

Сущность франчайзинга и его форма в Республике Узбекистан

Сатмуратов Султанбек Бахрамович

научный руководитель

д.э.н, проф. Исламов Б.А.

Аннотация. Тезис посвящён анализу франчайзинга как эффективной модели бизнеса и рассматривается как перспективный инструмент экономического роста и внедрения международных стандартов в Узбекистане. Отмечается растущая роль франчайзинга в реализации государственных приоритетов по поддержке малого и среднего бизнеса, а также наличие нормативно-правовой базы. Кроме того, примеры действующих франшиз в стране подтверждают интерес предпринимателей к данной бизнес-модели.

Франчайзинг представляет собой эффективную форму организации предпринимательской деятельности, при которой франчайзи получает от франчайзера право на использование его товарного знака, бизнес-модели и системы управления. Такая форма взаимодействия позволяет быстро масштабировать бизнес, снижая риски для франчайзи за счёт использования отлаженных технологий и узнаваемого бренда.

В Республике Узбекистан развитие франчайзинга получает всё большее значение в контексте реализации приоритетных стратегических целей. Подписанный Президентом Ш.М. Мирзиёевым Указ от 21.02.2024 года «О государственной программе по реализации стратегии "Узбекистан–2030" в Год поддержки молодежи и бизнеса» включает мероприятия по содействию предпринимательству. В частности, в рамках «Программы поддержки бизнеса» предполагается вовлечение двух миллионов граждан в предпринимательскую деятельность и создание условий для занятости пяти миллионов человек. Франчайзинг рассматривается в данном контексте как один из действенных механизмов расширения занятости и поддержки малого и среднего бизнеса.

Франчайзинг как модель бизнеса основан на подписании договора, по которому франчайзи получает право действовать под брендом франчайзера и использовать его бизнес-систему. В договоре (называемом договором франчайзинга или комплексной предпринимательской лицензией) закрепляются

ключевые положения: технология продаж, стандарты обслуживания, ассортимент товаров и услуг, порядок использования товарного знака. Франчайзер, в свою очередь, обеспечивает обучение, передачу ноу-хау и консультативную поддержку, что снижает риски запуска и повышает шансы на успех нового предприятия.¹

Получение франшизы даёт возможность предпринимателю начать деятельность с минимальными затратами на раскрутку бренда, поскольку узнаваемость марки уже сформирована. Кроме того, франчайзи получает доступ к поставщикам, сырью, технологиям, маркетинговым стратегиям и постоянной поддержке от франчайзера, что особенно важно в начальный период. Таким образом, франчайзинг сочетает в себе преимущества собственного бизнеса и поддержки крупной системы.²

Правовое регулирование франчайзинга в Узбекистане основано на положениях главы 50 Гражданского кодекса Республики Узбекистан, где он рассматривается как договор «комплексной предпринимательской деятельности». В договоре участвуют две стороны: комплексный лицензиар (франчайзер) и комплексный лицензиат (франчайзи). В соответствии с законодательством, договор подлежит обязательной государственной регистрации.³

Процедура регистрации регулируется Постановлением Кабинета Министров №244 от 04.11.2010 г., и осуществляется органом, зарегистрировавшим юридическое лицо или индивидуального предпринимателя, выступающего в роли лицензиара. В случае, если лицензиар — иностранное юридическое лицо, договор регистрируется по месту регистрации лицензиата. Государственной регистрации также подлежат любые существенные изменения, дополнения и прекращение действия договора.⁴

На сегодняшний день в Узбекистане действуют 161 франшизных брендов, обеспечивающих занятость более 10 тысяч граждан и формирующих около 0,3% ВВП страны. Это свидетельствует о растущем интересе к этой бизнес-модели как со стороны предпринимателей, так и со стороны государства, стремящегося развивать внутренний рынок и привлекать международные бренды.

Таблица 1. Среднегодовые финансовые показатели франшизы KFC.⁵

Доходы и расходы	Сумма(долл.США)	% продажа
Продажа	1,644,396	100%
Издержки	(493,319)	30%
Валовая прибыль	1,151,077	70%
Оплата труда	(527,851)	32%
Маркетинг и роялти	(156,218)	10%
Аренда помещения	(147,996)	9%
Прочие операционные расходы	(197,328)	12%
Итоговый доход (до вычета процентов, налогов, износа и амортизационных отчислений).	121,685	7%

Характерным примером успешной франчайзинговой модели является деятельность международной сети общественного питания KFC (Kentucky Fried Chicken). На 2024 год компания представлена более чем в 145 странах мира, насчитывая свыше 25 тысяч торговых точек и около 820 тысяч сотрудников. В Узбекистане работает 16 точек KFC, из которых 13 находятся в Ташкенте, а остальные — в Коканде, Андижане и Самарканде.

Таким образом, развитие франчайзинга в Узбекистане представляет собой перспективный механизм стимулирования предпринимательской активности, внедрения международных стандартов и повышения занятости. Сочетание законодательной поддержки, заинтересованности государства и потенциала локального рынка создаёт благоприятную среду для дальнейшего роста франчайзинговых систем.

Список использованной литературы

- 1) International Franchise Association-1960 г.- [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.franchise.org
- 2) Саманов, А.А. «Франчайзинг как форма развития предпринимательства в Узбекистане». Иқтисод ва молия / Экономика и финансы, no. 10(130), 2019. УДК: 373.61.

3) Гражданский кодекс Республики Узбекистан. Часть II. Принят 29 августа 1996 г., ЗРУ № 256-I. [Национальная база данных законодательства, 15.01.2020 г., № 03/20/602/0052].

4) KFC Global. Официальный веб-сайт-[Электронный ресурс]-Режим доступа:<https://global.kfc.com>

5) Sharp Sheets. Стоимость франшизы KFC, сборы и прибыль – Полная информация - [Электронный ресурс]- Режим доступа: <https://sharpsheets.io/blog/kfc-franchise-costs-profits>



**Research Science and
Innovation House**