



O'ZBEKISTONDA MICE TURIZMINI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI VA JORIY ETISH MUAMMOLARI

Xalilova Gulnoza Nurullo qizi

Oriental universiteti o'qituvchi-stajyori,

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

mustaqil izlanuvchisi (PhD)

gulnoza888894@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur tezisdagi turizmni rivojlantirishda xorij tajribasidan foydalanish, MICE turizmning hozirgi kundagi imkoniyatlari va joriy etish muammolari hamda ushbu sohaning eng serdarmad turizm turi ekanligi haqida fikr va mulohazalar keltirilgan.

Kalit so'zlar: turizm, imkoniyatlar, raqobat, biznes muhiti, muammolar, hamkorlik aloqalari, turistik firmalar.

Abstract: This thesis presents ideas and observations on the use of foreign experience in developing tourism, the current opportunities and implementation problems of MICE tourism, and the fact that this industry is the most profitable type of tourism.

Keywords: tourism, opportunities, competition, business environment, problems, partnerships, tourism companies.

MICE turizmini rivojlantirishning asosiy ustuvorliklaridan biri u rivojlanganligi hisobiga boshqa turdosh bo'lgan tarmoqlar (transport, savdo, restoran biznesi, mehmonxonalar, poligrafiya, reklama)ga ham katta foyda keltiradi. Chunki MICE turizmini tashkil etishda turdosh tarmoqlar faoliyatidan ham keng foydalaniladi.



Yangi axborot texnologiyalari, ushbu sohadagi so'nggi jahon yutuqlari asosida biznes turizmini rivojlantirish mahalliy kompaniyalarni rivojlantirish va ularni jahon iqtisodiy jarayoniga integratsiyalashning samarali manbalaridan biri bo'lishi mumkin. Ushbu manbaning malakali rivojlanishi yaqin kelajakda butun mamlakat iqtisodiyoti uchun sezilarli daromad olishga imkon beradi.

O'zbekistonda so'nggi yillarda turizmning MICE aspekti jadal rivojlanayotganligini ko'rish mumkin. O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi bu borada "Xalqaro kongress va konferensiya assotsiatsiyasi (ICCA)" bilan hamkorlikda zarur me'yoriy hujjatlar ishlab chiqish ustida ish olib bormoqda. Bunday hamkorlik respublikada MICE turizmi yo'nalishini rivojlantirish va ishbilarmonlik sohasida "O'zbekiston" brendini ilgari surish imkonini beradi.

O'zbekistonda ushbu tadqiqotni amalga oshirishda bir qancha muammolarga duch kelishimiz mumkin. Misol uchun:

1. Statistik tahlillarni aniq yuritilmasligi (mamlakat hududiga kirayotgan va chiqayotgan turistlarning nima maqsadda tashrif buyurish statistikasi to'liq yuritilmaydi. Barchasi umumiy tarzda turizm maqsadida tashrif buyurildi deb yozib qo'yiladi holos).

2. MICE turizmni tashkil etish bo'yicha kamdan-kam turistik firma faoliyat yuritadi. Asosan ziyorat, kirish-chiqish turizmi bo'yicha faoliyat yuritadigan turistik firmalar mavjud. MICE turizmni tashkillashtiruvchi turistik firmalar deyarli sanoqli darajada bo'lganligi bois ular o'rtasida o'zaro raqobat ham past darajada. Ularning xizmatidan foydalanish ham boshqa turizm xizmatlariga nisbatan ancha qimmatroq.

3. Turistik firmalar yoki bo'lmasam tijorat firmalari rahbarlarining dunyo tillarini bilish darajasining pastligi. Misol uchun chet eldan biror-bir tijorat ishi yuzasidan hamkorlik aloqalarini o'rnatish



maqsadida firma rahbarlari, xodimlari bizning mamlakatimizga tashrif buyurishdi deylik. Qurilish sohasi yoki restoran biznesi bo'yicha bir nechta korxonalar bilan muzokara o'tkazib bitim tuzish taklifi bilan o'zaro hamkorlikni yo'lga qo'yishmoqchi deylik. Lekin bizning mamlakatimizdagi korxonalarning ish faoliyati yuksak darajada bo'lsa ham ularning aksariyat rahbar xodimlarining til bilish darajasi pastroqdir. Bu esa o'z navbatida muzokara o'tkazishga va bitim imzolashga salbiy ta'sir ko'rsatishi aniq holatdir.

