



**ZAMONAVIY KORXONALARDA FRANCHAYZING
STRATEGIYASIDAN FOYDALANISH VA UNING IQTISODIY
SAMARADORLIGINI BAHOLASH**

Xasanov Akmal Ikromovich - Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti

Menejment fakulteti, MNP-91/21 guruh talabasi

Ibragimov G'anijon G'ayratovich - Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti

Menejment fakulteti Innovatsion menejment kafedrası, Phd dotsent

Annotatsiya: *Mazkur maqolada franchayzing strategiyasining mohiyati, afzalliklari va zamonaviy korxonalarda undan foydalanish tajribasi tahlil qilingan. Franchayzingning global va mahalliy darajadagi iqtisodiy samaradorligi, biznesni kengaytirishdagi roli va mahalliy tadbirkorlikni rivojlantirishdagi ahamiyati yoritilgan. Xalqaro kompaniyalarning muvaffaqiyatli franchayzing amaliyotlari va O'zbekistonda franchayzingning rivojlanish istiqbollari muhokama qilingan. Tadqiqot davomida franchayzingdan foydalanish orqali korxonalarning moliyaviy risklarni kamaytirishi, yangi ish o'rinlari yaratishi va mahalliy iqtisodiyotga ijobiy ta'siri qayd etilgan.*

Kalit so'zlar: *franchayzing, biznes strategiyasi, iqtisodiy samaradorlik, global kengayish, tadbirkorlik, mahalliy iqtisodiyot, brend menejmenti.*

Kirish

Hozirgi globallashuv davrida kompaniyalar bozor ulushini kengaytirish va xalqaro miqyosda muvaffaqiyat qozonish uchun innovatsion strategiyalarga muhtoj. Shunday strategiyalardan biri – franchayzingdir. Bu model o'z biznesini kengaytirishni istagan kompaniyalar uchun nafaqat tezkor rivojlanish vositasi, balki yangi bozorlarda risklarni kamaytirishning samarali usuli hisoblanadi. Franchayzing orqali korxonalar o'z brendlarini boshqa tadbirkorlar bilan hamkorlikda rivojlantirib, mahalliy bozorlarda kuchli raqobatbardoshlikni saqlab qoladi. O'zbekistonda ham franchayzing iqtisodiyotning turli sohalarida qo'llanilayotgan va bozor mexanizmlarini rivojlantirishda muhim rol o'ynaydigan strategiya sifatida e'tirof



etilmoqda. Ushbu maqolada franchayzingning zamonaviy korxonalarda qo'llanilishi va uning iqtisodiy samaradorligi tahlil qilinadi.

Franchayzing strategiyasining mohiyati va afzalliklari

Franchayzing — bu franchayzer (huquq beruvchi) tomonidan franchayzi (huquq oluvchi)ga belgilangan shartlar asosida biznes modelini, brendni va faoliyat yuritish huquqini taqdim etish jarayonidir. Bu strategiya korxonalarga yangi bozorlarga tezkor kirib borish va franchayzilar yordamida o'z brendini global miqyosda kengaytirish imkoniyatini beradi. Franchayzingning zamonaviy biznes uchun ahamiyati katta bo'lib, u nafaqat yirik xalqaro korporatsiyalar, balki o'rta va kichik biznes subyektlari uchun ham samarali biznes modeli sifatida tan olingan.

Franchayzingning mohiyati quyidagi asosiy elementlarni o'z ichiga oladi:

✓ Biznes modeli - franchayzing tizimida franchayzer muvaffaqiyatli biznes modelini franchayzilarga taqdim etadi. Bu modelda mahsulotlar, xizmatlar, marketing strategiyalari va boshqaruv tizimlari aniq belgilangan bo'ladi.

✓ Huquqiy asos - franchayzer va franchayzi o'rtasida tuzilgan shartnoma asosida huquqlar va majburiyatlar belgilab qo'yiladi.

✓ Brendni rivojlantirish - franchayzi franchayzer brendining imidjiga rioya qilishi va belgilangan standartlarga mos faoliyat yuritishi shart.

