

Ishbilarmonlik turizmining xususiyatlari va rivojlanishi

Aminov, Fazliddin Baxodirovich

Особенности и развитие делового туризма

Аминов, Фазлиддин Баходирович

Features and development of business tourism

Aminov, Fazliddin Bakhodirovich

■ Received: May 28, 2024 ■ Revised: May 30, 2024 ■ Accepted: June 6, 2024 ■ Published Online: July 1, 2024

Аннотация. Мақоллада ишбilarmonlik turizmi xizmat ko'rsatish sohasining muhim tarmog'i va muhim daromad manbai ekanligi va O'zbekiston sharoitida ushbu sohada hali foydalanilmagan katta zahiralari mavjudligi hamda ulardan muvafiqiyatli foydalanishning yangi tashkiliy, iqtisodiy va boshqaruv yechimlari yoritib berilgan. Bugungi kunda dunyo mamlakatlari uchun ishbilarmonlik turizmi xizmat ko'rsatish sohasining muhim tarmog'i hamda muhim daromad manbai sanalanadi. Mamlakatimizda ushbu sohada foydalanishi kutilayotgan katta zahiralari mavjud, ammo ulardan samarali foydalanish yangi, innovatsion tashkiliy-iqtisodiy va boshqaruv mexanizmlarini, marketingni rivojlantirishning zamonaviy dasturlarini ishlab chiqishni talab qiladi, bu esa jahon va mahalliy tajribani umumlashtirishni, ishbilarmonlik turizmi xizmatlari va umuman turizm sanoatini barqaror rivojlantirish bo'yicha samarali strategiyani ishlab chiqishni taqozo etadi. Natijada bu borada kerakli ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar berish maqsadga muvofiq.

Калит so'zlar: biznes turizmi, korporativ tadbirlar, MICE, kongress va ko'rgazma turizmi, ishbilarmonlik, biznes.

Аннотация. В статье подчеркивается тот факт, что деловой туризм является важной отраслью сферы услуг и важным источником дохода, а также наличие в Узбекистане крупных неиспользованных резервов, а также новых организационно-экономических и управленческих решений для их успешного использования. Сегодня деловой туризм является важной отраслью сферы услуг и важным источником дохода для стран мира. Наша страна располагает большими резервами, которые предполагается использовать в этой сфере, но их эффективное использование требует разработки новых, инновационных организационно-экономических и управленческих механизмов, современных программ развития маркетинга, которые позволят обобщить мировой и местный опыт, устойчивое развитие экономики. Услуги делового туризма и туристическая отрасль в целом требуют разработки эффективной стратегии. В результате уместно сделать необходимые научно обоснованные предложения и рекомендации по этому поводу.

Ключевые слова: деловой туризм, корпоративные мероприятия, MICE, конгрессно-выставочный туризм, дело, бизнес

Abstract. The article emphasizes the fact that business tourism is an important service sector and an important source of income, as well as the presence in Uzbekistan of large untapped reserves, as well as new organizational, economic and management solutions for their successful use. Today, business tourism is an important service sector and an important

source of income for countries around the world. Our country has large reserves that are expected to be used in this area, but their effective use requires the development of new, innovative organizational, economic and management mechanisms, modern marketing development programs that will allow us to generalize global and local experience, and sustainable economic development. Business tourism services and the tourism industry as a whole require the development of an effective strategy. As a result, it is appropriate to make necessary scientifically based suggestions and recommendations in this regard.

Keywords: business tourism, corporate events, MICE, congress and exhibition tourism, biznes

KIRISH

O'zbekiston Respublikasida, boshqa ko'plab mamlakatlarda bo'lgani kabi, turizm iqtisodiyotni rivojlantirish va mamlakatga xorijiy kapitalni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi. Bundan tashqari, turizm yangi ish o'rinlarini yaratadi va milliy iqtisodiyotning turdosh tarmoqlari: umumiy ovqatlanish, savdo, transport, mehmondo'stlik va boshqalarni rivojlantirishga sezilarli ta'sir ko'rsatib, yalpi ichki mahsulotni shakllantirishda faol ishtirok etadi.

