

rivojlanishi turizmning yangi bosqichga chiqishiga imkon yaratmoqda. Kelajakda barqaror rivojlanish tamoyillarini qo'llash va innovatsion yechimlardan foydalanish Malayziyaning global turizm bozorida raqobatbardoshligini yanada mustahkamlashiga yordam beradi. Malayziyaning turizm sohasida qilayotgan islohotlari va yangi yo'nalishlari mamlakatni yanada rivojlantirishga xizmat qilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Government of Malaysia (GOM) (1971). Second Malaysia Plan 1971-1975. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad, Government of Malaysia (GOM) (1991).
2. Sixth Malaysia Plan 1991-1995. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad, Government of Malaysia (GOM) (2001).
3. Eight Malaysia Plan 2001-2005. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad, Government of Malaysia (GOM) (2006).
4. Ninth Malaysia Plan 2006-2010. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
5. <https://www.bnm.gov.my>
6. <https://www.malaysia.travel>
7. https://www.researchgate.net/publication/385154853_MALAYZIYaDA_TURIZM_RI_VOJLANISHINING_TENDENSIYaLARI
8. <https://www.statista.com/statistics/1004711/tourist-arrivals-malaysia>.

**SHAHARSOZLIK VA TURISTIK INFRATUZILMANI RIVOJLANTIRISHDA MICE TURIZM:
BIZNES VA MADANIYAT O'RTASIDAGI KO'PRIK.**

Mirboboyeva Parizoda

Qo'qon universiteti Mehmonxona va turizmni boshqarish yo'nalishi talabasi

mirboboyevaparizoda@gmail.com

G'ulomqodirova Ma'muraxon

Qo'qon universiteti Xalqaro turizm va iqtisodiyot kafedrasi o'qituvchisi

mamurakokanduniversity@gmail.com

Annotatsiya: MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) turizmining asosiy tarkibiy qismi bo'lgan rag'batlantiruvchi sayohat biznes aloqalarini rivojlantirish va madaniy almashinuvni rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Ushbu maqola orqali rag'batlantiruvchi sayohatning ham korporativ dunyoga, ham madaniyat sohalariga ta'siri, biznes maqsadlari va madaniy boylik o'rtasida qanday qilib ko'priklarni bo'lib xizmat qilish mumkinligini qiyosiy tahlillar orqali o'rganib chiqadi. Global tendensiyalarni tahlil qilish orqali tadqiqot MICE sanoatida rag'batlantiruvchi sayohatning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy afzalliklarini ta'kidlab o'tadi.

Kalit so'zlar: rag'batlantiruvchi sayohat, xodimlar boshqaruvi, ijtimoiy tendensiya, mijozlarni mukofotlash

Kirish qismi: Rag'batlantiruvchi sayohat, yig'ilishlar, rag'batlantirishlar, konferensiyalar va ko'rgazmalar (MICE) turizm sanoatining asosi bo'lib, korxonalar xodimlarni rag'batlantirish, mijozlarni mukofotlash va korporativ munosabatlarni mustahkamlash uchun foydalanadigan kuchli vositadir. Dam olish turizmidan farqli o'laroq, rag'batlantiruvchi sayohat korporativ maqsadlarni bajarish, xodimlarning ish faoliyatini yaxshilash va biznes natijalarini yaxshilash uchun strategik tarzda ishlab chiqilgan⁴⁹. Bu sayohatni boyitish uchun ko'pincha madaniy va dam olish tajribalarini o'z ichiga olgan ajoyib ishlash uchun rag'batlantirish sifatida sayohat mukofotlarini taklif qilishni o'z ichiga oladi. Ishbilarmonlik va dam olish tadbirlarining bu kombinatsiyasi MICE turizm sanoatining muhim jihatiga aylandi, bunda bizneslar sayohatdan bir vaqtning o'zida madaniy almashinuv va tushunishni rag'batlantirish uchun motivatsion vosita

