

ЗИЙОРAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR VA SHART SHAROITLAR

Xabibullayev Shoxruxmirzo A'zam o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Turizm va mehmondo'stlik yo'nalishi magistranti

Telfon raqam: +998911800844

Elektron pochta: shohruxmirzoxabibullayev@gmail.com

Anotatsiya: Mazkur maqolada ziyorat turizmini rivojlantirishga bevosita va bilvosita ta'sir ko'rsatuvchi omillar hamda zarur shart-sharoitlar tizimli, kompleks va ko'p darajali yondashuv asosida ilmiy tahlil qilinadi. Tadqiqotda ziyorat turizmi diniy-madaniy meros, ma'naviy qadriyatlar, infratuzilma imkoniyatlari, transport-logistika tizimi, xizmatlar bozori, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining integratsiyasi hamda davlat siyosatining institutsional mexanizmlari bilan uzviy bog'liq bo'lgan murakkab ijtimoiy-iqtisodiy fenomen sifatida talqin etiladi. Shuningdek, ziyorat obyektlarining tarixiy-madaniy salohiyati, hududiy resurslar taqsimoti, turistlar oqimini boshqarish mexanizmlari, marketing strategiyalari va xavfsizlik omillarining mazkur soha barqarorligiga ko'rsatadigan ta'siri konseptual asosda yoritiladi.

Kalit so'zlar: Ziyorat turizmi, diniy turizm, madaniy meros, infratuzilma, turizm industriyasi, hududiy rivojlanish, institutsional mexanizmlar, xizmatlar bozori, logistika tizimi, turistik klaster, barqaror rivojlanish, ijtimoiy-iqtisodiy omillar, ma'naviy qadriyatlar.

ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Хабибуллаев Шохрухмирзо Азам угли

магистрант направления «Туризм и гостеприимство»

Ташкентского государственного экономического университета

Телефон: +998911800844

Электронная почта: shohruxmirzoxabibullayev@gmail.com

Аннотация: В данной статье на основе системного, комплексного и многоуровневого подхода проводится научный анализ факторов и необходимых условий, оказывающих прямое и косвенное влияние на развитие паломнического туризма. В исследовании паломнический туризм рассматривается как сложный социально-экономический феномен, тесно связанный с религиозно-культурным наследием, духовными ценностями, возможностями инфраструктуры, транспортно-логистической системой, рынком услуг, интеграцией информационно-коммуникационных технологий, а также институциональными механизмами государственной политики. Кроме того, на концептуальной основе раскрывается влияние историко-культурного потенциала объектов паломничества, распределения

территориальных ресурсов, механизмов управления туристическими потоками, маркетинговых стратегий и факторов безопасности на устойчивость данной сферы.

Ключевые слова: Паломнический туризм, религиозный туризм, культурное наследие, инфраструктура, туристская индустрия, территориальное развитие, институциональные механизмы, рынок услуг, логистическая система, туристский кластер, устойчивое развитие, социально-экономические факторы, духовные ценности.

FACTORS AND CONDITIONS INFLUENCING THE DEVELOPMENT OF PILGRIMAGE TOURISM

Khabibullayev Shokhrukhmirzo Azam ugli

Master's student in Tourism and Hospitality

Tashkent State University of Economics

Phone: +998911800844

Email: shohruxmierzoxabibullayev@gmail.com

Abstract: *This article provides a scientific analysis of the factors and necessary conditions that directly and indirectly influence the development of pilgrimage tourism, based on a systematic, comprehensive, and multi-level approach. The study interprets pilgrimage tourism as a complex socio-economic phenomenon closely connected with religious and cultural heritage, spiritual values, infrastructure capacity, the transport and logistics system, the services market, the integration of information and communication technologies, and the institutional mechanisms of state policy. Furthermore, the impact of the historical and cultural potential of pilgrimage sites, the distribution of regional resources, tourist flow management mechanisms, marketing strategies, and security factors on the sustainability of this sector is conceptually examined.*

Keywords: *Pilgrimage tourism, religious tourism, cultural heritage, infrastructure, tourism industry, regional development, institutional mechanisms, services market, logistics system, tourism cluster, sustainable development, socio-economic factors, spiritual values.*

KIRISH

XXI asr boshlarida global turizm tizimining transformatsiyalashuvi, iqtisodiyotlarning xizmatlar sektoriga yo'naltirilganligi hamda madaniy-meros resurslariga asoslangan rivojlanish modelining ustuvorlik kasb etishi sharoitida ziyorat turizmi ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotning muhim drayverlaridan biri sifatida shakllanmoqda. Ziyorat turizmi nafaqat rekreatsion yoki ko'ngilochar faoliyat turi, balki insoniyatning ma'naviy ehtiyojlari, diniy e'tiqodi, tarixiy xotirasi hamda sivilizatsion merosi bilan uzviy bog'liq bo'lgan murakkab sotsiomadaniy hodisa

