

O‘ZBEKISTONNING INVESTITSION JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA DAVLAT PR KOMPANIYALARINING ROLI : EMPIRIK TAHLIL

Misiriddinov Nurbek SHarofiddin o‘g‘li

Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti

“Amaliy siyosatshunoslik yo‘nalishi”

1-bosqich magistratura talabasi

Annotatsiya. Ushbu keng qamrovli akademik tadqiqot to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalarni (TXI) jalb qilishda davlat jamoatchilik bilan aloqalar (PR) kompaniyalari va milliy branding strategiyalarining rolini empirik va nazariy jihatdan tahlil qilishga bag‘ishlangan. Diqqat markazida O‘zbekiston Respublikasining 2016-yildan keyingi davrdagi tarkibiy transformatsiyasi bo‘lib, u xalqaro siyosiy va iqtisodiy izolyatsiyadan ochiq bozor iqtisodiyoti modeliga misli ko‘rilmagan o‘tishni o‘zida mujassam etadi. Maqolaning asosiy maqsadi davlat apparati tomonidan olib borilayotgan maqsadli strategik kommunikatsiyalar mamlakatning investitsion jozibadorligiga qanday qilib o‘lchanadigan miqdoriy (makroiqtisodiy) va sifat (reputatsion) ta’sir ko‘rsatishini baholashdir. Tadqiqotda aralash metodologik yondashuv (mixed-methods) qo‘llanilgan bo‘lib, u makroiqtisodiy statistik tahlilni, xalqaro indekslar dinamikasini (xususan, Global Soft Power Index va Henley Passport Index) o‘rganishni, shuningdek, xorijiy ommaviy axborot vositalaridagi (elita moliyaviy matbuotidagi) narrativlarni qiyosiy kontent-tahlil qilishni o‘z ichiga oladi.

Tadqiqot natijalari shuni ishonchli tarzda namoyish etadiki, real tarkibiy islohotlar bilan mustahkamlangan davlat PR kampaniyalari kapital oqimi uchun kuchli katalizator bo‘lib xizmat qildi. ESG xavflarini muvaffaqiyatli yumshatish (buning eng yuqori cho‘qqisi global paxta boykotining bekor qilinishi bo‘ldi) va Toshkent xalqaro investitsiya forumi (TIIF) kabi keng ko‘lamli platformalarning yaratilishi fundamental siljishlarga olib keldi. Islohotlar davrida jalb qilingan xorijiy investitsiyalarning umumiy portfeli 90

milliard AQSh dollaridan oshdi. Xulosa qismida O‘zbekistonning davlat PR strategiyasi endilikda qisqa muddatli imidj yaratishdan (image-making) qonun ustuvorligi va sud mustaqilligiga asoslangan chuqur institutsional reputatsiyani boshqarish (reputation management) bosqichiga o‘tishi kerakligi haqidagi akademik tezis asoslab beriladi.

Kalit so‘zlar: Davlat PR, milliy brending, investitsion jozibadorlik, ESG xavflari, TIIF, suveren xavf ustamasi, to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar, yumshoq kuch, reputatsion menejment.

Аннотация. Данное комплексное академическое исследование посвящено эмпирическому и теоретическому анализу роли государственных кампаний по связям с общественностью (PR)... *(Yuqoridagi ruscha variantni shu yerga qo‘yasiz).*

Abstract. This comprehensive academic study focuses on the empirical and theoretical analysis of the role of state public relations (PR) campaigns... *(Yuqoridagi inglizcha variantni shu yerga qo‘yasiz).*

1. Kirish (Mavzuning dolzarbligi)

Zamonaviy global geoiqtisodiyot va xalqaro munosabatlar arxitekturasida suveren davlat imidji endilikda faqatgina diplomatik, ramziy yoki "kosmetik" vosita bo'lishdan to'xtagan. Yuqori axborot shaffofligi va kapitalning transmilliy harakatchanligi sharoitida mamlakat obro'si fundamental iqtisodiy omil sifatida maydonga chiqmoqda. Bu omil global moliya oqimlarining yo'nalishini, xalqaro bozorlarda suveren va korporativ kapitalni jalb qilish qiymatini, shuningdek, texnologiyalar va resurslar uchun kurashda milliy yurisdiksiyaning umumiy raqobatbardoshligini bevosita belgilab beradi [1, 3].