Mamlakatda turizmni milliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, hududlarni jadal rivojlantirish, aholining daromadlari va turmush darajasini oshirish, mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligini oshirishni ta'minlovchi strategik tarmoqlardan biri sifatida rivojlantirish maqsadida O'zbekiston Respublikasining 18-iyul 2019-yildagi O'RQ-549-son "Turizm to'g'risida"gi Qonuni qabul qilindi [1]. Shu bilan birga turizmni kompleks rivojlantirish chora-tadbirlarini bosqichma-bosqich amalga oshirish uchun quyidagi qonun-hujjatlar qabul qilindi: O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.01.2019 yildagi PF-5611-son "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 26-aprel 2023-yildagi PQ-135-son "Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarori, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 12.01.2024 yildagi PQ-20-son "O'zbekiston Respublikasida to'siqsiz turizm infratuzilmasini rivojlantirish va uni rag'batlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori.

Shuni alohida ta'kidlash lozimki, O'zbekiston 1993-yil 4-oktyabrda Butunjahon turizm tashkilotiga Markazi Osiyo davlatlari orasida birinchi bo'lib a'zo bo'ldi. Bu o'z navbatida O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirish ishlariga katta ijobiy turtki berdi.

Bugungi kunda turizmning nisbatan yangi va jadal rivojlanayotgan turlaridan biri bu ishbilarmonlik turizmi bo'lib, u so'nggi o'n yillikda turistlar oqimi hajmining 10 foizdan ortiq o'sganini ko'rsatdi. Jahon ishbilarmonlik turizmi tuzilmasida yetakchi o'rinlarni individual turlar, ko'rgazmalar,

konferentsiyalar, kongress tadbirlariga tashriflar egallaydi. Kongress va ko'rgazma turizmi biznes turizm bozorining eng harakatdagi segmentidir.

Turizm sohasining rivojlanish dinamikasi bir qator omillarga bog'liq, xususan:

- resurs omili – mintaqada turizm xizmatlarida bevosita foydalaniladigan turistik va rekreatsion resurslarning mavjudligi. Masalan, madaniy-tarixiy, tabiiy-iqlim, inson va boshqalar.
- mintaqani zarur turizm infratuzilmasi va moddiy-texnika bazasi bilan ta'minlashni o'z ichiga olgan iqtisodiy omil, mohiyatan turizm mahsulotlarini ishlab chiqarish vositalarini ifodalaydi [2].

Turizm biznesini yuritishning xalqaro amaliyoti shuni ko'rsatadiki, zamonaviy sharoitda ishbilarmonlik va kongress turizmi uyushgan sayohatning eng yuqori daromadli va faol rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. O'zbekistonda ham, chet elda ham ishbilarmonlik turizmi turizmning ancha „yosh“ turi hisoblanadi.

Ishbilarmonlik turizmi mustaqil sayyohlik yo'nalishi sifatida faqat XX asrning 70-80-yillarida ko'rib chiqila boshlandi. Shu bilan birga, jahon iqtisodiyotining yuqori sur'atlari va xizmat safarlari sonining ko'payishi hisobiga bu soha hozirda yetakchilardan biri hisoblanadi. Evropa mamlakatlarida so'nggi o'n yil ichida turizmning ushbu turi o'z ko'rsatkichlarini deyarli 10 foiz ga oshirdi, turizm ko'rsatkichlari esa, umuman olganda, taxminan 5 foiz ga o'sgan. Turizm va mehmondo'stlik sohasi mutaxassislarining fikricha, bu ko'rsatkichlar mintaqalararo va xalqaro ishbilarmonlik aloqalarining faollashishi hisobiga oshadi va buning natijasida xizmat safarlariga bo'lgan talabning oshishiga olib keladi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Professor R.Devidson ta'kidlashicha: "Biznes turizmi ish bo'yicha sayohatga majbur bo'lgan odamlar bilan bog'liq [3]. Shunday qilib, bu turizmning eng qadimiy turlaridan biridir, chunki qadim zamonlardan beri odamlar tijorat maqsadlarida sayohat qilishgan. Aynan yangi ehtiyojlar va qiziqish ish safari uchun turtki bo'lgan deb taxmin qilish mumkin. Masalan, G'arbiy Yevropadan kelgan savdo karvonlari tufayli