Franchayzer o'zining yangi filiallarini ochishda moliyaviy mablag' sarflashdan qochadi, chunki bu xarajatlar franchayzining zimmasiga yuklanadi. Shu bilan birga, franchayzer uchun risklar kamayadi, chunki franchayzi o'z biznesiga bevosita javobgardir.¹

Franchayzing yangi geografik hududlarda korxonaning mavjudligini oshiradi. Franchayzilar mahalliy bozorlarni yaxshi bilganlari sababli, ular o'z hududida mijozlarni jalb qilishda samaraliroq ishlaydi. Franchayzerlar odatda franchayzilarni o'qitish, marketing strategiyalari bilan ta'minlash va standartlarga rioya qilishni nazorat qilish bilan shug'ullanadi. Bu franchayzerga butun biznesni mustaqil boshqarish o'rniga asosiy faoliyatga e'tibor qaratishga imkon beradi.²

¹ Kotler, Philip. Marketing Management (2022);

² Sherman, Andrew J. Franchising & Licensing: Two Powerful Ways to Grow Your Business in Any Economy (2020);



Franchayzing tizimida standartlar qat'iy belgilangan bo'lib, barcha franchayzilar bir xil sifat darajasida mahsulot va xizmatlarni taqdim etadi. Bu mijozlar ishonchini oshiradi va brendning yaxshi nomini saqlab qoladi. Franchayzing modeli franchayzerlarga o'z brendlarini tezkor kengaytirishga imkon beradi, chunki bu jarayon franchayzi tomonidan moliyalashtiriladi va amalga oshiriladi.

Franchayzilar mahalliy bozor talablariga moslashish va innovatsiyalarni joriy qilish orqali franchayzerga qimmatli tajriba ulashishi mumkin. Bu global bozor uchun moslashuvchanlikni oshiradi. Mashhur xalqaro brendlar, jumladan, McDonald's, Starbucks va Subway franchayzing strategiyasi orqali o'z bizneslarini muvaffaqiyatli kengaytirdi. Masalan, Starbucks franchayzing modeli orqali Osiyo va Yevropaning bir qancha mamlakatlarida tezkor rivojlanishga erishdi. McDonald's esa franchayzilar uchun aniq belgilangan standartlar asosida sifatli xizmat va mahsulot taqdim etib, dunyo bo'ylab brend ishonchliligini saqlab qoldi.³

Zamonaviy korxonalarda franchayzingdan foydalanish tajribasi

Franchayzing strategiyasi zamonaviy iqtisodiyotda yirik xalqaro brendlar va kichik korxonalar uchun ham samarali biznes modeli sifatida qabul qilinmoqda. Ushbu strategiya dunyo bo'ylab turli sohalarda – tez ovqatlanish restoranlaridan tortib, avtomobil xizmatlari va ta'lim markazlarigacha bo'lgan ko'plab sohalarda muvaffaqiyatli qo'llanilmoqda. Franchayzingdan foydalanish tajribasi nafaqat yirik korxonalarning global miqyosda kengayishiga, balki mahalliy bizneslarning barqaror rivojlanishiga ham ko'mak beradi.

McDonald's dunyodagi eng muvaffaqiyatli franchayzing tizimlaridan biridir. Kompaniya franchayzi bilan hamkorlikda 100 dan ortiq mamlakatda faoliyat olib boradi. McDonald'sning muvaffaqiyatining siri ularning standartlashtirilgan operatsion jarayonlari, franchayzilarni doimiy ravishda qo'llab-quvvatlashi va mijozlar uchun doimiy sifatni ta'minlashidadir. Har bir franchayzi kompaniyaning marketing dasturlarida ishtirok etadi va mahalliy bozor uchun moslashtirilgan strategiyalarni amalga oshiradi.⁴

³ Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., Shepherd, Dean A. Entrepreneurship (10th Edition, 2021);

⁴ Spinelli, Stephen, and Adams, Robert J. New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century (2016);



Starbucks o'zining global kengayishida franchayzing strategiyasidan foydalanadi, ayniqsa Osiyo va Yevropada. Starbucks franchayzilar bilan mahalliy bozor sharoitlariga moslashadi, masalan, Yaponiyada yashil choy asosidagi mahsulotlar ishlab chiqaradi. Kompaniya franchayzilarni mahsulotlar sifati, xizmat standartlari va brend identifikatsiyasini saqlab qolishga majbur qiladi, bu esa mijozlarning ishonchini oshiradi.