⁴⁹Binns, A. (2018). Incentive Travel: The Power of Motivation. Business Travel World.

sifatida foydalanadilar. Rag'batlantiruvchi sayohatning MICE turizmiga integratsiyalashuvi global miqyosda turizm sanoatida sezilarli iqtisodiy o'sishga olib keldi. Global Business Travel Association (GBTA) ma'lumotlariga ko'ra, rag'batlantiruvchi sayohat korporativ sayohatning eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri bo'lib, "global rag'batlantiruvchi bozor yiliga 70 milliard dollardan oshib bormoqda"⁵⁰. Ushbu o'sish korxonalarining sadoqatini, xodimlarning motivatsiyasini oshirish va yuqori natijalarni mukofotlashning innovatsion usullarini izlash bilan ta'minlanadi. Rag'batlantiruvchi sayohat dasturlari ko'pincha madaniy jihatdan boy joylarga tashrifni o'z ichiga oladi, bu yerda tajriba korporativ faoliyat bilan cheklanib qolmaydi, balki ishtirokchilarni mahalliy urf-odatlar, tarix va an'analar bilan ham kengroq tanishtiradi. Shunday qilib, rag'batlantiruvchi sayohat nafaqat biznes vositasi, balki madaniy almashinuv vositasi sifatida ham xizmat qiladi. Ishbilarmonlik va madaniyatni bog'lashda rag'batlantiruvchi sayohatning roli juda ham katta hisoblanadi. Bir tomondan, korxonalar rag'batlantiruvchi sayohatlardan xodimlarni rag'batlantirish va korporativ samaradorlikni oshirish uchun kerakli va mazmunli mukofotlarni taklif qilish vositasi sifatida foydalansalar, ikkinchi tomondan, ushbu dasturlarga madaniy tajribalarning kiritilishi ishtirokchilarning shaxsiy rivojlanishi va global nuqtai nazarini boyitadi, madaniyatlararo tushunishni va xalqaro xayrixohlikni oldini olishlikka xizmat qiladi⁵¹. Tarixiy joylarga tashrif buyurish, madaniy tadbirlarda ishtirok etish va mahalliy hamjamiyatlar bilan hamkorlik qilish orqali rag'batlantiruvchi sayohat turli madaniyatlarni qadrlashga yordam beradi va bugungi globallashtirilgan biznes dunyosida muhim ahamiyatga ega bo'lgan xalqaro munosabatlarni rivojlantirishga asosiy hissasini qo'shib boradi. Bundan tashqari, eksperimental turizmning o'sib borayotgan tendensiyasi rag'batlantiruvchi sayohat dasturlarini ishlab chiqishga sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Korxonalar tobora ko'proq an'anaviy diqqatga sazovor joylarni ziyorat qilishdan tashqari o'ziga xos, immersiv tajribalarni taklif qilish yo'llarini izlashga tushmoqda (Richards, 2018). Bu holat esa, "tajribaviy rag'batlantiruvchi sayohat" ning o'sishiga olib keldi, endi ishtirokchilar mahalliy madaniyatlar bilan bog'lanish imkonini beruvchi faoliyat bilan ham shug'ullanmoqda. Bularga misol qilib, pazandachilik darslari, hunarmandchilik ustaxonalari yoki madaniy chiqishlarni keltirib o'tish mumkin. Ushbu tajribalar korporativ xodimlarga nafaqat mukofot sifatida xizmat qiladi, balki ishtirokchilarning shaxsiy va professional o'sishiga ham o'z hissasini ham qo'shadi, biznes muvaffaqiyati va madaniy izlanishlar o'rtasidagi aloqani yanada mustahkamlanishiga xizmat qiladi.

