



MAMLAKATNI XALQARO MAYDONDA IJOBIY IMIJINI SHAKLLANTIRISH STRATEGIYASI

Sharipov A. I.

Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi



Annotatsiya: Ushbu maqolada O'zbekiston hukumati tomonidan amalga oshirilayotgan tizimli islohotlar davlat boshqaruvining samaradorligini oshirish, iqtisodiy barqarorlik va ijtimoiy farovonlikni ta'minlash maqsadida amalga oshirilib, xalqaro reyting va indekslarda mamlakatning mavqeyini oshirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Xalqaro aloqalarni mustahkamlash, turizmni rivojlantirish va investitsion jozibadorlikni oshirish kabi sohalarda qabul qilingan strategiyalar mamlakatning xalqaro imijini yaxshilashga qaratilgan. Maqolada mamlakatning ijobiy imijini shakllantirishda brend strategiyalarining o'рни hamda xalqaro reytinglarda ko'rsatkichlarni yaxshilash bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlar natijalari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar. Imij, turizm, brend, strategiya, investitsiya, investitsion jozibadorlik, kapital, valyuta, xalqaro munosabatlar.

Аннотация

В данной статье рассматриваются системные реформы, проводимые правительством Узбекистана с целью повышения эффективности государственного управления, обеспечения экономической стабильности и социального благополучия, а также повышения позиций страны в международных рейтингах и индексах. Принятые стратегии в таких областях, как укрепление международных связей, развитие туризма и повышение инвестиционной привлекательности, направлены на улучшение международного имиджа страны. В статье также анализируется роль бренд-стратегий в формировании положительного имиджа страны и результаты реформ, проводимых для улучшения показателей в международных рейтингах.

Ключевые слова: имидж, туризм, бренд, стратегия, инвестиции, инвестиционная привлекательность, капитал, валюта, международные отношения.

Annotation

This article examines the systemic reforms carried out by the Government of Uzbekistan in order to improve the efficiency of public administration, ensure economic stability and social well-being, as well as increase the country's position in international rankings and indices. The adopted strategies in such areas as strengthening international relations, developing tourism and increasing investment attractiveness are aimed at improving the country's international image. The article also analyzes the role of brand

strategies in shaping a positive image of the country and the results of reforms carried out to improve performance in international rankings.

Keywords: image, tourism, brand, strategy, investments, investment attractiveness, capital, currency, international relations.

KIRISH

So'nggi yillarda O'zbekistonda uning xalqaro maydondagi ijobiy imijini shakllantirish va mavqeyini oshirishga qaratilgan islohotlar amalga oshirilmoqda. Davlat boshqaruvining samaradorligini oshirish, iqtisodiy barqarorlik va ijtimoiy farovonlikni ta'minlash maqsadida amalga oshirilayotgan tizimli islohotlar tufayli mamlakat aholisi va xalqaro hamkorlar uchun ochiq shaffof muhit yaratildi. Shu sababli, mamlakatimizning xalqaro reytinglardagi o'rnini tobora yaxshilamoqda. Xususan, O'zbekiston so'ngi besh yilda Huquq ustuvorligi indeksida 16, Korrupsiyani qabul qilish indeksida 32, Elektron hukumatni rivojlantirish indeksida 18, Iqtisodiy erkinlik indeksida 31, Logistika samaradorligi hamda Global innovatsiya indekslarida 11 pog'onaga yuqorilashga erishdi. Bu esa mamlakatni jahon sahnasida o'z ijobiy imijini va o'rnini yaxshilashda asos bo'lib hisoblanadi.[1]

