

**“YURTIMIZDA TURIZM SALOHIYATINI RIVOJLANTIRISHDA  
MICE TURIZMINING AHAMIYATI”**

*Alfraganus Universiteti 1-bosqich magistranti*

*Xolmurodova Shahnoza*

*[Uzshano@gmail.com](mailto:Uzshano@gmail.com)*

**Annotatsiya**

Maqolada yurtimizda turizm salohiyatini rivojlantirishda MICE turizmining ahamiyati, MICE turizmida duch keladigan muammolar hamda kamchiliklarni bartaraf etishning yo‘llari, umuman olganda MICE turizmining bugungi kunda yurtimizdagi o‘rni muhokama qilinadi. Aytib o‘tish joizki, hozirgi vaqtda MICE - turizm sohasining eng tez rivojlanib borayotgan bo‘limidan biri bo‘lib, bu sohaga talab ortib bormoqda. MICE turizmi asosan biznes bo‘yicha sayohat qiladigan turistlarni o‘z ichiga olgan turizmning muhim tarmog‘idir, bu bo‘limda asosan uchrashuvlar, kongresslar, konfrensiyalar, ko‘rgazmalar, rag‘batlantiruvchi sayohatlar, tadbirlarda qatnashadigan va biznes korporativ sayohatlarni o‘z ichiga oladi. Shunday ekan, MICE turizmida duch keladigan dolzarb muammolar o‘rganilib, ularni hal qilish yechimlari taklif qilinadi.

**Kalit so‘zlar:** MICE sanoati, kongresslar, konfrensiyalar, ko‘rgazmalar, MICE tadbirlari

**KIRISH**

So‘nggi yillarda O‘zbekiston MICE turizm industriyasi jadal o‘shish va jadal rivojlanishni ko‘rsatmoqda. Ko‘pgina mamlakatlar turizmning bu qismini ahamiyatini tushunib yetishgan. Masalan, MICE turizmni rivojlantirish va shu tariqa standartlarga mos keladigan tadbirlarni tashkil etish, rag‘batlantirish hamda tadbirga tashrif buyurgan sayohatchilarga ta‘sir qilishni amalga oshirish. Shu sababli ham ichki va xorijiy adabiyotlarda bunday tadbirlar uchun MICE qisqartmasi ko‘proq qo‘llaniladi. Turistik bozorning bu qismi juda muhim biznesning bir bo‘lagi, ayniqsa, sayyohlar tashrifini kengaytirish haqida gap ketganda, bu sayyohlik maskanining jozibadorligini oshiradi.

MICE “Uchrashuvlar, rag‘batlantirishlar, konfrensiyalar va ko‘rgazmalar” tizimini anglatadi, bu ayniqsa biznes sayohatlari xizmatlarining to‘liq to‘plamini taqdim etadi: aviachiptalar, poyezd chiptalari, vizalarni qo‘llab-quvvatlash, transfer, mehmonxonalarni bron qilish, jamoa tuzish, O‘zbekistonda korporativ tadbirlarni tashkil etish. Hozirgi vaqtda delegatlarni o‘rtacha ushlab turish muddati bir necha yil oldingiga qaraganda qisqaroq bo‘ladi. MICE turizmining iqtisodiy oqibatlari moliyaviy va tabiiy ravishda o‘lchanadi ya‘ni raqamlar bilan ifodalanadi. Shu

paytgacha o‘tkazilgan tadqiqotlar maqsadi biznesning hozirgi holatini tahlil qilishdan iborat. Dunyoda turizm bozorini namoyon bo‘lish jihatlari va ish uchrashuvlari, ularni ijobiy xulosalar chiqarish maqsadida targ‘ibotlari biznes turizmi butun iqtisodiyotga ta’sir qilishi mumkin. Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) rasmiy ma’lumotida turizmning tarixi shuni ko‘rsatadiki, odamlar biznes uchun sayohat qiladilar yoki kasbiy sabablar ham turistlar sifatida qaraladi. Turizmning boshqa turlarida bo‘lgani kabi turizm shakllari, tadbirni tashkil etish, ya’ni biznes uchrashuvlar biznes turizmida ham muhim ahamiyatga ega. MICE sanoatining hozirgi holatini taqdim etadigan mavjud yozma manbalar shuningdek, vaziyatni yaxshiroq tushunish uchun ma’lumotlarni solishtirish ishbilarmon sayohatchilarga kelajakdagi investitsiyalar uchun g‘oyalarni sezilarli darajada yaxshilashi mumkin.

MICE – bu ishtirokchilarning asosiy faoliyati bo‘lgan o‘quv mashg‘ulotlari va uchrashuvlar yoki munozaralarda ishtirok etish, muloqot qilish hamda boshqa tashkil etilgan tadbirlarda qatnashish. Bazan bunday uchrashuvlar 45 kungacha davom etadi. Ishbilarmonlik uchrashuvlarining ikki turi mavjud: 1) uyushmalar yig‘ilishlar, bir xil yoki turli kasblar va yig‘ilishlar ishtirokchilari, korporatsiyalar. 2) konfrensiyalar, odatda bir yoki ikki kun davom etadigan rasmiy dastur.

Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) ning rasmiy ta’rifida, MICE turizm biznes yoki professional sayohat qiladigan odamlarni taklif qiladi. Ushbu maqola to‘plangan ma’lumotlarni tahlil qilish orqali adabiyotlar tahlilini taqdim etishdan iborat.

### Adabiyotlar tahlili

Yurtimizda turizm salohiyatini rivojlantirishda MICE turizmining ahamiyati bo‘yicha o‘tkazilgan tadqiqotlar natijasi shuni ko‘rsatadiki, MICE sanoatining hozirgi holatini taqdim etadigan mavjud yozma manbalar shuningdek, vaziyatni yaxshiroq tushunish uchun ma’lumotlarni solishtirish ishbilarmon turistlarga kelajakdagi investitsiyalar g‘oyalarni sezilarli darajada yaxshilashi mumkin. MICE turlariga Kongresslar, konfrensiyalar va anjumanlar kiradi. Asosan 4 turdagi MICE turlari eksportlar uchrashuvlari yoki sayohatchilar tomonidan belgilanadi. Odatda, MICE turizmidagi uchrashuvlar kam sonli turli kasb egalari ishtirokida bo‘ladi. MICE tushunchasi AQSHda yig‘ilish, Yevropada esa konfrensiya atamasi bilan qo‘llaniladi. Ushbu adabiyotlar tahlilida turli davlatlardagi turli olimlarning MICE turizmi bo‘yicha o‘tkazgan tadqiqotlariga asoslanib, tadqiqotlar tahlil qilinadi.

