SCIENCE HUB REVIEW
2026
Volume 1
Issue 2
www.sciencehubreview.uz
ILMIY ELEKTRON JURNAL

TURIZM DIPLOMATIYASI MAMLAKAT IMIJINI SHAKLLANTIRISH VOSITASI SIFATIDA

Akramova Sakinabonu Raxmatulla qizi

International School of Finance Technology and Science Institute (ISFT), "Xalqaro munosabatlar" yo'nalishining 3-bosqich talabasi

Annotatsiya
Mazkur maqolada turizm diplomatiyasining mamlakat imijini shakllantirishdagi o'rni O'zbekiston misolida tahlil qilingan. So'nggi yillarda amalga oshirilgan viza siyosati islohotlari, xalqaro sayyohlar oqimining o'sish dinamikasi, hamda turizmning davlatning tashqi siyosiy va iqtisodiy manfaatlariga qanday xizmat qilishi ko'rib chiqilgan.
Kalit so'zlar
Turizm diplomatiyasi, davlat imiji, yumshoq kuch, O'zbekiston, xalqaro sayyohlar, milliy brend.

Kirish

Zamonaviy xalqaro munosabatlarda davlatning kuchi faqat harbiy yoki iqtisodiy salohiyat bilan emas, balki uning "yumshoq kuchi" — madaniyati, imiji va jozibadorligi bilan ham o'lchanadi. Turizm — bu yo'nalishdagi eng samarali vositalardan biri hisoblanadi, chunki u xorijiy fuqarolarga mamlakat bilan bevosita tanishish, uning haqiqiy qiyofasini ko'rish imkonini beradi. O'zbekiston uchun so'nggi o'n yillikda turizm sohasi shunchaki iqtisodiy tarmoq bo'libgina qolmay, balki mamlakat imijini xalqaro miqyosda o'zgartirishning muhim vositasiga aylandi.

2016-yildan keyin viza rejimining soddalashtirilishi, elektron viza tizimining joriy etilishi va xavfsizlik sharoitlarining yaxshilanishi tufayli O'zbekistonga keladigan xorijiy sayyohlar soni bir necha barobar oshdi. Bu o'zgarish nafaqat iqtisodiy natija berdi, balki dunyo mamlakatlariga O'zbekiston haqidagi eski, yopiq tasavvurlarni ham o'zgartirdi. Shu boisdan turizm diplomatiyasini alohida ilmiy yo'nalish sifatida o'rganish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Maqolaning maqsadi — turizmning davlat imijini shakllantirishdagi rolini O'zbekiston misolida statistik ma'lumotlar va aniq amaliy qadamlar orqali ko'rsatib berishdan iborat.

Bu mavzu meni shaxsan ham qiziqtiradi, chunki xalqaro munosabatlar deganda ko'pchilik faqat rasmiy muzokaralar, siyosiy bayonotlar yoki harbiy masalalarni tasavvur

qiladi. Aslida esa, oddiy bir sayyohning Samarqandga sayohati ham, o‘z-o‘zidan, davlatlararo munosabatlarning bir ko‘rinishi hisoblanadi. Shu ma’noda turizmni o‘rganish menga xalqaro munosabatlarni nafaqat davlatlar darajasida, balki oddiy odamlar darajasida ham tushunish imkonini beradi.

Metodologiya

Maqolani yozishda statistik tahlil, qiyosiy usul va hujjatlarni o‘rganish usullaridan foydalanildi. Turizm qo‘mitasining rasmiy raqamlari, Prezident farmonlari va xalqaro tashkilotlarning hisobotlari asosida xulosalar chiqarildi.

