

## XALQARO BOZORLARDA “MADE IN UZBEKISTAN” BRENDIDAN KENG FOYDALANISH IMKONIYATINI YARATISH MEZONI

<sup>1</sup>Turayeva Gulizahro

Guliston Davlat Universiteti mustaqil tadqiqotchisi,

<sup>2</sup>O‘rozboyev Mirzohid,

<sup>3</sup>Abdullayeva Gulnoza,

<sup>4</sup>Abdurasulova Nargiza,

<sup>5</sup>Ibragimova Aziza,

<sup>6</sup>Mamadiyorova Ra‘no,

<sup>7</sup>Meliyeva Latofat,

<sup>8</sup>Olimjonova Maftunaxon

Guliston Davlat Universiteti talabalari

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7466255>

### ANNOTATSIYA

Xorij davlatlari bilan savdo aloqalari iqtisodiyot rivojida hamisha muhim o‘rin tutadi. Bu an‘ana eng qadimgi davrlardayoq kishilarning o‘zaro tovar ayirboshlashi tarzida namoyon bo‘lgan. Shu jihatdan, so‘nggi yillarda mamlakatimizda jahon bozoriga chiqish, eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishga qaratilgan chuqur sa‘y-harakatlar olib borilmoqda. Bunda ayniqsa, tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlash birlamchi vazifaga aylanib, ularni tizimli bajarish uchun bir qator davlat va nodavlat tashkilotlari faoliyati yo‘lga qo‘yilyapti

**Kalit so‘zlar:** Innovatsiya, Aqlli qishloq xo‘jaligi, Intensiv bog‘lar, eksport-import, shartnoma, klasterlar

### KIRISH

Brend - bu a mahsulot, xizmat, kompaniya, biznesning o‘ziga xos muhri ... Boshqacha qilib aytganda, biz shuni aytishimiz mumkinki, bu mahsulot ma‘lum bo‘lgan nom (xizmat, kompaniya, biznes ...) va u o‘ziga xoslikni oladi, ya‘ni u nomlanganida hamma uning nima ekanligini aniq biladi. . nazarda tutadi. O‘zbekiston Respublikasida 2021- yilning yanvar-dekabr oylari davomida jami faoliyat yuritayotgan 20 739 ta Oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish sanoati korxonalarini tomonidan 51 094,4 mlrd. so‘m qiymatga teng bo‘lgan mahsulotlar ishlab chiqarildi. Tarmoqning 2020- yilning yanvar-dekabr oylariga nisbatan oziq-ovqat mahsulotlari fizik hajm indeksi 105,3 % ni tashkil etdi. Natijadan shuni aytishimiz mumkinki, mamlakatimizda rivojlanish jadal o‘zida bormoqda va biz o‘z brendimizni butun jahonga tanitmoqdamiz. Oxirgi 3 yilda biz uchun olis bo‘lgan bozorlar ham ochilib tadbirkorlarimiz bemalol kirib boryapti. Endilikda savdoning miqdorini oshirish kerak bo‘ladi. Chunki Yevropa mahsulotlarimizga ishondi, ularni olib iste‘mol qilmoqda. Biz o‘z ustimizda ko‘proq ishlab, yana ham

sifatli mahsulot tayyorlashimiz kerak. Bugun eksport qilinayotgan mahsulotlarga xalqaro sertifikatlash idoralarining ham sertifikatlari berilgan. Mahsulotning o'zi hamda uni yetishtirish, qayta ishlash jarayoniga sifat menejmenti tizimlari joriy qilinganligi bois, xorij bozorlari ochilib boryapti. Tadbirkorlarning sifatli mahsulot yetishtirishda erishgan yutuqlarini qo'llab-quvvatlashimiz kerak.

"Made in Uzbekistan" brendini mustahkamlash uchun avvalo ishlab chiqarish bilan birga ishlashimiz, uni sifatli ekanini tasdiqlashimiz va iste'molchiga yetkazishimiz kerak. Savdo-sanoat palatasi, ishlab chiqaruvchilarning o'zi bilan chetdagi mahsulotdan ustunlik jihatlarimizni yaratishimiz kerak. Jahon bozoriga chiqish bugungi kunda oson ish emas. Buning uchun mamlakatimizda mahsulotni etishtirish va eksport qilish standarti bo'yicha etarlicha tajriba va texnologiyalar bo'lishi shart.

Biroq yurtimizda oxirgi yillarda dunyo standartlariga mos sifatli mahsulotlar ishlab chiqarib, xorij davlatlariga etkazish borasida yaxshigina tajriba hosil bo'ldi. Buning hisobiga eksport hajmi ham oshib bormoqda. Garchi 2020 yilda pandemiya sabab eksport hajmi 13 foizga pasaygan bo'lsada, jahon banki statistikasiga ko'ra, joriy yilda O'zbekistonda eksport salohiyati 5 foizdan 7 foizgacha o'sishi kutilmoqda. Shu jihatdan, Prezidentimiz tomonidan eksport hajmini 20 foizga oshirish bo'yicha aniq topshiriqlar berilgan. O'zbekiston Iqtisodiyot Assambleyasi bu borada rejalar tuzib, shu asosida harakatlarni faollashtirgan. Bu borada ayniqsa, biznes koridorlari, xorij davlatlarida savdo uylarini tashkil etishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ular orqali tadbirkorlar o'z mahsulotlarini hamkor davlatlar shourumlarida qo'yib boradi. O'sha yerning o'zida hamkorlik shartnomalari imzolanib, biznes kelishuvlar amalga oshiriladi.

