



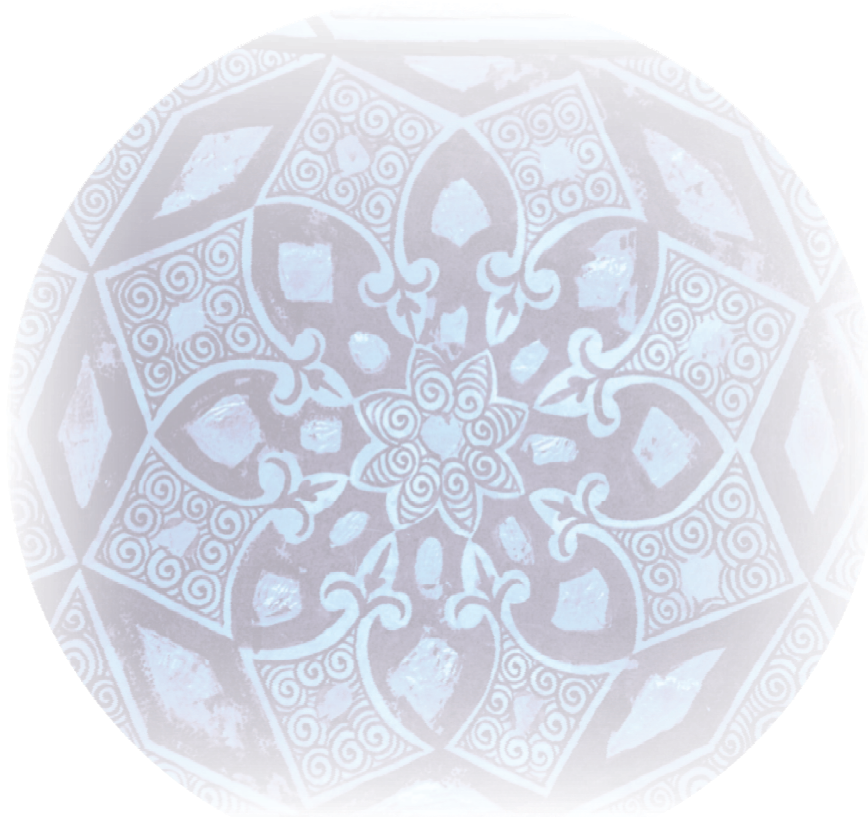
O'ZBEKISTON
SAVDO-SANOAT
PALATASI



O'ZBEKISTON
BIZNES
FORUMI



ЎЗБЕКИСТОН ТАДБИРКОРЛАРИ УЧУН ФРАНЧАЙЗИНГ БЎЙИЧА ҚЎЛЛАНМА



Тошкент 2008

Ўзбекистон тадбиркорлари учун франчайзинг бўйича қўлланма

Услубий қўлланма. Тошкент, 2008 й.

и.ф.н. А.Э. Шайховнинг умумий таҳрири остида

Муаллифлар жамоаси:

Юлий Юсупов (муаллифлар жамоаси раҳбари), Эльёр Зокиров, Нозир Ибрагимов, Набижон Қосимов, Назар Толибжонов.

Маъмурий масалалар: Саидбек Джурабеков, Алия Абдурахманова.

ҚИСҚАЧА ТАЪРИФ

Франчайзинг ҳақида эшитган аксарият одамлар тасаввурида, одатда бу сўз тез оқатланиш тармоғи «McDonald's» билан боғлиқ тушунчадай туюлади. Ҳақиқатда эса, франчайзинг – муваффақиятли тадбиркорлик моделларни тарқатиш бўйича самарали ташкилий услуб бўлиб, бутун жаҳоннинг турли иқтисодий соҳаларида ўта тарқалган. Ўзбекистонда ушбу бизнес ривожлантириш тури ҳалигача жуда кам кўламда қўлланилади. Шунинг учун, маҳаллий тадбиркорлар олдида ҳали франчайзинг афзалликларини тушуниш масаласи маевжуддир.

Мазкур қўлланманинг асосий мақсади – франчайзинг ҳақида асосий тушунчаларни бериш, Ўзбекистон шароитларида франчайзинг схемасининг ишлаш хусусиятларини ёритиб бериш, франчайзинг муносабатларининг амалдаги ва истиқболдаги иштирокчиларига аниқ тавсиялар беришдан иборат.

МИННАТДОРЧИЛИК

Мазкур қўлланма Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Тараққиёт Дастури ҳомийлик ёрдамида “Ўзбекистон Бизнес Форуми” лойиҳаси доирасида нашр этилди ва Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаси ва унинг таркибий бўлинмалари орқали бепул тарқатилади. Қўлланманинг электрон нусхаси Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатасининг www.chamber.uz интернет порталида, Бирлашган Миллатлар Ташкилоти Тараққиёт Дастурининг Ўзбекистондаги Ваколатхонаси расмий сайти – www.undp.uz ва “Ўзбекистон Бизнес Форуми” www.bfu.uz сайтида жойлаштирилган.

Шу билан бирга, қўлланмани тайёрлашда ёрдамлари учун “Телепорт” компанияси бош директори Владимир Милохов, “Filosoftika” компанияси бош директори Зульфия Ахмедшина, БМТ Тараққиёт Дастурининг иқтисодий бўлимининг дастурлар бўйича мутахассиси Ровшан Мамуров, Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаси ходими Александра Артамонова ва “Ўзбекистон Бизнес Форуми” лойиҳаси раҳбари Нарзулло Обломуродовларга ўз миннатдорчилигимизни билдирамиз.

**Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаси
“Ўзбекистон Бизнес Форуми” лойиҳаси
Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Тараққиёт Дастури**

Ўзбекистон Республикаси, Тошкент ш., Бухоро кўчаси 6-уй
Телефон/Факс: +(998-71) 233-77-49
Веб-сайт: www.chamber.uz, www.bfu.uz
Эл. манзил: info@chamber.uz, info@bfu.uz

МУНДАРИЖА

Франчайзинг ҳақида нималарни билиш лозим

| | |
|---|----|
| Франчайзинг ўзи нима? | 4 |
| Франчайзинг афзалликлари нимадан иборат? | 6 |
| Бизнеснинг қайси соҳаларида франчайзинг мавжуд? | 8 |
| Франчайзинг тарихи ва географияси | 10 |
| Франчайзинг турлари..... | 11 |

Ўзбекистонда франчайзингнинг ҳуқуқий ва молиявий жиҳатлари

| | |
|---|----|
| Франчайзинг муносабатларини тартибга солувчи ҳуқуқий-меъёрий база | 16 |
| Бухгалтерия ҳисоби ва солиққа тортиш хусусиятлари | 21 |

Франчайзинг механизмини қўллаган ҳолда бизнесни ривожлантириш

| | |
|---|----|
| Франчайзер учун манфаатли жиҳатлар | 24 |
| Франчайзер қийинчиликлари ва хавфларини баҳолаш | 26 |
| Франчайзер бўлишга тайёргарликни баҳолаш | 27 |
| Франчайзинг тармоғи яратилишининг тайёргарлик босқичи | 29 |
| Тармоқни бошқариш ва ривожлантириш | 34 |

Бўлажак франчайзи учун тавсиялар

| | |
|---|----|
| Франчайзи учун афзаллик томонлар | 38 |
| Франчайзи бўлиш билан боғлиқ хавфлар ва қийинчиликлар | 39 |
| Франчайзи бўлишга қай даражада тайёрсиз? | 41 |
| Керакли франшизани топиш: | |
| • ўзини-ўзи таҳлил қилиш ва дастлабки маълумотларни излаш..... | 43 |
| • номзодларни танлаш ва музокаралар олиб бориш..... | 45 |
| • шартномани ишлаб чиқиш ва бизнесни ишга туширишга тайёргарлик кўриш | 50 |

Иловалар

| | |
|---|----|
| Франчайзинг ва унга яқин келишув турлари орасидаги фарқ | 55 |
| Комплекс тадбиркорлик лицензиясининг (франшизинг) намунавий шартномаси..... | 58 |
| Номоддий активларни ҳисобга олиш | 62 |
| Франчайзинг самарадорлигининг 12 мезони | 67 |
| Франчайзи учун қўлланмани ишлаб чиқиш | 69 |
| Франчайзер хизматлари..... | 71 |
| Мукамал франшизанинг 10 белгиси | 73 |
| Франшизани сотиб олаётганда фирибгарлар тузоғига тушмаслик учун маслаҳатлар | 75 |
| Савдо нуқтасини жойлаштириш | 76 |
| Маҳаллий франчайзерлар таклифлари..... | 77 |

ФРАНЧАЙЗИНГ ҲАҚИДА НИМАЛАРНИ БИЛИШ ЛОЗИМ

Франчайзинг (ёки франшиза) – бу савдо белгисини ва/ёки фирма технологияларини (ташкилий усулларни) бошқа тадбиркорга сотиш ёки вақтинчалик фойдаланишга бериш.

Франчайзинг маъноси – муваффақиятли фаолият кўрсатаётган бизнесни тарқатиш, яъни амалда ҳар томонлама текширилган ва ишини муваффақиятли олиб бораётган корхона имидж ва технологияларини ўзлаштириш.

Франчайзинг ўзи нима?

Франчайзинг (ёки франшиза) – бу савдо белгисини ва/ёки фирма технологияларини (ташкилий усулларни) бошқа тадбиркорга сотиш ёки вақтинчалик фойдаланишга бериш. Франчайзинг доирасида муносабатлар субъекти сифатида икки шахс иштирок этади. Савдо белгиси ёки технология эгаси франчайзер деб аталади. Франчайзерга тегишли бўлган ҳуқуқлардан фойдаланиш имкониятини сотиб олувчи шахс франчайзи деб аталади. Ушбу жараёнда франчайзер томонидан франчайзига тақдим этиладиган ҳуқуқлар мажмуаси, кўп ҳолларда, франшиза деб аталади. Ўзбекистон Республикасининг амалдаги қонунчилигига биноан фақат тижорат ташкилотлари ва тадбиркорлик субъектлари сифатида рўйхатдан ўтган фуқаролар франшиза шартномаси иштирокчилари бўлишлари мумкин.

Франчайзинг маъноси – **муваффақиятли фаолият кўрсатаётган бизнесни кўпайтириш орқали тарқатиш**, яъни амалда ҳар томонлама текширилган ва ишини муваффақиятли олиб бораётган корхона имидж ва технологияларини ўзлаштиришдан иборатдир. Франчайзер франчайзига пулли асосда ўз номи, иш услуги, ноу-хау, тажриба, билим, ишлаб чиқариш ва бошқариш технологияларидан фойдаланиш ҳуқуқини беради. Бунда одатда, франчайзер ишни йўлга қўйишда кўмаклашиш, техник ва маслаҳатчилик ёрдамини бериш мажбуриятларини ўз зиммасига олади.

Франчайзи ўз фаолиятини франчайзер савдо белгиси остида олиб борган ҳолда, товар ва хизматлар бозорида унинг обрўсидан фойдаланади ҳолда иш олиб бориш усули ва услублари билан франчайзер каби танилади.

Франчайзер доим ягона бўлади. Маълум бир франчайзер билан франшиза шартномалари бўйича ишлаётган франчайзилар эса бир нечта бўлиши мумкин. Ўз ишини яхши ташкил этган франчайзерлар таркибида ўнлаб ва юзлаб франчайзилар фаолият олиб боради, алоҳида вазиятларда эса, бир франчайзернинг франчайзи тармоғи таркибида минглаб корхоналар бўлиши мумкин.

Франчайзинг муносабатларида уч турдаги тўловлар мавжуд: кириш бадалли, роялти, қўшимча бадаллар. **Кириш бадалли** франчайзи томонидан кейинчалик ном ишлатилиши учун бирламчи тўлов сифатида амалга оширилади. Тўлов миқдори бизнес қай соҳадалиги, савдо белгиси эгасининг ички стандартлари ва франчайзер хоҳиши ва истакларига боғлиқ. **Роялти** – франчайзи томонидан савдо маркасини ва иш олиб бориш тизимидан фойдаланганлиги учун франчайзерга ҳар ойда ёки ҳар чорақда амалга ошириладиган даврий тўловлар. Кўп ҳолатларда роялти франчайзи даромадларидан улуш сифатида белгиланади, аммо баъзида франчайзер даромадга боғлиқ бўлмаган ва аниқ миқдорда белгиланган тўловни тайинлаши мумкин. **Қўшимча бадаллар** барча шатномада ҳам учрамайди. Бундай тўлов бир маротабали ёки даврий равишда амалга оширилади, одатда бу маблағлар реклама ва PR, жиҳозларни сотиб олишга (агар жиҳоз антиқа ва қиммат бўлса), франчайзердан мол сотиб олиш, франчайзинг тармоғини ривожлантиришга йўллантирилади. Бундан ташқари, франчайзи, франчайзер томонидан шартномада қўйилган шартларга жавоб бериш учун **ўз ривожланишига инвестиция қилиши** керак.

Франчайзинг – бу ягона услуб бўйича фаолият кўрсатувчи **тижорат тармоғидир**. Ушбу тармоқнинг муваффақиятли фаолияти учун франчайзер франчайзини турли кўмаклашиш шакллари билан таъ-

минлайди ва бозорда обрўсини сақлаб қолиш мақсадида франчайзи фаолиятини назорат қилиш ва тартибга солиш ҳуқуқидан, унинг ҳуқуқий ва иқтисодий мустақиллигини бузмаган ҳолда фойдаланади. Бу ерда сўз, биринчи навбатда, франчайзер томонидан ишониб топширилган технологиялар, товар ва хизматлар сифати устидан назорат ҳақида кетмоқда.

Франчайзинг тадбиркорликда тузиладиган бошқа келишувларга, шу жумладан, агентлик, дистрибьюторлик, лицензияга ва ноу-хауга оид бошқа келишувларга яқин. Ушбу келишувларни бошқа шакллар билан қиёслаш 1 Иловада келтирилган.

Франчайзинг – бу ягона услуб бўйича фаолият кўрсатувчи тижорат тармоғидир.

| Франчайзинг – бу ўзаро фойдали алмашинув | |
|---|---|
| Франчайзи нима олади? | Франчайзер нима олади? |
| <ul style="list-style-type: none"> • Савдо белгиси ва/ёки технологияга ҳуқуқ; • Бизнес ривожланишига ва улғайишига кўмак; • Бозор ҳақида маълумот, ишлаб чиқариш ва мижозлар билан ишлаш усуллари. | <ul style="list-style-type: none"> • Савдо белгиси ва/ёки технологиясидан фойдаланганлик учун мукофот; • Франчайзер бизнесининг минтақаларда тарқалиши; • Маҳаллий бозорлар ҳақида маълумот, мижозлар талабига асосланган ҳолда ўзгарувчанлик. |

Франчайзер ва франчайзи ўзаро муносабатларидан келиб чиқиб, қуйидагиларни ажратиш лозим:

Франчайзинг ишбилармончиликда тузиладиган бошқа келишувларга, шу жумладан, агентлик, дистрибьюторлик, лицензияга ва ноу-хауга оид бошқа келишувларга яқин.

- **Стандарт (анъанавий) франчайзинг.** Одатда, бундай франшизани сотиб олганда франчайзи кириш бадалини тўлаши ва мунтазам равишда франчайзер фойдасига даврий тўловларни амалга ошириши лозим (роялти). Бу ерда истиқболли франчайзилар қатъий танловдан ўтказилади, савдо белгисидан фойдаланиш ҳуқуқи давлат рўйхатидан ўтказилади, франчайзи махсус ўқув курсида иштирок этиши талаб этилади, қатъий корпоратив стандартлар белгиланади, иш олиб бориш устидан кучли назорат ўрнатилади, франчайзер олдида мунтазам равишда ҳисобот берилади. Собик иттифоқ ҳудудида жойлашган бозорларда стандарт франчайзингдан фойдаланиш унчалик кенг тарқалмаган бўлиб, буни бизнесни олиб бориш амалиёти етарли даражада шаффоф эмаслиги ва интеллектуал мулкни химоя қилиш яхши ривожланмаганлиги билан тушунтириш мумкин.
- **Эркин франчайзинг.** Ўз ишини ташкиллаштиришда франчайзи деярли тўлиқ эркинликдан фойдаланади. Мазмуни бўйича франчайзингни бу тури оддий дилерликка жуда яқин ҳисобланади, фақатгина унга қўшимча равишда савдо белгиси, ўқитиш, маслаҳат бериш ва махсус шартлар қўлланилади. Эркин франчайзингга кириш бадали ва роялти миқдори рамзий ёки нолга тенг бўлиши мумкин, шунингдек, франчайзига нисбатан қўйиладиган талаблар ўта юмшоқ бўлиб, МДҲ давлатларида энг тарқалган ҳолда энг қулай франчайзинг тури ҳисобланади.
- **Кумуш франчайзинг ёки тайёр бизнес.** Франчайзер деярли ўзи филиал ташкил қилган ҳолда, уни франчайзи тасарруфига фойдадан фоиз олиш эвазига ўтказади. Аксарият ҳолларда, филиал асосида корпоратив франчайзинг ташкил этилади. Стандарт ва эркин франчайзингдан фарқи – бу турдаги франчайзингга франчайзер билан тузилган келишувни бекор қилиб, шу жойнинг ўзида бошқа ном остида ўз ишини ташкил этиш мумкин эмас.
- **Олтин франчайзинг ёки мастер-франчайзинг.** Бундай франшизани сотиб олганда франчайзи ўз ҳудудида ўзи франчайзерга айланади ва бу ерда ўз шахобчаларини очиб франшизаларни сотган ҳолда франчайзинг тармоғини ривожлантиради.

Франчайзинг афзалликлари нимадан иборат?

Ўтган асрнинг 50-йилларидан бошлаб, франчайзинг бутун дунё миқёсида муваффақиятли ривожланиб, етакчи ўринни эгаллаб келмоқда. Замонавий франчайзинг ватанида, яъни АҚШда, франчайзинг схемаларини қўллаётган фирмалар ялпи миллий даромаднинг деярли ярмини яратишади. Агар статистикадан темир йўл, қурол ишлаб чиқариш ва шунга ўхшаш олдиндан франчайзингга оид бўлмаган соҳаларни олиб ташланса, франчайзинг истъеъмол моллари ва хизматлар соҳасида устунликка эгаллиги ёрқин сезилиб қолади.

Франчайзинг бизнинг мамлакатимиз учун ҳам фойдали. Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантириш манфаатлари нуқтаи назаридан франчайзингнинг тўртта асосий афзаллик томонларини ажратиш мумкин (франчайзинг муносабатларининг бевосита қатнашчилари – франчайзер ва франчайзи фойдалари ҳақида қуйида сўз олиб борамиз).

Франчайзинг бу:

1. Хорижий ва маҳаллий **муваффақиятли иш олиб бориш моделлари ва замонавий технологияларни тарқатиш ва кўпайтиришнинг самарали ташкилий шакли.**

Франчайзинг, бир томондан, бизнес етакчиларига ўзаро фойдали асосда синалган ишлаб чиқариш ва бошқариш технологияларини тадбиркорларга бериш, шунингдек, таъсир доирасини кенгайтиришга имконият яратади. Бошқа тарафдан – ишини эндигина бошловчи тадбиркорларга ўз самарасини тажрибада исботлаган модел ва технологияларни танлашга имконият беради.

Франчайзинг:

- *маҳаллий шароитларни инобатга олган ҳолда йирик ва кичик бизнес афзалликларини бир-бирига мослаштиришга* (франчайзи ўз ҳудудини яхшироқ билади, шунинг учун маҳаллий мижозлар талабларига асосланиб фаолиятида ўзгартиришлар киритиши мумкин);
- *хусусий ташаббусни ишга солишга* (франчайзи, корхона мулкдори бўлгани учун ва унга ўз шахсий маблағларини сармоя қилганлиги сабабли, ёлланган менежерга кўра яхшироқ иш олиб боради) имконият яратади.

Иш олиб боришнинг муваффақиятли моделлари ва технологиялари кўлами кенгайиши ва кўпайтирилиши натижасида **иқтисодиётнинг умумий самарадорлиги** ҳам ошиб боради. Бу юқорироқ иқтисодий ўсиш даражаси, бандлик ва аҳоли турмуш даражасида намоён бўлади.

Шунингдек, франчайзингнинг яна бир муҳим аҳамияти шундаки, у франчайзерни ўз ишини янада такомиллаштиришга рағбатлантиради. Франчайзингни қўллаш учун франчайзер муваффақиятли ишбилармон, ва ўз соҳасида пешқадам бўлиши шарт. Франчайзинг тармоғи яратилгандан сўнг эса тармоқ ривожланиши учун масъул сифатида франчайзернинг асосий мақсади ўз ишини такомиллаштиришдан иборат бўлади.

Шуни ҳам албатта таъкидлаш лозимки, франшиза Ўзбекистонда фақатгина хорижий савдо белгиси ва технологияларини кўпайтиришни назарда тутмайди. Муваффақиятли ва иш олиб боришнинг самарали усулларини жорий этган ва шу билан ўзига ном чиқарган маҳаллий компаниялар ҳам франчайзер сифатида фаолият кўрсатишлари мумкин. Улар франчайзинг шартномаларини нафақат Ўзбекистон ҳудудида, балки ундан ташқарида ҳам тузишлари мумкин. Бошқа сўзлар билан айтганда, франчайзинг – **маҳаллий бренд соҳасини ривожлантириш ва муваффақиятли маҳаллий компания-**

Франчайзинг маҳаллий шароитларни инобатга олган ҳолда йирик ва кичик бизнес афзалликларини бир-бирига мослаштиришга ва хусусий ташаббусни ишга солишга имконият яратади.

Франчайзинг – маҳаллий бренд соҳасини ривожлантириш ва муваффақиятли маҳаллий компанияларнинг фаолиятини кенгайтиришга қаратилган ажойиб восита.

ларнинг фаолиятини кенгайтиришга қаратилган ажойиб восита бўлиб хизмат қилиши шубҳасиз.

Маҳаллий франчайзерларнинг хорижий ҳамкасбларига нисбатан Ўзбекистон ҳудудида бир қатор устунликларга эгадирлар. Энг аввало бу устунлик маҳаллий шароитларни ва бозор хусусиятларини билишдан иборат.

Франчайзинг – кичик бизнесни тарбиялаш мактабидир.

Франчайзингнинг муҳим афзалликларидан бири рақобатбардошликни қўлга киритиш ва бутун тармоқ рақобатбардошлигини оширишдан иборатдир.

Маҳаллий франчайзерларнинг хорижий ҳамкасбларига нисбатан Ўзбекистон ҳудудида бир қатор устунлиги борлигига аҳамият бериш ҳам лозим, булар қаторида: тил бирлиги, ягона ҳуқуқий ҳудуд, мамлакатимизда иш олиб бориш хусусиятларини яхши билиш. Аммо, ушбу механизм ишга тушиши учун маҳаллий тадбиркорлар иш ташкил этишнинг ушбу шаклининг фойдали ва самарали томонларини англаб олишлари керак.

2. Кичик бизнес учун «тарбия мактаби».

Эндигина тадбиркорлик фаолиятини бошлаётган тадбиркорлар ўз ишини очишдан кўра, тайёр франшизани сотиб олсалар, мақсадга мувофиқ ва ишончлироқ бўлар эди. Натижада улар бозор тажрибасида синалган ишлаб чиқариш ва бошқариш технологиялардан фойдаланиш ҳуқуқига эга бўладилар, кўпчиликка маълум ва кенг тарқалган савдо белгиси остида ишлашга имкониятлари пайтда бўлади. Бундан ташқари, франчайзер франчайзи ходимларини иш олиб бориш усулларига ўргатади ва жорий фаолиятда маслаҳатлар бериб туради. Янги тадбиркор учун бундан яхши мактабни ўйлаб топиш мушкул масаладир.

Бундай ўқитишнинг самарасини тажриба исботлаб келмоқда. Жаҳон тажрибасида кўрсатиб турибдики, кичик бизнес соҳасида очилган янги корхоналарнинг аксарияти биринчи икки йилдаёқ ёпилиб, тугатилса, франчайзинг асосида ишлаётган компанияларнинг ўнтадан саккизтаси очилгандан беш йилдан сўнг ҳам ўз фаолиятини давом этмоқда! Шунинг учун ҳам АҚШда кичик бизнеснинг 60% франчайзинг соҳасида фаолият кўрсатаётганига ҳеч ҳам ажабланиш керак эмас.

| Франчайзинг афзалликлари |
|---|
| <p>Франчайзинг бу:</p> <ul style="list-style-type: none"> • муваффақиятли иш олиб бориш моделлари ва замонавий технологияларни тарқатиш ва кўпайтиришнинг самарали ташкилий шакли; • кичик бизнес учун «тарбия мактаби»; • амалий натижа берадиган тадбиркорларнинг кооперация қилиш усули; • тадбиркорликка одамлар ва уларнинг жамғармаларини жалб этишнинг самарали шакли. |

3. Тадбиркорлар, шу жумладан, йирик ва кичик бизнес вакиллари кооперациясининг самарали шакли.

Франчайзинг муваффақиятлари сабабларидан бири – франчайзи ва франчайзер ўртасидаги ҳамкорликнинг ўзига хос самарасидан иборат. Ягона савдо белгиси остида фаолият олиб бораётган бир гуруҳ франчайзи, алоҳида тадбиркорлар амалга ошира олмайдиган фаолиятни олиб бориши мумкин.

Франчайзингнинг муҳим афзалликларидан бири рақобатбардошликни қўлга киритиш ва бутун тармоқ рақобатбардошлигини оширишдан иборатдир. Ушбу устунлик куйидагилар ҳисобига таъминланади:

- ривожланиш стратегияси ягоналиги ва барча иштирокчилар фаолиятининг бир хиллиги;
- ахборот билан доим алмашилиб туриш (яъни, инновацион ғоялар ҳақида хабардор бўлиш ва бозордаги аҳволни ҳаққоний баҳолаш имконияти, бу эса ўз навбатида стратегик режалаштириш ва маркетинг даражасини оширади);
- бозорда товар/хизматларни тақдим этиш (ягона маркетинг стратегияси, умумий маркетинг тадбирлари, шу жумладан, марказлаштирилган реклама харажатлари) ва ресурсларни етказиб бериш шартларини аниқлаш (таъминотчиларни излаш ва топиш,

Франчайзер йирик корхона томонидан самарали бажариладиган вазифаларга жавоб беради, франчайзи эса, ўз фаолияти билан кичик бизнесга хос тармоқ мослашувчанлигини таъминлайди.

Франчайзинг тадбиркорликка ташкилий қобилиятларга эга одамларни жалб этишга имконият яратади.

Франчайзингнинг соҳавий йўналишлари деярли чексиз.

улардан чегирма ва бошқа имтиёзларни олиш) бўйича биргалликда олиб бориладиган фаолият;

- товар ва хизматлар, ходимлар малакаси ва бутун тармоқ обрўсининг ошиши.

Франчайзи ва франчайзер ўртасида меҳнат тақсимланиши мавжуд бўлиб, бунда франчайзер йирик корхона томонидан самарали бажариладиган вазифаларга жавоб беради, булар қаторида илмий тадқиқотлар, маркетинг, ресурс етказиб берувчилар билан келишув тузиш, корпоратив тармоғи имиджини ривожлантириш ва унга кўмак бериш бўйича махсус чоралар ва ҳоказо, франчайзи эса, ўз фаолияти билан кичик бизнесга хос бўлган тармоқ мослашувчанлигини таъминлайди.

Натижада франчайзинг тармоғининг барча иштирокчилари реклама ва бошқа маркетинг тадбирларга, тадқиқот ва ходимларни ўқитишга бўлган харажатларини қисқартиришга ҳамда таъминотчилардан харид учун чегирмалар ҳисобига маблағларни тежашга имкон топади. Тармоқнинг ўзи – фойдали маълумотни алмашиш ва янги ғоялар яратишнинг аъло механизмидир.

4. Тадбиркорликка инсон ва маблағларни жалб этишнинг самарали шакли.

Франчайзинг тадбиркорликка ташкилий қобилиятларга эга, аммо ўз куч ва кўникмаларига ҳали ишонмаган ва ўзининг антиқа бизнес-ғояси бўлмаган одамларни жалб этишга имконият яратади. Бундай одамларга муваффақиятга эришган шахс ва ташкилотлар ҳомийлигида тадбиркорликни амалга ошириш осонроқ бўлади. Шундай қилиб, франшиза тизимларининг кенг тарқалиши аҳолининг иқтисодий фаоллигини оширишга, пул ҳамда мулк шаклида йиғилган маблағларни иқтисодиётга сармоя қилиб ишлатишга имконият яратади.

Ўзбекистонда франчайзинг ривожланишининг истиқболлари

Ўзбекистонда франчайзинг ривожланишига тўсқинлик қилаётган омиллардан асосийси – тақдим этилаётган франшиза ҳамда турли давлатларда франчайзинг бўйича олиб борилаётган чора-тадбирлар ҳақидаги маълумотларнинг етишмаслигидир. Ҳар йилда дунёнинг кўп мамлакатларида франчайзинг тизими иштирокчиларига тажриба алмашиш ва янги билимларга эга бўлиш имкониятини берувчи франчайзинг бўйича кўргазмалар ўтказилади, истиқболли инвесторлар – франчайзи иштирокида турли анжуман, семинар ва бошқа тадбирлар ташкил этилади. Мамлакатимизда ўз савдо белгисини Ўзбекистонда ҳам, кўшни давлатларда ҳам, шу жумладан, франчайзинг асосида ривожлантираётган компаниялар мавжуд. Бизнеснинг фикримизча, бу ҳали бошланиши холос. Мамлакатимиз тадбиркорлари бизнесни ривожлантиришнинг янги, ностандарт қарорлари талаб этилаётган босқичга етиб келишди. Бундай қарорларнинг бири сифатида франчайзингни кўриш мумкин. Бунинг учун иқтисодий ва ҳуқуқий заминлар аллақачон мавжуд.

Бизнеснинг қайси соҳаларида франчайзинг мавжуд?

Франчайзингнинг соҳавий йўналиши деярли чексиз. Бизнесни ташкил этишнинг ушбу модели савдо белгиси мавжуд товарларни сотишда ҳам (косметикадан автомашиналаргача), аҳоли ва бизнес учун хизмат тақдим этиш соҳасида ҳам (ёқилги қуйиш шаҳобчаларидан тортиб суғурта хизматларигача) ҳамда оригинал технологиялар асосида маҳсулотлар ишлаб чиқиш соҳасида қўлланилади.

Франчайзинг кенг тарқалган соҳаларни санаб ўтайлик:

1. Савдо. Франчайзи франчайзернинг фирма маҳсулотини сотади (биринчи зарурият буюмлари - косметика, пойабзал ва кийимдан тортиб автомашиналаргача). Аслида бу ерда франчайзер (ишлаб чиқарувчи ёки улгуржи савдогар) фирма дўконлари тармоғини ташкил этади. Ёки бунинг бошқача кўриниши, франчайзер – савдо корхонаси (масалан, супермаркет ёки тайёр кийим дўкони) ўзининг иш олиб бориш усулини тарқатади.

2. Хизматлар. Бундай хизматлар доираси ўта кенг, аммо қуйидаги соҳаларда франчайзинг тизими яхши ривожланган:

- умумий овқатланиш соҳаси, биринчи навбатда тез хизмат кўрсатиш корхоналари;
- ёқилги қўйиш станциялари, автосервис, автомашиналарни ижарага бериш;
- сайёҳлик, меҳмонхоналар фаолияти;
- офис учун хизматлар, масалан чоп этиш, нусха олиш ва кўпайтириш хизматлари, картриджларни таъмирлаш ва тўлдириш;
- вақтинча ва доимий ходимларни ёллаш бўйича хизматлар;
- бухгалтерия ҳисоби ва солиққа тортиш масалалари бўйича хизматлар, шу жумладан бухгалтерия ҳисобининг автоматик тизимлари;
- суғурталаш фаолияти;
- қурилиш;
- кўчмас мулкни ижарага бериш ва сотиш;
- транспорт хизматлари;
- ноширлик фаолияти;
- ўқитиш ва тарбиялаш, масалан, ҳайдовчиликка ўқитиш, болалар боғчаси, иш юритишни ўргатиш, компьютердан фойдаланишни ўргатиш;

*Хизмат кўрсатиш соҳаси
Ўзбекистонда франчайзинг
қўлланилишининг энг
истiqболли йўналишларидан
бири ҳисобланади.*

Франшиза дўкони: 1С франчайзинги

«1С» фирмаси ишда ва уйда фойдаланиш учун компьютер дастурлари ва маълумот базаларини ишлаб чиқиш, кўмаклашиш ва дистрибуциясига ихтисослашган. Франшиза нуқталарининг сони – 3300 корхона, корпоратив нуқталарининг сони – 5300 та. «1С» франчайзинг тармоғи «1С:Предприятие» дастурлар тизимини малакали тарқатиш, ўрнатиш, созлаш, жорий этиш ва кузатишга мўлжалланган. МДҲ ва Болтиқ бўйи давлатларида «1С:Предприятие» дастурларини малакали ўрнатишга бўлган талаб ўта юқори, бундай ишларнинг бозор қиймати кун сайин ошиб бормоқда. Шунда бир чорак давомида «1С:Франчайзинг» тизимида иштирок этиш ҳуқуқи учун тўлов миқдори 100 АҚШ долларини ташкил этади, ваҳоланки, ушбу даврда дастурнинг 50 дан ортиқ нусхасини сотиб олган ташкилот ушбу тўловдан ҳам озод этилади. Франчайзи-ташкилот мутахассислари «1С:Предприятие» дастурини билишларини аттестация орқали исботлашлари керак. Франчайзи-ташкилотнинг хизматлари «1С» фирмаси томонидан марказлашган ҳолда реклама қилинади.

Амалий фаолиятда «1С» фирмаси томонидан тақдим этилаётган ахборот, услубий ва технологик кўмак катта аҳамиятга эга - ҳар ойда янги кўринишда чиқариладиган CD-ROMлар, ўрганиш учун NFR-нусхалар, ходимларни ўқитиш бўйича маслаҳатлар ва бошқалар мавжуд. 1С:ФРАНЧАЙЗИ франчайзинг шартномаси билан белгиланган фаолият доирасида «1С» белгиларидан фойдаланиши мумкин; уларга марказий матбуот, кўрғазма ва бошқаларда махсус реклама кўмаги берилади; минтақавий реклама харажатлари «1С» томонидан қопланади; фаолият олиб бориш учун махсус услубий маълумот тақдим қилинади; «1С» фирмасидан дастурий таъминот харид қилинганда катта чегирмалардан фойдаланишади; ходимлари ўқитилади, дастурий таъминот маҳсулотлари ҳамда франчайзинг фаолияти бўйича «1С» фирмаси томонидан маслаҳат олишади; «1С» фирмасида ўз ходимларини аттестациядан ўтказишади; электрон почта алоқаси, «1С» фирма сайти орқали ҳамда технологик CD-ROMларда мижозлар билан амалий ишда ёрдам берувчи долзарб технологик маълумот олиб туришади.

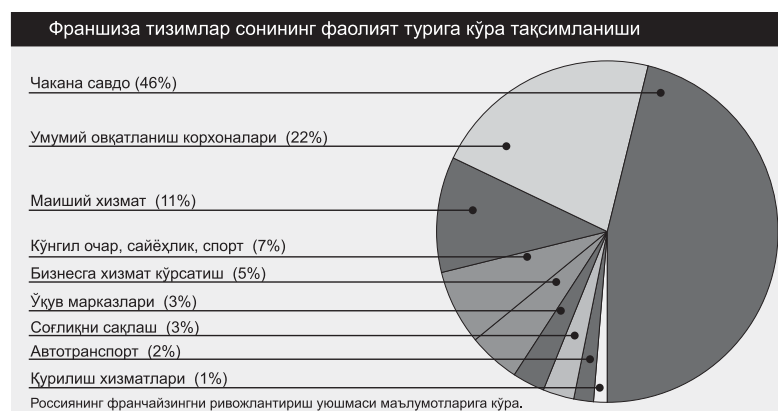
Франчайзинг таклифи: франчайзи томонидан талаб этиладиган сармоя миқдори – 200 АҚШ долларидан 1050 АҚШ долларгача. Ҳар чоракда бажариладиган тўлов миқдори 100 АҚШ доллари. Франчайзи малакаси бўйича талаб – «1С» дастурлари бўйича сертификат олган мутахассислар.

- маиший хизматлар, масалан сартарошхоналар, гўзаллик салонлари, кимёвий тозалаш, кир ювиш жойлари;
- уй учун хизматлар, масалан тозалаш, зараркунандалардан ҳимоя, ойналарга панжара ўрнатиш, қўриқлаш тизимлари, пардалар тикиш, уй ичини безатиш;
- соғлиқ, спорт, дам олиш, кўнгили очиш;
- уйга етказиб бериш бўйича хизматлар.

3. Ишлаб чиқариш. Одатда ичимликлар, озиқ-овқат маҳсулотлари, дори-дармон, косметика, оптика, болалар учун буюмлар, қишлоқ хўжалиги, кимё саноати соҳаларида қўлланилади.

Мисол тариқасида, франчайзинг унчалик узоқ бўлмаган давр ичида пайдо бўлган, аммо кенг тарқалган Россия иқтисодиётида, франчайзинг муносабатлари тақсимланишини келтирамиз (қуйида берилган расмга қаранг).

Россия ҳудудида амалдаги франчайзинг тизимларининг 68%га яқини савдо ва умумий овқатланиш соҳасида фаолият кўрсатади.



Франчайзинг тарихи ва географияси

Маҳсулот тарқатиш усули сифатида франчайзинг илк бор XIX аснинг бошида пайдо бўлган, уни инглиз пиво пиширувчиларининг бир-бири билан боғлиқ уйлар тизими билан боғлашади. 1860 йилда франчайзингга жуда яқин усулда тикув машиналарини ишлаб чиқаришга ихтисослашган, американинг “Зингер” фабрикаси фаолият олиб борган. Фуқаролик урушидан сўнгги даврда бутун АҚШ ҳудудида ваколатхоналар тизимини яратиш учун маблағ етарли бўлмаган, шу билан бирга уй бекалари қиммат жиҳозни сотиб олишга шошилишмас эди. Шунда компания раҳбарияти савдо бозорларини излаб топиш муаммосининг ажойиб ечимини топишди. Бу ечим компания тикув машиналарини сотиш ва уларга хизмат кўрсатиш ҳуқуқларини мустақил сотувчиларга беришдан иборат эди. Шунда сотувчилар жиҳоз учун 60 доллар тўлаб, уни 125 долларга сотишар эди.

1886 йилда «Кока-Кола» ичимлиги формуласи яратилиши ва 1900 йилда унинг сотилиши франчайзинг ривожланиши учун кучли туртки бўлди. Ишлаб чиқариш ҳозиргача барчага маълум «Coca-Cola» савдо белгиси остида ўта тез тарзда ривожлана бошлади.

1940 йиллар охири – 1950 йиллар бошида АҚШда иккинчи авлод франчайзинги пайдо бўлди, уни бизнес-шакл франчайзинги деб аташади, бунда фойдаланишга савдо белгиси билан биргаликда бутун бизнес технологияси, шу жумладан савдо матрицаси, хоналар беази, осма эълон ва ходимлар кийими берилади. Шундай қилиб, франчайзинг мавжуд маҳсулотни тарқатиш усули эмас, балки янги бизнес ташкил этишнинг ўзгача шакли сифатида қўлланила бошланди. АҚШдан бизнес-шакл франчайзинги бутун дунёга тарқалиб кетди. Ушбу тизимни ривожлантиришда энг катта муваффақиятга 1950 йилларнинг ўртасида ака-ука Мак Дональдлар эришишди. Ҳозирги кун

1860 йилда франчайзингга жуда яқин усулда тикув машиналарини ишлаб чиқаришга ихтисослашган, американинг “Зингер” фабрикаси фаолият олиб борган.