Konferensiya – bu muhokama qilish uchun mo‘ljallangan ishtirokchilar yig‘ilishi. Konferensiyalar odatda qisqa muddatli bo‘ladi ya’ni kongresslarga qaraganda kichikroq miqyosda o‘tkaziladi. Milliy kongresslar xalqaro va jahon miqyosiga qaraganda keng tarqalgan. Kongress faoliyat turizmining eksklyuziv turlaridan biridir, shuning uchun talablar an’anaviy turizmga qaraganda yuqoriroq bo‘ladi. Chunki barcha xarajatlarni mas’ul muassasalar qoplaydi. Birinchidan, ko‘pchilik ishbilarmon

sayyohlar boshqa sayyohlarga qaraganda ko‘proq sayohat qilishadi. Kongress sayyohlari odatda juda ko‘p yuqori sifatli ob‘yektlarni talab qiladi va xohlaydi, hattoki kichik shahar va shaharlarda ham, rivojlanayotgan davlatlarda ham. Vaholanki, bu ikkalasi bilan murosaga kelish qiyin, barqaror turizm konsepsiyasi, kongress turizmining ijobiy tomoni ular dam oluvchilarga qaraganda ko‘proq xarajat qilishlari haqiqatdir. Uchrashuvlar ko‘p shakllarga ega bo‘lib, hajmi va maqsadi jihatidan juda farq qiladi, lekin ishbilarmonlik turizmini rag‘batlantiradigan uchrashuvlari, birinchi navbatda ishtirokchilarning kasbiy faoliyati bilan bog‘liq va maqsad bilan uyushtirilgan uchrashuvlardir. Jahon turizm tashkiloti (UNWTO)ning bergan ma‘lumotlariga ko‘ra xalqaro sayyohliklarning qariyb 30 foizi harakatlar kongresslarga tegishli. Bizning yurtimizda ham kongresslar, konferensiyalar va yig‘ilishlar soni yildan-yilga ko‘payib bormoqda. Sababi shundaki, biznes dasturlar ushbu sayohatlarni o‘z ichiga oladi: ishtirokchilarni tashish, aeroportdan mehmonxonaga yoki kurortga o‘tkazish, turar joy va ovqatlanish, mehmonxonalarda qo‘shimcha xizmatlar, turli xil dastur tadbirlari, ekskursiyalar, voqealar, animatsiyalar va boshqalar. Umuman olganda, biznes turizmdagi foydalanuvchilar uchun u mo‘ljallangan maxsus turistik mahsulotni tashkil qiladi. MICE turizmining muhim toifalarini quyidagicha tasniflash mumkin: ijtimoiy uchrashuvlar, harbiy darajadagi turli uchrashuvlar, ma‘rifiy uchrashuvlar va diniy uchrashuvlar.<sup>1</sup>

Mehmonxona infratuzilmasiga moslashtirilgan MICE xizmatlarini joriy qilish qo‘shimcha uzoq muddatli va qimmatli o‘sishni ta‘minlashning bir usuli hisoblanadi. Konvensiya sanoat kengashining so‘nggi hisobotida aytilishicha, AQSHda yig‘ilishlarning 85 foizi har yili 275 million nafardan ortiq tadbir qatnashuvchilari, tunda tunaydigan ko‘p xonali yashash joyi bo‘lgan joylarda o‘tkaziladi. MICE sayohatchilarining IT bank, farmatsevtika, chakana savdo va mehmondo‘stlik sanoatidagi turli xil xarajatlari oddiy dam olish uchun tashrif buyuradigan sayohatchiga qaraganda ancha yuqori. Qisqasi, mehmonxona uchrashuvlari va korporativ tadbirlar daromadni oshirish va qo‘shimcha bronlarni ta‘minlashning ajoyib usuli hisoblanadi. Bundan tashqari MICE xizmatlarini ishlab chiqish, uning daromadlilikidan tashqari, mehmonxonaning obro‘si va profilini oshirish uchun imkoniyatdir.

MICE turistik boshqaruvida ustunlik qilish uchun zarur bo‘lgan tajriba shaxslararo, ijodiy, tashkiliy va texnik ko‘nikmalarga asoslanadi. Voqealarning asl kontsepsiyalarini ishlab chiqish, to‘g‘ri joylarni tanlash va samarali bozorni yaratish uchun innovatsion ijodkorlik zarur.

Bir qator global tadbirlar MICE sayohatiga, ayniqsa [Questex Travel Group](#) (sobiq MEET) tomonidan tashkil etilgan tadbirlar rag‘batlantiruvchi sohaga qaratilgan. Butun dunyo bo‘ylab eng mashhur yillik tadbirlardan bular:

<sup>1</sup> Igor Trišić, Venera Arsenov Bojović, The role of MICE industry in tourism development, Tourism in function of development of the republic of Serbia, (2018, June 18).

Global Meeting & Incentive Travel Exchange (GMITE): Ilgari Incentive Travel Exchange (ITE) sifatida tanilgan.

Lotin Amerikasidagi uchrashuvlar va rag‘batlantiruvchi sayohatlar almashinuvi (LAMITE): Lotin Amerikasidagi biznes imkoniyatlarini bog‘lash uchun ishlash.

Caribbean Meeting & Incentive Travel Exchange (CMITE): ITE ning orol versiyasi.<sup>2</sup>

MICE turizm qiymatini o‘rganish uchun boshlang‘ich nuqta sifatida dam olish turizmini olish juda mantiqiy. Biroq, dam olish turizmi nazarda tutilishi ham aniq, asosan B2C o‘zaro ta‘sirida, MICE turizmi esa asosan B2B ni o‘z ichiga oladi.