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev tashabbusi bilan mamlakatda amalga oshirilayotgan islohotlar natijasida uni xalqaro imijini yaxshilash bo'yicha sezilarli yutuqlarga erishildi. Xususan uning 2024 yil 19 iyundagi "Xalqaro reyting va indekslar bilan ishlash tizimini takomillashtirish hamda ushbu sohada parlament nazoratini kuchaytirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" farmoniga qabul qilindi bunga ko'ra 2025-yildan boshlab respublika ijro etuvchi hokimiyat organlari rahbarlari va rahbar o'rinbosarlari faoliyatining eng muhim samaradorlik ko'rsatkichlaridan biri sifatida ularning ustuvor xalqaro reyting va indekslarda respublikaning o'rnini yaxshilashga qaratilgan faoliyati orqali belgilanadi. 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni bilan tasdiqlangan 2022 – 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasini jadal amalga oshirish, shuningdek, O'zbekiston Respublikasining ustuvor xalqaro reyting va indekslardagi ko'rsatkichlarini yaxshilashga yo'naltirilgan islohotlarni amalga oshirish yuzasidan takliflar ishlab chiqishga mamlakat ilmiy salohiyatini keng jalb etish va loyihaviy boshqaruvning xalqaro standartlaridan foydalanish, davlat xizmatchilarining sohadagi bilim va ko'nikmalarini oshirish belgilab berilgan.[2]

ADABIYOTLAR SHARXI

Xalqaro reytinglarda mamlakatlarning ijobiy imijini yaratish bo'yicha bir qator olimlar o'z tadqiqotlar olib borgan. Joseph Nye [3] "yumshoq kuch" konsepsiyasini rivojlantirgan olimlardan biri bo'lib, u mamlakatlarning xalqaro maydonda ijobiy imij yaratishida yumshoq kuchning muhimligini ta'kidlaydi. Uning tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, madaniyat, qadriyatlar va tashqi siyosat orqali mamlakatlar o'zlarini boshqalarga jalb etuvchi va ishonchli ko'rsatishlari mumkin.

Simon Anholt [4] davlatlarning o'z brendini yaratish va uni boshqarish orqali xalqaro maydonda o'z imijini yaxshilash imkoniyatlarini tadqiq qiladi. U milliy identitet va uning xalqaro savdo, investitsiya va turizmga ta'sirini o'rganadi.

Keith Dinnie [5] davlat brendlash konsepsiyasini tahlil qilib, mamlakatlarning xalqaro obro'sini oshirishda brendlash strategiyalarining rolini o'rganadi. Uning asarlari milliy imij yaratish va uni mustahkamlashning amaliy jihatlarini o'z ichiga oladi.

Szondi [6] davlat diplomatiyasi va millat brendlashini qiyoslab, ularning xalqaro maydonda ijobiy imij yaratishdagi rolini tahlil qiladi. Uning tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, davlatlar xalqaro aloqalarda ijobiy imij yaratish uchun turli xil vositalardan foydalanishlari kerakligini ta'kidlab o'tgan.

Ushbu olimlar va ularning ishlarini o'rganish orqali, mamlakatlar xalqaro reytinglarda o'z imijlarini yaxshilash uchun brend strategiyalaridan foydalanishlari mumkinligini tushunish mumkin. Bu tadqiqotlar davlat siyosati va marketing strategiyalarining xalqaro miqyosdagi samaradorligini tahlil qilishda muhim ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatadi. Bu esa ushbu tadqiqot mavzusini qanchalik darajada dolzarbligini anglatadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mamlakatning ijobiy imijini yaratishda brend strategiyalari katta ahamiyatga ega. Imij so'zi ingliz tilida "image" deb ataladigan bu tushuncha, insonlar ongida biror shaxs, tashkilot yoki boshqa obyekt haqida shakllangan tasvir va qiyofani anglatadi. Imijning ikki asosiy turi mavjud: korporativ va individual. Korporativ imij kompaniya, korxonalar, siyosiy partiya yoki jamoat tashkilotining umumiy qiyofasini bildirsa, individual imij esa siyosatchi, biznesmen, artist kabi alohida shaxslarning shaxsiy qiyofasini ifodalaydi. Har ikkala holatda ham imij ichki va tashqi jihatlariga ega bo'lishi mumkin. Tashkilotning tashqi imiji uning atrofidagi muhit, mijozlar, iste'molchilar, raqobatchilar va ommaviy axborot vositalarida hosil bo'lgan tasavvurlardan iborat. Shaxsning tashqi imiji esa uning nutqi, tashqi ko'rinishi, xulq-atvori va estetik ifodasi orqali namoyon bo'ladi. Bu imijga bevosita yoki bilvosita aloqador bo'lgan odamlar esa imij subyekti hisoblanadi.