да бутун дунё бўйича «McDonald's» франчайзинг тизимида 20 мингдан ортиқ корхона фаолият кўрсатмоқда.

Ҳозирги кунда бутун дунё бўйича «McDonald's» франчайзинг тизимида 20 мингдан ортиқ корхона фаолият кўрсатмоқда.

Ҳозирги кунда франчайзинг бутун дунёда маълум ва кенг тарқалган. Франчайзерлар ва шу билан бирга, франчайзинг тармоқлари сони тез суръатда ўсиб бормоқда. Халқаро франчайзинг уюшмаси маълумотига кўра, ушбу асрнинг бошида дунё бўйича 16,5 минг франчайзер ва 1,2 млн. франчайзи мавжуд бўлган. Бу соҳада тан олинган етакчилар қаторига АҚШ (2000 франчайзер), Жанубий Корея (1300), Канада (1200), Бразилия (1000), Япония (1000) каби давлатлар киришади.

Ўзбекистонда, маҳаллий франчайзер ва франчайзилар бўлишига қарамасдан, франчайзинг ҳали кенг тарқалгани йўқ. Энг ривожланган франчайзинг муносабатлари – маҳаллий тадбиркор ва дастурий таъминот ҳамда бухгалтерия ҳисобининг автоматик тизимларини ишлаб чиқарувчи, «1С» компанияси (Россия) ўртасидаги муносабатлардир. Компания сайтида жойлаштирилган маълумотга кўра, ҳозирги вақтда Ўзбекистонда компаниянинг 23 та ҳамкор-ташкilotи бўлиб, шулардан 7 таси – франчайзи.

Мамлакатимизда нафақат маҳаллий, ваҳоланки хорижий ҳамкорлар билан битимлари мавжуд франчайзер бор – бу “БЕК” ресторанлар тармоғи. Тармоқда франчайзинг шартномасига асосан Тошкент ва Самарқанд шаҳарларида 10 дан ортиқ амалдаги ресторан (кафе) фаолият кўрсатмоқда. Бухоро ва Новосибирск (Россия) ресторанлари ҳам ушбу франчайзингни сотиб олиш ниятини билдиришмоқда.

Франчайзинг турлари

Франчайзинг йўналишига қараб тўрт турга бўлинади:

1. маҳсулот франчайзинги;
2. ишлаб чиқариш франчайзинги;
3. хизмат кўрсатиш франчайзинги;
4. бизнес-шакл франчайзинги.

Ўзбекистонда, маҳаллий франчайзер ва франчайзилар бўлишига қарамасдан, франчайзинг ҳали кенг тарқалгани йўқ.

Маҳсулот франчайзингида франчайзи кейинчалик сотиш учун имтиёзли шартларда франчайзердан маҳсулот олади. Франчайзи франчайзер савдо белгиси остида маҳсулот сотиш ва унга сотишдан кейинги хизмат кўрсатиш ҳуқуқини сотиб олади. Маҳсулотни франчайзернинг ўзи ёки бошқа компания ишлаб чиқариши мумкин. Одатда, франчайзер франчайзига келишилган ассортиментда маълум маҳсулотни келишилган технология бўйича сотиш учун етказиб беради.

Дилерлик шартномалардан фарқли жойи шундаки, маҳсулот франчайзинги ҳақидаги битим доирасида сотиш технологиясига қўйилган талаб ва савдо белгисидан фойдаланиш қоидалари аниқ кўрсатилади. Бундан ташқари, франчайзер, одатда, франчайзига молиявий (кўчмас мулк объектлари сотиб олинса ёки қурилса), реклама, маслаҳат ва маълумот таъминоти масалалари бўйича кўмаклашади, ва ходимларни ўқитиш ва малака ошириш бўйича хизматлар тақдим этади.

Маҳсулот франчайзингида франчайзи кейинчалик сотиш учун имтиёзли шартларда франчайзердан маҳсулот олади.

Бундай ёндашув ишлаб чиқарувчига маҳсулот харидорларга ишлаб чиқарилган кўринишида етказиб берилишини кафолатлайди. Бунда компания номи ва савдо белгиси кенг тарқалиб, кўпчиликка маълум бўлади.

Маҳсулот франчайзинги энг аввало бензин, автомашина, велосипед, маиший техника, косметика, фирма кийими, спиртли ва салқин ичимликларнинг чакана савдосида қўлланилиши мумкин.

Маҳсулот франчайзинги энг кам миқдордаги молиявий ва жорий харажатлар билан франчайзер савдо белгисини илгари суради ва савдо тармоғини кенгайтиради. Аммо аксарият ҳолларда савдо ташкilotлари учун ассортимент сиёсати муҳим аҳамиятга эга бўлгани учун, танланган маҳсулот билан савдо қилиш франчайзи учун доимо самарали бўлмайди.

ЎЗБЕКИСТОНДА ФРАНЧАЙЗИНГ ТАРМОҒИНИНГ ЯРАТИЛИШ ТАЖРИБАСИ

ФРАНЧАЙЗИНГГА КЕЛИШИМИЗ ТАРИХИ

Франчайзинг тизимида муваффақиятга эришиш учун тадбиркорнинг ўз муваффақияти катта аҳимиятга эга. Бизнес ўз ўрнини эгаллаши, бозорда маълум ва сезиларли даражадаги мавқега эга бўлиши, хизматларига мустақкам талаб мавжуд бўлиши лозим.

БЕК тармоғининг биринчи ресторан ва кафелари Тошкент ва Самарқандда очилган. Бутун тадбиркорлик сиёсатимизнинг асосини ташриф буюрувчиларнинг талабларини тўлиқ ва сифатли қондириш, ҳар бир мижозга хизмат кўрсатишда индивидуал ёндошув ташкил этади. Таклиф этилаётган таомлар ва хизмат кўрсатиш сифатини ошириш учун амалга оширилган доимий ишимиз ўз натижасини бермоқда – тармоқ кафе ва ресторанлари мижозлари кўпайиб бермоқда, доимий мижозлар доираси кенгаймоқда ва хизматларимиздан кўплаб хорижий меҳмонлар фойдаланмоқда. Рўйхатдан ўтган савдо белгимиз лаззатли таом ва юқори сифатли хизмат шинавандалари орасида таниқли бўлиб қолди.

Хизматларимизни ривожлантириш жараёнида, алоҳида ресторан ва кафе эгалари, уларнинг бизнес фаолиятини йўлга қўйишга ёрдам беришимизни кўп мартаба сўрашган. Биринчи жавобимиз рад жавоби бўлган, чунки биз ёндашувимиз мустақкамлигини ҳали ўзимиз ҳам сезмаган эдик.

Ресторан ва кафеларимизнинг ўринлари маълум даражагача барқарор тўлишига эришганимиздан сўнг, биз баъзи ресторанлар фаолиятини ташкиллаштиришига кўмаклашдик. Натижаларни узоқ кутишга тўғри келмади – ресторан эгалари қатнов даражаси аста-секин бўлса ҳам, ўсишини сезишди.

Буларнинг ҳаммаси франчайзинг моделидан фойдаланиш ҳақидаги фикрга олиб келди ва биз, фаолиятимизнинг янги йўналишини ишлаб чиқишга ҳаракат қилдик. Бошланғич даврда самарали ўзаро муносабатларни ўрнатишга кўп вақт ва уринишлар талаб қилинди, сўнг ишимиз нисбатан энгиллашди, ҳозир эса тизимимизни созланган деб ҳисобласа бўлади. Ҳозирги кунда франчайзи франчайзинг бўйича барча хизмат турларини қисқа муддат ичида олиши мумкин.

МУВАФФАҚИЯТЛИ БИЗНЕС АСОСИ

Ҳар бир муҳим ишда, шу жумладан, бизнесда, аҳамиятсиз нарса бўлмайди. Танланган тадбиркорлик соҳасини яхши билишга ёки соҳа бўйича билимларини янада оширишга интилиш лозим. Яхши натижага эришмоқни истаган тадбиркор, бизнес ташкил этишнинг барча тафсилотларига синчиклаб қараши керак.

Самарали бошқарув тизимини яратиш катта аҳамиятга эга. Мазкур бизнесга жалб қилинган ҳар бир ходим ўз мажбуриятларини ва масъулият доирасини аниқ билиши керак. Шу билан бирга, ҳар бир ходимга маълум ваколатлар бериш керак. Ҳар бир ходим қайси масалаларни ўзи ҳал қилиши кераклигини ва қайси масалаларни юқори турувчи раҳбарият билан мувофиқлаштириши кераклигини билиши шарт. Бизнес кенгайиши сайин ва унга жалб этилган ходимлар сони ошиб бориши билан, самарали менежмент масаласининг долзарблиги ошиб боради.

Ҳар бир лавозимнинг мансаб йўриқномаси ёзма равишда тузилиши керак, унда ходим кимга бўйсунуши, вазифалари, билим ва кўникмалари бўйича талаблар, масъулият ва ваколатлари кўрсатилиши керак. Мансуб йўриқномалари менежер учун ва ходимнинг ўзи учун тушунарли бўлишлари керак. Бошқарув таркибига ўзгартиришлар киритилганда, мансаб йўриқномаларига ҳам тегишли ўзгартиришлар киритилиши лозим. Мансаб йўриқномаси ҳар бир ходим билан ишга қабул қилиш пайтида тузиладиган меҳнат шартномасига илова қилиниши керак.

Муваффақиятли бизнеснинг муҳим ва тақдим этилаётган хизмат сифатини оширувчи омилларидан бири – ходимлар томонидан вазифалар бажарилишини назорат қилишдан иборат.

Ресторан соҳасидаги фаолиятда ҳар бир мижоз ўзига нисбатан алоҳида ва сермулозамат ёндашувни сезиши керак, ва шу билан бирга, мижозлар талаблари қисқа вақт ичида сифатли даражада қондирилиши лозим.

“Бек” ресторанлар тармоғи вакили билан интервьюдан.

Ишлаб чиқариш франчайзинги франчайзер аниқ маҳсулотни ишлаб чиқариш учун патентланган технология ва ашё беришини назарда тутди.

«Coca Cola», «Pepsi Cola» каби таниқли компаниялар маҳсулотини ишлаб чиқарувчи ва қадокловчи деярли барча корхоналар ўз фаолиятини ишлаб чиқариш франчайзинги доирасида амалга оширишади.

Хизмат кўрсатиш франчайзингининг асосий йўналиши – истеъмолчиларга юқори даражада хизмат кўрсатишдан иборатдир.

Савдо ташкилоти алоҳида гуруҳ маҳсулотга ихтисослашган ҳолларда франчайзинг қўлланилиши мумкин, чунки сотувчи аниқ фирма маҳсулотларини сотиб, ўз имиджини ишлаб чиқарувчи имиджга мослаштиради ва натижада ўхшаш маҳсулотлар бозорида таниқли бўлиб қолади. Бу йўналишда самарали фаолият мисоли сифатида автомобиль саноати етакчиси “Дженерал Моторс” компаниясини келтириш мумкин.

Ишлаб чиқариш франчайзинги франчайзер аниқ маҳсулотни ишлаб чиқариш учун патентланган технология ва ашё беришини назарда тутди. Аксарият ҳолда бу франчайзинг тури қўлланганда, франчайзер маҳсулотнинг алоҳида таркибий қисмларини ўзи ишлаб чиқариб, франчайзига беради, бунда бу қисмларни ишлаб чиқариш технологияси франчайзига ошкор қилинмайди.

Франчайзингнинг ушбу тури салқин ичимликлар ишлаб чиқарилиш соҳасида кенг тарқалган. «Coca Cola», «Pepsi Cola» каби таниқли компаниялар маҳсулотини ишлаб чиқарувчи ва қадокловчи деярли барча корхоналар ўз фаолиятини ишлаб чиқариш франчайзинг доирасида амалга оширишади. Бунда франчайзер франчайзига ишлаб чиқариш учун зарур концентратларни сотади.

Ишлаб чиқариш франчайзинги лицензия келишувига кўп жиҳатлари билан ўхшайди. Фарқи шундаки, франчайзи франчайзер фирма номи ёки савдо белгиси остида фаолиятини амалга ошириб, у билан бирлашгандай бўлади ва франчайзер вакили каби қабул қилинади.

Ишлаб чиқариш франчайзинги доирасида маълум маҳсулотни ишлаб чиқариш учун зарур махсус жиҳозларни имтиёзли шартларда сотиб олиш ҳам келишув предмети ҳисобланади. Қоғдага асосан франчайзинг ҳужжатлари йиғмасига ишлаб чиқариш ва омборхона хоналарига талаблар, ишлаб чиқаришни ташкиллаштириш бўйича қўлланмалар, ишлаб чиқариш ходимларини бошқариш йўриқномалари, патентлар билан ҳимояланган технология ва савдо белгисидан фойдаланиш ҳуқуқлари киритилади.

Хизмат кўрсатиш франчайзинги доирасида, франчайзер ўз савдо белгиси остида хизматлар тақдим этиш ҳуқуқини беради, шунингдек, жиҳоз, савдо ва мижозларга хизмат кўрсатиш технологияларини тақдим этади ҳамда улардан фойдаланишнинг барча жиҳатларини назорат қилади. Бундай иш юритиш мисоли сифатида кўплаб “тез овқатланиш” тармоқларини келтириш мумкин. Ҳар бир янги очилаётган савдо нуқтаси стандартларга жавоб бериши керак (хона дизайни, ходимлар кийими), ҳамда белгиланган ишлаб чиқариш технологиясига қатъий риоя қилиши шарт (масалан, таом пиширишда).

Хизмат кўрсатиш франчайзингининг асосий йўналиши – истеъмолчиларга юқори даражада хизмат кўрсатишдан иборатдир. Франчайзер ва франчайзи томонидан биргаликда олиб борилаётган сиёсат натижасида, истеъмолчи маълум савдо белгиси остида фаолият кўрсатаётган корхонада унга қандай миқдорда ва қандай сифат даражасида хизматлар кафолатланганлигини тез вақтда билиб олади. Истеъмолчи савдо белгиси эгасини ва савдо белгисидан фойдаланувчини бирдай кўради, бу эса франчайзинг тизимини янада ривожлантиришга кўмак бўлади.

Франчайзинг хизмат кўрсатиш соҳасининг деярли барча йўналишларида, шу жумладан, сайёҳлик ва меҳмонхона бизнесида, кўчмас мулк соҳасида, ишга жойлаштириш, таълим бериш фаолиятида, умумий овқатланиш соҳасида қўлланилиши мумкин.

Бизнес-шакл франчайзинги франчайзингнинг бошқа турларига нисбатан энг мажмуавий ҳисобланади. Анъанавий ҳуқуқлар билан биргаликда, франчайзер франчайзига ўзининг ишлаб чиқилган бизнесни ташкил этиш ва бошқариш технологияларини беради. Бизнес-шакл франчайзинги савдо белгисини ижарага бериш билан боғлиқ катта ҳажмдаги ҳужжатлар тўплами франчайзер томонидан тузилишини назарда тутди,

Бизнес-шакл франчайзингида франчайзер франчайзига ўзининг ишлаб чиқилган бизнесини ташкил этиш ва бошқариш технологияларини беради.

бу ҳужжатлар тўплами brand-book деб аталади. Brand-book ўз ичига бизнесни олиб бориш бўйича аниқ технология ва қоидаларни қамраб олади. Унда ҳаттоки кўчмас мулк билан иш олиб бориш хусусиятлари (жойлашиши, одамлар гавжумлиги, ижара тўлови чегаралари ва ҳоказо), хоналарнинг ички безатилиши, ёритиш усуллари, мебель жойлаштириш, ходимларнинг ташқи кўриниши, таъминотчилар билан иш олиб бориш хусусиятлари, реклама сиёсати ва бошқалар белгиланади. Натижада франчайзи франчайзер билан тўлиқ бирдай бўлиб кетади ва унинг умумий корпоратив тизимининг бир қисмига айланади.

Аксарият ҳолатларда, масалан, «McDonald's» тез овқатланиш тармоқларида, франчайзинг нуқталарига марказлаштирилган маҳсулот етказиб берувчилар хизмат кўрсатишади, улар технологик жараён, ассортимент, хизмат кўрсатиш усули ва бошқалар нуқтаи назардан ягона ёндашувга риоя қилиб фаолият кўрсатишади. Стандартдан катта бўлмаган оғиш каби истисноларга камдан-кам йўл қўйилади. Масалан, бутун дунё бўйича «McDonald's» рестороанлар тармоғида маҳсулот ассортиментига спиртли ичимликлар киритилмаган бўлса ҳам, Германия ва Чехияда пиво миллий маданиятнинг ажралмас қисми ҳисобланганлиги учун, у таомномага киритилган.

Бундай франчайзингга франчайзер хом-ашё ишлаб чиқарувчи корхона, ишлаб чиқарувчи, улгуржи ва чакана сотувчи, хизмат кўрсатиш соҳасига оид корхона, ҳаттоки франчайзига маълум шартларда бериладиган ҳуқуқлар эгаси ҳам бўлиши мумкин.

Шу билан бирга бизнес-шакл франчайзингининг тизими бизнесни нафақат соҳа ичида ва унга яқин бўлган соҳалар доирасида ривожлантириш имкониятини беради, балки тизимга бизнеснинг турли йў-

Иштирокчилар таркиби бўйича франшиза турлари

Франчайзинг операцияларининг барча турлари иштирокчилар таркиби бўйича, яъни келишувга асосан ҳамкорлар бўйича классификация қилиниши мумкин. Шу нуқтаи назардан бундай келишувлар қуйидагилар ўртасида тузилиши мумкин:

- **Ишлаб чиқарувчи ва улгуржи савдо ташкилоти.** Амалиётнинг ушбу тури, салқин ичимликлар ишлаб чиқарувчилари ўз қадоқлаш қувватларини франчайзинг шартларига ўтказишни одат қилганларидан сўнг вужудга келди. Қисқаси, бундай муносабатлар, улар ишлаб чиқараётган сироп концентратини бериш ва уни ишлатиш ҳуқуқларини беришдан бошланган (ва ҳозиргача давом этишмоқда). Бу турдаги франчайзинг муносабатларининг асосий мисоллари – «Кока-Кола», «Пепси-Кола» ва «Швепс».
- **Ишлаб чиқарувчи ва чакана савдо ташкилоти.** Ушбу тур «франчайзинг тизимининг биринчи авлоди»га тегишлидир. Автомобилсозлик эндигина пайдо бўлганда, франчайзингнинг ушбу тури вужудга келган. Савдо муаммоларига дуч келгандан сўнг, ишлаб чиқарувчилар франчайзинг асосида дилер тармоқларини яратишди. Шунингдек, бензин ишлаб чиқарувчи ва ёқилғи қуйиш станциялар билан келишувлар тузилган эди.
- **Улгуржи ва чакана савдо ташкилотлари.** Ушбу тоифа аниқ белгилаб берилмаган бўлиб, бирламчи назар ташлаганда, бу муносабатлар «ишлаб чиқарувчи ва чакана савдо» муносабатларидан фарқ қилмайди. Мазкур тоифага кирувчи бизнес турлари: майда буюмлар билан савдо қиладиган дўконлар, дорихона, супермаркетлар ва косметика сотувчи компаниялардир.
- **Чакана савдо ташкилотлари ўртасида.** «Кўча савдогарлари» билан тузиладиган аксарият келишувлар шу тоифага тегишли, бундай муносабатлар йирик савдо фирмаси ўз савдо тизimini ривожлантириш учун ушбу усулни танлаганда вужудга келади.

Манба: Мартин Мендельсон. «ФРАНЧАЙЗИНГ БЎЙИЧА ҚЎЛЛАНМА». Москва, «Сибли Интернэшнл, Инк», 1995

налишларини киритиш имкониятини ҳам яратади. Масалан, ёқилғи қуйиш шаҳобчасига ташриф буюрувчи ёқилғи қуйилгунча кўнғироқ қилмоқчи, бирон нарса сотиб олмоқчи, овқатланмоқчи ёки дам олмоқчи бўлиши мумкин. Бундай хизматларни бир нечта алоҳида корхоналар тақдим этишлари мумкин. Ва бу ерда, корхоналар орасида келишилган фирма усули ва фаолият услуви бўлиши катта аҳамиятга эга.

Бизнес-шакл франчайзинги ҳозирги кунда жуда кенг тарқалган. Масалан, АҚШда, экспертлар ҳисоби бўйича, умумий франчайзинг муносабатларнинг 75% ни бизнес-шакл франчайзинги ташкил этади.

Франшиза дўкони «Собери друзей» ўйинчоқлар устахона-дўкони франшизаси

Россия Федерацияси тажрибаси

«Собери друзей» ўйинчоқлар устахона-дўконида қуйидаги концепция амалга оширилмоқда. Болалар, ўсмирлар дўконга келиб, ўзлари ёки дўстлари учун ўз қўллари билан юмшоқ ўйинчоқ яратишлари мумкин. Болалар буни мустақил, ота-оналари ёки яқинлари билан биргаликда қилишлари мумкин. Маълум кўринишдаги ҳамда бирон товуш чиқарадиган (товушларни ҳам болалар ўзлари танлашлари мумкин) ўйинчоқлар, аксарият болаларда ҳавас уйғотади, ўз ижодий қобилиятларини намоён этган ҳолда, хурсандчилик билан мустақил ижод қилишади. Мазкур концепция а) савдо марказлари; б) болалар дам олиш мажмуаларида; в) болалар клуби, кафеларида; г) алоҳида турган дўкон; д) истироҳат боғларида кўчар устахона-дўкон кўринишида амалга оширилиши мумкин.

Франчайзер франчайзига қуйидагиларда кўмаклашади:

- устахона-дўконни ташкил этиш: устахона-дўкон дизайн лойиҳасини ишлаб чиқиш бўйича тавсиялар; устахона-дўкон учун жиҳоз танлаш ва ўрнатиш бўйича тавсиялар; жиҳоз ва чиқим материалларни етказиб бериш бўйича кафолат; ходимлар ёллаш бўйича тавсиялар; келувчиларга хизмат кўрсатиш бўйича тавсиялар.

- устахона-дўкон фаолияти бўйича: устахона-дўкон ишида қўлланиладиган, болаларга мўлжалланган «Собери друзей» дастурий мажмуаларни бериш; лойиҳанинг меъёрий ҳужжатлари (мувофиқлик сертификатлари) билан кўмаклашиш.

- маркетинг соҳасида: устахона-дўкон маҳсулот ва хизматларини юргизиш бўйича тавсиялар; реклама дастурлари ва спектакль сценарийларини бериш; қўлланиладиган тасвирий материаллар макетларини бериш; франчайзер сайтида устахона-дўкон ҳақида маълумот жойлаштириш; реклама воситаларидан самарали фойдаланиш бўйича тавсиялар; янгилашиб турадиган промо-материалларни етказиб бериш.

- устахона-дўкон фаолиятига тегишли барча масалалар бўйича маслаҳат бериш ва техник ёрдам.

Франчайзинг таклифи:

| | Кўчмас шаклда | Кўчар шаклда |
|-----------------------------|-------------------------------------|-------------------|
| Сармоялар ҳажми | 27400 АҚШ доллари | 16000 АҚШ доллари |
| Роялти | Мавжуд эмас | 100 АҚШ доллари |
| Кириш бадалли | 7000 АҚШ доллари | 3000 АҚШ доллари |
| Харажатлар қопланиш муддати | 8 ойдан бошлаб | 6 ой |
| Хонага талаблар | 40 кв.м. кам бўлмаган савдо хонаси. | |

Ўзбекистонда франчайзингнинг ҳуқуқий ва молиявий жиҳатлари

Франчайзинг муносабатларини тартибга солувчи ҳуқуқий-меъёрий база

Ўзбекистонда франчайзинг муносабатларини тартибга солувчи асосий ҳужжат Фуқаролик Кодекси, хусусан унинг 50 боби (франчайзинг) ҳамда 59, 62, 64, 65 боблари (интеллектуал мулк) ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодексида франчайзинг ҳақидаги келишув **комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномаси** деб аталади; франчайзер – **комплекс лицензиар**, франчайзи – **комплекс лицензиат**; мукофот эвазига бериладиган фавқулдда ҳуқуқлар – **лицензия комплекси деб** юритилади. **Лицензия комплекси** таркибига лицензиарнинг фирма номидан ва ҳимояланган тижорат маълумотидан, ва шу билан бирга, шартномада белгиланган бошқа махсус объектлардан (савдо белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси ва бошқалар) фойдаланиш ҳуқуқи киради.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси ҳақидаги шартнома франчайзернинг лицензия комплексини, тижорат тажрибаси ва номини маълум ҳажмда муайян фаолият турини амалга ошириш учун (франчайзердан олинган маҳсулотни сотиш, хизмат кўрсатиш, ишларни бажариш ва ҳ.к.) қўллашни назарда тутди. Шартномада амал қилиш муддати белгиланган ёки белгиланмаган бўлиши мумкин, шунингдек, франчайзи фаолият юритадиган ҳудуд белгиланган ёки белгиланмаган бўлиши мумкин. Тарафлар муносабатларида ноаниқликларга дуч келмаслик учун, ушбу масалаларни шартномада аниқ белгилаб қўйиш мақсадга мувофиқдир.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси ҳақидаги шартнома тарафлари сифатида фақат тижорат ташкилотлари ва тадбиркор сифатида рўйхатдан ўтган фуқаролар иштирок этишлари мумкин.

Франчайзи франчайзерга мукофотни миқдори белгиланган тўловлар (бир маротабалик ёки даврий), тушумдан ажратмалар, франчайзер берган маҳсулотнинг улгуржи нархига қўшимчалар ёки шартномада белгиланган бошқа шаклда тўлаши лозим.

Франчайзинг шартномаси шартлари соҳа, фаолият тури, ишлаб чиқариш хусусияти, ва бошқа кўп омилларга боғлиқ бўлади.

Қонунга мувофиқ, **франчайзер қуйидагиларни бажариши шарт:**

- франчайзига техник ва тижорат ҳужжатларни бериш ва комплекс тадбиркорлик лицензияси ҳақидаги шартномага асосан франчайзига бериладиган ҳуқуқларни амалга ошириш учун зарур бошқа маълумотларни бериш, ушбу ҳуқуқларни амалга ошириш масалалари бўйича франчайзи ва унинг ходимларига маслаҳат бериш;
- шартномада белгиланган лицензияларни белгиланган тартибда расмийлаштириб, франчайзига бериш;
- франчайзига доимий равишда техник ва консультатив қўмаклашиш, шу жумладан, ишчиларни ўқитиш ва малакаларини оширишга ёрдам бериш.

Шартномада франчайзернинг бошқа мажбуриятлари ҳам белгиланиши мумкин.

“Франчайзинг ҳақидаги келишув комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномаси деб аталади.”

*Ўзбекистон Республикаси
Фуқаролик Кодекси, 50- боб.*

Шартномада франчайзер – комплекс лицензиар, франчайзи – комплекс лицензиат деб аталади.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси ҳақидаги шартнома иштирокчилари бўлиб фақат тижорат ташкилотлари ва тадбиркорлик субъекти сифатида рўйхатдан ўтган фуқаролар иштирок этишлари мумкин.

Франчайзи мажбуриятлари:

- шартномада белгиланган фаолиятни амалга оширганда, франчайзернинг фирма номидан келишилган тарзда фойдаланиш;
- шартнома асосида ишлаб чиқарилаётган маҳсулот, тақдим этилаётган хизмат ёки бажарилаётган иш сифатини бевосита франчайзер томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулот, тақдим этилаётган хизмат ёки бажарилаётган иш сифатига мослигини таъминлаш;
- лицензия комплексига кирувчи фавқулодда ҳуқуқлардан фойдаланиш стандартларини таъминлаш мақсадида франчайзер томонидан берилган барча йўриқнома ва кўрсатмаларга риоя қилиш, шу жумладан, франчайзига берилган ҳуқуқларни амалга оширишда ишлатилаётган тижорат жойларининг ички ва ташқи безатиш бўйича берилган кўрсатмаларни аниқ бажариш;
- буюртмачиларга (харидорларга) маҳсулот (хизмат, иш) бевосита франчайзердан сотиб олинганда тақдим этиладиган қўшимча хизматлар мавжуд бўлса, франчайзи ўз фаолиятида худди шундай қўшимча хизматларни тақдим этиши шарт;
- франчайзернинг ишлаб чиқариш сирларини ва ундан олинган бошқа тижорат маълумотларни ошкор этмаслик;
- агар шартномада аниқ белгилаб ўтилган бўлса, келишилган миқдорда суб-лицензиялар бериш (унга тақдим этилган лицензия комплексидан фойдаланиш ҳуқуқларини ёки ушбу ҳуқуқларнинг қисмини бошқа шахсларга бериш);
- харидор (буюртмачилар)га энг тушунарли тарзда фирма номи, савдо белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси ёки бошқа идентификация воситасидан комплекс тадбиркорлик лицензияси асосида фойдаланаётганлиги ҳақида маълумот бериш.

Шартномада франчайзининг бошқа мажбуриятлари ҳам белгиланиши мумкин.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномасида **чекловчи (эксклюзив) шартлар** белгиланган бўлиши мумкин, жумладан:

- франчайзер томонидан франчайзи фаолият кўрсатувчи ҳудудда фаолият кўрсатиш ҳуқуқини берувчи комплекс лицензияларни бошқа шахсларга бермаслик мажбурияти ёки франчайзер ушбу ҳудудда бевосита мустақил фаолият кўрсатмаслик мажбуриятини ўз зиммасига олиши мумкин;
- комплекс тадбиркорлик лицензияси қўлланиладиган ҳудудда франчайзининг франчайзер билан рақобатлашмаслик мажбурияти;
- франчайзер рақоботдошларидан франчайзи томонидан бошқа комплекс тадбиркорлик лицензияларини олмаслиги;
- шартнома бўйича франчайзига берилган фавқулодда ҳуқуқларни амалга ошириш учун ишлатиладиган хоналар жойлашиши ва уларнинг ички ва ташқи безатилишини франчайзер билан келишиш мажбурияти.

Чекловчи шартлар натижасида қуйидаги ҳолатлар вужудга келса, улар қонунга мувофиқ кучга эмас деб эълон қилинади:

- франчайзер франчайзи маҳсулотига, ёки франчайзи томонидан бажарилаётган ишлар (хизмат) нархини белгилашга ҳақли бўлса ёки нархнинг юқори ва қуйи чегараларини белгиласа;
- франчайзи фақат айрим тоифадаги харидор (буюртмачи) ларга маҳсулот сотиши (хизмат кўрсатиши) мумкин, ёки фақатгина шартнома билан белгиланган ҳудудда жойлашган харидор (буюртмачи)ларга маҳсулот сотишга (хизмат кўрсатиши) ҳақли бўлса.

Франчайзи франчайзер томонидан берилган барча йўриқнома ва кўрсатмаларни бажариш мажбуриятини ўз зиммасига олади.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномасида чекловчи (эксклюзив) шартлар белгиланган бўлишлари мумкин, жумладан: комплекс тадбиркорлик лицензияси қўлланиладиган ҳудудда франчайзининг франчайзер билан рақобатлашмаслик мажбурияти.

Чекловчи шартлар монополияга қарши қонунчиликка зид келса, улар кучга эга эмас деб эълон қилиниши мумкин.

Бозордаги аҳвол ва томонларнинг иқтисодий ҳолатларини инобатга олганда, чекловчи шартлар монополияга қарши қонунчиликка зид келса, улар кучга эга эмас деб эълон қилиниши мумкин.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси ҳақидаги шартнома асосида франчайзи ишлаб чиқараётган (тақдим этаётган, бажараётган) маҳсулот (хизмат, иш) сифати талабга жавоб бермаслиги бўйича франчайзига қўйилган талаблар бўйича франчайзер **субсидиар жавобгарликка** тортилади. Яъни, агар франчайзи мижоз даъвосини қондиришдан бош тортса, ёки мижоз ўзининг талабига маълум муддат ичида жавоб олмаса, франчайзер жавобгарлиги вужудга келади. Бундай ҳолатда мижоз эътирози франчайзерга йўналтириши мумкин.

Агар комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномаси амалда бўла туриб, лицензия комплексига кирувчи фавқуллодда ҳуқуқнинг амал қилиш муддати тугаса, ёки бундай ҳуқуқ бошқа асосга кўра бекор қилинса, бекор қилинган ҳуқуққа тегишли қоидаларни истисно қилган ҳолда шартнома амалда қолади, франчайзи эса, бошқа ҳолат шартнома билан белгиланмаган бўлса, франчайзерга тўланадиган мукофот миқдорини тегишли равишда қисқартиришни талаб қилишга ҳақли.

Франчайзер ўз фирма номини ўзгартирса, франчайзинг шартномаси ўз кучини йўқотмайди ва, агар франчайзи шартномани бекор қилишни талаб этмаса, янги фирма номига нисбатан амалда бўлади. Шартнома амалда қолган тақдирда, франчайзи франчайзерга тўланадиган мукофот миқдорини тегишли равишда қисқартиришни талаб қилишга ҳақли.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномасига нисбатан **Фуқаролик кодексининг интеллектуал мулк тўғрисидаги қоидалари** қўлланилади. Франчайзинг шартномасида фойдаланиш ҳуқуқлари белгиланиши мумкин бўлган интеллектуал мулк объектлари сифатида қуйидагилар кўрилади:

- Электрон ҳисоблаш машиналар учун дастурлар ва маълумот базалари;
- Ихтиролар, фойдали моделлар, ишлаб чиқариш намуналари;
- Ошкор этилмайдиган маълумотлар, шу жумладан ишлаб чиқариш сирлари (ноу-хау);
- Фирма номи;
- Савдо белгилари (хизмат кўрсатиш белгилари);
- Қонунчиликда белгилаб берилган ҳолларда, интеллектуал фаолиятнинг бошқа натижалари ва индивидуаллаштириш воситалари.

Франчайзинг шартномаси тузилганда, интеллектуал мулк объектга мутлақо ҳуқуққа эгалик қилувчи шахс (бу ерда франчайзер) интеллектуал мулк объектдан фойдаланиш ҳуқуқини франчайзига беради, ва бу ҳолат шартномада аниқ ёритилиши шарт. Шартномада берилмаётган ҳуқуқ сифатида белгиланмаган ҳуқуқлар берилмаган ҳисобланилади.

Франчайзинг шартномасига кўра ёпиқ маълумот деб номланган, яъни учинчи шахсларга маълум бўлмаган техник, ташкилий, тижорат маълумотлари, шу жумладан ишлаб чиқариш сирлари (ноу-хау) берилиши мумкин. Агар учинчи шахсларга номаълумлиги ҳисобига бундай маълумот хозирги пайтда ёки истиқболда тижорат қийматига эга бўлса, қонуний асосда у сир сақланса ва маълумот эгаси унинг махфийлигини сақлаш учун чоралар кўраётган бўлса, ушбу маълумотни ҳимоялаш ҳуқуқи амалда бўлади. Ёпиқ маълумотни ноқонуний

Комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномасига нисбатан Фуқаролик кодексининг интеллектуал мулк тўғрисидаги қоидалари қўлланилади.

равишда фойдаланишдан ҳимоялаш ҳуқуқи ушбу маълумотга нисбатан расмий ҳаракатлар (қайд этиш, гувоҳнома олиш ва ҳоказо) бажарилган ёки бажарилмаганлигидан қатъий назар вужудга келади. Ёпиқ маълумотни қонуний асосиз ошкор этган ёки ундан ноқонуний равишда фойдаланган шахс, маълумотнинг қонуний эгасига ҳаракатлари билан етказилган зарарни қоплаши шарт.

Франчайзи шартнома асосида олинган маълумотлар махфийлигини таъминлаш учун зарур чораларни кўриши шарт, ва учинчи шахслардан маълумотни ҳимоялашда франчайзер билан бир хил ҳуқуқдан фойдаланади. Агар шартномада бошқа тартиб белгиланмаган бўлса, ва тегишли маълумотлар махфийлиги шартнома муддати тугагандан сўнг ҳам бекор қилинмаган бўлса, франчайзининг маълумотни ошкор этмаслик билан боғлиқ мажбурияти ва жавобгарлиги сақланиб қолинади.

Маҳсулот ишлаб чиқарилган жой каби интеллектуал мулк объектини франчайзинг шартномаси доирасида топширилиши мумкин эмаслигини ёдда тутиш зарур.

Фуқаролик Кодексида, комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномаси турларини ҳисобга олган ҳолда франчайзи унга берилган фавқуллодда ҳуқуқларни суб-лицензия асосида учинчи шахсларга фойдаланиш учун бериш имкониятини кўзда тутилган. Бундай шартнома мажбурий тарзда ҳуқуқ эгаси (франчайзер) билан келишилиши шарт ёки

Франчайзи шартнома асосида олинган маълумотлар махфийлигини таъминлаш учун зарур чораларни кўриши шарт.

Франшиза дўкони Mail Boxes франшизаси

Россия Федерацияси тажрибаси

Ҳозирги кунда **Mail Boxes Etc. (МВЕ)** тармоғи дунё бўйича 5,9 мингдан ортиқ марказларни (бизнес учун хизматлар мажмуаси) ташкил этади. Деярли ҳар бир иш куни дунё бўйича тармоқнинг камида яна битта маркази очилмоқда. **МВЕ** марказларида таклиф этилаётган хизматларнинг фарқловчи хусусияти – аниқ истеъмолчига йўналтирилганлиги, яъни унинг аниқ эҳтиёж ва афзал кўрган талабларини қондиришга қаратилганлигидир. **МВЕ** марказлари ҳар бир мижоз учун алоҳида хизмат кўрсатиш усулини қўллайди, ва натижада, марказ бетакрор рақобатбардошлик афзалликларига эга бўлади. Марказлар фаолиятининг асоси – мижозлар билан узоқ муддатли ва мустақкам ҳамкорлик муносабатларидир. Хизматларнинг асосий истеъмолчилари – кичик ва ўрта бизнес компаниялари. Тезлашиб бораётган тенденцияга асосланиб, бизнес-жараёнларнинг айрим қисмини бажариш мажбуриятини **МВЕ** марказлари ўз зиммасига олишлари мумкин (outsourcing). Шу билан, **МВЕ** марказлари бизнес юритишни енгиллаштириб, ўз мижозлари учун қадрли ёрдамчига айланиб қолишмоқда.

Тақдим этилаётган хизматлар: тезкор етказиб бериш; профессионал қадоқлаш; тезкор нашр ишларини бажариш; рангли ва оқ-қора нусха кўпайтириш; абонент қутиларни ижарага бериш; қадоқлаш ва канцелярия молларини сотиш; рақамли хизматлар; Интернетга уланган компьютерлар ижараси; ҳужжатларга фотосурат; CD ва DVD га ёзиш; ҳужжатларни сканерлаш.

Mail Boxes Марказни жойлаштириш нуқтасини танлаш ва марказ дизайнини тайёрлашда кўмаклашадиган, шунингдек, молиялаштириш дастурини танлаш, бошқарувчини ўқитиш, маркетинг материаллари ва фирма кийимини тақдим этиш, таъминотчилар билан шартномалар тузишда ўз ёрдамини беради. Очилишдан сўнг доимий равишда кўмак бериб борилади.