Xitoydan “Buyuk Ipak yo’li” paydo bo’lgan, dengizchilar va sayohatchilar tufayli yangi yerlar, qit’alar o’rtasida savdo ko’priklari ochilgan.

Ushbu sohani o’rganuvchi mualliflar „ishbilarmonlik turizmi“ tushunchasining mazmunini turli yo’llar bilan ochib beradilar. Masalan, L.A.Volkova va A.T.Kirillov bu atamani „kasbiy vazifalarni bajarish bilan bog’liq sayohat“ deb tushunishadi [4] va I.V.Zorin va V.A.Kvartalnov “xizmat safari joyida daromad olmasdan konferentsiyalar va kongresslarda qatnashish” [5]. A.Agileraning ta’rifiga ko’ra, ishbilarmonlik turizmi – bu ish joyidan boshqa joylarda ish bilarmonlik tadbirlarida qatnashish maqsadida ish vaqtida vujudga keladigan va sodir bo’ladigan munosabatlar va hodisalar yig’indisidir [6].

N. Xaydarovning fikriga ko’ra, mamlakatda ta’lim sohasiga xorijlik talabalarni qabul qilishni keskin ko’paytirish kerak. Ular kamida 4 yil o’qish davrida turistlar kabi hayot kechiradi.

Ularni o’qish davrida ota-onalari va yaqin do’stlari ko’rib ketish uchun kelib-ketish imkoniyati juda katta[7].

“Ishbilarmonlik turizmi” tushunchasining mazmunini belgilashda xizmat safarlari davomida asosiy yoki qo’shimcha daromad olish bilan bog’liq emasligiga alohida e’tibor qaratiladi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Turizmni davlat tomonidan qo’llab-quvvatlashga oid O’zbekiston Respublikasi Qonuni, O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmonlari, qarorlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari hamda mahalliy va xorijiy olimlarning turizmni rivojlantirish muammolariga bag’ishlangan asarlarining tahlili.

M – meetings (uchrashuvlar)	I – incentive (rag’batlantirish)
har qanday darajadagi ish bilarmonlik uchrashuvlar tashkil etish	xodimlar, mijozlar yoki hamkorlarni rag’batlantiruvchi sayohatlar
C – conference (konferensiya)	E – exhibitions (ko’rgazmalar)
korporativ yoki tematik konferentsiyalar, o’quv seminarlari (kongresslar) tashkil etish bo’yicha xizmatlar to’plami	hamkorlar toppish, tovarlar va xizmatlarga e’tiborni jalb qilish maqsadida turli ko’rgazmalar tashkil etish va ishtirok etish.

1- rasm. “MICE” - inglizcha qisqartmaning ma’nosi

ASOSIY TAHLIL VA NATIJALAR

Ish bilarmonlik turizmi sayohatchining biznes yoki kasbiy maqsadlarda mamlakatlar yoki mintaqalarga tashrif buyurganida, daromad olish maqsadi qo’yilmagan turizm turi hisoblanadi. Turizmning ushbu turining o’ziga xosligi biznes sohasida keng qo’llaniladigan va ushbu sohada faoliyatning to’rtta yetakchi yo’nalishini bildiruvchi inglizcha „MICE“ qisqartmasi (1-rasm) bilan eng qisqa tarzda berilgan, xususan: MICE yo’nalishi jahon iqtisodiyotining eng istiqbolli sohasi hisoblanadi. Bu ish bilarmonlik turizmi zamonaviy ish bilarmonlik

muhitining maqsadlariga to’liq javob beradigan maqsadlarni ko’zlashi bilan izohlanadi, xususan:

- kompaniya xodimlari, hamkorlari va mijozlarining asosiy va qo’shimcha ta’lim olishi, hamda malakasini oshirish;
- kasbiy, maxsus, shaxsiy aloqalarni shakllantirish va kengaytirish;
- xodimlarni o’z funksional majburiyatlarini yanada samarali bajarishga rag’batlantirish va kasbiy faoliyatga ijodiy munosabat;
- raqobatbardoshlikni oshirish, me’yorlar, qadriyatlar, salohiyat va boshqalarni ommalashtirish yordamida kompaniya va korporativ brendni ilgari surish.