Ijobiy imij deganda, biror shaxs, tashkilot, yoki mamlakat haqida boshqalar orasida shakllangan ijobiy fikr, tasavvur va obro' tushuniladi. Ijobiy imij nafaqat tashqi ko'rinish, balki o'zaro munosabatlar, xizmat yoki mahsulot sifati, qadriyatlar va taqdim etilgan tajribalar orqali ham shakllanadi.

Mamlakatning ijobiy imijini shakllantirishda quyidagi strategiyalarni amalga oshirishi kerak bo'ldi.

1.Xalqaro aloqalarni mustahkamlash: Mamlakatning ijobiy imiji xalqaro aloqalarda ishonch va hamkorlikni oshiradi. Bu, o'z navbatida, diplomatik munosabatlarni mustahkamlashga, investitsiyalarni jalb qilishga va savdo hajmini oshirishga yordam beradi.

O'zbekiston mustaqillikka erishganidan keyin xalqaro munosabatlarni mustahkamlash maqsadida, 1992-yil 2-mart kuni Birlashgan Millatlar Tashkilotiga a'zo bo'ldi. Shundan so'ng, 1993-yil 26-oktyabrda YUNESKO bilan diplomatik munosabatlar o'rnatib, jahon sahnasida o'z mavqeyini oshirishga intildi. Bugungi kunda O'zbekiston uzoq muddatli siyosati bilan dunyodagi siyosiy jarayonlarda faol ishtirok etmoqda. Mamlakat Turkiy tilli davlatlar hamkorlik kengashiga a'zo bo'lib, Evroosiyo iqtisodiy hamkorlik ittifoqi huzurida kuzatuvchi maqomini ham oldi. O'zbekiston ilk bor BMTning Inson huquqlari bo'yicha kengashiga a'zo etib saylandi va o'tgan yili Jenevada o'tkazilgan 46-sessiyada videokonferensiya shaklida muvaffaqiyatli qatnashdi. 2001-yilda O'zbekiston

Shanxay Hamkorlik Tashkiloti (SHHT) bilan hamkorlik o'rnatib, tashkilotga a'zo bo'ldi. SHHTga a'zo davlatlar o'rtasida siyosiy, savdo-iqtisodiy, ilmiy-texnikaviy va madaniy-gumanitar sohalarda samarali hamkorlikni rivojlantirishga, shuningdek, mintaqada tinchlik, xavfsizlik va barqarorlikni ta'minlashga alohida e'tibor qaratmoqda. Bundan tashqari O'zbekiston Jahon sog'liqni saqlash tashkiloti (WHO), Jahon Banki, Xalqaro Valyuta Jamg'armasi (IMF), Yevropa Tiklanish va Taraqqiyot Banki (EBRD), Islom Hamkorlik Tashkiloti (OIC)lar bilan hamkorlikni yo'lga qo'ygan. Mamlakatning mintaqaviy tashkilotlar Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi (MDH), Shanxay Hamkorlik Tashkiloti (SHHT), Turkiy Tillar Hamkorlik Kengashi (Turk Kengashi), Yevroosiyo Iqtisodiy Hamkorlik Tashkilotlar bilan hamkorlikni qilmoqda. O'zbekiston ushbu tashkilotlarga a'zo bo'lish orqali xalqaro maydonda o'z rolini mustahkamlamoqda va turli sohalarda mintaqaviy hamkorlikni rivojlantirishga qaratilgan siyosat olib bormoqda.

O'zbekistonning elchixonalari va konsulliklari dunyoning ko'plab davlatlarida mavjud bo'lib, ular orqali mamlakatning xalqaro munosabatlari va hamkorligi mustahkamlanmoqda. Ma'lumotlarga ko'ra, O'zbekiston 50 dan ortiq mamlakatda elchixonaga ega. Mamlakatning AQSh, Rossiya, Xitoy, Germaniya, Fransiya, Buyuk Britaniya, Turkiya, Hindiston, Janubiy Koreya, Yaponiya, Saudiya Arabistoni, Birlashgan Arab Amirliklari, Qozog'iston, Qirg'iziston va boshqa mamlakatlarda o'z elchixonalarini ochgan. Bu orqali mamlakatning yirik xalqaro tuzilmalar bilan hamkorlikni jadallashtirish iqtisodiy diplomatiyamizning muhim yo'nalishlariga aylandi.