“Satguru travel”ning bergan manbalariga tayanib shuni aytish mumkinki, ishbilarmon kishi biznes bilan bog‘liq maqsadlarda shahar, shtat yoki mamlakat tashqarisiga sayohat qilishi kerak. Sayohat sektorini har xil turlarga ajratish mumkin bo‘lsa-da, ammo so‘nggi yillarda MICE turizmi o‘z ahamiyatiga ega bo‘ldi. MICE (uchrashuvlar, rag‘batlantirishlar, konferentsiyalar va ko‘rgazmalar) sanoati biznes turizm sektorining katta qismi hisoblanadi. Biroq, umumiy sayyohlar sonining atiga 18% ni MICE turizmining ishtirokchilari tashkil etgan, ammo ular hissa qo‘shgan yillik turizm daromadi 32% ni tashkil qiladi. Shu bois har qanday biznes-tadbirni o‘tkazish mamlakatning turizmdan keladigan daromadlarini oshirishning yuqori samarali usuli hisoblanadi. MICE sanoati bilan shug‘ullanadigan yuzlab kompaniyalar mavjud. MICE tadbiri ma‘lum bir faoliyatni taklif qilish yoki amalga oshirish uchun odamlar sonini bir joyga to‘plash orqali o‘tkaziladi. MICE toifasi ostida nafaqat ish uchrashuvlari yoki konferentsiyalar, balki rag‘batlantiruvchi dastur ham o‘tkazilishi mumkin. Bunda ishtirokchilar ajoyib faoliyati uchun mukofotlanadilar. Bundan tashqari, konferensiyaga kelsak, bu odatda muayyan maqsadlarga va cheklangan muddatga ega bo‘lgan yig‘ilishga qaraganda kichikroq miqyosdagi muhokama uchun yig‘ilishdir. MICE turizmi har qanday kompaniya uchun zamon talabidir. Bu tashkilotga mijozlar bazasini kengaytirishga va hozirgi bozorni saqlab qolishga yordam beradi. Rag‘batlantirishning boshqa usullaridan tashqari, bunga yirik konferentsiyalar, seminarlar, tadbirlar, ko‘rgazmalar va boshqa uchrashuvlarda qatnashish orqali erishish mumkin. MICE turizmi sanoat hamkasblarini birlashtirishdan tashqari nafaqat g‘oyalarni uyg‘unlashtirishga balki, savdo va daromadlarni oshirishga yordam beradi, MICE sanoati ham transport, savdo, moliya va sayohatni o‘z ichiga olgan xizmat ko‘rsatish sohasidir. MICE sanoatini targ‘ib qilishning sababi - bu iqtisodiyotni rivojlantirish uchun potensial hisoblanadi.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> EHL Insights, What is MICE? Meetings, incentives, conferences & exhibitions.2023.

<sup>3</sup> Satguru travel, MICE and Its Growing Importance, (2018, August 27).

Olimlar MICE turizmini ustida ko‘plab tadqiqotlar o‘tkazdilar va MICE ni sektorlarga bo‘lib, sharhlab chiqdilar. Uchrashuvlar, rag‘batlantirishlar, konferensiyalar va ko‘rgazmalar yoki oddiygina MICE deb nomlanuvchi global sektor bo‘lib, u korporativlarga turli tadbirlar orqali bir-birlari bilan ishtirok etish imkoniyatini beradi. Quyida MICE turizmida mavjud bo‘lgan sektorlarning qisqacha sharhi keltirilgan.

1. Uchrashuvlar - Bular asosan kongress markazlarida o‘tkaziladi va odatda bir kunlik tadbirdir. Aksariyat professionallar ushbu rejimdan tashkilotlar duch keladigan har qanday muammolarni hal qilish yoki yangi maqsadlarga erishish uchun foydalanadilar. Atmosfera ham odatdagi ofis xonalaridan farq qiladi, bu ham xodimlarga o‘z g‘oyalarini qo‘shish imkoniyatini beradi.

2. Rag‘batlantirish - bu kontseptsiya asosan xodimlarga foyda keltiradi, chunki u ish joyidagi faoliyati uchun ularni mukofotlashni o‘z ichiga oladi. Mukofotlarning ba‘zilari mehmonxonalar, kurortlarni o‘z ichiga oladi va xarajatlar asosan kompaniya tomonidan qoplanadi.

3. Konferensiyalar - Odatda ko‘plab korporativlar o‘z sohalari bo‘yicha bilim almashish imkoniyatiga ega bo‘lgan tadbirda qatnashadilar. Unda nafaqat tashkilot a‘zolari bo‘lgan ma‘ruzachilar, balki ixtiyoriy ravishda so‘zga chiqqan mehmon ma‘ruzachilar ham ishtirok etadi.

4. Ko‘rgazmalar - Bu tadbirlar odatda har bir kompaniya mahsulotlar namoyishi bilan bir qatorda turli xil ma‘ruzachilar sessiyasini o‘z ichiga oladi. Bu tadbirlar, shuningdek, o‘zlari uchun foydali bo‘lishi mumkin bo‘lgan tovarlarni xarid qilishda g‘oyalar va bilimga ega bo‘lishi mumkin bo‘lgan jamoatchilikni ham qamrab oladi.<sup>4</sup>

Xaos nazariyasi inqiroz davrida MICE ni tushunishga yondashuv sifatida qaraldi. MICE butun dunyo bo‘ylab iqtisodiyot uchun yuqori valyuta daromadlarini keltirib chiqardi. Tailandda MICE turistlari asosan yuqori xarajat salohiyati tufayli “sifatli” tashrif buyuruvchilar sifatida tan olinadi. Shuni ta’kidlash kerakki, Tailandning MICE sektori 2001-yil 11-sentabrdan keyin bir qator inqirozlar ta’sirida bo‘ldi. Binobarin, MICE sektoridagi mutaxassislar kelajakda yuz berishi mumkin bo‘lgan bunday murakkab inqiroz hodisalariga qarshi kurashishga tayyor bo‘lishlari kerak. Bir qator tadqiqotlar turizm kontekstidagi inqirozlarning murakkabligini o‘rgangan bo‘lsa-da, Xaos nazariyasi inqirozli vaziyatlar uchun ayniqsa yaxshi modelni taqdim etgani uchun MICE sektorida bunday muammolarga kam e’tibor qaratildi.<sup>5</sup>

Ammo, COVID-19 pandemiyasi global MICE sanoatiga sa’lbiy ta’sir ko‘rsatdi. MICE sanoatida ishlaydigan hodimlar butun dunyo bo‘ylab hukumatlar tomonidan

<sup>4</sup> Princy A. J, How Does the MICE Industry Function? (2021, June16).

<sup>5</sup> Kom Campiranon, Chaos Theory as an Approach to Understanding MICE in Time of Crisis (2011, January).

koronavirus tarqalishini oldini olish maqsadida sayohat va turizmni taqiqlashi sababli katta daromad yo‘qotishdi. Shu sababli, deyarli barcha MICE tadbirlari bekor qilindi yoki qoldirildi. Bundan tashqari, aksariyat kompaniyalar MICE tadbirlarini o‘tkazish uchun Skype, Zoom va Google Meet kabi onlayn platformalardan foydalanishni boshladilar. Shu sababli, ushbu onlayn video konferensiya texnologiyalarining tobora ortib borayotgani qabul qilinishi, yaqin kelajakda global MICE sanoatiga sa‘lbiy ta‘sir ko‘rsatishi mumkin. 2020 yilda yig‘ilish segmenti global MICE sanoatida ustunlik qildi, bu 132,9 milliard dollarni tashkil etdi va prognoz davrida sezilarli 23,5% ga oshishi kutilmoqda. Bu ijobiy iqtisodiy tendensiyalar, infratuzilmani yaxshilash va biznesning globallashuvi bilan birgalikda turizmni rivojlantirish bilan bog‘liq. Segment shuningdek, xalqaro biznes sayohatchilar sonining ko‘payishi, MICE segmentini rivojlantirish bo‘yicha hukumat tashabbuslarining kuchayishi, shuningdek, MICE sanoatining gibrud uchrashuvlar tashkil etish va foydalanish tendensiyalari tufayli kelajakda sog‘lom o‘sish sur‘atlariga guvoh bo‘lishi kutilmoqda. Mintaqaga asoslanib, Osiyo-Tinch okeani mintaqasida prognoz davrida eng yuqori o‘sish sur‘ati 8,6 % bo‘lishi kutilmoqda. Bu mintaqaga Singapur, Xitoy va Hindiston kabi rivojlanayotgan davlatlar katta hissa qo‘shadi. Bundan tashqari, viza cheklovlarining oddiyliigi, yaxshi infratuzilmaga investitsiyalar va tijorat aviatsiyasiga yuqori talab MICE sanoatining o‘sishini yanada kuchaytiradi. MICE Industry Expected to Reach \$ 1,337.4 Billion by 2028 – Ailed Research maqolasidagi tadqiqotning asosiy natijalariga ko‘ra:

