

**MICE TURIZM FAOLIYATINI TASHKIL ETISHDA GERMANIYA
TAJIRIBASIDAN SAMARALI FOYDALANISH YO‘LLARI**

Xalilova Gulnoza Nurullo qizi

*Oriental universiteti “Biznes va boshqaruv” kafedrası stajyor-o‘qituvchisi,
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil izlanuvchisi (PhD)*

gulnoza888894@gmail.com

Annotatsiya: *Ushbu maqolada bugungi kunda turizm sohasida yetakchi turizm yo‘nalishidan biri bo‘lgan MICE turizm va uning iqtisodiyotga ta‘siri, MICE turizmni rivojlantirishdaxorij tajribasi misolida Germaniya tajribasidan foydalanish, xalqaro darajada ishbilarmonlik muhitini yaratish kabi masalalar yoritib berilgan.*

Kalit so‘zlar: *turizm, tajriba, investitsiya, biznes, daromad, ishbilarmonlik muhiti, kongress-ko‘rgazma.*

Abstract: *This article covers issues such as MICE tourism, one of the leading tourism trends in the tourism industry today, its impact on the economy, the use of German experience as an example of foreign experience in the development of MICE tourism, and the creation of an international business environment.*

Keywords: *tourism, experience, investment, business, income, business environment, congress-exhibition.*

KIRISH

G‘arb mamlakatlari uzoq vaqtdan beri “biznes turizmi” atamasidan keng foydalanib kelmoqdalar. Dunyoda ishbilarmonlik turizmi global iqtisodiyotning eng jadal rivojlanayotgan, yetakchi, mustaqil va yuqori daromadli tarmoqlaridan biri bo‘lgan mehmondo‘stlik bozorining asosiy segmenti hisoblanadi. Ishbilarmonlik turizmi korporativ sayohat sanoati va uchrashuvlar sanoatini birlashtiradi, shu jumladan ishbilarmonlar, davlat xizmatchilari yoki kotiblarning ish safarlarini tashkil etish, kongress-ko‘rgazma va insentiv turizm, shuningdek turli xil tadbirlarni o‘tkazishni o‘z ichiga oladi. “Ishbilarmonlik turizmi” tushunchasi o‘rniga inglizcha



qisqartma – MICE ham keng qo'llaniladi. Ommaviy turizmdan farqli o'laroq, xizmat safari, uni moliyalashtirish manbalari va miqdori to'g'risida qaror odatda biznes ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda qabul qilinadi. Ko'pincha, qaror oddiy muhitdan tashqarida o'zlarining kasbiy vazifalarini bajaradigan ishbilarmon sayyohlarning o'zlari tomonidan emas, balki kompaniya rahbari yoki egasi, kompaniya bo'limi boshlig'i va boshqa shaxslar tomonidan qabul qilinadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

MICE turizmini rivojlantirish borasida iqtisodchi olimlar, marketologlarning fikrlari muhim ahamiyat kasb etadi. UNWTO doimiy vakili Dmitriy Ilinning so'zlariga ko'ra, uchrashuvlar sanoati turizmning eng muhim segmentlaridan biri hisoblanadi. Zero, u iqtisodiyotga juda katta foyda keltiradi — mavsumiylik tushunchasini kamaytiradi, turistik yo'nalishlarning yangilanishiga turtki beradi va umuman, innovatsiyalar va ijodiy yondashuvga ijobiy ta'sir ko'rsatadi¹.

MICE tadbirlarini tashkil qilish va o'tkazishda mehmonxona klasterining o'rni kattadir. Klaster nazariyasini 1990-yil boshlarida, AQSHning Garvard universiteti iqtisodchi professori M.Porter o'zining Xalqaro raqobat mamlakatlarning raqobatdosh ustunliklari kitobida klasteri ma'lum bir sohada umumiy faoliyat ko'rsatadigan va bir-birini to'ldiradigan geografik jihatdan bir-biriga bog'liq bo'lgan kompaniyalar va tegishli tashkilotlar guruhidir. Klasterning geografik darajasi, bir shahardan bir mamlakatga yoki hatto bir qator qo'shni davlatlarga qarab kengayishi mumkin. Klasteri bir-biri bilan bog'langan firmalar va tashkilotlar tizimi sifatida qarash mumkin bo'lib, ular birgalikda qo'shilgan qiymat zanjirini (*value system* – *qiymat tizimi*) shakllantiradi deb ta'riflagan².

