

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10823544>

MICE-TURIZMINING BARQAROR RIVOJLANISH SALOHIYATI

Egamberdiyev Sirojiddin Sattor o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistratura talabasi

Matkabulova Dilorom Xalilullayevna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti p.h.d dotsenti

ANNOTATSIYA

Turizm sohasi bir muncha o'zgaruvchan sohalar sirasiga kirib tarmoqlari orasida o'sish tendensiyalari o'zgarib turadi. So'nggi bir necha yillarda turizm ommaviy tadbirlar yo'nalishi bir muncha o'sdi. Bir qancha turizm sohasi rivojlangan davlatlar orasida sport tadbirlaridan tortib musiqa festivallarigacha, konferensiya yig'ilishlaridan to'ylargacha, turizm tadbirlari sanoatning ajralmas qismiga aylandi. Hozirgi zamonamizda sayohatchilar yoshlaridan qat'iy nazar ommaviy tadbirlarga qatnashish ko'rsatkichlari bir munchaga ortganini ko'rishimiz mumkin. Turizm sohasida ommaviy tadbirlarni tashkil etish aholi uchun daromad keltirishi, yangi ish o'rinlarini yaratishi va mahalliy madaniyat va an'analarni targ'ib qilishi va mamlakatning yalpi ichki mahsulotida salmoqli darajada o'sishga erishish mumkin.

***Kalit so'zlar:** Ommaviy tadbirlar, turizm, konferensiya, seminar, festival, simpozium.*

Introduction: Dunyoda business va ishbilarmonlar soni kundan kunga oshib bormoqda bu esa butun dunyoda MICE turizmi ham o'z navbatida rivojlanishiga olib keldi.

2008-2014-yil oktabr davri uchun qidiruv natijalariga asoslangan SCOPUS natijalari "tadbir" va "turizm" qidiruv so'zlari yordamida 1000 dan ortiq maqolalar haqida hisobot berish adabiyotlarda mazkur sohaga e'tibor tobora ortib borayotganini ko'rsatadi. Shu sababli, mazkur maqolaning maqsadi **dunyoda va O'zbekistonda MICE turizmining rivojlanishi tahlilini** tushunishimizga yordam beradigan malumotlarni tahlil qilishdan iborat.

MICE (uchrashuv, rag'batlantirish, konferensiya, tadbir) ya'ni bu uchrashuvlar, rag'batlantirishlar, konventsiyalar va ko'rgazmalar, shu jumladan konferentsiyalar, kongresslar va ko'rgazmalar tashkillashtiruvchilar yangi turizm yo'nalishi ochildi va

shu maqsadda ular rivojlanayapti. Bu esa turizm sanoatining muhim yo‘nalishlaridan ko‘ra biznesga ko‘proq etibor qaratishiga olib keldi. MICE turizmi 115 dan ortiq mamlakatlar tomonidan ishlab chiqilgan, uning eng foydali tomonlaridan biri daromad olish va ish bilan band qilish orqali mamlakat iqtisodiyotini o‘shishiga qaratilgan turizm turi hisoblanadi.

Jahon sayyohlik va turizm kengashi kelgusi o‘n yil ichida biznes turizmining yillik aylanmasi 3,7 foizga o‘shishini va 2016 yildagi 1,15 milliard dollardan 2027yilda 1,7 milliard dollargacha o‘shishini taxmin qilmoqda [1]. Ushbu maqolani o‘rganish obekti dunyodagi va O‘zbekistondagi MICE kabi turizm bo‘limi doirasidagi tadbirkorlik faoliyati hisoblanadi. Tadqiqot mavzusi Silk Road Destinations sayyohlik kompaniyasi misolida O‘zbekistonda biznes va MICE turizmining rivojlanish istiqbollari va to‘siqlari. Maqsad tadqiqot muammosi xalqaro turizmning o‘ziga xos sohasi sifatida MICE turizmining rivojlanishini tahlil qilishning past darajasi bilan bog‘liq. O‘zbekiston hali ham boshlang‘ich sayyohlik maskani bo‘lib, u jahon MICE turizm bozorida deyarli mavjud emas. MICE imkoniyatlari va uning O‘zbekistondagi rivojlanishidagi to‘siqlarga oid tadqiqotlar kam, shuning uchun biz tomonidan olib borilayotgan tadqiqotlar O‘zbekistonning ushbu turizm sohasidagi istiqbollari tahlil qilingan. Tadqiqotni o‘tkazish uchun muallif Jahon sayyohlik va Turizm kengashi iqtisodiy ma‘lumotlaridan foydalangan holda o‘z takliflarini kiritgan.