Asosiy qism

1. Turizm diplomatiyasi tushunchasi

Turizm diplomatiyasi deganda davlatning sayyohlik sohasini ongli ravishda tashqi siyosat va imij siyosatining bir qismi sifatida ishlatishi tushuniladi. Bunda oddiy sayyoh — bu nafaqat mehmon, balki mamlakat haqidagi "jonli guvoh"dir: u qaytib borgach, o‘z ko‘rgan-bilganlarini oila-a’zolari, do‘stlari va ijtimoiy tarmoqlar orqali ulashadi. Shu tariqa bir kishi orqali yuzlab, minglab odamlarga mamlakat haqida ijobiy yoki salbiy taassurot yetib boradi. Aynan shu sabab tufayli ko‘plab davlatlar turizmni diplomatiyaning "yumshoq" quroli sifatida qaraydi.

2. O‘zbekistonda turizm sohasidagi islohotlar

Sovet davrida ham O‘zbekiston turizm sohasida ma’lum tajribaga ega edi — Samarqand va Buxoro kabi shaharlar o‘sha davrda ham xorijiy mehmonlarni qabul qilgan. Biroq o‘sha davrdagi turizm ko‘p jihatdan davlat nazorati ostida, cheklangan miqyosda olib borilgan edi: xorijiy sayyohlar faqat maxsus ruxsatnomalar bilan, qat’iy belgilangan marshrutlar bo‘yicha sayohat qila olardi. Mustaqillikdan keyingi dastlabki yillarda ham bu soha sekin rivojlandi, chunki umumiy tashqi siyosat nisbatan yopiq xarakterga ega edi. Ammo 2016-yildan keyin vaziyat tubdan o‘zgardi: O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish bo‘yicha bir qator jiddiy qadamlar tashlandi: ko‘plab davlatlar uchun viza rejimi bekor qilindi yoki soddalashtirildi, elektron viza tizimi joriy etildi, ichki aviaqatnovlar kengaytirildi. 2025-yil may oyida qabul qilingan Prezident farmoniga ko‘ra, mamlakat diplomatik vakolatxonalari xorijiy turistlarni jalb qilish bo‘yicha aniq reja-jadval asosida ishlashi, shuningdek "Tourist friendly" (turistlarga mehmondo‘stlik) tizimini joriy etish belgilandi. Bu — turizmni endi nafaqat Turizm qo‘mitasi, balki tashqi siyosat idoralarining ham vazifasiga aylantirganini ko‘rsatadi.

3. Statistik ko‘rsatkichlar va ularning diplomatik ahamiyati

Turizm nafaqat imij, balki real iqtisodiy natija ham beradi. Mehmonxonalar, restoranlar, transport xizmatlari, gidlar, hunarmandlar — bularning barchasi sayyohlar oqimidan bevosita foyda ko‘radi. Bu esa ish o‘rinlari yaratish va oilaviy biznesni rivojlantirish orqali oddiy odamlarning turmush darajasiga ham ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Raqamlar bu boradagi o‘zgarishni yaqqol ko‘rsatadi: 2023-yilda O‘zbekistonga 6,6 million, 2024-yilda 10 milliondan ortiq, 2025-yilda esa 11,7 milliondan ko‘proq xorijiy sayyoh tashrif buyurgan. 2026-yilning yanvar-iyul oylarida bu ko‘rsatkich 7,75 million kishini tashkil etib, o‘tgan yilning shu davriga nisbatan 22,6 foizga oshgan. Turistik xizmatlar eksporti ham sezilarli darajada ko‘paydi va bir necha milliard AQSH dollariga yetdi. Butunjahon turizm tashkilotining hisobotiga ko‘ra, O‘zbekiston 2025-yilda xorijiy sayyohlar oqimining o‘sish sur’ati bo‘yicha dunyodagi yetakchi davlatlar qatoriga kirdi. Bunday statistik yutuqlar davlat rahbariyati uchun xalqaro muzokaralarda ham

qo‘shimcha "argument" vazifasini bajaradi — mamlakat xavfsiz, ochiq va rivojlanayotgan davlat sifatida taqdim etiladi.

4. Xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik

O‘zbekiston Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) bilan faol hamkorlik qilib, mamlakatda turizm bo‘yicha xalqaro anjumanlar va forumlar o‘tkazib kelmoqda. Bunday tadbirlar nafaqat turizm mutaxassislarini, balki xorijiy jurnalistlar va blogerlarni ham jalb qilib, mamlakat haqidagi ma’lumotni dunyo bo‘ylab tarqatishga xizmat qiladi. Bu — an’anaviy diplomatik muzokaralardan farqli o‘laroq, "yumshoq" va bevosita usul orqali mamlakat obro‘sini oshirish imkonini beradi.