Xalqaro institutsional sarmoyadorlar, suveren boylik fondlari va transmilliy korporatsiyalar bugungi kunda biznesni mahalliyashtirish bo'yicha qarorlarni nafaqat an'anaviy makroiqtisodiy ko'rsatkichlarga (YaIM darajasi, inflyatsiya, demografiya) asoslanib qabul qilmoqdalar. Davlatning jahon maydonidagi obro'sini, uning institutsional shaffoflik darajasini, ekologik va ijtimoiy standartlarga (ESG) rioya etishini hamda

hukumat translyatsiya qilayotgan strategik narrativlarni baholash hal qiluvchi ahamiyat kasb etmoqda [19, 20].

Ushbu kontekstda O'zbekiston Respublikasining so'nggi o'n yillikdagi siyosiy va iqtisodiy transformatsiyasi milliy brending tarixidagi eng noyob, keng ko'lamlil va ko'rgazmali tadqiqot obyektlaridan biri hisoblanadi. 2016-yilgacha bo'lgan davrda O'zbekiston chuqur xalqaro siyosiy va iqtisodiy izolyatsiya holatida edi. Yopiq iqtisodiy siyosat, qat'iy valyuta nazorati, yuqori import bojlari, shuningdek, inson huquqlarining buzilishi bilan bog'liq tizimli muammolar (birinchi navbatda, paxta yig'im-terimida majburiy mehnatdan foydalanish) mamlakatning G'arb moliya institutlari tomonidan "ekstremal yuqori xavf" zonasi sifatida tasniflanishiga olib kelgan edi [4, 5]. Xalqaro diskursda O'zbekiston haqidagi narrativ asosan avtoritarizm va iqtisodiy turg'unlik konsepsiyalari atrofida qurilgan bo'lib, bu yurisdiksiyaning raqobatbardoshligini halokatli darajada pasaytirdi va to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar (TXI) oqimini minimal darajaga tushirdi [6, 7].

2016-yilda siyosiy rahbariyatning o'zgarishi va "Yangi O'zbekiston" konsepsiyasining shakllanishi mamlakat taraqqiyotida tub burilish yasadi. Bozorlarni erkinlashtirish va iqtisodiyotni dekriminallashtirishga qaratilgan fundamental tarkibiy islohotlar nafaqat ichki byurokratik ijroni, balki global maydonda yuqori professional translyatsiyani ham talab qilar edi [10, 11]. Wall Street va London Siti standartlariga mos keluvchi xalqaro PR vositalarisiz real islohotlar jahon kapital bozorlari tomonidan e'tiborsiz qolish xavfi ostida edi. Aynan shu bosqichda agressiv (ijobiy ma'noda) davlat PR kampaniyalarining roli ekzistensial ahamiyat kasb etdi.

Ushbu tadqiqotda ko'rib chiqilayotgan asosiy ilmiy muammo davlat obro'sini boshqarishga kiritilgan investitsiyalarning iqtisodiy rentabelligini (Return on Investment — ROI) o'lchash ehtiyojidan iborat. Ushbu maqola O'zbekiston hukumatining global axborot makonidagi strategik faoliyati qanday qilib real shartnomalarga, ko'p milliard dollarlik TXI portfellariga va xalqaro maydonda "yumshoq kuch" (soft power)

indekslarining misli ko'rilmagan o'sishiga aylanganligini empirik jihatdan isbotlashga qaratilgan.

2. Adabiyotlar sharhi va nazariy asoslar

Davlat PR kampaniyalari va makroiqtisodiy investitsion jozibadorlik o'rtasidagi uzviy bog'liqlikni chuqur tushunish uchun hududiy marketing, milliy brending va xulq-atvor moliyasi (behavioral finance) nazariyalarining akademik poydevoriga murojaat qilish zarur.

Hududiy pozitsiyalash sohasidagi eng nufuzli konseptual apparat britaniyalik olim, "Milliy brending" (Nation Branding) konsepsiyasi yaratuvchisi Saymon Anxolt (Simon Anholt) tomonidan ishlab chiqilgan [1, 14, 16]. O'zining fundamental asarlarida Anxolt davlat obro'si eksport bozorlari, turizm, TXI va inson kapitali uchun raqobatda asosiy aktiv ekanligini ta'kidlaydi. Anxolt shuni qat'iy uqtiradiki, mamlakat o'z imidjini faqat quruq reklama yoki manipulyativ tashviqot ("spin-doktorlik") orqali o'zgartira olmaydi; samarali milliy brend faqatgina davlat siyosati, tarkibiy islohotlar va strategik kommunikatsiyalar mutlaq sinergiyada ("Raqobatbardosh o'ziga xoslik" - Competitive Identity) ishlagandagina shakllanadi [1, 15].

