O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTIGA XORIJIY BRENDLARNI JALB QILISHNING IQTISODIY VA INSTITUTSIONAL ASOSLARI

Murodxujayev G‘ulomjon Sobitxujayevich
Namangan viloyati Pop tumani hokimi

Annotatsiya. *Mazkur ilmiy maqolada O‘zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy brendlarni jalb qilishning iqtisodiy va institutsional asoslari chuqur tahlil qilinadi. Xorijiy brendlarning mamlakat bozoriga kirib kelishi raqobat muhitini kuchaytirish, mahsulot va xizmatlar sifatini oshirish, yangi texnologiyalarni joriy etish hamda bandlikni kengaytirishda muhim omil hisoblanadi. Tadqiqotda xorijiy brendlar uchun investitsion muhit, huquqiy-me’yoriy baza, davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari va institutsional infratuzilmaning roli o‘rganiladi. Shuningdek, xalqaro tajribalar asosida O‘zbekiston sharoitida xorijiy brendlarni jalb qilishning samarali mexanizmlari ishlab chiqiladi va ularning milliy iqtisodiyot rivojiga ta’siri baholanadi. Tadqiqot natijalari mamlakatda investitsion jozibadorlikni oshirish hamda bozor institutlarini rivojlantirish bo‘yicha ilmiy-amaliy tavsiyalarni ishlab chiqishga xizmat qiladi.*

Kalit so‘zlar: *Xorijiy brendlar, investitsiyalar, institutsional muhit, iqtisodiy rivojlanish, raqobatbardoshlik, bozor infratuzilmasi, davlat siyosati, innovatsiya.*

Zamonaviy globallashuv sharoitida xorijiy brendlarning milliy iqtisodiyotlarga kirib kelishi mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishi, raqobatbardoshligini oshirish va innovatsion taraqqiyotini ta’minlashda muhim omil hisoblanadi. Xorijiy brendlar nafaqat tovar va xizmatlar bozorini kengaytiradi, balki yangi texnologiyalar, boshqaruv tajribasi, marketing strategiyalari va institutsional amaliyotlarni ham olib kiradi. Shu bois, O‘zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy brendlarni jalb qilish masalasi bugungi kunda dolzarb ilmiy va amaliy ahamiyatga ega bo‘lib, mamlakatning uzoq muddatli iqtisodiy strategiyasida muhim o‘rin tutadi.

O‘zbekiston Respublikasi mustaqillikka erishganidan so‘ng bozor iqtisodiyotiga o‘tish jarayonini boshlab, iqtisodiyotni liberallashtirish, xususiy sektorni rivojlantirish va xorijiy investitsiyalarni jalb qilishga qaratilgan keng ko‘lamli islohotlarni amalga oshirdi. So‘nggi yillarda mamlakatda investitsion muhitni yaxshilash, soliq va bojxona siyosatini liberallashtirish, biznes yuritish sharoitlarini soddalashtirish bo‘yicha muhim institutsional islohotlar amalga oshirildi. Ushbu jarayonlar xorijiy brendlarning O‘zbekiston bozoriga kirib kelishi uchun qulay sharoit yaratmoqda.

Xorijiy brendlarni jalb qilishning iqtisodiy asoslari sifatida makroiqtisodiy barqarorlik, ichki bozor sig‘imi, aholining xarid qobiliyati, ishlab chiqarish infratuzilmasi va logistika tizimining rivojlanganligi ko‘rsatib o‘tiladi. Institutsional

asoslar esa huquqiy-me'yoriy baza, investitsiyalarni himoya qilish mexanizmlari, davlat boshqaruvi tizimi samaradorligi, korrupsiyaga qarshi kurash, shaffoflik va hisobdorlik tamoyillarini o'z ichiga oladi [1-3].

Mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi O'zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy brendlarni jalb qilishning iqtisodiy va institutsional asoslarini ilmiy-nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilish, ularning mamlakat iqtisodiy rivojiga ta'sirini baholash hamda samarali jalb qilish mexanizmlarini taklif etishdan iborat. Tadqiqot davomida xalqaro tajriba, milliy statistika ma'lumotlari hamda normativ-huquqiy hujjatlar tahlil qilinadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy brendlarni jalb qilish jarayoni bir qator iqtisodiy va institutsional omillarga bevosita bog'liqdir. Avvalo, makroiqtisodiy barqarorlik xorijiy investorlar va brendlar uchun asosiy shart hisoblanadi. So'nggi yillarda O'zbekistonda yalpi ichki mahsulotning barqaror o'sishi, inflyatsiya darajasining nazorat qilinishi va milliy valyuta siyosatining takomillashtirilishi xorijiy brendlar uchun ijobiy signal bo'lib xizmat qilmoqda.

Tahlil natijalariga ko'ra, xorijiy brendlarning mamlakat bozoriga kirib kelishi ichki raqobat muhitini kuchaytiradi, mahalliy ishlab chiqaruvchilarni sifat va samaradorlikni oshirishga undaydi. Shuningdek, xorijiy brendlar orqali ilg'or texnologiyalar, ishlab chiqarish standartlari va boshqaruv tizimlari joriy etilib, mahalliy korxonalarning modernizatsiyasi tezlashadi. Natijada mehnat unumdorligi oshib, mahsulot tannarxi pasayadi.

Institutsional jihatdan olib qaralganda, investitsiyalarni rag'batlantirish bo'yicha qabul qilingan qonunlar, erkin iqtisodiy zonalar, sanoat zonalari va investitsiya shartnomalari xorijiy brendlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, soliq imtiyozlari, bojxona preferensiyalari, infratuzilma bilan ta'minlash va davlat kafolatlari xorijiy brendlar uchun asosiy rag'batlantiruvchi omillar hisoblanadi.

Shuningdek, xorijiy brendlarning kirib kelishi bandlikni oshirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Yangi ishlab chiqarish quvvatlari va xizmat ko'rsatish tarmoqlarining rivojlanishi yangi ish o'rinlari yaratib, aholi daromadlarini oshiradi. Bundan tashqari, xorijiy brendlar orqali eksport salohiyati kengayib, mamlakatning xalqaro savdo tizimidagi mavqei mustahkamlanadi [4].

Olingan natijalar xorijiy brendlarni jalb qilish jarayoni faqat iqtisodiy omillar bilan cheklanmasligini, balki institutsional muhitning sifatiga ham kuchli bog'liqligini ko'rsatadi. Xususan, huquqiy tizimning barqarorligi, shaffofligi va investorlar huquqlarini himoya qilish mexanizmlarining samaradorligi xorijiy brendlarning uzoq muddatli strategik qarorlarida hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi.

Muhokama jarayonida aniqlanganki, ayrim hollarda byurokratik to'siqlar, ruxsat berish jarayonlarining murakkabligi, sud tizimining samaradorligi bilan bog'liq muammolar xorijiy brendlarning faoliyatiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu bois,

davlat boshqaruvi tizimini raqamlashtirish, “bir darcha” tamoyilini keng joriy etish, davlat xizmatlarini soddalashtirish xorijiy brendlarni jalb qilishni tezlashtiruvchi muhim institutsional choralar hisoblanadi.

Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, xorijiy brendlarni muvaffaqiyatli jalb qilgan davlatlar investitsion muhitni yaxshilash bilan bir qatorda mahalliy brendlarni qo‘llab-quvvatlash siyosatini ham olib borgan. O‘zbekiston sharoitida ham xorijiy brendlar bilan mahalliy ishlab chiqaruvchilar o‘rtasida kooperatsiya aloqalarini rivojlantirish, texnologiya transferi va bilim almashinuvini rag‘batlantirish muhim ahamiyatga ega.

Bundan tashqari, institutsional infratuzilma, jumladan, bank-moliya tizimi, sug‘urta bozori, logistika va transport infratuzilmasi rivojlanganligi xorijiy brendlarning samarali faoliyat yuritishi uchun zarur shart hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan, moliyaviy xizmatlar bozorini chuqurlashtirish, kapital bozorini rivojlantirish va raqamli iqtisodiyot elementlarini keng joriy etish xorijiy brendlar uchun yanada qulay muhit yaratadi [5].