2. Turizmni rivojlantirish:

Yaxshi brend strategiyasi orqali mamlakat o'zining madaniy merosi, tabiiy go'zalligi va mehmondo'stligini ta'kidlab, turizmni rivojlantirishi mumkin. Bu nafaqat iqtisodiy foyda keltiradi, balki mamlakatning xalqaro imijini ham yaxshilaydi.

O'zbekiston turizmi boy tarixiy va madaniy merosga ega bo'lgan mamlakat sifatida jadal rivojlanmoqda. Mamlakatda ko'plab tarixiy va arxeologik yodgorliklar, o'ziga xos milliy madaniyat va an'analar mavjud bo'lib, ular sayyohlarni jalb qiladi.

Samarqand, Buxoro va Xiva kabi shaharlari qadimiy Ipak Yo'lining asosiy nuqtalari hisoblanadi. Ushbu shaharlar UNESCOning Butun jahon merosi ro'yxatiga kiritilgan va ular o'zining boy tarixi va madaniy merosi bilan mashhur. Amir Temur maqbarasi, Registon majmuasi, Bibi-Xonim masjidi, Shohi Zinda va boshqa ko'plab tarixiy yodgorliklar bu yerda joylashgan. Bu esa mamlakatning turizm salohiyati jahonda o'z imijini shakllanishida zamin bo'ladi.

Mamlakat o'zining hunarmandchilik salohiyati bilan ham ajralib turadi. O'zbekistonda hunarmandchilik an'analari kuchli rivojlangan bo'lib, Buxoro gilamlari, Samarqand kashtalari, Xiva zargarlik buyumlari va boshqa ko'plab milliy hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqariladi.

So'nggi yillarda O'zbekistonda turizm infratuzilmasini rivojlantirish uchun keng qamrovli chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Xususan, yangi mehmonxonalar, transport aloqalari, ekskursiya xizmatlari va turistik yo'nalishlar tashkil etilmoqda. Vizalarni soddalashtirish, yangi turistik xizmatlar va yo'nalishlarni rivojlantirish orqali xorijiy sayyohlarni jalb qilish ko'paymoqda. Olib borilgan islohotlar natijasida 93 ta xorijiy davlat fuqarolari uchun vizasiz kirish imkoniyati, 56 ta mamlakat uchun elektron vizalar, 47 ta davlat fuqarolari uchun besh kunlik tranzit vizasiz kirish huquqi va 76 ta davlat uchun

turistik vizani olishning yengillashtirilgan tartibi joriy etildi. Bu esa mamlakatning turizm jozibadorligini yanada oshishiga zamin bo'ldi.

O'zbekistonga 2023-yilda 7 millionga yaqin xorijiy fuqaro turistik maqsadda tashrif buyurdi. Ularning mamlakatda qolish muddati o'rtacha to'rt kungacha davom etdi, bu esa 2022-yilga nisbatan 1,3 barobar ko'proqdir. 2023-yilda "O'zbekiston bo'ylab sayohat qil!" dasturi doirasida turizm hududlariga 21 million mahalliy sayyoh tashrifi uyushtirildi. Tahlillar natijasida 2023 yilda 810 ta yangi turoperator va turfirmalar faoliyat boshlagani aniqlandi. Turizm va unga bog'liq sohalarda 70 mingta yangi ish o'rinlari yaratildi. Mamlakatda yangi 183 ta mehmonxona, 215 ta hostel, va 356 ta oilaviy mehmon uyi ochildi. Statistika agentligining ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yilda 6,6 million xorijiy fuqaro turistik maqsadda O'zbekistonga kelgan bu esa 2022-yilga nisbatan 1,4 millionga yoki 26,6 foizga ko'pdir. 2023-yil davomida eng ko'p tashriflar Tojikistondan 2 million 155,2 ming, Qirg'izistondan 1 million 757,1 ming, Qozog'istondan 1 million 333,3 mingdan, Rossiyadan 714,3 ming, Turkiyadan esa 106,5 ming sayyoh kelgan.[7]

O'zbekiston turizmi kelajakda yanada rivojlanib, ko'plab xalqaro sayyohlarni o'ziga jalb qilishi kutilmoqda. Mamlakatning boy tarixi va madaniy merosi, tabiiy go'zalliklari va mehmondo'stligi unga katta imkoniyatlar yaratadi.