5. Madaniy meros va milliy brend

O‘zbekistonning tarixiy shaharlari — Samarqand, Buxoro, Xiva — Buyuk Ipak yo‘lining markazi sifatida jahon miqyosida tanilgan. Turizm diplomatiyasi aynan shu boy tarixiy-madaniy merosni zamonaviy infratuzilma bilan uyg‘unlashtirib taqdim etishga qaratilgan. Xalqaro jurnallarda O‘zbekiston haqida chop etilayotgan maqolalarda mamlakat nafaqat qadimiy meros egasi, balki zamonaviy va qulay sayohat yo‘nalishi sifatida tasvirlanmoqda — bu esa milliy brendni shakllantirishning muhim qismidir.

6. Mintaqaviy turizm hamkorligi

Turizm diplomatiyasi nafaqat uzoq xorijiy davlatlar, balki qo‘shni Markaziy Osiyo mamlakatlari bilan munosabatlarni ham mustahkamlamoqda. Hozirgi kunda Qirg‘iziston, Tojikiston va Qozog‘iston fuqarolari O‘zbekistonga eng ko‘p tashrif buyuruvchi xorijiy sayyohlar qatoriga kiradi. Bu holat mintaqadagi chegaralarning ochilishi va vizasiz rejimlarning joriy etilishi bilan bog‘liq bo‘lib, mintaqaviy integratsiyaning yana bir amaliy ko‘rinishi hisoblanadi.

7. Muammolar va istiqbollar

Shu bilan birga, turizm sohasida hal qilinishi lozim bo‘lgan muammolar ham mavjud: mehmonxona va infratuzilma quvvatining sayyohlar oqimiga to‘liq yetib bormasligi, hududiy notekislik (asosan Toshkent, Samarqand, Buxoroga e’tibor qaratilishi), shuningdek xizmat sifatini xalqaro standartlarga yetkazish zarurati. Davlat rahbari keyingi besh yil ichida xorijiy turistlar sonini 20 million kishigacha, turizm xizmatlari hajmini esa 20 milliard dollargacha yetkazish vazifasini qo‘ygan. Bu maqsadga erishish uchun infratuzilmani yanada rivojlantirish, kadrlar tayyorlash va marketing strategiyasini kuchaytirish talab etiladi.

8. Raqamli marketing va ijtimoiy tarmoqlarning roli

Zamonaviy turizm diplomatiyasida ijtimoiy tarmoqlar va raqamli marketing katta ahamiyat kasb etmoqda. Xorijiy blogerlar va sayohatchilarning O‘zbekiston haqida tayyorlagan videolari, ijtimoiy tarmoqlardagi postlari millionlab odamlarga yetib bormoqda. Davlat idoralari ham rasmiy sahifalar orqali mamlakat haqida ma’lumot tarqatishga, xorijiy hamkorlar va jurnalistlarni taklif qilishga e’tibor qaratmoqda. Bu — an’anaviy reklamadan farqli o‘laroq, arzon va tez tarqaladigan, ishonchli usul hisoblanadi, chunki ma’lumot ko‘pincha oddiy sayyohning shaxsiy tajribasi orqali yetkaziladi. Bugungi kunda bitta yaxshi video, agar u millionlab ko‘rishga ega bo‘lsa, davlatning bir necha yillik rasmiy reklama byudjetidan ko‘ra ko‘proq odamga yetib borishi mumkin.