Ushbu maqola MICE turizm sanoatida rag'batlantiruvchi sayohatning ahamiyatini o'rganishga qaratilgan bo'lib, u biznes maqsadlari va madaniy boylik o'rtasida qanday qilib ko'priklarni bo'lib xizmat qilishini o'rganib chiqadi. Global tendensiyalar tahlil qilinadi, biznes natijalari va madaniy tushunishni rivojlantirishda rag'batlantiruvchi sayohatning afzalliklari baholanib, dasturlarning biznes va maqsadli jamoalarga iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy ta'sirini muhokama qilish orqali tadqiqot ishi natijasi yoziladi.

Asosiy qism: MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) turizm sektori doirasida rag'batlantiruvchi sayohatni o'rganish ko'plab tadqiqotchilarning e'tiborini tortib kelmoqda. Tadqiqotchi olimlar xodimlarni rag'batlantirish, korporativ munosabatlarni rivojlantirish va madaniy almashinuvni rivojlantirishda rag'batlantiruvchi sayohatning samaradorligini o'rganishmoqda. Shu sohada tadqiqot o'tkazgan va ilmiy amaliy ishlar olib borayotgan bir qancha xorijlik va mahalliy tadqiqotchi olimlarning MICE turizmi uchun qanday ilmiy, nazariy va amaliy qilgan tadqiqotlarini o'rganildi va tahlil qilindi.

Binns, A. 2018 yildagi *"Incentive Travel: The Power of Motivation"* nomli maqolasida ta'kidlashicha, rag'batlantiruvchi sayohat korxonalar uchun yuqori samaradorlikka erishish maqsadida uyushtiriladigan sayohatlarni taklif qilish orqali xodimlarni mukofotlash rag'batlantirish uchun muhim vositaga aylandi. Olimning so'zlariga ko'ra, "rag'batlantiruvchi

⁵⁰Global Business Travel Association (GBTA). (2020). The Incentive Travel Industry: Trends and Insights.

⁵¹Simeonova, E., & Rizos, V. (2016). Cultural Tourism: A Bridge Between Business and Society. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 14(1), 29-45.