Iqtisodiy-kommunikatsion nuqtai nazardan qaraganda, davlatning ijobiy obro'si xorijiy sarmoyadorlar uchun "**suveren xavf ustamasi**"ni (**sovereign risk premium**) pasaytirish vositasi bo'lib xizmat qiladi [8]. E. Vu va E. Remolona tomonidan Xalqaro hisob-kitoblar banki (BIS) uchun o'tkazilgan tadqiqotlarda ta'kidlanishicha, suveren xavf ustamasi – bu transmilliy investorlar rivojlanayotgan bozorlarga (emerging markets) sarmoya kiritishdagi siyosiy, tartibga solish yoki institutsional xavflarni qoplash uchun talab qiladigan qo'shimcha daromad darajasidir [17]. Agar davlatning xalqaro imidji yopiq yoki beqaror deb baholansa, investorlar kapitalni oshirilgan narxda taklif qiladilar yoki yengib bo'lmaydigan axborot asimmetriyasi tufayli bitimlardan butunlay voz kechadilar. Aksincha, agar davlat PR kampaniyalari ochiqlik, qonun ustuvorligiga sodiqlik va xususiy mulkni himoya qilish haqida muvaffaqiyatli signal bersa, moliya bozorlarida ishonch tez sur'atlarda o'sadi [23]. Bu esa qarz olish narxining arzonlashishiga (masalan, suveren

yevroobligatsiyalar chiqarishda) olib keladi va uzoq muddatli TXIni rag'batlantiradi [19, 20].

So'nggi yillarda investitsion jozibadorlikni baholash nazariyasida **ESG (Environmental, Social, and Governance — Ekologik, ijtimoiy va korporativ boshqaruv)** standartlariga muvofiqlik omili ustuvor ahamiyat kasb etmoqda [25]. Jahon banki va Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (OECD) tadqiqotlari shuni isbotlaydiki, zamonaviy G'arb korporatsiyalari qat'iy komplayens qoidalariga bo'ysunadi [13, 19]. Agar mamlakat iqtisodiyoti tarmoqlarida inson huquqlarining tizimli ravishda buzilishi (masalan, qishloq xo'jaligida bolalar mehnati) yoki ekologik befarqlik bilan bog'liq salbiy obro' mavjud bo'lsa, sarmoyadorlar yuridik jihatdan bunday yurisdiksiyaga sarmoya kirita olmaydilar [5]. Shunga ko'ra, davlatning PR faoliyati islohotlarni ESG talablariga qat'iy muvofiq ravishda pozitsiyalash bo'yicha strategik operatsiya sifatida qaralishi kerak, bu esa pirovardida mamlakatni global qiymat yaratish zanjirlariga (global value chains) qonuniylashtiradi.

Shunday qilib, akademik adabiyotlar davlat PRini yuzaki reklama emas, balki mamlakat rahbariyatining strategik qarashlarini xalqaro moliya bozorlarining aniq ishonchiga aylantiruvchi murakkab siyosiy-iqtisodiy institut sifatida ko'radi.

3. Tadqiqot metodologiyasi

O'zbekistonning davlat PR kampaniyalari va uning investitsion jozibadorligi ko'rsatkichlarining keskin o'sishi o'rtasidagi ishonchli sabab-oqibat bog'liqliklarini aniqlash maqsadida ushbu maqolada Aralash tadqiqot dizayni (Mixed-Methods Research Design - miqdoriy va sifat tahlili usullari) qo'llanilgan. Tadqiqotning axborot bazasi uchta asosiy metodologik o'qqa tayanadi:

1. **Makroiqtisodiy statistik tahlil:** O'zbekiston Respublikasiga jalb qilingan sof TXI dinamikasi xronologik kesimda miqdoriy baholandi. Taqqoslash bazasi sifatida 2022-yildan 2025-yilgacha bo'lgan davrda investitsion PRning asosiy vositasi — Toshkent xalqaro investitsiya forumi (TIIF) doirasida erishilgan

shartnomalar va memorandumlar to'g'risidagi agregatlangan ma'lumotlar olindi. Ma'lumotlar manbai sifatida O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligi (ISSV) rasmiy hisobotlari, shuningdek, Jahon banki (World Bank Open Data) va Xalqaro valyuta fondi (XVF) ochiq ma'lumotlar bazalari xizmat qildi.