9. Turizmning tashqi siyosat bilan uyg‘unligi

Muhim jihatlardan yana biri shundaki, turizm sohasidagi yutuqlar davlat rahbarining xalqaro uchrashuvlarida ham qo‘shimcha mavzu sifatida ko‘tarilmoqda. Xorijiy davlat rahbarlari bilan bo‘lib o‘tadigan muzokaralarda to‘g‘ridan-to‘g‘ri aviaqatnovlarni yo‘lga qo‘yish, vizasiz safarlar doirasini kengaytirish kabi masalalar muhokama qilinmoqda. Bu shuni ko‘rsatadiki, turizm endi alohida soha emas, balki mamlakatning umumiy tashqi siyosiy strategiyasining ajralmas qismiga aylangan.

10. Oddiy odam nazaridan: turizmning kundalik hayotga ta’siri

Turizm diplomatiyasi haqida gapirganda, buni faqat rasmiy hujjatlar va statistika orqali emas, balki oddiy odamlar hayoti misolida ham ko‘rish mumkin. Masalan, Samarqand yoki Buxoroda yashovchi oddiy oilalar bugungi kunda mehmonxona ochib, gid bo‘lib yoki milliy taomlar tayyorlab, xorijiy sayyohlar bilan bevosita muloqot qilish orqali daromad topmoqda. Har bir shunday uchrashuv, aslida, kichik miqyosdagi "xalq diplomatiyasi"dir — chunki sayyoh nafaqat yodgorliklarni ko‘radi, balki mahalliy odamlarning mehmondo‘stligini, turmush tarzini ham his qiladi. Aynan shu his-tuyg‘ular keyinchalik uning mamlakat haqidagi eng kuchli va samimiy taassurotiga aylanadi, buni hech qanday rasmiy reklama almashtira olmaydi.

11. Yoshlar va talabalarning turizm diplomatiyasidagi o‘rni

Xalqaro munosabatlar yo‘nalishida ta’lim olayotgan talabalar ham turizm diplomatiyasida o‘z o‘rniga ega bo‘lishi mumkin. Xalqaro tadbirlarda ko‘ngilli (volontyor) sifatida ishtirok etish, xorijiy mehmonlarga tarjimonlik qilish, ijtimoiy tarmoqlarda mamlakat haqida to‘g‘ri va qiziqarli ma’lumot ulashish — bularning barchasi yosh avlodning ham mamlakat imijini shakllantirishga qo‘sha oladigan hissasidir. Kelajakda diplomat yoki xalqaro munosabatlar mutaxassisi bo‘lishni istagan talaba uchun bu tajriba nazariy bilimni amaliyot bilan bog‘lashning yaxshi imkoniyati hisoblanadi.

12. Boshqa davlatlar tajribasi bilan qisqacha solishtirish

Turizmni diplomatik vosita sifatida ishlatish yolg‘iz O‘zbekistonga xos emas. Masalan, Turkiya yoki BAA kabi davlatlar ham ko‘p yillardan buyon turizmni o‘zining tashqi siyosiy va iqtisodiy strategiyasining markaziga qo‘ygan. Bu davlatlar tajribasi shuni ko‘rsatadiki, turizmga qilingan investitsiya nafaqat to‘g‘ridan-to‘g‘ri daromad, balki mamlakat haqidagi umumiy tasavvurni ham o‘zgartiradi. O‘zbekiston ham xuddi shunday yo‘ldan bormoqda — farqi shundaki, bizning davlatimiz nisbatan qisqa vaqt ichida, taxminan bir necha yil ichida, katta sakrash qildi. Bu tezlik boshqa davlatlar uchun ham qiziqarli o‘rganish obyekti bo‘lishi mumkin.

13. Xulosa o‘rnida amaliy tavsiyalar

Turizm diplomatiyasini yanada samarali qilish uchun quyidagi amaliy qadamlar foydali bo‘lishi mumkin: birinchidan, mahalliy aholini turizm sohasiga ko‘proq jalb qilish va ularga tegishli ko‘nikmalarni o‘rgatish; ikkinchidan, kichik shaharlar va qishloqlarda ham turistik infratuzilmani rivojlantirish, shunda faqat Toshkent, Samarqand va Buxoro emas, balki butun mamlakat sayyohlar uchun ochiq bo‘ladi; uchinchidan, xorijiy talabalar va yosh mutaxassislar bilan almashinuv dasturlarini kengaytirish, chunki bunday odamlar keyinchalik o‘z mamlakatlarida O‘zbekiston haqida eng ishonchli "elchi"ga aylanadi.