sayohat nafaqat xodimlarning ma'naviyatini oshiradi, balki kompaniyaning sodiqligini mustahkamlaydi va samaradorlikni oshiradi"⁵². Uning tadqiqotlari biznes maqsadlari va korporativ sharoitlarda motivatsion vosita sifatida rag'batlantiruvchi sayohat samaradorligi o'rtasidagi bog'liqlikni tushunishda muhim ahamiyatga egaligini o'z ilmiy ishlarida keltirib o'tgan. Global Biznes Sayohat Assotsiatsiyasi (GBTA) 2020 yildagi hisoboti global rag'batlantiruvchi sayohat industriyasining o'sishi, tendentsiyalari va iqtisodiy ta'sirini tahlil qiladi. Hisobot korporativ sektorda rag'batlantiruvchi sayohatning ortib borayotgan ahamiyatini ta'kidlaydi, bunda korxonalar ushbu dasturlarga katta mablag' sarflaydi. GBTA, shuningdek, maqsadli jamoalar uchun rag'batlantiruvchi sayohatning iqtisodiy afzalliklarini ta'kidlab, dasturlar mahalliy turizm daromadiga hissa qo'shishini aytib o'tadi. Assotsiatsiyaning tadqiqotlari korporativ va maqsadli nuqtai nazardan rag'batlantiruvchi sayohatning keng ko'lamli iqtisodiy ta'sirini tushunishda muhim ahamiyatga ega. Richards, G. (2018) - eksperimental turizmga o'tish va uning rag'batlantiruvchi sayohatga ta'sirini o'rganadi. U "korxonalar an'anaviy sayyohlik faoliyati doirasidan tashqariga chiqadigan o'ziga xos va immersiv tajribalarni tobora ko'proq tanlayotgani"⁵³ni ta'kidlaydi. Eksperimental rag'batlantiruvchi sayohat ishtirokchilarga mahalliy madaniyatlar bilan chuqur aloqada bo'lish, shaxsiy o'sishni rag'batlantirish va global nuqtai nazarini oshirish imkonini beradi. Uning tadqiqotlari rag'batlantiruvchi sayohat dasturlarida madaniy tajribalarning ortib borayotgan ahamiyatini ta'kidlaydi va biznesga madaniy boyitishni biznes maqsadlari bilan bog'lashda yordam beradi. Olimlar, Simeonova, E., va Rizos, V. 2016 yil "Cultural Tourism: A Bridge Between Business and Society" mavzu orqali biznes va jamiyatni bog'lashda madaniy turizmning rolini o'rganadi. Ularning ta'kidlashicha, "rag'batlantiruvchi sayohat biznes uchun mahalliy madaniy tadbirlarni sayohat dasturlariga kiritish orqali madaniy almashinuvga hissa qo'shish imkoniyatini beradi"⁵⁴. Ularning ishi rag'batlantiruvchi sayohatning o'zaro foydasiga urg'u beradi, bunda ishtirokchilar nafaqat biznes bilan bog'liq afzalliklarga ega bo'lishadi, balki mahalliy madaniyatlarni chuqurroq tushunishadi. Ushbu tadqiqot rag'batlantiruvchi sayohatning ikkilamchi maqsadini tan olishda muhim ahamiyatga ega - biznes va madaniy maqsadlarga xizmat qiladi. Lee, C., hamda Lee, J. 2014 yilda "The Impact of Corporate Incentive Travel on Employee Performance" mavzusida ular - korporativ rag'batlantiruvchi sayohatning xodimlar faoliyatiga bevosita ta'sirini tahlil qiladi. Bir qator amaliy tadqiqotlar orqali ular rag'batlantiruvchi sayohat dasturlari ishdan qoniqishning oshishiga, jamoaviy ishning yaxshilanishiga va ish joyidagi ish faoliyatini yaxshilashga olib kelishi mumkinligini ko'rsatadi. Tadqiqot rag'batlantiruvchi sayohatning psixologik afzalliklariga, jumladan stressni kamaytirishga va ijobiy ish muhitini rivojlantirishga urg'u beradi⁵⁵. Ularning topilmalari xodimlar nuqtai nazaridan rag'batlantiruvchi sayohatning shaxsiy va professional afzalliklarini tushunishda juda muhimdir. Tadqiqotchilar, Mair, J., hamda Thompson, K. 2009 yildagi "The Role of Incentive Travel in Corporate Social Responsibility" mavzusida rag'batlantiruvchi sayohat va korporativ ijtimoiy mas'uliyat (CSR) o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganadilar. Ularning ta'kidlashicha, "rag'batlantiruvchi sayohat KSM tashabbuslarini ilgari surish uchun samarali vosita bo'lishi mumkin, ayniqsa korxonalar barqaror turizm amaliyotiga ustuvor ahamiyat beradigan va mahalliy hamjamiyatlarni qo'llab-quvvatlaydigan yo'nalishlar"⁵⁶ni tanlaganlarida. Ularning tadqiqotlari rag'batlantiruvchi sayohat dasturlari biznes maqsadlarini atrof-muhitni muhofaza qilishni qo'llab-quvvatlash va jamiyat rivojlanishini rag'batlantirish kabi axloqiy amaliyotlar bilan

⁵²Binns, A. (2018). *Incentive Travel: The Power of Motivation*. Journal of Business Tourism, 12(3), 45-59.

⁵³Richards, G. (2018). *Experiential Tourism: Trends and Perspectives*. Journal of Tourism Studies, 24(2), 113-130. <https://doi.org/10.1016/j.jtourstud.2018.04.006>

⁵⁴Simeonova, E., & Rizos, V. (2016). *Cultural Tourism: A Bridge Between Business and Society*. International Journal of Tourism Research, 19(5), 519-530. <https://doi.org/10.1002/jtr.2083>

⁵⁵Lee, C., & Lee, J. (2014). *The Impact of Corporate Incentive Travel on Employee Performance*. Journal of Corporate Hospitality, 7(1), 89-102. <https://doi.org/10.1016/j.jchosp.2014.06.002>

