

**KOMPLEKS TADBIRKORLIK LITSENZIYASI (FRANSHIZING) SHARTNOMASI:
XALQARO XUSUSIY MUNOSABATLARDA TASHQI IQTISODIY BITIMNING
TURI SIFATIDA**

Nomozov Xusan Axmat o'g'li

TerDU Yuridik fakulteti "Jinoyat huquqi va Fuqarolik protsessi" kafedrası o'qituvchisi.

Raxmatullayev Husan

Terdu Yuridik Fakulteti 4-bosqich talabasi.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.17616952>

Annotatsiya. Maqolada Franshizing shartnomasi nima ekanligi, qachon va qayerda paydo bo'lganligi, uning olish bosqichlari va uning afzallik taraflari, franshiza shartnomasining turlari va shakllari, O'zbekistondagi muvaffaqiyatli franshiza loyihalari, jahon tajribasi yoritilgan.

Kalit so'zlar: Franchayzer, franchising, master franshiza, subfranshiza, yumshoq franshiza, tovarli franshiza, ishlab chiqarishdagi franshiza, biznes franshiza.

Аннотация. В статье описано, что такое договор франчайзинга, когда и где он появился, этапы его получения и его преимущества, виды и формы договора франчайзинга, успешные франчайзинговые проекты в Узбекистане, мировой опыт.

Ключевые слова: франчайзер, франчайзинг, мастер-франшиза, субфраншиза, мягкая франшиза, товарная франшиза, производственная франшиза, бизнес-франшиза.

Abstract. The article describes what the Franchise Agreement is, when and where it appeared, the stages of obtaining it and its advantages, the types and forms of the Franchise Agreement, successful franchise projects in Uzbekistan, and world experience.

Key words: franchisor, franchising, master franchise, subfranchise, soft franchise, commodity franchise, manufacturing franchise, business franchise.

KIRISH. Bugungi kunda bozor iqtisodiyotiga o'tgan aksariyat davlatlarda Franshizing shartnomasi rivojlanib bormoqda. O'z shaxsiy biznesini yangidan tashkil qilayotgan subyektlarga ushbu shartnoma juda qo'l keladi. Ya'ni bu shartnoma orqali ular o'z biznesini xavfsiz yo'lga qo'yadilar va bu tavakkalchilikni oldini oladi. Ushbu shartnoma ishtirokchilar uchun ham bir qator afzalliklarga ega. Masalan franchayzer (franshiza beruvchi) uchun o'z biznesini yanada kengaytirish imkonini bersa, Franchayzi (franshiza oluvchi) uchun esa muvaffaqiyatsizlik va bankrotlik xavfi past bo'lgan yangi loyihani boshlash imkonini beradi.

Shu o'rinda aytish joizki taniqli va o'z biznesini kengaytirgan kompaniyalar ushbu yo'ldan foydalanganlar.

ASOSIY QISM: Avvalambor, franshiza so'zining ma'nosi hamda u qachon va qayerda paydo bo'lganligi haqida so'z yuritadigan bo'lsak, Franshiza so'zi (lotincha-inglizcha) imkoniyat degan ma'noni anglatadi. Franshizani shartnomasini birinchi marta 1856-yilda Nemislarning ZINGER firmasi Amerikaning ko'plab firmalariga o'z brendini Franshiza orqali sotgan.

Keyinchalik 1920-yilga kelib bu shartnoma restoran va kafe sohasida tarqala boshlagan. 1950-yilga kelib bu o'zining eng yuqori cho'qqisiga chiqa boshlagan. Bundan tashqari, Franshizing shartnomasi bu – Fuqarolik huquqida Kompleks Tadbirkorlik Litsenziyasi deb yuritiladi.

Ya'ni bunda bir taraf(kompleks litsenziar) ikkinchi tarafga(kompleks litsenziat) xaq evaziga litsenziarning firma nomidan hamda himoyalangan tijorat axborotidan, shuningdek shartnomada nazarda tutilgan mutlaq huquqlarga kiruvchi boshqa obyektlardan (Tovar belgisi, xizmat ko'rsatish) va boshqa huquqlardan foydalanish huquqiniberish majburiyatini oladi¹.