MICE xususiyatlari
faqat yuqori daromadli mijozlarga e’tibor qaratish;
dam olish uchun emas, balki muloqot tadbirlari va tajriba almashishga qaratilgan mavsumdan tashqari ish bilarmonlik turizmi;
MICE doirasida tashkil etilgan har qanday tadbirlarning prognozlanishi va rejalashtirilishi.

2-rasm. MICE xususiyatlari

MICE-ning o'ziga xosligi tufayli ushbu yo'nalish tobora ommalashib bormoqda va turizm va mehmondo'stlik xizmatlarining xalqaro bozorida ahamiyatli bo'lib bormoqda.

Bizning fikrimizcha, MICE turizmni juda muvaffaqiyatli rivojlanayotgan harakatlantiruvchi kuch (2-rasm).

Zamonaviy ishbilarmonlik turizmi alohida mintaqalar va mamlakatlar iqtisodiyotining rivojlanishiga, ularning jahon iqtisodiy makoniga integratsiyalashuvida ishtirok etishga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Ish safari xilma-xil bo'lib, quyidagilarni o'z ichiga oladi: individual va guruhli sayohatlar, savdo, sanoat kompaniyalari va ilmiy-ta'lim muassasalari tomonidan tashkil etilgan anjumanlar, konferentsiyalar va seminarlarda ishtirok etish, sanoat ko'rgazmalari va yarmarkalariga tashrif. Turizmning bu turi turli faoliyat sohalaridagi innovatsion texnologiyalar va ixtirolar bilan tanishish, investorlar, yetkazib beruvchilar va boshqalar bilan uchrashish imkoniyatini ochib beradi. Ish safarlari tashqi aloqalarni shakllantirish va rivojlantirish bilan uzviy bog'liq bo'lib, ular biznes tadbirlari o'tkaziladigan alohida hududlar va hududlarning iqtisodiy ko'rsatkichlari va ijtimoiy rivojlanish darajasiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi [8].

Jahon ishbilarmonlik turizmi tarkibida bugungi kunda yetakchi o'rinlarni individual turlar (70,8 foiz) egallab turibdi, undan keyingi o'rinlarda seminarlar va konferentsiyalarda qatnashish uchun sayohatlar – xizmat safarlarining umumiy sonining 12,6 foizi, qariyb 10,9 foizi tashrif buyuruvchilar tarmoq ko'rgazmalariga to'g'ri keladi. Kongress va intensiv turlar faqat 3 foiz ni tashkil qiladi. Jahon sayyohlik oqimida ishbilarmon turistlarning ulushi umumiy sayohatlar sonining taxminan 25 foiz ni tashkil qiladi [9].

Yangi O'zbekistonni barpo etish sharoitida ishbilarmonlik turizm sohasini jadal rivojlantirish masalasiga katta ahamiyat berilmoqda. Turizm iqtisodiyotini modernizatsiya va tarkibiy o'zgarishlarning zamonaviy sharoitida ishbilarmonlik turizmi xizmatlari mamlakatning turizm industriyasini rivojlantirish uchun katta ahamiyatga ega, ammo hozirgacha O'zbekiston turizm xizmatlarining global bozorida juda kamtarona o'rinini egallaydi, shuning uchun zamonaviy rivojlanish turizm industriyasining yangi ish shakllari va usullarini izlash, turizm bozorining alohida segmentlarini, birinchi navbatda ishbilarmonlik turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirishni taqozo etadi.