MICE sanoati 2020 yilda 215,1 milliard dollarga baholandi va 2028 yilga kelib 1,337,4 milliard dollarga yetishi tahmin qilinmoqda, bu prognoz davrida 21,3 foizga o‘sadi.

Voqealar turiga ko‘ra, rag‘batlantiruvchi segment eng tez o‘sishga guvoh bo‘lib, prognoz davrida 24,1 % ni tashkil qiladi.

2020 yilda tadbir turiga qarab yig‘ilish segmenti 132,9 milliard dollarga baholandi, bu global MICE sanoati ulushining 61,7 foizini tashkil etdi.

2020 yilda AQSH Shimoliy Amerikadagi eng mashhur bozor bo‘ldi va 2028 yilga kelib 109,1 milliard dollarga yetishi kutilmoqda, bu prognoz davrida 22,9 foizga o‘sadi.<sup>6</sup>

Xulosa qilib aytganda, tadqiqotchilar ko‘plab izlanishlardan so‘ng, o‘zlarining maqolalarida “MICE” sanoati 2028 yilga borib 1337,4 milliard dollarga yetishi kutilmoqdaligini aytib o‘tishdi. Mintaqadagi turizmning ushbu shaklining ahamiyatini o‘zgartirish, iqtisodiy o‘sish va mahalliy turmush sharoitini yaxshilash bilan bog‘lash mumkin (Tichaawa, 2017). Bir qator tadqiqotlar mahalliy turizmni rivojlantirishda

<sup>6</sup> Dinesh T, Aniket K, Roshan D. MICE Industry by Event Type (Meeting, Incentive, Conventions, and Exhibitions): Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2017-2028 Market. (2021, Nov).

MICE turizmining roliga e'tibor qaratdi. Darhaqiqat, MICE turizmi xalqaro sayohatlarning katta qismini tashkil qiladi.

### METODOLOGIYA

Biz avvalgi bobda yurtimizda turizm salohiyatini rivojlantirishda mice turizmining ahamiyati bo'yicha turli mamlakat olimlari adabiyotlarini tahlil qildik. Adabiyotlar tahlilida mamlakatimizda turizm salohiyatini rivojlantirishda mice turizmining ahamiyati va uni rivojlantirish jarayonlari tahlil qilindi. Tizimli tahlil qilishda 2016-2022 yillardagi statistik ma'lumotlar qo'llanildi. Statistik manba sifatida, O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi ma'lumotlaridan keng foydalanildi. Tadqiqot mavzusi doirasida muammoni atroflicha tahlil qilish, ilmiy asoslangan xulosa va tavsiyalar ishlab chiqish maqsadida induksiya va deduksiya, statistik, tizimli va qiyosiy tahlil, PEST tahlil kabi usullardan foydalanildi.

Adabiyotlar tahlilidan ko'rishimiz mumkinki, mamlakatlar o'z ichki imkoniyatidan kelib chiqqan holda, turizm salohiyatini rivojlantirishda mice turizmining ahamiyati bo'yicha va uni rivojlantirish yo'lida turli yondashuvlarni amalga oshirgan. Biz ushbu bobda tadqiqotimizni metodologik qismini rivojlantirish va adabiyotlar tahlilidagi kamchiliklarni to'ldirish strategiyalarini belgilab olamiz hamda mamlakatimizda yurtimizda turizm salohiyatini rivojlantirishda mice turizmining ahamiyati bo'yicha istiqbolli rejalar tuzamiz. Metodologiya qismini shakllantirish maqsadida biz ma'lumotlarni yig'ish va qayta ishlash uchun turli davlat idoralari, xususan, O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi ma'lumotlariga, hamda [uzbektourism.uz](http://uzbektourism.uz) saytiga tayandik. Buning uchun biz avvalo o'zimizga kerakli ma'lumotlar kategoriyasini tuzib chiqdik ya'ni mamlakatimizda MICE turizm salohiyatiga ega bo'lgan ob'ektlar ro'yxatini shakllantirib oldik.

### NATIJA

Yurtimizda turizm salohiyatini rivojlantirishda MICE turizmining ahamiyati maqolasi davomida o'tkazilgan tadqiqotlar natijasi shuni ko'rsatadiki, kundan-kunga turizmning bu turiga bo'lgan talab ortib bormoqda. Shuningdek, mamlakatimizda MICE tadbirlarini o'tkazish uchun 500 dan ortiq joylar mavjud - mehmonxonalar, kongress markazlari, universitetlar, muzeylar va istirohat bog'lari. Ko'rgazma va kongress binolarida tadbirlarni yuqori darajada o'tkazish uchun barcha zarur narsalar mavjud. Ayni kunlarda O'zbekistonda ko'plab xalqaro anjumanlar, seminarlar, amaliy mashg'ulotlar, ishbilarmonlik uchrashuvlari va boshqa muhim tadbirlar bo'lib o'tmoqda. Aytib o'tish mumkinki, TopStarTour O'zbekistonda MICE tashkil etuvchi yetakchi kompaniyalardan biri hisoblanadi.

Quyidagi jadvalda Xalqaro Kongresslar va Konferentsiyalar Assotsatsiyasi (ICCA) 2019-yilda o'tkazilgan MICE tadbirlari soni bo'yicha 10 ta eng yuqori o'rindagi davlatlarning reytingi ko'rsatilgan.