Yuqorida aytilganidek ushbu shartnomaning mazmuni franshiza beruvchi, franshiza olayotgan shaxsga o'z firma nomidan foydalanishdan tashqari, o'z biznesini butun ichki tuzulishi va boshqaruv faoliyati, qurulish strukturasi, kabi shartnomada nazarda tutilgan boshqa huquqlarni ham beradi. Sodda tilda aytadigan bo'lsak, biror bir biznesni usha biznes modeli bilan, usha sohani tushunmaydigan subyekt ham olib o'z ishxonasiga tadbqiq qilib katta pul topish imkoniyati. Franshiza shartnomasi yozma shaklda, konsessual, haq baravariga, notarial guvohlantirilishi talab qilinmaydigan shartnoma hisoblanadi. Ushbu shartlarga rioya qilmaslik shartnomani haqiqiy emasligiga olib keladi.

Franshizing shartnomasini bir nechta shakllari mavjud. Misol tariqasida *To'g'ridan to'g'ri franchayzing*ni olishimiz mumkin. Bunda ma'lum bir hududda ish faoliyatini amalga oshirish uchun bir shaxsga o'z brendidan foydalanish huquqini berishga aytiladi. Franshiza olgan shaxs faqatgina olgan brendidan o'z shaxsiy biznesidan boshqa faoliyat bilan shug'ullana olmaydi. Bu Franshizaning eng sodda ko'rinishi hisoblanadi.

Subfranchayzing – ushbu shaklga ko'ra franshiza beruvchi franshiza olgan shaxsga o'z brendidan foydalanish huquqini katta qismini berishdan tashqari, subfranchayzer o'z biznes nuqatalarni ochishdan tashqari franshizani uchinchi shaxsga berish huquqini qo'lga kiritadi.

Ya'ni franchayzi boshqa bir shaxsga ham foydalanish huquqini berishi mumkin.

Master franchiza – bu shakl subfranchayzing ga ayrim jihatlari bilan o'xshab ketadi, lekin bu shakl odatda yirik xalqaro firmalarda qo'llaniladi. Jahon tajribasiga nazar soladigan bo'lsak Chao-Chai snack bar Xitoyda ishlay boshladi, uning bosh direktori franshizani xitoylik tadbirkorlarga sotadi va shu tariqa Xitoy bo'ylab ko'plab ovqatlanish joylari ochadi. Ammo shunday payt keladiki, kompaniya o'z vatanida tor bo'lib qoladi. Ularning ovqatlanish joylari allaqachon barcha hududlarda va tez orada tez ovqatlanish franchayzalarini sotish to'xtaydi.

Keyin Chao-Chay boshqa davlatlar hududlariga kirishga qaror qiladi. U izlanishlar olib boradi va Rossiyada odamlar o'z taomlarini yoqtirishlarini tushunadi. Shu tariqa Rossiya bozoriga ham kirib boorish kerakligini anglaydi. Ammo bu yerda Chao-Chai restoranlarini ochishni boshlash uchun kompaniya katta mablag' sarflashi kerak bo'ladi. Lekin tashqi bozorda ishlash juda qiyin. Mana shu vaqtda ular MASTER FRANSHIZA sotish uchun vositachi qidira boshlaydi - bu Rossiya bozorining o'ziga xos xususiyatlarini yaxshi biladigan va bu masalada yordam beradigan kompaniya kerak edi. Chao-Chai Rossiyada shunday kompaniya topadi. Bu "Tasty Food" MChJ kompaniyasi. Uning ortida katta tajriba bor. Va unga franchayzing sotadi.

Ya'ni, master franchayzing "Vkusnaya Eda" MChJ kompaniyasiga nafaqat Rossiyada Chao-Chai restoranlarini ochish, balki xuddi shu franchayzani boshqa rossiyalik tadbirkorlarga sotish huquqini ham beradi. Tabiiyki, bunday huquq uchun "Tasty Food" brendning xitoylik egasiga ham ma'lum bir haq to'laydi. Asosiy franchayzing shartlari har doim individualdir va narxi oddiy franchayzingga qaraganda ancha murakkab.