Франчайзига талаб: хона майдони – 80-150 кв.м. Хона уйларнинг биринчи қаторида, тижорат ёки тадбиркорлар зич яшайдиган туманда бўлиши керак. Туну-кун ишни таъминлаш учун, марказ алоҳида кириш-чиқиш жойига эга бўлиши шарт. Катта майдонли витринасимон ойналар мавжудлиги мақсадга мувофиқ бўлади. Марказ жойлашиши учун ертўла ва ярим ертўлалар тўғри келмайди. Мебель, хоналар жиҳозланиши ва уларнинг ички безаги корпоратив услубига мос бўлиши шарт, шунинг учун мебель ва бошқа анжомларни франчайзер ёки у томонидан тасдиқланган таъминотчидан сотиб олиш мумкин. Марказ фаолияти учун, одатда, 2-3 та менежер ва бошқарувчи етарли бўлади. Марказни бошқариш учун бошқарувчи ва 1-2 та менежер Москвада жойлашган Пилот марказида 2 ҳафта давом этадиган ўқув курсини тугатишлари керак.

Минтақавий франчайзернинг Пилот маркази жойлашган хона, франчайзи ўқитиш учун жойларни ҳисобга олган ҳолда 130-200 кв. метрни ташкил этиши керак.

олдиндан, комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномасида белгиланиб қўйилади. Шунингдек, шартномада франчайзинг маълум даврда маълум сонли, фаолият ҳудуди белгиланган ёки белгиланмаган суб-лицензиялар бериш мажбурияти белгиланиши мумкин.

Суб-лицензия асосида берилган ҳуқуқлар ушбу ҳуқуқлар билан фойдаланувчиинг асосий шартнома бўйича олган ҳуқуқларнинг ҳосиласи ҳисобланади ва берилган ҳуқуқлар чегарасидан ўтмайди. Шундай қилиб, иккиламчи франчайзи франчайзер билан бевосита шартномавий муносабатларда бўлмаса ҳам, вужудга келтирилган зарари учун франчайзер олдида жавоб беради.

Шартнома ёзма равишда тузилиши шарт. Бундан ташқари, шартнома франчайзерни рўйхатдан ўтказган **давлат органида** рўйхатдан ўтказилиши керак. Ўзбекистон Республикасида ҳўжалик юритувчи субъектларни рўйхатга олиш, уларнинг ташкилий-ҳуқуқий шакли, амалга ошираётган тадбиркорлик фаолияти ва хорижий капитал иштирокидан келиб чиққан ҳолда турли давлат органлари томонидан амалга оширилади. Агар шартнома асосида берилаётган фавқуллодда ҳуқуқлар мажмуасига ихтирога **патентланган ҳуқуқлар**, фойдали моделлар, ишлаб чиқариш намуналари, савдо белгилари киритилган бўлса, бундай шартнома патент идорасида рўйхатдан ўтказилиши шарт.

Комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномаси томонлар келишувига кўра ёки томонларнинг биронтаси шартларни кўпол равишда бўзган ҳолда ёхуд шартнома тузишда томонлар келиб чиққан шароит кескин ўзгариб кетган бўлса, суд қарорига асосан **ўзгартирилиши ёки бекор қилиниши** мумкин. Кўпол равишда шартларни бузиш деб томонларнинг бири шартнома шартларини бажармаганлиги оқибатида иккинчи томонга келтирилган зарар миқдори, у кўзлаган фойданинг муҳим қисми йўқолишига олиб келиши тушунилади. Шароит ўзгариши натижасида вужудга келган шароитлар аввал бўлганида, ушбу шартнома умуман тузилмаса ёки сезиларли даражада фарқли шартларда тузилса, бундай ўзгаришлар кескин деб тан олинади.

Агар шартнома ўзгартирилишига ёки бекор қилинишига асос томонларнинг бири ўз мажбуриятларини бажармаганлиги бўлса, иккинчи томон шартнома ўзгартирилиши ёки бекор қилиниши натижасида унга етказилган зарарни қоплаш талабини қўйишга ҳақли.

Бундан ташқари:

- Лицензия комплексига киритилган фирма номидан фойдаланиш ҳуқуқи тугаса, фирма номини янги фирма номига алмаштирмасдан шартнома бекор қилинади.
- Шартномани тўлиқ ёки қисман бажаришдан бир томонлама бош тортиш имконияти шартномада белгиланган бўлиши мумкин. Бунда бир томон қандай ҳолатларда шартноманинг айрим шартларидан озод бўлиши аниқ кўрсатилиши керак.
- Томонларнинг ҳар бири, агар шартномада хабар бериш муддати бошқача белгиланмаган бўлса, иккинчи томонни олти ой аввал огоҳлантириб, муддатсиз франчайзинг шартномасини бекор қилиши мумкин.

Шартномага ўзгартириш киритиш ёки уни бекор қилиш ҳақидаги келишув, шартнома тузилган тартибда амалга оширилади.

Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига мувофиқ тузилган франчайзинг шартномасининг намунаси 2-сонли Иловада келтирилган.

Шартнома ёзма равишда тузилиши шарт ва франчайзерни рўйхатдан ўтказган давлат органида рўйхатдан ўтказилиши керак.

Шартномани тўлиқ ёки қисман бажаришдан бир томонлама бош тортиш имконияти шартномада белгиланган бўлиши мумкин.

Бухгалтерия ҳисоби ва солиққа тортиш хусусиятлари

Интеллектуал мулк объектларидан (масалан, савдо белгиси) фойдаланиш ҳуқуқларини бошқа шахсга бериш номоддий активлар билан операциялар қаторига киради. Бухгалтерия ҳисобида бундай амалиётлар лицензия ва лицензиат ўртасидаги шартнома асосида қайд этилади.

Номоддий активлар бухгалтерия ҳисобининг хусусиятлари
3-сонли Иловада батафсил тушунтирилган.

7-сонли Бухгалтерия ҳисобининг миллий стандартига мувофиқ, номоддий активлар –хўжалик юритувчи субъектлар хўжалик фаолиятида ёки бошқарувда фойдаланиш учун улар томонидан назорат (эғалик) қилинаётган ҳамда узоқ муддат (бир йилдан кўпроқ) давомида фойдаланиш учун мўлжалланган, моддий-ашёвий таркибга эга бўлмаган мулк объектларидир.

Бухгалтерия ҳисобида хўжалик юритувчи субъектнинг номоддий активлар таркибида қуйидагилар қайд этилади: патент, лицензия, интеллектуал мулк, савдо белгилари (шу жумладан, фирма белгиси ва чоп этиладиган номланишлар), фавқулдда ҳуқуқлар, компьютер дастурий таъминоти, муаллифлик ҳуқуқлари, мижозлар рўйхати, маркетинг ҳуқуқлари, импорт квоталари, ташкилий харажатлар (янги хўжалик юритувчи субъектни ташкил этиш билан боғлиқ харажатлар, яъни бошланғич харажатлар), ноу-хау, бозор ҳақида маълумотлар, гудвилл (фирма қиймати), техник кўникмалар ва бошқалар.

Номоддий актив қуйидаги ҳолатларда актив сифатида ҳисобга олинади: а) агар у а) актив талабига жавоб берса; б) ўлчамга эга; в) аҳамиятга эга; г) ҳаққоний; д) истиқболда иқтисодий самара ва даромад олиб келса; е) аниқланиши мумкин (яъни, ундан, у қўлланилаётган ишлаб чиқаришдан алоҳида фойдаланиш имконияти бўлса).

Сотиб олинганда, номоддий актив сотиб олинган қиймат асосида ҳисобга олинади лозим. Сотиб олиш қиймати таркибига ушбу номоддий активни сотиб олиш билан боғлиқ барча харажатлар киради, шу жумладан харид нархи, етказиб бериш харажатлари ва юридик харажатлар ва харид билан боғлиқ ҳар қандай бошқа харажатлар. Агар номоддий активлар пулсиз асосда (бартер йўли билан) олинса, унинг нархи мақбулликка қараб ушбу актив эвазига берилган мулкнинг бозор қийматидан ёки олинган ҳуқуқларнинг бозор қийматидан келиб чиққан ҳолда аниқланади.

Номоддий актив қиймати амал қилиш муддати ёки номоддий активнинг амал қилиш тахминий муддати ўтиши давомида камайтирилиши лозим.

Номоддий активларни сотиш ёки бепул асосда бериш билан боғлиқ айланмалар қўшимча қиймат солиғи (ҚҚС) га тортилади. Номоддий актив бепул берилганда, ҚҚС тўловчиси сифатида берувчи томон тушунилади. Аммо франчайзинг муносабатларида номоддий активлар объектлари эмас, балки улардан фойдаланиш ҳуқуқлари берилади. Бу ҳолатда франчайзерга тегишли номоддий активлар қиймати ва уларнинг эскириши ўзгармайди ва ҳисобда фақат номоддий активларнинг тегишли объектларига ҳуқуқни сотишдан даромад кўрсатилади.

Франчайзига келсак, франшизанинг дастлабки қийматини капитализация қилиниб, кейинчалик харажатларга олиб борилиши керак. Агар франшиза маълум муддат билан чекланган бўлса, франшиза қиймати айни шу муддат ичида амортизация қилиниши керак. Агар аниқ муддат белгиланмаган бўлса, амортизация миқдори франшизанинг амал қилиш ҳаққоний муддатидан келиб чиққан ҳолда даврий баҳолаш билан ҳисобланади. Баҳолаш аввалги баҳолашни қайта кўриб чиқиш заруриятини аниқлаш мақсадида амалга оширилади. Аммо тўлиқ амортизация даври 40 йилдан ортиқ бўлиши мумкин эмас.

Бухгалтерия ҳисоби Миллий стандартига мувофиқ, интеллектуал мулк объектларидан (масалан, савдо белгиси) фойдаланиш ҳуқуқларини бошқа шахсга бериш номоддий активлар билан операциялар қаторига киради.

Франчайзер ва франчайзи номоддий активлар бухгалтерия ҳисоби хусусиятларини тушунишлари керак.

Франчайзи томонидан франчайзерга хизматлар учун (масалан, реклама кампаниясини олиб бориш, ташкилий масалалар бўйича маслаҳат бериш ва ҳоказо) тўланадиган йиллик ва жорий тўловларни амалга оширилган харажатлар ҳисобига киритиш лозим, чунки улар келажакда ҳисобланадиган даромад олиб келишмайди. Агар франшиза қийматини йўқотса ёки қонун асосида бекор қилинса, амортизация қилинмаган миқдорни дарҳол зарар ҳисобига ўтказиш шарт.

Қуйида айрим солиқларни тўлаш хусусиятларини кўриб чиқамиз:

Фойда солиғи. Интеллектуал фаолият натижалари ва индивидуаллаштириш воситаларидан (хусусан, ихтиро патентларидан чиқиб келадиган ҳуқуқлар, ишлаб чиқариш намуналари ва интеллектуал мулкнинг бошқа шакллари) фойдаланиш ҳуқуқлари учун даврий (жорий) тўловларни франчайзи ишлаб чиқариш ва сотиш билан боғлиқ бошқа харажатлар таркибига киритади. Демак, бу маблағлар солиққа тортиладиган базани камайтирувчи харажатлар сифатида кўрилади.

Бундан ташқари, солиққа тортиладиган базани камайтирувчи бошқа харажатлар таркибига франчайзи томонидан франчайзерга тўланадиган бошқа тўловлар ҳам киради:

- Лицензия келишуви бўйича ҳуқуқ эгаси билан тузилган шартномага асосан электрон-ҳисоблаш машиналар учун дастурий таъминот ва маълумот базаларидан фойдаланиш ҳуқуқини харид қилиш билан боғлиқ харажатлар. Шунингдек, мазкур харажатлар таркибига дастурий таъминот ва маълумотлар базасини янгилаш билан боғлиқ харажатлар киради;
- Солиқ тўловчи фаолиятини амалга ошириш учун учинчи юридик ва жисмоний шахслар томонидан амалга оширилган иш ва хизматлар қиймати бўйича тўловлар;
- Бозорни ўрганиш, реклама харажатлари;
- Маслаҳат ва маълумот хизматлари учун тўловлар;
- Солиқ тўловчи фаолиятида талаб этилаётган ходимларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш билан боғлиқ харажатлар;
- Солиқ тўловчи фаолиятида талаб этилаётган ўзга шахарлик ёки хорижий мутахассисларни ишга таклиф этиш билан боғлиқ харажатлар.

Шундай қилиб, солиқ қонунчилиги франчайзерга тўланадиган асосий жорий тўлов турларини харажатлар ҳисобига ўтказиш имкониятини беради.

Қўшимча қиймат солиғи. Интеллектуал мулк объектларидан фойдаланиш ҳуқуқини бериш билан боғлиқ фаолият хизмат ҳисобланади, шунинг учун ҚҚС га тортиладиган объект ҳисобланади. Яъни, шартнома бўйича амалга оширилган тўловлар бўйича, франчайзер франчайзига ҚҚС ажратилган ҳисоб-фактура кўйиши керак.

Агар франчайзер ягона солиқ тўловчиси бўлган юридик шахс ҳисобланса, у франчайзига “ҚҚС сиз” деб кўрсатилган ҳисоб-фактура кўяди ва бу ҳолда ҚҚС ундирилмайди.

Агар франчайзер сифатида Ўзбекистон Республикаси солиқ органларида солиқ тўловчи сифатида қайд этилмаган хорижий компания иштирок этса, бошқа тартиб қўлланилади. Бу ҳолатда франчайзер хизматлари амалга ошириш ҳудуд деб франчайзер рўйхатдан ўтган мамлакат ҳисобланади. Бинобарин, Ўзбекистон компанияси хизматлар импортери ҳисобланади ва хорижий ком-

Солиқ тўлашда франчайзинг муносабатлари хусусиятларини инобатга олиш лозим.

Интеллектуал фаолият натижалари ва индивидуаллаштириш воситаларидан фойдаланиш ҳуқуқлари учун даврий (жорий) тўловларни франчайзи ишлаб чиқариш ва сотиш билан боғлиқ бошқа харажатлар таркибига киритади ва шу билан солиққа тортиладиган базани камайтиради.

панияга нисбатан солиқ агенти вазифасини бажаради. Хизмат тақдим этилганлиги ҳақида ҳужжат имзолангандан сўнг, франчайзи белгиланган солиқ ставкаси бўйича солиқ миқдорини ҳисоблаб, уни бюджетга ўтказиши лозим. Франчайзерга эса франчайзи тўлов миқдорини ҚҚСсиз тўлайди.

Франчайзинг механизмини қўллаган ҳолда бизнесни ривожлантириш

Франчайзинг – савдо тармоғини кенгайтиришнинг самарали усули.

Франчайзинг бизнес бошқарувини децентрализациялашнинг самарали усули бўлиши мумкин.

Франчайзинг ҳудудий экспансия ва савдо тармоғини яратиш масаласи ечимини сезиларли даражада енгиллаштиради.

Франчайзер учун манфаатли жиҳатлар

Нима учун корхоналар франчайзер фаолиятини бошлашади? Бундай қарор қабул қилиш учун тўртта асосий сабаб мавжуд:

1. Ишлаб чиқариш ва бошқарув технологияларини ўзлаштириб, бозорда маълум ўринни эгаллаганидан сўнг, тадбиркор **ўз бизнесини янги ҳудудларга тарқатиш** имкониятлари ҳақида ўйлай бошлайди. Ҳудудий экспансияни икки усулда амалга ошириш мумкин – филиаллар тармоғини яратиш ёки франчайзинг тармоғини яратиш, уни ривожлантириш.
2. Франчайзинг – **савдо тармоғини кенгайтиришнинг самарали усули**. Бу ўз фирма дўконлар тармоғини яратишнинг ўрнини босувчи усул. Бу ерда гап маҳсулот франчайзинги ҳақида кетаётгани, тушунарли деб ўйлаймиз.
3. Франчайзинг **бизнес бошқарувини децентрализациялашнинг самарали усули** бўлиши мумкин. Ҳар қандай бизнес йириклашиши бошқарув жараёни мураккаблашувига олиб келади, ва қайсидир пайтда ўта йириклашиб кетган бизнесни бўлиш зарурияти пайдо бўлади. Децентрализацияни амалга ошириш усулларида бири – ўз филиал ва савдо нуқталарини франчайзига айланттириш.
4. Франчайзинг тармоғини яратиш орқали асосий фаолият билан мослашган **янги фаолият турларини ўзлаштириб олиш** мумкин. Масалан, ёқилғи қуйиш тармоғи ўз ичига машина ювиш, кафе, катта бўлмаган дўконларни қамраб олса, у бундан фақат фойда топади. Бундай ёрдамчи корхоналарни франчайзинг шартномаси асосида ташкил этиш жуда қулай, бу ҳолат “қисман франчайзинг” деб номланади.

Илгари айтилганидек, ҳудудий ва савдо экспансиясини филиаллар тармоғи ёки ўз савдо шахобчаларини очиш йўли билан амалга ошириш мумкин. Аммо бу усул бино, жиҳозларга йирик харажатларни ва жойларда фаолият олиб борилишини назорат қилувчи йирик ва ўзига хос қийин бошқарув тизимини талаб қилади. Ҳар бир тадбиркорнинг молиявий, ташкилий ва жисмоний имкониятлари чекланганлиги ҳаммага аён. Бундан ташқари, янги жойда ташкил этилган бизнес самарали бўлмаслиги эҳтимоли мавжуд, яъни сарфланган маблағлар қопланмаслиги мумкин. Тадбиркор маҳаллий шароитлар билан таниш бўлмаса, таваккалчилик даражаси ошиб боради.

Франчайзинг ҳудудий экспансия ва савдо тармоғини яратиш масаласи ечимини сезиларли даражада енгиллаштиради.

Биринчидан, франчайзер одатда ўз маблағларини янги фаолиятга сармоя қилмайди. Унинг харажатлари франчайзига бериладиган технологияни тизимлаш ва ҳужжатлаш билан чекланиб қолишади. Буни эса бир маротаба қилиб, зарурият бўлганда яратилган услубга ўзгартириш киритиш мумкин. Франчайзини ўқитиш, аксарият ҳолларда, франчайзи ҳисобидан амалга оширилади.

Иккинчидан, ташкилий харажатлар жиддий равишда қисқаради. Албатта, франчайзер франчайзи фаолияти ривожланиши учун ёрдам бериш керак, унинг иш сифатини назорат қилиши керак. Аммо янги бўлинма яратишдан кўра, бундай назорат ва ёрдам учун камроқ уринишлар талаб этилади. Франчайзи фаолиятига ўз пулларини сарфлаганлиги учун, уни ёлланма менежерларга нисбатан камроқ назорат қилишга тўғри келади. Ва ниҳоят, ёлланма ишга қараганда ўз

бизнесига эга бўлиш бир қанча устунлик бериши ҳисобига, яхши менежер топишдан кўра, яхши франчайзи топиш осонроқ, ва бу франчайзерга кадр масалаларини ҳал этишда осонлик яратади. Охириги омил баъзи пайтда ўта муҳим бўлиб қолиши натижасида, баъзи франчайзерлар фақатгина қумуш франчайзинг билан шуғулланишади, яъни улар ўзлари филиал яратиб, уни франчайзига фойдадан фоиз эвазига эгаликка беришади. Бошқача айтганда, улар учун франчайзинг, энг аввало, кадр масалаларини ҳал этиш йўлидир.

Шундай қилиб, франчайзинг схемасини қўллаш натижасида, мустақил равишда компанияни кенгайтиришдаги ўсиш даражасига нисбатан бизнес тез тарзда ўсишига имконияти вужудга келади.

Учинчидан, янги лойиҳанинг тижорат муваффақиятсизлиги таваккалчилиги франчайзи зиммасига тушади. Бунда франчайзи маҳаллий шароитлар билан яхши танишлигини инобатга олиш лозим, яъни бошқа шартлар бир хиллигида унинг муваффақиятга эришиш имкониятлари юқорироқ бўлади.

Тўртинчидан, франчайзинг ошиб бориш усулида ривожланади, ҳар бир янги франчайзи бренд таниқлигини ошириб боради, бу эса янги франчайзиларни қизиқтиради ва бу жараённинг охири мавжуд эмас. Мазкур бизнес олиб бориш шаклининг бетакрорлиги шундан иборат.

Шундай қилиб, франчайзинг схемасини қўллаш натижасида мустақил равишда компанияни кенгайтиришдаги ўсиш даражасига нисбатан бизнес тез тарзда ўсишига имконият вужудга келади.

Франчайзингдан децентрализация усули сифтида фойдаланиш ҳақида гапирсак, бу ерда франчайзернинг асосий фойдалари қуйидагилардан иборат:

- **харажатлар камайиши ва ишлаб чиқариш ваёки сотув ҳажми ошиши** (янги эгаларнинг юқори даражали шижоати ҳисобига);
- **бошқарув харажатлари тежамлиги** (компаниянинг собиқ бўлинмаларининг мустақиллиги ошиши ҳисобига);
- **бизнеснинг умумий молиявий самарадорлиги ошиши** (кам даромадли ёки даромадсиз филиал ва савдо нуқталарини сотиш ҳисобига);
- **янги сармоялар жалб этилиши** (филиал ва савдо нуқталарни янги эгаларга сотиш ҳисобига).

Франчайзинг тармоғи жойлардаги аҳвол ҳақида билимга, бизнесни такомиллаштириш бўйича янги ғояларга эга бўлишга ёрдам беради.

Бундан ташқари, ҳар бир франчайзер (франчайзинг тармоғини яратишга олиб келган дастлабки сабаблардан қатъий назар) кўшимча устунликларга эга:

- Унда **янги даромад манбаи**, яъни савдо белгиси учун франчайзи тўлови пайдо бўлади;
- **Янги савдо бозорлари** қамраб олинади (энг аввало, бу маҳсулот франчайзингига, яъни франчайзер маҳсулотини франчайзи орқали сотилишига алоқадордир);
- **Бозорда** унинг маҳсулоти/хизматлари **улуши ошади**, бу эса талаб ва нархларга таъсир ўтказиш имкониятларини оширади;
- Франчайзи билан алоқалари ҳисобига, франчайзер **жойлардаги аҳвол ҳақида билимга, бизнесни такомиллаштириш бўйича янги ғояларга эга бўлади**;
- Франчайзинг минтақалардаги **рақобатчилар билан муваффақиятли курашишда ёрдам** беради, уларга рақобат ва нарх рақобати ўрнига ўзаро фойдали шартларда франшиза таклиф этиш орқали;
- Франчайзинг “**қароқчилик**” билан, яъни ноқонуний равишда маркали маҳсулотни тарқатиш, савдо белгисини қалбакилаштириш билан муваффақиятли курашиш усулидир. Франчайзер франчайзи кўринишида минтақавий даражада унинг савдо белгиси ва тижорат манфаатларини ҳимояловчи, фаол ва манфаатдор-тарafdорига эга бўлади;

Франчайзинг “қароқчилик” билан, яъни ноқонуний равишда маркали маҳсулотни тарқатиш, савдо белгисини қалбакилаштиришга қарши курашишнинг яна бир самарали усулидир.

- Франчайзинг маҳсулот/хизмат тарқатиш даражасида **кичик корхоналарга хос фойдали хусусиятларни** франчайзер томонидан фойдаланиш имкониятини яратади, масалан, маҳаллий истеъмолчиларнинг талабларини билиш, узайтирилган иш вақти, нарх сиёсатида мослашувчанлик.

Франчайзер қийинчиликлари ва хавфларини баҳолаш

Франчайзер қандай таваккалчилик ва қийинчиликларга учраши мумкин?

Энг катта хавф – франчайзи томонидан йўриқнома, стандарт ва бошқа керакли талаблар бажарилмаслиги натижасида обрўсини йўқотиш эҳтимоли.

1. Энг катта хавф – франчайзи томонидан йўриқнома, стандарт ва бошқа керакли талаблар бажарилмаслиги натижасида **обрўсини йўқотиш эҳтимоли**. Бу ҳолатда истеъмолчиларнинг салбий фикри ўз-ўзидан бутун франчайзинг тармоғига нисбатан тарқалади.

Бу муаммонинг яна бир томони шундаки, ЎзР Фуқаролик Кодексининг 869-моддасига биноан, франчайзинг шартномаси асосида франчайзи ишлаб чиқараётган (тақдим этаётган, бажараётган) маҳсулот (хизмат, иш) сифати талабга жавоб бермаслиги бўйича франчайзер субсидиар (франчайзидан кейин иккиламчи) жавобгарликка тортилади. Яъни шартномада келишилган технология франчайзи томонидан бузилган бўлса ҳам, жавобгарлик вужудга келади (ваҳоланки, эътирозлар кўпинча айти шундай ҳолатларда пайдо бўлади).

ЎзР Фуқаролик Кодексининг 869-моддасига биноан, франчайзинг шартномаси асосида франчайзи ишлаб чиқараётган (тақдим этаётган, бажараётган) маҳсулот (хизмат, иш) сифати талабга жавоб бермаслиги бўйича франчайзер субсидиар (франчайзидан кейин иккиламчи) жавобгарликка тортилади.

| Франчайзер учун фойдали жихатлар ва дуч келиши мумкин бўлган хавфлар | |
|---|--|
| Фойдалари | Хавфлари |
| <ul style="list-style-type: none"> • янги даромад манбаи; • янги савдо каналлари; • янги бўлинма яратиш билан боғлиқ харажатларнинг камлиги; • тармоқни бошқариш харажатларининг пастлиги; • тижорат хавфлари франчайзи зиммасига тушади; • жойлардаги аҳволни билиш, бизнесни такомиллаштириш бўйича янги ғоялар; • “қароқчилик”ка қарши самарали восита. | <ul style="list-style-type: none"> • обрў йўқотиш хавфи; • франчайзи томонидан шартнома бекор қилиниши хавфи; • махфий маълумот бериш натижасида рақобат устунликларини йўқотиш хавфи; • франчайзининг виждонсиз ҳаракатлари хавфи; • франчайзинг тизимининг фаолияти ўта меъёрда тартибга солиниши ва шу йўл билан мураккаблашиб кетиши. |

2. Керакли технологияларни ўзлаштириб, бозорда мустаҳкам ўринни эгаллаганидан сўнг **франчайзи томонидан шартнома бекор қилиниши хавфи**. Бунда франчайзер, биринчидан, тармоқ иштирокчисини ва шу билан бирга бозордаги улуш қисмини йўқотади. Иккинчидан, унинг кучли ва заиф томонларини яхши биладиган хавфли рақобатчига эга бўлади. Учунчидан, франчайзи шартномани бекор қилганидан сўнг, харидор эътибор бермайдиган баъзи белгиларни ўзгартириб, савдо белгиси ва фирма услубидан фойдаланишни давом этиши хавфи мавжуд.

3. Махфий маълумот франчайзи томонидан рақибларга ошкор этилиши натижасида **рақобат устунликларини йўқотиш хавфи**.

Франчайзер франчайзи томонидан даромадларининг ҳақиқий миқдори яширилишига дуч келади. Мақсад – роялти тўлови миқдорини камайтириш.

Франчайзинг тизимининг фаолияти ўта меъёрда тартибга солиниши франчайзинг мустақил равишда иш олиб боришида ва ривожланиш имкониятларини чеклаб қўйиши мумкин.

Бизнесни франчайзингга айлантиришдан аввал, у франчайзингга мослигига ишонч ҳосил қилиш керак.

4. Франчайзининг виждонсиз ҳаракатлари. Аксарият ҳолларда, франчайзер франчайзи томонидан даромадларининг ҳақиқий миқдори яширилишига дуч келади. Мақсад – роялти тўлови миқдорини камайтириш. Шунинг учун ҳам, бизнес юритиш шароитлари шаффоф бўлмаган собиқ иттифоқ ҳудудида роялти миқдори тушум ёки фойда ҳажмига боғлиқ бўлишнинг ўрнига бир миқдорда белгиланган бўлади.

Баъзи ҳолатларда франчайзи харажатларни талаб қиладиган ва хоналарни таъмирлаш ва безатиш, жиҳозларни янгилаш, хизмат кўрсатиш стандартларини таъминлаш билан боғлиқ мажбуриятларини бажаришдан бош тортишга уринади.

Баъзи ҳолатларда эса франчайзи маҳсулотни франчайзердан эмас, балки ўзга таъминотчилардан сотиб олади. Айрим ҳолатларда, франчайзи франчайзердан кредит олиб, қочиб кетади. Бу ҳолатда кредит берувчилар билан боғлиқ муаммолар франчайзер зиммасига тушиши табиий ҳол.

5. Франчайзи томонидан муҳим маълумотни яшириш ва/ёки бозор ҳолати ҳақида нотўғри тушунча берувчи ёлғон маълумот бериш.

Юқорида келтирилган мисоллардан франчайзер учун асосий муаммо франчайзи билан бўлган муносабатларни ҳар томонлама муваффақиятли бошқаришдан иборатлиги яққол кўриниб турибди. Шунинг учун, франчайзер қуйидагиларни бажариши ўта муҳим:

- ҳуқуқларини ҳимоялайдиган шартномани савияли тузиш;
- франчайзи фаолияти технологиясини пухта ишлаб чиқмоқ;
- франчайзи танлаш ва ўқитиш самарали механизмини пухта ишлаб чиқмоқ;
- франчайзи фаолияти устидан жорий мониторинг олиб бормоқ;
- янги маълумотга тезкор таъсирланиб, тегишли равишда бошқариш тизими ва иш олиб бориш усулларига ўзгартириш киритиш.

Франчайзи билан шартномавий муносабатларни шакллантиришда ва жорий иш олиб боришдаги хатоликлар низо, ишонч йўқолиши, обрў даражаси пасайиши, маълум ҳудудларда ривожланиш имкониятлари чекланиши ва бошқаларга олиб келиши мумкин.

Бундан ташқари, бевосита **франчайзер томонидан тармоқни самарали бошқариш билан боғлиқ хавфлар мавжуд:**

6. Тизимни ўта меъёрлаш франчайзининг мустақил фаолиятини ва ривожланишини чеклаб қўйиши мумкин, ва натижада, бутун франчайзинг тармоғи ривожини ҳам секинлашади.

7. Маълумот ва янги ғояларга номувофиқ таъсирланиш рақобатбардош тижорат ғоялари бошқаларга ўтиб кетиши эҳтимолини оширади, бу эса ўз навбатида франчайзинг тармоғи ривожланишига салбий таъсир кўрсатади ва рақобатчиларга нисбатан аввал чора кўриш имкониятларини заифлаштиради.

Франчайзер бўлишга тайёргарликни баҳолаш

Бизнесни франчайзингга айлантиришдан аввал, у франчайзингга мослигига ишонч ҳосил қилиш керак. Франчайзинг тизимини яратиш имкониятларини аниқлаш учун бир қатор тамойилларни кўриб чиқиш лозим бўлади:

- тақлиф этилаётган маҳсулот/хизматлар амалий синовдан ўтган ва франчайзер ўз нуқталарини очмоқчи бўлган ҳудудларда ушбу маҳсулот/хизмат турларига мустаҳкам талаб мавжудлиги. Бу талабнинг асосий мақсади франчайзида яроқли бизнесга маблағ сармоя қилаётганига ишонч ҳосил қилишдир.

Франчайзер франчайзига таъминлаб бериши керак бўлган жараён ва тизимлар оддий, ўрганиб олишда осон ва ишга туширишда кўп вақтни талаб этмаслиги керак.

- Маҳсулот/хизмат ажратиб турувчи хусусиятларга эга ва уларга барчага маълум савдо белгиси ёки савдо маркаси кўмаклашиб турганлиги. Бунинг натижасида франчайзига эришилиши мушкул ва ўта қимматли тижорат активни таклиф этиш мумкин. Маҳсулот ягоналигини ҳимоялаш учун савдо белгиси ёки фирма белгисини рўйхатдан ўтказиш мақсадга мувофиқ бўлади. Бунда белги ёки марка осон айтиладиган, қисқа, хушовоз ва ёдда турадиган бўлиши керак.
- Франчайзер франчайзига берадиган жараён ва тизимлар оддий, ўзлаштиришда осон ва ишга тушириш учун кўп вақтни талаб этмасликлари керак. Шунинг учун франчайзер фаолияти тизимлаштирилиши, таркибий қисмларга бўлиниши, стандартлаштирилиши ва аниқ таърифланиш имкониятларини ўрганиб чиқиш лозим.
- Франчайзини керакли билим ва кўникмаларга бир-икки ҳафтадан ошмаган қисқа муддатда ўқитиш мумкин.
- Соф фойда миқдори франчайзер ва франчайзига маъқул даромад даражасини таъминлаши шарт.

Жадвал: Корпоратив тармоқ яратилишининг шартли ҳисоблаш намунаси

| Уч йил учун фаолият кўрсаткичлари | Филиаллар яратилиши | Франшиза сотилиши | Дистрибьюторлар билан ишлаш |
|--|---------------------|-------------------|-----------------------------|
| Уч йил ичида ташкил этилган минтақавий бўлинмаларнинг сони (дона.) | 3 | 10 | 15 |
| Битта бўлимга талаб этиладиган дастлабки сармоя миқдори (АҚШ доллари) | 10 000 | 10 000 | 5 000 |
| Тармоқни бошқариш тизимини яратиш учун зарур сармоялар (филиал, франчайзи ёки дистрибьюторлар тармоғига, АҚШ доллари) | 10 000 | 25 000 | 10 000 |
| Умумий сармоя миқдори (барча сармоялар йиғиндиси, АҚШ доллари) | 40 000 | 125 000 | 85 000 |
| Шу жумладан: | | | |
| Бош ташкилот томонидан амалга ошириладиган (АҚШ доллари) | 40 000 | 25 000 | 10 000 |
| Бўлинмалар томонидан амалга ошириладиган (АҚШ доллари) | 0 | 100 000 | 75 000 |
| Битта бўлинманинг уч йиллик фойдаси (АҚШ доллари) | 15 000 | 16 000 | 10 000 |
| Битта бўлинманинг бош ташкилот фойдасига ажратмаси миқдори (филиал – фойданинг 80%, франчайзи - 10%, АҚШ доллари) | 12 000 | 1 600 | 0 |
| Бўлинмалар ҳисобидан бош ташкилот умумий фойдаси (АҚШ доллари) | 36 000 | 16 000 | 0 |
| Тармоқ ривожланиши ҳисобига харид ҳажмларининг истиқболли ўсиши (маротаба) | 1,6 | 3,2 | 2,2 |
| Савдо ҳажмидан бош ташкилот фойдасига ажратмалар (савдо устамалари) (савдо ҳажми ўсишига мутаносиб, АҚШ доллари) | 9 600 | 19 200 | 13 200 |
| Тармоқ ривожланиши ҳисобига бош ташкилотнинг умумий фойдаси (бўлинмалар томонидан бош ташкилот фойдасига савдо ҳажмидан тушган фойда ва ажратмалар йиғиндиси, АҚШ доллари) | 45 600 | 35 200 | 13 200 |
| Тармоқ ривожланиши ҳисобига соф фойда (сармояларни айирган ҳолда, АҚШ доллари) | 5 600 | 10 200 | 3 200 |

Франчайзига мунтазам равишда техник кўмак ва ёрдам бериш механизмини яратиш учун шароитлар мавжуд бўлиши керак.

Шунингдек, қуйидаги қўшимча тамойиллар ҳам аҳамиятга эга:

- Франчайзига мунтазам равишда техник кўмак ва ёрдам бериш механизмини яратиш учун шароитлар мавжуд бўлиши керак. Агар франчайзер франчайзи билан кўмаклашиш ва мониторинг олиб бориш учун боғланиш имкониятларига эга бўлмаса (масалан, ҳудудлар бир биридан узоқлиги сабабли), у ўз вазифаларини бажаришда ва тармоқни назорат қилишда муваффақиятсизликка учраши мумкин.
- Франшиза сотиб олиш истагини билдирувчилар сони катта бўлиши керак. Битта-иккита франчайзи учун тармоқ яратиш мақсадга мувофиқ бўлмайди, акс ҳолда, керакли технология ва тармоқ “ўйин қоидалари”ни жорий этиш билан боғлиқ харажатлар қопланмай қолади.

Мен франчайзер бўлишга тайёрманми?

Бизнесингиз франчайзинг тармоғига қайта ташкил этилишига тайёргарлигини аниқлаш учун қуйида келтирилган саволларга виждонан жавоб беришга ҳаракат қилиб кўринг:

- Сиз ишлаб чиқараётган/сотилаётган маҳсулот/хизматларни оммабоп маҳсулот деб аташ мумкинми, яъни улар бозорда ажралиб туриб, маълум бир марка ёки фирма номи билан бирлашганми?
- Сизнинг маҳсулот/хизматларингизга, франчайзига яхши даромад олиш имкониятини берувчи талаб ҳудудларда борми?
- Сиз берадиган технологиялар ва бизнес ташкил этиш усулларини франчайзилар тез вақтда ўзлаштириб олишадими?
- Франчайзини бир-икки ҳафтадан ошмаган муддат ичида барча керакли нарсаларга ўргата оласизми?
- Тармоқ яратиш ва унга кўмаклашиш учун қўшимча маблағ ва уринишлар талаб этишини инобатга олиб, франчайзи фаолияти ривожланиши билан боғлиқ барча ташвиш ва жавобгарликни ўз зиммангизга олишга тайёرمىсиз?
- Бизнесни франчайзинг орқали ривожлантириш, бошқа усулларга нисбатан (филиал ва дистрибьютор тармоқларини яратиш орқали) самарадорлиги ростми?

Ҳеч иккиланмасдан франчайзинг тармоғини яратиш учун сиз барча ёки ҳеч бўлмаса, аксарият саволларга ижобий жавоб беришингиз шарт.

Франчайзинг тизимини дастлабки ривожланиш босқичларида жиддий харажатлар талаб этилади.

Бундан ташқари, бизнесни франчайзинг орқали ривожлантириш бошқа усулларга нисбатан (масалан, филиал ва дистрибьютор тармоқларини яратиш орқали) самарали эканлигига ишонч ҳосил қилиш керак. Бундай ҳисоб намунаси 1-жадвалда келтирилган.

Франчайзинг тизимини дастлабки ривожланиш босқичларида жиддий харажатлар талаб этилишини ёдда тутишингиз керак. Айниқса бу “ўйин қоидалари”ни ишлаб чиқиш, иш жараёнлари ва механизмларини яратиш, франчайзи жалб этиш ва танлашга ҳамда, савдо белгисини рўйхатдан ўтказиш, қўлланма чоп этиш, янги ҳудудларни қамраб олиш учун реклама кампаниялари билан боғлиқ харажатларга тегишли. Даромаднинг асосий қисмини, франчайзер йирик франчайзи тармоғини яратгандан сўнг олади. Жаҳон тажрибасидан маълумки, франчайзи сони кескин ўзгармаса ҳам (йилига ўсиш 3-6 корхонадан кам эмас), роялти ҳисобидан франчайзер оладиган даромад тизимни бошқариш ҳисобига олинадиган даромаддан сезиларли даражада тезроқ ўсади.

Шунингдек, 4-сонли иловада келтирилган “Франчайзинг самарадорлигининг 12 мезони” деб номланган қисмни ўқиб чиқиш тавсия этилади.

Франчайзинг тармоғини яратилишининг тайёргарлик босқичи

Франчайзинг тармоғини ишга туширишдан аввал, жиддий тайёргарлик ишларини амалга ошириш лозим.

1. Ҳеч бўлмаганда битта синов лойиҳасини амалга оширинг.

Ҳар бир эксперимент каби, бу тадбирнинг мақсади, истиқболли тизимнинг энг қулай моделини яратишдан иборат. Синов лойиҳасини амалга ошириш натижасида ушбу фаолият турига талаб мавжудлиги, бизнес олиб бориш технологиясини қисқа муддатда унчалик тажрибага эга бўлмаган франчайзига бериш имкониятларини ўрганиш ва франчайзи сарф-харажатларини маълум бир муддат ичида қоплаши мумкинлигини аниқланиши керак.

