

MADANIY MEROS VA TADBIRKORLIK: SAMARQANDDA MILLIY BRENDLARNI YARATISH VA XALQARO BOZORGA OLIB CHIQISH

Baxtiyor Suyunov Xolmurodovich

*O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi
huzuridagi Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi
Samarqand viloyati hududiy filialining xokim
yordamchilari malakasini oshirish kursini
tashkil qilish bo'yicha bosh mutaxassisi*

Annotatsiya : Mazkur maqolada madaniy meros va tadbirkorlik uyg'unligi asosida Samarqand shahrida milliy brendlarni yaratish hamda ularni xalqaro bozorga olib chiqish masalalari yoritilgan. Shuningdek, hududning boy tarixiy-madaniy salohiyatidan samarali foydalanish, hunarmandchilik va turizm asosida raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqish hamda ularni global branding strategiyalari orqali ilgari surish yo'llari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar : madaniy meros, tadbirkorlik, milliy brend, Samarqand, xalqaro bozor, hunarmandchilik, turizm, branding strategiyasi, eksport, innovatsiya.

Annotation: This article examines the integration of cultural heritage and entrepreneurship in developing national brands in Samarkand and promoting them in the international market. It also analyzes effective ways of utilizing the region's rich historical and cultural potential, producing competitive products based on handicrafts and tourism, and promoting them through global branding strategies.

Key words: cultural heritage, entrepreneurship, national brand, Samarkand, international market, handicrafts, tourism, branding strategy, export, innovation.

Аннотация: В данной статье рассматривается взаимосвязь культурного наследия и предпринимательства в процессе создания национальных брендов в Самарканде и их продвижения на международный рынок. Также анализируются эффективные пути использования богатого историко-культурного потенциала региона, производство конкурентоспособной продукции на основе ремесленничества и туризма, а также продвижение этих товаров с помощью глобальных брендинговых стратегий.

Ключевые слова: культурное наследие, предпринимательство, национальный бренд, Самарканд, международный рынок, ремесленничество, туризм, стратегия брендинга, экспорт, инновации.

Samarqand dunyodagi eng qadimiy va boy madaniy merosga ega shaharlardan biri hisoblanadi. Bu hududda joylashgan tarixiy obidalar, hunarmandchilik an'analari, milliy taomlar va bezak san'ati katta iqtisodiy va turistik salohiyatga ega. Shu sababli

madaniy merosni tadbirkorlik bilan uyg'unlashtirish orqali milliy brendlar yaratish bugungi kunda dolzarb yo'nalishlardan biridir.

Milliy brend yaratishda asosiy maqsad — Samarqandga xos bo'lgan mahsulot va xizmatlarni zamonaviy dizayn, sifat va marketing orqali xalqaro bozorda tanitishdir. Masalan, ipak mahsulotlari, keramika buyumlari, zargarlik san'ati, milliy kiyimlar va gastronomik mahsulotlar (non, qandolat mahsulotlari) brend sifatida shakllantirilishi mumkin.

Xalqaro bozorga chiqish jarayonida branding strategiyasi muhim rol o'ynaydi. Bu jarayonda mahsulotning sifati, noyoblighi, tarixiy asoslangan hikoyasi va zamonaviy marketing usullari birlashtiriladi. Shuningdek, eksportni rivojlantirish, onlayn savdo platformalaridan foydalanish va turizm bilan integratsiya qilish ham muhim hisoblanadi.

Tadbirkorlik nuqtai nazaridan esa kichik va o'rta biznes subyektlari ushbu yo'nalishda asosiy harakatlantiruvchi kuch bo'lib xizmat qiladi. Ular mahalliy ustalar bilan hamkorlik qilib, mahsulotlarni modernizatsiya qiladi va xalqaro standartlarga moslashtiradi.

Samarqandda milliy brendlarni yaratish jarayoni avvalo madaniy merosni iqtisodiy qiymatga aylantirish g'oyasiga asoslanadi. Bu shuni anglatadiki, tarixiy obidalar, an'anaviy hunarmandchilik, milliy bezaklar va urf-odatlar faqat turistik obyekt sifatida emas, balki eksport qilinadigan mahsulot va xizmatlar sifatida ham rivojlantiriladi.

Bugungi kunda global bozorda iste'molchilar faqat mahsulotning o'ziga emas, balki uning "hikoyasi"ga ham e'tibor berishmoqda. Samarqand brendlari uchun bu katta imkoniyatdir. Masalan, "Samarqand ipaklari" yoki "Registon uslubidagi keramika" kabi mahsulotlar o'zida tarixiy qadriyat va estetikani mujassam etadi. Bu esa ularni boshqa oddiy mahsulotlardan ajratib turadi.