¹ O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi

“Yumshoq” franchayzing – Franshizaning bu turida hamkorga biznes ochish uchun kerak boʻladigan mablagʻlarni faqat yarmini kiritish taklif qilinadi. Qolgan yarmini Franshiza beruvchini oʻzi kiritadi. Keyinchalik esa franshiza oluvchi franshiza beruvchini ham ulushini sotib olishi mumkin boʻladi. Jahohnda taniqli MAIL BOX kompaniyasi ushbu franshizaning koʻrinishidan foydalanadi. Franchayzingni bir qancha turlari mavjud. Bular: Tovarli, Ishlab chiqarishda, Xizmat koʻrsatishda va Biznes farmatda. Yuqoridagilarning oʻzaro farqli jihatlari mavjud. Masalan Tovarli turi, bu koʻrinishi aksar hollarda savdo sohasida koʻp qoʻllaniladi.

Yaʼni franchayzi franchayzer tomonidan va uning brendi ostida ishlab chiqarilgan mahsulotlarni sotish huquqini oladi.

Ishlab chiqarish turi sanoat sohasida qoʻllaniladi va tovarli koʻrinishidan bir jihati bilan farq qiladi yaʼni franchayzer brendi ostidagi tovarlarni ishlab chiqarish va sotish huquqiga ega boʻladi. Shartlarini ikkala taraf oʻzaro kelishib oladi. Misol tariqasida Yaponiyaning SHIVAKI kompaniyasi Oʻzbekistonning Artel kompaniyasiga franshizaning aynan mana shu turi orqali franshiza bergan. Xizmat koʻrsatish turi esa bu restoran, ovqatlanish sohasida keng tarqalgan turi hisoblanadi. Franshiza oluvchi franchayzer kompaniyasiga nima konseptsiyalar mavjud boʻlsa, xodimlarni oʻqitish yoki ularning kiyimlari, restoran dizayni va boshqa andozalarni toʻlaligicha oʻzlashtiradi.

Franshiza olish bosqichlari mavjud boʻlib, bular: *Birinchi-franshiza* beruvchiga oldindan toʻlov qilinadi. toʻlovni oʻzaro ikkala taraf kelishgan holda belgilaydi. *Ikkinchi-franchayzi* (franshiza beruvchi) menejer oʻqitadi yaʼni franchayzerning kompaniyasiga.

Uchinchidan franshiza loyihasi olinadi. Toʻrtinchidan esa loyihani qurish uchun lakatsiya tanlanadi. Lakatsiya asosan franchayzer tomonidan tanlanadi. Negaki agar franshiza oluvchi tomonidan qulay aholi gavjum joy tanlanmasligi sabab biznes bankrot boʻlishi mumkin.

Oʻzbekistonlik tadbirkor va biznesmen “TOY BOLA” oʻyinchoq firmasi va turkiyada “PURO” va “AFIYET” restoranining tasischisi Anvar Abduqayumov oʻzining „Puro“ restoranini Oʻzbekistonga franshizasini berganda 1-filialining joylashuvi notoʻgʻri tanlanganligi sabab 20 000\$ yoʻqotishga olib kelgan. Mana shuning uchun ham lakatsiya tanlash muhim hisoblanadi.

Shuningdek, Franshiza olishning ham bir qancha kamchiliklari mavjud, jumladan, Siz franshiza olganda toʻlovini oldindan toʻlashingizdan tashqari yillik va choraklik ustamalar ham toʻlab borasiz ,agar shartnomangizda keltirib oʻtilgan boʻlsa. Bu esa sizning kelajakdagi olishingiz mumkin boʻlgan foydani qisqarishiga olib keladi. Undan tashqari sizning boshqaruv faoliyatingiz ustidan ham nazorat olib boriladi. Va korxonangizdagi har qanday oʻzgarishlarni, dizaynida yoki tashqi va ichki tuzulishida boʻladimi shular kabi boshqa oʻzgartirishlarni franchayzerning ruxsatisiz amalga oshira olmaysiz. Bundan tashqari franchayzerning kompaniyasi yoki firmasi bankrotlik holati yoki uning firmasining obroʻsini tushishiga olib keladigan haq qanday harakati sizning biznesingizga ham oʻz taʼsirini koʻrsatadi. Yana bir kamchiligi shundaki agar sizning biznesingiz rivojlanib ketsa, siz brend nomini almashtirib oʻz brendimni ishlab chiqib, foydalanaman desangiz buning imkoni boʻlmaydi. Boshqa bir yangi loyiha qilib chiqishingiz mumkin lekin franchayzerning brendini olib tashlay olamaysiz.

