

Zuhra Otakuziyeva,*i.f.n., Muhammad al-Xorazmiy nomidagi
TATU «Pochta aloqasi texnologiyasi»
kafedrasida dotsenti***Bekzod Hamidullayev,***Muhammad al-Xorazmiy nomidagi
TATU talabasi*

Franchayzing va uni rivojlantirishning xorij tajribasi

Franchayzing tizimi qariyb 150 yildan buyon mavjud bo'lib, turli murakkab vaziyatlar, iqtisodiy inqirozlar davrida ham yo'qolib ketmadi, aksincha, yanada takomillashdi. Yillar ishonchini qozongan ushbu biznes shakli ayni paytda dunyoning 80dan ziyod mamlakatida 70dan ortiq sohalarda muvaffaqiyatli qo'llanilib kelinmoqda. Ma'lumotlarga ko'ra, franchayzing usulida tashkil topgan firma va kompaniyalarning 92–95 foizi faoliyati to'xtatilmagan, balki ular yanada rivojlangan.

Franchayzing (*ingl. franchise*, «litsenziya», «yengillik») yoki franchiz (*fr. franchise* — *imtiyoz, yengillik*), bozor subyektlari o'rtasidagi munosabatlarni hujjatlashtiruvchi tijoriy shartnoma turi bo'lib, bir tomon (franchayzer) ikkinchi taraf (franchayzi)ga mablag' (royalti) evaziga muayyan tadbirkorlik ko'rinishini uni yuritish uchun ishlab chiqilgan biznes modelidan foydalanish huquqi bilan birgalikda berib turishni anglatadi. Franchayzing — savdo belgisi, g'oya, tajriba, bilim, ishlab chiqarish va boshqarish texnologiyalaridan foydalanish huquqining sotib olinishidir. O'z ishini yaxshi tashkil etgan franchayzerlar tarkibida o'nlab va yuzlab franchayzilar faoliyat olib boradi, alohida vaziyatlarda esa, bir franchayzerning franchayzi tarmog'i tarkibida minglab korxonalar bo'lishi mumkin.

Franchayzing xizmat ko'rsatish sohasining deyarli barcha yo'nalishlari, turistik, mehmonxona biznesi, uy joy savdosi, ishga joylash, ta'lim sohasi, ovqatlanish sohasi faoliyati va boshqalarda qo'llanilishi mumkin. An'anaviy haq-huquqlar bilan bir qatorda, franchayzer franchayzi bilan birga tashkillashtirish va biznes yuritish texnologiyasini yetkazib beradi. Franchayzing biznes formati bo'yicha franchayzer tomonidan savdo markasi ijarasi uchun hamroh hujjatlar umumiy paketi — brand-book nomli hujjatlar to'plami ishlab chiqiladi. Brand-book o'zida biznes yuritish va uning qoidalari bo'yicha batafsil texnologiya (do'konning joylashuvi,

mijozlar oqimining intensivligi, ijara stavkasi va boshqalar) joy interyeri bezatilishi, yorug'ligi, mebellar joylashuvi, xodimlar tashqi ko'rinishi, yetkazib beruvchilar bilan ishlash xususiyatlari, reklama siyosati va hokazolarni qamrab oladi. Ikkinchi jahon urushidan keyin franchayzing Yevropada turli yo'llar bilan, mamlakat madaniyati, an'analari, ijtimoiy-iqtisodiy savdo tarixiga, iqtisodiy tizimlarni rivojlanish darajasiga bog'liq holda tarqala boshladi. Shunday qilib, ba'zi mamlakatlar (Buyuk Britaniya, Germaniya) xizmat ko'rsatish sohasida franchayzingni qo'llash, boshqalari (masalan, Fransiya) qayta taqsimlash sohasida qo'llaganlar.

