

MICE TURIZMINI BARQAROR RIVOJLANISHIDA YASHIL MARKETING KONSEPSIYASI

Xalimova Fayyoz Nafasovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
katta o'qituvchisi

E-mail: fayozahalimova@gmail.com

Annotatsiya

Zamonaviy turizm industriyasida ekologik barqarorlik va atrof-muhit muhofazasi masalalari tobora dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) turizmi segmenti dunyo bo'yicha yirik miqyosdagi tadbirlarni tashkil etish orqali atrof-muhitga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Ushbu maqolada yashil marketing konsepsiyasining MICE turizmini barqaror rivojlanishidagi roli, ahamiyati va qo'llanilish mexanizmlari ilmiy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqot davomida yashil marketing strategiyalarini joriy etish orqali MICE tadbirlarining ekologik samaradorligini oshirish, resurslardan oqilona foydalanish va ijtimoiy mas'uliyatni ta'minlash yo'nalishlari ko'rib chiqiladi. Maqola MICE sohasidagi xalqaro tajribalar, O'zbekistonda yashil marketing konsepsiyasini joriy etishning istiqbollari va amaliy tavsiyalarni o'z ichiga oladi.

Kalit so'zlar: yashil marketing, MICE turizmi, barqaror rivojlanish, ekologik samaradorlik, yashil tadbirlar, korporativ ijtimoiy mas'uliyat, ekologik sertifikatlash

Аннотация

В современном туристическом секторе вопросы экологической устойчивости и охраны окружающей среды приобретают особую значимость. Сегмент MICE (встречи, поощрения, конференции, выставки) оказывает значительное влияние на окружающую среду через проведение масштабных мероприятий по всему миру. В статье научно анализируется роль, значение и механизмы применения концепции зелёного маркетинга в устойчивом развитии MICE-туризма. Рассмотрены направления повышения экологической эффективности, рационального использования ресурсов и социальной ответственности. Представлены международный опыт, перспективы внедрения зелёного маркетинга в Узбекистане и практические рекомендации.

Ключевые слова: зелёный маркетинг, MICE-туризм, устойчивое развитие, экологическая эффективность, зелёные мероприятия, корпоративная социальная ответственность, экологическая сертификация.

Abstract

In modern tourism, environmental sustainability and ecological protection have become increasingly important. The MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) segment has a significant impact on the environment through large-scale events worldwide. This article scientifically analyzes the role, importance, and mechanisms of green marketing in the sustainable development of MICE tourism. The study explores how green marketing strategies enhance ecological efficiency, resource management, and corporate social responsibility. It also presents international best

practices, Uzbekistan's prospects for implementing green marketing, and practical recommendations.

Keywords: green marketing, MICE tourism, sustainable development, ecological efficiency, green events, corporate social responsibility, environmental certification.

Bugungi kunda global ekologik muammolar — iqlim o'zgarishi, tabiiy resurslarning kamayishi, atrof-muhitning ifloslanishi — barcha sohalarda, shu jumladan turizm industriyasida ham tubdan o'zgarishlarni talab etmoqda. Jahon Turizm Tashkiloti (UN Tourism) ma'lumotlariga ko'ra, turizm sohasi global karbonat angidrid chiqindilarining 8-10 foizini tashkil etadi. MICE turizmi esa o'zining ko'lami, ishtirokchilar soni va resurs talab qiluvchanligi jihatidan atrof-muhitga katta ta'sir ko'rsatuvchi segmentlardan biridir.

Yashil marketing konsepsiyasi — bu korxonalarning mahsulot va xizmatlarini ishlab chiqish, tarqatish, reklama qilish va sotishda ekologik tamoyillarni qo'llash, atrof-muhit muhofazasini ta'minlash va barqaror rivojlanishga hissa qo'shishga qaratilgan strategik yondashuvdir. MICE turizmi kontekstida yashil marketing nafaqat ekologik mas'uliyatni, balki iqtisodiy samaradorlik va ijtimoiy qabul qilinishni ham ta'minlaydi.

