

O`ZBEKISTONGA FRANCHAYZINGLAR KIRIB KELISHINING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATGA TA`SIRI

Xoldorova Shahzoda Odiljon qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti 2 kurs magistratura talabasi

Annotatsiya. *Ushbu maqolada franchayzinglarning ahamiyati ularni yurtimizga kirib kelishi va tashqi iqtisodiy faoliyatga ta`siri haqida so`z boradi.*

Kalit so`zlar. *Raqobat, rivojlanish, kompaniya, samara, franchaysing, biznes, franchayzing kompaniyalari, iqtisodiyot.*

Eng keskin xalqaro raqobat davrida va O`zbekistonda ichki iqtisodiyotni rivojlantirishning muhim muammolari sharoitida, birinchi navbatda, mamlakat iqtisodiyotining tarmoqlarini rivojlantirishga imkon beradigan eng samarali vositalardan foydalanish kerak.

Franchayzing - bu tijorat faoliyatini tashkil etish usuli bo`lib, unda bitta yuridik shaxs (yakka tartibdagi tadbirkor yoki kichik biznes yurutuvchi) boshqa yuridik shaxs - franchayzing bilan savdo qiluvchi kompaniya bilan ushbu tadbirkor (yoki kompaniya) o`z tijorat faoliyatini shunday kompaniya nomi yoki brendi ostida amalga oshirishi to`g`risida franchayzing sotuvchi kompaniya bilan kelishib oladi. "Franchayzing" tushunchasi Fransiyada paydo bo`lib, u yerda "franchayzing" so`zi imtiyoz, soliqdan ozod qilish degan ma`noni anglatadi. O`rta asrlarda bunday imtiyoz podshoh nomidan savdo-sotiqni amalga oshirish uchun monarxlar tomonidan berilgan. Zamonaviy talqinda franchayzing - bu global yoki ichki bozorda o`z o`rnini topgan yirik kompaniya va tadbirkorlar o`rtasidagi ishbilarmonlik obro`si, nou-xau va franchayzerning biznes tajribasidan foydalanish orqali tez o`sishga qaratilgan tijorat munosabatlarining o`zaro manfaatli shaklidir. Hozirda franchayzing kompaniyalari iqtisodiyotning 295 dan ortiq sohalarida faoliyat yuritmoqda.

Franshizalarning asosiy eksportchilari AQSH, Yaponiya, Kanada, Buyuk Britaniya, Germaniya, Avstraliya va Fransiya hisoblanadi. Xalqaro franchayzing assotsiatsiyasi (IFA) ma`lumotlariga ko`ra, butun dunyo bo`ylab franchayzing kompaniyalari (franchayzinglar) soni 2 million donaga yaqinlashmoqda². Franchise Economic Outlook 2022 ma`lumotlariga ko`ra, 2021- yilda, jahon bozorida franchayzing ulushining o`sishi kuzatildi, bu esa Covid-19 dan keyingi ishsizlik darajasini pasaytirish va YaIM o`sishiga bevosita va bilvosita yordam berdi. Shunday qilib, IFA franchayzing bandligi 2021-yilda 2020-yildan 660 300 ta ko`p ish o`rni yaratilib 8,8% ga, ya`ni 8,2 mln. ga ortganini taxmin qilmoqda. Bu ishlarning aksariyati pandemiya katta ta`sir ko`rsatgan ta`lim va sog`liqni saqlash sohalarida qayta tiklandi.

Franchayzing biznesdagi ustun tizim emas, demak u idealdan uzoqdir. Kamchiliklari, unga tegishli bo`lgan biznesga ega bo`lgan franchayzi o`zini mustaqil his qilmasligi bilan bog`liq. Va franchayzaning qoplanishi ko`plab omillarga bog`liq. Siz nafaqat franchayzingni rivojlantirishda, balki o`zingiz ham tadbirkor sifatida to`siqlarga duch kelishingiz mumkin.

