

О‘ЗBEKISTONDA MILLIY BRENDNI YARATISHDA TURIZMNING O‘RNI

Namangan davlat universiteti talabasi

Olimjonova Sehriyo Muzaffar qizi

Annotatsiya; Ushbumaqolada O‘zbekiston Respublikasining milliy brendini shakllantirish jarayonida turizm sohasining tutgan o‘rni va ahamiyati tahlil qilinadi. Turizm nafaqat iqtisodiy o‘shish, balki xalqaro imidjni mustahkamlashda ham muhim vosita hisoblanadi. Maqolada O‘zbekistonning madaniy merosi, milliy qadriyatlari va zamonaviy imkoniyatlarini turizm orqali dunyoga tanitish yo‘llari ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, global bozorda O‘zbekistonning raqobatbardosh milliy brendini yaratish uchun samarali strategiyalar taklif etiladi.

Kalit so‘zlari; milliy brend, turizm, madaniy meros, xalqaro imidj, barqaror rivojlanish.

Abstract; This article examines the role and importance of tourism in shaping the national brand of the Republic of Uzbekistan. Tourism is considered a vital tool not only for economic growth but also for strengthening the country's international image. The paper explores how Uzbekistan's cultural heritage, national values, and modern opportunities can be promoted globally through tourism development. It also proposes effective strategies for building a competitive national brand in the global market.

Keywords; national brand, tourism, cultural heritage, international image, sustainable development.

Аннотация; В данной статье рассматривается роль и значение туризма в формировании национального бренда Республики Узбекистан. Туризм является важным инструментом не только экономического роста, но и укрепления международного имиджа страны. В статье анализируются пути популяризации культурного наследия, национальных ценностей и современных возможностей Узбекистана через развитие туризма, а также предлагаются эффективные

стратегии для создания конкурентоспособного национального бренда на глобальном рынке.

Ключевые слова; национальный бренд, туризм, культурное наследие, международный имидж, устойчивое развитие.

Kirish

Bugungi globallashuv davrida har bir davlatning xalqaro maydondagi obroʻ-eʼtibori va tan olinishi koʻp jihatdan uning milliy brendi orqali shakllanadi. Milliy brend bu davlatning madaniyati, tarixi, qadriyatlari, tabiiy boyliklari va zamonaviy rivojlanish darajasining uygʻun namoyonidir. Oʻzbekiston uchun milliy brendni yaratish nafaqat iqtisodiy manfaat keltiruvchi omil, balki mamlakatning xalqaro maydondagi ijobiy imidjini mustahkamlash vositasi ham hisoblanadi. Ayniqsa, turizm sohasi Oʻzbekistonning milliy brendini shakllantirishda asosiy strategik yoʻnalishlardan biridir. Chunki turizm orqali dunyo jamoatchiligi Oʻzbekistonning boy madaniy merosi, tarixiy obidalar, betakror meʼmorchiligi, milliy taomlari va mehmondoʻst xalqini yaqindan tanib boradi. Shu sababli ham mamlakat rahbariyati soʻnggi yillarda turizmni rivojlantirishga alohida eʼtibor qaratib, uni Oʻzbekiston brendining ajralmas qismiga aylantirishni maqsad qilmoqda.

Mazkur maqolada Oʻzbekistonning milliy brendini yaratishda turizmning oʻrni, uning asosiy omillari, mavjud imkoniyatlar va global tendensiyalar tahlil qilinadi. Shuningdek, muvaffaqiyatli brend yaratish uchun ilgʻor tajribalar va samarali strategiyalar taklif etiladi.

Adabiyotlar tahlili

Milliy brend va turizm oʻzaro chambarchas bogʻliq boʻlib, koʻplab xalqaro va mahalliy tadqiqotchilar ushbu masalani chuqur oʻrganib kelmoqda. Simon Anholt (2007) oʻzining “Competitive Identity” nomli asarida milliy brendni shakllantirishda madaniyat, turizm, tashqi siyosat va iqtisodiy hamkorlik asosiy omillar ekanligini taʼkidlaydi. Unga koʻra, turizm milliy brendning tashqi namoyon boʻlishidagi eng samarali vositalardan biridir. Pike (2009) va Kavaratzis (2012) tadqiqotlarida milliy brend yaratishda turizm sektorining marketing strategiyalari va kommunikatsiya

kanallari muhim rol o'ynashi alohida ta'kidlangan.¹ Ular turizm orqali mamlakat imidjini mustahkamlash va raqobatbardoshligini oshirish mumkinligini ilmiy asosda ko'rsatib bergan. Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, zamonaviy davrda davlatlar o'z milliy brendlarini yaratishda madaniy meros, gastronomiya, ekologik resurslar va turistik mahsulotlarni asosiy vosita sifatida foydalanmoqda (UNWTO, 2022).