3. Investitsion jozibadorlikni oshirish:

Mamlakatning ijobiy imiji va brend strategiyalari xalqaro investorlarga mamlakat haqida ishonchli hamda barqaror tasavvur yaratadi. Bu esa xorijiy investitsiyalarni jalb qilish uchun qulay sharoit yaratadi.

O'zbekistonda 2023 yilda jami investitsiyalar hajmi 352,1 trln. so'mni, YAIMga nisbatan ulushi 33,0 foizni, xorijiy investitsiya va kreditlar 187,9 trln. so'mni, markazlashgan investitsiyalar 44,8 trln. so'mni, markazlashmagan investitsiyalar 307,3 trln. so'mni, investitsiyalar o'sish sur'ati 122,1 foizga yetdi. Mamlakatda xorijiy investorlarga yaratilgan sharoit va imkoniyatlar natijasida 2023 yilda to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi 84,3 trln. so'mni tashkil etib 2022 yilga nisbatan 196,4 foizga o'sdi.

1-jadval

O'zbekistonda iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha asosiy kapitalga investitsiyalar

(2023 y)

	Ko'rsatgichlar	Hajmi (trln. so'm)	Jamiga nisbatan foizda
1.	Ishlab chiqarish sanoati	100,6	28,6
2.	Tashish va saqlash	26,4	7,5
3.	Elektr, gaz bilan ta'minlash	42,0	11,9
4.	Qurilish	15,3	4,3
5.	Ta'lim	7,8	2,2
6.	Tog'-kon sanoati	36,3	10,3
7.	Turar-joy qurilishi	29,1	8,3
8.	Qishloq xo'jaligi	20,2	5,7
9.	Axborot va aloqa	12,3	3,5
10.	Boshqa faoliyat turlari	62,1	17,7
11.	Jami	352,1	100

Mamlakatga asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalarni katta miqdorda 2023 yilda ishlab chiqarish sanoatiga 100,6 trln. so`m, tog` kon sanoatiga 36,3 trln.so`m, elektr, gaz bilan ta`minlashga 42,0 trln.so`m miqdorda mablag` kiritilgan. Mamlakat iqtisodiyotiga yo`naltirilgan jami investitsiyalarni tashish va saqlash sohasiga 26,4 trln.so`m, qurilish sohasiga 15,3 trln.so`m, turar-joy qurilishi 29,1 trln.so`m, axborot va aloqa sohasiga 12,3 trln.so`m hamda ta`lim sohasiga 7,8 trln.so`m miqdorda mablag` yo`naltirilgan.

To`g`ridan-to`g`ri xorijiy investitsiyalar orqali moliyalashtirilishi natijasida asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar 84,3 trillion so`mga yetdi, bu ko`rsatkich 2022-yilning mos davri bilan solishtirilganda 196,4 % ni tashkil qiladi. Mamlakatga kiritilgan xorijiy investor-mamlakat bo`yicha 2023 yilda Xitoy 25,6 foiz, Rossiya 13,4 foiz, Saudiya Arabiston 7,9 foiz, Turkiya 6,4 foiz, Germaniya 4,3 foiz miqdorida ulushga ega bo`ldi. Bu esa O`zbekiston investor-mamlakat uchun asosan to`qimachilik sanoati, elektr energiyasi, gaz va tog` kon sanoati tarmoqlari o`ziga hos sarmoya kiritish obyekti bo`ldi.

Mamlakatda investitsion jozibadorligini oshirish xorijiy investorlarni keng jalb qilish maqsadida so`ngi yillarda bir necha islohotlarni amalga oshirilib kelinmoqda:

- Investorlar uchun valyuta mablag`larini banklar orqali hech qanday cheklovlarsiz konvertatsiya qilish imkoniyatlari taqdim etildi. Valyuta masalalarini yanada qulaylashtirish maqsadida O`zbekistonda barcha xo`jalik yurituvchi subyektlar uchun eksportdan tushadigan valyutalarni majburiy sotish tartibi bekor qilindi. Bu esa Valyuta siyosatini liberallashtirish biznesni rivojlantirish, chet el valyutasi aylanmasini kengaytirish, eksport va import hajmini oshirish, investitsiya oqimini kuchaytirish uchun katta turtki bo`lib xizmat qiladi.