Dunyoning ko'plab mamlakatlari uchun ishbilarmonlik turizmi xizmat ko'rsatish sohasining muhim tarmog'i va muhim daromad manbai hisoblanadi. O'zbekistonda ushbu sohada hali foydalanilmagan katta zaxiralar mavjud, ammo ulardan muvaffaqiyatli foydalanish yangi tashkiliy-iqtisodiy va boshqaruv yechimlarini, marketingni rivojlantirishning zamonaviy dasturlarini talab qiladi, bu esa jahon va mahalliy tajribani umumlashtirishni, ishbilarmonlik turizmi xizmatlari va

umuman turizm sanoatini barqaror rivojlantirish bo'yicha samarali strategiyani ishlab chiqishni taqozo etadi.

Ishbilarmonlik turizmi korporativ sayohat industriyasini va uchrashuvlar sohasini, shu jumladan ishbilarmonlar, davlat xizmatchilari yoki xizmatchilarning xizmat safarlari, kongress va ko'rgazma va rag'batlantiruvchi turizmni, shuningdek, har xil tadbirlarni o'tkazishni birlashtiradi.

Ommaviy turizmdan farqli o'laroq, ishbilarmonlik turizmi, uni moliyashtirish manbalari va miqdorlari to'g'risida qaror odatda biznes ehtiyojlaridan kelib chiqqan holda qabul qilinadi. Ko'pincha qarorni odatdagi muhitdan tashqarida o'z kasbiy vazifalarini bajaradigan ishbilarmon turistlarning o'zlari ham emas, balki boshqa shaxslar, masalan, kompaniya rahbari yoki egasi, kompaniya bo'limi boshlig'i va boshqalar qabul qiladi.

Ishbilarmonlik turizmi u amalga oshiriladigan mamlakatlarga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Asosan, bu ta'sir turizmning boshqa turlariga o'xshaydi, ammo farqlar mavjud.

Birinchidan, biznes turizmi qimmat va shuning uchun daromadlidir. Ishbilarmon sayohatchilarning aksariyati kompaniyalarning yuqori va o'rta menejerlaridir, shuning uchun qimmat, yuqori darajadagi xizmatlarni sotuvchilarga katta foyda keltiradi (masalan, bular uch yulduzli va undan yuqori mehmonxonalar, birinchi darajali xizmat ko'rsatadigan transport kompaniyalari va boshqalar). Turizmning bu turidan olinadigan daromad soliqlar orqali davlat byudjetiga tushadi. Agar yirik tadbirlar, masalan, konferentsiyalar, ko'rgazmalar va boshqalar madaniy-ko'ngilochar dastur bilan birga o'tkazilsa, restoranlar, mahalliy turistik joylar, transport, suvenir do'konlari va boshqalarga ham foyda keltiradi.

Ikkinchidan, ko'plab ishbilarmonlar safarlari turistik markaz uchun band bo'lmagan davrda amalga oshiriladi, shuning uchun ular mavsumiylikdan qat'i nazar, har doim ishbilarmon mehmonlarni jalb qilishga harakan qiladilar.

Uchinchidan, konferentsiya yoki ko'rgazmalarda ishtirok etish uchun tashrif buyurgan mehmonlar, shuningdek, rag'batlantiruvchi sayohatlar bilan shug'ullanadiganlar ushbu markazning yaxshi elchilari bo'lib, uni mutlaqo beg'arazlik bilan targ'ib qilishadi. Ko'pincha bu taniqli odamlar bo'lib, ularning fikri o'z vatanlarida sayyohlik markazining imidjini shakllantirishga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin [10]. Bu mahalliy hokimiyat organlarining o'z shahri yoki mintaqasiga iloji boricha ko'proq ishbilarmon mehmonlarni jalb qilishdan manfaatdorligini tushuntiradi.