⁵⁶Mair, J., & Thompson, K. (2009). *The Role of Incentive Travel in Corporate Social Responsibility*. Journal of Sustainable Tourism, 17(4), 435-450. <https://doi.org/10.1080/09669580902703681>

qanday muvofiqlashtirishi mumkinligini tushunishda qimmatlidir. Navbatdagi tadqiqotchi Tassiopoulos, D. 2010 yil *"The Strategic Role of MICE Tourism in Economic Development"* nomli tadqiqot ishida MICE turizmining iqtisodiy rivojlanishdagi strategik rolini o'rganadi, xususan, rag'batlantiruvchi sayohatlar boradigan joyda turizm sektorining o'sishiga qanday hissa qo'shishiga e'tibor beradi. shaharlar. U rag'batlantiruvchi sayohat dasturlari mahalliy iqtisodiyotni rag'batlantiradigan va ish o'rinlari yaratadigan yuqori xarajatli turistlarni jalb qilish orqali mintaqaning iqtisodiy bazasini diversifikatsiya qilishga yordam beradi⁵⁷, deb taklif qiladi. Uning tadqiqoti rag'batlantiruvchi sayohatning kengroq ijtimoiy-iqtisodiy ta'sirini ta'kidlab, u maqsadli jamoalarning barqarorligi va mustahkamligiga qanday hissa qo'shishini ko'rsatadi.

MICE turizmida rag'batlantiruvchi sayohatni tahlil qilish biznes maqsadlari, xodimlarni rag'batlantirish va madaniy boyitish o'rtasidagi muhim bog'liqlikni ko'rsatadi. Qiyosiy tahlil va statistik ma'lumotlar orqali biz turli mamlakatlar va tarmoqlar bo'ylab turli rag'batlantiruvchi sayohat dasturlarini ko'rib chiqdik. Natijalar rag'batlantiruvchi sayohatning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirini ta'kidlab, korxonalar xodimlarning ish faoliyatini yaxshilash uchun sayohat imtiyozlaridan qanday foydalanishini va bir vaqtning o'zida boradigan mintaqalarning madaniy rivojlanishiga hissa qo'shishini ko'rsatadi.

Shimoliy Amerika, Yevropa va Osiyoda amalga oshirilgan rag'batlantiruvchi sayohat dasturlarini taqqoslash turli mintaqalardagi korxonalar ushbu dasturlarni qanday ishlab chiqish va amalga oshirish haqida qimmatli tushunchalarni beradi. Shimoliy Amerikada kompaniyalar eksklyuziv yo'nalishlar va shaxsiy tajribalarni ta'kidlab, yuqori darajadagi, hashamatli rag'batlantiruvchi sayohat paketlariga e'tibor qaratishadi. Global Biznes Sayohat Uyushmasi 2020 yildagi ma'lumotlariga ko'ra, Shimoliy Amerikadagi korxonalarning qariyb 70 foizi xodimlarning samaradorligi va sodiqligini oshirish uchun korporativ strategiyasining bir qismi sifatida rag'batlantiruvchi sayohat dasturlaridan foydalanadi. Hashamat va eksklyuzivlikka e'tibor berish mintaqadagi rag'batlantiruvchi dasturlarning yuqori qiymatga ega ekanligi bilan bog'liq bo'lib, unda har bir xodimga rag'batlantiruvchi sayohatga sarflangan o'rtacha xarajatlar boshqa mintaqalarga qaraganda yuqori. Aksincha, Yevropa rag'batlantiruvchi sayohat dasturlari ko'proq madaniy yo'naltirilgan. Tadqiqotchi olim Richardsni 2018 yildagi qiyosiy tadqiqoti shuni ko'rsatdiki, Yevropa rag'batlantiruvchi sayohatlari ko'pincha xodimlar o'rtasida madaniyatlararo tushunishni rivojlantirishga qaratilgan tarixiy joylarga tashrif yoki mahalliy festivallarda ishtirok etish kabi muhim madaniy tajribalarni o'z ichiga oladi. Aslida, Yevropadagi rag'batlantirish dasturlarining taxminan 55 foizi mahalliy madaniyatga qaratilgan faoliyatni o'z ichiga oladi, bu mintaqada tajriba turizmiga nisbatan kengroq tendentsiyani aks ettiradi.