Ushbu maqola orqali butun dunyoda MICE turizmini tadqiq qilish va uni dam olish turizmi bilan farqi, keltiradigan foydasi, tahliliy jihatdan mualliflar tomonidan o‘rganilgan.

Middlton va Klark ta‘rifiga ko‘ra “biznes turizmi bu – ish bilan bog‘liq holda tartibsiz sayohatdir” va Svarbruk va Xornerga fikrlariga ko‘ra “biznes turizmi – ish bilan bog‘liq holda sayohat qilishdir” [2]. Dam olish maqsadida dunyo bo‘ylab ko‘plab insonlar hordiq chiqarish uchun kezishadi ularni asosini oilalilar, juftliklar, bolali oilalar, yolg‘iz kishilar yoki do‘stlar bilan sayohat qiluvchi kishalardir. Lekin MICE turizmida esa ular yuzlab hatto minglab kishilarni o‘z ichiga oladi. GBTA ma‘lumotlariga ko‘ra har yili 480 milliondan ortiq korporativ sayohatlar amalga oshiriladi. Tajribali yoshi kattaroq tashkilotchilar yiliga 12 ta, yoshroq tashkilotchilar

14 ta sayohatni amalga oshiradilar, bu esa o‘z navbatida MICE turizmini rivojlanganligidan dalolatdir [2]. BJTT ma‘lumotlariga ko‘ra 2006-yilda 4,4 mln biznes vakillari safarda 5100\$ sarflashgan, shaxsiy maqsadlarda sayohat qilgan 17,8 mln kishi esa 3800\$ mln sarflashgan [1]. Shuni takidlash joizki boshqa turizm turlari kabi MICE turizmi mavsumga bog‘lanib qolgani yo‘q. Bu turizm turi vaqt ham mavsum ham tanlamaydi.

Metod: tadqiqot metodologiyasi va empirik tahlil

Dam olish turizmi va MICE turizmini bir-biridan farqi: (1- jadval)

	Dam olish turizmi	MICE turizmi
Ishtirokchilar	Turistlar	Professionallar, mutaxassislar, ishbilarmonlar. Baʼzan hamkorlar hamrohlik qilishi mumkin
Guruhlar hajmi	Individual yoki kichik guruh	Millongacha ishtirokchilar boʻlishi Mumkin
Ishtirokchilarning asosiy maqsadi	Oʻyin-kulgi, dam olish, yanginarsalarni oʻrganish, manzillar va yangi madaniyatlarni oʻrganish	Biznes masalasida yoki maslahat almashish,
Toʻlovchi	Turist	Ish beruvchi yoki tashkilot
Qaror qabul qiluvchi	Sayyohlar, sayyohlik ulgurji savdogarlari, sayyohlik agentlari	Uchrashuv tashkilotchisi/ragʻbatlantirish/konferentsiya/tadbir
Vaqt	Bayramlarda yokimaxsus kunlarda	Yilning xoxlagan vaqti
Asosiy iqtisodiy taʼsir	Toʻgʻridan toʻgʻri xarajatlar	Investmenlar yoki biznesmenlar

Maʼumotlarga qaraganda butun dunyoda ishlaydigan kompaniya xodimlari yiliga 5 martan koʻproq business uchrashuvlar, koʻrgazmalar, konfirensiyalarda qatnashishadi. Bu esa kompaniya ishchilariga juda yoqadi va ish samaradorligini oshiradi. Business sayohatga chiqan kishilarni kun davomida 20% vaqti boʻsh boʻladi, ular esa bundan foydalanib sayohat qilishga vaqtlari boʻlarkan yaʼni business maqsadida borgan insonam oʻsha borgan joyini sayohat qilishi mumkin boʻladi.

Ishtirokchilar soniga qarab Kongress tadbirlarini quyidagilarga boʻlish mumkin: Kichik (250 dan kam ishtirokchi);

Oddiy (250 dan 1000 ishtirokchigacha); Katta (1000 dan ortiq ishtirokchilar).