O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirishning 2019-2025 yillar uchun Konsepsiyasi hamda "O'zbekiston-2030" strategiyasida yashil iqtisodiyot tamoyillarini joriy etish ustuvor yo'nalishlar sifatida belgilangan. Mamlakat iqtisodiyotining barcha sohalari, jumladan turizm sektorida ham ekologik barqarorlik, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish va atrof-muhitni muhofaza qilish tamoyillarini amalga oshirish zaruriyati e'tirof etilgan. MICE turizmi Toshkent, Samarqand va Buxoro shaharlarida jadal rivojlanayotgan hozirgi davrda yashil marketing konsepsiyasini joriy etish nafaqat ekologik, balki iqtisodiy zaruriyatga ham aylanmoqda.

Yashil marketing konsepsiyasining nazariy asoslari. Yashil marketing (Green Marketing) tushunchasi 1980-yillarda paydo bo'lgan bo'lib, u ekologik muammolarning kuchayishi va iste'molchilarning atrof-muhit muhofazasiga bo'lgan qiziqishining ortishi natijasida rivojlangan. Yashil marketing strategiya sifatida ta'minotchilar va sotuvchilar, hamkorlar va hatto raqobatchilar o'rtasida hamkorlikni nazarda tutadi, bu butun qiymat zanjiri bo'ylab ekologik barqaror rivojlanishga erishish maqsadida amalga oshiriladi.

Yashil marketingning asosiy tamoyillari

1. Ekologik mahsulot va xizmatlar yaratish — atrof-muhitga minimal ta'sir ko'rsatuvchi mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqish

2. Shaffoflik va haqiqiylik — ekologik da'volar va marketing xabarlarida to'liq haqiqiylikni ta'minlash

3. Hayot davri yondashuvi — mahsulot yoki xizmatning butun hayot davrida ekologik ta'sirni baholash

4. Qayta foydalanish va qayta ishlash — resurslardan maksimal samarali foydalanish va chiqindilarni minimallashtirish

5. Iste'molchilarni jalb qilish — ekologik ongli iste'molchilar bilan uzoq muddatli munosabatlar o'rnatish

Yashil marketingning turlari.

Tavsifiy yashil marketing — mahsulot yoki xizmatning ekologik xususiyatlarini ta'kidlash, jamiyatga yo'naltirilgan yashil marketing — ijtimoiy va ekologik mas'uliyatni umumlashtirish, innovatsion yashil marketing — ekologik texnologiyalar va yangi yondashuvlarni joriy etish, qiymat yaratuvchi yashil marketing - ekologik qiymatlar va biznes maqsadlarini integratsiyalash.

MICE turizmida yashil marketingda xalqaro tajriba Global Sustainable Tourism Council (GSTC) tomonidan 2024-yilda ishlab chiqilgan MICE standartlari tadbirlar maydonlari, tadbir tashkilotchilari va ko'rgazmalar uchun barqarorlik mezonlarini belgilaydi. Ushbu standartlar MICE bizneslariga barqaror bo'lish uchun asosiy ko'rsatmalar vazifasini o'taydi, jumladan, barqaror ta'minotchilar va xizmat ko'rsatuvchilarni aniqlash uchun yo'riqnomalar beradi.

Rivojlanayotgan mamlakatlarda yashil MICE turizm tajribasi: Indoneziyada bir nechta maydonlar tadqiqotiga asoslangan holda, asosiy yutuqlar samaraliroq chiqindilar boshqaruvi va bir martalik plastikdan foydalanishni kamaytirishda kuzatilgan, ammo asosiy qiyinchiliklar yagona barqarorlik siyosatlarining yo'qligi, cheklangan infratuzilma va ishtirokchilarning past xabardorligi bilan bog'liq. Bu tajriba O'zbekiston uchun muhim saboqlarni taqdim etadi.

Ekologik tadbirlar: konsepsiya va standartlar, ISO 20121 xalqaro standarti tadbirlar sohasida barqaror rivojlanish menejment tizimini belgilaydi. Ushbu standart 2012-yilda London Olimpiadasi uchun ishlab chiqilgan va hozirda global miqyosda qo'llanilmoqda.

Yashil tadbirlarning asosiy komponentlari: MICE turizmi sohasida yashil tadbirlar konsepsiyasini amalga oshirishda joylashuv tanlash, energiya samaradorligini oshirish va chiqindilarni boshqarish yo'nalishlari alohida ahamiyat kasb etadi. Ushbu komponentlar nafaqat ekologik muhitni muhofaza qilishga, balki tadbirlarning iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligini oshirishga ham xizmat qiladi.