- Ishbilarmonlik va investitsiya muhitini tubdan yaxshilash, ortiqcha byurokratik to`siqlarni bartaraf etish choralar ko`rilmoqda.

- Davlat aktivlarini boshqarish, to`g`ridan-to`g`ri xorijiy sarmoyalarni jalb qilish uchun maxsus agentliklar hamda monopoliyaga va korrupsiyaga qarshi kurashish qo`mitalari tuzildi. Bu chora-tadbirlar iqtisodiyotning asosiy tarmoqlariga investorlarni jalb qilishga imkoniyatni oshiradi.

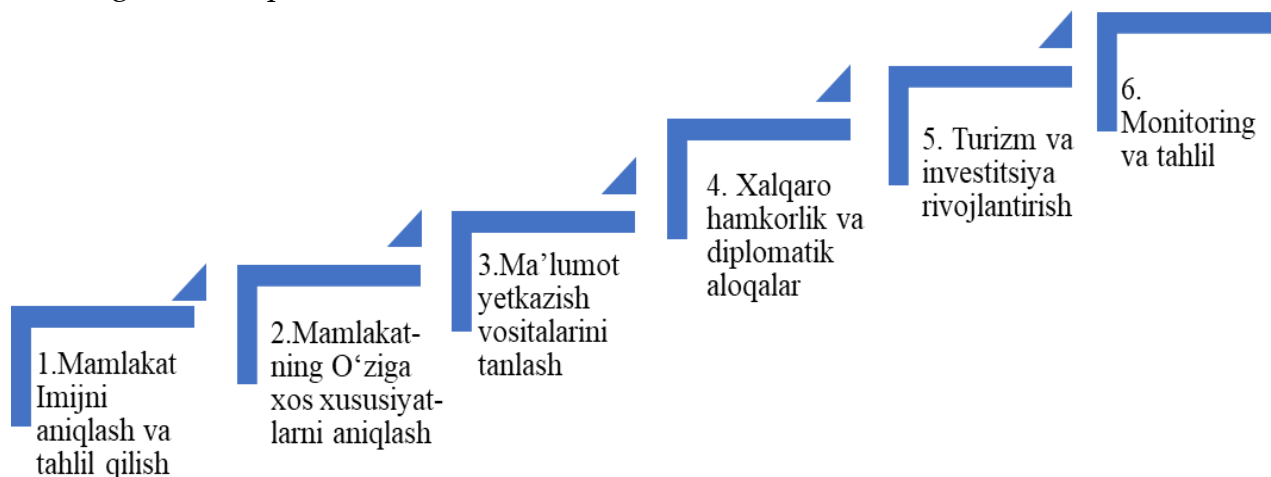
- Yevropa tiklanish va taraqqiyot banki bilan hamkorlikda tashkil etilgan Xorijiy investorlar kengashi va investorlar o`rtasida to`g`ridan-to`g`ri muloqotni ta`minlovchi rolini yanada kuchaytirdi.

-“Investitsiyalar va investitsiya faoliyati to`g`risida” va “Maxsus iqtisodiy zonalar to`g`risida”gi ikki Qonun ilgari qabul qilingan bir qator normativ-huquqiy hujjatlar O`zbekistonga investitsiya kiritish shartlarini sezilarli darajada yaxshilash imkoniyatini taqdim etdi.

Brend strategiyalarini samarali qo'llash orqali mamlakatlar o'zlarining xalqaro maydondagi o'rnini mustahkamlash va barqaror rivojlanishni ta'minlash uchun qulay sharoitlar yaratishi mumkin. Bu, o'z navbatida, iqtisodiy, ijtimoiy va siyosiy barqarorlikka hissa qo'shadi.

Mamlakatning imijini shakllantirish murakkab va ko'p qirrali jarayon bo'lib, bu davlat, biznes sektori, va fuqarolik jamiyati kabi bir qancha ishtirokchilarni o'z ichiga oladi. Mamlakatning ijobiy imijini shakllantirish xalqaro maydonda uning mavqeyini

mustahkamlash, investitsiyalarni jalb qilish, turizmni rivojlantirish va eksport hajmini oshirishga xizmat qiladi.