Hozrigi kunda Oʻzbekistonda MICE turizmini rivojlanishiga bir qancha omillar taʼsir koʻrsatmoqda, bularga: mehmonxonalarining kongress zallari dunyo standartlariga javob bera olishligi, transport, yoʻl infratuzilmasining yaxshi emasligi, joylashtirish masalasi katta mehmonxonalarining yoʻqligi, servis xizmat koʻrsatishning yuqori darajada emasligi va kadrlar masalasi kabi muammolar bor. Toshkentdagi toʻrtta asosiy xalqaro aeroport, Samarqand, Buxoro va Urganch qayta qurildi, mamlakatning asosiy avtomagistrali yangilanmoqda. Bugungi kunda Oʻzbekiston havo yoʻllari muntazam faoliyat yuritmoqda, dunyoning 40 dan ortiq yetakchi davlatlariga reyslar Rossiya, Belarus, AQSh, Italiya, Germaniya, Fransiya, Latviya, Buyuk Britaniya, Hindiston, Tailand, BAA, Xitoy, Malayziya, Koreya, Singapur, Turkiya, Isroil, Ozarbayjon, Qirgʻiziston va Qozogʻiston kabi davlatlarga mavjud. Ammo

O‘zbekistonda MICE turizmini rivojlantirish istiqbollari mavjud faqat uni rivojlantirish va shakllantirish kerak. Buning uchun MICE turistik korxonalarini ko‘proq ochish va avvalambor ichki biznesni rivojlantirishda qo‘llash keyin esa raqobat muhitini yaratgan holda dunyo standartlariga chiqib olish zarur. Lekin mehmonxona sonlari, undagi kongres zallar, restoranlar, malakali kadrlarni tayorlash va ularni biznes turizmiga yo‘naltirish kerakligini rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida ko‘rsatilgan. O‘zbekiston o‘zining betakror obidalari, milliy taomlari va go‘zal tabiatini o‘zida mujassam etgan diyor, faqat buni to‘g‘ri rivojlantirish zarur.

RESULTS

O‘zbekiston turizmi rivojlanish holatini tahlili ko‘rib chiqilsa unga ko‘ra o‘tgan 8 oyda yurtimizga xorijdan 4 million 300 ming nafar turist kelgan, ulardan 1 milliard 400 million dollar tushum bo‘lgan. Qo‘shimcha dam olish kunlari va chegirma berilgani natijasida ichki sayyohlar soni 15 million nafarni tashkil qilib, o‘tgan yilgiga qaraganda 2 barobarga o‘sgan.

Turizm infratuzilmasi ham izchil rivojlanmoqda. Joriy yilda 15 mingta yangi mehmon o‘rinlari tashkil etilib, ularning soni 137 mingtaga yetdi. 540 ta dam olish va ko‘ngilochar maskan barpo etildi, 70 ta turizm marshruti ochildi.

Shuningdek, 6 ta xususiy aviakompaniya ish boshladi, yangi 23 ta samolyot olib kelindi, 20 ta xalqaro va 6 ta ichki qatnov yo‘lga qo‘yildi. Samarqand aeroportida haftalik xalqaro reyslar 46 tadan 85 taga ko‘paydi. 1 ming 300 ta zamonaviy avtobus xarid qilinib, 38 ta yo‘nalish ochildi.

2022-yilda O‘zbekistonga tashrif buyurgan xorijiy turistlar soni 2021-yilga nisbatan 3 baravarga oshgan (5,2 million, soha eksporti – 1,6 milliard dollar). Ichki turizm dasturlari doirasida 11,5 million, shundan 1,5 million ehtiyojmand aholi, yoshlar va keksalar sayohatlari tashkil etilgan. Qayd etilishicha, Samarqandda yangi turizm markazi barpo etilgani qo‘shimcha 2 million sayyoh jalb qilish imkonini beradi. Bu yili O‘zbekistonda Butunjahon turizm tashkilotining Bosh assambleyasi yig‘ilishini o‘tka- zishga katta tayyorgarlik ko‘rilayotganligi.

Bundan tashqari, Samarqand 2023-yilgi Butunjahon turizm poytaxti maqomini olgani ham bu boradagi ishlarning yuqori natijalaridan biri ekani ta’kidlashimiz mumkin. Bu borada olib borilgan chora-tadbirlar katta natijalar berishni boshlagani yuqorida keltirilgan statistik ma’lumotlarda o‘z aksini topib turibdi.