**MICE tadbirlari eng ko‘p o‘tkazilgan davlatlar ro‘yxati**

<b>Davlatlar nomi</b>	<b>Tadbirlar soni</b>	<b>Qatnashuvchilar soni</b>
AQSH	934	401332
Germaniya	689	280 108
Buyuk Britaniya	582	228 642
Fransiya	545	176 660
Ispaniya	553	217 724
Italiya	468	219 041
Xitoy	410	167 114
Yaponiya	410	205 537
Niderlandiya	368	156 039
Kanada	287	139 379
<b>Manba: ICCA 2016 Statistik Report (2017)<sup>7</sup></b>		

2016 yilda butun dunyo bo‘ylab 12 212 ta MICE tadbirlari bo‘lib o‘tdi. (2015 yilga nisbatan 136 ta ko‘p), bu ICCA ma‘lumotlarni to‘plashni boshlagan 1962 yildan beri rekord ko‘rsatkichdir. 2007 va 2016 yillar oralig‘ida global tadbirlar soni ikki baravar ko‘paydi - 2006 yilda o‘tkazilgan taxminan 6 000 ta xalqaro uchrashuvdan 2016 yilda 12 000 dan ortiq tadbirlarga qadar. ICCA so‘nggi statistik ma‘lumotlariga ko‘ra, Parij 2016 yilda 196 ta tadbir o‘tkazgan holda birinchi raqamli shahar bo‘lib turibdi. Bu 2014 yilda ham eng yuqori o‘rinni egallagan. 2016 yilgi ro‘yxatning birinchi beshligida biz AQSH, Germaniya, Buyuk Britaniya va Fransiyani ham topishimiz mumkin - bu 2015 yildagi kabi bir xil shaharlar guruhi, ammo tartib biroz boshqacha bo‘lsa-da, Germaniya poytaxti bu yilgi birinchi o‘rinda. Birinchi bo‘lmagan Yevropa shaharlari ya‘ni 6-o‘rinda Italiya bo‘lib, birinchi o‘ntalikda Niderlandiya, Kanada va Janubiy Afrikani ham uchratish mumkin.

**2-jadval.**
**MICE tadbirlari eng ko‘p o‘tkazilgan shaharlar ro‘yxati**

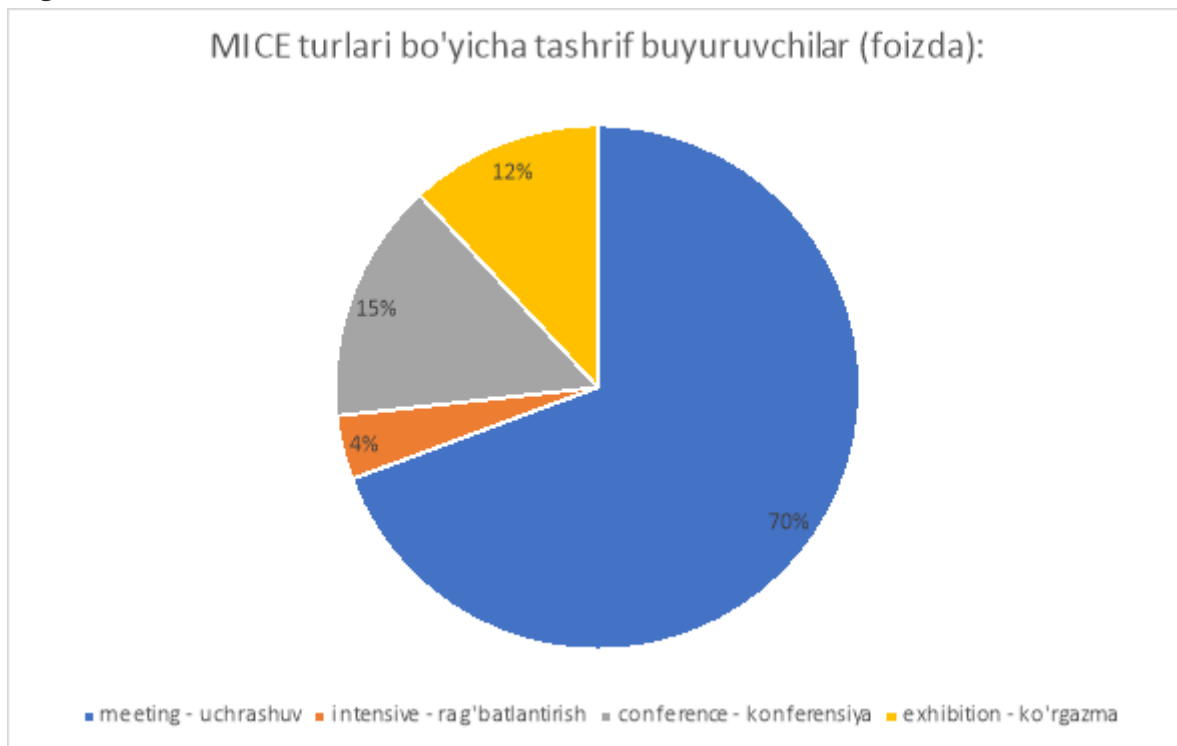
<b>Shaharlar nomi</b>	<b>Tadbirlar soni</b>	<b>Qatnashuvchilar soni</b>
Parij	196	75 710
Vienna	186	119 887
Barselona	181	99 468
Berlin	176	61 008
London	153	91 756
Singapur	151	61 294

<sup>7</sup> J.P. Spencer, Zimkitha Bavuma, How important are mice to the tourism economy?, (2018, July).



Amsterdam	144	37 694
Madrid	144	77 694
Lissabon	138	38 753
Seul	137	104 780
Keyptaun	62	33 425
<b>Manba: ICCA 2016 Statistik Report (2017)<sup>8</sup></b>		

Bugungi kunda MICE turizmining maqsadlari bo'yicha quyidagicha segmentlanadi (1-rasm):