METODOLOGIYA

¹ O'zbekiston turistik tashkilotlari uchun ilk marta MICE-turizm bo'yicha mahorat darsi o'tkazildi//elektron resurs//
<https://daryo.uz/2019/08/11/o%25ca%25bbzbekiston-turistik-tashkilotlari-uchun-ilk-marta-mice-turizm-bo%25ca%25bbiyicha-mahorat-darsi-o%25ca%25bbtkazildi>

² Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York.: Simon and Schuster. ISBN 9781416595847. Retrieved 9 September 2013.



Mazkur maqolada tahlilning ilmiy-uslubiy, qiyosiy usullaridan foydalanildi. Xorijiy tadqiqot ishlari o'rganilib, ulardagi dolzarb muammolar va yechimlar bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Dunyoda har yili 100 milliondan ortiq biznes-sayohatlar amalga oshiriladi. Ularning hududiy taqsimlanishi o'ta notekislik bilan tavsiflanadi. Turistik oqimlarning aksariyati xizmat maqsadlari bilan Yevropaga yo'naltiriladi. Yevropa qit'asidagi ish safari tarkibida ishbilarmonlarning ish safari, kongress sayohatlar, ko'rgazma va yarmarkalarga sayohatlar, kompaniya xodimlari uchun insentiv sayohatlar ustunlik qiladi. Ko'pincha xizmat maqsadlari bilan sayohat qiladigan odatiy sayyoh-bu oliy ma'lumotli, o'rta yoshli erkak, malakali mutaxassis yoki rahbar xodim bo'ladi. Ishbilarmonlik turizmi uchun ingliz tilini bilish deyarli shartdir. Yevropadagi ishbilarmon sayyohlarning asosiy "yetkazib beruvchisi" Germaniya hisoblanadi. Har yili 5 milliondan ortiq nemislar xizmat safarlariga boradilar, ularning 3 foizi chet elga, 21 foizi shahardan tashqariga lekin mamlakat ichida sayohat qiladilar, 76 foizi faqat Germaniya bo'ylab xizmat safarlariga boradilar. Shaxsiy ish safari umumiy ish safari hajmining taxminan 68% ni tashkil qiladi, ko'rgazmalarga tashrif buyurish – 12%, konferensiyalar va seminarlarda qatnashish – 14%, Kongress safari-3%, insentiv turizm – 3%. Bo'linish nisbatan shartli, chunki ish safarlarining barcha turlari bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'lishi mumkin³.

Germaniyada har yili turli xil ko'rgazmalar, konferensiyalar o'tkazilishi tufayli u biznes turizm markazi sifatida tanilgan. Dunyodagi yetakchi sanoat ko'rgazmalarining uchdan ikki qismi shu yerda bo'lib o'tadi. Dunyodagi to'rtta eng yirik ko'rgazma markazlaridan uchtasi Germaniyada joylashgan. Eng katta aylanmaga ega o'nta yarmarka tashkilotidan oltitasi ham shu yerda. Har yili 10 milliondan ortiq tashrif buyuruvchilar 150 dan ortiq yarmarka va ko'rgazmalarga tashrif buyurishadi. Fransiya bilan bir qatorda, u avtomobilsozlik ko'rgazmalarini tashkil etish soni bo'yicha yetakchi hisoblanadi. Ushbu ixtisoslik bo'yicha jami 64

³ Краткий политико-экономический справочник. М., 1993. 107с.