14. Ekologik va mas’uliyatli turizm masalasi

Sayyohlar sonining tez o‘sishi bilan birga, ekologik masalalarga ham e’tibor qaratish zarur. Tabiiy va tarixiy yodgorliklarga ortiqcha yuklama tushishining oldini olish,

chiqindilarni to‘g‘ri boshqarish, mahalliy ekotizimni asrab-avaylash — bularning barchasi uzoq muddatli turizm diplomatiyasining ajralmas qismi bo‘lishi kerak. Aks holda, qisqa muddatli iqtisodiy foyda uzoq muddatda mamlakatning tabiiy va madaniy boyliklariga zarar yetkazishi mumkin. Shu sababli "mas’uliyatli turizm" tushunchasi bugungi kunda dunyoning ko‘plab davlatlarida, jumladan O‘zbekistonda ham, davlat siyosatining muhim qismiga aylanib bormoqda.

15. Yakuniy mulohaza

Xulosa qilib aytganda, turizm — bu shunchaki dam olish yoki sayohat emas, balki davlatlar o‘rtasidagi ishonchni mustahkamlaydigan, odamlarni bir-biriga yaqinlashtiradigan kuchli vosita. O‘zbekiston misolida ko‘rganimizdek, to‘g‘ri siyosat va izchil harakatlar orqali nisbatan qisqa vaqt ichida mamlakat imijini tubdan o‘zgartirish mumkin ekan. Kelajakda bu yo‘nalishni yanada rivojlantirish uchun nafaqat davlat idoralari, balki har bir fuqaro — mehmonxona egasidan tortib oddiy ko‘cha sotuvchisigacha — o‘z ulushini qo‘shishi kerak, chunki mamlakat imiji, oxir-oqibat, undagi har bir insonning xatti-harakatidan tarkib topadi.

16. Amaliy tavsiyalar ro‘yxati

Yuqorida keltirilgan tahlil asosida quyidagi aniq tavsiyalarni taklif qilish mumkin: birinchidan, viloyat va tuman darajasida turizm mutaxassislarini tayyorlash bo‘yicha qo‘shimcha o‘quv dasturlarini joriy etish; ikkinchidan, xorijiy talabalar va yosh olimlar uchun O‘zbekistonda qisqa muddatli o‘quv-tanishuv dasturlarini tashkil qilish, chunki bunday dasturlar ham bir turdagi turizm diplomatiyasi hisoblanadi; uchinchidan, mahalliy hunarmandchilik va an’anaviy taomlarni ham xalqaro darajada targ‘ib qilish, chunki madaniy meros nafaqat bino va yodgorliklardan, balki jonli an’analardan ham iborat.

To‘rtinchidan, turizm sohasidagi statistik ma’lumotlarni muntazam ravishda ilmiy jamoatchilikka ochiq qilish foydali bo‘lar edi — bu talabalar va tadqiqotchilarga o‘z ishlarini aniq raqamlar asosida qurish imkonini beradi. Beshinchidan, kichik va o‘rta biznes vakillarini turizm sohasiga jalb qilish uchun qulay kredit va soliq sharoitlarini yaratishni davom ettirish zarur, chunki aynan mahalliy tadbirkorlar bu sohaning kundalik "yuzi" hisoblanadi.

17. Xalqaro reyting va mukofotlarning ahamiyati

So‘nggi yillarda O‘zbekiston bir qator nufuzli xalqaro turistik reytinglarda va tanlovlarda ishtirok etib, yuqori o‘rinlarni egallamoqda. Masalan, yirik sayohat jurnallari va turistik platformalar O‘zbekistonni "yilning eng yaxshi yo‘nalishlaridan biri" sifatida tilga olgan. Bunday tan olinishlar, garchi ular bevosita moliyaviy foyda keltirmasa-da, xalqaro jamoatchilik nazarida mamlakat obro‘sini oshiradi va kelgusida yanada ko‘proq sayyoh va investorlarni jalb qilishga xizmat qiladi. Bu — turizm diplomatiyasining yana bir muhim, ammo kam e’tibor beriladigan jihati: xalqaro tan olinish o‘zi ham diplomatik kapitalga aylanadi.