O‘zbekistonda turizmning barcha turlarini rivojlantirish imkoniyatlari yuqoriligi mutaxassislar tomonidan ta’kidlanmoqda. Shu bilan birga, hozirgi paytda mamlakatimizda turizmning samaradorligi yuqori baholangan bir turi bu, MICE – turizmi kabi turlarini rivojlantirish imkoniyati mavjud. So‘nggi yillarda mintaqalar va mamlakatlar o‘rtasidagi biznes, madaniy va ilmiy aloqalar tobora rivojlanib bormoqda,

bunda biznes turizmining ahamiyati ham katta bo‘lmoqda. Milliy iqtisodiyotning rivojlanishi va uning jahon bozoriga integratsiyalashuvini ham 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. Shuningdek, biznes turizmi ko‘rgazmalar va kongresslarda qatnashish vositasida kompaniyalarni birlashtirish va rivojlantirish mexanizmlaridan biridir. 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. Shu bois, O‘zbekistonda biznes-turizm salohiyatidan foydalanish uchun infratuzilmani yaratish, davlatning samarali yordami, ishonchli statistik ma’lumotlar, professional kadrlarni tayyorlash, shuningdek, mamlakatning ijobiy imijini shakllantirish zarur [3].

MICE turizmning ilmiy-uslubiy jihatlari: MICE – bu “Meetings, Incentives, conferences, exhibitions (Uchrashuvlar, Rag‘batlantirishlar, Konferentsiyalar, Ko‘rgazmalar)” so‘zlarining bosh harflari orqali shakllantirilgan qisqartma hisoblanadi. Kongress turizmi asosan o‘zi faoliyat olib borayotgan sektorlarda foyda keltirish maqsadida qilingan sayohat va tashkiliy faoliyatlar iborat.

MICEni ifodalovchi so‘zlarning mazmuniga qaraydigan bo‘lsak:

Meetings – Uchrashuvlar: kompaniyalarning yirik darajadagi biznes uchrashuvlarini, seminarlarini, sohaga oid treninglar kabi faoliyatlarini to‘g‘ridan-to‘g‘ri diqqatga sazovor markazlarda yoki sektor uchun geografik ahamiyat kasb etuvchi mintaqada-hududda o‘tkazishni ustuvor hisoblashi yoki tashkil etishi MICE turizmining bir ko‘rinishi bo‘ladi.

Incentives – Rag‘batlantirishlar (imtiyozlar): Kompaniyalar tomonidan ishlaydigan xodimlarning motivatsiyalarini (rag‘batlarini) oshirish, unumdorlikni eng yuqori darajaga chiqarish maqsadida tashviqot qilish, motivatsiya faoliyatlarini tashkil etishdir.

Conferences – Konferentsiyalar: Muayyan maqsadga xizmat qiluvchi birliklar va uyushmalar kabi tuzilmalarning yoki sektor vakillarining tashkil etgan konferentsiyalari MICE turizmining konferentsiyalar qismini tashkil qiladi.

Exhibitions – Ko‘rgazmalar: Yuqoridagilar bilan bir qatorda tashkil etilgan va yuzlab ishtirokchilarni mintaqaga jalb qilgan yarmarkalar faoliyatlari MICE

Turizmining eng muhim tarmoqlaridan biri hisoblanadi. MICE turizmi asosiy faoliyatdan olinadigan daromad bilan bir qatorda turli sohalarda har xil manfaatlarni kelishiga ham xizmat qiladi [3].

MICE turizmi professional Rag'batlantiruvchi sifatida manfaatdor tomonlarni yoki xodimlarni rag'batlantirish uchun sayohat qilishni o'z ichiga oladi. Bu nafaqat zavq oladigan tadbir, balki ishbilarmon jamolarning maroqli dam olishi bo'lishi mumkin.

MICE manzilini yaratadigan eng muhim jihatlardan biri bu – turizm infratuzilmasidir. Dam olish va MICE biznes sayohati bir-biridan juda farq qiladi, lekin ikkalasi ham tashrif buyuruvchilarni qabul qilish uchun belgilangan manzilni talab qiladi va mehmondo'stlikdan tortib diqqatga sazovor joylar hamda ko'ngil ochar tadbirlargacha barchasi diqqat e'toborda bo'lishi lozim .