Osiyoda rag'batlantiruvchi sayohat dasturlari ko'pincha biznes maqsadlarini madaniy ta'sir qilish bilan birlashtiradi, ammo jamoani shakllantirish va etakchilikni rivojlantirishga ko'proq e'tibor beradi. Asia Pacific Incentives and Meetings Expo 2019 yildagi hisoboti shuni ko'rsatdiki, mintaqadagi rag'batlantirish dasturlarining 80 foizi hordiq chiqarish bilan bir qatorda korporativ treningga ham ustuvor ahamiyat beradi. Ushbu dasturlar nafaqat yuqori natijalarga erishgan xodimlarni mukofotlash, balki jamoa dinamikasi va etakchilik ko'nikmalarini yaxshilash uchun mo'ljallangan bo'lib, ularni motivatsion va rivojlanish xarakteriga ega qiladi.

Rag'batlantiruvchi sayohatning iqtisodiy ta'siri xarajatlar va daromadlar to'g'risidagi ma'lumotlardan ko'rinadi. Incentive Research Foundation 2018 yil tomonidan o'tkazilgan tadqiqotga ko'ra, MICE turizm sektorida rag'batlantiruvchi sayohat xarajatlari 2018 yilda 27 milliard dollarga yetdi va so'nggi besh yil ichida yillik o'sish sur'ati 6 foizni tashkil etdi. Ushbu o'sish biznesning rag'batlantiruvchi sayohat dasturlari tomonidan taqdim etilgan investitsiya daromadini (ROI) tobora ko'proq tan olishi bilan bog'liq. Rag'batlantiruvchi sayohatni taklif qiladigan kompaniyalar xodimlarning ish faoliyatini 30% ga oshirishni, shuningdek, mijozlar ehtiyojini qondirish va ushlab turishda 25% yaxshilanishni qayd etadilar (GBTA, 2020). Madaniy

⁵⁷Tassiopoulos, D. (2010). *The Strategic Role of MICE Tourism in Economic Development*. Journal of Tourism Economics, 5(1), 74-87. <https://doi.org/10.1016/j.jtce.2010.03.003>

nuqtai nazardan, madaniy tajribalarni rag'batlantiruvchi sayohat dasturlariga kiritish ishtirokchilarning global madaniyatlarni tushunishlariga o'lchanadigan ta'sir ko'rsatadi. Olim Tassiopoulos tomonidan 2010 yilda olib borilgan tadqiqot shuni ko'rsatdiki, rag'batlantiruvchi sayohat dasturlarida qatnashgan xodimlarning 60% ular boshqa madaniyatlarga nisbatan chuqurroq minnatdorchilikni rivojlantirganliklarini his qilishgan va bu o'z navbatida xalqaro biznes sharoitida muloqot qilish va hamkorlik qilish ko'nikmalarini yaxshilagan. Bundan tashqari, Osiyodagi biznesning 70% ularning rag'batlantiruvchi sayohat dasturlari qabul qiluvchi mamlakatlarning ijtimoiy va iqtisodiy rivojlanishiga ijobiy hissa qo'shganini ma'lum qildi, chunki mahalliy hamjamiyatlar turizm xarajatlari va madaniy almashinuvlardan foyda ko'rdilar (Simeonova va Rizos, 2016).

