

12. Seema, Arora-Jonsson. (2017). *Gender and Environmental Policy*. doi: 10.4324/9781315886572.CH19
13. Karen, Bell., Karen, Bell. (2016). *Bread and Roses: A Gender Perspective on Environmental Justice and Public Health*. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, doi: 10.3390/IJERPH13101005
14. H, P, Rizal., P, Siahaan., Galuh, Yuliani. (2017). *Implementation of Socioscientific Issues Instruction to Fostering Students' Decision Making Based Gender on Environmental Pollution*. doi: 10.1088/1742-6596/812/1/012012
15. Itza, Castaneda., Cintia, Aguilar., Allison, Rand. (2013). *Measurement and Reporting: Important Elements of Gender Mainstreaming in Environmental Policies*. *Cornell Journal of Law and Public Policy*

## XALQARO BRENDLARNI JALB QILISH ORQALI MAMLAKAT EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISH IMKONIYATLARI

**Malikov Numonjon**

*Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti  
"Xalqaro moliya va investitsiyalar" kafedrasi o'qituvchisi.*

Yangi O'zbekiston iqtisodiyotining o'sishi, ishlab chiqarish sohalarining kengayishi, mavjud sohalarning zamonaviy texnologiyalar bilan boyishi, iqtisodiy samaradorlikning oshishi va aholi farovonligining ko'tarilishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillardan eng muhimi mamlakatga kirib kelayotgan to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev tashabbusi bilan so'nggi yillarda xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, mamlakat investitsion muhitini yaxshilash, xorijiy investorlar uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha olib borilgan islohotlar o'z natijalarini ko'rsatmoqda.

Sa'y-harakatlar natijasida sunggi yillarda barcha tarmoqlardagi dasturlarga 31 milliard dollarlik to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar jalb qilindi. Natijada o'tgan 5 yilda sanoat 1,4 barobar, eksport 1,5 barobarga oshdi [1]. Shu bilan birga kelgusida investitsion islohotlarni yanada kuchaytirish belgilandi. Investitsiyalarni jalb qilishda iqtisodiy diplomatiyani va chet eldagi diplomatik vakolatxonalar ishtirokini kuchaytirish muhimligi qayd etildi. To'qimachilik, charm, qurilish materiallari, elektr texnikasi, oziq-ovqat, farmatsevtika, zargarlik kabi tarmoqlarda yangi mahsulotlarni o'zlashtirish, **jahon brendlarini olib kelish orqali yangi bozorlarga chiqish muhimligi qayd etildi.**

Shuningdek, kelgusi 5 yilda iqtisodiyot barqaror o'sishi uchun sanoatni yana 1,5 barobarga oshirish, eksportni 30 milliard dollarga yetkazish maqsad qilib qo'yilganligi, buning uchun 120 milliard dollar sarmoya, jumladan, 70 milliard dollar xorijiy investitsiya zarurligi ta'kidlandi. Qisqa fursatlarda ushbu raqamlarga erishish katta mehnat talab qiladi. Shu sababli biz rivojlanayotgan davlatlarning muvaffaqiyatli tajribalaridan foydalanishimiz kerak bo'ladi.

Jahon brendlari ostida mahsulotlarning ishlab chiqarilishi ularning yangi bozorlarga kirib borishiga, katta hajmda eksport qilinishiga olib keladi.

Dunyoning Xitoy, Hindiston, Pokiston, Bangladesh kabi ko'plab rivojlanayotgan davlatlari eksport hajmini oshirishda mahsulotlarini jahon brendlari ostida ishlab chiqarishga e'tibor qaratishi natijasida, ularning mahsulotlari dunyoning turli xil davlatlarida sotilmoqda. Misol uchun, Bangladesh *Zara, H&M, Primark, GAP, Peacocks, New Look, Austin Reed* kabi jahonning yettita mashhur brendi ostida o'z mahsulotlarini jahon bozorida sotmoqda [2]. Hindiston va Pokiston davlatlari ham o'z mahsulotlarini jahon brendlari bilan eksport qilishmoqda, dunyoning mashhur brendlarining bir qanchasi ushbu davlatlarda o'z faoliyatini olib boradi.

Xitoy Xalq Respublikasi o'z mahsulotlarini mashhur brendlar ostida eksport qilish bo'yicha yetakchi davlatlardan biri hisoblanadi. Biroq aytishimiz mumkinki, oxirgi yillarda Xitoy iqtisodiyoti rivojlanishi natijasida, mamlakat o'z mahsulotlarini milliy brendlar bilan jahon bozoriga chiqarishga intilmoqda.

Hozirgi kundagi asosiy masala milliy tovarlarimiz uchun xorijiy bozorlar topish. Biz o'z brendimizga ega bo'lishimiz kerak. Biroq, buning uchun yetarli vaqt va mablag' talab etiladi. Biroq mashhur brendlar aynan nima, kimga, qancha, qayerda sotish kerakligini bilishadi va ular o'zlarining doimiy mijozlariga ega bo'lishadi. Shu sababli mamlakatimizda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarni xorijning mashhur brend kompaniyalariga taklif qilish orqali biz qisqa fursatlarda yangi bozorlarga kirib borishimiz mumkin.

Buning uchun o'z navbatida biz katta kompaniyalarning e'tiborini tortishimiz va ularga o'zimizning imkoniyatlarimizni taklif qilishimiz zarur. Bunda aynan iqtisodiy diplomatiya muhim rol o'ynaydi [3].