4. Turistlarni poytaxtimizda ko'p muddat ushlab qola olmaslik. Ya'ni xorijdan ishbilarmonlik turizmi maqsadida tashrif buyurgan turist o'z ishini bitirgandan so'ng yana o'zining mamlakatiga qaytib ketaveradi. Chunki poytaxtda ularni ekskursiya qildirish uchun bir-ikki kunning o'zi yetarli. Asosiy ekskursiya markazlari Samarqand, Buxoro, Xivada joylashgan bo'lib, turistlarni u yerda ko'proq olib qolish imkoniyati mavjud poytaxtda emas.

Yuqoridagi muammolarni bartaraf qilish uchun javob topishimiz lozim bo'lgan quyidagi tadqiqot savollarini shakllantirib oldik:

- Turistlarni poytaxtda bir-ikki kundan uzoqroq ushlab turish uchun nima qilish kerak?
- Muzokaralar o'tkazish uchun konferensiya zallarining soni yetarli darajadami?
- Qaysi turistik firmalar MICE turizmi bo'yicha faoliyat olib boradi?
- MICE turizmi mamlakat iqtisodiyotiga foyda keltira oladimi?
- Ishbilarmonlik turizmini tashkil etishda nimalarga e'tibor qaratish lozim?
- MICE turizmini rivojlantirishda raqobatbardoshlik qay darajada muhim ahamiyat kasb etadi?



- MICE turizmi maqsadida tashrif buyurgan turistlar statistikasini qanday shakllantirish mumkin?

Hozirgi kunda MICE turizmini tashkil etish bo'yicha mamlakatimizda Dolores-travel Advantour hamda Canaan travel yetakchi o'rinda turadi. Ushbu turoperatorlik kompaniyalari o'z xizmatlari bilan ko'pgina turistlarni hursand qilib kelmoqdalar. Dolores-travel Group O'zbekiston Respublikasiga tegishli kompaniya bo'lib, u 25 yil davomida O'zbekistonning turizm bozorida yetakchi o'rinni egallab kelmoqda, shuningdek, chet ellik sayyohlarni qabul qilishga ixtisoslashgan mazkur kompaniya korporativ segmentdagi guruh safarlari, kongresslar, simpozium, forumlarni tashkil etish bo'yicha ham turizmning yetakchi tarmog'i hisoblanadi. Ushbu kompaniyaning MICE turizmi bilan shug'ullanuvchi bo'limi xodimlari nafaqat O'zbekistonda tadbirlarni tashkil etishning barcha nyanslarini puxta biladigan, balki sayyohlik biznesi mutaxassislari ham hisoblanadilar. Ular turlarni tashkil etish bo'yicha konsepsiya ishlab chiqishda o'z ishiga ijodkorona yondosha oladigan mutaxassislar bo'lib, global mehmondo'stlik standartlari sinfiga mos keladigan tadbirlarni a'lo darajada tashkil etish bilan birga, nostandart qiziqarli tadbirlarni ham turistlar hoxish-istagini inobatga olgan holda eng oliy darajada xizmat ko'rsata oladigan xodimlar desak adashmagan bo'lamiz.

MICE turizmini rivojlantirish uchun davlatning ishonchli ijobiy imidjini shakllantirish bo'yicha vakolatli reklama va PR ning yo'qligi. To'g'ri mamlakatning go'zalligini namoyish etish uchun olinadigan tasvirlar ko'p pul mablag'ini talab etadi. Lekin biznes turizmida professional imidjga ega bo'lish uchun uni go'zal shaklda reklama qilib namoyish eta bilish ham kerakdir. Eng muhim muammolardan biri bu ishbilarmonlar va ishbilarmonlik turizmi mutaxassislarning madaniy kompetensiyasi, shu jumladan PR xodimlari, ularning madaniy va til bilish darajasi o'rtasidagi farqlari, turli



madaniyat vakillari bilan muloqot qilish va muzokaralar olib borish qobiliyatining yetishmasligidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Germany Welcomes Global MICE Community as IMEX 2025 Opens//electron resurs//
<https://www.travelandtourworld.com/news/article/germany-welcomes-global-mice-community-as-imex-2025-opens/>
2. 2019–2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi//elektron resurs//<https://lex.uz/ru/docs/-4143188>
3. <https://uzbektourism.uz/service/opendata>
4. <https://uz.kursiv.media/uz/2024-03-18/ozbekistonga-sayyohlar-oqimi-12-foizga-oshdi/>