Franchayzinging eng oddiy muammosi. Boshlanishning o'zi - bir martalik to'lov - juda qimmatga tushadi. Ayniqsa, agar siz imtiyozlarga ega bo'lishni istasangiz, franchayzingga noldan moslasha olmaysiz. Bunga doimiy royalti to'lovini qo'shing, bu qat'iy miqdor yoki foydaning sezilarli foizi bo'lishi mumkin. Ma'lum bo'lishicha, jiddiy xarajatlar, agar siz buzilgan bo'lsangiz ham, to'lashingiz kerak. Afsuski, Rossiyada uning faoliyatini tartibga soluvchi franchayzing to'g'risida qonun yo'q va franchayzi odatda bundan aziyat chekadi. Shartnomani imzolash bosqichida mutaxassisdan yordam so'rab, o'zingizga g'amxo'rlik qilishingiz kerak. Franchayzerning kuchli yuridik yordami haqida unutmang. Franchayzi duch keladigan yana bir muammo - bu barcha jabhalarda mustaqillikning cheklanishi. allaqachon biznesni rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqqan va u ustida ishlamoqda, shuning uchun bu doiradan chiqish ishlamaydi. Franchayzer uchun brend imidjini saqlab qolish juda muhimdir. Ushbu standartlar xizmat ko'rsatish sifati yoki binolarni tanlash bilan bog'liq bo'lishi mumkin va juda yuqori bo'lishi mumkin - shuning uchun kuyish ehtimoli haqiqiy bo'ladi. Hatto tadbirkorning oqilona mulohazasi yoki samarali g'oyasi ham rad etilishi mumkin, chunki franchayzing standartdan chetga chiqishga toqat qilmaydigan yaxshi moylangan mexanizmdir. Franshizaning kamchiliklari bosh kompaniyaning tanloviga bog'liq bo'lgan xavflar bilan bog'liq. Franchayzing shu qadar mashhur bo'ldiki, hatto kechagi yangi kelganlar ham uni sotishadi. Ba'zida u "otib tashlaydi", lekin ko'pincha bu franchayzerning ham, uning barcha franchayzilarining ham bankrotligiga olib keladi.

Franchayzi- franchayzer tomonidan ishlab chiqilgan sxema bo'yicha biznes yuritish huquqini sotib oladi to'lovlarni to'laydi. Franchayzi o'z savdo nuqtasini tayyorlash, ishga tushirish va ishlatish xarajatlarini o'z zimmasiga oladi. Franshiza -bu franchayzerning talablariga javob beradigan biznes yuritishning barcha jihatlarini va shartlarini tavsiflovchi tizim.

Franchayzingning afzalliklari, birinchi navbatda, o'zlarining taniqli brendlarni yaratmagan, cheklangan savdo tarmog'iga ega bo'lgan kichik kompaniyalar uchun juda tez o'sish imkoniyatini ko'rib chiqish mumkin. Bundan tashqari, taniqli franchayzer kompaniyalari uchun ushbu sxema o'z brendlarni boshqa ishlab chiqaruvchilar tomonidan nohaq nusxa ko'chirish miqdorini kamaytirishga imkon beradi, bu esa franchayzinglarni sotishdan sezilarli daromad keltiradi. Uning kamchiliklari esa, franchayzing kompaniyasi franchayzi tomonidan mahsulot va xizmatlar sifatini ta'minlash uchun katta tashkiliy va moliyaviy resurslarni sarflashga majbur bo'lishi bilan belgilanadi. Franchayzingni sotib olayotgan kompaniya uchun bunday sxema sezilarli cheklovlarni joriy qiladi va uni ishlab chiqarishni tashkil etishda, marketing siyosati tamoyillarida mustaqillikdan qisman mahrum qiladi, bu albatta kompaniyaning rivojlanish strategiyasiga ta'sir qiladi.

Umuman olganda, franchayzing korxonalarga quyidagi imkonni beradi:

- tadbirkorlikning umumiy madaniyatini oshirish;
- kichik biznesning huquqiy xavfsizligi va himoyasini kuchaytirish;
- mamlakat aholisining bandligini oshirish;
- kichik va o'rta biznes segmentida innovatsion komponentni kuchaytirish;

- faoliyatning ayrim turlarini rivojlantirishga va umuman kichik biznesga davlatning ijobiy ta'siri samaradorligini oshirish;

- maxsus o'quv tuzilmalari va dasturlarini yaratmagan holda kichik biznes subyektlari uchun amaliy mashg'ulotlarning kompleks tizimini yaratish; - ichki iqtisodiyotga katta miqdorda xorijiy investitsiyalarni jalb qilish.