Синов лойиҳа иш жараёнида келажак франчайзинг тармоқнинг асосий таркибий бўлинмалари ишлаб чиқарилади:

- фаолият кўрсатиши (майдон танлаш, бино режаси, жиҳоз ўрнатиш, ходимларни ёллаш, чиқим материаллар ва бутловчи буюмлар билан таъминлаш ва ҳоказо);
- менежмент (бухгалтерия ва ички фирма ҳисоби, ходимларни ўқитиш тизими, франчайзер томонидан назорат тизими ва бошқалар);
- маркетинг (имидж, реклама, маҳсулот ёки хизматни юргизиш ва бошқалар).

Синов корхонаси фаолияти натижаларига асосан франчайзер келажак ҳужжатлар тўпламини, яъни “франчайзер пакети” асосини ташкил этувчи, иш олиб бориш бўйича қўлланма ёзишга имкон топади, шу билан бирга истиқболли муаммолар аниқланади ва ўз вақтида уларни бартараф этиш учун чоралар кўрилади. Бундан ташқари, синов у ёки бу иш олиб бориш усуллариининг самарадорлигини текширишга имконият яратади ҳамда келажак франчайзи ўқитишда зарур ишларни белгилаб беради.

Синов натижасида муҳим маълумотлар олинса ҳам, ушбу жараёнда компания ходимлари иштирок этаётганлиги туфайли муаммоларнинг бир қисми аниқланмай қолади.

2. Франчайзинг ҳужжатларини синчиклаб тайёрланг.

Асосий ҳужжат франчайзинг бўйича шартнома бўлиб, у франчайзер ва франчайзи ўртасидаги расмий муносабатларни тартибга солади ва томонларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятларини аниқ ва бевосита белгилаб беради. Бундай шартнома намунаси 2-сонли Иловада келтирилган.

Баъзи ҳолатларни ягона шартнома доирасида белгилаш ёки аниқлаш мумкин эмас. Масалан бундай ҳужжатлар қаторига иш олиб бориш қоидалари, стандартлар, йўриқномалар киради. Шунинг учун, шартномадан ташқари яна бир қатор ҳужжатлар мавжуд, улар барчаси биргаликда “франчайзинг пакети”ни ташкил этишади. Ушбу пакет таркибига камида қуйидаги ҳужжатлар киритилади:

- мазкур лойиҳада ишлаш афзалликларини асослаб берувчи презентация материаллари;
- франчайзига тавсия этилаётган молиявий бошқарув негизларнинг таърифи;
- фирма иши стандартларини синчиклаб тушунтирадиган ҳужжат – бизнесни олиб бориш бўйича мажбурий ва тавсия этилаётган талаблар, шу жумладан:
 - ишчилар жадвали;
 - мансаб йўриқномалари ва ходимлар учун регламентлар;
 - франчайзерга топшириладиган ҳисоботлар шакли;
 - фирма услубидан фойдаланиш қоидалари.

“Франчайзинг пакети” доирасида франчайзер франчайзига ёрдам бериш мажбуриятини ўз зиммасига олади. Турли схемаларда хизмат доираси турлича бўлиши мумкин, аммо одатда, улар тарки-

Синов у ёки бу иш олиб бориш усуллариининг самарадорлигини текширишга имконият яратади.

Асосий ҳужжат – франчайзинг бўйича шартнома, у франчайзер ва франчайзи ўртасидаги расмий муносабатларни тартибга солади. Шартномадан ташқари яна бир қатор ҳужжатлар мавжуд, улар барчаси биргаликда “франчайзинг пакети”ни ташкил этишади.

Франшиза ҳужжатларини тайёрлаш

Франчайзи билан иш олиб бориш учун зарур ва ёки сизнинг франчайзинг тармоғингизнинг “франчайзинг пакети”га киритилиши лозим ҳужжатларни белгиланг ва улар тайёр бўлишини назоратга олинг. Жумладан, улар қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

- Интернет ва матбуот орқали тарқатиладиган франчайзинг таклифи;
- Франшизангиз афзалликларини ёритувчи презентация материаллари;
- Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига мувофиқ тузилган ва юрист томонидан тасдиқланган комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномасининг лойиҳаси;
- “Франшиза пакети”га кирадиган лицензия ва патентлар рўйхатдан ўтганлигини тасдиқловчи гувоҳномалар;
- Фирма белгилари, хоналарни безатиш дизайни, маҳсулот, презентация материаллари, ходимларнинг ташқи кўринишига талаб ва бошқаларнинг ҳужжатли таърифи ва макетлари;
- Ҳужжат шаклида расмийлаштирилган франчайзи танлаш негиз ва қоидалари. Истиқболли франчайзилар учун сўровнома;
- Франчайзи ўқитиш дастури;
- Франчайзи устидан назорат олиб бориш услуб ва тизимларнинг ҳужжатлаштирилган таърифи;
- Ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш, маҳсулот сотиш технология ва стандартларининг ҳужжатлаштирилган таърифи;
- Фаолиятни амалга ошириш учун зарур жиҳозлар тавсифларининг ҳужжатлаштирилган таърифи;
- Тармоқ ичида бухгалтерия ва бошқарув ҳисобини олиб бориш услублари;
- Франчайзи хоналари, жиҳози, ходимлар малакасига ҳужжатлаштирилган талаблар;
- Тармоқ иштирокчилари томонидан тарқатиладиган презентация ва реклама материалларига қўйиладиган талабларнинг ҳужжатлаштирилган таърифи. Маркетинг ва савдо усуллари таърифи, тавсия этилган ва тавсия этилмаган ҳаракатлар таърифи;
- Франчайзи ходимлари билан иш олиб бориш усулларига талаблар, шу жумладан ишчилар жадвали, мансаб йўриқномалари, ходимлар учун регламентлар;
- Франчайзи билан молиявий муносабатлар қоидалари: бирламчи бадал тўлаш, роялти, жарима, франчайзига бонус ва чегирмалар бериш қоидалари ва бошқалар;
- Франчайзи риоя қилиши шарт сифат стандартларининг ҳужжатлаштирилган таърифи;
- Франчайзи жорий фаолиятини ташкил этиш бўйича йўриқномалар (иш соат/кунлари, мижозлар билан ишлаш стандарт шакли ва ҳоказо);
- Франчайзи томонидан ходимлар ёллаш ва меҳнат шартномаларини тузиш бўйича талаб ва тавсиялар;
- Жиҳоз, сотилаётган маҳсулот. Ашё харид қилиш ва етказиб бериш шартлари бўйича талаб ва тавсиялар;
- Харидорлар билан муносабатнинг шартномавий шакллари;
- Франчайзер-фирма бўйича маълумотнома (фирма ходимларининг мансаблари, мажбуриятлари, телефон рақамлари, электрон манзиллари);

Яна қандай ҳужжатлар керак бўлиши мумкинлиги тўғрисида ўйлаб кўринг?

бига ўқитиш, корхона очилишида кўмак, таъминотчилар билан ишлаш, ассортиментни бошқаришда ёрдам, маркетинг, маслаҳат кўмаклашуви ва бошқалар киради.

Франчайзиларни қизиқтириш учун **франчайзинг таклифини** тайёрлаб, уни матбуот ва Интернет орқали тарқатиш лозим. Одатда бундай таклиф таркибига қуйидагилар киради:

- Франчайзер ҳақида маълумот: бозорда фаолият кўрсатиш даври, фаолият йўналишлари, асосий маҳсулот/хизматлар руйхати, истиқболли харидорлар, иш олиб бориш тартиби, бизнес ҳажми, ривожланишнинг муҳим босқичлари, йирик лойиҳалар, бизнес мустаҳкамлигини ва самарадорлигини тасдиқловчи факт ва кўрсаткичлар, франчайзер фаолият кўрсатувчи ҳудуд, франчайзер тармоғи ҳақида маълумот (агар бўлса), филиаллар, франчайзи, дистрибьюторлар ва ҳ.к.

Бирламчи бадал ва роялти тўлаш тизимининг энг қулай шаклини ишлаб чиқинг.

- Франчайзи ишини ташкил этиш қоидалари (агар улар франчайзер ташкил этилиши қоидаларидан фарқ қилса, масалан франчайзер маҳсулот ишлаб чиқарувчиси ёки хизмат таъминотчиси, франчайзи эса – чакана сотувчи).
- Сотилаётган мол сифатида франшизанинг хусусиятлари: савдо белгиси рўйхатдан ўтганлиги, қўлланилаётган технологиялар (ишлаб чиқариш, ташкилий ва ҳ.к.) ва улар патентланганлиги ва бошқалар. Қўлланилаётган маҳсулот ва хизматларга бозорда мавжуд талаб даражаси, уларнинг истеъмолчи хусусиятлари, бозорда юргизиш хусусиятлари ва фарқловчи томонлари ҳақида маълумот. Мазкур бўлимда франчайзига у нимани сотиб олапти ва сотиб олинаётган франшизанинг қандай афзалликлари мавжудлигини тушунтириш лозим.
- Франчайзига бериладиган ҳуқуқ ва имкониятлар. Франчайзер мажбуриятлари.
- Франчайзига талаблар ва унинг мажбуриятлари.
- Франшиза сотилишининг молиявий шартлари, бирламчи бадал бўйича талаблар.

Таклифлар одатда жуда индивидуал бўлишини ва улар бизнес ихтисослашувига боғлиқлигини айтиб ўтиш лозим. Франчайзинг таклифларнинг мисоллари билан 10-сонли Иловада танишишингиз мумкин.

Тармоқ ишининг асосий қоидалари **Франчайзи учун қўлланмада** берилади. Қўлланма франчайзини ўқитишда ишлатилади ва унинг жорий фаолиятида ҳам катта ёрдам беради. Қўлланма мазмуни ҳақида батафсил маълумотни 5-сонли Иловадан топиш мумкин.

3. Бирламчи бадал ва роялти тўлаш тизимининг энг қулай шаклини ишлаб чиқинг.

Франчайзер даромадни икки асосий тўлов ҳисобига олади: **бирламчи бадал** ва даврий тўлов (роялти). Франчайзинг схемасини яратишда асосий муаммо ушбу тўловлар миқдорини аниқлаш масаласидир. Франчайзер ва франчайзи манфаатлари ўртасида ўта қулай мувозанат ўрнатиш лозим.

Франчайзернинг асосий даромади роялти ҳисобига шаклланади. Жаҳон тажрибасида роялти миқдори ўртача ҳисобда франчайзи ялпи сотиш ҳажмининг 5-7% ни ташкил этади.

Одатда, бирламчи бадалнинг ўртача миқдори – франчайзи-корхона ўз ишини бошлаши учун зарур сармояларнинг 5-10% ни ташкил этади. Белгиланган умумий сармоя миқдори бизнес йўналишига боғлиқ, ва бир неча мингдан бир неча юз минг АҚШ доллариини ташкил этиши мумкин, айрим ҳолатларда эса, зарур сармоялар миқдори миллион АҚШ доллардан ҳам ошиши мумкин.

Вақт ўтиши билан фаолият самарадорлиги ошиши ва иш ҳажми ўсишига боғлаб, бирламчи бадал миқдорини ошириш мумкин. Бирламчи бадал миқдорининг ўсиши – франчайзинг тармоғига тегишлилик қиймати ўсиши учун тўлов. Шунингдек, бирламчи бадал миқдорини инфляция кўрсаткичларига қараб, ўзгартириш лозим.

Франчайзернинг асосий даромади **роялти** ҳисобига шаклланади. Жаҳон тажрибасида роялти миқдори ўртача ҳисобда франчайзи ялпи сотиш ҳажмининг 5-7% ни ташкил этади. Шунингдек, роялти миқдори ўзгармас бўлиши мумкин ёки роялти миқдорини энг кам миқдорини чеклаб қўйиш мумкин.

Албатта, франчайзер учун тушум ёки фойдадан фоиз олиш афзалроқ ҳисобланади. Аммо франчайзи даромадларининг ҳақиқий миқдорини назорат қилувчи тизимни яратиш ҳаммининг ҳам қўлидан келмайди. Агар франчайзи фаолияти франчайзер учун ойдан бўл-маса (собиқ иттифоқ ҳудудида эса, аксарият ҳолатларда шу вазият

учрайди), роялти миқдорини ўзгармас қилиб қўйиш мақсадга мувофиқ бўлади. Аммо унинг миқдорини белгилаганда, франчайзи ишлаётган ҳудуд хусусиятларини, шароитларни, корхона катталигини, даромад даражасини, шартномага асосан ҳуқуқлар тўпламини инобатга олиш керак.

Агар сўз маҳсулот франчайзинги ҳақида кетаётган бўлса (франчайзи франчайзер ишлаб чиқрган маҳсулотни сотади), роялти белгиланмаслиги мумкин, чунки франчайзер фойдаси маҳсулот нархига киритилган.

Франчайзингнинг аксарият шаклларида франчайзи ҳисобидан қопланадиган **реклама ва маркетинг харажатлари** назарда тутилган. Бу харажатларни қоплаш учун товон миқдори ўртача ҳисобда ялпи савдо ҳажмининг 1-1,5% ни ташкил этади. Аммо айрим ҳолатларда реклама фаолиятларини мамлакат даражасида эмас, балки маҳаллий даражада амалга ошириш фойдали бўлади. Унда франчайзер шартномага франчайзи ушбу мақсадларга маълум миқдорда маблағ сарфлаши талабини киритишга ҳақли. Бундан ташқари, корпоратив тармоқ висолини истеъмолчилар олдида сақлаш учун, шартномада франчайзи вақти-вақти билан **ўз хона ва жиҳозларни янгилаш ва модернизациялашга қаратилган аниқ маблағларни** ажратиш бўйича мажбуриятини белгилаш зарурияти мавжуд бўлиши мумкин. Бу харажат таркибига, жумладан, янги технологияларни жорий этиш ҳам киради (масалан, замонавий электрон тизимларни ўрнатиш).

Баъзида компаниялар франчайзилари учун роялти тўлаш ва мониторингнинг бизнес хусусиятларини инобатга олувчи алоҳида тизимларини яратишга мажбур. Аммо, роялти аниқлашнинг оддий ва тушунарли тизимини қўллаш мақсадга мувофиқ бўлади, чунки бу ҳолда, роялти миқдорини ҳисоблаганда низо ва келишмовчиликка ўрин қолмайди.

4. Франчайзи танлаш тартибини ишлаб чиқинг.

Биринчи франчайзиларни жалб этиш жараёнида қўлланиладиган франчайзи танлаш усули, франчайзинг тармоғининг кейинчалик фаолияти ва муваффақияти учун ўта муҳим. Франчайзи танлашда бирламчи тажриба етишмовчилигини қоплаш учун франчайзер “мукамал” франчайзи таърифини тузиб чиқиши керак. Шунингдек, номзодларни жалб этиш ҳақида қаерда ва қай усулда эълон қилиш ва танловда қайси усулдан фойдаланиш лозимлигини аниқлаб олиш керак.

Франчайзи самарали ишлаши учун франчайзинг ажойиб рағбатлар тақдим этса ҳам, белгиланган тартибда ишлашга ҳамма ҳам тайёр эмас. Биринчидан, франчайзи мустақил тадбиркорларга ўта зарур бўлган тадбиркорлик қобилиятларига эга бўлмаслиги мумкин. Иккинчидан, у жамоавий ишга, яъни гуруҳий фаолиятга тайёр бўлмаслиги мумкин, демак у “ўйин қоидалари”га бўйсунмай, ўз ўйинини бошлайди. Иккала ҳолатда ҳам франчайзи ўзига тўғри келмайдиган йўлни танлаган, ва франчайзер у билан шартнома тузиб, хатоликка йўл қўйиши мумкин. Шунинг учун франчайзини тўғри танлаш муҳим аҳамиятга эга.

Шу сабабдан эндигина бошлаган франчайзерларнинг энг тарқалган икки хатосини қайтармаслик лозим. Биринчидан, номзод барча талабларга жавоб беришини синчиклаб текширмасдан шартнома тузишга тайёр бўлиши. Ёдда тутинг, шартномани бекор қилиб, “ёмон” франчайзини тармоқдан чиқариш осон иш бўлмайди. Шунингдек, франчайзи хизматларининг сифатсизлиги бутун тармоғингиз шаънига доғ тушириши мумкин.

Иккинчидан, кўп франчайзерлар биринчи франчайзига махсус шароитлар таклиф этишади. Аксарият ҳолларда бу адолатли бўлиши мумкин, чунки ёш франчайзинг тармоғи билан иш бошлаб, франчайзи таваккал қилмоқда. Аммо вақт ўтган сайин, имтиёзли иштирокчилар мавжудлиги бир қатор муаммоларга олиб келади. Шунинг учун, бирон

Франчайзингнинг аксарият шаклларида франчайзи ҳисобидан қопланадиган реклама ва маркетинг харажатлари назарда тутилган. Бу харажатларни қоплаш учун товон миқдори ўртача ҳисобда ялпи савдо ҳажмининг 1-1,5% ни ташкил этади.

Франчайзи танлаш тартибини ишлаб чиқинг. Шартномани бекор қилиб, “ёмон” франчайзини тармоқдан чиқариш осон бўлмайди.

кишига махсус шароитлар таклиф этаётганингизда, кейинчалик вужудга келадиган вазиятни инобатга олиш керак. Берилган имтиёзлар маълум бир муддатгача амал қилишини келишиб олиш мақсадга мувофиқ бўлади деб ҳисоблаймиз.

Франчайзи фаолиятга унинг учун йирик миқдор бўлган ва ўзиники бўлган маблағларни сарфлаши ўта муҳим.

Сиз дастлабки сармояларни енгиллаштириб бериш имкониятига эга бўлсангиз ҳам, франчайзи фаолиятга унинг учун йирик миқдор бўлган ўз маблағларини сарфлаши ўта муҳим. Ўз маблағларини қўйиш натижасида франчайзи масъулияти ошади, вужудга келаётган қийинчиликларни енгиллаштиришга қўшимча қизиқиш пайдо бўлади. Аммо бундай ёндашув франчайзер зиммасидаги масъулиятни, энг аввало манъавий жавобгарлигини оширади, чунки фаолиятга ўз жамғармаларини тўлиқ сарфлаган франчайзи, бизнес оёққа туриши учун франчайзердан амалий ёрдам талаб этишга ҳақли.

Номзоднинг ахлоқий сифатлари ҳам аҳамиятга эга. Франчайзи ишбилармонлик обрўсини франчайзига бериши учун унга мураккаб ишониши керак. Франчайзи ишига қараб, сизнинг фаолиятингизга баҳо берилишини унутманг. Бундан ташқари, бошқа масалаларда ҳам, шу жумладан молиявий масалаларда франчайзига ишонишга тўғри келади.

Ниҳоят, франшизани сотиб олган одам ўз бизнесини сотиши ёки унинг вафотидан сўнг иши меросхўрга ўтиши билан боғлиқ вазиятлар ҳақида ўйлаб кўриши лозим. Франшиза шартномаси янги эгалар учун кучда қоладими? Бу масалани олдиндан муҳокама қилиб, қабул қилинган қарорни шартномада аниқлаштириш керак.

5. Франчайзини рағбатлантириш ва жазолашнинг оддий тизимини ишлаб чиқинг.

Франчайзини тармоқ ривожлантиришга рағбатловчи турли бонус ва роялти чегирмаларини назарда тутиш мумкин, масалан, сотиш ҳажми ўсиши учун (махсулот франчайзинги), хизмат кўрсатиш юқори сифати учун (текширув натижаси бўйича ёки бошқа объектив кўрсаткич асосида), инновацион ғоялар учун, бренд ривожига ҳисса қўшганлиги учун, янги франчайзиларни олиб келгани учун ва ҳоказо. Моддий рағбат манъавий рағбат билан бирлаштирилса, янада самараси ошади, масалан тармоқ иштирокчиларининг йиллик конференциясида энг яхши франчайзиларни мукофотлаш.

Турли қоидалар бузилиш ҳолатларида аниқ ва қаттиққўл жазолар қўлланилиши шарт: технология ва безатиш стандартларига риоя қилмаганлиги, бегона маҳсулот сотилгани, маълумот яширгани ёки ўзгартирилгани ва ҳ.к. учун.

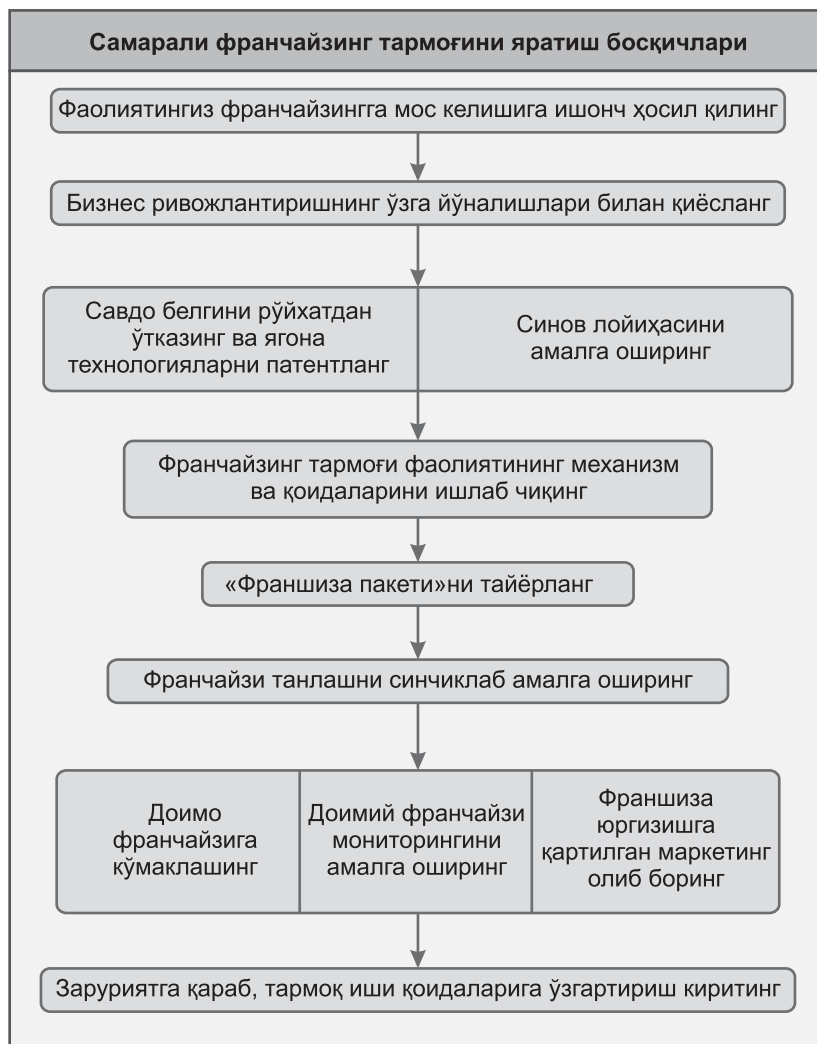
Бошқа томондан, турли қоидалар бузилиши учун аниқ ва қаттиққўл жазолар қўлланилиши шарт: технология ва безатиш стандартларига риоя қилмаганлиги, бегона маҳсулот сотилгани, маълумот яширгани ёки ўзгартирилгани ва ҳ.к. учун. Тармоққа етказилган зарар миқдорига қараб, жазо ҳам қаттиқлиги ўзгариши керак: огоҳлантириш ва жаримадан бошлаб, тармоқдан ҳайдалишгача.

Тармоққа янги иштирокчиларни жалб қилиш учун ҳам қўшимча рағбатлар ишлаб чиқиш мумкин. Масалан, маҳсулот франчайзингида франчайзер франчайзига мол кредитини бериши мумкин. Франчайзи савдо нуқтасини тармоқ стандартларига мувофиқ жиҳозлаганидан ва бирламчи бадални тўлаганидан сўнг, франчайзер унга маълум миқдордаги маҳсулотни қарзга бериши мумкин. Франчайзер минтақавий ҳамкорларига маҳаллий банкда фаолиятни бошлаш учун кредит олишда, хона танлашда, ашё ва жиҳоз етказиб беришга қулай шартнома тузишда ёрдам бериши мумкин.

Тармоқни бошқариш ва ривожлантириш.

Биринчи франчайзи пайдо бўлиши билан корпоратив тармоқни бошқариш тизими шаклланади.

Биринчи франчайзи пайдо бўлиши билан, корпоратив тармоқни бошқариш тизими шаклланади.



Франчайзи франчайзер ва тармоқдан қанчалик кўп фойда олса, шунчалик унинг тармоқ ривожланишига қизиқиши ошади, тармоқда иштирокини қадрлайди ва франчайзерга нисбатан содиқ бўлади.

1. Франчайзига доимо кўмаклашинг, франчайзинг тармоғини ривожлантиринг.

Кўмак фаолиятнинг турли қисмларини қамраб олиши мумкин, масалан, франчайзер компанияси ходимлари томонидан ёрдам кўрсатиш, франчайзи учун доим ишлайдиган ўқитиш дастури, янги маҳсулот турларини ишлаб чиқиш ва уларни бозорда юргизиш тизимларини яратиш, франчайзинг бўйича қўлланмани янгилаб туриш, фаолиятни режалаштиришда амалий ёрдам. Бозорни франчайзер ва франчайзи фойдасига мониторинг қилиш ҳам катта аҳамиятга эга. Франчайзер франчайзига тақдим этадиган хизматлар ҳақида батафсил маълумотни б-сонли иловадан топиш мумкин.

Франчайзи франчайзер ва тармоқ томонидан қанчалик кўп фойда олса, шунчалик унинг тармоқ ривожланишига қизиқиши ошади, тармоқда иштирокини қадрлайди ва франчайзерга нисбатан содиқ бўлади. Самарали тармоқ – франчайзи қочмаслигининг ва виждонсиз ҳаракатлар қилмаслигининг энг яхши кафолатидир.

Шунингдек, маркетинг тадбирларининг ҳудудий тарқалиши ҳам ўзгача бўлиши керак. Шу вақтнинг ўзида синов ўтказиш учун ажойиб имкониятлар пайдо бўлмоқда: маркетингнинг турли усулларини (наrx, ўрам, хона беазаги ўзгариши, реклама тадбирларини ўтказиш ва ҳоказо) алоҳида франчайзи ёки ҳудудда синаб кўришингиз мумкин. Ва ижобий на-

тижа олингандан сўнггина, ушбу тажрибани бутун тармоққа тарқатиш мумкин.

Бундан ташқари маркетинг тадбирларини аввал франчайзи билан муҳокама қилиш мумкин, мутахассислардан фойдали маслаҳат олиш имконияти пайдо бўлмоқда. Франчайзи франчайзер каби савдо белгисининг обрўси ошишида қизиққанлигини ёдда тутинг. Ваҳоланки, бундай муҳокамалар натижасида, франчайзи корпоратив тармоқ бошқарувида ўз иштирокини сезади.

Шунингдек, маркетинг фаолиятингиз ҳам ўзгариши лозимлигини ёдда тутинг. Энди сиз бир корхонадан эмас, балки кўпчиликдан иб-

Франчайзи франчайзер каби савдо белгисининг обрўси ошишига қизиқади.

**БЕК ресторанлар тармоғининг ривожлантириш бўйича
 маслаҳатчиси Н.А.Ибрагимовнинг франчайзи билан
 ишлаш тажрибаси**

Франчайзи билан иш бошлашга қарор қабул қилинганда, энг аввало, фаолиятни амалга ошириш лицензияси мавжудлиги текширилади. Франчайзи жойлашган нуқта ўрганилади. Унинг потенциали, инсоний ва ресурс имкониятлари кўриб чиқилади. Шахсий учрашувларда, франчайзи ривожланишга қай даражада интилганлиги ва қай даражада стандартларга риоя қилишни таъминлай олиши аниқланади. Агар бирон шубҳа туғилса, биз шартнома тузишга дарҳол рад жавобини берамиз, чунки брендимиз биз учун қимматли.

Франчайзига янгиликларни таклиф этишдан аввал, франчайзер уларни ўзи синаб кўриши керак ва шундан кейин франчайзиларга тарқатиши лозим.

Франчайзи ресторани хизмат кўрсатиш доираси ичида реклама фаолиятини амалга ошириши керак. Республика бўйича, Тошкент ва Самарқанд бўйича умумий реклама тарқатиш – франчайзер мажбурияти. Шунингдек, биз франчайзиларимизга маслаҳат бериш ва ўқитиш хизматларини тақдим этамиз.

Биз франчайзиларимизни мунтазам равишда аудит текширувидан ўтказамиз. Маҳсулот сифати, тайёрлаш, ташқи кўриниш, мижозларга муносабат, хизматлар хилма-хиллиги, ассортимент текширилади. Ҳар сафар аудит натижалари бўйича у ёки бу франчайзи фаолияти бўйича хулоса чиқарилади ва танбеҳ берилади. Камчиликларни бартараф этиш учун маълум муддат ажратилади. Айтмоқчи, шартномада лицензияни чақириб олиш мумкинлиги белгиланган.

Интервьюни Эльёр Зокиров ўтказди

рат бўлган тармоқ обрўси ва бозорга тармоқ маҳсулотлари(хизматлари)ни ўтказиш учун масъулдирсиз.

2. Франчайзи фаолиятининг доимий мониторингини олиб боринг.

Хизмат сифати пастлиги ва франчайзи виждонсизлиги хавфини камайтириш учун франчайзерлар доим франчайзи фаолиятини назорат қилиб туришади, бунинг учун франчайзер штатида алоҳида лавозим, айрим пайтларда эса, алоҳида бўлим мавжуд. Режавий текширишлар ўтказилади, “сирли харидор” усули қўлланилади, ҳисобот ҳаққонийлиги текширилади (масалан ресурс етказиб берувчилар билан алоқа ўрнатиб). Кўп франчайзерлар ўз франчайзиларини ягона маълумот тизмига боғлаб қўйишади, бу тизимда франчайзи фаолиятининг кўрсаткичлари ва мол айланиш ҳажмлари қайд этилади.

Франчайзи фаолиятининг доимий мониторингини олиб боринг.

Франшиза сотишни
ўрганинг.

Франчайзер ўзини-ўзи
тинчлантурса, бу унга
катта хавф туғдиради.
Ишларингиз яхши кетаёт-
ган бўлса ҳам, технологи-
яни такомиллаш-тириш,
ишлаб чиқаришни ташкил
этиш, бошқарув, маркетинг
соҳаларида янги ғоя ва ён-
дашув изламасликка бу асос
бўлмайди.

3. Ўз франчайзинг тармоғингиз маркетингини олиб бординг.

Франшизани бозорда сотилиши мумкин бўлган мол сифатида кўриш мумкин. Харидорлар сифатида франчайзи чиқади. Бинобарин, ҳар бир маҳсулотни сотгандай, бу ерда ҳам маркетинг ортиқчалик қилмайди. Франчайзер маҳсулотини аниқ кўрсатишни билиш керак, ҳар вақтда истиқболли харидорларга франчайзинг тизимининг имкониятлари ва афзалликларини тушунтириши зарур.

Ҳар доим ёнингизда презентация ва реклама материаллари бўлиши шарт. Франчайзинг тизимингиз бўйича турли саволларга жавоб беришга тайёр бўлишингиз керак. Айти шунинг учун ҳам, презентация материаллари аксарият ҳолларда савол-жавоб кўринишида тузилган бўлади. Бундай материалларни франчайзернинг Интернет-сайтида ҳам жойлаштириб қўйиш лозим.

Шунингдек, нафақат ўзингизнинг франчайзинг тизимингиз, умуман франчайзинг ўзи нималиги ҳақидаги саволларга жавоб беришга тайёр бўлишингиз керак. Қизиққанларга франчайзинг бўйича тегишли адабиётни тавсия этиш мақсадга мувофиқдир.

Яширин рекламадан фойдаланишга уялманг. Биринчи франчайзинг лойиҳалар очилишига матбуотни таклиф этинг, бунда, аввалдан пресс-релиз тайёрлаб қўйиш ёдингиздан чиқмасин. Тармоғингиз ҳақида маълумотни Интернетга жойлаштиринг, ишингиз ҳақида журналистларга айтиб беринг. Аниқ ва лўнда гапиринг, фикрларингизни мисол ва молиявий ҳисоблар билан тасдиқланг.

Рўзномаларда чоп этилиши мумкин мақолалар асоси бўлиши мумкин ёзма материаллар тайёрлаб қўйинг, уларда аниқ факт ва маълумотлар келтирилган бўлиши керак.

4. Янги маълумотга нисбатан тезкор чора кўринг, тармоқ ишига заруриятга қараб ўзгартиришлар киритинг.

Юқорида айтилгандай, франчайзер ўзини-ўзи тинчлантурса, бу унга катта хавф туғдиради. Ишларингиз яхши кетаётган бўлса ҳам, бу технологияни такомиллаштириш, ишлаб чиқаришни ташкил этиш, бошқарув, маркетинг соҳаларида янги ғоя ва ёндашув изламасликка асос бўлмайди. Рақобат ва доимий технологик ўзгаришлар шароитида бизнесни бошқариш эскалатор йўналишига тескари югуришга ўхшайди: жойингизда қолиш учун тез югуришингиз керак, олдинга ҳаракат қилиш учун янада тезроқ чопишга мажбурсиз.

Бўлажак франчайзи учун тавсиялар

Франчайзи учун афзаллик томонлар

Шуни таъкидлаш керакки, франчайзи мустақиллигининг айрим жиҳатларидан воз кечиши эвазига янги иш бошлаш билан боғлиқ хавфларни кескин камайтирадиган бир қатор устунликларга эга бўлади. Экспертлар фикрича, франчайзинг асосида корхона очилганда тижорат хавфи 4-5 баробар камаёди.

Айни шу сабабдан, ўртача ҳисобда олсак, франчайзи янги очилган бошқа корхоналарга нисбатан анча муваффақиятли фаолият кўрсатади. Жаҳон тажрибасидан маълумки, ўнта очилган франчайзидан беш йилдан сўнг саккизтаси муваффақиятли ишлаб, эгаси ва франчайзерга даромад олиб келади. Мустақил фирмаларнинг аксарияти эса икки йил ичида рақобатга дош бера олмай тугатилади.

Франчайзи фаолияти билан боғлиқ асосий афзалликларни санаб чиқайлик:

Биринчидан, франчайзи учун бу – **ўз ишини очиш** имконияти, айни ўз ишини, чунки корхона ҳуқуқий мустақиллигини сақлаб қолади.

Иккинчидан, аксарият ҳолларда бўш жойдан бошлаб, франчайзи бир вақтнинг ўзида **синалган ва маълум маҳсулот/хизмат билан бозорда аниқ жойни эгаллаш, ўз фаолиятида франчайзернинг патент, савдо белгилари, тижорат ва технологик сирлари ва ноу-хаудан фойдаланиш имкониятига** эга бўлади.

Учинчидан, франчайзер франчайзига **бозорда синалган ишлаб чиқариш, бошқариш технологияларини беради, ходимларини иш услубларига ўқитади, жойни танлаш ва уни тайёрлашга кўмаклашади, шунингдек, харид, ходимларни бошқариш, бухгалтерия ҳисобини олиб бориш бўйича жорий маслаҳатлар беради.** Франчайзер хизматлари ҳақида батафсил маълумотни 6-сонли иловада қаранг.

Тўртинчидан, франчайзи **йирик реклама харажатларидан сезиларли даражада озод бўлади.** Кўпинча, у бозорда маълум савдо белгиси остида фаолият қилганлиги сабабли, рекламага ҳожат қолмайди.

Бешинчидан, франчайзинг **тармоқ устунликлари ҳисобига маблағ тежаши мумкин.** Масалан, рекламага кетадиган харажатлардан ташқари, таъминотчиларни излаш ва улар билан келишиш, харид қилганда чегирмалардан фойдаланиш (йирик тармоқ имтиёзидан фойдаланиш имкониятлари яқка тадбиркорниқидан юқорироқ), истеъмолчилар талабини ўрганиш, янги технологияларни ўрганиш харажатлари ҳисобидан маблағ тежаб қолади.

Олтинчидан, франчайзи **кредит ресурсларини жалб қилишга оид кўшимча имкониятларга** эга бўлади. Банклар франчайзинг тармоғида ишловчи корхоналарга кредит беришдан тортинмайди. Шунингдек, баъзи ҳолатларда кредит бўйича кафил сифатида франчайзер иштирок этади. Йирик компания банклар билан унинг франчайзиларига махсус имтиёзли шартларда кредит ажратилиши тўғрисида келишган вазият ҳам маълум.

Еттинчидан, франчайзи учун франчайзинг самарали бизнес-мактабига айланиши мумкин. Кейинчалик, тадбиркорлик фаолиятини қайси йўналиши билан шуғулланмасин, бозор етакчилари сифатида иштирок этиш тажрибаси бекор қолмайди.

Франчайзинг – ўз ишини очиш имконияти.

Франчайзер франчайзига бозорда синалган ишлаб чиқариш, бошқариш технологияларини беради, ходимларини иш услубларига ўқитади, хона танлаш ва уни расмийлаштиришга кўмаклашади, жорий маслаҳат ёрдамни беради.

Франчайзинг тармоқ устунликлари ҳисобига маблағ тежаши мумкин.

Франчайзи бўлиш учун бўш жойдан бошлаш шарт эмас. Амалдаги бизнесни сизнинг фаолият соҳангизда ишлаётган франчайзинг тармоғига қўшиш мумкин.

Ниҳоят, франчайзи машҳур бизнес-тармоқ доирасида, таниқли савдо белгиси остида ишлашдан **маънавий қониқиш** олиши мумкин.

Бироқ, франчайзи бўлиш учун бўш жойдан бошлаш шарт эмас. Амалдаги бизнесни сизнинг фаолият соҳангизда ишлаётган франчайзинг тармоғига қўшиш мумкин. Бунда бирламчи чиқимларингиз камроқ бўлади, чунки сиз керакли жой, ходимлар жадвали, маълум тажриба, доимий мижозлар сизда мавжуд. Аммо энди сиз таниқли савдо белгисини ишлашдан ва тармоқда иштирок этишдан қўшимча фойда оласиз.

Маҳаллий ишлаб чиқарувчи томонидан хорижий франшизани сотиб олиниши мисоли:

Тошкентда, INTERSOK Ўзбек-британия қўшма корхонасида «Фруктовый сад» соки ишлаб чиқарилиши бошланди. Мазкур маркага эгалик қилиш ҳуқуқлари Россиядаги энг йирик сок ишлаб чиқарувчи («Я», «Фристайл», «Тонус», «Фруктовый сад») «Лебедянский» концернига тегишли. Тошкентда «Фруктовый сад» ишлаб чиқарилиши франчайзинг асосида амалга оширилмоқда.

Илгари «Лебедянский» Ўзбекистонга кичик ҳажмли партияларда сок етказиб берар эди. Акцияларнинг назорат пакети Streamside (Буюк Британия) компаниясига тегишли INTERSOK корхонаси, холдинг учун сок концентратларини етказиб бериш билан банд эди. Компания ходимларининг фикрига кўра, франшиза сотиб олишнинг сабаби Ўзбекистонда янги иш бошлашдан кўра, тайёр бренд сотиб олиб, уни ривожлантириш ҳам осонроқ, ҳам арзонроқ бўлганлигида. Савдо белгисини харид қилиш шартлари ошкор этилмаяпти, фақатгина ҳар бир сотилган сок бирлигидан роялти ундирилишини тан олишмоқда. Франчайзинг шартномаси шартлари бўйича «Лебедянский» янги ишлаб чиқарувчига савдо белгисидан ташқари концентрат ва рецептураларни тақдим этган.

