

## MICE TURIZMI ORQALI O'ZBEKISTONNING TURISTIK SALOHIYATINI TARG'IB ETISH OMILLARI

**Ma'rifova Sevinchxon Mansurjon qizi**  
**Qo'qon Universiteti talabasi,**  
**Umarov Omonjon**  
**Qo'qon Universiteti o'qituvchisi**

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada MICE turizmning barcha turlari va uni rivojlantirish usullari, MICE turizmni O'zbekistonda rivojlantirish va amalga oshirish bo'yicha takliflar keltirilgan.

**Kalit so'zlar:** Mice, turizm, festivallar, mintaqa imiji, brend.

MICE turizm zamonaviy shaharlar va turizm salohiyati yuqori bo'lgan hududlarni namoyon qilishning eng istiqbolli usullaridan biri hisoblanadi. MICE turizmning asosiy motivatsion faktorlaridan biri jamiyat va tadbir bo'ladigan joylar uchun rezonansga ega ramziy voqealar hisoblanadi.

Amalga oshirilayotgan tadbirlar tufayli ommaviy axborot vositalarida shahar haqida ma'lumotlar soni ko'paymoqda, mehmonxona sohasi rivojlanmoqda, turoperatorlar qiziqarli yo'nalishlarni yaratmoqdalar. Ushbu ishlar natijasida ijobiy imidj shakllanadi va uning mamlakat ichida hamda chet elda tan olinishi ta'minlanadi.

Belgilangan joyga tashrif buyuruvchilar ikkinchi eng muhim auditoriya bo'lib, ularning jalb etilishi hududning ijobiy va muvaffaqiyatli imidjini shakllantirishga ta'sir qiladi.

Investorlar. Ularning ehtiyojlari va jalb qilish mumkin bo'lgan jarayonlarni aniqlash hududning moliyaviy markaz sifatida rivojlanishida hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lishi, sanoat va infratuzilmaning rivojlanishiga yordam berishi mumkin.

Ushbu tadqiqotimizda biz maqsadli auditoriyaning turistlar qismini ko'rib chiqamiz. Ushbu auditoriyani tanlash MICE turizmni tashkil etish jarayonida eng katta va ahamiyatli ekanligi bilan bog'liq. Tashkil etilgan tadbir sayyohlarga yoqsa, kelajakda ular takroriy sayohatlarni rejalashtirishadi, hududning mahalliy aholisi va malakali kadrlari, shuningdek, davlatdan tashqarida tashrif buyurgan joyning ijobiy imidjini tarqatuvchisi bo'ladilar. Hozirgi kunda O'zbekistonda Samarqand, Toshkent, Xiva, Buxoro va Qo'qon shaharlarida konferensiyalar mavjud. Bu yerdagi ko'rgazmalar shunchaki tadbir emas, balki tor ixtisoslashgan mutaxassislarining uchrashuvlari, yangi biznes sheriklarni topish, tajriba almashish va shartnomalar tuzish uchun maydondir.

"Ipak yo'lidagi turizm" Toshkent xalqaro sayyohlik yarmarkasi, "Made in Uzbekistan", "Food Week Uzbekistan" va boshqa ko'rgazmalar O'zbekistondagi eng yirik tadbirlardandir. Qarorga muvofiq, 2022 yilda Qo'qon shahrida II Xalqaro hunarmandchilik festivalini tashkil etish va o'tkazish bo'yicha tashkiliy qo'mita tarkibi hamda "yo'l xaritasi" tasdiqlandi. Festivalga iqtidorli hunarmandlar va iste'dodli yoshlarni jalb qilish maqsadida "Men Qo'qonga boraman" shiori ostida ikki bosqichdan iborat quyidagi ko'rgazma va ko'rik-tanlov tashkil etiladi:

- birinchi bosqich – tumanlar (shaharlar) bo'yicha 2022 yilning aprel oyida;

- ikkinchi bosqich – Qoraqalpog‘iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahri bo‘yicha 2022 yil iyunda.

Brend imidji bo‘yicha mutaxassis S.Anholt “hozirda shaharning turistik brendi bo‘lishni istasa, uchta narsa strategiya, boshqaruv va ommaviy rasmiy tadbirlar bo‘lishi lozim” deb ta’kidlab o‘tgan.

S. A. Globova ta’kidlaganidek, MICEni hududni targ‘ib qilish vositasi sifatida quyidagi natijalarga erishish mumkin

Xorijiy tajriba shuni ko‘rsatadiki, MICE turizm yaxshi tashkil etilgan va targ‘ib qilinadigan tadbirlar shahar, mintaqa va mamlakatning PR-kompaniyasining asosiy elementiga aylanishi mumkin. MICE turizmni tashkil etish sohasida yetakchilar sifatida AQSh, Fransiya, Germaniya, Italiya, Buyuk Britaniya, Avstraliya, Janubiy Koreya tan olingan. Bugungi kunda bir necha o‘nlab yo‘nalishlarning iqtisodiy faoliyati tadbirlarga qaratilgan. Har yili MICE turizm infratuzilmasi muhim va yillik voqealar maqomiga ega bo‘lgan yangi tadbirlar bilan to‘ldiriladi. Minglab muxlislar sevimli jamoalari o‘yinlarini tomosha qilish uchun dunyo bo‘ylab sayohat qilishga tayyor bo‘lishadi.

MICE reytingida qishki va yozgi Olimpiya o‘yinlari munosib o‘rin egallaydi. Olimpiadani tashkil etish natijasida turizm sohasini rivojlantirish, ular o‘tkazilayotgan shahar va mamlakatlarning imij jozibadorligini oshirishga xizmat qiluvchi yuzlab loyihalar amalga oshirilmoqda. Birgina 2016 yil Olimpiada o‘yinlari paytida Braziliyaga tashrif buyurgan xorijlik sayyohlar o‘rtasida sotsiologik tadqiqot usuli bilan aniqlangan quyidagi faktlar ushbu sa'y-harakatlarning natijasi bo‘ldi: 110 ming shahar mehmonlarining 88 foizi Braziliyaga yana turist sifatida tashrif buyurish istagini bildirdi. Bundan tashqari, Olimpiada davrida Braziliyaga tashrif buyuruvchilar soni qariyb yetti baravarga oshgan, bu esa mamlakatning turistik salohiyatiga qiziqishning mutanosib ravishda oshganidan dalolat beradi.

**Foydalangan adabiyotlar ro‘yxati:**

1. data.worldbank.org.
2. unwto.org.
3. Uzbektourism.uz.