**1-rasm. MICE turizmi bo'yicha tashrif buyuruvchilar statistikasi.**

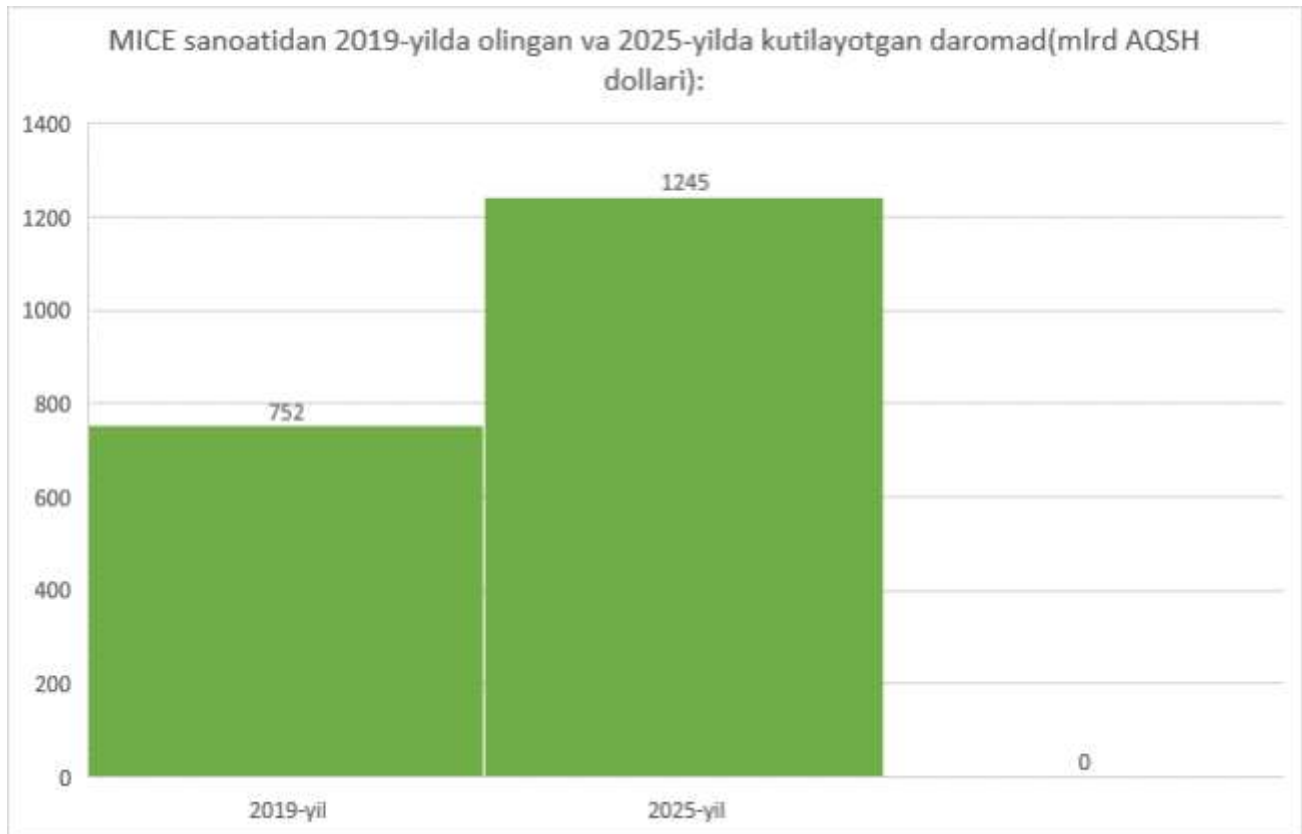
Sayohatlarning 70 % hamkorlar bilan uchrashish maqsadida amalga oshiriladi. 15 % kongress va konferentsiyalarga sayohat qiluvchi biznes sayohatchilar, 11-12 % ixtisoslashtirilgan, ko'rgazma va yarmarkalarga tashrif buyuruvchi turistlar, 3-4 % eng kichik foizini esa rag'batlantiruvchi turlari tashkil etadi.<sup>9</sup>

AQSh yigirma yildan ko'proq vaqt davomida birinchi o'rinda qolmoqda. Germaniya ikkinchi o'rinda qolmoqda va 2017 yilning uchinchi raqamli Buyuk Britaniya beshinchi o'ringa tushib ketdi, Ispaniya esa uchinchi o'ringa ko'tarildi. O'tgan yili kuchli beshlikdan chiqqan Fransiya 2018 yilda yana to'rtinchi o'ringa kiradi. Italiya oltinchi o'rinda Fransiya o'rnini egalladi, Yaponiya va Xitoy-

<sup>8</sup> J.P. Spencer, Zimkitha Bavuma, How important are mice to the tourism economy?, (2018, July).

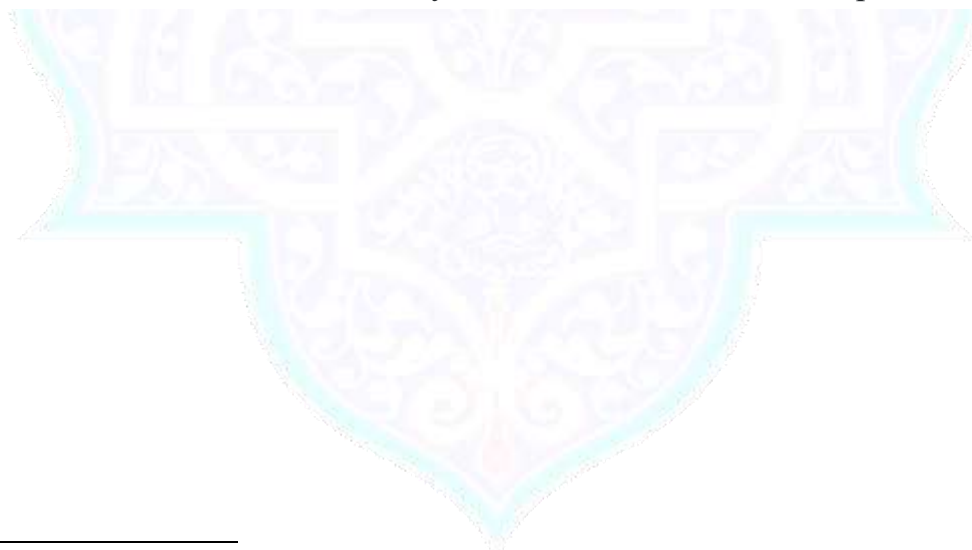
<sup>9</sup> Og'abgek Turayev, Mintaqada ichki turizmni rivojlantirish vositasi sifatida turistik klasterlarni shakllantirish. O'zXIA Xalqaro Konferensiya to'plami, (2022, Oktabr).

PR yana bir yil yettinchi va sakkizinchi o‘rinlarda qolmoqda. Niderlandiya va Kanada o‘z o‘rinlarini almashadilar, mos ravishda to‘qqizinchi va o‘ninchi o‘rinlarda.



**2-rasm. MICE sanoatidan olinadigan daromadlar ko‘rsatkichi.**

2019 yilda dunyo bo‘yicha MICE sanoatidan olingan daromad 752 milliard AQSH dollarini tashkil etdi va 2025 yilga kelib o‘rtacha yillik o‘sish sur‘ati 7,5 foizini tashkil etishi kutilmoqda. 1,245 milliard AQSH dollariga yetishi kutilmoqda. Global miqyosda tashkil etadigan turli tadbirlar va uchrashuvlar sonining ortishi, ish safarlarining ko‘payishi, daromadlarning o‘sishi, turizm sohasining tez o‘sishi tufayli global MICE turizm sanoati butun dunyoda mashhur bo‘lib bormoqda.<sup>10</sup>



<sup>10</sup> Og‘abek Turayev, Mintaqada ichki turizmni rivojlantirish vositasi sifatida turistik klasterlarni shakllantirish. O‘zXIA Xalqaro Konferentsiya to‘plami, (2022, Oktabr).