ta ko'rgazma tashkil etilsa, undan 11 ga yaqini har yili Germaniyada o'tkaziladi. Buning sababi shundaki, Germaniya mashinasozlikda, xususan, yengil avtomobillar ishlab chiqarishda jahon yetakchilaridan biri hisoblanadi. Germaniya har yili 6 milliondan ortiq avtomobil ishlab chiqaradi. Qishloq xo'jaligi sohasida ham huddi shunday tendensiya kuzatilmoqda. Germaniya qishloq xo'jaligiga ixtisoslashgan ko'rgazmalar soni bo'yicha ham ustunlik qiladi. Yevropaning xalqaro ko'rgazma yarmarkalarining qariyb 60 foizi Germaniyada bo'lib o'tadi, u yerda 20 ga yaqin yirik yarmarka markazlari mavjud. Ulardan eng qadimiylari Leypsig, shuningdek Köln, Mayndagi Frankfurt, Gannover, Myunxen, Dyusseldorf, Essen.

Yevropa yarmarka markazlari orasida ularning barchasi chet ellik ishtirokchilarning yuqori ulushi bilan ajralib turadi. Berlinda har yili eng yirik xalqaro sayyohlik ko'rgazmasi-yarmarkasi (Internationale Tourismus Borse) o'tkaziladi⁴. Shuni ham ta'kidlash kerakki, Rossiyadan kelgan kichik va o'rta tadbirkorlar taniqli nemis kompaniyalari Opel, BMV, Audi tomonidan ishlatilgan avtomobillarni sotib olish uchun mamlakatga tashrif buyurishadi. Germaniya va Rossiya metallurgiya kombinatlari o'rtasida Germaniyadan zamonaviy metallurgiya uskunalarini yetkazib berish va mutaxassislar almashinuvi bilan bog'liq yaqin hamkorlik mavjud. Germaniya Rossiyaning eng yirik biznes sheriklaridan biridir va shuning uchun mamlakat shaharlarida o'tkaziladigan xalqaro ko'rgazmalar har doim Rossiya va MDH mamlakatlaridan ko'plab ishbilarmonlar va mutaxassislarni jalb qiladi. Germaniyaning MICE bozorida yetakchi marketing roli bo'lib Germaniya Kongress byurosi (GCB/German Convention Bureau) hisoblanadi, uning faoliyat sohasiga 200 dan ortiq shaharlar, mehmonxonalar, Kongress markazlari va korxonalar, MICE tadbirlari tashkilotchilari kiradi. GCB boshqa shaharlar va tashqi bozor o'rtasidagi bog'likni ushlab turishda muhim ahamiyatga ega hisoblanadi.

Germaniya turizm sohasining tashkiliy tuzilmasi⁵

⁴ Глушко А.Н., Сазыкин А.М. География туризма / Учебное пособие. Владивосток, 2002. 265 с.

⁵ <https://glonasstravel.com/destination/strany-i-goroda/germaniya/>



Turizm sohasidagi siyosat	Turizm sohasini boshqarishni tashkil qilish	Davlat va jamoat tashkilotlari
Germaniya Bundestagi, Federal hukumat	Germaniya turizm kengashi	Milliy turizm kengashi va assotsiatsiyalar

2023-yil Germaniyaning 56,4 million aholisi 5 kundan ortiq sayohatni amalga oshirdilar. Mamlakat aholisi 84,6 million kishini tashkil etishini hisobga oladigan bo'lsak, 28,2 million kishigina sayohatni amalga oshirmagan. Qolgan aholi esa turli xil maqsadlarda mahalliy hamda xorijiy sayohatlarni amalga oshirgan. Germaniya aholisi hordiq chiqarish va dam olish uchun eng ko'p mablag' sarflaydigan mamlakatlar ro'yxatida yetakchi o'rinni egallaydi. 2023-yilda sayohat uchun pul sarflash bo'yicha Germaniya record darajaga chiqdi. Chunki besh kun va undan ortiq sayohat uchun Germaniya aholisi o'rtacha 87 milliard yevro pul sarflagan. Bu esa 2022-yilga nisbatan 7 milliardga ko'p mablag' sarflandi degani⁶.