1-rasm. Mamlakat imijini shakllantirish bosqichlari

Mamlakat imijini shakllantirishda dastlab mamlakat xalqaro maydonda o'z imijni aniqlashi va tahlil qilishi kerak. Bu jarayonda Mamlakatning jahon sahnasida qanday qabul qilinishini o'rganish, asosiy ijobiy va salbiy tasavvurlarni aniqlanadi. Qanday imij yaratmoqchi ekanligingizni aniqlanadi. Bu mamlakatning madaniy merosi, iqtisodiy kuchi, turizm salohiyati, va xalqaro siyosiy roli asosida belgilab olinadi.

Ikkinchi bosqichda Mamlakatni boshqa davlatlardan ajratib turadigan o'ziga xos xususiyatlarni aniqlanadi ya'ni geografik joylashuv, tarixi, madaniyati, iqtisodiyotning kuchli tomonlari va boshqalarni baholanadi.

Uchinchi bosqichi mamlakatni brendi va imiji to'g'risida ma'lumot yetkazish vositalarini tanlanadi. Televizion va raqamli media kampaniyalar orqali mamlakatning ijobiy tomonlarini ko'rsatiladi va o'ziga xos kontentni yaratish hamda targ'ib qilish uchun ijtimoiy media platformalaridan foydalaniladi. Xalqaro miqyosda o'tkaziladigan madaniy tadbirlar orqali mamlakat madaniyatini tanishtirilib boriladi. Bu orqali mamlakatni ijobiy tomonlari va imkoniyatlarini taqdim etadi.

To'rtinchi bosqichda mamlakatning xalqaro tadbirlarda faol ishtirok etish, boshqa mamlakatlar bilan do'stona munosabatlarni mustahkamlashi va o'z elchixonasi hamda vakolatxonalarini faoliyati rivojlantiriladi. Xorijiy davlatlar bilan madaniy, iqtisodiy va ilmiy almashinuv dasturlarini rivojlantirib boriladi.

Beshinchi bosqichda mamlakatda turizm va investitsion muhitni rivojlantiriladi. Turizmni rivojlantirish uchun mamlakatning tabiiy va madaniy meros obyektlarini targ'ib qilinadi. Xorijiy investitsiyalarni jalb qilish uchun qulay investitsiya muhiti yaratish va bu haqida xorijiy investorlarni xabardor qilinadi.

So'ngi bosqichda jarayonni monitoring va tahlil qilinadi. Mamlakatning imijini shakllantirish bo'yicha amalga oshirilgan strategiyalarning samaradorligini doimiy ravishda kuzatish va tahlil qilinadi hamda olingan ma'lumotlarga asoslangan holda strategiyani takomillashtiriladi.



2-rasm. Mamlakat imijini rivojlantirish strategiyalari

Mamlakat imijini rivojlantirishda mamlakatni global brend sifatida pozitsiyalash, uning ijobiy tomonlarini ko'rsatish, yirik xalqaro tashkilotlar, OAV va yirik korporatsiyalar bilan hamkorlik o'rnatish, mamlakatni xalqaro miqyosda tanitish uchun taniqli madaniyat va sport arboblardan elchi sifatida foydalanish, yirik xalqaro tadbirlar, festival va sport musobaqalarini mamlakatda o'tkazish orqali ijobiy imij yaratish, milliy brendning ijtimoiy media kampaniyalar orqali keng miqyosda tanitish muhim hisoblanadi.

Ushbu strategiyalar orqali mamlakatning xalqaro maydondagi ijobiy imijini shakllantirishga muvaffaq bo'lish mumkin.