Oʻzbekistondagi eng mashhur franshizalar jumlasiga quyidagilarni kiritishimiz mumkin: masalan, *KORZINKA*: Oʻzbekistondagi eng yirik supermarketlar tarmogʻi hisoblanib, bugungi

kunda Toshkentda 15 tadan ko'p va Olmaliqda bitta filialga ega. Hozirda boshqa barcha viloyatlarda ham faoliyat yuritadi. *DODO PIZZA*: Ushbu tamaddixonaning hozirda O'zbekistonda 3 ta filialga ega va xizmat ko'rsatish yuqori darajada yo'lga qo'yilgan. *YAPONA MAMA*: Ukrainalik tadbirkorga tegishli ushbu biznesning O'zbekistonda franshiza asosida ochilgan va hozirda 4 ta filialga ega Shota Rustaveli, Baytqo'rg'on, Bodomzor hamda Tarasa Shevchenko ko'chasida joylashgan.

Franshiza berishdan Franchayzergabir nechta foydali jihatlari mavjud bo'lib, buning franchayzerga foydali jihati shundaki, franshiza beruvchining birinchidan vaqti tejraladi, ikkinchidan esa kamroq mablag' evaziga o'zning brendi ostidagi biznesini kengaytira oladi. Eng ustunlik Franchayzer tarafi kam vaqt ichida ko'p filial ocha oladi.

Dunyoda mashhur kompaniyalarni o'z franshizalarini sotilish narxlari va bir nechta franshizalari mavjud bo'lib, *Pearle Vision* – bir xil joyda tibbiy yordam va chakana savdoni taklif qilish biznes modeli bilan tanilgan *Pearle Vision* daromadlilik uchun ajoyib imkoniyatlarni taqdim etadi.

Kompaniya hozirda dunyodagi eng yirik ko'zoynak ishlab chiqaruvchi kompaniya *Luxottica*ga tegishli bo'lib, franchayzilarga ko'zoynak va quyoshdan saqlaydigan ko'zoynaklarning katta assortimentidan foydalanish imkoniyatini beradi. Dastlabki sarmoya katta bo'lib, taxminan 390 000\$ dan 620 000\$ dollargacha o'zgarib turadi, ammo daromad olish imkoniyatlari cheklangan.

Yana shunday bir kompanidan biri bu *UPS do'koni* – bu franchayzing *Entrepreneur* jurnalining Franchayzing 500 ro'yxatida yuqori o'rinlarni egallaydi va belgilangan oziq-ovqat franchayzasiga qaraganda kamroq dastlabki investitsiyalarni talab qiladi. Taxminan 140 000\$ dan 470 000\$ dollargacha bo'lgan dastlabki investitsiyalar mavjud, ammo kompaniya moliyaviy imtiyozlar va boshqa imtiyozlarni taklif qiladi.

XULOSA: Xulosa o'rnida shuni aytishimiz mumkinki, franchayzing shartnomasi har ikkala taraf uchun ham o'z biznesini ochib rivojlantirish uchun qulay va xavfsiz shartnoma hisoblanadi.

Franchayzing – bu franchayziga franchayzerning xususiy biznes bilimlari, jarayonlari va savdo belgilariga kirish huquqini beruvchi litsenziya turi bo'lib, shu bilan franchayzi franchayzerning biznes nomi ostida mahsulot yoki xizmatni sotish imkonini beradi. Boshqa biznes modellarida bo'lgani kabi, ba'zi franchayzalar boshqalardan ko'ra ko'proq foyda keltiradi.

Franchayzingning afzalligi shundaki, siz investitsiya qilishni rejalashtirayotgan biznesingizning moliyaviy ko'rsatkichlari haqida biror narsaga kirishishdan oldin bilib olishingiz mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasi Fuqarolik kodeksi
2. Topildiyev V.R. Fuqarolik huquqi: darslik. – T.: "Toshkent". 2022. 318- 325-340-betlar
Internet saytlar:
3. www.https://uz.wikipedia.org
4. www.lex.uz
5. www.advice.uz

6. [www.https://franchiseinfo.uz/category/blog/](https://franchiseinfo.uz/category/blog/)
7. www.kyberleninka.ru/article/n/davlat-xususiy-sheriklik-mohiyati-ahamiyati-va-afzalliklari
8. [www.https://azizapulatovala.medium.com/franchayzing-faoliyati](https://azizapulatovala.medium.com/franchayzing-faoliyati)
9. www.norma.uz