Turizm sanoatida Germaniyadan o'rganish mumkin bo'lgan jihatlar talaygina. Mamlakat qiziqarli madaniyat va shovqinli shaharlardan tortib, o'ziga xos ekologik va dengiz zonalarigacha bo'lgan keng turdagi sayyohlik xizmatlarini taklif etadi. Biznes turizmi bo'yicha AQSHdan so'ng ikkinchi o'rinni egallaydi. Raqamli texnologiyalardan foydalanish bo'yicha Germaniya tajribasini joriy etish turizm sohasidagi hamkorlikda istiqbolli yo'nalishlardan biri bo'lishi mumkin. Bunda sayohatchilar parvozlar va yashash joylarini xalqaro bronlash platformalari orqali tashkil qilish imkoniga ega bo'ladi. Boshqa tomondan "ko'p ma'lumotlar" tahlili trendlarga tezroq javob bera olish va geografik jihatdan uzoqlikka qaramasdan, mijozlarga yaqin bo'lish imkonini beradi.

Bir so'z bilan aytganda, Germaniya bilan hamkorlik uchun bizda ko'plab istiqbolli yo'nalishlar mavjud. Bu yerda gap "Germaniya sifati", ya'ni uzoq muddatli, barqaror va manfaatli munosabatlarni yo'lga qo'yish haqida bormoqda. Bu borada Prezidentimizning Germaniyaga tashrifi siyosiy aktivlar va tomonlarning

⁶ <https://www.dw.com/ru/turisticskij-bum-v-germanii-nemcy-na-otpuske-ne-ekonomat/a-68456200#>:



ezgu intilishlarini savdo-iqtisodiy, investitsiyaviy va madaniy-gumanitar sohalar bo'yicha real yutuqlarga sarmoya kiritish imkonini beradi⁷.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib shuni aytish mumkin-ki, MICE turizmni rivojlantirishda, xalqaro aloqalarni yaxshilashda, turizm tendensiyalarining oshib borishida turizm distribyutorlarining zaxmati kattadir. Ishchanlik turizmini kattagina afzalligi shundaki, uni yuqori mavsum bo'lmagan paytda ham tashkil etish imkoniyatini beradi. Bunda turfirmalar nafaqatgina sof turistlik xizmatlarni – transport, joylashuv, ovqatlanish, sayohat xizmati bilan chegaralanmasdan, balki o'ziga xos maxsus xizmatlar – savdo sheriklarining imkoniyatlari to'g'risida ma'lumotlarni yig'ish, tarjima, zarur bo'lgan iqtisodiy ma'lumotlarni taqdim etish, ishchanlik uchrashuvlarini tashkil etish va shu kabi boshqa xizmatlarni ham taqdim etishadi. Bu esa har bir qo'shimcha ko'rsatilgan xizmatdan daromad keladi degani. Shunday ekan, MICE turizmini rivojlantirish ham iqtisodiyotimizni rivojlantirishda, ham vatanimiz ravnaqini yuksaltirishda dastak bo'ladigan vositadir desak adashmagan bo'lamiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston turistik tashkilotlari uchun ilk marta MICE-turizm bo'yicha mahorat darsio'tkazildi//elektronresurs//<https://daryo.uz/2019/08/11/o%25ca%25bbzbekiston-turistik-tashkilotlari-uchun-ilk-marta-mice-turizm-bo%25ca%25bbyicha-mahorat-darsi-o%25ca%25bbtkazildi>
2. Porter, Michael E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York.: Simon and Schuster. ISBN 9781416595847. Retrieved 9 September 2013.
3. Краткий политико-экономический справочник. М., 1993. 107с.
4. Глушко А.Н., Сазыкин А.М. География туризма / Учебное пособие. Владивосток, 2002. 265 с.
5. <https://glonasstravel.com/destination/strany-i-goroda/germaniya/>

⁷ <https://isrs.uz/oz/maqolalar/prezidenta-respubliki-uzbekistan-savkata-mirzieeva-v-federativnuu-respubliku-germania-sostoalos-intervu>



6. <https://www.dw.com/ru/turisticskij-bum-v-germanii-nemcy-na-otpuske-ne-ekonomat/a-68456200#>:
7. <https://isrs.uz/oz/maqolalar/prezidenta-respubliki-uzbekistan-savkata-mirzieeva-v-federativnuu-respubliku-germania-sostoalos-intervu>