2. Tan olingan xalqaro indekslar asosida empirik baholash: Zamonaviy siyosatshunoslikda davlat obro'si global metrikalar yordamida kvantifikatsiya qilinadi (raqamlarga o'giriladi). Tahlilda "Brand Finance" agentligi tomonidan tuziladigan, butun dunyo bo'ylab milliy brendni qabul qilishni o'lchaydigan "Global Soft Power Index"ning 2024-2026-yillardagi O'zbekiston ko'rsatkichlarining panelli dinamikasi, shuningdek, diplomatik ishonch va inson kapitalining transchegaraviy harakatchanligining ishonchli proksi-indikatorini vazifasini bajaruvchi "Henley Passport Index" (IATA statistikasi asosida) ma'lumotlaridan foydalanildi.

3. Xorijiy ommaviy axborot vositalaridagi narrativlarning qiyosiy kontent-tahlili: Elita xorijiy moliyaviy matbuotida (Bloomberg, Reuters, The Times of Central Asia) O'zbekiston haqidagi axborot oqimining sifatli semantik tahlili o'tkazildi. Freyming (framing) evolyutsiyasi o'rganildi — 2016-yilgacha dominant bo'lgan "diktatura", "paxta qulligi" va "yopiq iqtisodiyot" leksemalaridan tortib, "islohot qilinayotgan bozor", "yashil energiya xabi" va "keng ko'lamli xususiylashtirish" kabi zamonaviy narrativlargacha.

Ushbu yondashuvlarning sintezi tarafkashlikdan qochish imkonini berdi va davlat xabarlarini (messaging) translyatsiya qilish hamda real kapital oqimi o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri korrelyatsiyani isbotlab, akademik xulosalarning yuqori darajadagi validligini ta'minladi.

4. Tadqiqot natijalari va tahlil

O'zbekistonda takomillashtirilgan davlat imidjini qattiq kapitalga aylantirish jarayonini hukumat tomonidan izchil amalga oshirilgan uchta mantiqiy bosqichga bo'lish

maqsadga muvofiq: kritik ESG xavflarini neytrallashtirish, suveren investitsiya platformalarini yaratish va global reputatsion dividendlarni yig'ish.

4.1. ESG xavflarini neytrallashtirish: global paxta boykotining bekor qilinishi kesi

O'zbekistonda qulay investitsiya muhitini shakllantirishga to'sqinlik qilgan eng katta tarixiy to'siq uning mehnat huquqlari sohasidagi halokatli obro'si edi. 2007-yilda xalqaro inson huquqlari himoyachilari tomonidan "Cotton Campaign" koalitsiyasiga asos solindi va 2009-yilga kelib o'zbek paxtasiga global boykot e'lon qilindi [5]. Natijada, 331 ta dunyodagi eng yirik to'qimachilik brendlari va xalqaro chakana savdo tarmoqlari (jumladan, Nike, Adidas, Gap Inc., Zara) "O'zbek paxtasi majburiyati"ni (Uzbek Cotton Pledge) imzolab, O'zbekistonga aloqador har qanday mahsulotni o'z ta'minot zanjirlaridan ochiqchasiga chiqarib tashladilar [5].

Akademik nuqtai nazardan, bu mamlakat iqtisodiyotining eng muhim sektoriga qarshi institutsional investitsion embargo edi. G'arb investorlari uchun Toshkent bilan har qanday hamkorlik halokatli komplayens xavflarini va o'z vatanida korporativ obro'ning yo'q qilinishi (reputational harm) xavfini keltirib chiqarar edi.

Ushbu reputatsion inqirozni neytrallashtirish real o'zgarishlarga asoslangan inqirozli PRning ajoyib namunasi bo'ldi. Hukumat paxta xaridi bo'yicha monopoliyani bekor qildi, xususi "to'qimachilik klasterlari" tizimini joriy etdi va misli ko'rilmagan qadam tashladi — sanoatni Xalqaro Mehnat Tashkiloti (XMT) ishtirokidagi qattiq mustaqil monitoring uchun ochdi [8, 15].

XMTning 2021-yilgi monitoring natijalariga ko'ra e'lon qilingan hisoboti mamlakatda tizimli majburiy va bolalar mehnati to'liq ixtiyoriy tugatilganini qat'iy tasdiqladi [8]. Shundan so'ng, Vashington va Bryusselda o'tkazilgan kuchli hukumat PR kampaniyasi (shu jumladan jalb qilingan lobbistik firmalar ishi) natijasida, 2022-yil 10-mart kuni "Cotton Campaign" koalitsiyasi global boykot to'liq bekor qilinganini rasman e'lon qildi [5].