Xulosa

O'zbekiston o'z imijini shakllantirishda turizm salohiyatidan foydalanishi, investitsion jozibadorligini oshirish va erkin iqtisodiy sanoat hududlarni rivojlantirishi muhim ahamiyat kasb etadi. O'zbekistonning turizm salohiyati boy madaniy meros, tabiiy go'zalliklar va qadimiy tarixiy yodgorliklar bilan bog'liq. Mamlakatning Markaziy Osiyo mintaqasida joylashganligi, Buyuk Ipak yo'li markazi sifatida tarixiy ahamiyati va boy madaniyati O'zbekistonni xalqaro turizm uchun jozibador yo'nalishga aylantiradi. Mamlakatning investitsion jozibadorligi mamlakatning imiji iqtisodiyoti, infratuzilmasi va siyosiy barqarorligi bilan bog'liq bo'lib, bu omillar xalqaro investorlar uchun qulay sharoit yaratildi.

O'zbekiston xalqaro maydonda ijobiy imijini shakllantirishda quyidagi ishlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

- Mamlakat iqtisodiyotini bozor tamoyillariga asosan amalga oshirishi, soliq siyosatini yengillashtirish, xorijiy investitsiyalar uchun qulay sharoit yaratish va kichik hamda o'rta biznesni qo'llab-quvvatlash orqali iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashi kerak. Milliy mahsulotlari va xizmatlarini yuqori sifatda ishlab chiqarish va xalqaro bozorga chiqish uchun eksport salohiyatini oshirish zarur bo'ladi.

- Xalqaro diplomatik aloqalarni rivojlantirishi BMT, Yevropa Ittifoqi, MDH, Islom hamkorlik tashkiloti kabi xalqaro tashkilotlarda O'zbekistonning roli va ishtirokini oshirishi, xalqaro miqyosda faol diplomatik tashriflar, davlat rahbarlari va yetakchilari bilan uchrashuvlar o'tkazish orqali hamkorlik aloqalarini mustahkamlash.

- Madaniy va sayyohlik merosni targ'ib qilish bu orqali O'zbekistonning boy madaniy merosini xalqaro miqyosda tanitish uchun xalqaro madaniy tadbirlar, festivallar hamda ko'rgazmalar o'tkazish. Turizm infratuzilmasini rivojlantirish, xalqaro sayyohlarni jalb qilish va mamlakatning diqqatga sazovor joylarini targ'ib qilish.

- Jahon ommaviy axborot vositalarida O'zbekiston haqida ijobiy materiallarni joylashtirish va xalqaro jurnalistlar uchun media-turlar tashkil etishi kerak. Ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalar orqali O'zbekistonning ijobiy imijini targ'ib qilish, milliy brendlarni xalqaro bozorga tanitish.

- Xorijiy investorlar uchun soliq va bojxona imtiyozlarini taqdim etuvchi erkin iqtisodiy zonalarni yaratish va rivojlantirish, ular qulay biznes muhitini yaratish, investitsiyalarni himoya qilish va ularni jalb qilish bo'yicha maxsus dasturlar ishlab chiqish.

- Xalqaro investorlar va korxonalar uchun huquqiy barqarorlikni ta'minlash, qonunlar ijrosi ustidan nazoratni kuchaytirish, korrupsiyaga qarshi samarali kurash va davlat boshqaruvida shaffoflikni ta'minlash orqali davlatning nufuzini oshirish.

- Xalqaro ta'lim va ilm-fan sohasidagi hamkorlikni kuchaytirish, xalqaro talabalarning O'zbekistonda o'qishini rag'batlantirish kerak.

Bu chora-tadbirlar O'zbekistonning xalqaro maydondagi ijobiy imijini shakllantirishga yordam beradi va mamlakatni jahon sahnasida tanitishda katta ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston respublikasi prezidentining 2024 yil 19 iyundagi "Xalqaro reyting va indekslar bilan ishlash tizimini takomillashtirish hamda ushbu sohada parlament nazoratini kuchaytirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-91 sonli farmoni. <https://lex.uz/docs/-6975276>
2. 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni bilan tasdiqlangan 2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasini
3. Joseph S. (2004) The Means to Success in World Politics. Pub Li Caff Airs New York.
4. Simon Anholt (2006) The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Palgrave Macmillan
5. Keith Dinnie (2008) Concepts, Issues, Practice. Jordan Hill, Oxford OX2 8DP, UK
6. Gyorgy Szondi (2008) Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. Jan Melissen, Netherlands Institute of International
7. <https://www.gazeta.uz/oz/2024/02/21/tourists/>

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

