

**O`ZBEKISTONDA MILLIY HUNARMANDCHILIKNI RIVOJLANTIRISH
LOYIHALARI**

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ РАЗВИТИЯ НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛОВ В
УЗБЕКИСТАНЕ
INNOVATIVE PROJECTS FOR THE DEVELOPMENT OF FOLK CRAFTS IN
UZBEKISTAN

Ruziyeva Gulnoz Fatilloevna
Buxoro Davlat Universiteti doktoranti
gulnozfatilloevna@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada, asosan, hunarmandchilikni rivojlantirish borasida olib borilayotgan ishlar haqida soʻz boradi. Amalga oshirilayotgan ishlar haqida qisqacha maʼlumot berilgan, ularning iqtisodiy ahamiyati yoritilgan. Hunarmandchilik brendini yaratish boʻyicha innovatsion takliflar tushuntirilgan.

Аннотация. В статье в основном рассматривается работа, проводимая для развития ремесленной отрасли. Дано краткое изложение проводимых работ, выделено их экономическое значение. Объяснены инновационные предложения по созданию ремесленного бренда.

Abstract. The article mainly discusses the work being carried out for the development of the craft sector. A summary of the ongoing works is given, and their economic importance is highlighted. Innovative proposals for creating a craft brand are explained.

Kalit soʻzlar: hunarmandchilik, hunarmand, handicrafters.uz, raqamli iqtisodiyot, elektronlashtirish, hunarmandchilik brendi

Ключевые слова: промысл, кустарное промысл, ремесленник, handicrafters.uz, цифровая экономика, электронизация, ремесленный бренд

Key words: craft, handicraft, craftsman, handicrafters.uz, digital economy, electronization, handicraft brand

Milliy hunarmandchilik Oʻzbekistonda avloddan avlodga oʻtib kelayotgan xalq badiiy va amaliy sanʼatining muhim yoʻnalishlaridan biridir. Iqtisodiyot bugun globalashuv jarayonida rivojlanib bormoqda. Qiyosiy tahlillarga tayanadigan boʻlsak, 2018 yil davomida respublika boʻyicha 105 449 mln soʻmlik jami 3 015 ta loyihalarni amalga oshirilishi belgilanib, haqiqatda 222,5 mlrd soʻmlik 7482 ta loyihalar banklar tomonidan moliyalashtirilgan. Bu raqamlar imtiyozli kreditlarga boʻlgan ehtiyojning naqadar yuqoriligini koʻrsatdi. 2019 yilda hunarmandchilikni rivojlantirish maqsadida qoʻshimcha 86,8 mlrd. soʻmlik 2803 ta loyihalarning yigʻma dasturi shakllantirildi.

2019 yilning 1 iyun holatiga ko'ra haqiqatda 77,45 mlrd so'mlik jami 2135 ta loyihalarga banklar tomonidan imtiyozli kredit mablag'lari ajratildi.

Hunarmandchilikni rivojlantirish orqali yangi ish o'rinlari yaratishga alohida e'tibor qaratilmoqda. 2018 yilda mamlakatimizda 26 ming 883 ta ish o'rnini yaratish belgilangan bo'lib, 40 ming 338 ta ish o'rnini tashkil etildi. 2019 yilda hunarmandchilikni rivojlantirish hisobiga hamda hududlarga tashrif yuzasidan berilgan topshiriqlarga ko'ra Respublika bo'yicha jami 44 700 ta yangi ish o'rinlari yaratish rejasi belgilab berilgan. 2019 yilning 20 iyun holatiga ko'ra jami 26 259 nafar yangi ish o'rinlari yaratildi. Bu ham hunarmandchilikning iqtisodda tutgan o'rnini izohlaydi.

Respublikamizda faoliyati olib borilayotgan "Hunarmand" uyushmasi tomonidan respublika hududlarida jami 102 ta turli darajadagi tadbirlar, xususan 11 ta festivallar, 48 ta ko'rgazmalar, 15 ta savdo-ko'rgazmalari va 12 ta boshqa turdagi ommaviy tadbirlar o'tkazish orqali aholi o'rtasida xalqimizning an'anaviy hunarmandchiligi keng targ'ib qilish bilan birga, iqtisodiy faoliyatning rivojlanishi uchun ham xizmat qilgan. 2018 yil 1 noyabrdagi "Xalqaro hunarmandchilik festivalini o'tkazish to'g'risida"gi PQ-3991-son qarorlarining qabul qilinishi hunarmandchilikni rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo'llab quvvatlashga qaratilgan yana bir e'tibor namunasidir.