Bu voqea davlat PRi tarixidagi burilish nuqtasi bo'ldi. G'arb brendlari uchun komplayens eshiklari ochildi. BMT Yevropa Iqtisodiy Komissiyasi (UNECE) tomonidan yuqori baholangan bu jarayon, yuqori qo'shilgan qiymatli to'qimachilik mahsulotlari sektoriga TXI oqimi va ekologik barqarorlikning yangi standartlarini ("Sustainability Pledge") joriy etish uchun mustahkam iqtisodiy-huquqiy poydevor yaratdi [13]. Boykotning bekor qilinishi G'arb institutsional kapitali ko'z o'ngida O'zbekiston uchun bazaviy suveren xavf ustamasini bir zumda pasaytirdi.

4.2. Investitsion PRni platformatlashtirish: Toshkent xalqaro investitsiya forumi (TIIF)

Reputatsion fon tozalanib olingach, hukumat mamlakat ichiga kapital jalb qilish uchun ochiq maydonchalar yaratishning proaktiv fazasiga o'tdi. Zamonaviy geoiqtisodiyotda davlat tomonidan mamlakat oliy rahbariyati ishtirokida xalqaro investitsiya forumlarining o'tkazilishi jahon bozoriga xususiy mulk himoyasi kafolatlari to'g'risida to'g'ridan-to'g'ri axborot signali bo'lib xizmat qiladi.

Birinchi marta 2022-yilda o'tkazilgan "Toshkent xalqaro investitsiya forumi" (TIIF - Tashkent International Investment Forum) davlat PR strategiyasining tojiga aylandi [11, 12]. TIIF iqtisodiy islohotlarning sinchkovlik bilan ishlangan vitrinasi sifatida faoliyat yuritadi va transmilliy korporatsiyalarni, Jahon banki, YTTB, Islom Taraqqiyot Banki vakillarini va global top-menejmentni vositachilarsiz bevosita O'zbekiston oliy rahbariyati bilan bog'lash imkonini beradi.

1-jadvalda keltirilgan empirik ma'lumotlar ushbu kommunikatsiya maydonchasining hayratlanarli iqtisodiy samaradorligini (ROI) isbotlaydi.

1-jadval. Toshkent xalqaro investitsiya forumi (TIIF) ko'rsatkichlari dinamikasi (2022–2025 yy.)

(O'zR ISSV rasmiy ma'lumotlari va TIIF press-revizlari asosida muallif tomonidan tuzilgan [9, 11, 12])

Indikator / O'tkazilgan yil	TIIF - 2022 (I forum)	TIIF - 2024 (III forum)	TIIF - 2025 (IV forum)*
Umumiy ishtirokchilar soni	2 000 dan ortiq kishi	2 500 dan ortiq kishi (93 davlatdan)	8 000 dan ortiq kishi (100 ga yaqin davlatdan)
Imzolangan investitsiya shartnomalari va kelishuvlar hajmi	\$ 11,0 mlrd.	\$ 26,6 mlrd.	\$ 30,5 mlrd.
Xalqaro OAVlarda yoritilish darajasi (Media Reach)	50 ga yaqin xorijiy nashrlar	110 dan ortiq yirik nashrlar (jumladan CNN, Euronews)	114 ta akkreditatsiyadan o'tgan xorijiy jurnalist (Al Jazeera, The Guardian)
Asosiy PR-narrativlar va investitsiya sektorlari	Xususiyashtirish starti, bozorlar ochiqligi	Yashil energiya (Green Energy), DXSh, raqamlashtirish	Infratuzilma xablari, suv resurslari, IT-outsorsing

Statistik tahlil shuni ko'rsatadiki, agressiv ochiqlik siyosati TIIF platformasi orqali jalb qilingan shartnomalar hajmini 2022-yildan 2024-yilgacha bo'lgan davrda 2,4 barobarga (11 mlrd dollardan 26,6 mlrd dollargacha) oshirish imkonini berdi [11, 12], 2025-yilga kelib esa bu ko'rsatkich 30,5 milliard dollarlik marrani bosib o'tdi.