Сок ишлаб чиқариш заводини қуриш учун INTERSOK 2 млн. АҚШ доллари харажат қилган, ҳозирги кунда ишлаб чиқариш ҳажмларини кенгайтириш учун яна 3 млн. АҚШ доллари миқдорида сармоя йўналтирилиши режалаштирилмоқда. Ишлаб чиқариш майдонларида иккита Tetra Pak асептик куйиш линиялари ўрнатилган. Завод ойига сифими 1,0 литр ва 0,2 литрли 1 млн. га яқин ўрам сок ишлаб чиқаради. Компанияда қисқа муддатли истиқболда Ўзбекистонда ишлаб чиқарилган «Фруктовый сад» сокини Марказий Осиё давлатларига, энг аввало, йирик сок ишлаб чиқарувчилар мавжудлигига қарамадан, жанубий минтақалари сок экспансияси учун жуда истиқболли ҳисобланган Қозоғистонга экспорт қилиш режалари мавжудлигини айтишмоқда.

Манба: <http://www.expert.ru/printissues/kazakhstan/2005/03/03ka-kpov/print>

Сотиб олинган франшиза дастлабки вақтларда тасаввур қилинганидек самарали бўлмаслиги мумкин.

Франчайзи бўлиш билан боғлиқ хавфлар ва қийинчиликлар

Агар сиз франчайзи бўлмоқчи бўлсангиз, мавжуд хавф ва бўлиши мумкин бўлган қийинчиликларни назарда тутишингиз керак:

1. Сотиб олинган франшиза дастлабки вақтларда тасаввур қилинганидек самарали бўлмаслиги мумкин. Бунинг сабаблари қуйидагилар бўлиши мумкин:

- Франчайзернинг ёлғон ёки етарли бўлмаган маълумоти;
- Маҳсулот бозор талабларига жавоб беришини ўрганмаслик;
- Франчайзер томонидан тармоқ ўсишини бошқара олмаслик, тармоқ ривожига қизиқишнинг йўқолиши;
- Франчайзер ёки тармоқ банкротлиги ёки иш обрўси йўқолиши.

Шунинг учун а) нафақат бозорда ўз самарасини, балки франчайзинг тармоғини бошқаришда самарадорлигини исботлаган; б) ишни ташкил этиш қоидалари сизнинг иш ташкил этиш ва олиб бориш қоидаларингизга мос келадиган франчайзерни топиш ўта муҳим.

2. Сиз франчайзер билан ишлаш жараёнида куйидаги сабабларга кўра қийинчиликларга учрашингиз мумкин:

- Худудингизда корхоналар сони кўплиги ва асоссиз франчайзи корхоналарининг бир бирига яқин жойлашиши;
- Франчайзер томонидан ноўрин назорат кучлилиги сабабли франчайзи фаолиятининг кескин чегараланиши;
- Франчайзи томонидан жиддий қоида бузиш ҳолати бўлмаганига қарамай, шартномани муддатдан аввал тугатилиши;
- Шартномани тикланмаслиги ва/ёки тиклашда шартнома шартларига жиддий ўзгартиришлар киритилиши.

Ёдда тутинг: франчайзи ва франчайзер ўртасидаги муносабатлар манфаат кўзлаб тузилган никоҳга ўхшаш. Шунинг учун, франчайзинг шартномасининг барча шартларига жиддий муносабатда бўлинг, ва ундан яхшиси, франшиза сотиб олишдан аввал манфаат кўзламаган мутахассислар ёрдамидан фойдаланинг.

Франчайзи ва франчайзер ўртасидаги муносабатлар манфаат кўзлаб тузилган никоҳга ўхшаш. Шунинг учун, франчайзинг шартномасининг барча шартларига жиддий муносабатда бўлинг.

Франчайзи учун афзаллик жиҳатлари ва дуч келиши мумкин бўлган хавфлар

| Франчайзи афзалликлари | Франчайзи хавфлари |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • мустақиллик сақланиши; • бозорга машхур маҳсулот билан таниқли савдо белгиси остида чиқиш имконияти; • текширилган технологиялардан фойдаланиш; • маслаҳат ёрдами, ходимларни ўқитиш; • реклама, маркетинг тежамлиги, харидда чегирмалар мавжудлиги; • самарали бизнес тажрибага эга бўлиш. | <ul style="list-style-type: none"> • франшиза ҳақида етарли бўлмаган ёки ёлғон маълумот, франчайзернинг ёлғон ваъдалари; • франчайзер томонидан бозор яхши ўрганмаганлиги; • худудингизда франчайзилар сони кўплиги; • франчайзи мустақиллигини кескин чекланганлиги; • франчайзер томонидан шартнома муддатдан аввал тугатилиши; • шартноманинг тикланмаслиги ва/ёки тиклашда шартнома шартларига жиддий ўзгартиришлар киритилиши. |

Вақт ўтгандан сўнг, франчайзинг сизга тўғри келмаслиги маълум бўлиши мумкин.

3. Вақт ўтгандан сўнг, франчайзинг сизга тўғри келмаслиги маълум бўлиши мумкин. Бунинг сабаблари бир бирига қарама-қарши:

- Сиз мустақил фаолият олиб боришга тайёр эмассиз ва масъулиятли қарорлар қабул қилишга ёки стресс ҳолатларига дуч келишга қодир эмассиз. Унда мустақил бизнес сиз учун эмас;
- Сиз франчайзинг учун ўта эркин ва мустақилсиз, юқоридан ҳеч қандай кўрсатмаларни қабул қила олмайсиз. Унда умуман мустақил фаолият кўрсатишингиз керак. Ёки сизга ўта миқдорда мустақиллик бериб, жорий ишларингизга аралашмайдиган франчайзер топишингиз керак.

Франчайзи ўз ташаббуси ва мустақиллиги аҳамиятини тўлиқ тунмаслик хавфи ҳам мавжуд. Харидорларни жалб қилиш, бозорда маҳсулот/хизматни илгари суриш чоралари франчайзер зиммасида деб ўйлаши мумкин. Бундай ёндашув франчайзинг қоидаларига зид бўлади ва франчайзи фаолиятига салбий таъсир кўрсатиши мумкин.

Франчайзи мустақил ишбилармон ва гуруҳда ишлай оладиган одам сифатларини ўзида қамраб олиши керак.

Франчайзи янги маълумотни тез ўзлаштири олиши ва уни бажонидил ҳаётга жорий қилиши керак.

Франчайзи бўлишга қай даражада тайёрсиз?

Франчайзи франчайзер билан тил топиши ва бозорда омон қолиши учун қайси талабларга жавоб бериши кераклигини кўриб чиқайлик. Сиз ушбу талабларга қанчалик жавоб беришингиз ва белгиланган даражагача етиш учун нима қилишингиз зарурлиги ҳақида ўйлаб кўринг.

1. Франчайзи мустақил ишбилармон ва гуруҳда ишлай оладиган, яъни умумий иш фойдаси учун келишишга тайёр ва ўз манфаатларини умумий иш манфаатларига бўйсундира оладиган одам сифатларини ўзида қамраб олиши керак. Франчайзи аниқ бир мақсадга интилувчи, нима истаётганлигини билиши ва шу вақтнинг ўзида франчайзинг тизимининг барча қоидаларига риоя қиладиган инсон бўлиши керак. Одамлар билан муомалани билиши керак, чунки мижозлар, франчайзер вакиллари, таъминотчи ва ходимлари билан ишлашга тўғри келади.
2. Франчайзи бизнесда оқилona, ҳаққоний иш юритиши, ва франчайзернинг тизимни ривожлантириш истагини доимо қўллаши керак.
3. Франчайзи янги маълумотни тез ўзлаштири олиши ва уни бажонидил ҳаётга жорий қилиши керак. Махсус ўқув курсларда иштирок этган ҳолда, малакангизни доимо ошириб боришга тўғри келади. Франчайзи ижобий фикрлаши керак ва доимо франчайзер белгилаган доирда интизомини сақлаб, ўзгарувга тайёр бўлиши керак.
4. Франчайзи корхонага кўп маблағ, вақт ва уринишларини сарфлашга тайёр бўлиши керак. Франшиза қийматини тўлашдан ташқари жой учун ижарага, жиҳоз сотиб олишга, маҳсулотнинг биринчи

Yum! Brands, Inc. компаниясининг франчайзига талаби

Yum! Brands, Inc. – Луисвилл (АҚШ) шаҳрида жойлашган бўлиб, ресторан соҳасида дунёнинг энг йирик компаниясидир. Компания 100 дан ортиқ мамлакатларда 35 000 дан кўп ресторанларни бирлаштиради. Ҳозирги кунда компанияга бутун дунё бўйлаб машҳур 6 та бренд тегишли. Компаниянинг тўртта ресторан бренди - KFC, Long John Silver's, Pizza Hut ва Taco Bell – товуқ ва денгиз маҳсулотларидан тайёрланадиган тез хизмат кўрсатиш озиқ-овқат, пицца тайёрлаш ва Мексика таомларини тайёрлаш соҳасида дунёнинг етакчилари ҳисобланади. Ўз навбатида, A&W – All American Food бренди остида фаолият кўрсатувчи ресторанлар тармоғи – энг узоқ вақт фаолият кўрсатаётган франчайзинг тармоғи ҳисобланади. Компаниянинг йиллик маблағ айланмаси, шу жумладан компания сотувларидан ва франчайзи тўловларини ҳисобга олган ҳолда 10 миллиард АҚШ долларидан ортиқ миқдорни ташкил этади.

Yum! Brands, Inc. томонидан тақдим этилаётган франшиза кўпчилик учун ажойиб имконият бўлишига қарамасдан, у ҳаммага ҳам тўғри келавермайди. Қуйидаги тамойиллар билан танишиб чиқиб, сизга Yum! Brands, Inc. тўғри келиш-келмаслиги ҳақида ўйлаб кўринг.

1. Ривожланиш учун маблағларингиз борми?

- Хусусий жамғарма - 1 млн. АҚШ доллари;
- Истиқболли ривожланиш учун тасдиқланган режа.

2. Мазкур бизнесда ишлаш учун зарур шахсий сифатларга эгамисиз?

- Иш жараёнида доимий иштирок этиш имкониятига эга бўлишингиз;
- Фаолиятга йўналтирилган, асосланган, ўзига оқилona хавф ва масъулиятни олишга тайёр бўлишингиз;
- Жиддий ҳолатларда ишлай оладиган;
- Ўзгарувчан шароитларни инобатга олиб, қарор қабул қилишга қодир;
- Доимий ўқиш ва ўз қобилиятларини ривожлантиришга қодир;
- Мижозлар муҳимлигини тушуниш ва улар билан яхши муомала қилишга қодир.

3. Ишга интилишингиз борми?

- Тез хизмат кўрсатиш ресторанлари – ҳаракатда билим олиш зарур бўлган бизнес;
- Бизга мижозларга йўналтирилган ва ҳар бир майда нарсага эътибор берадиган бошқарувчилар зарур;

- мустақил ишлашга интилиш, франчайзингни тушунишга қодир;
- кичик бизнес эгасига ўхшаб, муваффақиятли ва кризис вазиятларга бардош.

4. Бизнесда иш тажрибангиз мавжудми?

- Амалдаги бизнесда муваффақиятли, даромад келтиришга ёки зарарларга чидашга қодир ва тайёр;
- Бошқарув бўйича умумий билимларга эга бўлиши;
- Таҳлилий қобилиятларга эга бўлиши;
- Сиз маҳаллий бозор шароитларини мукамал билишингизни намойиш қилишингиз шарт;
- Умумий овқатланиш тизимида иш тажрибаси муҳим. Агар бундай тажрибага эга бўлмасангиз, тажрибали мутахассисни таклиф этишга мажбур бўласиз.

5. Ходимларингиз хусусиятларини яхшилашга интиласизми?

- Ходимларга қимматли ресурсларга бўлгандай муносабатда бўлишингиз керак;
- Ходимларни иш жараёнига қизиқтира оладиган қобилиятга эга бўлишингиз керак;
- Кадрлар танлаш ва жойлаштириш тажрибаси, керакли мутахассисларни излаб, жалб қила олиш кўникмалари бўлиши керак.

Манба: http://www.yumfranchises.com/fran_process/qualify.asp

Франчайзи корхонага кўп маблағ, вақт ва уринишларини сарфлашга тайёр бўлиши керак.

миқдорларини харид қилишга, ходимларга иш ҳақи тўлашга ва бошқаларга маблағ мавжуд бўлиши керак. Ишлаб чиқаришни ишга туширишни ташкил этиш ҳам, агар сиз кумуш франчайзинг, яъни франчайзернинг тайёр филиалини сотиб олмаётган бўлсангиз, франчайзи зиммасида.

5. Франчайзи бош ташкилот томонидан нафақат унинг молиявий муваффақиятлари, ваҳоланки франчайзер томонидан “франчайзинг пакети”да берилганлардан қанчалик тежамли фойдаланишини назорат қилинишига тайёр бўлиши керак. Чунки, агар виждонсиз франчайзи сифатсиз овқат сотса ёки ходимларини етарли даражада ўқитмаса, бутун тармоқ шаънига доғ тушади. Харидор франчайзер ёки франчайзи корхонасига келганлигини суруштириб ўтирмайди.
6. Аксарият франчайзерлар истиқболли ҳамкорларига қўядиган икки жиддий расмий талаб мавжуд. Биринчидан маблағ мавжудлиги ва агар сўз кўчмас нукта ҳақида кетаётган бўлса, маълум катталиқдаги жой мавжудлиги. Бунда франчайзерлар узоқ муддатли ҳуқуқни ҳужжатлар билан тасдиқлашни сўрайдилар. Ўзининг франчайзиларига алоҳида талабни лицензия олиши керак бўлган фаолият юритаётган баъзи бир компаниялар қўяди: франчайзидан тегишли лицензиянинг, шунингдек, бозорнинг

Хорижий франчайзинг тармоғининг Ўзбекистондаги иши намунаси (А. Мишина билан бўлган интервью ОАЖ «PLUSOFT»)

Биз (Plussoft) 1С компаниясининг франчайзиларимиз. 1С франчайзиси бўлиш бугун жуда осон. Компания сайтида барча шартлар ёзилган. Сизга Интернет орқали франчайзи шартномасини жўнатишади, сиз у билан танишасиз, уни тўлдирасиз ва қайтариб жўнатасиз. Шартнома жуда тез тузилади, шундан кейин, уни бажариш даври бошланади. Бунинг учун Москвага бориш шарт эмас. Шартнома шартларига биноан, сиз NFR пакетини сотиб олишингиз керак (тахминий нархи 500 АҚШ доллари атрофида) ва икки ой орасида NFR-пакет сертификатини олиш учун имтиҳон топширишингиз керак – бу сотиш учун дастурий маҳсулот эмас, балки, сиз бу пакетни ўрганишингиз ва у билан танишган ҳолда шахсий фойдаланишингиз учун. Бу, қайси бир маънода, франчайзер ишлаб чиқараётган маҳсулот билан танишишнинг дастлабки босқичи. Имтиҳонларни топшириб бўлгач, сиз 1С франчайзиси бўлишингиз мумкин.

1Сда сифатни қаттиқ кузатишади, бизда малакали мутахассислар бўлиши керак, биз доимо такомиллашиб боришимиз керак. 1С франчайзисида сотилган маҳсулотнинг миқдори, яъни, маълум режа бажарилмаганда, франчайзинг бадали тўланади, деган тушунча бор.

Интервьюни Элёр Зокиров олиб борди

мана шу қисмида иш тажрибаси мавжудлиги талаб қилинади. Энг сўнгида, франчайзерларнинг кўпчилиги тадбиркорлик тажрибаси мавжудлигини талаб қиладилар, чунки, сиз келажақда алоҳида корхонани бошқаришингиз керак бўлади. Бу нарсанинг йўқлиги туфайли, франшизани сотиб олишни истаётган одамларнинг деярли ярми “ғалвирдан ўтмай қолади”.

Керакли франшизани топиш: ўзини-ўзи таҳлил қилиш ва дастлабки маълумотларни излаш

Сиз жуда яхши тайёрланишингиз ва ҳамма нарсани батафсил ўрганишингиз керак.

Бу жараён, бевосита сизнинг **истагингиз ва имкониятларингизни таҳлил қилишдан** бошланади. Сиз мана бу саволларга жавоб бераётиб, ўз-ўзини таҳлил қилишнинг кўзда тутилган ва тўлиқ жараёнидан бошлашингиз керак:

- Сизнинг қанақа қобилият ва кўникмаларингиз бор?
- Қайси соҳада энг яхши натижаларга эришгансиз?
- Фаолиятнинг қайси тури сизга кўпроқ ёқади?
- Сиз мустақил корхонани бошқаришни эплай оласизми? Жисмоний ва шахсий тавсифномангиз бизнес билан шуғулланишга йўл кўядими? Иш бошлашингизни оилангиз кўлайдими?
- Сиз одамлар билан самарали алоқалар боғлай оласизми (франчайзинг тармоғи, мижозлар, ҳамкорлар, ходимлар билан)?
- Сиз, агар ҳатто сизга ёқмаса ҳам, тармоқ қоидаларига, франчайзер талабларига бўйсун оласизми?
- Таваккалчиликка муносабатингиз қандай? Бизнес барбод бўлиши мумкинлигига тайёрмисиз?
- Франшизага қандай сармоя ва қанча муддатга сафарбар қилишни истайсиз ва имкониятингиз қай даражада? Франшизадан фойда олмасдан, қанчалик узоқ вақт ишлай оласиз?
- Бу корхона ёрдамида нимага эришишни истайсиз?

Ўз-ўзингизни таҳлил қилиш натижасида, бу бизнесдан истиқболда нимага эришишни, шунингдек, франчайзердан нима олишни исташингиз ҳақида, аниқ мақсадлар ва режаларингиз бор бўлиши керак:

- Таниқли ном,
- Сотиш учун сифатли маҳсулот,
- Ишлаб чиқариш ва сотишнинг самарали технологияси,
- Маҳсулот ва хизмат кўрсатишни йўллашда қўллаб-қуватлаш,
- Бозорда ишлаш усулларига ўрганишни,
- Ишлаб чиқариш усулларини ўрганишни, ходимлар билан ишлашни,
- Етказиб берувчилар билан алоқалар,
- Яна нима?

Бу тўғри франшизани танлаш учун жуда муҳим, акс ҳолда, ҳақиқатда сизнинг мақсадларингизга мос келмайдиган нарсаларга пул кетказишга таваккал қилган бўласиз.

Шундан кейин, бизнеснинг соҳавий йўналишини аниқлаб олишингиз лозим. Кўпчилик франчайзинг тармоқлари сиз кўрсатган ҳудудда маҳсулот ва хизмат кўрсатишни сотишга эксклюзив ҳуқуқ берадилар. Бу бутун бир мамлакат ёки унча катта бўлмаган шаҳар ҳудуди бўлиши мумкин.

Аммо, талтайиб кетманг: франчайзинг бозор рақобатчилигидан қутилишнинг воситаси эмас. Сизнинг маҳсулотларингизга ўхшайдиган маҳсулотлар ва хизмат кўрсатишни таклиф қилаётган бошқа компаниялар сиз томонингиздан сотиб олинган франшиза фаолият юритадиган ўша ҳудудда савдо фаолиятини ёйиб юборишлари мумкин.

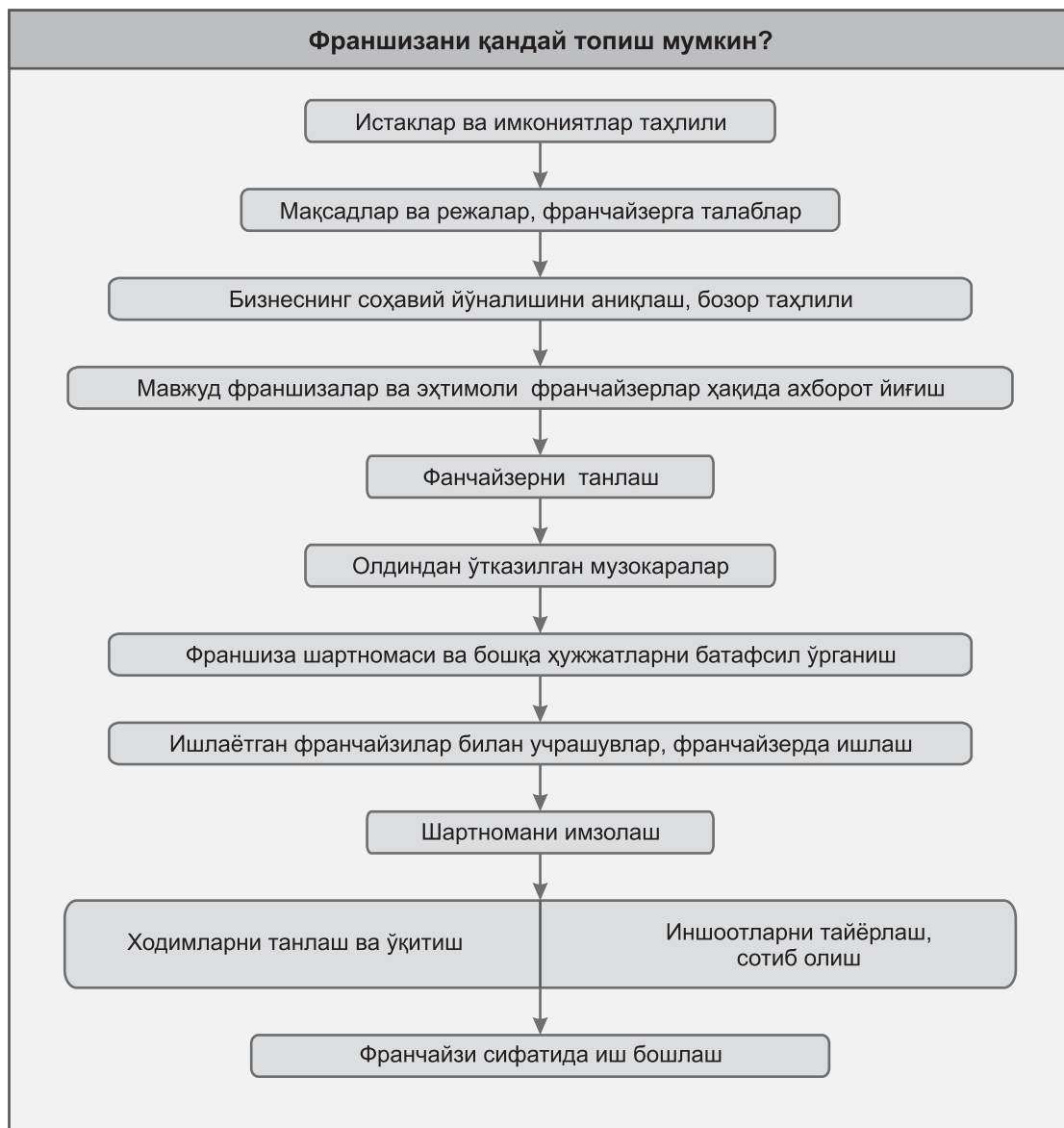
Истакларингиз ва имкониятларингиз таҳлилидан бошланг.

Бизнеснинг соҳавий йўналишини аниқлаб олинг.

Шунинг учун, сиз маҳсулотлар сотишни (ишлаб чиқаришни), хизмат кўрсатишни, шунингдек ишлашни режалаштираётган бозорнинг таҳлилини ўтказинг:

- Шунга ўхшаш маҳсулотлар ва хизмат кўрсатишни таклиф қилаётган компаниялар яқин-атрофда йўқлигини текширинг.
- Сизнинг маҳсулотларингиз/хизмат кўрсатишларингиз рақобатчиларнинг маҳсулотлари/хизмат кўрсатишлари билан таққослаганда қандай устуворлик ёки камчиликларга эга эканлигини аниқланг.
- Ўз оилангиз ва дўстларингиздан сиз таклиф қилаётган маҳсулотлар ва хизмат кўрсатишларни сотиб олаётганда қийинчиликларга дуч келган-келмаганликларини сўранг.
- Ўз бизнесингизнинг хусусиятлари ҳақида адабиётларни ўқинг, сиз ишлашни мўлжаллаётган бозорнинг аҳволи ва истиқболи ҳақидаги нашр қилинган изланишларни топишга ҳаракат қилинг.
- Танланган ҳудудда катта бўлмаган маркетинг тадқиқоти олиб боринг. Кўчада ўтаётганлар билан гаплашинг ва сиз таклиф

Талтайиб кетманг: франчайзинг бозор рақобатчилигидан қутилишнинг воситаси эмас.



қилишни мўлжаллаётган маҳсулотлар в хизмат кўрсатишлар ҳақида уларнинг фикрини билинг.

- Агар сиз қиммат франшизани сотиб олишни истаётган бўлсангиз, бозорни янада жиддий текшириш учун профессионал маркетингларни ёлланг.

Кейинги босқичда мавжуд франчайзинг тармоқлари ҳақида маълумот тўпланг. Маълумотни Интернетдан топиш мумкин. Аммо, улар одатда, чет эл компанияларидир. Агар улар Ўзбекистонда ўз агентлари ва вакилларига эга бўлса, улар билан мулоқотга киришиб, қўшимча ахборот олиш ва ҳатто мамлакатдан чиқмай туриб, таълим олиш ҳам мумкин. Агар ваколатхона бўлмаса, қийинроқ. Бундай ҳолда, франчайзер жойлашган мамлакатга ўз ҳисобингиздан бориб, бош компания билан мустақил равишда муносабатларни ўрнатишга тўғри келади. Агар сиз буни қила олсангиз, унда сиз нафақат франчайзи, ҳатто субфранчайзер, яъни, янги франчайзилар билан шартнома тузиш ҳуқуқи билан бирга франчайзернинг ҳудуддаги вакили ҳам бўлиб олишингиз мумкин.

Аммо, агар сизнинг машҳур чет эл франшизасини сотиб олишга мўлжалли имкониятларингиз бўлмаса ва бунинг устига, чет тилларни яхши билмасангиз, франчайзерни топишнинг янада мақбул бир йўли бор. **Ўз франчайзерингизни ўзингиз яратинг!** Ўзбекистонда ёки қўшни мамлакатларда оммавийлиги ва иш тамойиллари билан сизни ўзига жалб қиладиган компаниялар, брендлар борми? Албатта бор! Бу компанияларнинг раҳбарларига франшиза шартномасини тузиш бўйича таклиф билан мурожаат қилинг. Агар улар шу пайтгача франшизалар билан ишламаган бўлсалар, балки, бу сиз учун яхшиликкадир: одатда, биринчи франчайзи билан шартномалар имтиёзли тартибда тузилади.

Айтгандек, кўпчилик таниқли франчайзинг тизимлари шу тарзда пайдо бўлганлар: «пастдан» ташаббус билан. Гарчи бунда франчайзинг тизимида иш тажрибаси қанча кам бўлса, франчайзи таваққили ҳам шунча кўпчилигини эса тутиш керак – чунки, қоидалар ва технологиялар ишлаб чиқилмаган, тизим эса бозор томонидан текширилмаган. Аммо айнан шунинг учун ҳам сиз ўзини аллақачон тавсия қилган тармоқда қатнашиш билан солиштириганда, худди шундай франшиза учун анча кам пул тўлайсиз.

Бошқа вариант – унинг маркази остида иш олиб бориш шартли билан сизга ёққан компаниянинг ишлаб турган филиалини сотиб олиш. Эҳтимолки, яхши даромад келтираётган филиални сизга сотмаслар. Қандайдир сабабларга кўра «оёққа тура олмаган» филиални эса – марҳамат! Аввал, бу сабаблар нимадалигини аниқлаб олинг: фақат ёмон бошқаришдами ёки қандайдир объектив сабаблардами (кучли рақобатчилик, талабнинг пастлиги). Агар ростдан ҳам менежмент иши билан боғлиқ бўлса, қуйдаги саволга жавоб беринг: ўзингиз бу ишни яхшироқ бажара оласизми?

Сизга керакли франшизани қандай топиш мумкин: номзодлар танлови ва музокаралар

Ўз франчайзерини танлаш пайтида хато қилмаслик учун истиқболли номзодлар билан музокараларга яхши тайёрланиш керак. Бунда сизга «Намунавий франшизанинг 10 белгиси» ва «Франшизани сотиб олишда қандай қилиб фирибгарлар илмоғига тушиб қолмаслик керак» (7 ва 8 Иловалар) ҳамда «Мукамал франчайзер» қисми ёрдам беради. Улар сизга франчайзерни танлашнинг баъзи бир мезонларини аниқлаб олишингизга имкон беради.

У ёки бу франчайзинг тизими фойдасига сўнгги қарор қилишдан олдин, асосий номзодларни ҳар томонлама текширувдан ўтказинг. Текшириш жараёнидаги асосий қадамлар қуйидагилар:

1. Номзодлар ҳақидаги сизда бор барча ахборотни диққат билан ўрганиб чиқинг (матбуотда, Интернетда, компаниянинг расмий ҳисоботида, компаниядан олинган сўровномалардан йиғилган). Мана бу саволларга жавоб беришга ҳаракат қилинг:

Мавжуд бўлган франчайзинг тармоқлари ҳақида ахборот тўпланг.

Кўпчилик таниқли франчайзинг тизимлари «пастдан» ташаббусдан пайдо бўлганлар.

Мукамал франчайзер

Франчайзерни танлашда “мукамал франчайзернинг портрети” билан таққослаб, номзодларни баҳоланг:

- Франчайзер умумий мақсадлар ва йўлларни яхши тушунишни, уларни қўлга киритишни билиши, шунингдек, кашфиётчи бўлиши керак. У бошқаларни ишонтира олиши ва франчайзинг тизимининг мақсадлари ва ғояларини уларга етказа билиши керак.
- Франчайзерда фавқулдда зийраклик ва бардош бўлиши керак. Бу франшизани сотишни кўпайтириш истаги уларга керакли ёрдам кўрсатиш имкониятидан баланд бўлиб турган дастлабки даврларда жуда муҳим. Агар франчайзер бўлгуси франчайзиларни унчалик текширмай франшизаларни чап ва ўнга сотишни бошласа – тегишли хулоса чиқаринг.
- Франчайзер ўқитишга, рағбатлантиришга ва франчайзининг ҳурматини қозонишга қодир бўлиши керак. Франчайзер франчайзига берган ваъдасини бажариши керак. У ўз корхоналарини очишга франчайзига ёрдам беришда профессионализмга эришиши керак. Шунингдек, у франчайзинг тизимига қабул қилинганларнинг муваффақияти учун ўз зиммасига маънавий мажбуриятларни олади.
- Франчайзер франчайзиларни бизнес бўйича тўла ҳуқуқли ҳамкор эканликларини тан олиши керак. Франчайзер франчайзининг кўнглига йўл топишни билиши керак. Буларсиз ҳеч қанақа франчайзинг тизими муваффақиятига умид қилиб бўлмайди.
- Мукамал франчайзер доимо қандайдир янгиликни ўйлаб топиш ва ҳамма нарсани такомиллаштириш истагида бўлади.
- Франчайзер, шунингдек, ишонувчан, дипломат бўлиши ҳамда тез қарор қабул қилишга қодир бўлиши керак.

Франчайзерга номзодлар ҳақидаги ахборотларни тўла йиғинг.

- Компаниянинг тузилганига қанчалик кўп вақт бўлган?
- У айнан нима ишлаб чиқаради, қандай хизматлар кўрсатади?
- Унинг бозордаги ҳиссаси қандай, у қандай тезликда ривожланыпти?
- Унинг обрўси қандай, унинг раҳбарларнинг обрўси қай даражада?
- Сиз франчайзинг тармоғи эгаларининг рўйхатини ола биласизми?
- Ўтмишда нечта франшиза касодга учраган?
- Бозорнинг, франчайзи тармоғининг ривожланиш имкониятларига баҳо берилганми?
- Франчайзиларни танлаш қандай тамойиллар билан амалга оширилади? Кўп номзодларга рад жавобини беришга тўғри келадими?

Франчайзер бир пайтнинг ўзида ўзи шунга ўхшаш (мисол учун, франчайзер – маҳсулотларни ишлаб чиқарувчи, франчайзилар эса – чакана сотувчилар) бизнес юритмай, фақат савдо белгиси ҳуқуқларини сотувчисими ёки франчайзерда франчайзи бизнеси билан шуғулланаётган хусусий бўлимлари борлигини ҳам аниқлаш муҳим. Иккинчи ҳолат кўпинча афзалроқ, чунки, франчайзи бизнесига ўхшаш ўз хусусий бизнесига эга франчайзер бозор шароитларнинг ўзгаришларига тезроқ эътибор қилади ва франчайзи учун аниқ тавсиялар ва бизнесни ташкил қилишнинг амалий технологияларини ишлаб чиқиб, уларни қўллаш нўқтаи назаридан фойдалироқ бўлиши мумкин.

2. Шунингдек, «франчайзинг пакети» шартларини ҳам ўрганинг. Уларни франчайзер билан тўғридан-тўғри ёзишмалар орқали алоқага кириб олиш мумкин. Аниқланиши керак бўлган масалалар:

«Франчайзинг пакети» шартларини синчиковлик билан ўрганиб чиқинг.

- Сотиб олиш учун сизга таклиф қилинаётган маҳсулотлар ва хизматлар турлари.
- Фойдаланиш бўйича керакли ёрдамчи қўлланмалар ва йўриқномаларнинг мавжудлиги, шунингдек, таклиф қилинаётган маҳсулот билан муомала қилишни ўрганиш.
- Франшизани сотиб олиш қанчага тушади? Баҳо ичига нима киради?
- Франчайзи, унинг иншооти, ходимларига талаб.
- Франчайзернинг талаблари ва тавсияларига биноан бизнесни йўлга қўйиш учун қанча вақт ва бошланғич сармоя кетади?
- Франшизани сотувчи компания томонидан реклама ёрдами ва сотишни рағбатлантириш қай даражада йўлга қўйилган? Тармоқли маркетинг тадбирлари қай тарзда амалга оширилади? Франчайзи қандай реклама жиҳозлари билан таъминланади ва қай нархда?
- Компания томонидан тақдим қилинаётган ўқитиш нимани ўзида акс эттиради? Ўқитиш кимнинг ҳисобидан ўтказилади?
- Иншоат излашда, жиҳозлар сотиб олишда, бизнесни ишга туширишда компания сизга бирон ёрдам кўрсата оладими?
- Франчайзер франчайзисига ўз бизнесини ривожлантириш бўйича молияни бошқариш билан боғлиқ маслаҳат бера оладими?
- Франчайзи франчайзердан яна қандай ёрдам олади?
- Франчайзер франчайзидан қай тарзда пул олади? Улар бириктирилган доимий пул ўтказиш кўринишида ёки франчайзер томонидан етказиб берилаётган маҳсулотлар учун маълум тўлов кўринишида олинадими?
- Агар янги бизнес билан шуғулланишга қарор қилсангиз, франшизани сота оласизми?

Франчайзинг тармоғига киришнинг биринчи қадамлари

Қуйида Yum! Brands, Inc компаниясининг сайтида тақдим қилинган франчайзинг тармоғига босқичма-босқич киришнинг қисқартилган матни келтирилмоқда.

| Қадамлар | Yum! вазифалари | Франчайзи вазифалари |
|---|--|---|
| 1. Тоифа (талабларга мувофиқликнинг таҳлили) - 2-4 ҳафта. | - сизнинг географик манфаатдор бўлган ҳудуд бозорида маркетинг имкониятларини ўрганиш; - сизнинг ҳудудингизда бизнинг франчайзинг тармоғининг қай даражада ишлаб кета олиш баҳоси; - ўқитиш бўйича талабларни ўрганиш. | - компаниянинг франчайзинг таклифини олганлигингизни тасдиқлаш; - компаниянинг франчайзинг таклифи бўйича саволларни тайёрлаш; - компаниянинг франчайзинг таклифига бириктирилган саволларига жавоб бериш; - иш режасини ишлаб чиқишни бошлаш. |
| 2. Интервью ва амалиёт ўташ - 3-5 ҳафта | - сиз билан интервью ўтказиш; - сизнинг иш режангизни қараб чиқиш; - нуқтани жойлашув жойини танлашда ёрдам; - пайдо бўлган саволларни муҳокама қилиш; - ташкилий масалалар бўйича интервью ўтказиш; - бизнинг компанияда 1,5 кунлик амалиёт ўташда ёрдам; - луисвиллда Yum! Brands, Inc. тажрибасини ўрганиш бўйича бир кунлик тренингда қатнашишни муҳокама қилиш. | - 1,5 кунлик амалиётда қатнашиш (имкон даражасида); - иш режасининг тугатилиши; - керак бўлганда интервью ўтказиш. |

| | | |
|--|---|---|
| <p>3. Тажриба/келишувни ўрганиш куни - 3 ҳафта.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Yum! Brands, Inc. тажрибасини ўрганиш кунини ўтказиш (бўлғуси франчайзиларни компания фаолияти билан таништириш); - иш режаси бўйича ўз фикрларини тақдим қилиш; - савдо нуқтасининг жойлашув ўрнига доир олдиндан ишлаб чиқилган стратегияни муҳокама қилиш; - саволлар ва жавоблар тарзидаги мажлисларни ўтказиш. | <ul style="list-style-type: none"> - Yum! Brands, Inc. тажрибаси тренингида қатнашиш; - иш режасига амал қилиш; - савдо нуқтасининг жойлашув ўрнига доир олдиндан ўйланган ғоясини тақдим қилиш. |
| <p>4. Жойлашув стратегиясини ўрганиш – 8-10 ҳафта.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - сиз билан интервью ўтказиш; - сизнинг иш режангизни кўриб чиқиш; - нуқтанинг жойлашув ўрнини танлашда ёрдам; - пайдо бўлган саволларни муҳокама қилиш; - ташкилий ишлар бўйича интервью ўтказиш; - 1,5 кунлик амалиёт ўташга ёрдам бериш; - луисвиллда Yum! Brands, Inc. тажрибасини ўрганиш бўйича бир кунлик тренингда қатнашишни муҳокама қилиш. | <ul style="list-style-type: none"> - 1,5 кунлик амалиётда қатнашиш (керак бўлганда); - иш режасининг тугатилиши; - керак бўлган интервьюни ўтказиш. |
| <p>5. Жойлашув ўрнини тасдиқлаш - 12-16 ҳафта.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - савдо нуқтаси жойлашув ўрни бўйича иш режасининг яқунланиши; - франчайзи ишининг устувор йўналишларини аниқлаш; - иш режасини ривожлантириш. | <ul style="list-style-type: none"> - франчайзер таклифлари бўйича ўз шарҳини тақдим қилиш; - иш режасини тасдиқлаш; - жой олиш бўйича музокаралар олиб бориш; - хат жўнатиш; - савдо нуқтасини сотиб олиш шартларини муҳокама қилиш (агар савдо нуқтаси сотиб олинса). |
| <p>6. Жойлашув ўрнини рўйхатдан ўтказиш – 6-8 ҳафта.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - савдо нуқтасини рўйхатдан ўтказишни ҳужжатли расмийлаштиришни яқунлаш; - савдо нуқталарининг жойлашув ўринларини реестр рўйхатидан ўтказиш бўйича ҳужжатларни тақдим қилиш. | <ul style="list-style-type: none"> - жойлашув ўрни таҳлили бўйича текширув ҳисобини имзолаш, саналаш ва қайтариш. |
| <p>7. Франчайзинг тизимига кириш - 6-18 ой.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - франчайзини тизимига киришда қўллаб-қувватлаш; - тегишли тренинг ўтказиш; - ривожланиш бўйича текширув ўтказиш; - очилишгача қилиниши керак бўлган ишлар рўйхати бўйича ўтиб чиқиш; - ресторан очилишида ёрдам кўрсатиш. | <ul style="list-style-type: none"> - ресторанингизни молиялаштириш; - ресторанингизни қуриш; - жамоангизни ёллаш; - тегишли тренингда қатнашиш; - ресторанинг очилиши. |
| <p>8. Ривожланишга тайёрланиш (мунтазам).</p> | <ul style="list-style-type: none"> - бизнесга кўмаклашишни таъминлаш; - маркетинг йилномасини ишлаб чиқиш. | <ul style="list-style-type: none"> - ажойиб ресторан бизнеси билан самарали шуғулланиш; - маркетинг дастур /стратегиясини амалга ошириш; - жамоани шакллантириш/мустаҳкамлаш; - сотув ўсишини таъминлаш; - қўшимча нуқталарни рўйхатдан ўтказиш ва яратиш. |

Манба: http://www.yumfranchises.com/fran_process/timeline.asp

- Қандай шароитларда франчайзинг шартномаси бекор қилиниши мумкин: франчайзинг компанияси томониданми ёки франчайзи томонидан?