O'zbekiston kontekstida esa bir qator mahalliy tadqiqotchilar Xasanov (2021), Qodirov (2020) va Rahimova (2023) turizmning milliy brend yaratishdagi o'rnini tahlil qilgan. Ularning tadqiqotlarida O'zbekistonning boy tarixiy merosi, ipak yo'li shaharlari, madaniy tadbirlar va mehmondo'stlik elementi brend asosini tashkil etishi ko'rsatilgan. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yildagi PF-5611-sonli farmonida turizmni rivojlantirish va milliy brendni yaratish strategiyasi davlat siyosatining ustuvor yo'nalishi sifatida belgilangan.² Bu hujjatda turizm sohasini xalqaro miqyosda targ'ib qilish, reklama kompaniyalarini amalga oshirish va O'zbekiston brendini global bozorda mustahkamlash masalalari o'z aksini topgan.

Metodologiya

Ushbu tadqiqotda O'zbekiston milliy brendini shakllantirishda turizmning o'рни va ahamiyatini baholash uchun kompleks yondashuv qo'llanildi. Tadqiqot sifatli (qualitative) va miqdoriy (quantitative) usullar kombinatsiyasida amalga oshirildi. Metodologik yondashuvning maqsadi: O'zbekiston milliy brendining asosiy komponentlarini aniqlash; Turizm sohasining bu jarayondagi funksional rolini baholash; Amaldagi muammolar va istiqbolli imkoniyatlarni aniqlash; Brend yaratish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqish.

Tahlil va natijalar muhokamasi

O'zbekiston milliy brendini shakllantirishda turizm hal qiluvchi rol o'ynayotgani so'nggi yillarda yanada yaqqol ko'zga tashlanmoqda. Tadqiqot davomida amalga

¹ <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.007>

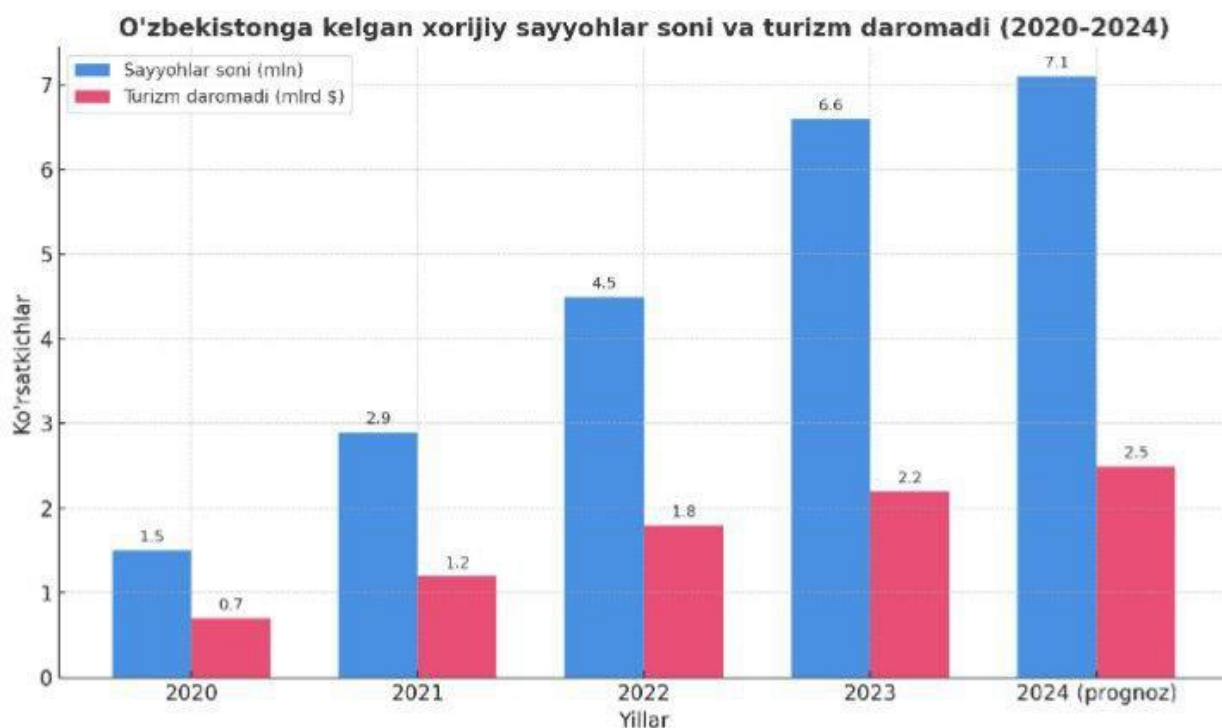
² . O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son Farmoni, "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida".

oshirilgan tahlillar asosida quyidagi asosiy natijalar aniqlandi: Turizm milliy brendning asosiy haydovchi kuchidir. O'zbekistonning xalqaro imidji birinchi navbatda sayyohlik tajribasi orqali shakllanmoqda. UNESCO ro'yxatidagi Samarqand, Buxoro, Xiva kabi shaharlarning obidalari, Ipak yo'li merosi va milliy qadriyatlar xorijiy turistlarda kuchli ijobiy taassurot uyg'otmoqda. Statistika: 2023-yilda O'zbekistonga 6,6 milliondan ortiq xorijiy sayyoh tashrif buyurgan. Sayyohlik daromadi 2,2 milliard AQSH dollaridan oshgan (Davlat Statistika Qo'mitasi, 2024).