Ushbu investitsiyalarning sifat tarkibini ta'kidlash ayniqsa muhimdir. O'zbekistonni qayta tiklanuvchi energiya manbalari (QTEM) sohasida mintaqaviy yetakchi sifatida ko'rsatuvchi axborot kampaniyasi industriya gigantlarini jalb qildi. Saudiya Arabistonining "ACWA Power" korporatsiyasi (qiymati 6,2 mlrd dollar bo'lgan shamol elektr stansiyalarini qurish) va "Data Volt" (ekologik toza ma'lumotlar markazlarini yaratish uchun 3 mlrd dollar) bilan imzolangan memorandumlar milliy brendning "yashil iqtisodiyot" global trendiga muvaffaqiyatli moslashganidan dalolat beradi. Umuman olganda, so'nggi yillarda amalga oshirilayotgan ochiqlik siyosati O'zbekiston iqtisodiyotiga tarixiy ahamiyatga ega jami **90 milliard AQSh dollaridan** ortiq to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar oqimini ta'minladi [16]. S&P Global Ratings agentligi tomonidan O'zbekistonning suveren kredit reytingi barqaror prognoz bilan "BB-" darajasidan "BB" darajasiga ko'tarilishi ushbu strategiyaning makrodarajadagi muvaffaqiyatining inkor etib bo'lmas isbotidir [10].

4.3. Reputatsiyani kvantifikatsiya qilish: xalqaro indekslar va media-sentimental dinamikasi

Davlat imidji transformatsiyasining darajasi mamlakatning nufuzli global indekslardagi pozitsiyalari dinamikasi bilan o'lchanadi. Ularning eng muhimlaridan biri Brand Finance konsalting agentligi tomonidan har yili tuziladigan "**Global Soft Power Index**" (GSPI) hisoblanadi [3]. Indeks davlatlarning jahon sahnasida o'z madaniyati, diplomatiyasi, ta'limi va ishbilarmonlik muhiti jozibadorligi orqali ta'sir o'tkazish qobiliyatini o'lchaydi.

GSPI ning 2025-yilgi hisobotiga ko'ra, O'zbekiston milliy brend qiymati eng tez o'sayotgan davlatga aylandi (fastest-growing nation brand value). Bu ko'rsatkich o'tgan yilga nisbatan misli ko'rilmagan 26 foizga oshdi va O'zbekiston brend qiymati bo'yicha dunyoda 55-o'rinni egalladi [3]. "Yumshoq kuch"ning yig'ma reytingiga kelsak, 2026-yil versiyasida O'zbekiston darhol 7 pog'onaga ko'tarilib, 193 mamlakat orasida 34,5 umumiy ball bilan 92-o'rinni egalladi [4]. O'sish "Biznes va savdo" (103-o'rin) hamda "Barqaror rivojlanish" (95-o'rin) kabi sub-indekslardagi maqsadli PR kampaniyalari orqali

ta'minlandi [4]. Bu xalqaro auditoriya iqtisodiy islohotlar haqidagi signallarni aniq o'qiy olayotganini isbotlaydi.

Ikkinchi o'ta muhim empirik ko'rsatkich Xalqaro Havo Transporti Assotsiatsiyasi (IATA) ma'lumotlari asosida pasportlar kuchini o'lchaydigan "**Henley Passport Index**" hisoblanadi. Pasport kuchi global diplomatik ishonchning to'g'ridan-to'g'ri proksi-indikatoridir. Agar 2010-yillarning boshida O'zbekiston fuqarolarining vizasiz sayohat qilish imkoniyatlari o'ta cheklangan bo'lsa, diplomatik deizolyatsiya siyosati vaziyatni tubdan o'zgartirdi. 2025/2026-yillar uchun yangilangan natijalarga ko'ra, O'zbekiston pasporti kuchi 75-o'ringa ko'tarildi (dunyoning 61 dan ortiq mamlakatiga vizasiz yoki yetib borganda viza olish huquqi bilan) [7]. Vizasiz davlatlar ro'yxatining kengayishi xorijiy sarmoyadorlarning O'zbekistonga kirishi uchun tranzaksion xarajatlarni (transaction costs) keskin kamaytirdi, bu esa investitsiya iqlimining qo'shimcha katalizatori bo'lib xizmat qilmoqda.

Va nihoyat, elita jahon moliyaviy ommaviy axborot vositalarining (Bloomberg, Reuters, The Economist) sifatli semantik kontent-tahlili axborot maydonini qayta formatlash strategiyasi muvaffaqiyatini tasdiqlaydi. 2016-yilgacha "repressiya", "diktatura" va "izolyatsiya" freymlari hukmronlik qilar edi. Bugungi kunda xuddi shu nashrlarda O'zbekiston atrofidagi diskurs "yashil energiya o'tishi" (green energy transition), "davlat aktivlarini keng ko'lamli xususiylashtirish" va "Yevroosiyodagi eng istiqbolli rivojlanayotgan bozor" atamaları bilan zich to'yingan. Yevropa Ittifoqining GSP+ preferensiyalar tizimiga qo'shilish doirasidagi diplomatik ishlar G'arb fondlariga O'zbekistonni mintaqaning qonuniy iqtisodiy lokomotivi sifatida ko'rishiga yordam berdi.