Франчайзингнинг таклиф қилаётган шартлари қай даражада сизни қониқтиради? Айтгандек, музокаралар давомида бу шартлардан баъзи бирлари ўзгариши мумкин.

3. Франчайзер тадбирига бир неча кунни сарфлаш, унинг ишини ичидан туриб ўрганиш фойдадан холи эмас. Ҳатто, компаниянинг ходими сифатида ўзини ҳар хил жойларда синаб кўришнинг эса тенги йўқ: мисол учун, сотувчи, мижозлар билан ишлаш бўйича ходим бўлиб. Бунинг учун, ўша ишга ёлланиш шарт эмас. Бир неча соат ёки бир-икки кун етарли. Кўпчилик франчайзерлар бундай қадамни рағбатлантиришади, чунки, бу ўрганишнинг воситаларидан биридир.

4. Тармоқда аллақачон ишлаётган бир неча франчайзилар билан албатта суҳбатлашинг. Бизнес қандай бораётгани, тармоқдан улар қандай афзалликлар олаётганлари ва қандай муаммолар билан тўқнаш келаётганларини билинг. Агар бош компанияда ишлашнинг имкони бўлмаса, буни франчайзи компаниясида қилишга уриниб кўриш керак.

Франчайзер ва мавжуд франчайзилар билан суҳбатлашаётганда энг ноқулай саволларни беришдан, ўз шубҳаларингиз ва хавотирингизни айтишдан ҳам қўрқманг. Агар мавжуд франчайзилар сиз билан мулоқот қилишни исташмаса, демак, бу уларнинг франчайзинг компанияси билан муносабатида ҳамма нарса жойида эмаслигига далил бўлади. Агар сиз кимдир франшизани сотиб олиб, сўнг ундан қўтилганини билган бўлсангиз, нима учун бундай қилганини аниқлашга урининг.

Франчайзер билан **музокаралар жараёни жуда муҳим**. Ушбу жараён истиқболли франчайзингнинг электрон сўровномалари ва у томонидан ариза варақасини тўлдиришдан бошланади. Шундан сўнг, тўғридан-тўғри музокара даври бошланади. Музокаралар жараёнида нафақат франчайзи (харидор) франчайзер (сотувчи) ва унинг маҳсулотини (франшиза) баҳолайди, франчайзер ҳам албатта ушбу даъвогар франчайзинг тармоғининг қай даражада самарали қатнашчиси бўлишга тайёр эканлигини билишга уринади. Бундан ташқари, франчайзерни, одатда, истиқболли франчайзингнинг фақататгина молиявий аҳволи эмас (гарчи, бунинг ҳам аҳамияти кам бўлмаса-да), унинг тадбиркорлик ва шахсий сифатлари қизиқтиради. Франчайзер ростдан ҳам сизнинг мустақил бизнесни бошқаришга мослигингиз ва қодирлигингизни, чекланган тизимда ишлашга тайёрлигингизни, сизда компаниянинг самарали ишлашини таъминловчи ишга қодир жамоа борлигини билишни истайди. Ўзини ҳурмат қиладиган франчайзер ўз франшизасини тўғри келган одамга, муҳими - қимматроқ сотишга шунчаки уринмайди, балки, биринчи навбатда, ўз корхонасини бошқаришда муваффақият қозонган, демак, бутун франчайзинг тизимининг гуллаб-яшнашига ёрдам берадиган одамларни излайди.

Бу босқичда, **бизнес-франчайзинг ва шу кўринишдаги хусусий бизнесни очиш имкониятларининг** таҳлилий таққослашини ўтказиш мумкин. Бундай таҳлил сизнинг қилмоқчи бўлаётган ишингизнинг молиявий кўринишларини яхшироқ баҳолаш имконини беради. Бунақа ҳисобнинг шартли намунаси 2- Жадвалда берилган. Намунада тадбиркор хусусий бизнесини юритаётиб, агар у “оммалаштирилган” савдо маркасидан фойдаланиш ҳуқуқини сотиб олганда, уч йил ичида сотувнинг худди шундай ҳажмига эришиши эҳтимол қилинади. Бошқача қилиб айтганда, у ўз маркасини яратиш туфайли ҳам, реклама ва имиджни шакллантиришга юқори харажатларни амалга оширади.

Франчайзер корхонасига боринг, унда ҳеч бўлмаса бир неча соат ишлаб кўринг.

Тармоқда аллақачон ишлаётган бир неча франчайзилар билан албатта суҳбатлашинг. Бизнес қандай бораётгани, тармоқдан улар қандай афзалликлар олаётганлари ва қандай муаммолар билан тўқнаш келаётганларини билинг.

Жадвал: Молиявий фойдалар ва чиқимларнинг таққослаш кўринишидаги шартли намунаси (АҚШ долларда)

| Уч йил мобайнидаги чиқимлар | Хусусий бизнес | Франшиза билан иш кўрганда |
|---|----------------|----------------------------|
| Кириш бадалаи ва роялти. | 0 | -5000 |
| Корхонани рўйхатдан ўтказиш: ҳужжатларни тайёрлаш, рўйхатдан ўтиш амалларини бажариш, ҳисоб очиш, иншоотларни қайта расмийлаштириш амалларидан ўтиш, электр ва газ таъминоти, рухсатлар ва лицензиялар олиш ва бошқалар. | -500 | -400* |
| Иншоотни ижарага олишни расмийлаштириш. | -2500 | -2500 |
| Жиҳозларни сотиб олиш ва ўрнатиш. | -5000 | -4500* |
| Сотиш учун хомашё ва маҳсулотлар сотиб олиш. | -30000 | -28000* |
| Ходимларнинг маоши. | -40000 | -38000** |
| Ходимларни ўқитиш. | -2000 | -1600* |
| Ишлаб чиқариш, сотиш, бошқариш самарали технологияларига ишлов бериш, (ёки ихтиро ҳужжатини сотиб олиш), маҳсулот ва хизматнинг янги турларини ишлаб чиқиш, дизайн, компаниянинг имидж стратегиясига ишлов бериш, савдо маркасини яратишга ва рўйхатдан ўтказишга харажатлар. | -5000 | 0 |
| Реклама ва бошқа маркетинг тадбирларига харажатлар (бозорни ўрганиш, сотиш томонларини ишлаб чиқиш ва бошқалар). | -15000 | -5000* |
| Сотувдан тушум | 125000 | 125000 |
| Ягона солиқ тўлови (кичик корхоналар учун). | -10000 | -10000 |
| Жаъми (кирим) | 15000 | 30000 |

*Тежамкорликка франчайзернинг ёрдами ҳисобида эришилади (маслаҳатлар, ўрнатилган алоқалардан фойдаланиш имкониятлари ва бошқалар), ёки франчайзернинг тўғридан-тўғри чиқимлари ҳисобидан (мисол учун, бутун мамлакат миқёсида тўғридан-тўғри рекламани амалга оширади).

** Тежамкорлик франчайзер ходимларининг хизматларидан фойдаланиш ҳисобига эришилади.

Шартноманинг таҳлили пайтида майда-чуйда масалалар бўлмайди.

Керакли франшизани топиш: шартномани ишлаб чиқиш ва бизнесни ишга туширишга тайёргарлик кўриш

Агар сизнинг танловингиз 1-2 компаниягача қисқарган бўлса, франчайзинг шартномасини диққат билан ишлаб чиқинг. Мутахассислар билан албатта маслаҳатлашинг. Бу ишда майда-чуйда масалалар бўлмайди. Шартноманинг барча ҳолати сизга тушунарлими? Уларни икки ёқлама талқин қилса бўладими? Сизнинг франчайзер билан бўлган муносабатларингиз барча кўринишлари ҳисобга олинганми? Шартномада Сизга манзур бўлмайдиган ҳолатлар йўқми? Мавжуд қонунчилик билан қарма-қаршиликлар йўқми?

Қуйидаги саволларга алоҳида диққат қилинг:

- Лицензион комплексга савдо белгилар, компьютер дастурлари, ихтиролар, интеллектуал мулкнинг бошқа объектлари қирадими? Улар франчайзер томонидан рўйхатдан ўтказилганми? Франчайзер интеллектуал мулкдан фойдаланиш ҳуқуқини беришни патент муассасида рўйхатдан ўтказишни режалаштираяптими?
- Шартномада франшизани олувчи ёки унинг яқинлари (оила аъзолари, қариндошлари) учун қандайдир чекловлар назарда тутилганми, шу жумладан, мулкка, ёлланиш бўйича ишлашга, бошқа бизнесда қатнашишга чекловлар? Шартнома бекор қилинганда ёки ҳаракати тўхтатилганда франчайзер ва франчайзига қандай чекловлар мавжуд?
- Франшиза тақдими этилиши ижара шартномасини аниқ жой-

Франшизага зарур бўлган сармоялар қандай ҳисоблаб чиқилади?

Қуйида кўрсатилган нархлар Yum! Brands, Inc. компаниясининг кўплаб алоҳида жойлашган ресторанлари томонидан амалга ошириладиган харажатларни ўзида акс эттиради (қийматлар АҚШ долларарида берилган).

| Харажатлар | Франшизанинг қиймати (ёки эҳтимолдаги энг кам ва энг юқори қийматлар) |
|--|---|
| Кўчмас мулк ¹ | 150 000 - 1 400 000 |
| Қурилиш билан боғлиқ бўлган харажатлар ² | 375 000 - 525 000 |
| Жиҳозлаш, маркалар ва безаш ³ | 350 000 - 450 000 |
| Қурилиш майдонидаги ишлар ⁴ | 100 000 - 300 000 |
| Турли хил рухсатлар, коммунал хизматларга қўшилиш, рухсатномалар, қурилишнинг қиймати ⁵ | 50 000 - 80 000 |
| Қўшимча жамғармалар ⁶ | |
| Бошланғич жиҳоз ⁷ | 5 000 – 8 000 |
| Франшизанинг бошланғич тўлови ⁸ | 75 000 |
| Ўқитиш бўйича харажатлар ⁹ | 10 000 – 25 000 |
| Рекламани тайёрлашга ва ўтказишга бўлган тўлов | 5 000 |
| Сармоя киритишнинг бошланғич қиймати - жами ¹⁰ | 1 290 000 – 3 088 000 |

Илова:

*1 Жадвалда кўрсатилган харажатлар ўлчами “ground up” янги ресторанининг қурилишига таалуқли. Аммо сиз қурилиш режалаштириладиган жой нархига асосланиб, харажатларингизнинг хос ҳисоб-китобини олиб боришингиз зарур. Ҳақиқий нарх қурилиш бўйича тақдим қилинган қийматлардан фарқ қилиши мумкин.

*2 Кўчмас мулк бўйича харажатлар - сизнинг харидни нақд пул, кредит билан молиялаштирасизми ёки лизинг орқали амалга оширасизми – шу каби кўп сонли омилларга боғлиқ. Кўчмас мулк бўйича харажатлар шунингдек, қурилиш жойининг ўрни, олиб борадиган йўллар ва бошқа омилларга боғлиқ. Ижара бўйича харажатлар умумий техник хизмат ва бошқа харажатларни ўз ичига олади.

*3 Биноларни қуриш нархи - синч қуриш, совутувчи жиҳозлар, музлатгич жиҳозлар ва коммуникация, вентиляция ва ҳаво алмаштириш тизимини ўз ичига олади. Биноларни қуриш нархи географик ўрни, мазкур ҳудудда қурилишга хос харажатлар ва бошқа омилларга боғлиқ.

*4 Қурилиш майдонидаги иш нархи ерни қурилишга тайёрлашда кетадиган харажатларни ўз ичига олади.

*5 Рухсат (муниципалитетлар талаб қиладиган бизнес-лицензия сингари) - алоқа тўлови, дизайн ишлари, чизмалар, конструкторлик режалари учун меъморларга тўланадиган тўлов сингари турли хил тўловлар.

*6 Қўшимча жамғармалар - суғурта қилиш бўйича харажатларни ва уч ойлик ишдаги жиҳозларни, ўқитишнинг тайёрлаш давридаги хизматчиларнинг маошини ва дастлабки уч ойлик ишларни ўз ичига олади.

*7 Бошланғич жиҳозлар - тайёрлашнинг бир ҳафталик даври ва ресторан очилгандан кейинги бир ҳафта учун керак бўладиган жиҳозларни ўз ичига олади. Бу нарх озуқа чанқоқбосди ичимликларни ҳам ўз ичига олади.

*8 KFCC and Taco Bell га таалуқли франчайзинг тўловлари қайтарилмайди.

*9 Тренинг - самарадорликни ошириш ҳамда савдо нуқталари моҳияти бўйича ўқитишни ўз ичига олади. Сиз ва сизнинг хизматчиларингиз тренинг пайтида сиз ва сизнинг хизматчиларингиз томонидан иш ҳақи, овқатланиш, транспорт харажатлари каби йўл қўйилган ҳар қандай харажатларни тўлашлари керак. Харажатларнинг умумий миқдори сафарнинг узоклиги ва воситалари, тренингдан ўтган хизматчиларнинг сони каби омилларни ўз ичига оладиган омилларга боғлиқ.

*10 Компания сизнинг қайсидир бир дастлабки сармоя киритишингизни молиялаштирмайди.

Манба : http://www.yumfranchises.com/fran_process/worksheet.asp

Бугунги кунда сизда франчайзер билан қанчалик яхши муносабат бўлмасин, шартнома доирасида эҳтимол келажакда бўладиган келишмовчиликлар ҳақида батафсил ўйлаб кўришингиз ва уларни бартараф қилиш амалларини аввалдан кўра билишингиз керак.

Франчайзер кўмагида яқин бир неча йилга корхонангиз ишининг бизнес-режасини ишлаб чиқинг.

да тузиб, амалга ошириш қобилиятларига боғлиқми?

- Ижаранинг амал қилиш муддати битганда ёки ишнинг ёмон натижасида франчайзининг бизнес юриштиш учун жойни ўзгартиришга ҳуқуқи борми?
- Франчайзига шартномани бекор қилиш учун ҳуқуқ берадиган шартлар ва ҳолатлар шартномада келтирилганми?
- Франчайзерга шартномани бекор қилиш ёки шартномани қайта тузиш ҳуқуқини берадиган шартлар қанақа? Мисол учун – биноларни ижарага олишни тўхтатиш, фаолиятнинг энг кам кўрсаткичларига эриша олмаслик, шартнома бўйича бошқа мажбуриятларни бажара олмаслик.
- Шартнома ҳаракатлари тўхтагандан сўнг бизнеснинг алоҳида ёки барча қиримларини сотиб олишга, шартнома бўйича биноларни ижарага олиш бўйича франчайзида ўзига мажбурият олиш ҳуқуқи ёки мажбурияти борми?
- Франчайзер томонидан франчайзи ишини назорат қилиш воситалари ва тамойиллари аниқланганми? Франчайзи амал қиладиган аниқ стандарт кўрсатмалари борми? Агар франчайзер қоидалар бузилишини аниқласа (маълумотни яшириш, етарли сифат билан таъминламаслик, шартноманинг бошқа шартларини бажармаслик), натижаси қандай бўлади?
- Агар сизнинг ҳолатингизда бизнеснинг муваффақияти қулай нархлар бўйича сифатга мос келадиган аниқ маҳсулотларни олишга боғлиқ бўлса (мисол учун, олиб сотишга ёки хомашёнинг сифатига), бу каби маҳсулотларни олишнинг шартлари қанақа? Ушбу шартлар қай даражада маъқул келади ва етказиб беришнинг манбаи ишончлими? Бу шартлар қандай қилиб кўриб чиқилиши мумкин (мисол учун, франчайзерлар томонидан сотилаётган маҳсулотларнинг нархи қайси тамойиллар бўйича алмашади)?
- Франчайзида бошқа етказиб берувчилардан сотиб олиш ёки у ёки бу маҳсулотни ёки хизмат турини сотиб олиш ҳуқуқи борми ва агар бўлса, қандай шартларда?
- Франчайзида франшизани ёки рухсат комплексининг бир қисмини қайта сотишга имкон борми? Қайси шартлар асосида?

Бугунги кунда сизда франчайзер билан қанчалик яхши муносабат бўлмасин, шартнома доирасида эҳтимол келажакда бўладиган келишмовчиликлар ҳақида батафсил ўйлаб кўришингиз ва уларни бартараф қилиш амалларини аввалдан кўра билишингиз керак. Шу туфайли ҳеч қачон:

- Ўзингиз ва юристингиз синчковлик билан ўрганмагунча, биронта шартномани имзоламанг;
- Франшизани сотиб олиш ҳақида икки томонлама шартнома имзоланмагунча, ҳеч қандай пул тўловларини ўтказманг;
- Агар франчайзинг компанияси томонидан сизга етказиб бериладиган маҳсулотларга пўл тўлаш сизнинг бурчингиз бўлса, жуда эҳтиёт бўлинг – ўз зиммангизга ортиқча мажбуриятларни олманг.

Агар франчайзер танлови бўйича бир тўхтама келган бўлсангиз, (яхшиси, франчайзер кўмагида) яқин бир неча йилга корхонангиз ишининг бизнес-режасини ишлаб чиқинг. Бизнес-режа одатда:

- Сизнинг фаолиятингиз хусусиятлари, сиз ишлаб чиқаришни мўлжаллаётган (сотиш, кўрсатиш) маҳсулотлар/хизматлар хусусиятини тавсифини;
- Ички муҳитнинг таҳлили: талаб, нарх, сиз ишламоқчи бўлаёт-

ган бозордаги рақобатчилик, меъёрий-ҳуқуқий мажмуа, бизнесингизга таъсир кўрсатадиган бошқа ташқи омилларни (маркетинг изланишлар).

- Бизнесни ташкил қилишнинг тамойиллари ва усуллари, ходимларни, харидларни амалга ошириш жараёнини, молияни, ҳисобни олиб боришни ва ҳақозоларни бошқаришни тавсифини.
- Фирманинг бозор сиёсатини тавсифини: маҳсулотлар/хизмат кўрсатишларни бозорга киритиш усуллари, сотиш каналлари, харидорлар билан бўладиган ишларни қабул қилиш ва ҳақозоларни (маркетинг режаси).
- Франчайзер билан ҳамкорлик қилиш тамойиллари ва кўринишлари, корпоратив тармоқда ишлаши.
- Франчайзинингчиқимлари ва киримлари режалари ва ҳисобларини (молиявий режа) тавсифини ўз ичига олади.

Сиз франчайзер билан шартнома тузишга тайёрмисиз?

Шартномани имзолашдан олдин барча масалаларга ижобий жавобингиз борлигини текшириб олинг.

- Франчайзинг нима эканлигини етарли даражада яхши тушунасизми ва франчайзи роли сизга тўғри келишига ишончингиз комилми?
- Ишлаб чиқармоқчи бўлаётган маҳсулотингиз (сотмоқчи бўлаётган, кўрсатмоқчи бўлаётган) маҳсулот/хизмат кўрсатиш тури ҳақида ҳамма нарсани биласизми? Фойдаланмоқчи бўлаётган технология ҳақида ҳамма нарсани биласизми? Уларни қай даражада самарали ишлата оласиз?
- Маркетинг изланишларини олиб борганмисиз? Бозорингиздаги талаб ва рақобатчилик бизнесни муваффақиятли олиб боришингиз ва етарлича даромад олишингизга йўл қўйишига қай даражада ишонасиз?
- Неча йиллик бизнес-режа ишлаб чиқдингиз? Сизнинг барча асосий харажатларингиз ва режалаштирилган пул тушимини ўз ичига оладиган молиявий ҳисоб-китобингиз борми? Чиқимнинг қандайдир муҳим бандини ҳисобга олишни унутиб қўймадингизми (мисол учун, солиқлар, сафар харажатлари, коммунал хизматлари)? Сизнинг даромад олиш ҳақидаги режаларингиз ҳақиқатга яқинми? Даромад меъёри сизни қониқтирадими?
- Сиз ўз франчайзерингизга ишонасизми? У бозорда қай даражада муваффақиятли ишлайди ва унинг тадбиркорлик обрўси қай даражада тоза?
- Франчайзер томонидан таклиф қилинаётган маҳсулот белгиси ва хизмат кўрсатиш тури қай даражада ҳақиқатга яқин қийматга эга? Улар сиз тўлашингиз лозим бўлган пулларга арзийдими?
- Сиз тармоқнинг бошқа қатнашчилари билан учрашдингизми? Уларнинг жавоби сизни қай даражада қониқтирди?
- Франчайзернинг барча талабларини бажаришингизга ишонасизми (биноларга, ходимлар билим даражаси, хизмат кўрсатиш сифати ва бошқаларга)? Сизда бунинг учун тажриба, куч-қувват ва маблағ етадими?
- Франчайзер учун батафсил ва қулай қўлланма ёки сизнинг муваффақиятли бизнес олиб боришингиз учун мос келадиган қўлланмалар мажмуаси борми?
- Сизда франчайзердан ва умуман тармоқдан оладиган хизматлар кўрсатишлар ва имкониятлар ҳақида батафсил маълумот борми? Шартномада франчайзернинг ушбу хизматларни кўрсатиши ва қолган бошқа ваъдаларини бажариши ҳақидаги мажбуриятлари ёзилганми?
- Агар сиз бизнесда янги бўлсангиз, бизнес юритиш бўйича франчайзернинг мажбуриятлари мажмуаси сизни қониқтирадими?
- Ўз бизнесингизнинг жойи, асосий ходимлар лавозимига лойиқ номзодлар ҳақида бир тўхтама келдингизми? Жиҳозларни, хомашёни, қайта сотиш учун маҳсулотларни қаерда ва қандай нархда сотиб олишни биласизми?
- Шартномангизни юристингиз ўрганиб чиқдими? Уни бошқа мутахассисларга кўрсатдингизми? Шартноманинг барча шартларини ўзингиз яхши биласизми? Шартномада барча керакли нарсалар кўзда тутилганми?

Бизнесни бошлаш учун корхонани рўйхатдан ўтказиш (агар илгари ўтказилмаган бўлса), франчайзинг шартномасини имзолаш ва рўйхатдан ўтказиш лозим.

Бино, жиҳозлар, хомашё, сотув учун маҳсулотларни ижарага олиш ёки сотиб олиш, ходимлар ёллаш керак. Агар сиз илгари бизнес очмаган бўлсангиз, албатта махсус адабиётни ўқиб чиқинг, мутахассисларни жалб қилинг. Бунинг ҳаммасини ташкил қилиш учун, франчайзерингиздан илтимос қилиш керак. Савдо нуқтасини танлашда ёрдамни 9 - иловадаги материал бериши мумкин.

Сўз охирида

Ҳар қандай бизнес, бу аввало, сизнинг танловингиздир. Франчайзинг - бу бизнес олиб боришнинг кўплаб кўринишларидан бири. Ўз ишингизни бошлаётиб, доимо ёдингизда тутинг - бизнесдаги муваффақият сизнинг тўғри танловингиз, доимий қунт ва диққатингиз, тўғри стратегия, тактика ва албатта, самарали менеджментга боғлиқ. Ўз танловингизни амалга оширинг ва у муваффақиятли чиқиб, бизнесингизни гуллаб-яшнашига олиб келсин.

ИЛОВА

1 Илова: Франчайзинг ва унга яқин келишув турлари орасидаги фарқ?

Франчайзингнинг ўхшаш кўринишдаги бошқа келишувлардан фарқининг нимадалигини агентлик хизматлари, дистрибьюторлик, лицензион келишувларни ҳамда бошқаларни кўшган ҳолда аниқлаш муҳим.

Франчайзинг бизнесда тузиладиган бошқа турдаги келишувларга, аввало, агентлик, дистрибьюторлик, лицензия турдаги келишувлари ва ноу-хау бўйича келишувларига жуда ўхшаш. Ушбу кўринишларни қисқача кўриб чиқамиз ва уларни франчайзи билан таққослаймиз.

Агентликлардан бошлаймиз. Агент ўз номидан иш кўради, у ўз ҳамкорининг маҳсулотлари сотувчиси ёки харидори эмас. У ҳамкорининг топшириғи ва унинг номидан иш кўради. Учинчи томоннинг назарида, улар ўртасида фарқ йўқ. Ҳамкор ва унинг агенти ўртасида одатда учинчи тарафни умуман қизиқтирмайдиган маълум мажбуриятлар бор. Франчайзининг барча турларида улар ўртасидаги муносабат ҳозирги агентликларда мавжуд кўринишни олмаслиги учун имкондаги бор ишни қиладилар. Келишувларда оператор франчайзернинг агенти ёки ҳамкори эмаслиги, унда бунақа ҳуқуқ йўқ эканлиги ҳақида атайин айтиб ўтилади. Келишувда оператор франчайзер рухсати ҳуқуқига эга эканлиги кўрсатиб ўтилиши керак, бу эса унинг статуси қанақа эканлигида истеъмолчида шубҳа қолдирмаслиги лозим!

Дистрибьютор – бу мулкчилик шакли бўйича тўлиқ молиявий мустақил улгуржи ташкилот бўлиб, унга маҳсулотга нисбатан маълум дистрибьюторлик ҳуқуқи берилган. У шуғулланаётган бизнес унинг хусусий бизнеси бўлиб, унга дистрибьюторлик келишувга биноан юклатилаётган қандайдир чекланишларни қабул қилиш ёки қабул қилмасликда фақатгина тижорат манфаатлари нуқтаи назаридан иш кўради. Дистрибьютор ҳамма нарсани ўз ҳисобидан сотиб олади ва маҳсулотни етарли даромад билан сотишга қурби етиш-етмаслиги бўйича таваккалчиликни тўлиқ ўз зиммасига олади. “Сотувчи-харидор” кўринишидаги муносабат франчайзингга ҳам мавжуд бўлиши мумкин, аммо кўп ҳолларда бу унинг бутун моҳияти бўлмай, шартноманинг бўлимларидан биридир.

Лицензиялаш бўйича келишувлар ва ноу-хау айнан бир-бирига ўхшаш турдаги келишувлар ҳисобланади. Лицензия бу – маълум вазифани бир томоннинг иккинчи томонга бажаришига рухсат беришидаги келишув характерининг номи. Ноу-хау бўйича келишув бу – лицензион келишувнинг алоҳида кўриниши бўлиб, асосан у ишлаб чиқариш жараёни ёки бутловчи буюмларга нисбатан қўлланилади. Келишувларнинг ушбу кўринишлари ихтиро ҳужжати ёки савдо маркаларидан фойдаланиш асосида вужудга келади ва одатда, маҳсулот ёки бутловчи буюмларни ишлаб чиқаришга рухсат беради. Лицензиат (рухсат эгаси) нафақат битта бизнес билан шуғулланиши мумкин: у рухсат берилган келишувлар ёки ноу-хау бўйича келишувларга мос келадиган фаолиятни турли исталган бошқа фаолият билан биргаликда олиб бориши мумкин. Худди дистрибьютор сингари, у мустақил бизнесмен. У ўзига ҳуқуқ ёки топшириқ берган шахслар номидан иш кўрмайди. Бу келишув франчайзининг тадбиркорлик шаклига жуда яқин, аммо лицензиатнинг қандайдир ўзига юклатилган тизимга бўйсунмаслиги билан фарқланиб туради.

Франчайзинг амалда ушбу шакллардан нимаси билан фарқ қилади?

Гўшт маҳсулотлари ишлаб чиқараётган ва ўз тузилмаларидан бирида гамбургер ишлаб чиқаришни бошлаётган компаниянинг оддий мисолини оламиз. Тажриба шуни кўрсатадики, гамбургерлар яхши сотилади ва уларга талаб катта. Маркетинг бўлимидаги ёш ходим гамбургерлар сотиш бўйича ўз ресторанини очишни компанияга таклиф қилади ва компанияни буни қабул қилди.

Бу босқичда у худди шундай гамбургерни худди ўша тайёрлаш усули бўйича мамлакатнинг турли қисмларида ёки шу жойда тайёрлаш учун бошқа гўшт етказиб берувчилар билан лицензион келишувга эришиб, ўз маҳсулоти учун янада кенгроқ дистрибьютерлик тармоғига эга бўлиши мумкин эди. Эҳтимол, у шундай ҳам қилар, унда балки ўз дистрибьютерлик тармоғи бордир, балки маҳсулотни дистрибьютерлик келишувига мос равишда улгуржи савдо билан шуғулланётганлар орқали сотиб юбориш ҳам мумкиндир. Шунингдек, у сотишнинг мавжуд мажмуавий имкониятларидан фойдаланишни ҳам кўриб чиқиши мумкин.

Бироқ у ушбу ҳолатда, савдо нуқтасини очиб, гамбургер асосида тез овқатланиш муассасини ташкил қилишдаги бу аънавий услуга тўлдириб киритишга аҳд қилди. Бу билан у ўз маҳсулоти ва уни сотиш учун савдо нуқталарини қўшимча усул билан таъминлади. Компания чакана бозорга чиқди, аммо унда кераклича маблағ йўқ ёки у ниҳоятда омадли бўлиши мумкин бўлган тармоқ яратишга катта сармоя киритишни истамайди. Гамбургерлар сотиш учун худди шунга ўхшаган нуқталар очадиган тадбиркорларга франчайзинг ҳуқуқини ёки рухсатни бериб, маҳсулотни чакана бозорда ривожлантиришга қарор қилади. Операторлар франчайзер томонидан яратилган худди ўша маркадан, ўша шакллар ва ҳаракатлардан фойдаланадилар, худди ўша маҳсулотни сотадилар. Харидор дўконга кириб, ушбу дўконнинг ўша ташкилотнинг бир қисми эканлигини, хизмат кўрсатиш ва маҳсулотлар барча дўконда бир хил эканлигини ҳис қилиш керак. Бошқача қилиб айтганда, компания мажмуаланган тадбиркорлик кўринишидаги франчайзинг тизимини яратади.

Ишлаб чиқарувчи сотув тармоғини кенгайтиради, қўшимча савдо нуқталари қўшади, шу билан бирга у ҳар хил дўконлардаги операторларга ёрдам кўрсатиб, бош офиснинг ходимлари ва бошқа кучларни ҳам жалб қилади. Шу билан у ўз ташкилотининг мутахассисларидан тежамкорлик билан фойдаланади. Савдо нуқталарининг тез ўсиб бориши сармоя чиқимларсиз ва франчайзер ходимларига оғирлик туширмасдан таъминланади.

Операторнинг ўрни қанақа? У – агент эмас. У франчайзернинг топшириғига биноан ҳаракат қилмайди ва франчайзер қошида фақат келишувнинг тор доираларидагина мажбуриятга эга бўлади. Унинг ўз корхонаси бор, унга керакли сармоя жойлаштиради, бошқаради. У – дистрибьютор эмас, гарчи франчайзернинг дистрибьюторлик тармоғининг бир қисми бўлса-да. Оператор худди дистрибьютор сингари харидорларни маҳсулот билан таъминлайдиган тармоқнинг қисми, аммо оператор чакана бозорда ҳаракат қилади, дистрибьютор эса улгуржи бозорда.

Энди франчайзинг тизимини лицензия ва ноу-хау бўйича келишувлар билан таққослаймиз. Бу шакллар дистрибьюторларга қараганда франчайзингга яқинроқ, франчайзинг ҳақидаги келишув доирасида операторга савдо номини ва корхонанинг маълум тузилишидан фойдаланиб, савдо қилишга рухсат этилади. Ноу-хау франчайзинг шартларида коммерция фаолиятининг барча жабҳаларида иштирок этади. Ишни бошлашдан олдин, оператор керакли тарзда ўқитилган бўлиши лозим, у корхонани жойлаштиришда, уни лойиҳалаштиришда, безашда, ташкил қилишда, жиҳозлашда, маркетинг соҳасида ва ҳақозоларда ёрдам олади. У франчайзернинг доимий диққат марказида бўлади, керак бўлиб қолганда, маҳсулотни ўтказиш муаммоларини ечишда, янгилик киритишларни амалга оширишда раҳбариятнинг қўллаб-қуватлашини олади. Франчайзингнинг қолган барча бошқа келишувлардан фарқи шундаки, оператор франчайзернинг савдо маркази остида ва унинг ҳужалик тизими асосида ҳаракат қилади.

Лицензион келишув ва ноу-хау дистрибьютердан кўра франчайзингга яқин. Франчайзинг ҳақидаги келишув доирасида сотишга рухсат берадиган рухсат мавжуд. Ноу-хау франчайзинг шартларида тижорат фаолиятининг барча жабҳаларида қатнашади.

Франчайзингнинг бошқа барча келишув шаклларида фарқи шундаки, оператор фақат франчайзернинг савдо белгиси остида ва унинг ҳужалик тизими негизида ҳаракат қилади.

Франчайзинг тизимини тадбиркорлик фаолиятининг ҳар қандай кўринишида қўлласа бўлади, аммо бу ҳар қандай бизнес франчайзинг билан муваффақиятли амалга ошади дегани эмас.

Шундай қилиб, франчайзинг нафақат муқобил қарор, балки ишлаб чиқарувчи, улгуржи ёки чакана савдо қилувчининг “арсеналидаги” қўшимча восита бўлиб, ундан ўз бизнесини ривожлантириш учун фойдаланиш мумкин. Шундан келиб чиқадикки, франчайзинг тизимини тадбиркорлик фаолиятининг ҳар қандай кўринишида қўлласа бўлади, аммо бу ҳар қандай бизнес франчайзинг билан муваффақиятли амалга ошади дегани эмас. Франчайзинг муваффақиятлари, одатда, янги ғоялар, патентланган ускуналар ва савдо маркаларини қўллаш асосида яратилади. Улар мавжуд концепцияларга янги муносабатларни намойиш қиладилар.

Манба: Мартин Мендельсон. «ФРАНЧАЙЗИНГ бўйича қўлланма». Москва, «Сибли Интернэшнл, Инк», 1995.

Илова 2. Комплекс тадбиркорлик лицензиясининг (франшизинг) намунавий шартномаси

Шартнома № _____

й. _____ « ____ » _____ 20__ й.

_____ (корхона-комплекс лицензиарнинг номи)

(кейинги ўринларда «лицензиар», деб юритилади) номидан _____ асосида фаолият юритувчи,
(устав, ишончнома ва бошқ.)

_____ (корхона учун: шартнома тузишни расмийлаштиришга ваколатли шахснинг Ф.И.Ш. ва мансаби)

бир томондан ва _____ (корхона-комплекс лицензиатнинг номи)

(кейинги ўринларда «лицензиат» деб юритилади) номидан _____ асосида фаолият юритувчи
(устав, ишончнома, ва бошқ.)

_____ (корхона учун: шартнома тузишни расмийлаштиришга ваколатли шахснинг Ф.И.Ш. ва мансаби)

мазкур Шартномани қуйидагилар ҳақида туздилар.

I. Шартнома предмети

1.1. Мазкур шартномага биноан, Лицензиар Лицензиатга мукофот эвазига шартномада кўрсатилган муддатда Лицензиарга тегишли қуйида келтирилган фавқулдда ҳуқуқлар комплексини (кейинги ўринларда - Лицензион) тадбиркорлик фаолиятида фойдаланиш ҳуқуқини тақдим қилиш мажбуриятларни олади:

- лицензиарнинг фирма номи ва савдо белгисига ҳуқуқи;
- лицензиар томонидан ишлаб чиқилган савдо имиджи, дизайн ва жойни безатишдан фойдаланиш ҳуқуқи;
- лицензиарнинг тижорат сиридан фойдаланиш ҳуқуқи;
- лицензиар савдо белгисига ҳуқуқи;

_____ (фойдаланиш учун бериладиган бошқа ҳуқуқлар)

1.2. Фойдаланувчи Лицензиарга тегишли фавқулдда ҳуқуқлар комплексини _____ худудида фойдаланиш ҳуқуқига эга.

1.3. Мазкур шартноманинг амал қилиш муддати: _____.