Dunyoda har yili 100 milliondan ortiq biznes safarlari amalga oshiriladi [11]. Ularning hududiy taqsimoti o'ta notekisligi bilan ajralib turadi. Rasmiy maqsadlardagi turistik oqimlarning aksariyati Evropaga yuboriladi. Yevropa qit'asidagi biznes safarlari tarkibida xizmat safarlari, ustunlik qiladi.

Germaniya turli ko'rgazma va konferentsiyalar tufayli

ishbilarmonlik turizmi markazi sifatida jozibador. Fransiya bilan bir qatorda avtomobilsozlik ixtisosligi bo'yicha ko'rgazmalar soni bo'yicha etakchi hisoblanadi. Germaniyada ushbu ixtisoslikdagi 64 ta ko'rgazmaning 11 ga yaqini har yili o'tkaziladi. Bu Germaniya mashinasozlik, xususan, avtomobillar ishlab chiqarish bo'yicha jahonda yetakchilardan biri ekanligi bilan bog'liq. Har yili Germaniya 6 milliondan ortiq avtomobil ishlab chiqaradi. Xuddi shunday tendensiya qishloq xo'jaligida ham kuzatilmoqda. Qishloq xo'jaligiga ixtisoslashgan ko'rgazmalar soni bo'yicha Germaniya ustunlik qiladi [12].

Ishbilarmonlik turizmi xalqaro turizm bozorining muhim segmentidir va sayyohlar sayohatdagi xarajatlarning katta qismi unga to'g'ri keladi

Osiyo-Tinch okeani hududi, G'arbiy Yevropa va Shimoliy Amerika dunyodagi eng yirik ish bilarmonlik turizm bozori hisoblanadi.

Bunday sayohatlarga sarflanadigan mablag'lar bo'yicha davlatlar orasida AQSH va Xitoy ajralib turadi. Ulardan keyin Yaponiya, Germaniya va Buyuk Britaniya turadi. 2025-yilgacha ish bilarmonlik turizmi xarajatlari har yili 3,2 foizga o'sishi bashorat qilinmoqda. Turli xil xalqaro sayyohlik ko'rgazmalari, rag'batlantiruvchi turlar, korporativ turlar va hokozalar pirovard natijada tegishli turizm infratuzilmasini rivojlantirishga va turistlar oqimining o'sishiga yordam beradi. Jahon sayyohlik bozorida raqobatbardoshlikni oshirish uchun dunyoning ko'plab mamlakatlarida, shu jumladan O'zbekistonda ish bilarmonlik turizmini rivojlantirish uchun barcha shart-sharoitlar mavjud. Shuning uchun ish bilarmonlik turizmini rivojlantirish uchun ilg'or mamlakatlar tajribasidan foydalanib ushbu turizm sektorini tashkil etish, samarali marketing strategiyasini ishlab chiqish ish bilarmonlik turizmi sohasida kadrlar tayyorlash tizimini ishlab chiqishni taqozo etadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'zbekiston juda katta turizm va rekreasiya salohiyatiga ega, unda jami 7,4 ming madaniy meros obyektlari mavjud, ulardan 209 tasi to'rtta muzey shaharlar - "Xiva shahridagi Ichanqal'a", "Buxoro shahrining tarixiy markazi", "Shahrisabz shahrining tarixiy markazi", "Samarqand shahri" hududida joylashgan bo'lib, YUNESKO butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilgan.

2019-2025 yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi qulay iqtisodiy sharoitlar va omillarni yaratish bo'yicha olib borilayotgan islohotlarning samaradorligini oshirish, turizm sohasini jadal rivojlantirish bo'yicha ustuvor maqsad va vazifalarni belgilash, uning iqtisodiyotdagi o'rni va ulushini oshirish, xizmatlarni

diversifikatsiyalash va ularning sifatini oshirish hamda turizm infratuzilmasini takomillashtirishga qaratilgan.