Birinchidan, joylashuv tanlashda jamoat transportiga yaqin joylarni tanlash ishtirokchilarning shaxsiy avtomobillaridan foydalanishini kamaytiradi, bu esa uglerod chiqindilarini sezilarli darajada qisqartiradi. Shu bilan birga, LEED yoki BREEAM kabi ekologik sertifikatlangan inshootlardan foydalanish energiya tejamkorligi, chiqindilarni qayta ishlash va resurslardan oqilona foydalanish tamoyillarini qo'llash imkonini beradi. Tabiiy yoritilish va ventilyatsiya tizimlari esa elektr energiyasi sarfini kamaytirish bilan birga, tadbir ishtirokchilari uchun sog'lom va qulay muhit yaratadi.

Ikkinchidan, energiya samaradorligini ta'minlash MICE tadbirlarining eng muhim ekologik yo'nalishlaridan biridir. LED yoritgichlardan foydalanish elektr energiyasini 40–50 foizgacha tejash imkonini beradi. Qayta tiklanadigan energiya manbalari — quyosh panellari, shamol generatorlari yoki bioenergiya tizimlari — tadbirlarning karbonat izini keskin kamaytiradi. Shuningdek, "aqlli bino texnologiyalari" (smart building systems) yordamida energiya iste'moli avtomatik

boshqariladi, bu esa resurslardan foydalanish samaradorligini oshiradi va xarajatlarni kamaytiradi.

Uchinchidan, chiqindilarni boshqarish tizimi ekologik barqarorlikning eng muhim omillaridan biridir. "Zero Waste" (Nol chiqindi) strategiyasi tadbir davomida chiqindilarni minimal darajaga tushirishni nazarda tutadi. Selektiv chiqindilar yig'ish tizimi qayta ishlash jarayonini soddalashtiradi va resurslarning ikkilamchi aylanishini ta'minlaydi. Kompostlash dasturlari esa organik chiqindilarni qayta ishlash orqali tabiiy o'g'it ishlab chiqarish imkonini beradi. Bu esa chiqindilarni poligonlarga yuborilishini kamaytiradi, tuproq unumdorligini oshiradi va tabiiy siklni tiklaydi. Umuman olganda, ushbu ekologik komponentlarni tatbiq etish MICE tadbirlarining ekologik barqarorligini oshiradi, energiya va suv resurslarini tejaydi, chiqindilar miqdorini kamaytiradi hamda tadbir ishtirokchilarida ekologik ongni mustahkamlaydi. Natijada, MICE turizmi ekologik mas'uliyatli, iqtisodiy jihatdan tejamkor va ijtimoiy foydali soha sifatida rivojlanadi.

Xulosa qilib aytganda MICE turizmini barqaror rivojlantirishda yashil marketing konsepsiyasi muhim strategik yo'nalish sifatida shakllanmoqda. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, ekologik mas'uliyat, innovatsion marketing yondashuvlari va iqtisodiy samaradorlikni uyg'unlashtirish orqali MICE sohasi nafaqat atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan, balki uzoq muddatda raqobatbardosh va barqaror rivojlanadigan tarmoqqa aylanishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvar PF-5611-son "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini 2019-2025 yillarda rivojlantirish konsepsiyasi to'g'risida"gi Farmoni. <https://lex.uz/docs/-4143188>.
2. O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi. (2022). "O'zbekistonda MICE turizmining rivojlanishi: istiqbollari va xorij tajribasi" mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. Toshkent: "Lesson Press" MCHJ nashriyoti, 322
3. Xalimova, F.N. (2023). O'zbekistonda MICE turizmini barqaror rivojlanishida qulay infratuzilma. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar jurnali, 2023-yil, № 3.
4. Xalimova, F.N. (2022). O'zbekistonning MICE turizmi salohiyatini jahon turizm bozoriga targ'ib qilishning zamonaviy marketing strategiyasi. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari.
5. Kotler, P., & Armstrong, G. (2024). Principles of Marketing (18th ed.). Pearson Education.
6. Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2024). GSTC Industry Criteria for MICE Events and Venues. GSTC, Washington D.C., USA.