**O‘zbekiston Respublikasida 2021 – 2022 yillarda o‘tkazilgan MICE tadbirlar haqida ma’lumotlar jadvali**

Yil / Oy	Kelgan umumiy sayohatchilar soni	Tashkil etilgan tadbirlar soni
2021-yilning iyul oyi	180 857	4 ta
2021-yilning avgust oyi	185 135	3 ta
2021-yilning sentabr oyi	188 941	8 ta
2021-yilning oktabr oyi	219 000	4 ta
2021-yilning noyabr oyi	213 031	3 ta
2021-yilning dekabr oyi	202 731	2 ta
2022-yilning yanvar oyi	169 584	3 ta
2022-yilning fevral oyi	156 926	5 ta
2022-yilning mart oyi	283 081	2 ta
2022-yilning aprel oyi	269 179	4 ta
2022-yilning may oyi	503 574	8 ta
2022-yilning iyun oyi	493 888	3 ta
<b>Umumiy</b>	<b>3 065 927</b>	<b>49 ta</b>

Ushbu jadvalda 2021 va 2022 yil O‘zbekiston Respublikasiga MICE turizmi bo‘yicha kelgan sayyohlarning yillik hisobotini ko‘rish mumkin. Unga ko‘ra, eng ko‘p sayyohlar tashrifi may va iyun oylariga to‘g‘ri kelgan. Bundan ko‘rinib turibdiki, MICE bo‘yicha o‘tkazilgan tadbirlar xususan, konferensiyalar, uchrashuvlar, ko‘rgazmalar shu oylarda ko‘proq tashkil etilgan va o‘tkazilgan tadbirlar soni 49 taga yetgan.<sup>11</sup>

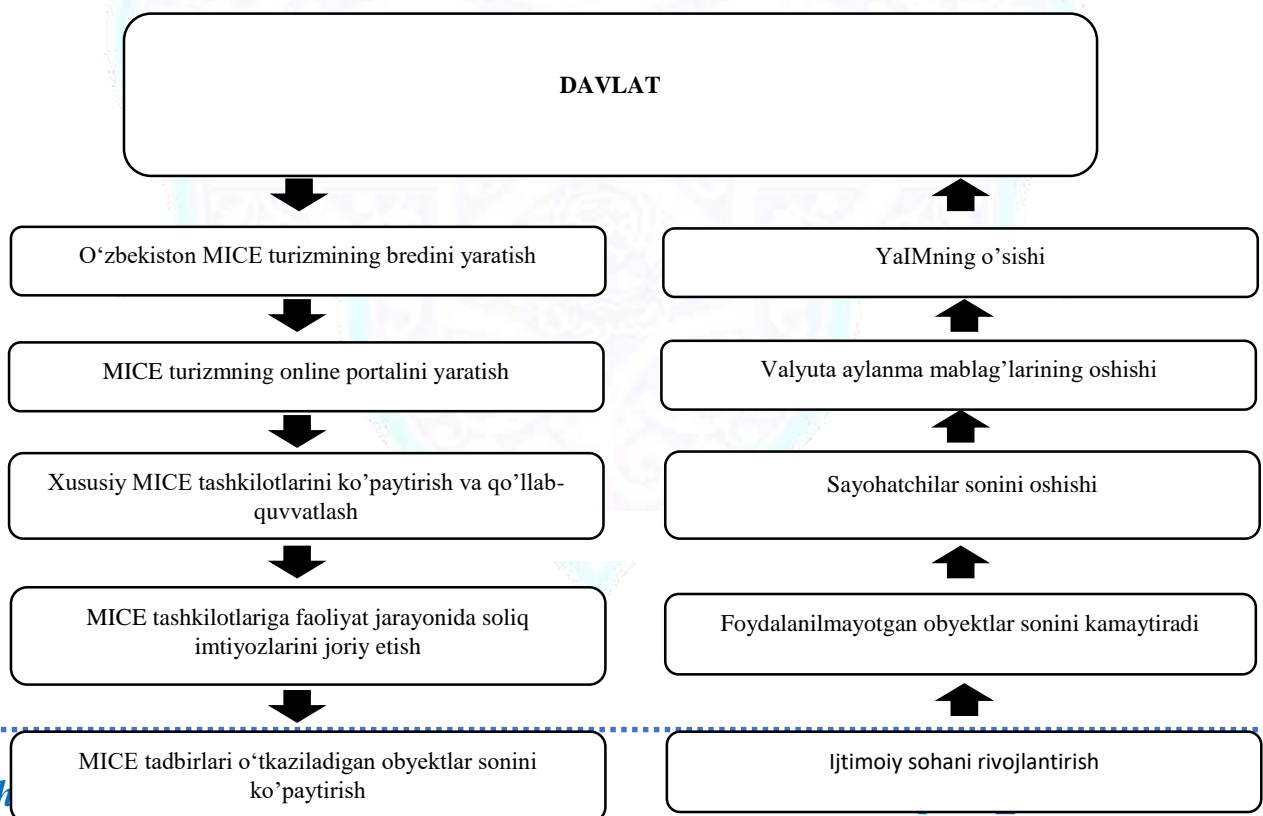
### Xulosa

Xulosa qilib aytganda, O‘zbekistonda turizmning barcha turlarini rivojlantirish imkoniyatlari yuqoriligi mutahasislar tomonidan ta’kidlanmoqda. Shu bilan birga hozirgi paytda mamlakatimizda biznes turizmi, MICE – turizm kabi turlarini rivojlantirish imkoniyati mavjud. So‘nggi yillarda mintaqalar va mamlakatlar o‘rtasidagi biznes, madaniy va ilmiy aloqalar tobora rivojlanib bormoqda, bunda biznes turizmini taraqqiy ettirmasdan tasavvur qilib bo‘lmaydi. Ishbilarmonlik aloqalari, texnologiyalar va ma’lumotlar almashinuvi, yangi bozorlarni o‘zlashtirish, investitsiyalar va qo‘shma loyihalar uchun sheriklar izlash kompaniyalarni reklama qilish, kadrlarni o‘qitish va korporativ madaniyatni joriy etish – bu biznes turizmidir.

<sup>11</sup> Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

Shuningdek, biznes turizmi ko‘rgazmalar va kongresslarda qatnashish vositasida kompaniyalarni birlashtirish va rivojlantirish mexanizmlaridan biridir.