1.4. Лицензион комплексдан фойдаланиш: _____ қийматида қуйидаги вақт оралиғида _____ деб белгиланди ва
(Бириктирилган бир марталик ёки доимий тўловлар,

_____ кўринишида тўланади
Тушган пулдан ушлаб қолиш, маҳсулотларнинг улғуржи нархиға устама,

_____ кейинги қаторларда :
қайта сотиш ва бошқа мақсадлар учун Лицензиар томонидан бериладиган)

II. Тарафларнинг мажбуриятлари

2.1. Лицензиарнинг мажбуриятлари:

а) Лицензиатга техник ва савдо ҳужжатларини беришга, Мазкур шартнома бўйича ўзига берилган ҳуқуқларни амалга ошириш учун Лицензиатга бошқа маълумотларни тақдим қилишга, шунингдек, Лицензиат ва унинг ходимларига ушбу ҳуқуқларни амалга ошириш билан боғлиқ масалалар бўйича йўриқнома беришга;

б) Қуйидаги муддатларда Лицензиатга: _____,
 белгиланган муддатда расмийлаштиришни таъминлаган ҳолда қуйидаги рухсатомаларни беришга:

– _____;
 – _____;
 – _____;

в) Мазкур шартномани белгиланган муддатда рамийлаштиришни таъминлашга;

г) Қуйидаги муддатда Лицензиатга: _____,
 технологиялардан фойдаланиш бўйича қўлланма ва ҳужжатларни беришга:

– _____;
 – _____;
 – _____;

д) Лицензиатга, ходимларнинг малакасини ошириш ва ўқитишдаги ёрдамни қўшган ҳолда доимий техник ва қўлланмавий ёрдам кўрсатишга; _____ Иловадаги дастур бўйича Лицензиат ходимларини ўқитишни амалга оширишга;

е) Мазкур шартнома асосида Лицензиат томонидан ишлаб чиқарилаётган (бажарилаётган, кўрсатилаётган) маҳсулотлар (ишлар, хизматлар) сифатини назорат қилиш; _____ Иловада кўрсатиб ўтилган назорат қилиш турлари ва усуллари, шунингдек, сифат андозаларига мос келмасликни аниқлайдиган ўлчамлар билан таъминлаб бериш;

ж) Бошқаларга, мазкур Шартноманинг 1.2-бандига кўра, Лицензиатга бириктирилган ҳудудда Лицензион комплексидан фойдаланишга рухсат берилмаслик, шунингдек, ушбу ҳудудда худди шундай ўз фаолияти билан шуғулланишдан ўзини тийиш;

з) Лицензиар томонидан бир томонлама киритилган фирма белгисида Лицензиат томонидан фойдаланиши зарур бўлган бинони безатиш усулида, ходимларнинг кийими шаклида ва индивидуализациянинг бошқа воситаларида ўзгаришлар билан боғлиқ бўлган Лицензиат харажатларининг ўринини қоплаб бериш;

и) Маҳсулот брендининг таниқли бўлишини ошириш мақсадида, лицензиар имиджини ошириш мақсадида, мазкур шартномага мос равишда ишлаб чиқарилаётган (кўрсатилаётган, сотилаётган) маҳсулотларнинг (хизматларнинг) бозорда харидорғирлигини ошириш мақсадида, ўз ҳисобидан матбуотда, Интернетда, почта орқали, кўргазмаларда ва бошқа жойларда реклама тадбирлари ўтказиш; реклама материалларида Лицензиарнинг франчайзинг ва дилер тармоқларига кирадиган филиаллар ва бошқа лицензиатлар ҳақидаги алоқа маълумотлари билан бир қаторда Лицензиатнинг алоқа маълумотини кўрсатиш;

к) _____
(бошқа мажбуриятлар)

2.2. Мазкур шартнома бўйича Лицензиат томонидан амалга ошириладиган фаолият тури ва ўзига хосликни ҳисобга олган ҳолда Лицензиат ўзига қуйидаги мажбуриятларни олади:

а) Мазкур шартномада кўзда тутилган Лицензион комплекснинг фаолиятини амалга ошириш пайтида ундан қуйидаги кўринишда фойдаланиш: _____

(Лицензиардан олинган маҳсулотни сотиш,

хизматлар кўрсатиш, ишларни бажариш, савдо фойлиятини амалга ошириш пайтида)

б) Мазкур шартнома асосида ишлаб чиқарилаётган (бажарилаётган ишлар, кўрсатилаётган хизматлар) маҳсулотларнинг худди шу хилдаги Лицензиар томонидан ишлаб чиқарилаётган (бажарилаётган, кўрсатилаётган) маҳсулотларнинг (ишларнинг, хизматларнинг) сифати билан тўла мос келишини таъминлаш;

- в) Лицензиарнинг йўриқнома ва кўрсатмаларига, Лицензион комплексга кирувчи фавқулдда ҳуқуқларнинг тури, усул ва шартлари тўла мос келишишини таъминлашга йўналтирилган, унинг Лицензиар томонидан фойдаланилишига амал қилиш;
- г) Шартнома бўйича берилган фавқулдда ҳуқуқларни амалга ошириш пайтида, Лицензиар билан савдо биноларининг жойини, уларнинг ички ва ташқи безатилишини келишиш;
- д) Харидорларга (бўйртмачиларга) улар бевосита Лицензиардан маҳсулот (иш, хизмат) олаётганда (бўйртма бераётганда) олиши мумкин бўлган қўшимча хизматларни кўрсатиш;
- е) Ишлаб чиқариш сирларини, Лицензиарнинг бизнес олиб боришини ва ундан олинган махфий тижорат маълумотларни овоза қилмаслик ва тарқалишидан ҳимоя қилишни таъминлаш;
- ж) Харидорларни (бўйртмачиларни) уларга жуда аниқ кўринишда бўлган восита билан, у Лицензиарнинг фирма номидан, савдо белгисидан, маҳсулот белгиси, хизмат кўрсатиш белгиси ёки Мазкур шартномага биноан индивидуализациянинг бошқа воситаларидан фойдаланаётганидан хабардор қилиши керак;
- з) Шартномада кўрсатилган фаолиятни амалга ошириш пайтида фирма белгисини, бинони безашни, ходимларнинг кийим шаклини ва бошқа Лицензиарнинг индивидулаштиришидан фойдаланишда _____ Иловада кўрсатилган кўринишда фойдаланиш;
- и) _____ Иловада берилган Дастур бўйича ўз корхонасининг _____дан кам бўлмаган ходимларини, бир киши учун _____ қийматидаги ўқув курсида иштирокчини таъминлаш;
- к) Мазкур шартнома бўйича ўз мажбуриятларини назорат қилиш учун Лицензиарга имкониятини яратиш;
- л) Ушбу шартномага асосан Лицензиат томонидан ишлаб чиқарилаётган (бажарилаётган, кўрсатилаётган) маҳсулотларни Лицензиар томонидан назорат қилишга ҳалақит бермаслик ва унга ёрдам бериш; назоратнинг тури ва усуллари, шунингдек, сифат андозаларига мос келмаслигини аниқловчи мезонлар _____ Иловада кўрсатиб ўтилган;
- м) Лицензиарнинг тадбиркорлик обрўси, Лицензиарнинг франчайзинг тармоғини қўллаб-қувватлаш ва франчайзинг тармоғининг бошқа қатнашчилари ҳақида салбий маълумотлар тарқатишдан ўзини тийиш;
- н) Лицензиарнинг рақобатчиларидан (истикболли рақобатчиларидан) бошқа комплекс тадбиркорлик рухсатномаларини олишдан тийилиш;
- о) Лицензиарнинг розилигисиз комплекс тадбиркорлик рухсатномаларига бўлган ҳуқуқни учинчи томонга бериб қўймаслик;
- п) _____.

(бошқа мажбуриятлар)

III. Лицензиатга қўйилаётган талаб бўйича Лицензиарнинг жавобгарлиги.

- 3.1. Мазкур шартнома бўйича Лицензиат томонидан сотилаётган (бажарилаётган, кўрсатилаётган) маҳсулотларнинг сифатга мос келмаслиги ҳақида Лицензиатга қўйилаётган талаблар бўйича Лицензиар маблағ бериш жавобгарлигини ўз зиммасига олади;
- 3.2. Маҳсулотни (товарларни) ишлаб чиқарувчи сифатида Лицензиатга қўйиладиган талаблар бўйича Лицензиар Лицензиат билан тенг равишда жавоб беради.

IV. Лицензиатнинг суб-лицензия бериш бўйича ҳуқуқ ва мажбуриятлари

- 4.1. Лицензиат ўзига берилган лицензион комплексни ёки унинг қисмларини қуйидаги шартларга асосан бошқа шахсларга фойдаланиш учун беришга ҳуқуқи бор: _____.
- 4.2. Лицензиат мазкур Шартноманинг 1.2-бандига биноан суб-лицензияни фақат Лицензиатга бириктирилган ҳудудга бериш ҳуқуқига эга;
- 4.3. Комплекс тадбиркорлик шартномасининг тугатилиши Лицензиатнинг суб-лицензиялар бериш ҳуқуқини тугатади;
- 4.4. Лицензиат _____ йил мобайнида _____ суб-лицензия беришга мажбуриятли.

V. Шартномани қайтадан тузиш, ўзгартириш ёки бекор қилиш.

- 5.1. Ўз мажбуриятларини керакли равишда бажараётган Лицензиат ушбу шартноманинг муддати тугашига қараб, уни худди шу шартларга асосан янги муддатга тузишга ҳуқуқига эга.
- 5.2. Мазкур шартнома томонларнинг ўзаро келишувига биноан ёки шартномани бошқа томондан кескин бузилиши ҳолатида ёки бўлмаса, томонлар шартномани тузиш пайтида мавжуд бўлган вазиятлардан

сезиларли ўзгариб қолиши ҳолатида – суд қарорига биноан ўзгартирилиши ёки бекор қилиниши мумкин;
 5.3. Агар шартномани ўзгартириш ёки бузишга томонлардан бирининг шартномани сезиларли даражада бузиши асос бўлса, бошқа томон ўзгаришлар ёки бекор қилиш натижасида келиб чиқадиган харажатларни қоплашни талаб қилишга ҳақли;

5.4. Шартнома янги фирма атамаси билан алмаштирилмайдиган Лицензион комплексга кирадиган фирма атамасига бўлган ҳуқуқнинг бекор қилиниши ҳолатида тугатилади.

5.5. Лицензиар бир томонлама тартибда шартномани бажаришдан воз кечиши мумкин (тўла ёки қисман), агар Лицензиат:

– Лицензион комплексдан мазкур Шартномада кўрсатилгандан кўра бошқа ҳудудда ёки бошқача тарзда фойдаланса;

– Лицензион комплексдан фойдалангани учун мукофотни тўлаш ҳақидаги шартномани бузса;

– Мазкур Шартнома асосида ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар (бажарилаётган ишлар, кўрсатилаётган хизматлар) сифати андозаларини (___ Иловада кўрсатилган мезонларга биноан) кўпол равишда бузса;

– Шартнома бўйича берилган фавқулодда ҳуқуқларни амалга оширишда фойдаланиладиган савдо бинolari жойини, шунингдек, уларнинг ташқи ва ички томондан безатилишини Лицензиат билан келишмаса;

– ишлаб чиқариш сири, Лицензиарнинг бизнес олиб бориши ва ундан олинган махфий тижорат маълумотларни овоза қилса ёки керакли ҳимоя билан таъминламаса;

– ___ Иловада келтирилган Дастур бўйича ходимларнинг келишилган миқдорини ўқитиш учун таъминламаган бўлса ёки ўқитиш нархини тўламаган бўлса;

– Мазкур шартнома бўйича Лицензиатнинг мажбуриятлари устидан назорат олиб боришда, шу жумладан, мазкур шартномага асосан Лицензиат томонидан ишлаб чиқарилаётган (бажарилаётган, кўрсатилаётган) маҳсулотлар (ишлар, хизматлар) сифатини назорат қилишда Лицензиарга халақит берган бўлса;

– Лицензиар ва франчайзинг тармоғининг бошқа қатнашчилари ҳақида салбий маълумот тарқатган бўлса;

– Шартнома амал қилинаётган даврда Лицензиарнинг рақобатчиларидан (истиқболли рақобатчиларидан) комплекс тадбиркорлик рухсатномалар олган бўлса;

–

(бошқа шартлар)

5.6. Лицензиат бир томонлама тартибда шартномани бажаришдан воз кечиши мумкин (тўла ёки қисман), агар Лицензиар:

– Мазкур шартнома бўйича берилган ҳуқуқларни амалга ошириш учун Лицензиатга керак бўлган техник ва тижорат, бошқа маълумотларни бермаса;

– Мазкур шартнома бўйича берилган ҳуқуқларни амалга ошириш учун белгиланган тартибда ва рухсатномада айтиб ўтилган муддатда расмийлаштиришни таъминламаса ва Лицензиатга бермаса;

– Мазкур шартномани кўрсатилган муддатда рўйхатдан ўтказилишини таъминламаса;

– ___ Илова Дастур бўйича Лицензиат ходимларининг ўқитилишини ўтказмаса;

– Бошқаларга Лицензиатга тегишли ҳудудда Лицензион комплексдан фойдаланиш ҳуқуқини берса ёки ушбу ҳудудда ўзининг хусусий шунга ўхшаш фаолиятини олиб борса;

–

(бошқа шартлар)

VI. Яқуний қоидалар

6.1. Ушбу шартнома унга имзо қўйилган вақтидан бошлаб кучга киради;

6.2. Шартнома _____ нусхада тузилган;

6.3. Мазкур шартномада кўрсатилмаган барча вазиятларда томонлар Ўзбекистоннинг мавжуд фуқаролик қонунчилиги меъёрларига ёндашиб амал қиладилар;

6.4. Томонларнинг манзиллари ва банк реквизитлари:

Лицензиар: _____

Лицензиат: _____

Томонларнинг имзоси:

Лицензиар: _____

Лицензиат: _____

М.Ў.

М.Ў.

Номоддий активлар ҳисоби хўжалик юритувчи субъектлар молиявий ҳисоботининг муҳим таркибий қисми ҳисобланади. Уни олиб бориш тартиби 7-сонли “Номоддий активлар” бухгалтерия ҳисобининг миллий стандартларида акс эттирилган. Ушбу бухгалтерия ҳисоби стандартларини қўллаш бўйича мутахассис, “КРМГ” халқаро аудиторлик фирмасининг молиявий маслаҳатчиси Валентина Фоминанинг амалий тавсияларини тақдим қиламиз.

7-сонли БҲМС да номоддий активлар тушунчаси, уларни тан олиш вақти ва номоддий активларни ҳисобга олиш тартиби аниқ келтирилган.

Номоддий активлар – хўжалик юритувчи субъект томонидан хўжалик фаолиятида фойдаланиш учун ёки бошқаришда назорат қилинадиган (тегишли), моддий-буюм сифатига эга бўлмаган, шунингдек, узоқ давр (бир йилдан кўп) мобайнида фойдаланишга мўлжалланган мулклар объекти.

Хўжалик юритувчи субъектларнинг номоддий активлари таркибидаги №04 бухгалтерия СЧЕТИнинг ДЕБЕТ қисмида акс этади: ихтиро ҳужжатлари, рухсатномалар, интеллектуал мулк, савдо маркалари (фирма маркалари ва нашр қилинган атамаларни қўшиб ҳисоблаганда), фавқулдда ҳуқуқлар, компьютер дастури таъминоти, муаллифлик ҳуқуқлари, мижозлар рўйхати, рухсатномалари, маркетинг ҳуқуқлари, импорт меъёрлари, ташкилий харажатлар (“дастлабки харажатлар” деб аталадиган янги хўжалик субъектларини ташкил қилиш бўйича харажатлар), ноу-хау, бозор ҳақида билиш, гудвилл фирма баҳоси, техник кўникмалар ва бошқалар.

№05 бухгалтерлик СЧЕТИнинг КРЕДИТ қисмида номоддий активларнинг тўпланадиган амортизацияси ҳисобга олинган. Номоддий активларнинг АКТИВ СИФАТИДА ТАН ОЛИНИШИ фақат бир ҳолатда, агар у:

- актив талабларига жавоб берса;
- ўлчаб бўлинса;
- аҳамиятга эга бўлса;
- ишончли бўлса;
- келгуси иқтисодий манфаатни келтирса;
- аниқланадиган (яъни, у ишлатилаётган ишлаб чиқаришдан алоҳида фойдаланилиши мумкин бўлса).

Агар хўжалик юритувчи субъект сота олса, алмаштира олса ёки ундан олинаётган алоҳида келгуси фойдаларни тақсимлай олса, актив бўлина олади.

Номоддий активларнинг бухгалтерия ҳисоби асосий тамойиллари бўлиб:

- сотиб олиш пайтида таннарх тамойили;
- ишлатиш даври мобайнида мос келиш тамойилини қўллаш, яъни, амалга оширилган харажатлар ва улардан келадиган даромадлар ҳисобга олиншини талаб этиш;
- активнинг ҳисобдан чиқарилишида даромадни эътироф этиш тамойили, яъни, ҳисобдан чиқиб кетишдаги фойда ёки зарар олинган тўлов ва чиқиб кетган активнинг баланс қиймати ўртасидаги фарққа тенг деб ҳисобланиши.

ТАННАРХ ТАМОЙИЛИга биноан, олинаётган пайтда номоддий активлар олинш қиймати бўйича акс этиш керак. Сотиб олиш қиймати актив олинаётган пайтида сарфланган барча харажатларни ўз ичига олади, шу жумладан, харид қийматини, ташиш бўйича харажатларни ва юридик харажатларни, шунингдек, сотиб олиш билан боғлиқ барча бошқа харажатларни ўз ичига олади. Номоддий активларларни сотиб олишдаги бухгалтерлик проводкалари қуйидаги кўринишда бўлиши керак:

- Дт 60 Кт 51 Етказиб берувчига тўлов
- Дт 08 Кт 60 Капитал қуйилмалар ҳисобидан сотиб олиш
- Дт 04 Кт 60 Капитал қуйилмалар ҳисобига кирим қилиш

Агар номоддий активлар пулсиз алмаштириш (бартер) тартибида олинса, уларнинг нархи бозор ёки алмаштиришга берилаётган мулк ёки олинган ҳуқуқлар нархи бўйича – ушбу нархлардан қайси бири

афзалроқ бўлса, шунга қараб ҳисобланиши мумкин:

Дт 08 Кт 62, 76

Дт 04 Кт 08

Агар номоддий активлар пул маблағлари ҳисобидан сотиб олинса, унинг қиймати шу каби активнинг фаол ишлаётган иккиламчи бозордаги бозор қиймати бўйича битимда кўрсатиб ўтилади.

Номоддий активлар хўжалик юритувчи субъектнинг ўзи томонидан яратилган пайтда ва уни яратишга кетган харажатларнинг қийматини аниқлаш имкони бўлса, ушбу активни ҳақиқий таннарх бўйича кўрсатишга тўғри келади:

Дт 08 Кт 10, 70, 69, 20 Номоддий активларни яратиш учун кетган харажатлар

Дт 04 Кт 08 Капитал қуйилмалар ҳисобига кирим қилиш

Агар активнинг қийматини аниқлашнинг иложи бўлмаса, уни актив сифатида алоҳида банд билан акс эттириш керак эмас. Беғараз олинган номоддий активларни қолдиқ ёки комиссия-баҳолаб билан белгилаш керак:

Дт 04 Кт 85/3

Номоддий активларнинг қиймати МОС КЕЛИШ ТАМОЙИЛИГА биноан амал қилиш муддати ёки номоддий активларнинг тахмин қилинаётган хизмат муддати мобайнида мунтазам равишда ҳисобдан чиқарилиши керак. Ушбу жараён номоддий активларнинг амортизацияси деб аталади.

№7 БҲМСнинг 39 бандида амортизация муддатлари кўрсатилган бўлиб, уларга биноан, номоддий активларнинг амортизация қилинаётган қиймати мана бу тарзда доимий асосда тақсимланиши керак:

– унинг фойдали хизмати муддати мобайнида (аммо, хўжалик юритувчи субъектнинг фаолияти муддатидан ортиқ эмас);

– беш йилга ҳисобланиб аммо, хўжалик юритувчи субъектнинг фаолияти муддатидан ортиқ эмас; Агар улар бўйича фойдали ишлатилишнинг муддатини аниқлаш имкони бўлмаса.

Номоддий активларнинг иқтисодий хизмат кўрсатиш муддатини аниқлашнинг одатда, имкони бўлмаганидан, унинг хизмат муддатини аниқлаш учун қуйидаги омилларни ҳисобга олиш зарур:

– энг юқори хизмат муддатини чегараловчи юридик, доимий ва шартномавий ҳолатлар;

– тахмин қилинаётган хизмат муддатини ўзгартира оладиган янгилаш ёки узайтириш шартлари;

– хизмат муддатини камайтирадиган эскириш, талаб ва бошқа иқтисодий омиллар;

– қутилаётган хизмат муддатига ёки ходимлар гуруҳига мос келадиган хизмат муддати;

– номоддий активларнинг мавжуд рақобатга бардошлилигини чекловчи рақобатчилар ва бошқа шахсларнинг қутилаётган ҳаракатлари;

– турли хил хизмат муддатига эга кўпчилик алоҳида активларнинг таркибий қисми бўлган номоддий активлар;

Дастлабки қиймат ва қолдиқ қиймат ўртасидаги фарқ натижасида ҳосил бўладиган амортизация қилинадиган қиймат бўйича аниқланади.

Уларнинг тавсифига кўра номоддий активлар камдан-кам ҳолларда қолдиқ қийматга эга бўладилар. Бундай ҳолларда, амортизация қилинадиган қиймат дастлабки қийматга тенглаштирилади.

№7 БҲМС да АМОТИЗАЦИЯнинг 3та УСУЛИ кўзда тутилган:

– тўғри (ёки бир текис);

– камайиб бораётган қолдиқни;

– ишлаб чиқариш бирликлари йиғиндиси бўйича амортизация қилиш (ишлаб чиқариш усули).

Уларнинг ҳар бирини алоҳида кўриб чиқамиз. ТЎҒРИ УСУЛ активнинг бутун фойдали ишлатилиши муддати даврида эскириш миқдорини ҳисоблаб боришдан иборат.

КАМАЙИБ БОРАЁТГАН УСУЛдан фойдаланаётган пайтда доимо ҳисоблаб бориладиган маблағлар фойдали ишлатилишнинг бутун муддати даврида камайиб боради.

ЭСКИРИШНИНГ БАЖАРИЛГАН ИШЛАР ҲАЖМИГА МУТАНОСИБ ҲИСОБЛАШ УСУЛИ (ИШЛАБ ЧИҚАРИШ УСУЛИ)га биноан амортизациянинг қиймати фақатгина активнинг неча марта ишлатилиши ёки маҳсулотнинг қанча бирлиги ишлаб чиқарилиши қутилаётганига боғлиқ.

Амалиётда амортизациянинг тўғри усулини қўллаган маъқулроқ. Қолган усуллар маълум бир ҳолатларда ишлатилиши мумкин. Амортизация ҳисобланиши бўйича бухгалтерлик проводкаси мана бундай бўлади:

Дт 20, 25, 26 Кт 05

Амортизациянинг ишлатиладиган усуллари ҳисоби 5-сонли БҲМС (“НТВ”, № 25, 26, 28) шарҳларида батафсил баён этилган. Шуни кўзда тутиш керакки, номоддий активларга нисбатан ишлатиладиган амортизация усули, агар ушбу активлардан кутилаётган иқтисодий манфаатда (7-сонли БҲМС 46 банди) катта ўзгаришлар рўй берса, ҳар йили ҳисоб даврининг сунгида қайта кўриб чиқилиши мумкин.

Номоддий активлар мана бу ҳолатларда ҳисобдан чиқарилиши мумкин:

- бутунлай ишдан чиққанда;
- сотилаётган пайтда;
- текин берилаётган пайтда;
- устав сармоясига бадал сифатида берилаётганда.

Энди муайян ҳолатларда ҳисобдан чиқариш бўйича бухгалтерлик проводкаларини кўриб чиқамиз.

СОТИШ ҲОЛАТЛАРИДА:

| | | |
|-----------|---------|---|
| Дт 62, 51 | Кт 48 | Тушум миқдорига |
| Дт 48 | Кт 68 | ҚҚС миқдорига |
| Дт 48 | Кт 04 | Бошланғич қийматда номоддий активларни ҳисобдан чиқариш |
| Дт 05 | Кт 48 | Ҳисобланган эскиришни ҳисобдан чиқариш |
| Дт 48 | Кт 80/3 | Реализациядан олинган фойда |

ЛИКВИДАЦИЯ ҚИЛИШДА:

| | | |
|---------|-------------|--|
| Дт 48 | Кт 04 | Номоддий активни бошланғич қиймати бўйича ҳисобдан чиқариш |
| Дт 05 | Кт 48 | Ҳисобланган эскириш |
| Дт 48 | Кт 70,69,10 | Ликвидация қилиш харажатлари |
| Дт 26/3 | Кт 48 | Ликвидация қилишдан кўрилган харажатлар |
| Дт 80/2 | Кт 26/3 | Ликвидация қилишдаги зарарлар |
| Дт 10 | Кт 80/3 | Ломни кирим қилиш |

БЕҒАРАЗ ЎТКАЗИШ ҲОЛАТИДА:

| | | |
|---------|-------------|---------------------------------------|
| Дт 48 | Кт 04 | Бошланғич қиймат миқдорига |
| Дт 05 | Кт 48 | Эскириш миқдорига |
| Дт 48 | Кт 70,69,76 | Ўтказиш билан боғлиқ бошқа харажатлар |
| Дт 48 | Кт 68 | ҚҚС миқдорига |
| Дт 26/3 | Кт 48 | Зарар миқдорига |
| Дт 82/2 | Кт 26/3 | Зарар миқдорига |

УСТАВ САРМОЯСИГА ЎТКАЗИЛГАНДА:

| | | |
|-------|---------|---|
| Дт 06 | Кт 48 | Шартнома қиймат миқдорига |
| Дт 48 | Кт 04 | Бошланғич қийматига |
| Дт 05 | Кт 48 | Эскириш миқдорига |
| Дт 48 | Кт 76 | Маслаҳат хизматлари қийматига |
| Дт 48 | Кт 83 | Бошланғич қийматнинг шартнома қийматидан ошадиган миқдорига |
| Дт 48 | Кт 80/3 | Ўтказишдан олинган фойда миқдорига |

Номоддий активларни бошқа ташкилотларнинг устав жамғармалари ҳисобига ўтказиш пайтида, одатда, шартномавий қиймат активларнинг баланс қийматидан баланд бўлади. Бундай ҳолларда ортиб кетиш қийматини “Келгуси даврлар даромад”ни 83-счёт кредити бўйича 48-счёт билан корреспонденция қилиш орқали акс эттирилади. Устав фондидан улуши бўйича даромадларни ҳисоблаб борилишга кўра, улар тенг миқдорда 83-счёт дебетидан 80/3-счёт кредитига таъсис ҳужжатларида белгиланган муддатларда ҳисобдан чиқариб борилади.

Номоддий активларнинг сотилиши ва бепул берилиши айланмаси ҚҚСга тортилади. Бепул берилиш пайтида ҚҚС тўловчиси бераётган томон бўлади (қабул қилиб олаётган томон фойдадан солиқ тўлайди).

Шуни таъкидлаш керакки, ташкилотлар одатда ҳуқуқ билан ҳимояланган ва лицензион шартномалар билан расмийлаштирилган номоддий активларни эмас, балки, улардан фойдаланиш ҳуқуқини

сотадилар. Ушбу ҳолатда, номоддий активларнинг қиймати ва уларнинг эскириш миқдори ўзгармайди ва реализация ҳисоби бўйича фақат номоддий активларнинг тегишли объектларни сотишдан келган тушумда акс этади.

Энди номоддий активларнинг хўжалик юритувчи субъектларнинг фаолиятида нисбатан тез учрайдиган баъзи бир кўринишларини батафсил кўриб чиқамиз.

ПАТЕНТ – бу юридик жиҳатдан тан олинган ва рўйхатдан ўтган фавқуллодда ҳуқуқ. Ихтиро ҳужжати ҳуқуқи ўз эгасига четдан бошқа шахслар аралашмаган ҳолатда буюмларидан фойдаланиш, ишлаб чиқариш, сотиш ва назорат қилишга имкон беради.

Ушбу ҳужжатни патент идораларида рўйхатдан ўтказилиши унинг ҳимоясини кафолатламайди ва у судда муваффақиятли ҳимоя қилинмас экан, рақобатбардош эмас. Шунинг учун, судда муваффақиятли ҳимоя қилиниши билан боғлиқ ҳужжатлар ихтиро ҳужжатининг қиймати қисми сифатида капитализация қилиниши керак, деган умумий келишув мавжуд.

САНОАТ ДИЗАЙНИНИ рўйхатдан ўтказилиши ихтиро ҳужжати сингари буюмнинг кўринишида, намунасида ёки безакларида қўлланилади. Аммо агар ихтиро ҳужжати ҳаракатни ҳимоя қилса, ишлаб чиқариш дизайнини рўйхатдан ўтказиш ташқи кўринишни ҳимоя қилади. Мисол учун, компьютер терминалининг янги дизайни унинг рўйхатдан ўтказилиши билан ҳимояланади, янги компьютер эса - ихтиро ҳужжати билан.

МУАЛЛИФЛИК ҲУҚУҚИ - бу бадиий асарлар, мусиқа, тасвирий санъат ва ҳақозолар муаллифларига бериладиган ҳимоя кўриниши. Муаллифлик ҳуқуқи эгаларига маълум, шу жумладан, ўз ишларини босиб чиқариш, қайта босиб чиқариш ва кўпайтириш, нусхаларини сотиш ва тарқатиш, ўз асарларини ижро этиш ва ёзиш сингари алоҳида ҳуқуқлар берилади.

Муаллифлик ҳуқуқининг қиймати таннарх тамойилларига биноан ўлчаниши кўзда тутилади. У кўп ҳолларда ўзининг амал қилиш муддати мобайнида иқтисодий жиҳатдан баҳога эга бўлмайди ва муаллифлик ҳуқуқи таалуқли бўлган иш фойда олиб келиши кутилаётган ўша давр мобайнида унинг баҳоси амортизация қилиниши керак. Аммо ҳеч бир ҳолатда у ўзининг амал қилиш муддатидан ортиқча вақт мобайнида амортизация қилинмаслиги керак (муаллифнинг ҳаётлиги даври ва яна + 50 йил).

САВДО БЕЛГИЛАРИ (мисол учун, «Президент танлови») ёки **САВДО АТАМАЛАРИ** (мисол учун, «Кока-Кола») бу - компанияларга, маҳсулотларга ёки хизмат кўрсатишларга берилган номлар, белгилар ёки бошқа ифодаловчи тенглаштирувчилардир. Улар мулкни асослаш учун рўйхатдан ўтган бўлишлари мумкин, рўйхатдан ўтгач эса янгиланишлари мумкин – бу уларнинг амал қилиш муддатини номаълум даврга чўзади. Бу ҳолатда, маҳсулотнинг белгилари ёки бошқа ифодаловчи тенглаштирувчилари ҳуқуқий ҳимояланган бўлади.

Савдо белгиси сотиб олинаётганда тўланган пул маблағлари миқдори капитализация қилинади. Уни ишлаб чиқиш, ҳимоя қилиш, кенгайтириш, рўйхатдан ўтказиш ёки судда ҳимоя қилиш натижасида пайдо бўлган маблағлар шу каби капитализация қилинади. Шу каби капитализация қилинган маблағлар савдо белгисининг фойдали хизмат муддати мобайнида ёки 40 йил мобайнида – булардан қайси бири нисбатан қисқа бўлишига қараб - амортизация қилиниши лозим.

Франшизалар одатда ҳукумат идоралари томонидан давлат мулкидан фойдаланиш ҳуқуқига эгаллик қилиш (мисол учун, кабел телевидениеси компанияси) ёки коммунал хизматлар кўрсатиш (электр энергияси), шунингдек, хўжалик субъектлари томонидан маълум иш ва хизмат кўрсатиш (мисол учун, «McDonald's») ҳуқуқларидан фойдаланиш учун берилади.

Франшиза ҳақидаги ҳар бир шартнома франшиза ҳақиқий бўлган даврни, шунингдек, франчайзернинг (фойдаланиш ҳуқуқини берадиган шахс) ва франчайзининг (шу ҳуқуқини оладиган шахс) ҳуқуқлари ва мажбуриятларини аниқлайди.

Кўп ҳолларда, франшизани сотиб олиш баҳоси юқори ва одатда, франчайзи унинг бошланғич баҳосини франчайзерга тўлаши талаб қилинади. Франшизанинг бошланғич баҳосини капитализация қилиш ва кейин уни харажатларга чиқариб юбориш учун керак. Агар, у маълум муддат билан белгиланган бўлса, қиймати шу даврга самарали ва мунтазам равишда амортизация қилинган бўлиши керак. Агар маълум муддат аниқланмаган бўлса, амортизация у даврий баҳолаш билан аниқ ўрнатилган хизмат муддатига асосланган бўлиши керак. Бу баҳолар илгариги баҳоларни кўриб чиқиш зарурлигини аниқлаш мақсадида ўтказилади. Аммо, тўлиқ амортизация даври 40 йилдан ошмаслиги керак.

Имтиёздан фойдаланаётган шахсга хизмат кўрсатиш учун (мисол учун, рағбатловчи кампанияларда ташкилий муаммоларни ҳал қилишда ёрдам бергани учун ва бошқалар) бераётган шахсга ҳар йилги ва жорий тўловларини худди мавжуд нарсалар каби харажатларга олиб бориш керак, зеро, улар келажакда даромад келтирмайди. Агар франшиза қадрини йўқотса ёки қонун билан бартараф қилинса, аморти-

зация қилинмаган маблағни тезликда харажат сифатида ҳисобдан чиқариш керак.

ТАШКИЛИЙ ХАРАЖАТЛАР - бу фаолиятни ташкил қилишдаги харажатлардир. Бунга тўғридан-тўғри таалуқли харажатлар (мисол учун, юридик, бухгалтерлик, канцелярия ва илгари суриш харажатлар) ташкилий харажатлар сифатида капитализация қилиниши мумкин. Ушбу ҳолатда, капитализация қилишнинг асоси келгуси даврда бу харажатларнинг фойда олиб келиши бўлиши мумкин. Барча миқдорни харажатларга олиб бориш фаолиятнинг биринчи йилида харажатнинг даромад билан номутаносиблилигига олиб келиши мумкин.

Ишлаб чиқариш фаолияти муддати мавҳум деб ҳисоблангани боис, ушбу харажатлардан фойда олиш даври одатда аниқланган бўлиши мумкин эмас. Бунинг оқибатида, ташкилий харажатларнинг даромад сифатида эътирофи бизнеснинг аниқ кўринишига боғлиқ. Ташкилий харажатлар одатда вақтнинг эркин танланган даврида амортизация қилинади. Аниқланмаган тавсифлари таъсирида улар тўлалигича энг юқори 40 йиллик хизмат қилиш қондаси бўйича амортизация қилинмайдилар.

Гудвилл фақат бир фирма томонидан иккинчисини сотиб олинганидагина рўйхатдан ўтказилади. Гудвилл ҳақидаги масаланинг муҳокамаси унинг нималигини кўриб чиқишдан бошланади (қисман, нима туфайли у пайдо бўлиши), шундан кейин эса уни баҳолаш, рўйхатдан ўтказиш, амортизация қилиш ва ҳисобга олиш масалаларига ўтилади.

Манба: «Солиқ ва божхона хабарлари» N 32 (264), 05-11.08.1999й.

Илова 4. Франчайзинг самарадорлигининг 12 мезони

Қуйида 12 мезоннинг рўйхати берилган бўлиб, улар орқали у ёки бу компаниянинг франчайзингга тайёрлигини, шунингдек, франчайзер сифатида муваффақият қозониш эҳтимолини баҳолаш мумкин.

1. Ишонч. Франшизани муваффақиятли сотиш учун компания истиқболли харидорларнинг ишончига эга бўлиши керак. Ушбу ишонч қуйидаги кўринишларда акс этиши мумкин: фирманинг бўлимлари сони билан ўлчами, компания ва унинг бўлимларининг иш давомийлиги, оммабоплиги, харидорнинг савдо белгиси ҳақидаги хабардорлиги, шунингдек, менежментнинг самарадорлиги.

2. Фарқланиш. Ишончдан ташқари, франшизани таклиф қилаётган фирма ўз рақобатчиларидан етарлича фарқли жиҳатларга эга бўлиши шарт. Ушбу фарқли жиҳатлар буюмнинг ёки хизмат кўрсатишнинг ўзига хослигида, харажатларнинг пастлигида, маркетингнинг илгари қўлланилмаган стратегиясида ёки бўлмаса фарқли мақсадли бозорларда акс этиши мумкин.

3. Билим бериш имконияти. Франчайзинг самарадорлигининг муҳим мезонларидан бири фирманинг бошқа фирмаларни ўз тизимига ўргатишидир. Франшизани бериш учун, кўп ҳолларда, нисбатан кичик давр мобайнида бизнесга тегишли керакли билимларни унинг истиқболли олувчиларга бериш имконияти бўлиши керак.

4. Мослашиш қобилияти. Кейинчалик концепцияни қай тарзда бир бозордан иккинчисига ўтказиш мумкинлигини аниқлаш лозим. Сизнинг концепциянгиз харидорларнинг диди ва афзал кўришларидаги мамлакатлар ва ҳудудлараро фарқлар ва қонунчилик туфайли янги географик кенгликларга ёмон мослашиши мумкин.

5. Тимсолнинг шаффофлиги ва муваффақиятли фаолияти. Тизимнинг самарадорлигини намойиш қилиш учун, одатда, франшиза олувчиларни ўқитиш пайтида, восита сифатида хизмат қиладиган тимсолни тақдим қилиш керак. Тимсол, шу жумладан, янги буюмлар, маркетинг усуллари, янги хизмат кўрсатишлар, фойдаланиш самарадорлиги ва савдо учун синов майдони сифатида ҳам қўл келади.

6. Ҳужжатлаштириш. Барча муваффақиятли тадбиркорлар ўз ҳужжатлаштириш тизимига эга. Аммо, франчайзинг нуқтаи-назарида, кўпроқ самарадорликка эришиш учун ушбу тизим ҳужжатларнинг керакли рўйхатини ўз ичига олиши керакки, уларнинг кўмагида уни франшизани олувчида дадил бериб юбориш мумкин бўлсин.

7. Имкониятлар. Ушбу ўлчам истиқболли сотиб олувчининг, франшизанинг очилиш баҳосини қўшган ҳолда, керакли франшиза учун тўловни амалга ошириш имкониятини акс эттиради.

8. Сармоянинг қайтарилиши. Бу ўлчам франчайзингнинг самарадорлиги учун ҳақиқий синовдир. Франшиза бўйича берилаётган бизнес даромадли бўлиши лозим, бошқача бўлиши мумкин эмас! Бундан ташқари, у франчайзинг учун пул тўлагандан сўнг франшизани сотиб олувчиларга салмоқли даромад келтириши лозимки, бу билан улар ўзлари сафарбар қилган жамғармаларини, шунингдек, вақтларини ва пулларини қопласинлар.

9. Бозорнинг тамойиллари ав шароитлари. Қуйидагиларга жавоб олиш керак:

- бозор ўсаяптими?
- келажакда бизнесингизда қандай ўзгаришлар рўй бериши мумкин?
- франшизани сотиб олувчиларнинг буюмлари ва кўрсатаётган хизматлари кейинги йилларда харидорбоп бўладими?
- бозорда рақобат қай даражада?
- Сизнинг франшизангизни сотиб олувчининг муваффақиятига рақобатчиларнинг таъсири қай даражада бўлиши мумкин?

10. Капитал. Гарчи франчайзинг бизнесингизни кенгайтириш учун арзон усул бўлсада, у текин эмас. Франчайзингнинг керакли дастурини ижро этиш учун, франчайзер керакли сармоя ва заҳираларга эга бўлиши керак. Заҳираларнинг ўлчами кенгайтириш режасига боғлиқ:

режалар қанчалик кенг бўлса, шунча кўп заҳиралар талаб қилинади. Матбуот, маркетинг аудити ва ходимларга кетадиган харажатларни қўшишни унутманг.

11. Ҳамкор бўлишга содиқлик. Муваффақиятли саналадиган франчайзерлар ҳаммадан кўпроқ ўз франшизасини сотиб олувчилари билан узоқ ва ўзаро фойдали муносабат ўрнатишга ҳаракат қиладилар. Франшизани сотиб олувчилар билан яхши муносабатларга эга бўлганда, франчайзерга франшизаларни сотиш, шунингдек, тизимнинг самардорлигини назорат қилиш ва унга керакли ўзгартиришларни киритиш анча енгил.

12. Менежментнинг самардорлиги. Ушбу мезон франчайзернинг ҳар қандай муваффақиятга хизмат қиладиган бошқа мезонлари орасида энг муҳими ҳисобланади. Ҳаммадан кўпроқ бошловчи франчайзерлар омадсизлигининг бош сабаби бўлиб, ходимларнинг етишмовчилиги ёки бўлмаса, менежмент даражасидаги тажрибанинг йўқлиги ҳисобланади. Ҳаммасидан кўпроқ бўладигани эса - янги бошловчи франчайзерларнинг ўзларига бениҳоя кўп масъулият олишга уринишларидир. Холбуки, янги мажбуриятларни бажариш учун франчайзерларда вақт оз қолади ёки умуман қолмайди ва унинг тажрибаси энг кам даражада ёки умуман йўқ бўлган маркетинг, франшизани сотиш, ўқитиш, бўлимларнинг кўп сонини бошқариш каби соҳаларда ўз кўникмаларини намоиш қилиши керак.

Манба: <http://tool-capitalists.ru/82/12-kriteriev-effektivnosti-franchaizinga>

Қўлланмада франчайзи ишини юритишнинг тартиби ва усуллари ёзма равишда тўлиқ ифодаланган. Қўлланма кўп нарсани ўзида жамлаши ва иш юритишнинг ҳар кунги жиҳатларини батафсил ифода этиши лозим. Унинг мундарижасини кўриб чиқамиз.