O'zbekiston turistik brendini dunyoga tanitish uchun Tourism brand Ambassador of Uzbekistan (O'zbekistonning xorijiy mamlakatlardagi turizm elchisi) instituti joriy etildi va xorijiy mamlakatlarda turizm brendi elchilari tayinlandi [4], xorijdagi vatandoshlar va ularning uyushmalari bilan faoliyat yo'lga qo'yilmoqda [5]. Endilikda iqtisodiy diplomatiya yordamida dunyoning mashhur brendlarini O'zbekistonga olib kelishga erishishi mamlakat eksportini yanada oshishiga katta ta'sir ko'rsatadi.

O'zbekiston rivojlanayotgan davlat hisoblanib, mamlakat iqtisodiy salohiyati ulkandir. O'zbekistonning to'qimachilik, charm, qurilish materiallari, elektr texnikasi, oziq-ovqat, farmasevtika, zargarlik sohaslariga doir mahsulotlari raqobatda sifat darajasi bo'yicha hech qaysi davlat mahsulotlaridan qolishmaydi. Lekin mamlakat milliy mahsulotlarini jahon bozoriga olib chiqishda ba'zi bir muammolarga duch keladi. Shu sababli, hozirgi kunda O'zbekiston uchun eksportni oshirishning eng to'g'ri yo'li mamlakatga jahon brendlarini olib kirish va mashhur brendlar ostida mahsulotlarini chet elga eksport qilishdir.

Fikrimizcha, mamlakatga jahon brendlarini jalb qilishda O'zbekiston uchun quyidagi sxema ishlashi zarur:



O'zbekistonga jalb qilinadigan mashhur brendlar mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish uchun birinchi o'rinda investitsiya kiritishi, ikkinchidan o'rta va yuqori malakali yangi ish o'rinlari yaratishi va eng muhimi mamlakat eksportini yanada oshishiga hissa qo'shishi lozim. Agarda O'zbekistonda faoliyat yuritmoqchi bo'lgan jahon brendlari mamlakatga investitsiya olib kirmasa, mahsulotlarni jahon bozoriga eksport qilmasa, bunday brendlar bilan ishlash mamlakat iqtisodiyotiga hech qanday foyda keltirmaydi.

Albatta mazkur amaliyot vaqtinchalik xususiyatga ega hisoblanadi. O'zbekiston ayni vaqtda jahon brendlari ostida o'z mahsulotlarini sotishga majbur bo'lsa, keyinchalik jahon bozorida **O'zbekiston o'z milliy brendlarini yaratish** va ularni dunyoga tanilishini osonlashtiradi.

Milliy brend yaratish bo'yicha Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti professori A.Fayzullayev [6] mamlakatga nima uchun o'z brendingi zarurligini tushuntirib, O'zbekiston xalqaro maydonda jozibali imidj yaratish uchun qanday resurslarga ega ekanligini aytib o'tgan. A.Fayzullayevning ta'kidlashicha, jahonda har bir mamlakat o'z salohiyatidan kelib chiqib imidjlarini yaratishgan va hozirgi kunda shu orqali jahon bozorida o'z mahsulotlarini oson sotmoqda. Masalan, tekstil sohasi deganda hayolimizga Italiya va Turkiya keladi, turizm bo'yicha Tailand, BAA, Fransiya keladi, avtomobilsozlik bo'yicha Germaniya mashhur hisoblanadi. Xaridorlar ushbu mamlakatlarning mahsulotlarini ishonch bilan xarid qilishadi. Bundan kelib chiqadiki, O'zbekiston ham o'z salohiyatidan kelib chiqqan holda yaqin yillarda ma'lum yo'nalishlarda o'z imidjini yaratishi kerak bo'ladi.

Hozirgi vaqtda O'zbekiston iqtisodiy diplomatiya yordamida jahon brendlarini mamlakatga olib kirib, ular orqali mahsulotlarini eksport qilib, o'z ishlab chiqarish salohiyatini oshirishi kelgusida mamlakatning jahon bozorida o'z o'rniga ega bo'lishi, keyinchalik o'z brendlarini yaratib, ular orqali bozorni egallashiga shart-sharoit yaratadi.

Mazkur masalalar ijrosini ta'minlash birinchi navbatda yanada samarali investitsion siyosatni amalga oshirish, logistika tizimini yaxshilash va salohiyatli o'zbek diplomatlari yordamida kuchli iqtisodiy diplomatiyani ishga solib, jahonning mashhur brendlarini O'zbekistonga jalb qilish zarur hisoblanadi.

#### **Adabiyotlar ro'yxati:**

1. Investitsiya va sanoat sohalaridagi ustuvor yo'nalishlar ko'rsatib o'tildi. <https://president.uz/uz/lists/view/5965>
2. 7 Fashion Brands Made in Bangladesh. <https://www.desiblitiz.com/content/7-fashion-brands-made-in-bangladesh>
3. Мавланов, И.П. Экономическая дипломатия: учеб. пособие / И.П. Мавланов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 528 с. - ISBN 978-5-7567-0857-8.
4. Госкомтуризма выбрал Посла туризма Узбекистана в Индонезии. <https://uzreport.news/society/goskomturizma-vibrat-posla-turizma-uzbekistana-v-indonezii>
5. Vatandoshlar bilan ishlash - xalq diplomatiyasining yorqin namunasi. [https://dunyo.info/cyrl/site/inner?slug=vatandoshlar\\_bilan\\_ishlash\\_%E2%80%93\\_halq\\_diplomatiyasining\\_iorqin\\_namunasi-8aN](https://dunyo.info/cyrl/site/inner?slug=vatandoshlar_bilan_ishlash_%E2%80%93_halq_diplomatiyasining_iorqin_namunasi-8aN)
6. Страна как бренд. <https://www.gazeta.uz/ru/2017/04/19/country-branding/>