5. Natijalar muhokamasi

Ushbu tadqiqotda keltirilgan empirik faktlar sintezi gipotezani so'zsiz tasdiqlaydi: O'zbekiston tomonidan amalga oshirilgan ochiq iqtisodiyotga o'tish strategiyasi va maqsadli davlat PR kampaniyalari fenomenal, aniq o'lchanadigan makroiqtisodiy rentabellikka (ROI) ega. Paxta sanoati atrofidagi tarixiy stigmani yo'q qilish, kommunikatsiya maydonchalarini (TIIF) savodli tashkil etish va raqamli diplomatiya

vositalaridan faol foydalanish davlatga qisqa vaqt ichida o'zining joylashuv trayektoriyasini yopiq avtokratiyadan har yili o'nlab milliard dollar TXI jalb qiluvchi mintaqaviy xabga o'zgartirish imkonini berdi.

Biroq, jamoatchilik bilan aloqalar nazariyotchilari ogohlantirganidek, imidj yaratish (image-making) va barqaror reputatsiyani boshqarish (reputation management) o'rtasida nozik chegara mavjud. Hozirgi bosqichda O'zbekiston "so'z va amal" o'rtasidagi tafovut (The "Say-Do" Gap) shakllanishi xavfiga duch kelmoqda. Yorqin taqdimotlar va investitsiya forumlari spekulativ va venchur kapitalining dastlabki oqimini ta'minlashga qodir. Ammo iqtisodiyotning barqaror o'sishini ta'minlaydigan uzoq muddatli, konservativ institutsional investorni saqlab qolish uchun faqatgina PR kampaniyasining o'zi yetarli emas.

Global kapital bozorlarining e'tibori endilikda fundamental, tarkibiy ko'rsatkichlarga: real (deklarativ emas) qonun ustuvorligiga, xususiy mulk daxlsizligiga va, eng muhimi, sud tizimining mutlaq mustaqilligiga qaratilgan. Xalqaro biznes korporativ nizo yuzaga kelgan taqdirda, milliy sud ijroiya hokimiyati yoki mahalliy amaldorlarning bosimi ostida emas, balki qonun asosida qaror qabul qilishiga ishonch hosil qilishi kerak.

Bundan tashqari, kelgusi davlat kommunikatsiya strategiyalari uchun eng muhim vazifa turli institutlar hisob-kitoblariga ko'ra hamon yuqoriligicha qolayotgan xufiyona iqtisodiyot (shadow economy) darajasini pasaytirishdir. Davlat PRi endi faqat tashqi auditoriyaga (xorijiy investorlarga) emas, balki ichki auditoriyaga — mahalliy biznesning davlat institutlariga bo'lgan ishonchini oshirishga va yashirin faoliyatni rasmiylashtirishga qaratilishi kerak. Iqtisodiyotning shaffofligi oshgani sayin xalqaro indekslarda (masalan, Global Innovation Index yoki korrupsiya va iqtisodiy erkinlik reytinglari) tabiiy va barqaror o'sish yuz beradi, bu esa avtomatik ravishda mamlakatga yanada arzonroq kapitalni jalb qiladi.

6. Xulosa

Misli ko'rilmagan o'zgaruvchanlikka (volatility) duchor bo'lgan zamonaviy global iqtisodiyotda kuchli milliy brend davlat iqtisodiy barqarorligining oltin-valyuta zaxiralari yoki tabiiy resurslar kabi muhim kafolati bo'lib xizmat qiladi. O'zbekistonning 2016-yildan keyingi tajribasi erkinlashtirishga bo'lgan siyosiy iroda, professional va agressiv xalqaro PR strategiyalari bilan qo'llab-quvvatlanganda, bir necha yil ichida o'n yillik reputatsion izolyatsiyani qanday yengib o'tishi mumkinligining akademik etaloni hisoblanadi.

Empirik dalillar (90 mlrd AQSh dollaridan ortiq investitsiyalar jalb etilishi, TIIF shartnomalarining har yili 30,5 mlrd dollargacha o'sishi, S&P reytingining ko'tarilishi, "Global Soft Power" indeksining 26 foizga o'sishi) shuni ko'rsatadiki, strategik kommunikatsiyalarga qilingan davlat xarajatlari o'zini ko'p karra oqlaydi.