— Eksport hajmini oshirish uchun biz savdo uylarini ochishimiz, savdo koridorlarini shakllantirishimiz muhim, Bilamizki, O'zbekiston geografik joylashuvi jihatidan O'rta Osiyoning markazidagi davlatlardan biri. Demak, bizda boshqa mamlakatlar uchun "Xab" vazifasini bajarish imkoniyati katta. Shu bois, savdo uylarini ochish bo'yicha ko'plab davlatlardan takliflar tushyapti. Xususan, Germaniyaning "Luno Group" kompaniyasi bilan imzolangan memorandum asosida Gamburg portida O'zbekiston mahsulotlari uchun hamda yurtimizda ular uchun savdo biznes uylarini ochishga kelishyapmiz. Ikkinchi koridor Rossiya Federatsiyasida bo'ladi. Uchinchi yo'nalish esa Turkiya davlatiga yo'naltiriladi. Hozirda turkiyalik hamkorlar bilan Istanbul shahrida O'zbekiston biznes uyini ochish bo'yicha kelishuvlar olib boryapmiz. Bu shahar bizga nafaqat Turkiya, balki Afrika bozorlariga ham yo'l ochadi. Ushbu davlatlarga katta oqimda yuklar harakatlanishi natijasida logistika xarajatlarini bir necha foizga

pasaytirishga erishamiz. Bu borada hozirda biroz oqsayotgan nuqtamiz — raqamli iqtisodiyotni yo'lga qo'yishni ham maqsad qilganmiz. Ana shunday tashkilotlarning sa'y-harakati bilan yaqin va uzoq xorij davlatlarida yurtimizda ishlab chiqarilayotgan quruq mevalar, qishloq xo'jaligi, tekstil, sanoat mahsulotlariga talab ortib bormoqda. Hatto, Amerika bozorida O'zbekistonning qurt mahsulotlari ham anchayin ommalashib ulgurdi. Tadbirkorlarimiz okean orti davlati xalqlariga avval tanish bo'lmagan bu mahsulot tezda ularning ta'biga o'tirganini mamnuniyat bilan ta'kidlammoqda. Amerika ichki bozorida o'z o'rnini egallab kelayotgan “Ermak” brendi ostidagi qurt mahsulotlarimiz Amerika savdo do'konlarida ancha xaridorgir.

Turk kompaniyalaridan biri bizda qandolatchilik mahsulotlarini ishlab chiqarishni yo'lga qo'ydi. Ochilganiga 3 oy bo'lmasdan, o'z mahsulotlarini juda katta hajmda Xitoy bozoriga eksport qilishni boshladi. Mebel ishlab chiqaruvchi yana bir xorij kompaniyasi ham yurtimizda o'z filialini ochdi.

## **XULOSA**

Xulosa o'rnida shuni aytish mumkinki, nafaqat Xitoy bozori, balki G'arb davlatlaridan bo'lgan tadbirkorlar uchun ham O'zbekiston qulay mamlakat hisoblanadi. Bu biz uchun ham yaxshi imkoniyat bo'lib, yurtimiz iqtisodiyoti va eksportini jadal rivojlantirib, yangi ish o'rinlari yaratishga yo'l ochadi. Aslida, ikkita insonning boshini birlashtirishning o'zi qiyin masala. Yangi tuzilgan Iqtisodiyot Assambleyasi esa yirik tashkilot va uyushmalarni “Made in Uzbekistan” brendi ostida birlashtirib, yurtimiz mahsulotlarini jahon bozorida ommalashtirish, tadbirkorlarning faoliyatini rivojlantirish, yangi ish o'rinlari yaratishga hissa qo'shish orqali mamlakatimiz iqtisodiyotini yuksaltirish yo'lida ildam odimlammoqda.

### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. <https://yuz.uz/uz/news/issiqxona-xojaliklari-faoliyati-samaradorligini-oshirish-yuzasidan-qoshimcha-chora-tadbirlar-togrisida>
2. [https://uz.m.wikipedia.org/wiki/Agrosanoat\\_majmui](https://uz.m.wikipedia.org/wiki/Agrosanoat_majmui)
3. <https://yuz.uz/uz/news/tadbirkorlarni-made-in-uzbekistan-brendi-ostida-birlashtirayotgan-tashkilot>
4. Gulizahro, T., Nigora, S., Dilafroz, A., & Azamat, Z. (2022). QISHLOQ XO'JALIGIDA AGRASANOAT VA MUSTAQIL SANOAT TARMOQLARINING TUZILMASI VA UNI BELGILOVCHI OMILLAR. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 2(12), 203-206.
5. Turayeva, G., Suyunov, S., Ibodullayev, N., Tursunqulova, M., & Rasulova, N. (2022). SANOAT ULUSHINI OSHIRISHDAGI (XUSUSAN ENGIL SANOAT)

MUAMMOLAR VA YECHIMLAR. *Zamonaviy dunyoda innovatsion tadqiqotlar: Nazariya va amaliyot*, 1(28), 27-31.

6. Khahharovna, T. G., & Jumaboevich, M. T. (2022). Fintech Development in the Republic of Uzbekistan. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 2(1), 71-83.

7. Qakhkhorovna, T. G., Musurmanovich, U. J., & Jumabekovich, M. T. (2022). FACTORS REDUCING THE COST OF PRODUCTION IN THE DEVELOPMENT OF THE AGRICULTURAL ECONOMY. *Gospodarka i Innowacje*, 21, 184-187.

8. Тураева, Г. К., Алимова, Д. Т., Анваров, С. Ш., & Одилбеков, А. А. (2021, October). Роль и значение промышленности в практике борьбы с бедностью в развитии народного хозяйства. In " *ONLINE-CONFERENCES*" *PLATFORM* (pp. 378-382).