Кириш қисми

Ҳар қандай қўлланма бизнеснинг операциялари ва фалсафасининг асосий тавсифини ифодаловчи кириш қисми ўз ичига олиши керак. Кириш қисми умумий кўринишда франчайзер франчайзидан нима лар кутаётганини ва бунинг аксини тушунтиради.

Амалий тизим

Шундан кейин, амалиёт тизимининг батафсил тавсифи, унинг тузилиши ва вазифалари келтирилади, унинг унсурлари бир-бирлари билан қандай ва нима учун туташилари тушунтирилади.

Жиҳозлаш

Бўлим жиҳоз таркибига, унинг вазифасига ва унда қандай ишлашга батафсил тушунтириш беради. Эҳтимолдаги асосий бузилиш ҳолатларини бартараф қилиш учун йўриқнома берилиши керак. Таъминотчи ва жиҳозга хизмат кўрсатувчи ташкилотларнинг телефонлари берилган маълумотнома илова қилиниши керак.

Тезкор йўриқнома

1. Иш соати/кунлари.
2. Савдо шакллари.
3. Ходимларнинг иш жадвали ва навбатчилик жадвали.
4. Андозавий шакллар ва амалиётлар.
5. Ходимларнинг ташқи кўринишига талаблар (мисол учун, хослибос).
6. Ходимларни ўқитиш стандарти.
7. Ходимларни ишга олиш тартиби ва шартнома шартларига мувофиқлик.
8. Интизом тартиблари ва иш берувчи сифатида операторнинг мажбуриятлари.
9. Нарх сиёсати. Франчайзер томонидан франчайзига нархларни белгилаши ноўрин бўларди. Аммо у франчайзини тавсия этилган нархлар билан таъминлаши мумкин. Бунда тавсияномалар мажбурий характерда эмаслигини эсда тутиш лозим.
10. Харид қилиш сиёсати ва ётказиб бериш шартлари.
11. Маҳсулотлар андозалари (сифат ва миқдор), харидорларнинг шикоятлари билан ишлаш.
12. Хизмат кўрсатиш андозалари.
13. Ходимларнинг мажбуриятлари: ҳар бир ходим учун нафақат мажбуриятларнинг тавсифи ва ўлчамларини, балки уларни ижро этиш тартиби ва усулларини ифода этувчи батафсил қўлланмалар.
14. Франчайзерга тўловлар: тегишли кўринишдаги намуналар воситасида тўловлар ҳисоб-китоби ва бухгалтерия ҳисобининг батафсил тартиби.
15. Бухгалтерлик ҳисоби: франчайзи фойдаланадиган махсус бухгалтерия усуллари ва франчайзерга бериладиган ҳисоботлар. Солиққа солиш ва ҳужжатларни юритиш бўйича маслаҳат.
16. Пул воситалари устидан назорат қилиш ва банк амалиётлари, шу жумладан, чек ҳисоб-китоблари, чек ва кредит карталари.
17. Реклама ва маркетинг: рекламанинг бевосита савдо жойларида фойдаланиладиган асосий андозалари, маркетинг ва сотиш усуллари, тавсия қилинаётган ёки тавсия қилинмаётган ҳаракатлар рўйхати.
18. Франчайзернинг фирма услуби тақдироти ва савдо белгисидан фойдаланиш бўйича талаблар.
19. Суғурталаш: франчайзер томонидан таклиф қилинган шакллар, эътиборга олиниши лозим бўлган масалалар.
20. Заҳираларни назорат қилиш тартиблари.

Эслатиб ўтилган шаклларга қўшимча сифатида ушбу бўлим ўзида қуйидагиларни акс эттириши мумкин:

1. Мавжуд ҳуқуқий меъёрларга мувофиқ ёллаш тўғрисидаги шартномалар.
2. Франчайзернинг савдо сирларини сақлаш тўғрисида менежер ёки ходимлар билан шартнома.
3. Харидорларга нисбатан шартнома шакллари.
4. Жиҳозлар ҳақида қўшимча техник маълумотлар. Кўп ҳолларда франчайзер фирма-тайёрлов-чининг йўриқномаларига қўшимча равишда ўз техник мутахасислари томонидан тайёрланган қўлланмаларини илова қилади.

Франчайзер – фирма тўғрисида маълумотнома

Тузилмани ташкил қилиш ва маълум масала бўйича боғланиш учун маълумотлар.

Телефон маълумотномаси

Барча керакли телефон рақамлари маълумотномаси, мисол учун, хизмат кўрсатиш марказларининг, етказиб берувчиларнинг ва бошқалар.

Буларнинг ҳаммасини турли хил кўринишларда кўп қўлланмаларда топиш мумкин. Барча франчайзерлар бозорда ўринларини сақлаш учун мунтазам равишда ўз усулларини кўриб чиқишлари ва янгиликлар киритишлари лозим. Бу барча ўзгартиришлар иловалардаги ва қўлланмалардаги қўшимчаларда акс эттирилиши ва франчайзига етказилиши керак.

Манба : Мартин Мендельсон. « Франчайзинг бўйича қўлланма». Москва, «Сибли Интернэшнл, Инк», 1995.

Илова 6. Франчайзер хизматлари

Франчайзинг муносабатлари франчайзига франчайзер томонидан таклиф қилинаётган хизмат кўрсатишларининг кенг тўпламини ўз ичига олади. Биринчи хизмат кўрсатиш – ўз самарадорлигини иш билан исботловчи ҳаракат қилувчи муассасани яратиш. Агар франчайзер ушбу вазифани уддабуронлигини кўрсатиб, муваффақиятли бажарса, франчайзинг тизимини ривожлантириш учун пойдевор қўйилган бўлади.

Ушбу вазифани муваффақиятли бажариб бўлгач, франчайзер келгусида франчайзига хизмат кўрсатишларни икки турини тақдим этади:

- танлаш, ўқитиш ва франчайзига ўз корхонасини очишга ёрдам бериш билан боғлиқ хизмат кўрсатиш;
- франчайзинг ҳақидаги шартнома доирасида бутун иш мобайнида кўрсатиладиган хизматлар.

Ушбу хизмат турларини кўриб чиқамиз.

Бошланғич ўқитиш. Даставвал, франчайзи бухгалтерия ҳисобини ва ҳисоботларни юритиш, ходимларни бошқариш, иш юритиш ва ҳужжатлаштириш тизими, муаммоларни аниқлаш ва керакли қарорларни қабул қилишга имкон берадиган назорат ва таҳлилнинг оддий усулларини ўз ичига оладиган умумий иш бўйича кўникмаларни олиши керак.

Бухгалтерлик ҳисоби тизими франчайзи учун ишларнинг аҳволини мунтазам билиш, ўзгаришларни ва муаммоли масалаларни акс эттириш, дастлабки босқичларда уларни таҳлил қилиш ва тегишли қарорларни қабул қилиш имкониятини таъминлаш учун молиявий маълумотлар оқимини таъминлашга қаратилган. Шунингдек, у франчайзерни ҳам маълумот билан таъминлайди ва шу туфайли у франчайзи фаолиятининг уринишлари ва натижаларини кўриш имкониятига эга бўлади.

Ходимларни бошқарувига ўргатиш франчайзига керак бўлган ходимларни танлаш ва ёллаш, суҳбатлар ўтказиш, имкониятларни баҳолаш ва ходимларни ўзлари бажарадиган ишларига ўргатиш учун асосий кўникмаларни таъминлайди, шунингдек, меҳнат муносабатларининг қонуний асослари ҳақида тушунча беради. Одатда, одамлар билан муомала қилиш тажриба орқали келади, аммо бошловчи раҳбарларга ёрдам ва тавсиялар талаб этилади.

Франчайзи ишнинг аниқ усулларига, ишлаб чиқариш усуллар тавсифига ўргатилган бўлиши лозим. Масалан, овқатланиш корхонаси учун бу – овқат миқдори назорати, сифат назорати, тайёрлаш усуллари, таомлар тайёрлаш усули ва бошқалар.

Бино. Франчайзер ўз қарамоғига муносиб бино олишга ва ундан ишлаб чиқариш ёки савдо қилиш нуқтаси сифатида фойдаланиш учун тайёрлашга франчайзига ёрдам беради. Бу бир неча босқичда бўлиб ўтади:

1. Жойлаштириш танлови. Франчайзер ўзи томонидан аниқланган ўлчамларни танлаш асосида франчайзи учун жой излайди ва баҳолайди.
2. Маҳаллий қурилиш режалаштирилиши ва қонуний мутаносиблаш муаммоларини ечиш. Баъзан бўлиб турадики, топилган бинолар ишга мос келадиган фойдаланиш учун рухсатга эга бўлмайдилар. Шунинг учун, франчайзер франчайзига барча керакли рухсатларни ва ҳужжатларни олишга ёрдам бериши керак.
3. Ижара шартлари бўйича музокаралар. Франчайзернинг музокараларда қатнашиши франчайзи учун фойдали бўлиши ва унга ўзи ҳеч қачон хусусий шахс сифатида қўлга кирита билмайдиган бинони олишга ёрдам бериши мумкин. Франчайзер энг мақбул бинони олиш учун унга ижарачи, франчайзига эса суб-ижарачи ролида чиқишга тўғри келишини ҳал қилади.
4. Дизайн ва қайта лойиҳалаш. Ишлаб чиқариш ёки савдо бинони франчайзер талабларига жавоб бериши керак. Франчайзер бино характериға мос равишда қайта тўғриланадиган андоза режа ва хусусиятни таклиф қилади. Баъзан франчайзер махсус режаларни тайёрлаши мумкин. Франчайзер шунингдек ишларнинг боришини назорат қилишда франчайзига ёрдам бериши мумкин.
5. Ёритиш ва жиҳозлаш. Агар андоза жиҳозлар олинаётган «франчайзинг пакетининг» қисми бўлмаса, франчайзер энг тежамкор нархларда керакли жиҳозларни танлашда ва сотиб олишда маслаҳат беради ва ёрдам кўрсатади.

У франчайзини энг мақбул вариант билан таъминлаш учун маркалари ва моделларини кўрсатиб жиҳозларнинг тўлиқ рўйхатини тақдим қилиши, уларнинг хусусиятлари билан таъминлаши мумкин.

Бошланғич заҳираларни таъминлаш ва очилишга кўмак бериш. Франчайзер франчайзига керакли маҳсулот заҳираларининг жиҳозий тасвирини тақдим қилади ва ўз таъминоти бўлими ёки маълум етказиб берувчилар орқали уларнинг сотиб олинишини ташкил қилади. Маҳсулот заҳираларининг ўз вақтида олиниши ва етказиб берилиши ишнинг муваффақиятли бошланиши учун муҳим аҳамиятга эга.

Бундан ташқари, франчайзер кўп ҳолларда франчайзига корхона очиш учун уч -тўрт кишидан иборат жамоани ажратади. Ушбу жамоа франчайзи ўқиш пайтида ўрганган тамойилларидан амалда фойдаланишини кузатиб бориши лозим. Барча учун бу қийин иш, зеро, корхона фаолияти истеъмолчи томонидан синовдан ўтказилади. Франчайзер жамоаси франчайзи вазиятни назорат қила олишига ва бундан кейин мустақил ҳаракат қилишига ишонч ҳосил қилмагунча, франчайзи билан қолиши керак.

Мониторинг ва назорат. Франчайзерга нафақат шартнома бўйича тўловларнинг ҳисоби тўғрилигини назорат қилиш, балки шунингдек, тенденцияли ва хатарли сигналларни аниқлаш учун франчайзи ишини доимо назорат қилишда ёрдам берадиган ҳисоб бериш ва назорат тизимини ишлаб чиқиш керак.

У франчайзига керакли маълумотни тайёрлашда ёрдам беради, унинг корхонаси ёки молиявий аҳволи қандайлигини таъминлайдиган билим билан таъминлайди. Франчайзер учун бу – айрим ва умумий натижалар ҳақида фикр юритиш ва истиқболни баҳолайдиган ўз тизимнинг умумий таркибий қисмидир.

Бироқ, битта маълумотнинг ўзи камлик қилади, яна шахсий алоқалар ҳам керак. Франчайзер ўз бош офиси ходимлари билан франчайзини таништиришни таъминлаши керак. Франчайзи биринчи зарурият туғилгандаёқ, қўллаб-қувватлаш ходимига ёрдам учун мурожат қилиш имкониятига эга бўлиши керак, у эса зарур бўлганда ёрдам беришга доимо тайёр туриши лозим.

Жорий ўқиш. Ўқишга талаб доим мавжудлигига франчайзер ишонч ҳосил қилиши керак. Ишни эплай олмаётган франчайзилар, кўришиб турганидек, қайта тайёрлашга муҳтож. Уларга ўз ходимларини ўқитишда, шунингдек, бу каби ўқишнинг кўникмаларини олишда ёрдам керак. Франчайзи ва унинг ходимларини янгиликларга, тизим дуч келадиган ўзгаришларга, янги жиҳозлардан фойдаланиш ёки уни қўллашни яхшилаш йўлларига ва ҳақозоларга ўқитишга доимо зарурият бор.

Бош идоранинг ишлари. Фирма-франчайзер бош офиси штабига франчайзига ёрдами керак бўлган фаолиятнинг ҳар бир соҳаси бўйича мутахассислар кириши керак: менежмент, бухгалтерия иши, реклама, маркетинг, жамоатчилик билан алоқалар, маҳсулот сифатини назорат қилиш, ускуналарни ишлатиш.

Тадқиқотлар ва изланишлар (шу жумладан, бозорни таҳлил қилиш). Франчайзер маҳсулотлар, хизмат кўрсатишлар, тизимни ривожлантириш, бозор стратегияси соҳасида изланишлар ва тадқиқотлар ўтказиш учун керакли куч ва ходимларга эга бўлиши, мунтазам равишда янгиликларни ўзлаштирилиши керак. Маҳсулотлар ва хизмат кўрсатишга тегишли инновациялар франчайзер уларнинг ўзлаштирилиши салоҳиятини намойиш қила олиши учун мавжуд ишлаб чиқариш билан мутаносиблаштирилиши, синчиков бозор имтихонларидан ўтказилиши керак. Изланиш фаолияти кенгайтирилган бўлиши ва франчайзи учун янги манбалар ва юқори сифатли материаллар ҳамда тайёр маҳсулотларнинг турларини қамраб олиши керакки, бу билан у уларнинг иқтисодий самарадорлигини юксалиши ҳамда ишлашига кўмак берсин.

Реклама ва маҳсулотлар ҳамда хизматларни илгари юргизиш. Одатда, франчайзер тизим кўламида реклама берувчи, маҳсулот ва хизматларни тақдим этишни, жамоатчилик билан алоқаларни ўз зиммасига тўлалигича олади. Бу мақсадларга йўналтирилган харажатлар франчайзерга ўтказиладиган тегишли тўловлар тизими орқали франчайзи зиммасида бўлади.

Манба: Мартин Мендельсон. « ФРАНЧАЙЗИНГ БЎЙИЧА ҚЎЛЛАНМА». Москва, «Сибли Интернэшнл, Инк», 1995.

Илова 7. Мукамал франшизанинг 10 белгиси

Франчайзинг ҳар қандай одамга ўзининг шахсий бизнесининг эгаси бўлишига имкон беради. Аммо франшиза келажакда ортиқча юк бўлиб қолмаслиги, балки моддий фойда ва руҳий қониқиш олиб келиши учун нимага эътибор қилиш керак?

Франшизанинг ишончли эканлигини текширувчи қуйидаги рўйхат субъективдир, аммо кўп йиллик тажрибага асосланган. Агар сиз ишончли франшизани танлаётганингизни билишни истасангиз, қуйидаги омилларни батафсил ўрнининг:

1. Изланиш жараёни мобайнида жонли акс-садо

Бу сийқаси чиққан гапдек эшитилиши мумкин, аммо сиз франшизага бўлган қизиқишингизга нисбатан профессионал ва сезгир реакцияни кўришни истайсиз.

2. Амалий ўқув

Агар сиз франчайзи бўлсангиз, франчайзернинг ўқитиш дастури уларнинг маҳсулоти ва хизматларига муваффақиятли қўллашингиз лозим бўлган барча амалий кўникмаларни қоплашга ишонч ҳосил қилишингиз керак. Қўшимча равишда франчайзер томонидан ўтказилган ўқитишга асосланган бизнесни қай даражада яхши юритишга тайёрлиги ҳақидаги қўшимча маълумотни мавжуд франчайзилардан олинг.

3. Қўшимча ўқиш

Амалий кўникмаларга қўшимча равишда, сиз бизнесни бошқариш бўйича кўп умумий масалаларни ўрганишингиз лозим. Ходимларни йиғиш ва бухгалтерия ҳисоби, ўғрилиқдан ҳимоя, сиз таклиф этадиган юридик шахснинг шакли - бу айрим мисоллардир. Ушбу ва бошқа кўп масалалар ўқитиш дастурига кирадики, у тугагандан сўнг, янги бизнесингизни бошқаришга сиз тўла тайёр бўлишингиз кераклигига ишонч ҳосил қиласиз.

4. Маркетинг дастурлари

Сиз франчайзернинг маркетинг дастурлари бизнеснинг ҳаракат қилиши учун етарли мижозлар негизини яратишга ва қўллаб-қувватлашга урғу беришига ишонч ҳосил қилишингиз керак. Бу франчайзер томонидан берилган маълумотга қўшимча равишда сизга мавжуд франчайзилардан тасдиқ керак бўладиган яна бир жуда муҳим томон.

5. Бинони танлашда ёрдам

Кўпчилик франшиза шартлари бинонинг жойлашуви франчайзернинг хусусиятига қараб танланишини талаб қилади. Кўпчилик франчайзилар бинолар, қурилиш ва лойиҳа ҳужжатлари, ҳисоблар, битимлар ва ҳоказоларни танлашда жуда кам тажрибага эга бўлганлари учун франчайзер бундай ёрдамни кўрсатишига ҳам ишонч ҳосил қилишингиз керак.

6. Молиялаштиришга ёрдам

Кўпчилик франчайзилардан франшизаларни қисман молиялаштириш талаб қилинади. Гарчи, молиялаштиришни бевосита таъминлаш жуда кам учраса-да, жиддий франчайзер франчайзи учун “йўл очади”. Бу - франчайзига олдиндан тайёр ёки ҳатто мумкин бўлган кредиторлар билан алоҳида муносабат сифатида франчайзи қўли етадиган андозалаштирилган бизнес-режалар кўринишида пайдо бўлиши мумкин.

7. Судлашувлар тарихи

Гарчи бу франчайзерлар учун одатий ҳол бўлса-да, айниқса агар улар франчайзиларнинг катта миқдори томонидан тан олинган бўлса, ўз тарихида озгина суд жараёнларини бошидан ўтказиш айнан сиз кўришни истаётган ҳолатдир. Франчайзер жанжалли вазиятларда ўзини қандай тутишини билиб олишингиз учун баҳслар тавсифини синчковлик билан ўрнининг. Чўзилиб кетган ва қақшатқич суд жанглари тажрибаси ҳар қандай франшиза учун шубҳали белги ҳисобланади.

8. Франчайзернинг молиявий барқарорлиги

Ишончли франчайзер кучли ва барқарор молиявий аҳволга эга эканлигига ишонч ҳосил қилинг. Сизга аудиторлар томонидан текширилган молиявий ҳисобот берилган (ёки агар сиз бу соҳада кучли бўл-

масангиз, уларни кўриб чиқиш учун ҳисобчингизга беринг) ва улардан келиб чиқиб, франчайзернинг эҳтимол бизнесда қолишига ва ўзининг франчайзи олдидаги мажбуриятини бажаришига ишонч ҳосил қилинг.

9. Франчайзининг молиявий барқарорлиги

Яхши франчайзер одатий франчайзига маълум бир давр оралиғида ўз бизнесидан фойда кўришга имкон беради. Гарчи, бу тасдиқлаш учун баъзан қийин ёки муаммоли бўлса-да, у ишончли франчайзерни танлашда муҳим вазият. Қандай қилиб ҳар қандай компаниянинг франчайзиси бўлишдан олдин, бизнеснинг иқтисодий кўрсаткичларини аниқлаб олиш учун қанча керак бўлса шунча куч ва вақт сарфланг.

10. Мавжуд франчайзилар муносабати

Бу ишончли франчайзернинг энг муҳим ўлчовидир. Яхши компанияда франчайзиларнинг аксарияти ўз бизнесидан мамнунлар. Улар ўқитиш ва қўллаб-қувватлашдан, маркетинг мувафақиятларидан, молиявий натижалардан ва компаниядаги одамларнинг муносабатларидан мамнунлар.

Агар сиз ушбу 10та кўрсаткичлардан кўпчилигига муносиб франшизани топган бўлсангиз, демак, сиз ҳақиқатдан ишончли франшизани топгансиз. Франчайзининг имконияти ва хусусиятлари сиз излаётган-ингизга мос келган шароитда, сиз бундай компаниянинг франчайзиси сифатида муваффақиятга эришиш имкониятига эга бўласиз.

Манба : Мартин Мендельсон. « ФРАНЧАЙЗИНГ БЎЙИЧА ҚЎЛЛАНМА». Москва, «СиблИ Интернэшнл, Инк», 1995.

Кейинги 10та қоида, агар сиз франшиза сотиб олиш бозорига чиққан бўлсангиз, эҳтимолли фирибгарликдан қутилишни ўргатиш мақсадида ёзилган. Демак, қоидалар қуйидагича:

1. Ижарага олинган роллс-ройс синдроми. Агар сиз яхши кийинган, турли-туман жўн безакларни осиб олган, муваффақият қозонган тадбиркор сифатида сизга таассурот қолдиришга кўп вақт йўқотган савдо вакилини учратиш қолсангиз, эҳтиёткор бўлинг. Франчайзернинг молиявий ҳисобига алоҳида эътибор қаратинг.

2. Шошқалоқлик. Машҳур мақолда айтилганидек, “Шошган қиз эрга ёлчимас”. “Ҳозироқ ҳаракат қилинг!”, “Жойлар тез учиб кетаяпти!”, “Мен эртага эрталаб кетаяпман, демак ҳозир қарор қабул қилинг!” каби рекламалар бўйича жуда арзон нархда сотилаётган маҳсулотлар, агарда тезликда қарор қабул қилмасангиз, ўзингизни ерга урилган, тубан, беқарор хаёлпараст эканлигингизга ишонтириши мумкин. Бундай одамларнинг шиори: «Иродасизларни безовта қилмаслик сўралади!». Сиз томонингиздан қаршилик кўрсатиш йўли – шошилиш хулоса чиқаришни тўхтатинг, ўйлаб кўринг ва шундан кейин тушунасики, бу бор-йўғи харидорларни жалб қилиш учун ўйлаб кўрилмаган амаллар.

3. Фақат нақд пуллар. Шуниси аёнки, компанияларнинг кўпчилиги ноаниқ ва қонунга мос келмайдиган ўз молиявий шакллари ўйлаб чиқарадилар. Бунақа компанияларга зид равишда, жисмоний шахс номига эмас, қаттиқ туриб, компаниянинг ўз номига чек ёзишга эришиш керак. Илмоққа тушиб қолмасликнинг энг яхши воситаси бу каби компанияларни четлаб ўтиш кераклигидир.

4. Мақтанчоқлик. Кўпчилик компаниялар сизга тахминан қуйидагиларни айтиши мумкин: «Бизнинг ҳамкорларимиз муваффақиятлари уч белгили рақамлар билан ўлчанади. Бизга митти мияларнинг кераги йўқ. Агар сизда жиддий режалар бўлса, унда, улкан пулларни ишлаб топаётган фаол одамлар сафига қўшилишингиз мумкин». Бу сизнинг камтарлик билан, ўз ҳудудингиздаги харидорларнинг исми ҳақида берилган саволингизга жавоб бўлиши мумкин. Қарши туриш учун ҳақиқатга яқин ўз шахсий бизнес-режангиз бўлиши лозим. Фалсафа юритишнинг кераги йўқ, шунчаки ақл-фаросатли бўлиш керак.

5. Даромад кўришларини кўпайтириб кўрсатиш. Даромад кўрсаткичларининг баландлиги – франшизани сотиш пайтидаги тадбиркорлик таклифларидаги бош муаммолардан биридир. Мисол тариқасида - «Бўш пайтда бир ойда \$XXXXXXX ишлаб топинг» ибораси жуда қизиқ эшитилади. Илмоққа тушиб қолмаслик учун, ҳеч бўлмаганда, бунақа даромад оладиган 4 ёки 5 франшизанинг соҳиби билан танишиш керак.

6. Уй қизининг орзуси. Бу каби таклиф шу тарзда янграйди – «Бўш вақтларда пул ишлаб олинг! Ишларни бошқариш имконияти пляжда ётган ҳолда телефон орқали! Ҳафтасида икки соат – ва ойда албатта \$10000 !!!». Шиор бўлиб эса қуйидаги сўзлар янграйди - «Нега энди ялқов ва бой бўлмаслик керак?». Бу каби битимда ишлаб топиладиган энгил пуллар фақат сотувчи ишлаб топаётган пуллар бўлиши мумкин! Қарши ҳаракат сифатида, дивандан туриб, энгни шимариб, ҳалол ва арзийдиган иш қилишга киришиш!

7. Манзил. Агентларнинг кўчмас мулк бўйича ваъдалари кўпинча ҳафсалани пир қиладиган бўлади. Улар мана бу сингари бирор нарса айтиши мумкин: «Биз сизнинг писта сотадиган автоматларингизни шахрингизнинг энг яхши жойларига ўрнатамиз!». Уларнинг шиори эса мана бундай: «Менда сизни бой қилиши мумкин бўлган 10та ажойиб жой бор!». Аммо ҳақиқатда келиб чиқадик, яхши жойлар аллақачон банд, бар, кафеларнинг асосчилари эса... сизнинг автоматларингизни яхши сақлашга кафолат бермайдилар!

8. Маълумотларни яшириш. Кўпинча мана бу каби сўзларни эшитиш мумкин: «Маълумотларни очинг? Биласизми, биз... бундан озод қилинганмиз, чунки биз, биласизми... биз жамоатчилик ташкилоти эмас!». Шиор бўлиб эса – «Менга ишон, кичкинтой» каби эркаланиш янграйди. Муаммолардан қочиш қутулиш учун - ҳақиқатни билмай туриб, пулларингиз чўнтагингизни тарк этишига йўл қўймаслик!

9. Рўйхатдан ўтказиш пайтдаги айёрликлар. Агар давлат идораларида франшиза соҳиби ҳақида гап очилса, улар эса унинг кимлигини сўраса, шиор сифатида қуйидаги сўзлар чиқиши мумкин: «Рўйхатдан ўтказиш? Бизга ҳеч қанақа рўйхатдан ўтишнинг кераги йўқ!!!». Қарши ҳаракат сифатида, ўз соғлом ақлингиздан фойдаланиб, нима учун франчайзер шартномани рўйхатдан ўтказишни истамаётганини аниқлаб олсангиз яхши.

Манба: <http://tool-capitalists.ru/86/puti-vyyavleniya-afery>

Ушбу жойда иш фаоллиги даражасини баҳолашда корхоналар тахминан мана бундай мулоҳазадан фойдаланиши мумкин.

1. Кўча характери:

- а) икки томонлама ҳаракат: ажратиш чизиғи борми?
- б) маҳаллий йўлми ёки асосий?
- в) автомобилларга техник хизмат кўрсатиш нуқталари жойлашганлиги.
- г) автомобиль тўхташ жойи борми?
- д) бинолардан эҳтимол қилинаётган фойдаланиш йўл қийинчиликларини туғдирадими?

2. Пиёдалар ёки транспорт оқими. Транспорт кўлами ҳам пиёдаларники сингари чалғитиши мумкин. Пиёдалар оқими катта бўлиши мумкин, аммо бир неча сабабларга кўра у қизиқиш уйғотмайди. Мисол учун, темир йўл вокзалидаги пиёдаларнинг оқими сезиларли, аммо йўловчилар доимо шошадилар ва тезда бирон нима сотиб олиш учун тўхташлари мумкин ёки дўконга кирадилар, аммо уларнинг бу миқдорда бир ерда тўпланишини оқлаб бўлмайди. Пиёдалар йўлагининг яқинлиги тўғрисида адашманг. Агар йўлак шаҳар марказига ёки савдо марказига олиб борса, эҳтимол қилинаётган дўкон пиёдалар оқимининг чеккасида қолиб кетади.

3. Бир неча бинолар ўз кўриниши билан ажралиб турадими? Ҳамма нарса корхонанинг кўринишига боғлиқ, аммо харидор фирма-франчайзерга хос одатдаги қиёфани кўргани тузук.

Жойни танлаб олгач, бино қанчалик даражада маълум бизнеснинг мақсадларига яроқлилигини аниқлаш керак. Мана бу омилларни кўриб чиқиш лозим:

1. Бино ўлчами: у барча жиҳозларни сиғдира оладими, бунда керакли савдо майдонига жой қоладими?

2. Керакли вентиляцияни таъмин қила олиши учун, хавфсизлик талабларига жавоб бериши учун, бинони қайта қуриб бўладими?

3. Керакли коммунал хизматларнинг мавжудлиги.

4. Бинони сотиб ёки ижарага олиш.

5. Ижара шартлари.

6. Қийматни баҳолаш ва қуйидаги чораларни амалга ошириш имкониятларини чамалаш:

- (а) лойиҳалаш ва қуришга рухсат;
- (б) расмийлаштириш, ёнғин хавфсизлиги идораларининг рухсати;
- (в) тартибга солувчи идоралар ва маҳаллий идораларнинг талабларини бажариш;
- (г) ер эгасининг қурилиш ишларига ва ижарага рухсати.

Манба: Мартин Мендельсон. «ФРАНЧАЙЗИНГ БЎЙИЧА ҚЎЛЛАНМА». Москва, «Сибл Интернэшнл, Инк», 1995.

«Siymo» реклама агентлигининг франчайзинг бўйича таклифи

Франчайзер ҳақида маълумот

«Siymo» реклама агентлиги 1998 йилда ташкил этилган.

Фаолиятининг асоси йўналишлари: медиа-лойиҳалаштириш, реклама дизайни, ташқи рекламани тайёрлаш ва уни жойлаштириш, event-тадбирларини ўтказиш (тантаналар).

Ушбу хизматларнинг истеъмолчилари йирик корхоналар ва ташкилотлар, шунингдек кичик бизнес вакиллари ҳисобланади.

Фарқланиш хусусиятлари:

- хизмат кўрсатишларнинг тавсия этилган юқори сифати;
- буюртмаларни бажаришнинг қатъий интизоми;
- доимий мижоз ўринларининг мавжудлиги;
- кенг ҳудудий қамров (иш бутун республика бўйича олиб борилади). Филиаллар билан ишлаш тажрибаси бор.

Сотилаётган франшизанинг тавсифи

Франшизани сотиш пайтида франчайзи қуйидагиларни олади:

- фирма атамасига ҳуқуқ ва франчайзернинг савдо белгиси;
- франчайзернинг рўйхатдан ўтган савдо белгисидан фойдаланиш;
- бизнесни ташкил қилишда қўлланилаётган усуллар тавсифи ҳақидаги маълумотга рухсат (меҳнатни ташкил қилиш, молиявий ҳисобот ва менежмент усуллари ва бошқалар);
- франчайзернинг хизмат кўрсатиш ва усқуналар, франчайзер ҳудудида ишлаётган мижозлар ҳақидаги маълумотлар базасидан фойдаланиш имконияти;
- бизнесни ташкил қилиш ва юритиш масалалари бўйича ўқитиш ва доимий маслаҳатларга, шунингдек, менежерлар, дизайнерлар ва ташқи реклама усталари учун профессионал тренинг ва ўқув курсларида қатнашиш ҳуқуқи;
- савдо маълумотларини Интернетга - франчайзинг тармоғи заҳирасига жойлаштириш ҳуқуқи;
- меҳнатни тақсимлашга асосланган франчайзер билан биргаликдаги қўшма лойиҳаларни амалга ошириш имконияти (мисол учун, франчайзи ташқи рекламани жойлаштиришга мижоз топади, музокаралар олиб боради, реклама ташувчисини тайёрлаш ва жойлаштиришни амалга оширади, франчайзер эса реклама моҳияти ва намунасини ишлаб чиқади).

Шундай қилиб, франчайзи реклама хизматларининг мамлакатимизда ўсиб бораётган бозорида реклама берувчиларга қуйидагилардан фойдаланиб, сифатли реклама хизматини кўрсатишни тақдим қилиш имкониятини олади:

- франчайзернинг ташкилий ва ходимлар имконияти;
- жамғарилган имидж фойдалари, шунингдек, бутун мамлакат бўйлаб оммавий ахборот воситаларидаги рекламани ҳам қўшганда, франчайзернинг жорий маркетинг тадбирларидан;
- умумий ахборот ва маркетинг заҳираларига кириш (Интернет - сайт, ҳамкорлар ҳақидаги маълумотлар негизи ва бошқалар).

Бунда франчайзи ўз ҳудудида ишлаш пайтида тўлиқ мухториятга эга бўлади. Франчайзер франчайзининг жорий молиявий фаолиятига аралашмайди.

Франчайзига талаб ва унинг мажбуриятлари

Франчайзининг мажбуриятлари:

- хизмат кўрсатишларнинг керакли сифати ва турларини таъминлаш;
- реклама берувчиларнинг буюртмаларини бажариш интизомига амал қилиш;
- франчайзер томонидан кўрсатилаётган хизматларнинг сифати устидан назорат олиб бориш учун шароитлар яратиш;
- махфий корпоратив ҳисоб ва ҳисоботларни юритиш;
- франчайзер тармоғининг бошқа қатнашчилари билан доимий алоқани қўллаб-қувватлаш;
- франчайзинг тармоғи ичида ўзаро иш тажрибаси алмашиш;
- франчайзингдан олинган савдо маълумотларининг махфийлигини таъминлаш.

**Франшизани олишнинг молиявий шартлари
ва бошланғич сармоёга талаб**

- бошланғич сармоё киритиш ҳудудий реклама агентлиги фаолиятини ташкил қилиш учун керакли энг кам чиқимни ўз ичига олади;
- 500 000 дан 1 000 000 сўмгача миқдордаги бошланғич тўлов (франчайзининг имконияти ва тайёрлиги даражасига боғлиқ);
- белгиланган ойлик тўлов.

«BEK FRANCHAIZING» ОАЖдан франчайзинг бўйича таклиф

Франчайзер

«BEK FRANCHAIZING» ОАЖ «БЕК» савдо маркасининг ҳуқуқий эгаси ҳисобланади. Савдо маркази Самарқанд ва Тошкент шаҳарлари меҳмонлари ва аҳолиси ўртасида таниқли ҳисобланади.

Фаолиятнинг асосий йўналиши: ресторан, кафе кўринишидаги умумий овқатланиш бўйича хизмат кўрсатишни тақдим этиш.

Рақобатчилик устуворлиги:

- тайёрлашнинг ва хизмат кўрсатишнинг юқори сифати;
- савдо залларининг доимо тўлаллиги;
- ўзига жалб этувчи шарқона ички кўриниш;
- ҳар бир ресторан (кафе)да таомноманинг ҳар хиллиги;
- мутахассислар ва менежерларнинг малакали таркиби;
- менежмент ва сифат назоратининг самарали тизими.

Франшизанинг тавсифи

Таклиф этилаётган франшиза умумий овқатланиш соҳасидаги бизнес–формат шаклдаги франшизага тегишли.

Бизнесни ташкил қилиш учун франчайзи қуйидагиларни олади:

- франчайзернинг рўйхатда ўтказилган савдо белгисидан фойдаланиш ҳуқуқи;
- маҳсулотларни тайёрлаш ва сақлаш, таомларни тайёрлаш ва уларни безаш, мижозларга хизмат кўрсатиш, шунингдек, ошхона, савдо зали иши, мутахассис ва менежерларнинг ўзаро муносабатлари сифатини назорат қилишни ташкил қилиш бўйича тавсиялар мажмуаси;
- бизнесни ташкил этиш ва такомиллаштириш бўйича маслаҳат хизматлари олиш ҳуқуқи.

Франчайзернинг мажбуриятлари

- логотипнинг электрон вариантини, ундан фойдаланиш қўлланмасини тақдим қилиш (рангини, тасвирини, фойдаланиш имкониятларини);
- барча масъул ходимларнинг мансабий қўлланмаларини тақдим қилиш;
- маҳсулотни тайёрлаш, ошхона, зал ишларини ташкил қилишга талабни тақдим қилиш;
- хўжалик фаолиятининг тезкор ҳисоби ва бухгалтерлик ҳисобини ташкил қилиш бўйича тавсияларни тақдим қилиш;
- брендни янада юқори ҳудудий даражага йўналтириш бўйича (PR) амалини ўтказиш;
- франчайзи раҳбарларини франчайзернинг корпоратив тадбирларига таклиф қилиш;
- доимий асосда маслаҳатлар ўтказиш ва франчайзи менежерлари ва мутахассисларини ўқитиш. Бунда франчайзер ходимларни етказиб бермайди, балки, франчайзи томонидан танлаб олинган ходимлар билан ишлайди;
- франчайзи хизматлари сифати мониторингини ўтказиш: ҳар ойда – кўрсатилаётган хизматлар сифати аудити; ҳар кварталда - кўрсатилаётган хизматлар сифати аудити, франчайзер томонидан тавсия қилинган тайёрлаш, маҳсулотларни сақлаш, мижозлар билан ҳисоб-китоб, сотиш таҳлили ва унинг ҳаракатларига амал қилиш;
- франчайзининг таклифига биноан 3 кундан ортиқ бўлмаган вақт учун ўз мутахассисларини жўнатиш;
- франчайзи фаолиятига тегишли савдо ва бошқа маълумотларни овоза қилмаслик.

Франчайзининг мажбуриятлари

- ташкилотнинг хизмат кўрсатиш, франчайзердан олинган қўлланмалар, йўриқномалар, бошқа савдо маълумот сирларини овоза қилмаслик;
- франчайзердан олинган ҳар қандай ахборотдан нусха олмаслик ва учинчи шахсларга бермаслик;
- 1,0 млн. сўм ҳажмидаги бир марталик тўловни амалга ошириш;

- Умумий тушумнинг 2,0% ҳажмидаги ҳар ойлик тўловни (роялти) амалга ошириш (муҳокама қилиш мумкин);
- Франчайзингга тегишли ахборотларга франчайзер мутахассисларининг киритилишини таъминлаш;
- Маҳсулотларни тайёрлаш, таомларни тайёрлаш ва хизмат кўрсатиш амаллари бўйича франчайзер томонидан ўрнатилган барча талабларга риоя қилиш;
- Жойлашув ҳудудида, ресторан (кафе) ичида хизмат кўрсатаётган автомобилда хизматларни реклама қилиш;
- Савдо маълумотини франчайзер менежерларига ва мутахассисларига очиш.

Франчайзига талаб ва унинг мажбуриятлари

Франчайзининг йил бўйи, узоқ давр мобайнида умумий овқатланиш соҳасида хизмат кўрсатиш бўйича фаолият олиб бориш мақсадида хусусий ёки қарамоғидаги ресторани ёки кафеси бўлиши керак.

Қўшимча хизматлар

Франчайзер алоҳида тўлов эвазига франчайзига ўз ресторани тармоғида қўлланиладиган хўжалик фаолияти ҳисоби ва таҳлили компьютер дастурий таъминотини ўрнатиб бериш имкониятига эга.

“InfoCOM.UZ” нашриёти
100100, Тошкент шаҳри,
Ахмад Ал-Фарғоний кўчаси, 19-уй

“PrintXpress” босмахонасида чоп этилди
100000, Тошкент ш., Мустақиллик кўчаси, 79/172
адади 500 дона, 544-сонли шартнома.
Бепул тарқатилади