Bugungi kunda Yevropada 4500dan ortiq franchayzing tizimi faoliyat yuritadi, ularning har biri o'rtacha 37 hamkorlarga ega bo'lib, ularning umumiy tovar aylanmasi 150 mlrd. AQSh dollarini tashkil etadi. Shunga qaramay, Yevropada franchayzing biznesining rivojlanish darajasi AQShga nisbatan ancha past. AQShda umumiy tovar aylanmasi 800 mlrd. AQSh dollarini tashkil etadi. Franchayzingni rivojlanishi bo'yicha Yevropa mamlakatlari ichida Buyuk Britaniya yetakchi o'rinni egallaydi. Yevropaga milliy iqtisodiy muhitni tarkibiy qismi sifatida franchayzing 50–60 yillarda kirib kela boshladi. Uni rivojlanishiga quyidagi: iqtisodiyotni asosiy e'tibori ishlab chiqarishdan xizmat ko'rsatishga o'ta boshlagani, umumiy urbanizatsiya jarayonlari, daromadlarning o'sishi kabi omillar ta'sir etdi. Bu omillar qulaylik va xizmat ko'rsatish servisi



xizmatlari sektorini yaratish imkonini berdi. 2016-yilda Buyuk Britaniyada 870dan ortiq franchayzerlar va 43800 franchayzilar faoliyat yuritgan.

Har 4 yilda franchayzing bozorining kamida 17 foizga o'sishi kuzatilmoqda. Franchayzerlar va franshizalar soni bo'yicha Yevropa mamlakatlari ichida Germaniya ham yetakchi o'rinlardan birini egallaydi. U yerda franchayzing tizimlari soni 859tani va 48 000 franshiza firmalari tashkil etadi. Yillik o'sish franchayzerlar uchun 7 foizni, franchayzi obyektlari uchun 17 foizni tashkil etadi.

So'nggi yillarda franchayzing kompaniyalari Germaniyada o'rtacha 8–10 foizga o'smoqda. Franchayzing sohasida tovar aylanmasi 32,4 mlrd. yevroni tashkil etadi. Franchayzing tarmoqlarida nisbatan yuqori sur'atlarda o'sish kuzatilgan sohalarga ovqatlanish tarmog'i, xizmat ko'rsatish sohasi, atelye, avtoservislar, avtosalonlar, ta'lim sohasi, turizm va mehmonxona biznesi kiradi. Fransiya Yevropa mamlakatlari ichida franchayzing tarmog'ini keng tarqalishi bo'yicha uchinchi o'rinni egallaydi (715 ta franchayzerlar va 28851 franchayzilar). Fransiya Yevropa franchayzing bozorining 40% ulushiga ega. Franchayzing tarmoqlarini yirik ulushi savdo sohasiga to'g'ri keladi.

Mail Boxes Etc. bilan franchayzing. Mail Boxes Etc. tarmog'i butun dunyo bo'yicha 2200dan ortiq markazlariga ega. Kompaniya yaratilganidan boshlab bugungi kungacha uning rivojlanishida yuqori ko'rsatkichlar sur'atlarini kuzatish mumkin. Buning sababi biznes jarayonlarni doimiy takomillashtirilib borishi va xizmatlar ko'lamini doimiy kengayishi deb aytish mumkin. Mail Boxes Etc. kompaniyasining umumiy o'sishini har bir markazning yuqori rentabellik ko'rsatkichlarini namoyon etayotganligida deb qarash mumkin. Kompaniya har bir mijoz ehtiyojlarini maksimal individual holda ko'rib chiqib, xizmat ko'rsatadi. Mijozlarga ko'plab qulayliklar yaratilganligi sababli bir marta xizmatidan foydalangan mijozlar doimiy mijozlarga aylanib qoladi, xususan, kichik va o'rta biznes yurituvchilar ham shular jumlasidan.

