

DUNYODA VA O‘ZBEKISTONDA MICE TURIZMINING RIVOJLANISHI TAHLILI

Ergashev Shoxrux Jamolovich

TDAU SF Agrobiznes va logistika fakulteti talabasi

Shokhrukhergashev@yandex.com

ANNOTATSIYA

Mazkur maqolada MICE turizmi orqali boshqa turizm turlarining rivojlanishi va uning ahamiyati, mintaqalar iqtisodiyotini o‘shida asos bo‘lishi, MICE turizmiga bo‘lgan talab va uni rivojlantirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan ishlar tahlil etilgan. Rivojlangan dunyo mamlakatlarining ilgo‘r tajribasi asosida mintaqamizda MICE turizmini rivojlantirish bo‘yicha takliflar berilgan. MICE turizmi yangi rivojlangan turizm turi bo‘lib bu hozirgi kunda butun rivojlangan davlatlarda keng ko‘lamda foydalanilmoqda.

Kalit so‘zlar: turizm, MICE, tadbirlar, maqsadli auditoriya, infratuzilma, gastronomiya, festival, marketing, iste‘molchi xulq-atvorio

ABSTRACT

This article analyzes the development of other types of tourism through MICE tourism and its importance, the basis for the growth of the regional economy, the demand for MICE tourism and the ongoing work on its development. Based on the advanced experience of the developed world countries, proposals are made for the development of MICE tourism in our region. MICE tourism is a newly developed type of tourism, which is now widely used in all developed countries.

Keywords: tourism, MICE, events, target audience, infrastructure, gastronomy, festival, marketing, consumer behavior.

Kirish (Introduction)

Dunyoda biznes va ishbilarmonlar soni kundan kunga oshib bormoqda bu esa butun dunyoda MICE turizmi ham o‘z navbatida rivojlanishiga olib keldi.

MICE (uchrashuv, rag‘batlantirish, konferentsiya, tadbir) ya‘ni bu uchrashuvlar, rag‘batlantirishlar, konventsional 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 tomidan ishlab chiqilgan, uning eng foydali tomonlaridan biri daromad olish va ish bilan band qilish orqali mamlakat iqtisodiyotini o'sishiga qaratilgan turizm turi hisoblanadi.

Jahon sayyohlik va turizm kengashi kelgusi o'n yil ichida biznes turizmining yillik aylanmasi 3,7 foizga o'sishini va 2016 yildagi 1,15 milliard dollardan 2027 yilda 1,7 milliard dollargacha o'sishini taxmin qilmoqda [1]. Ushbu maqolani o'rganish ob'ekti 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 istiqbollarini 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 tatqiq 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][3] 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. [4] 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 [5]. Shuni takidlash joizki boshqa turizm turlari kabi MICE turizmi mavsumga bog'lanib qolgani yuq. Bu turizm turi vaqt ham mavsumam tanlamaydi.

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. Ba'zan hamkorlar hamrohlik qilishi mumkin
Guruhlar hajmi	Individual yoki kichik guruh	Millongacha ishtirokchilar bo'lishi mumkin
Ishtirokchilarning asosiy maqsadi	O'yin-kulgi, dam olish, yangi narsalarni o'rganish, manzillar va yangi madaniyatlarni o'rganish	Biznes masalasida yoki maslahat almashish,
To'lovchi	Turist	Ish beruvchi yoki tashkilot
Qaror qabul qiluvchi	Sayyohlar, sayyohlik ulgurji savdogarlari, sayyohlik agentlari	Uchrashuv tashkilotchisi/rag'batlantirish/konferentsiya/tadbir
Vaqt	Bayramlarda yokimaxsus kunlarda	Yilning xoxlagan vaqti
Asosiy iqtisodiy ta'sir	To'g'ridan to'g'ri xarajatlar	Investmenlar yoki biznesmenlar

Ma'umotlarga qaraganda butun dunyoda ishlaydigan kompaniya hodimlari yiliga 5 martan ko'proq biznes uchrashuvlar, k'orgazmalar, konfirensiyalarda qatnashishadi. Bu esa kompaniya ishchilariga juda yoqadi va ish samaradorligini oshiradi. Biznes sayohatga chiqan kishilarni kun davomida 20% vaqti bo'sh bo'ladi, ular esa bundan foydalanib sayohat qilishga vaqtlari bo'larkan ya'ni biznes maqsadida borgan insonam o'sha borgan joyini sayohat qilishi mumkin bo'ladi.

Ishtirokchilar soniga qarab Kongress tadbirlarini quyidagilarga bo'lish mumkin:

Kichik (250 dan kam ishtirokchi);

Oddiy (250 dan 1000 ishtirokchigacha);

Katta (1000 dan ortiq ishtirokchilar).

Hozrigi kunda O'zbekistonda MICE turizmini rivojlanishiga bir qancha omollar ta'sir ko'rsatmoqda, bularga: mexmonxonalarning kongress zallari dunyo standartlariga javob bera olasligi, transport, yo'l infratuzilmasining yaxshi emasligi, joylashtirish masalasi katta mehmonxonalarning yo'qligi, servis xizmat ko'rsatishning yuqori darajada emasligi va kadrlar masalasi kabu muammolar bor. Toshkentdagi to'rtta asosiy xalqaro aeroport, Samarqand, Buxoro va Urganch qayta qurildi, mamlakatning asosiy avtomagistrali yangilanmoqda. Bugungi kunda O'zbekiston havo yo'llari 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, Qirg'iziston va Qozog'iston 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 mexmonxona sonlari, undagi kongres zallar, restaranlar, 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.

Xulosa va takliflar (Conclusion/Recommendations)

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

Rivojlangan mamlakatlarning MICE turizmini rivojlantirishdagi bosqichlarini targ'ib etish;

Katta 300-500 ta mijozlarni o'ziga sig'dira oladigan mexmonxonalarini qurish;

Xizmat ko'rsatish sohasi bo'yicha malakali kadrlarni tayyorlash;

MICE turistik firmalarini ochish ;

Firma xodimlarini xorijiy tillarda bemaolol gaplasha olishini ta'minlash;

Transport soxasida 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, Shaxrisabz, Farg'ona viloyatlarida tashkilotchilarga hukumat tomonidan chet el davlatlari bilan aloqa o'rnatishda yordam berish;

MICE turistik firmasining reklama masalasini ko'rib chiqish.

Kabi takliflar mavjud. 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] World travel and Tourism Council: Maximizing Opportunities for Business Travel Growth 2017 Executive summary
- [2] Middleton V, Clarke J 2001 Marketing in Travel and Tourism, Third Edition, Elsevier ButterworthHeinemann, Great Britain
- [3] Swarbrooke J, Horner S 2001 Business travel and tourism Butterworth-Heinemann, Oxford
- [4] 5 Stats About the Current State of Corporate Travel E-source: <http://www.dcsplus.net/blog/5-stats-about-the-current-state-of-corporate-travel> (viewed on 05.03.2019)
- [5] Rybakov F 2010 Reliable partnership in business execution Tourism: practice, problems, perspectives 10