O'zbekistonga 2022 yilda 5,2 mln nafar turist keldi. Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2022 yilda O'zbekistonga jami 5,2 mln nafar chet el fuqarolari turistik maqsadlarda tashrif buyurgan. O'zbekistonga kelgan turistlarning 2 647,0 ming nafari ayollar, 2 585,8 ming nafari erkaklar bo'ldi.

Shu yili Respublikada birinchi Xalqaro hunarmandchilik festivali tashkil etildi. Festivalni yuqori saviyada tashkil etish maqsadida uyushma hamda tegishli vazirlik idoralar bilan hamkorlikda tayyorgarlik jarayonlari amalga oshirilmoqda. Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi "Hunarmand" uyushmasi bilan hamkorlikda festival veb-saytini uch (o'zbek, rus, ingliz) tillarida <http://handicrafters.uz> yaratildi. Web-saytda festival, milliy hunarmandchilik, hunarmandlar, ular tomonidan ishlab chiqarilayotgan hunarmandchilik mahsulotlar haqidagi ma'lumotlar joylashtirildi. Bugungi kunda veb-sayt orqali ro'yxatdan o'tish jarayonlari olib borilmoqda. Festivalga qatnashishga qiziqish bildirib festivalning rasmiy veb-sayti(handicrafters.uz) va Uyushmaning elektron pochta manzili (hunarmand-1997@mail.ru) orqali ro'yxatdan o'tish ishlari amalga oshirilmoqda. Iqtisodda milliy hunarmandchilikning o'rnini yuqori.

Turizm sohasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish, barcha xizmatlar iste'molchilariga, ham maishiy xo'jaliklarga, ham davlat organlariga, ham faoliyati muayyan me'yoriy-huquqiy hujjatlar bilan tartibga solinadigan turizm sohasidagi firmalarga ta'sir ko'rsatadigan murakkab jarayondir. Ichki va tashqi muhitning mos

omillarini shakllantirishda turizm sohasidagi korxonalar, hunarmandchilik markazlari o'z faoliyatini raqamli rivojlantirish uchun barcha zarur shart-sharoitlarga ega.

Turizmni axborot bilan ta'minlash – bu turizm tizimining samarali ishlashini ta'minlaydigan turizm faoliyati va uni qayta ishlash va tahlil qilish uchun mo'ljallangan ixtisoslashtirilgan axborot texnologiyalari to'g'risidagi ma'lumotlar majmuasi.

Raqamli iqtisodiyot – bu raqamli axborot va tegishli ma'lumotlarni boshqarish usullari asosiy bo'lgan iqtisodiyotning o'ziga xos turi. Raqamli iqtisodiyot ishlab chiqarishning barcha boshqa elementlaridan raqamli axborotning ustun roli bilan tavsiflanadi.

Raqamli iqtisodiyotni shakllantirish sharoitida turizm faoliyatini axborot bilan ta'minlash uni rivojlantirishning eng muhim omili hisoblanadi. Turizm faoliyatida xizmatlarni ishlab chiqarishning asosiy omili xizmatlarning potentsial iste'molchisi olishi mumkin bo'lgan ma'lumotdir va turistik faoliyatning yakuniy natijasi iste'molchining sayohat paytida olgan taassurotidir.

Raqamli iqtisodiyot barcha darajadagi iqtisodiy tizimlarda sodir bo'ladigan barcha biznes jarayonlarning integratsiyalashuviga asoslanadi, bunda axborot komponentiga alohida ahamiyat beriladi, integratsiyalashgan global tizimda real vaqt rejimida iqtisodiy tizimlar faoliyati to'g'risidagi ma'lumotlardan foydalanish imkonini beradi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida axborotkommunikatsiya muhiti, axborot tizimlari va xizmatlariga yangi talablar shakllantirilmoqda. Yagona axborot makonini shakllantirish aholining ijtimoiy-iqtisodiy sohaga yo'naltirilgan sifatli va ishonchli axborot olishga bo'lgan ehtiyojlarini hisobga olgan holda amalga oshirilmoqda.