Mail Boxes Etc. kompaniyasi franchayzing xizmatini taqdim etganda franchayzi maqomida ishlovchi mijozlariga 7 qadamlı samaraga erishish yo'lini taklif etadi. Birinchisi anketa to'ldirish, mijoz haqida qisqacha tavsif keltiriladi. Ikkinchisi uchrashuv belgilab, yuzma yuz ko'rishiladi. Uchinchisi tanishuv — ish faoliyati va qo'yiladigan talablar bilan tanishtiriladi. To'rtinchi qadamda shartnoma imzolalanadi. Shartnomada franchayzi ochilish joyi, maydoni, xizmat ko'rsatish tartibi, shakllari, xodimlar malakasi, ko'rinishi

kabi barcha faoliyat turi bo'yicha aniqlik kiritiladi. Beshinchi qadamda o'qitish bosqichi bo'lib, xizmat ko'rsatish va mijozlar bilan individual ishlash tamoyillari o'qitiladi. Oltinchi qadamda kompaniya imijini saqlash borasida tadbirlar va uni nazorati amalga oshiriladi. Yettinchisi franchayzi kompaniya ochilishi amalga oshiriladi.

Mail Boxes Etc kompaniyasi franshizasini xarid qilish uchun www.mberussia-franchising.com saytiga kiriladi va bosqichma bosqich rasmiylashtiriladi. Ushbu kompaniya yagona oyna konsepsiyasi asosida faoliyat yuritib, aholini kundalik ehtiyojlariga yo'naltirilgan ekspert xizmatlarini taqdim etadi. Kompaniya mijozlari keng ommadan kichik korxonalar va tashkilot a'zolari, talabalar, xorijiy mehmonlar, san'at va antikvar mahsulotlar iste'molchilarigacha bo'lishi mumkin. Kurerlik ekspres yetkazib berish agregatori — eng tez rivojlanayotgan soha bo'lib, Mail Boxes Etc. kompaniyasi ushbu yo'nalishni qamrab olgan holda tezkor yetkazib berishni yagona oyna konsepsiyasida amalga oshirdi.

Mail Boxes Etc brendi — 30 yillik tarixga ega franchayzing bo'lib, dunyo bo'yicha keng tarqalgan, mashhur va o'z obro'-e'tiboriga ega. Mail Boxes Etc kompaniyasi 1980-yil San-Diyego (Kaliforniya, AQSH) da tashkil topgan. Hozirda kompaniya qarorgohi Milan (Italiya) shahrida joylashgan. Mail Boxes Etc kompaniya missiyasi — ishbi-larmonlik muloqotini optimallashtirib, yer yuzi bo'ylab masofani qisqa muddatda bosib o'tishdan iborat.

Mail Boxes Etc kompaniyasi so'nggi 15 yilda o'zini segmenti bo'yicha yetakchi o'rinda bo'lib, amerika franchayzinglarida top — 500 kompaniyadan o'rin olgan. Ushbu reyting Entrepreneur — tad-birkor jurnali tadqiqotlari asosida taqdim etilgan. Bunda mutaxassislar kompaniyani o'sish tempi, barqarorlik, tarmoq hajmini e'tiborga olganlar. Kompaniya o'sish sur'atlari yetarlicha tez bo'lib, inqirozlardan qo'rqmaydi, bugungi kunda yuqorida aytib o'tilganidek, dunyo bo'yicha 2200dan ortiq markazlarga ega.

Xulosa qilib aytganda, bunday o'sish sur'ati albatta doimiy rivojlanishsiz amalga oshmaydi: biznes jarayonlarni takomillashtirish, taklif etiladigan tovar va xizmatlar hajmini kengaytirish va doimiy marketing tadqiqotlarini o'tkazib borish asosiy o'sish imkoniyatlarini kengaytirib berish omili bo'lib xizmat qildi. Markazlarning yuqori rentabellik ko'rsatkichlari va har bir xizmat taqdim etiladigan bozor segmenti bo'yicha bozor hajmining kengayishi kompaniya markazlarini franchayzing xarid qilishi mumkin bo'lgan mijozlar uchun jozibadorligini oshiradi. 