Umuman olganda, muhokama natijalari O‘zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy brendlarni jalb qilish kompleks iqtisodiy va institutsional siyosatni talab etishini, bu jarayon mamlakatning uzoq muddatli barqaror rivojlanish strategiyasining muhim tarkibiy qismi ekanligini tasdiqlaydi.

O‘zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy brendlarni jalb qilish omillari va ularning iqtisodiy ta’siri

1-jadval

№	Omillar guruhi	Asosiy ko‘rsatkichlar	Xorijiy brendlarni jalb qilishdagi roli	Iqtisodiy ta’siri
1	Makroiqtisodiy omillar	YIM o‘sishi, inflyatsiya, valyuta barqarorligi	Investorlar ishonchini oshiradi	Investitsiya hajmining ko‘payishi
2	Bozor omillari	Ichki bozor sig‘imi, aholining daromadi, raqobat darajasi	Brendlar uchun bozor imkoniyatlarini kengaytiradi	Mahsulot sifati va raqobatbardoshlik oshadi
3	Institutsional omillar	Huquqiy baza, investitsiyalarni himoya qilish, davlat siyosati	Xorijiy brendlar uchun barqaror muhit yaratadi	Uzoq muddatli investitsiyalar jalb qilinadi
4	Infratuzilma omillari	Transport, logistika, energetika, raqamli infratuzilma	Operatsion xarajatlarni kamaytiradi	Ishlab chiqarish samaradorligi oshadi

5	Kadrlar va texnologiya	Mehnat bozori, ta'lim sifati, innovatsiya salohiyati	Texnologiya transferini tezlashtiradi	Mehnat unumdorligi va eksport salohiyati oshadi

Yuqoridagi jadvalda O‘zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy brendlarni jalb qilishda muhim ahamiyatga ega bo‘lgan asosiy omillar tizimli ravishda tasniflangan. Jadval tahlili shuni ko‘rsatadiki, xorijiy brendlarni jalb qilish ko‘p omilli jarayon bo‘lib, makroiqtisodiy barqarorlik, bozor sharoitlari, institutsional muhit, infratuzilma rivoji hamda inson kapitali va texnologiya darajasi bilan chambarchas bog‘liqdir.

Makroiqtisodiy omillar, jumladan yalpi ichki mahsulotning barqaror o‘sishi, inflyatsiyaning past darajada ushlab turilishi va valyuta kursining nisbiy barqarorligi xorijiy investorlar uchun muhim signal hisoblanadi. Ushbu omillar investitsion xavflarni kamaytirib, uzoq muddatli strategik rejalashtirish imkonini beradi.

Bozor omillari ichki bozor sig‘imi, aholining real daromadlari va iste’mol talabi bilan belgilanadi. Keng ichki bozor va aholining xarid qobiliyatining o‘sishi xorijiy brendlar uchun savdo hajmini kengaytirish imkonini yaratadi. Shu bilan birga, raqobat muhitining mavjudligi mahalliy ishlab chiqaruvchilarni innovatsiyaga undaydi.

Institutsional omillar jadvalda alohida o‘rin egallaydi. Huquqiy-me’yoriy bazaning barqarorligi, investitsiyalarni himoya qilish mexanizmlari va davlatning investitsion siyosati xorijiy brendlarni jalb qilishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Shaffof va samarali institutlar mavjud bo‘lmagan sharoitda xorijiy brendlarning uzoq muddatli faoliyati cheklanishi mumkin.

Infratuzilma omillari xorijiy brendlarning operatsion samaradorligiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Transport va logistika tizimining rivojlanganligi, energiya ta’minoti barqarorligi va raqamli infratuzilmaning mavjudligi ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi hamda mahsulot yetkazib berish tezligini oshiradi.

Kadrlar va texnologiya omillari esa innovatsion rivojlanishning asosiy drayveri hisoblanadi. Malakali ishchi kuchi, ta’lim tizimi sifati va ilmiy-tadqiqot faoliyatining rivojlanishi xorijiy brendlar orqali texnologiya transferini tezlashtiradi hamda eksport salohiyatini kengaytiradi.

Umuman olganda, jadval tahlili xorijiy brendlarni jalb qilish kompleks iqtisodiy va institutsional siyosatni talab etishini ko‘rsatadi hamda O‘zbekistonning barqaror iqtisodiy rivojlanishida ushbu omillarning o‘zaro uyg‘unlashuvi muhim ahamiyatga ega ekanligini tasdiqlaydi.