Raqamli iqtisodiyotning asosiy farqlovchi omili shundaki, axborot eng muhim boylik bo'lib, uning qiymati doimiy ravishda oshib bormoqda. Turizm sohasida yagona axborot makonini shakllantirish masalasi anchadan beri muhokama qilinib kelinmoqda. Bu borada turizm sohasida davlat hokimiyati va boshqaruvi organlari tomonidan katta ishlar qilindi. Turizm sanoati eng yangi raqamli texnologiyalarni faol joriy etishga to'liq e'tibor qaratmoqda. Faoliyatning aksariyati raqamli iqtisodiyotning rivojlanishiga mos ravishda, jumladan, turlarni bron qilish tizimi, elektron to'lov texnologiyalari va boshqalarni hisobga olgan holda qayta tuzildi.

Raqamli iqtisodiyotning shakllanish darajasi ko'p jihatdan axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining (AKT) rivojlanishi va ularni jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy hayotiga joriy etish darajasi bilan belgilanadi. Texnologiyalarning rivojlanishi tufayli O'zbekiston Respublikasi aholisining 81 foizi, savdo korxonalarining 93 foizi, transport korxonalarining 80 foizi, davlat organlarining 95 foizi Internetdan foydalanadi. Eng muhimi, Internet-texnologiyalar moliyaviy operatsiyalarda, davlat organlari bilan o'zaro aloqada, yetkazib beruvchilar va iste'molchilar bilan aloqa qilishda qo'llaniladi.

Elektronlashtirish natijasida 2018 yilda 9 ta davlat fuqarolari uchun O‘zbekistonda vizasiz rejim joriy qilingan bo‘lsa, 2019 yilda 47 ta, 2020 yilda 20 ta va 2021 yilda yana 5 ta mamlakat fuqarolari uchun viza talablari turli muddat doirasida bekor qilindi. 2021 yilning 15 aprel holatiga ko‘ra, fuqarolari uchun O‘zbekiston Respublikasida vizasiz rejim joriy qilingan mamlakatlar soni 90 tani tashkil qiladi.

Bundan tashqari 80ga yaqin mamlakat fuqarolari soddalashtirilgan tartibga ko‘ra elektron viza rasmiylashtirish imkoniyati ega bo‘ldi. Bu ham o‘z navbatida elektronlashtirishning natijasidir. Xulosa qilib aytganda, O‘zbekistonda sayyohlik sohasini innovatsiya va raqamlashtirish orqali o‘zgartirish zaruriyati mavjud. Egallanmagan imkoniyat sifatida endi rivojlanayotgan agro va etno turizm hamda milliy hunarmandchilik kabi bozor segmentlarini rivojlantirish lozim.

Hozirgi kunda “Hunarmand” uyushmasi tomonidan brend nomini ishlab chiqish bo‘yicha bir qator ishlar amalga oshirilmoqda. Nomni ishlab chiqish tovar yoki savdo markasini yaratish jarayonida muhim qismidir. Yaxshi ishlab chiqilgan nom brendning o‘ziga xos savdo ustunligini aks ettirishi kerak. Bundan tashqari, nomlash maqsadli auditoriya kutgan natijalarga mos kelishi kerak, ulardan foydalanish qulay va yengil esda qolarli bo‘lishi kerak. Nomlanish quyida keltirilgan bir yoki bir nechta mezonlarga javob berishi kerak:

1. Assotsiativ xususiyatlar: tovar yoki savdo markasi faoliyat ko‘rsatadigan hududda maqsadli auditoriya bilan aniq bog‘liqlikka ega bo‘lishi kerak. Home Market, Bahor Gullari, Golden House, Milliy Taomlar–kabi nomlar mahsulot va xizmat ko‘rsatish turlarini aniq ifodalovchi misollardir.

2. Tez eslab qolish: qisqa va sig‘imli nom, eslab qolishimkonini beradi. Bunday holda, urg‘u ma‘no sifatidaemas, balki qisqaroq va kenglikka qaratiladi. Ushbu uslubning yaxshi namunalari – Akfa, Bliss, Beko.

3. Jarangdor eshitalish, bunda vazifa – to‘g‘ri so‘z yoki so‘z birikmasini tanlash. Nomi uzoq bo‘lishi mumkin, ammo osonroq aytilishi lozim. Goodveen, Farengeyt, Parkwood – yaxshi misol bo‘ladi.

