу мен орындау арқылы мүмкін болады. Кешенді кәсіпкерлік лицензия шарты рента, лизинг, мүлікті сенімгерлікпен басқару шарттарымен қатар жаңа шарттық институттарға жатады. Ол құқықтың англо-саксондық және континентальдық жүйелерінде тұрақты түрде қалыптасуға ие болған шарттық қатынастардың бір түрі.

«Франчайзинг» термині француздың «franchise» – жеңілдік, артықшылық, сонымен қатар салық пен жарналардан босату сөзінен пайда болған [1]. Франчайзингтің қалыптасу және даму тарихы, оның дефинициясы мен терминінің мағынасы батыс және отандық әдебиеттерде әр түрлі белгіленген.

Франчайзинг тарихы ортағасырлардан бастау алады. 1333 жылы жарық көрген ағылшын тілінің Оксфордтық сөздігінде “franchising” сөзі – 1559 жылы король тәжінің қолдауына ие болған епископаттардың құқықтары мен бостандықтары деп, ал “franchises” сөзі – жәрмеңке, сауда-саттық жүргізуге арналған орын деп анықталған. Британдық корольдер барондарға әр түрлі қызметтер орнына белгілі бір аймақтарда салық жинауға рұқсат еткен, ал жеке тұлғаларға қаланың жәрмеңкелерінде өз тауарларын сатуға мүмкіндік беріп отырған. Осындай сауда-саттыққа арналған орындар франшиза деп аталған. Қазіргі кезде Ұлыбританияда ерте кездегі франшиза әлі де қолданысқа ие. Франчайзингтің заманауи мәндегі қолданылуы дәл осы Ұлыбританияда ХІХ ғасырда биліктің спирттік тауарлар сатумен айналысуға құқығын тек арнайы лицензия арқылы тұрғын үй ауласы бар тұлғаларға беруінен басталған. Ал франчайзингтің коммерциялық тұрғыда қолданыла бастауы – АҚШ-та ол тауарлар мен қызметтерді сату, сатылған күрделі тауарларға сервистік қызметтер көрсету қажеттілігіне байланысты дистрибьюторлық желіні құру, кеңейту және жетілдіру мәселелері туындаған кезеңде кеңінен таралды. Бірақ франчайзинг техникасы қиялы мол жеке адамның өнертапқыштығының арқасында бір сәтте пайда болған жоқ. Ол іскерлік операцияларды жүзеге асыру барысындағы проблемаларымен кездесіп отырған бизнесмендердің жасаған шешімдерінен туды [2]. Әйгілі «Зингер», «Форд», «MC Donald’s» сауда маркалары франчайзинг қатынастары негізінде дамыған. Франчайзингтің көп аспектілі сипаты мен өзектілігі ғалымдардың оған деген қызығушылығын арттырады. Франчайзинг мәселесін зерттеген шетелдік авторлардың ішінен оның жан-жақты дамуына М. Мендельсон, Я. Мюррей, Дж. Стэнворд, Б. Смит, Н.К. Сирополис және сияқты ғалымдар өз үлесін қосты. Батыс құқығы франшизаға келесідей жалпы анықтама береді: «шарт, ол бойынша белгілі қызметті жүргізудің дайын жүйесін иемденуші бір тұлға (франшиза иесі) екінші тұлғаға (франшизаны пайдаланушыға) сыйақыға айырбас ретінде осы жүйені франшиза иесінің талаптарына сай пайдалануға рұқсат етеді».

Өз кезегінде франшиза шартындағы жүйе пайдаланушылар тауарларды сату немесе қызмет көрсету үшін пайдаланатын бір немесе бірнеше белгіге, фирмалық атауға, өнеркәсіптік үлгіге және авторлық құқық пен қорғалатын туындыға, сонымен бірге «ноу-хау» технологиясына және коммерциялық құпияға интеллектуалдық меншік құқықтарын қамтитын шарттардың пакеті ретінде түсініледі [3].