Milliy brendlarni xalqaro bozorda tanitishda raqamli marketing muhim rol o'ynaydi. Ijtimoiy tarmoqlar, e-commerce platformalar (Amazon, Etsy va boshqalar), turistik saytlar orqali mahsulotlarni global auditoriyaga yetkazish mumkin. Shu bilan birga, brend identifikatsiyasi — logotip, qadoqlash dizayni, nom tanlash ham katta ahamiyatga ega.

Tadbirkorlik subyektlari uchun davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash ham muhim omil hisoblanadi. Imtiyozli kreditlar, eksportga yo'naltirilgan dasturlar va hunarmandlarni qo'llab-quvvatlash orqali milliy brendlar rivojlanadi.

Samarqand — UNESCOning Jahon merosi ro'yxatiga kiritilgan shahar bo'lib, 2001-yildan buyon "Samarqand – madaniyatlar chorrahasi" sifatida tan olingan. Bu holat shaharni xalqaro turizm va madaniy branding uchun juda katta imkoniyatga ega hududga aylantiradi.

1. Iqtisodiy va madaniy salohiyat. Samarqandda 4000 dan ortiq tarixiy obida va madaniy yodgorliklar mavjud.

Hududda 10 mingdan ortiq hunarmandlar faoliyat yuritadi (kulolchilik, zardoʻzlik, yogʻoch oʻymakorligi va boshqalar).

Turizm Samarqand iqtisodiyotining asosiy tarmoqlaridan biri hisoblanadi.

2. Milliy brend yaratish yoʻnalishlari

Samarqandda milliy brendlar asosan quyidagi sohalarda shakllanmoqda:

Hunarmandchilik mahsulotlari (kulolchilik, atlas va adras matolari)

Milliy taomlar brendi (Samarqand noni, halva, qandolat mahsulotlari)

Turizm xizmatlari brendi (gidlik xizmatlari, mehmonxona xizmatlari)

Yodgorlik mahsulotlari (suvenirilar, milliy bezaklar)

3. Davlat qoʻllab-quvvatlashi

Oʻzbekistonda 2022–2026-yillarga moʻljallangan rivojlanish strategiyasiga koʻra:

Hunarmandchilik va kichik biznesga imtiyozli kreditlar berilmoqda.

“Har bir oila – tadbirkor” dasturi orqali brend mahsulotlar ishlab chiqarish qoʻllab-quvvatlanmoqda.

Eksport qiluvchi kichik biznes subyektlariga soliq va bojxona yengilliklari joriy etilgan.

4. Xalqaro bozorga chiqish yoʻllari

Mahsulotlarni Etsy, Amazon, Alibaba kabi platformalarda sotish

Turizm orqali “toʻgʻridan-toʻgʻri savdo” (direct selling)

Brendni sertifikatlash va ISO standartlariga moslashtirish

Xalqaro koʻrgazma va yarmarkalarda ishtirok etish

5. Natijaviy ahamiyati

Eksport hajmini oshiradi

Yangi ish oʻrinlari yaratadi

Mahalliy ustalar daromadini oshiradi

Samarqandni global “madaniy brend shahar” sifatida tanitadi.

Samarqand dunyodagi eng qadimiy shaharlar qatoriga kirib, oʻzining boy madaniy merosi, tarixiy obidalari va hunarmandchilik anʼanalari bilan xalqaro miqyosda tanilgan. UNESCO tomonidan Jahon madaniy merosi roʻyxatiga kiritilgan ushbu shahar nafaqat tarixiy markaz, balki zamonaviy iqtisodiy va turistik salohiyatga ega hudud sifatida ham muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bois, Samarqandda madaniy merosni tadbirkorlik bilan uygʻunlashtirish orqali milliy brendlarni yaratish va ularni xalqaro bozorlarga olib chiqish dolzarb masalalardan biridir.

Xulosa qilib aytganda, Samarqandning boy madaniy merosi asosida milliy brendlarni yaratish va ularni xalqaro bozorlarga olib chiqish mamlakat iqtisodiy rivojlanishining muhim yoʻnalishlaridan biridir. Bu jarayon nafaqat iqtisodiy foyda

keltiradi, balki milliy madaniyatni saqlash va uni dunyoga tanitishga ham xizmat qiladi. Kelgusida raqamli texnologiyalar, innovatsion marketing va davlat qo'llab-quvvatlovi orqali Samarqand global brend shahar sifatida yanada rivojlanishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni. "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi".

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Hunarmandchilikni rivojlantirish va qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorlari.

3. UNESCO World Heritage Centre. Samarkand – Crossroad of Cultures. <https://whc.unesco.org>

4. Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management. Pearson Education, 2016.

5. Porter, M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press, 2008.

6. UNWTO. Tourism and Culture Synergies. United Nations World Tourism Organization, 2021.