Franchayzinglar O'zbekistonga kelishining tashqi iqtisodiy faoliyatga ko'rsatishi juda katta ta'sirga ega. Bu tuzilma shunchalik mashhur va xalqaro kompaniyalar tashkil etilgan va ularga o'zbek iste'molchilari tomonidan raqobatga tayyorlangan biznes modellarini berdi. Franchayzinglar tashqi investitsiyalarni jalb etish, yangi ish o'rinlari yaratish, iqtisodiy rivojlanishni kengaytirish va sifatli mahsulot va xizmatlarni taqdim etishga imkoniyat yaratadi. Shuningdek, franchayzing modellari o'zbek biznes tajribasi va bilimini oshiradi va yurisdiksiya xotiralarimiz va sohil tajribalarimizni dunyoning boshqa qismlari bilan almashishga imkoniyat beradi. Barcha bu jarayon o'zbek iqtisodiyasi uchun oladigan o'zgarishlar va yaxshilanishlar mavjud bo'lib, xorijiy investitsiyalar va kelajakdan yashirin ko'lamli ta'lim va konsultatsiya vaqtini o'z ichiga oladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Нурматов О. Иқтисодиётни модернизациялаш жараёнларида номоддий активлар ҳисоби ва аудитини такомиллаштириш масалалари. Монография. - «Фарғона» нашриёти, 2017.

2. Халқаро Франчайзинг Ассоциацияси ҳисоботи. 2018 йил январь.

3. Uchkun S., Dilshod N. PROCESS OF IDENTIFYING THE SIGNIFICANT ACCOUNTS IN THE REVENUE CYCLE //Journal of marketing, business and management. – 2022. – Т. 1. – №. 1. – С. 32-36.

4. Dilshod N. XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA KORXONALARDA TUSHUMLAR AUDITINI TASHKIL QILISH BOSQICHLARI VA DASTAKLARINI TAKOMILLASHTIRISH //International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research. – 2022. – С. 105-110.

5. Najmiddinov D. R., Shodlikov D. E. THE EFFECT OF THE SECRET ECONOMY IN A DAILY LIFE OF THE SOCIETY //Talqin va tadqiqotlar ilmiyuslubiy jurnali. – 2022. – Т. 1. – №. 1A. – С. 56-59.

6. Uktamovna, M. M. (2023). Enhancing Vocabulary Acquisition in B2 Level Students through Diverse Exercise Modalities and Reading Activities. Genius Repository, 26, 73-74.

7. Mamadjanova, M. (2023, December). SEMANTIC CLASSIFICATION OF EPITHETS IN THE ENGLISH LANGUAGE. In Fergana state university conference (pp. 88-88).

8. Uktamovna, M. M. (2023). Syntactic-Structural Classification of Epithet in the English Language". American Journal of Science on Integration and Human Development (2993-2750), 1(10), 60-62.

9. Mamadjanova, M. U., & qizi Malikova, G. X. (2023). HOW ENGLISH BECOME GLOBAL LANGUAGE: HISTORICAL OVERVIEW. Educational Research in Universal Sciences, 2(17), 888-892.

10. Mamadjanova, M. U., & qizi Xomidova, M. S. (2023). GRAMMAR TRANSLATION METHOD: EXPLORING ADVANTAGES AND DISAVANTAGES. Educational Research in Universal Sciences, 2(17), 309-311.

11. Uktamovna, M. M., & Oybekovna, Z. F. (2023). UNRAVELING THE CONNOTATIVE AND DENOTATIVE MEANINGS OF WORDS. Научный Фокус, 1(8), 640-642.

12. Tojiboyeva, M. S. Q. (2022). SEMANTIC DIVISION OF TOURISM TERMINOLOGY. Scientific progress, 3(6), 116-119.