Madaniy turizm O'zbekiston brendining yadro qismi hisoblanadi. O'zbekistonning milliy brendi madaniy meros va tarixiy qadriyatlar bilan to'g'ridan-to'g'ri bog'liq. Sayyohlarning 65 foizi madaniy va tarixiy obidalarni ko'rish maqsadida tashrif buyurmoqda. Bu natija milliy brendda tarix, madaniyat va an'analarni asosiy element sifatida ilgari surish zarurligini ko'rsatadi.

1-Diagramma. O'zbekistonga kelgan xorijiy sayyohlar soni va turizm daromadi (2020–2024)³

³ <https://uzbektourism.uz>



Diagrammada 2020–2024 yillar davomida O‘zbekiston turizm sohasidagi asosiy ko‘rsatkichlar — xorijiy sayyohlar soni va turizm daromadining dinamikasi aks ettirilgan.

2020-yilda, COVID-19 pandemiyasi tufayli sayyohlar oqimi 1,5 millionga, daromad esa 0,7 milliard dollarga tushib ketgan. 2021-yilda cheklovlarning yumshatilishi natijasida sayyohlar soni 2,9 millionga, daromad esa 1,2 milliard dollarga ko‘tarilgan. 2022-yilda barqaror o‘shish davom etib, turistlar soni 4,5 million, daromad 1,8 milliard dollarga yetgan. 2023-yilda sayyohlar soni keskin oshib, 6,6 million, turizm daromadi esa 2,2 milliard dollarni tashkil qilgan. 2024-yil uchun prognoz yanada ijobiy: sayyohlar soni 7,1 million, daromad esa 2,5 milliard dollar atrofida bo‘lishi kutilmoqda.

Xulosa

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, turizm O‘zbekiston milliy brendini shakllantirishda strategik va hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Turizm orqali mamlakatning boy tarixiy merosi, betakror madaniyati, an‘anaviy qadriyatlari va zamonaviy rivojlanish salohiyati global miqyosda samarali targ‘ib etilmoqda. Milliy brend yaratishda madaniy turizm, ekoturizm, gastronomik va ziyorat turizmi asosiy yo‘nalishlar sifatida shakllanmoqda. Sayyohlar sonining barqaror o‘shishi va turizm

daromadlarining ortib borayotgani bu yo'nalishda amalga oshirilayotgan siyosat va marketing strategiyalarining to'g'riligini tasdiqlaydi.

Biroq, xalqaro bozorda O'zbekiston brendining yanada mustahkamlanishi uchun quyidagi yo'nalishlarga e'tibor qaratish muhim: Global marketing strategiyalarini kuchaytirish; Raqamli texnologiyalar va innovatsion branding yondashuvlarini joriy etish; Transport va turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish; Xizmatlar sifatini xalqaro standartlarga moslashtirish; Mahalliy aholi ishtirokini oshirish va jamoaviy brend yaratish yondashuvini rivojlantirish. Shunday qilib, turizm O'zbekiston uchun nafaqat iqtisodiy foyda manbai, balki xalqaro miqyosda ijobiy imidjni shakllantirish va milliy qadriyatlarni global maydonga olib chiqishning eng samarali vositasidir. To'g'ri yo'naltirilgan brend strategiyasi nafaqat turizmni, balki mamlakatning butun iqtisodiy va madaniy salohiyatini yuksaltirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave Macmillan
2. Kavaratzis, M., & Hatch, M. J. (2013). The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*, 13(1), 69–86.
<https://doi.org/10.1177/1470593112467268>
3. Pike, S. (2009). Destination brand positions of a competitive set of near-home destinations. *Tourism Management*, 30(6), 857–866.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.007>
4. World Tourism Organization (UNWTO). (2022). *International Tourism Highlights, 2022 Edition*. Madrid, Spain.
5. UNESCO World Heritage Centre. (2023). *World Heritage List: Uzbekistan*.
<https://whc.unesco.org/en/statesparties/uz>
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son Farmoni, "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirish bo'yicha chora-tadbirlar to'g'risida".

7. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi rasmiy ma’lumotlari. (2024). <https://uzbektourism.uz>
8. Davlat statistika qo‘mitasi. (2024). O‘zbekiston Respublikasi turizm sohasidagi statistik ma’lumotlar. <https://stat.u>
9. Xasanov, M. (2021). Turizm va milliy brend: O‘zbekiston tajribasi. O‘zbekiston iqtisodiyoti va innovatsion rivojlanish jurnali, 4(2), 88–95.
10. Qodirov, S. (2020). Madaniy meros va turizm: milliy brend shakllanishida integratsiya. Turizm va madaniyat ilmiy jurnali, 3(1), 55–63.