18. Mintaqalar orasidagi hamkorlik: Samarqand va Buxoro misolida

Aniqroq tasavvur hosil qilish uchun Samarqand shahri misolini ko‘rib chiqish mumkin. Bu shahar so‘nggi yillarda nafaqat tarixiy meros markazi, balki zamonaviy xalqaro anjumanlar o‘tkaziladigan joyga ham aylandi — bu yerda turli xalqaro forumlar, konferensiyalar va yuqori darajadagi uchrashuvlar tashkil etilgan. Bunday tadbirlar shaharga nafaqat oddiy sayyohlarni, balki dunyoning turli mamlakatlaridan kelgan rasmiy delegatsiyalarni ham jalb qiladi. Natijada Samarqand o‘zining tarixiy imiji bilan bir

qatorda, zamonaviy diplomatik markaz sifatidagi yangi qiyofasini ham shakllantirmoqda. Bu misol shuni koʻrsatadiki, turizm va diplomatiya bir-biridan ajralmas holda birga rivojlanishi mumkin.

19. Pandemiyadan keyingi tiklanish jarayoni

2020-2021-yillardagi jahon pandemiyasi butun dunyo turizm sohasiga katta zarar yetkazgan edi, Oʻzbekiston ham bundan mustasno emas edi. Biroq mamlakat bu davrdan keyin nisbatan tez tiklanish surʼatini koʻrsatdi. Butunjahon turizm tashkiloti hisobotlariga koʻra, 2025-yilga kelib Oʻzbekistonga kelgan xalqaro sayyohlar soni 2019-yilgi, yaʼni pandemiyagacha boʻlgan koʻrsatkichdan ancha yuqoriga chiqib ketdi — bu oʻsish 70 foizdan ortiq boʻlgan. Bunday tezkor tiklanish tasodifiy emas, balki davlatning izchil siyosati, xavfsizlik choralari va marketing saʼy-harakatlarining natijasi hisoblanadi. Bu holat shuni koʻrsatadiki, inqirozli vaziyatlarda ham toʻgʻri strategiya orqali mamlakat imijini saqlab qolish, hatto yaxshilash mumkin ekan.

20. Til bilimi va madaniy tayyorgarlikning ahamiyati

Turizm diplomatiyasining muvaffaqiyati koʻp jihatdan mahalliy aholi va xizmat koʻrsatuvchilarning til bilimi hamda madaniy tayyorgarligiga ham bogʻliq. Xorijiy tilni yaxshi biladigan gid yoki mehmonxona xodimi nafaqat sifatli xizmat koʻrsatadi, balki sayyoh bilan chuqurroq muloqot orqali mamlakat haqida toʻgʻri tasavvur shakllantirishga ham yordam beradi. Shu boisdan turizm sohasida ishlaydigan kadrlarni tayyorlashda til oʻrgatish dasturlariga, shuningdek boshqa madaniyatlarni tushunish koʻnikmalariga alohida eʼtibor qaratish zarur. Xalqaro munosabatlar yoʻnalishida taʼlim olayotgan talabalar uchun ham bu — til va madaniyatlararo muloqot koʻnikmalarini amalda sinab koʻrishning yaxshi imkoniyatidir.

21. Kelajakka nazar

Oʻzbekiston turizm sohasida erishgan yutuqlar, albatta, bir kunlik natija emas — bu koʻp yillik izchil ishning mahsuli. Kelajakda ham bu yoʻnalishni davom ettirish, yangi bozorlarni oʻzlashtirish (masalan, Janubi-Sharqiy Osiyo yoki Lotin Amerikasi davlatlaridan sayyohlarni jalb qilish), shuningdek raqamli texnologiyalardan — masalan, sunʼiy intellekt asosidagi shaxsiylashtirilgan sayohat takliflaridan — foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Turizm doimo oʻzgarib turadigan soha boʻlgani uchun, mamlakat ham doimiy ravishda yangi trendlarga moslashib borishi kerak.