1. Variant.

Hands of Uzbekistan

– O‘zbekiston qo‘llari – bu assotsiatsion nom bo‘lib, u brendning qamrovini mukammal darajada aks ettiradi. U chet elda rivojlanish uchun juda mos keladi va brendni yaratish uchun yaxshi keng ma‘nodagi platformaga ega.

2. Variant.

Hunar

– Ushbu nomda O‘zbekistondagi hunarmandchilikning yo‘nalishlarini mujassamlashtirilgan xolda brendning vizual ishlashida hunarmandning identifikatori bo‘lishi mumkin va uning vizual uslubida aniqlanishi mumkin.

3. Variant.

Uzbek Craftsmen

– Nomlashning yana bir varianti brendning faoliyat turini to'g'ridan-to'g'ri ochib beradigan va xalqaro auditoriyani jalb qilishga yo'naltirilgan milliy brend sifatida joylashtirilishi mumkin.

4. Variant.

Hunar Made

– Qisqartma shaklda, qo'l bilan yoki hunarmand tomonidan yasalgan ma'nosini anglatadi. Talaffuzda Hunarmand so'ziga yaqin bog'lanishi mumkin.

Kelgusida Hunar Made in Uzbekistan (O'zbekistonda qo'lida yasalgan degan ma'noda) yoki hunarmandlar tomonidan HunarMadeby... Ustaning nomi qo'shilga xolda individual ravishda foydalanib, hunarmandchilik mahsulotlarini markirovka qilishda ishlatish mumkin (masalan, HunarMadeby Alijon Yusupov – Usta Alijon Yusupov tomonidan ishlab chiqarilgan). Milliy brend sifatida buni milliy va xalqaro miqyosda tushunish oson.

5. Variant.

Craftchi

– Ikki tilli nomlash inglizcha Craft – “hunarmandchilik” atamasiga asoslangan bo'lib, uzbek tilidan “chi” qo'shimchasi qo'shilgan. Birlashtirilganda, bu so'zlar Craftchi so'zini hosil qiladi, uning ma'nosi hunarmandchilik bilan shug'ullanadigan kishi, hunarmanddir. Yangi shakllangan ikki tilli tushuncha sifatida foydalanish mumkin.

6. Variant.

Uz Craftsmen

– Ingliz tilidan tarjima qilinganda “O'zbekistonlik hunarmandlar” degan ma'noni anglatadi. Fonetik ma'noda, bu nom O'zbekiston aholisi va ingliz tilida so'zlashuvchi muhojirlar, sayyohlar va xalqaro hamkorlar tomonidan qulay talafuz qilinadi. “Uz” ikki harfli kodi ushbu brendda O'zbekiston qatnashayotganligini anglatadi.

O'zbekiston Respublikasi “Hunarmand” uyushmasi soha mutaxassislari bilan birgalikda hozirgi kunda Xalq amaliy san'ati va hunarmandchilik mahsulotlari yagona milliy brendini ishlab chiqish va xalqaro miqyosda tanitish borasida yuqorida keltirilgan 6 ta variantdan birini tanlash yoki boshqa fikr berish taklif etilyapti. Bizning taklifimiz bunday jarayonda birinchi variant bo'lib, biz shu nuqtai nazarni taklif qildik. Bu jarayon aynan shu soha rivojiga xizmat qiladi deb o'ylaymiz.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 17-noyabrdagi —Hunarmandchilikni yanada rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash to'g'risidagi PF-5242-son Farmoni.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 17-noyabrdagi —Hunarmand uyushmasi faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida PQ-3393-son qarori
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 19-iyundagi —O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to'g'risida PQ-3068-son Qarori.
4. Аакер Д., Йохимштайлер Э. Бренд-лидерство: новая концепция брендинга. - М.: Издательский дом Гребенникова, 2003
5. Kirill Al'tman – Бренддинг в Узбекистане: две цели, два размышления и пять аксиом//**www.idea.uz**
6. Umida Allaberdiyeva – Milliy brending xususiyatlari // **Korxonani boshqarish №11-12(65-66),2012**
7. www.brandbox.uz
8. www.brand.uz
9. www.brandz.com
10. www.brandstrategyinsider.com