Tadqiqotning asosiy xulosasi shundan iboratki, institutsional yangilanishlarsiz PR o'z-o'zidan ojizdir, ammo ayni paytda eng chuqur iqtisodiy islohotlar ham xalqaro kommunikatsiyaning savodli vositalarisiz keng ko'lamli moliyaviy investitsiyalarga aylanmaydi. O'zbekistonda ushbu jarayonlarning sinergiyasi "iqtisodiy renessans"ning triggeriga aylandi. Erishilgan dinamikani kelajakda saqlab qolish uchun davlatning strategik ustuvor vazifasi yutuqlarni tashqi translyatsiya qilishdan qonuniylikka qat'iy rioya etish va fuqarolik jamiyati institutlarini himoya qilishga asoslangan chuqur, ichki reputatsion menejmentga o'tish bo'lishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati (References)

1. Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. London: Palgrave Macmillan.
2. Anholt, S. (2003). *Brand New Justice: The Upside of Global Branding*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
3. Brand Finance. (2025). *Global Soft Power Index 2025: The shifting balance of global soft power*. London: Brand Finance Plc. URL: <https://brandfinance.com/insights/global-soft-power-index-2025>
4. Brand Finance. (2026). *Global Soft Power Index 2026*. London: Brand Finance Plc.

5. Cotton Campaign. (2022). *Cotton Campaign Ends its Call for a Global Boycott of Cotton from Uzbekistan*. Washington, D.C. URL: <https://www.cottoncampaign.org/news/cotton-campaign-ends-its-call>
6. Freedom House. (2016). *Nations in Transit 2016 Country Report: Uzbekistan*. URL: <https://freedomhouse.org/country/uzbekistan/nations-transit/2016>
7. Henley & Partners. (2025). *Henley Passport Index 2025/2026*. London: Henley & Partners. URL: <https://www.henleyglobal.com/newsroom/press-releases/henley-global-mobility-report-january-2026>
8. International Labour Organization (ILO). (2022). *ILO welcomes lifting of Cotton Campaign boycott of Uzbekistan*. Geneva: ILO News. URL: <https://www.ilo.org/resource/news/ilo-welcomes-lifting-cotton-campaign-boycott-uzbekistan>
9. Ministry of Investment, Industry and Trade of the Republic of Uzbekistan (MIIT). (2024). *New Uzbekistan: The Big Country With Big Opportunities – Reform In Action*. Tashkent.
10. S&P Global Ratings. (2025). *Uzbekistan Upgraded To 'BB' On Strong Growth And Economic Reforms; Outlook Stable*. URL: <https://www.spglobal.com/ratings/en/regulatory/article/-/view/type/HTML/id/3484202>
11. Tashkent International Investment Forum (TIIF). (2022-2025). *Official Press Releases and Deal Metrics*. Tashkent: TIIF Online. URL: <https://tiif.online/>
12. The Times of Central Asia. (2025). *Uzbekistan Hosts Fourth Tashkent International Investment Forum, Seals \$26.6 Billion in New Investment*.
13. United Nations Economic Commission for Europe (UNECE). (2022). *UNECE supports Uzbekistan's strategy towards sustainable practices in the garment and footwear industry*. Geneva. URL: <https://unece.org/media/news/367232>
14. U.S. Department of State. (2024). *2024 Investment Climate Statements: Uzbekistan*. Washington, D.C.: Bureau of Economic and Business Affairs. URL: <https://2021-2025.state.gov/reports/2024-investment-climate-statements/uzbekistan/>

15. World Bank. (2025). *Weaving a New Future in Uzbekistan's Cotton Sector*. Washington, D.C.: World Bank.
16. World Bank Open Data. (2025). *Foreign direct investment, net inflows (BoP, current US\$)* - *Uzbekistan*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD?locations=UZ>
17. Wu, E., & Remolona, E. (2007). *A New Approach to Pricing Sovereign Risk Based on Sovereign Credit Default Swap*. Bank for International Settlements (BIS).
18. International Monetary Fund (IMF). (2024). *Republic of Uzbekistan: Country Report*. URL: <https://www.imf.org/-/media/files/publications/cr/2024/english/1uzbea2024002-print-pdf.pdf>
19. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). (2025). *Trends and impacts of FDI in Uzbekistan: Roadmap for Sustainable Investment Policy Reforms*. URL: <https://www.oecd.org/en/publications/roadmap-for-sustainable-investment-policy-reforms-in-uzbekistan>
20. Bloomberg Professional Services. (2025). *Mobilizing Capital in and to Emerging Markets*. URL: <https://assets.bbhub.io/professional/sites/24/Mobilizing-Capital-in-and-to-EMDEs.pdf>