Infratuzilma haqida gapiradigan bo'lsak, MICE manziliga borish va sayohat qilishni osonlashtiradigan sifatli va zamonaviy transport tizimlari kerak. Tashrif buyuruvchilarni ya'ni mehmonlarning harakatlanishini osonlashtiradigan vakolatli va ishonchli jamoat transporti tizimli tashkil etish MICE sayohati va turizmi uchun muhimdir, chunki ko'p sayohatlar juda qisqa va samarali transport foydalangan holda mavjud vaqtni tejaydi va mehmonlarni qo'shimcha maroqli dam olishiga yordam beradi [4].

Discussion: Xorijiy davlatlar tajribasini o'rganish shuni ko'rsatadiki, MICE turizmini rivojlantirishning asosiy jihatlari mamlakatda yaratilgan shart sharoitlar, o'shbu turizm turini tashkillashtirish subyektlari bu ixtisoslashtirilgan (tadbirlarni tashkil etish bilan shug'ullanuvchi) tashkilotlar, ko'rgazma markazlari va MICE tadbirlarini o'tkazish maydonlaridir. Ular davlat va xususiy shakllarda faoliyat yuritadilar. Shunga qaramay, davlat ularni muntazam ravishda qo'llab-quvvatlaydi.

Shuni ta'kidlash joizki, mamlakatimizda turizmni rivojlantirishning istiqbolli turlarini yaratish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biridir. Mahalliy va xorijiy turistlarning oqimini ko'paytirish maqsadida vazirlik va idoralar tomonidan muntazam ravishda madaniy-ko'ngilochar, sport, ko'rgazma va boshqa xalqaro tadbirlar tashkil etilib kelinmoqda. Biroq O'zbekistonning mavjud salohiyati va imkoniyatlariga qaramay, MICE turizmi bugungi kunda yetarli darajada rivojlanmagan. Respublikada turizmning ushbu turi faol bo'lishiga qaramasdan, sekinlik bilan rivojlanayotganligi bilan xarakterlanadi [4].

MICE turizmi dunyo bo'yicha korporativ tarmoq, kichik va o'rta biznes, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarning o'sishi, shuningdek, innovatsiyalarning global internet tarmog'iga joylashtirilishi hisobiga ko'plab muvaffaqiyatlarga erishdi. Jahon miqyosida turizmning jadal sur'atlarda o'sishi MICE turizmining kelajakda

yanada rivojlanishiga turtki bo'ladi. Shuningdek, tarmoq tashkilotchiligi bilan tashkil etiladigan global miqyosdagi uchrashuvlar davlatlardagi turizm sohasidagi kompaniyalar va xususiy shaxslarning faolligini oshirish bilan bir qatorda mamlakat aholi jon boshiga hisoblanadigan yalpi mahsulotning o'sishiga hamda aholi turmush darajasining sifat jihatdan o'sishiga olib keladi [5].

MICE sanoatining rivojlanishiga ta'sir etadigan asosiy omillar quyidagilardir²⁹:

- mehmonxona, transport, biznes, madaniy-ko'ngilochar infratuzilma va logistika kompleksining rivojlanish darajasi;
- hududiy moliyaviy-iqtisodiy jarayonlarning shaffofligi;
- biznes tuzilmalarining axborot tizimining ochiqligi;
- hukumat tuzilmalarining jahon iqtisodiyotining o'zgaruvchan voqeliklariga moslashuvchanligi.

Hozirgi kunda O'zbekistonda **MICE** turizm yetarli darajada rivojlanmaganligi va turizmning ushbu turi to'g'risida to'liq ma'lumot shakllanmaganligi sababli, mamlakatda **MICE** turizmni qanchalik potentsialga ega ekanligini aniqlashda qiyinchiliklar tug'iladi. **MICE** turizm imkoniyatlaridan to'laqonli foydalanish uchun quyidagi hayotiy zarur platformalarni yaratish lozim bo'ladi:

- qulay infratuzilma;
- davlatning qo'llab-quvvatlovi;
- ishonchli statistik ma'lumotlar;
- malakali kadrlarni tayyorlash;
- mamlakatning imidjini yaratish.