Iqtisodiyotning barcha darajalarida xalqaro konferensiyalar va uchrashuvlar qo‘shimcha foyda keltiradi. Bu yangi ish o‘rinlari orqali manzilni jonlantiradi va pul kapitalining ko‘p ta’siri, shuningdek, biznes uchrashuvlarini amalga oshirish turistik mavsumni uzaytiradi. Shuningdek, ishbilarmonlik turizmining ijobiy tomoni shundaki, ishbilarmon sayohatchilar dam oluvchilarga qaraganda ko‘proq mablag‘ sarflaydilar, chunki ularning barcha xarajatlari oldindan to‘lanadi. Har qanday uchrashuvda qatnashish uchun sayohat qilish biznes turizmining eng keng tarqalgan shakllaridan biridir. Uchrashuvlar ko‘p shakllarda bo‘lib, hajmi va maqsadi jihatidan juda xilma-xildir, lekin ishbilarmonlik turizmini rag‘batlantiradigan uchrashuvlar, birinchi navbatda, ishtirokchilar bilan bog‘liq bo‘lgan maqsad bilan uyushtirilgan uchrashuvlardir. Ko‘ngilochar sayyohlarga qaraganda ko‘proq pul sarflaydi. Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) ma’lumotlariga ko‘ra, xalqaro turistik harakatlarning qariyb 30 foizi kongresslarga tegishli. Yildan yilga barcha mamlakatlarda uchrashuvlar, sayohatlar, kongresslar va konferensiyalar soni ortib bormoqda. Ushbu shaharlarda ko‘plab konferensiya markazlari mavjud. Ularning shahar markazidagi joylashuvi, bepoyonligi va ko‘pincha ramziy dizayni shuni anglatadiki, ushbu binolar, albatta, har qanday shahar katta yig‘ilishlarni o‘tkazishda faol ekanligining eng yorqin belgisidir.



O‘zbekistonda so‘nggi yillarda turizmning MICE turi jadal rivojlanayotganligini ko‘rish mumkin. O‘zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi bu borada “Xalqaro congress va konferensiya assotsatsiyasi (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. Shu bois, O‘zbekistonda biznes-turizm salohiyatidan foydalanish uchun infratuzilmani yaratish, mehmonxonalar, zamonaviy biznes-markazlari, telekommunikatsiyalar, axborot xizmatlarini tashkil etish MICE turizmini rivojlantirish uchun muhim poydevor hisoblanadi. Ushbu anjuman ham mana shu poydevorni yaratishda muhim qadam bo‘lib qoladi. MICE turizmi hozirgi davrga kelib jahon umumiy turizmining muhim segmentlaridan biriga aylanmoqda. Turizmning bu shakli ko‘lami va undan keladigan yalpi daromadlar jahonda yildan-yilga o‘shib bormoqda. MICE turizmi bo‘yicha jahonning turizm sektori rivojlangan mamlakatlarida katta tajriba to‘plangan. Ular orasida Germaniya Federativ Respublikasi tajribasi ancha samarali va uni o‘rganishga munosib hisoblanadi. Shunday qilib MICE turizmi umumiy turizmning eng samarali segmentlaridan biri bo‘lib qolmoqda. Uning ahamiyati faqatgina qancha daromad olib kelishidagina emas, balki uning ijtimoiy, madaniy jihatlardan keltiradigan foydasi katta.<sup>12</sup>

O‘zbekiston Respublikasida 2021 – 2022 yillarda o‘tkazilgan MICE tadbirlar haqida tuzgan jadvalimizga ko‘ra yurtimizda tashkil etilgan har bir MICE tadbirlar orqali yurtimizga tashrif buyurgan sayyohlar sonini o‘rtacha o‘tgan oyga nisbatan 10 foizdan turistlarni oshishini ko‘rishimiz mumkin. Demak mamlakatimizda MICE tadbirlarni ko‘paytirish orqali 10 foizdan turistlarni ko‘paytirishimiz mumkin deb hisoblaymiz.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Igor Trišić ,Venera Arsenov Bojović, The role of MICE industry in tourism development, Tourism in function of development of the republic of Serbia, (2018, June 18). [https://www.researchgate.net/publication/333040071\\_The\\_role\\_of\\_MICE\\_industry\\_in\\_tourism\\_development](https://www.researchgate.net/publication/333040071_The_role_of_MICE_industry_in_tourism_development)
2. written by EHL Insights, What is MICE? (Meetings, incentives, conferences & exhibitions), ( 2023 ).
3. [\What is MICE? \(Meetings, incentives, conferences & exhibitions\) \(ehl.edu\)](#).
4. Satguru travel, MICE and Its Growing Importance, (2018, August 27). [MICE and Its Growing Importance \(satgurutravel.com\)](#)

<sup>12</sup> Og‘abek Turayev, Mintaqada ichki turizmni rivojlantirish vositasi sifatida turistik klasterlarni shakllantirish. O‘zXIA Xalqaro Konferentsiya to‘plami, (2022, Oktabr).

5. Princy A. J, How Does the MICE Industry Function?, (2021, June16).  
<https://www.researchdive.com/blog/how-does-the-mice-industry-function>
6. Kom Campiranon, Chaos Theory as an Approach to Understanding MICE in Time of Crisis, (2011, January).
7. [Chaos Theory as an Approach to Understanding MICE in Time of Crisis | Request PDF \(researchgate.net\)](#)
8. Dinesh T, Aniket K , Roshan D, MICE Industry by Event Type (Meeting, Incentive, Conventions, and Exhibitions): Global Opportunity Analysis and Industry Forecast 2017-2028 Market, (2021 ,Nov).
9. [MICE Industry Share,Size &Trends | Industry analysis 2021–2028 \(alliedmarketresearch.com\)](#)
- 10.[https://www.einnews.com/pr\\_news/615697674/mice-industry-valuation-worth-1-337-4-billion-by-2028-registering-at-a-cagr-of-21-3-from-2021-2028](https://www.einnews.com/pr_news/615697674/mice-industry-valuation-worth-1-337-4-billion-by-2028-registering-at-a-cagr-of-21-3-from-2021-2028)
11. J P Spencer,Zimkitha Bavuma, How important are mice to the tourism economy?, (2018, July).  
[https://www.researchgate.net/publication/333868157\\_How\\_important\\_are\\_mice\\_to\\_the\\_tourism\\_economy](https://www.researchgate.net/publication/333868157_How_important_are_mice_to_the_tourism_economy)
12. Og‘abek Turayev, Mintaqada ichki turizmni rivojlantirish vositasi sifatida turistik klasterlarni shakllantirish. O‘zXIA Xalqaro Konferentsiya to‘plami, (2022, Oktabr).
13. [https://www.researchgate.net/publication/365978386\\_Mintaqada\\_ichki\\_turizmni\\_rivojlantirish\\_vositasi\\_sifatida\\_turistik\\_klasterlarni\\_shakllantirish\\_UzHIA\\_Halkar\\_o\\_Konferencia\\_tuplami\\_26\\_10\\_2022](https://www.researchgate.net/publication/365978386_Mintaqada_ichki_turizmni_rivojlantirish_vositasi_sifatida_turistik_klasterlarni_shakllantirish_UzHIA_Halkar_o_Konferencia_tuplami_26_10_2022)
14. Muallif tomonidan ishlab chiqilgan