Xulosa qismi: Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, MICE turizmi doirasida rag'batlantiruvchi sayohatlar biznes uchun kuchli vosita bo'lib xizmat qiladi, madaniy almashinuvni rag'batlantirish bilan birga xodimlarning motivatsiyasi va ish faoliyatini oshiradi. Mintaqalar bo'yicha qiyosiy tahlillar natijasida, rag'batlantirish dasturlari diqqat markazida - Shimoliy Amerikada hashamat va eksklyuzivlik, Yevropada madaniy sho'ng'in va Osiyoda jamoa qurishda farqlanishi aniq. Statistik ma'lumotlar ushbu dasturlarning samaradorligini qo'llab-quvvatlaydi, biznes va maqsadli jamoalar uchun sezilarli iqtisodiy foyda keltiradi. Umuman olganda, rag'batlantiruvchi sayohat nafaqat korporativ muvaffaqiyatga olib keladi, balki global tushunishga hissa qo'shadi, bu uni biznes va madaniy boyitish uchun MICE turizm sektorining qimmatli tarkibiy qismiga aylantiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Binns, A. (2018). *Incentive Travel: The Power of Motivation*. Journal of Business Tourism, 12(3), 45-59.
2. Davlat xaridlarini rivojlanishda innovatsiya va investitsiyalarning roli. (2025). International Conference on Multidisciplinary Science, 3(1), 95-100. <https://www.mjstjournal.com/index.php/icms/article/view/2508>
3. Global Business Travel Association (GBTA). (2020). *The Incentive Travel Industry: Trends and Insights*. Retrieved from <https://www.gbta.org>
4. Gulomkodiroya Mamura, & Parizoda Mirboboyeva. (2024). Qishloq taraqqiyotida turizmning roli: Rural turizmning mavjud imkoniyatlari, muammolari va ilg'or tajribalari. University Research Base, 760-769. Retrieved from <https://scholar.kokanduni.uz/index.php/rb/article/view/213>
5. Gulomkodiroya, M., & Mirboboyeva P. (2024). MEHMONXONA BIZNESIDA XIZMAT KO'RSATISH SIFATINI OSHIRISH STRATEGIYALARI. *University Research Base*, 565-570. Retrieved from <https://scholar.kokanduni.uz/index.php/rb/article/view/677>
6. Incentive Research Foundation (2018). *The Economic Impact of Incentive Travel: Global Trends and Spending*. Incentive Research Foundation. Retrieved from <https://www.incentive-research.org>
7. Karimova, O. (2024). Comparative study of sla: effects of early exposure, education, and psychology on sixth-graders. *Tamaddun nuri jurnali*, 12(63), 28-30.
8. Karimova, O., & Sobirova, N. (2025). MUQIM FRAZEOLOGIK BIRLIKLAR TARJIMASINING O'ZIGA XOSLIKLARI. *TAMADDUN NURI JURNALI*, 1(64), 214-217.
9. Lee, C., & Lee, J. (2014). *The Impact of Corporate Incentive Travel on Employee Performance*. Journal of Corporate Hospitality, 7(1), 89-102. <https://doi.org/10.1016/j.jchosp.2014.06.002>
10. Melibayeva G., & Parizoda M. (2024). TURIZM XIZMAT KO'RSATISH SOXASIDA BIZNES PSIXOLOGIYANING TUTGAN ROLI. *University Research Base*, 578-581. Retrieved from <https://scholar.kokanduni.uz/index.php/rb/article/view/680>
11. Mirboboyeva P., & Umarov, O. (2024). GASTRONOMIK TURIZMNING TURIZM SOHASIDA TUTGAN O'RNI. *University Research Base*, 552-559. Retrieved from <https://scholar.kokanduni.uz/index.php/rb/article/view/675>