Shaharlarning biznes infratuzilmasini besh yulduzli mehmonxonalar, biznes markazlar qurish, yuqori texnologiyali aloqa tizimlarini joriy etish va qulay transport harakatini yaratish orqali modernizatsiya qilish nafaqat tashqi turizm, balki ichki turizm imkoniyatlaridan ham keng foydalanishga yo'l ochadi.

Davlat tomonidan **MICE** turizmni huquqiy jihatdan tartibga solish, bu boradagi qonunchilik bazasini yaratish, turizmning ushbu yo'nalishiga imtiyoz va preferensiyalar berish natijasida O'zbekistondagi biznes iqlimni yangi bosqichga olib chiqish, **MICE** turizmni rivojlanishiga va bu boradagi ishonchli ma'lumotlarning shakllanishiga keng imkoniyat yaratadi.

Shuningdek, biznes turizm yo'nalishida malakali kadrlarni tayyorlash ushbu soha rivojlanishining asosiy omillaridan biri bo'lib xizmat qiladi. Bu esa nafaqat sifatli xizmat ko'rsatish, balki O'zbekistonning dunyo turizm sanoatida o'z o'rnini topishga, o'z imidjini yaratishiga imkon beradi.

Shuni aytishimiz mumkinki, **MICE** turizmni rivojlantirish orqali mamlakatimizning iqtisodiy o'sish tendensiyalarini tezlashtirish, yangi ish o'rinlarini

yaratish, dunyo mamlakatlari bilan o‘zaro manfaatli bitimlar tuzish va ularni realizatsiya qilish, ichki bozordagi kichik va o‘rta tadbirkorlik subyektlarining jahon bozorida raqobatbardosh bo‘lgan mahsulotlarni ishlab chiqarish va xizmatlar ko‘rsatish salohiyatini oshirish imkoniyatlari mavjud. Shu sababli, mamlakatimizda **MICE** turizmni jozibadorligini oshirish bo‘yicha yanada jiddiy ishlarni olib borishimiz lozim bo‘ladi [5].

Conclusion: **MICE** turizmning asosiy maqsadi mamlakatda yagona sayyohlik makonini shakllantirishga hissa qo‘shib, jahondagi turistik yo‘nalishlar reytingida yuqori o‘rinlarni egallashdir. Biznes turizmni rivojlantirish uchun bir qancha takliflarni ko‘rib chiqish zarur:

Rivojlangan mamlakatlarning **MICE** turizmni rivojlantirishdagi bosqichlarini targ‘ib etish;

Katta 300-500 ta mijozlarni o‘ziga sig‘dira oladigan mehmonxonalarini qurish;
Xizmat ko‘rsatish sohasi bo‘yicha malakali kadrlarni tayyorlash;

MICE turistik firmalarini ochish;

Firma xodimlarini xorijiy tillarda bemalol gaplasha olishini ta‘minlash; Transport sohasida biznes joylarini ko‘paytirish;

Havo yo‘llariga narx masalasini ko‘rib chiqish;

Xalqaro ko‘rgazmalar, konferensiyalar, uchrashuvlarni tashkil etish va yuqori darajada o‘tkazish;

Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz, Farg‘ona viloyatlari va shaharlarida tashkilotchilarga hukumat tomonidan chet el davlatlari bilan aloqa o‘rnatishda yordam berish;

MICE turistik firmasining reklama masalasini ko‘rib chiqish.

Dunyo tajribasi shuni ko‘rsatadiki, **MICE** turizm kichik hududlar uchun ham rivojlantirishning asosiy elementi hisoblanadi. Shaharlar o‘z hududining xususiyatlari va imkoniyatlarini hisobga olgan holda turistik tadbirlarni yaratishlari lozim.

REFERENCES

- [1] G. Huang, "TSUE.UZ," «Development of MICE tourism in Uzbekistan», vol. 6. вып. 1, pp. m. 2., anp. 2022.
- [2] O. Wyman, "GLOBAL GUIDELINES FOR SAFE & SEAMLESS TRAVELLER JOURNEY," World travel and tourism council, pp. 10-12, 2023.
- [3] C. J. Middleton V, "Marketing in Travel and Tourism," Vols. Third Edition,, 2001.
- [4] H. S. ., Swarbrooke J, "Oxford," Business travel and tourism Butterworth-Heinemann, 2001.
- [5] R. F, "Tourism: practice, problems, perspectives," Reliable partnership in business execution , p. 10, 2010.