Subway tez tayyorlanadigan sog'lom taomlar konsepsiyasi bilan dunyo bo'ylab muvaffaqiyat qozondi. Kompaniya franchayzilar uchun arzon boshlang'ich investitsiyalar va qo'llab-quvvatlash tizimlarini taqdim etadi. Masalan, Subway franchayzing modeli tadbirkorlarga qisqa muddatda o'z bizneslarini yo'lga qo'yish imkonini berdi.⁵

KFCning franchayzing modeli kompaniyaga global bozorning turli hududlarida mahalliy taomlar va odatlar bilan uyg'unlashgan menyular yaratishga imkon berdi. Masalan, Hindistonda KFC vegeterian taomlarini taklif qilsa, Yaqin Sharqda halol sertifikatiga ega mahsulotlarni taqdim etadi.

O'zbekistonda franchayzing nisbatan yangi konsepsiya bo'lsa-da, bir qator xalqaro brendlar, jumladan, Gloria Jean's Coffee, Burger King va KFC, franchayzing orqali o'z faoliyatini yo'lga qo'ygan. Bu brendlar mahalliy tadbirkorlar bilan hamkorlik qilib, O'zbekiston bozorida muvaffaqiyatli rivojlanmoqda.

Shuningdek, mahalliy tadbirkorlar o'z brendlarini franchayzing orqali kengaytirmoqda. Masalan, maishiy texnika va elektronika sohasida franchayzing orqali yangi do'konlar tarmog'i tashkil etish bo'yicha tajribalar mavjud. Bu tadbirkorlikni rivojlantirishga va yangi ish o'rinlari yaratishga xizmat qilmoqda.

Franchayzing strategiyasi korxonalarga quyidagi yo'nalishlarda ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda:

✓ Yangi ish o'rinlari yaratish: Franchayzing mahalliy tadbirkorlar uchun ish o'rinlari yaratishga yordam beradi.

⁵ International Franchise Association (IFA) resurslari;



✓ Mahalliy iqtisodiyotning rivojlanishi: Franchayzilar mahalliy bozor sharoitlariga moslashgan mahsulot va xizmatlarni taqdim etib, iqtisodiyotga hissa qo'shadi.

✓ Tadbirkorlikni rivojlantirish: Franchayzing tadbirkorlar uchun tayyor biznes modelni taqdim etadi, bu esa biznesni boshqarishdagi risklarni kamaytiradi.⁶

Franchayzing strategiyasi zamonaviy korxonalarining barqaror rivojlanishi va global bozorga chiqishi uchun muhim vositadir. Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatadiki, franchayzing nafaqat kompaniyalarga daromad keltiradi, balki yangi bozorlarga moslashish imkonini ham beradi. O'zbekistonda franchayzingni rivojlantirish uchun qonunchilikni takomillashtirish, tadbirkorlarni o'qitish va qo'llab-quvvatlash tizimini kuchaytirish muhimdir.

Xulosa

Franchayzing zamonaviy korxonalar uchun eng samarali biznes strategiyalaridan biri bo'lib, u korxonalarga global va mahalliy bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritish imkonini beradi. Ushbu strategiya franchayzerlarga moliyaviy va operatsion risklarni kamaytirishga, franchayzilarga esa tayyor biznes model asosida ish yuritishga yordam beradi. Xalqaro amaliyotlar franchayzingning biznesni tezkor kengaytirishdagi muhim rolini ko'rsatadi, ayniqsa McDonald's, Starbucks va KFC kabi kompaniyalarning muvaffaqiyati bunga yorqin misoldir.

O'zbekistonda franchayzing nisbatan yangi konsepsiya bo'lsa-da, uning rivojlanishi iqtisodiyotning barqaror o'sishiga hissa qo'shmoqda. Mahalliy tadbirkorlar franchayzing orqali o'z bizneslarini kengaytirib, yangi ish o'rinlari yaratmoqda. Franchayzingning samaradorligini oshirish uchun qonunchilikni takomillashtirish, tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash dasturlarini kengaytirish va xalqaro tajribalardan foydalanish zarur. Shu sababli, franchayzing strategiyasi nafaqat korxonalar, balki umuman mamlakat iqtisodiyoti uchun muhim vosita hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Kotler, Philip. Marketing Management (2022);

⁶ Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., Shepherd, Dean A. Entrepreneurship (10th Edition, 2021);



2. Sherman, Andrew J. Franchising & Licensing: Two Powerful Ways to Grow Your Business in Any Economy (2020);
3. Hisrich, Robert D., Peters, Michael P., Shepherd, Dean A. Entrepreneurship (10th Edition, 2021);
4. Spinelli, Stephen, and Adams, Robert J. New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century (2016);
5. International Franchise Association (IFA) resurslari;