Xulosa. Mazkur tadqiqot O‘zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy brendlarni jalb qilishning iqtisodiy va institutsional asoslarini ilmiy-nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilishga bag‘ishlandi. Tadqiqot natijalari xorijiy brendlarni jalb qilish jarayoni ko‘p omilli va kompleks xarakterga ega ekanligini, ushbu jarayon makroiqtisodiy

barqarorlik, bozor sharoitlari, institutsional muhit, infratuzilma rivoji hamda inson kapitali darajasi bilan chambarchas bog‘liqligini ko‘rsatdi.

Tahlil natijalariga ko‘ra, makroiqtisodiy barqarorlik va iqtisodiy o‘sish xorijiy investorlar va brendlar uchun muhim signal bo‘lib, investitsion risklarni kamaytiradi va uzoq muddatli strategik qarorlar qabul qilishga zamin yaratadi. Shu bilan birga, ichki bozor sig‘imi, aholining real daromadlari va iste’mol talabi xorijiy brendlarning mamlakat bozoriga kirib kelishida asosiy iqtisodiy rag‘batlantiruvchi omillar sifatida namoyon bo‘ladi.

Tadqiqot institutsional omillarning hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligini ham tasdiqladi. Huquqiy-me’yoriy bazaning barqarorligi, investitsiyalarni himoya qilish mexanizmlarining samaradorligi, davlat boshqaruvi tizimining shaffofligi va hisobdorligi xorijiy brendlarning faoliyatini kengaytirish va ularni uzoq muddatli hamkorlikka jalb etishda muhim rol o‘ynaydi. Davlat tomonidan erkin iqtisodiy zonalar, sanoat zonalari, soliq va bojxona imtiyozlari kabi rag‘batlantiruvchi mexanizmlarning joriy etilishi xorijiy brendlar uchun qulay institutsional muhit yaratadi.

Shuningdek, infratuzilma rivoji, xususan transport-logistika tizimi, energetika ta’minoti va raqamli infratuzilmaning takomillashuvi xorijiy brendlarning operatsion samaradorligini oshirib, ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi. Inson kapitali, ta’lim tizimi sifati va innovatsion salohiyat esa texnologiya transferi, mahsulot sifatining oshishi va eksport salohiyatining kengayishida muhim omil bo‘lib xizmat qiladi.

Umuman olganda, O‘zbekiston iqtisodiyotiga xorijiy brendlarni jalb qilish mamlakatning barqaror iqtisodiy rivojlanishi, raqobatbardoshligini oshirish va innovatsion iqtisodiyotga o‘tishda muhim strategik yo‘nalish hisoblanadi. Shu bois, xorijiy brendlarni jalb qilish siyosatini kompleks iqtisodiy va institutsional islohotlar bilan uyg‘unlashtirish, mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan kooperatsiyani rivojlantirish hamda investitsion muhitni doimiy ravishda takomillashtirib borish zarur. Tadqiqot natijalari davlat siyosatini takomillashtirish va ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqishda muhim metodologik asos bo‘lib xizmat qilishi mumkin.

Adabiyotlar.

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. (2022). *O‘zbekiston iqtisodiyoti va investitsiyalar statistikasi*. Toshkent: Statistika agentligi nashriyoti.

2. Abdurahmonov, Q. H. (2019). *Milliy iqtisodiyot va uning rivojlanish strategiyasi*. Toshkent: “Iqtisodiyot” nashriyoti.

3. Karimov, A. A., & To‘xtasinov, S. N. (2020). *Xorijiy investitsiyalar va ularni jalb qilish mexanizmlari*. Toshkent: “Fan va texnologiya” nashriyoti.

4. Rasulov, A. M. (2021). *Bozor iqtisodiyoti sharoitida institutsional islohotlar*. Toshkent: “Innovatsion rivojlanish” nashriyoti.
5. O‘zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi. (2023). *O‘zbekiston Respublikasining investitsion siyosati va xorijiy investitsiyalarni jalb qilish strategiyasi*. Toshkent.