MICE - bu biznes turizmi uchun xizmatlarning katta spektridir. Bugungi kunda ko'plab korxonalar va tashkilotlar MICE xizmatlaridan foydalanmoqda va O'zbekistonda bunday formatdagi tadbirlar va sayohatlar o'tkazish barcha sharoitlar (Dolores Travel Group Uzbekistan, OrexCA, Central Asia Travel, Silk Road Samarkand va boshqa turistik kompaniyalari) mavjud. 2019-2025 yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasida mamlakatimizga tashrif buyuradigan turistlar soni 2024 yilda 11 250 ming kishidan 2025 yilda 11810 ming kishiga o'sishi ko'rsatilgan, ularga oliy darajada jaxon turizmi andozalariga xos xizmat ko'rsatish bilan birga ish bilarmonlik turizm elementlari, ya'ni kongress-turlar, ko'rgazma va yarmarkalarga sayohatlar tashkil etishga e'tibor berilsa maqsadga muvofiq bo'lar edi.

Ish bilarmonlik turizmni rivojlantirish uchun quyidagi tadbirlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq bo'lar edi:

- turizm va tegishli infratuzilma obyektlarini qurish va modernizatsiya qilish;
- ko'rsatilayotgan turizm xizmatlari turlarini, sifatini va qulayligini ta'minlash;
- kongress-ko'rgazma faoliyati va ish bilarmonlik turizmini jadal rivojlantirish uchun tizimli shart-sharoitlarni yaratish;
- ish bilarmon turistlarni jalb qilish maqsadida forumlar, ko'rgazmalar, yarmarkalar tashkil etish;
- ish bilarmonlik turizmni rivojlantirish uchun ilg'or mamlakatlar tajribasidan foydalanib ushbu turizm sektorini tashkil etish, samarali marketing strategiyasini ishlab chiqish, ish bilarmonlik turizmi sohasida kadrlar tayyorlash tizimini yaratish.

Muallif haqida / Сведения об авторе / Author details

1. Aminov, Fazliddin Baxodirovich - Qarshi muhandislik-iqtisodiyot instituti, Innovatsion iqtisodiyot kafedrasida dotsenti / Аминов, Фазлиддин Баходирович - доцент кафедры «Инновационная экономика» - Каршинского инженерно-экономического института / Aminov, Fazliddin Bakhodirovich - Associate Professor of the Department of "Innovative Economics" of Karshi Engineering and Economic Institute
 - f.aminov1930@gmail.com
 - <https://orcid.org/0009-0003-6221-5269>

Foydalanilgan adabiyotlar:

- [1]. O'zbekiston Respublikasining 18.07.2019 yildagi O'RB-549-son "Turizm to'g'risida" gi Qonuni.
- [2]. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.01.2019 yildagi PF-5611-son "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar

to'g'risida"gi Farmoni

- [3]. Балабанов И. Т. Экономика туризма / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. М.: Финансы и статистика, 2002.
- [4]. Davidson R. Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel / R. Davidson, B. Cope. London, United Kingdom: Pearson Education, 2003. 290 p.
- [5]. Кириллов А. Т. Маркетинг в туризме / А. Т. Кириллов, Л. А. Волкова; С.-Петербург. гос. ун-т. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1996. 184 с.
- [6]. Зорин И. В. Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма / М.: Финансы и статистика, 2015. 368 с.
- [7]. Aguilera A. Business travel and mobile workers //Transportation Research. 2008. Vol. 42. Part A. P. 1109–1116.
- [8]. N.Haydarov. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy

elektron jurnali. № 6, noyabr-dekabr, 2020 yil 262 6/2020 (№ 00050) <http://iqtisodiyot.tsue.uz>

- [9]. Клейман А. А. Тренды развития туристского рынка и формирования потребительских предпочтений / М, 2019. С. 399–405.
- [10]. Маркова В. Д. Новые принципы управление бизнесом в цифровой экономике / Казань, 2021. С. 62–66.
- [11]. Папируан Г.А. Международные экономические отношения: Маркетинг в туризме. М.: Финансы и статистика, 2001. 157 с.
- [12]. Официальный сайт европейской статистики: <http://ec.europa.eu/eurostat>
- [13]. Смирнова О.А. Особенности развития делового туризма в Европейском регионе: Саратов, 2006.