Xulosa

Oʻtkazilgan tahlil shuni koʻrsatadiki, turizm Oʻzbekiston uchun shunchaki iqtisodiy soha emas, balki mamlakat imijini xalqaro miqyosda shakllantiruvchi muhim diplomatik vositaga aylandi. Viza siyosatidagi islohotlar, statistik koʻrsatkichlarning barqaror oʻsishi va xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik — bularning barchasi Oʻzbekistonning ochiq, xavfsiz va mehmondoʻst davlat sifatidagi yangi qiyofasini shakllantirishga xizmat qilmoqda.

Shu bilan birga, shuni ham unutmaslik kerakki, turizm diplomatiyasining muvaffaqiyati faqat davlat darajasidagi qarorlarga emas, balki har bir oddiy fuqaroning xatti-harakatiga ham bogʻliq. Xorijiy mehmonga koʻrsatilgan bitta samimiy tabassum, toʻgʻri yoʻl koʻrsatish yoki oddiy yordam — bularning barchasi, yigʻilib, mamlakat haqidagi umumiy taassurotni shakllantiradi. Shu maʼnoda turizm diplomatiyasi — bu nafaqat vazirlik yoki elchixonalarning ishi, balki butun jamiyatning umumiy vazifasidir.

Kelgusida bu yo‘nalishni yanada rivojlantirish uchun infratuzilma va xizmat sifatini oshirish, shuningdek turizmni tashqi siyosat strategiyasi bilan yanada chuqurroq bog‘lash zarur. Agar O‘zbekiston hozirgi sur’atni saqlab qolsa, kelgusi yillarda mamlakat nafaqat mintaqada, balki butun dunyoda eng jozibali turistik yo‘nalishlardan biriga aylanishi mumkin.

Shaxsan mening fikrimcha, xalqaro munosabatlar talabasi sifatida turizmni o‘rganish menga muhim narsani angladi: davlatlararo munosabatlar faqat rasmiy sarlavhalar va yuqori martabali uchrashuvlardan iborat emas, balki har kuni minglab oddiy odamlar o‘rtasidagi kichik-kichik uchrashuvlardan ham iborat ekan. Ehtimol, aynan shu — eng samimiy va eng barqaror diplomatiyaning o‘zidir.

Umuman olganda, ushbu tadqiqot davomida to‘plangan ma’lumotlar va tahlillar shuni yana bir bor tasdiqladi: kichik ko‘rinadigan qadamlar — bitta yangi aviareys, bitta soddalashtirilgan viza tartibi, bitta yaxshi tashkil etilgan festival — vaqt o‘tishi bilan yig‘ilib, mamlakatning butun dunyo oldidagi qiyofasini tubdan o‘zgartirishi mumkin ekan.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-may PF-87-son Farmoni. "2025-2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko‘paytirish... to‘g‘risida".
2. Gazeta.uz. "O‘zbekiston dunyoda sayyohlar oqimi eng tez o‘sayotgan mamlakatlar qatoriga kirdi" (2025-yil, dekabr). — gazeta.uz
3. Spot.uz. "To‘rt oy ichida O‘zbekistonga 4 mlndan ortiq xorijiy sayyoh keldi" (2026-yil, may). — spot.uz
4. Sputniknews.uz. "O‘zbekistonga yetti oyda qariyb 7,8 mln xorijiy sayyoh keldi" (2026-yil, avgust). — oz.sputniknews.uz
5. Dunyo.info. "O‘zbekistonning faol diplomatiyasi: 2025-yil" tahliliy maqolasi. — dunyo.info
6. O‘zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi huzuridagi Turizm qo‘mitasining rasmiy statistik ma’lumotlari.
7. Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO). "World Tourism Barometer", 2025-yil hisoboti.