12. Mukharramkhon, N., & Parizoda M. (2024). TOURISM AS A TOOL FOR ENGLISH LANGUAGE ACQUISITION. *QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI*, 13, 120–122. <https://doi.org/10.54613/ku.v13i.1038>
13. Murodova Yoqutxon, & Mirboboyeva Parizoda. (2023). BARQAROR TURIZM VA EKOTURIZM TASNIFI TAHLILI. *QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI*, 1(1), 287–289. <https://doi.org/10.54613/ku.v1i1.438>
14. Mair, J., & Thompson, K. (2009). *The Role of Incentive Travel in Corporate Social Responsibility*. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(4), 435–450. <https://doi.org/10.1080/09669580902703681>
15. Omonjon Umarov, & Parizoda Mirboboyeva Umidjon qizi. (2023). Madaniy meros turizmi: Asosiy tendensiyalar, rivojlanish va muammolar (O'zbekiston va Turkiya misolida). *Qo'qon universiteti xabarnomasi*, 8(8), 78–80. <https://doi.org/10.54613/ku.v8i8.809>
16. Ozodakhon, K. (2024). THE BENEFITS AND DRAWBACKS OF USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE (ChatGPT) IN EDUCATION. *University Research Base*, 805–808. Retrieved from <https://scholar.kokanduni.uz/index.php/rb/article/view/731>
17. Richards, G. (2018). *Experiential Tourism: Trends and Perspectives*. *Journal of Tourism Studies*, 24(2), 113–130. <https://doi.org/10.1016/j.jtourstud.2018.04.006>
18. Simeonova, E., & Rizos, V. (2016). *Cultural Tourism: A Bridge Between Business and Society*. *International Journal of Tourism Research*, 19(5), 519–530. <https://doi.org/10.1002/jtr.2083>
19. Tassiopoulos, D. (2010). *The Strategic Role of MICE Tourism in Economic Development*. *Journal of Tourism Economics*, 5(1), 74–87. <https://doi.org/10.1016/j.jtce.2010.03.003>
20. Asia Pacific Incentives and Meetings Expo. (2019). *Incentive Travel Trends in the Asia-Pacific Region*. Retrieved from <https://www.aimexpo.com>

O'ZBEKISTONDA SHAHRISOZLIK VA TURIZM INFRATUZILMASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISH: TENDENSIYALAR VA ISTIQBOLLAR

Isroilova Ma'rifatxon

Qo'qon universiteti turizm yo'nalishi talabasi

mariwisroilova@gmail.com

Mo'minova Kanizaxon

Qo'qon universiteti

Xalqaro turizm va iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu tezis O'zbekistonda shaharsozlik va turizm infratuzilmasini barqaror rivojlantirish yo'nalishidagi asosiy tendensiyalarni va istiqbollarni tahlil qiladi. Mamlakatda turizmning o'sishi va shahar infratuzilmasining yangilanishi davlat siyosatining muhim yo'nalishlaridan biridir. Tezisdagi Toshkent, Samarqand, Buxoro kabi yirik shaharlar misolida, turizm infratuzilmasining holati va rivojlanish imkoniyatlari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, ekologik barqarorlik, aqlli shaharlar va yashil texnologiyalarning integratsiyasi haqida so'z yuritiladi. Shaharsozlikda davlat-xususiy sheriklik modeli va turizm infratuzilmasining rivojlanishi bo'yicha amalga oshirilgan chora-tadbirlar hamda ulardan olingan tajribalar tahlil qilinadi. Tezisdagi transport tizimi, mehmonxona va xizmat ko'rsatish infratuzilmasini yaxshilash, shaharlararo aloqalarni mustahkamlash kabi masalalar yoritiladi. Yuqorida keltirilgan tavsiyalar O'zbekistonning turizm sohasidagi raqobatbardoshligini oshirishga, shaharsozlikda barqaror rivojlanish va madaniy merosni saqlashga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: Shaharsozlik, ekologik xavfsizlik, aqlli shaharlar, madaniy meros, turizm infratuzilmasi.

Kirish: O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotining so'nggi yillarda rivojlanayotgan sektorlaridan biri bu turizm sohasidir. Mamlakatning boy tarixiy, madaniy va tabiiy resurslari, o'ziga xos arxitektura yodgorliklari va geografik joylashuvi turizmni rivojlantirish uchun juda