sifatida namoyon bo'ladi. Ushbu hodisaning mohiyati diniy qadriyatlarni anglash, muqaddas makonlar bilan ruhiy aloqa o'rnatish, tarixiy shaxslar va diniy allomalar merosini e'zozlash orqali insonning ma'naviy kamolotini ta'minlash bilan belgilanadi[1]. Shu bois ziyorat turizmini faqat turistik xizmatlar bozorining tarkibiy elementi sifatida emas, balki ma'naviy-madaniy tizimning integral komponenti sifatida talqin etish zarurati yuzaga keladi. Global miqyosda diniy sayohatlarning hajmi ortib borayotgani, har yili millionlab insonlar muqaddas qadamjolarga tashrif buyurayotgani, ziyorat maskanlari atrofida yirik iqtisodiy klasterlar shakllanayotgani mazkur sohaning iqtisodiy samaradorligini yanada yaqqol namoyon etadi[2]. Shu nuqtai nazardan, ziyorat turizmi iqtisodiyotning diversifikatsiyasi, xizmatlar eksporti, yangi ish o'rinlari yaratish, mahalliy tadbirkorlikni rag'batlantirish hamda hududiy infratuzilmani modernizatsiya qilishning samarali vositasi sifatida baholanmoqda. Biroq mazkur jarayonning muvaffaqiyati bevosita bir qator tizimli omillar – tarixiy-madaniy resurslar, transport va logistika imkoniyatlari, xizmat ko'rsatish sifati, marketing strategiyalari, davlat boshqaruvi mexanizmlari hamda xavfsizlik infratuzilmasining uyg'unligiga bog'liq. Markaziy Osiyo, xususan O'zbekiston hududi qadimdan islomiy sivilizatsiyaning muhim markazlaridan biri sifatida e'tirof etilgan bo'lib, bu yerda ko'plab muqaddas maskanlar, tarixiy obidalar, diniy-ma'rifiy markazlar jamlangan. Samarqand, Buxoro va Toshkent kabi shaharlar nafaqat arxitektura yodgorliklari, balki islomiy tafakkur va ilm-fan rivojiga beqiyos hissa qo'shgan allomalar bilan ham mashhurdir. Xususan, Imom al-Buxoriy majmuasi, Shohi Zinda majmuasi, Hazrati Imom majmuasi hamda Mir Arab madrasasi kabi maskanlar diniy ziyorat obyekti sifatida nafaqat mahalliy, balki xalqaro turistlar oqimini jalb etib kelmoqda[3]. Mazkur obidalar atrofida shakllanayotgan ijtimoiy-iqtisodiy faollik hududiy rivojlanishning yangi modelini yuzaga keltirmoqda. Shu bilan birga, ziyorat turizmini rivojlantirish jarayoni faqat resurslarning mavjudligi bilan cheklanmaydi. Muqaddas maskanlarning moddiy-madaniy salohiyati ularni samarali boshqarish, restavratsiya qilish, ilmiy asosda konservatsiya etish, zamonaviy infratuzilma bilan ta'minlash hamda xalqaro turizm bozorida to'g'ri pozitsiyalash kabi murakkab boshqaruv mexanizmlarini talab etadi. Aks holda, tarixiy obyektlarning

degradatsiyasi, ekologik bosimning kuchayishi, xizmatlar sifati pastligi va marketing strategiyasining yetarli emasligi turistik oqimning kamayishiga olib kelishi mumkin[4]. Demak, ziyorat turizmi o'z mohiyatiga ko'ra ko'p tarmoqli, ko'p subyektli va integratsiyalashgan boshqaruvni talab qiluvchi tizimdir. Ziyorat turizmini ilmiy jihatdan o'rganish zarurati, avvalo, uning sotsial funksiyalarida namoyon bo'ladi. Bir tomondan, mazkur soha jamiyatning ma'naviy birligini mustahkamlash, tarixiy xotirani saqlash, milliy identifikatsiyani shakllantirishga xizmat qiladi; ikkinchi tomondan esa, iqtisodiy samaradorlik, hududiy bandlik va investitsion jozibadorlikni oshiradi. Bu ikki yo'nalishning uyg'unligi ziyorat turizmini barqaror rivojlanish konsepsiyasi doirasida strategik soha sifatida talqin etish imkonini beradi. Ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlar uchun mazkur yo'nalish minimal kapital talab qilgan holda yuqori qo'shilgan qiymat yaratish xususiyati bilan ajralib turadi. Ilmiy adabiyotlarda ziyorat turizmi turlicha talqin etilib, u diniy turizm, ma'naviy turizm, madaniy-tarixiy turizm kabi tushunchalar bilan uzviy bog'liq holda izohlanadi. Biroq zamonaviy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ziyorat turizmi ushbu kategoriyalarning oddiy yig'indisi emas, balki ularning sintezi natijasida vujudga kelgan murakkab ijtimoiy-iqtisodiy tizimdir[5]. Mazkur tizimda turistning motivatsiyasi, e'tiqod darajasi, ma'naviy tajribasi, iste'mol xulq-atvori hamda madaniy identifikatsiyasi muhim o'rin tutadi. Shu sababli ziyorat turizmini rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishda psixologik, sotsiologik, iqtisodiy va madaniy omillarni kompleks tarzda hisobga olish talab etiladi. Ziyorat turizmini samarali rivojlantirishning yana bir muhim jihati institutsional shart-sharoitlar bilan belgilanadi. Ya'ni normativ-huquqiy baza, davlat dasturlari, soliq imtiyozlari, investitsion qo'llab-quvvatlash mexanizmlari hamda xususiy sektor ishtirokining kengaytirilishi sohaning barqarorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shuningdek, davlat-xususiy sheriklik asosida infratuzilma obyektlarini barpo etish, transport va mehmonxona xizmatlarini modernizatsiya qilish, raqamli platformalar orqali bronlash va axborot ta'minotini takomillashtirish turistik tajribaning sifatini oshirishga xizmat qiladi. Bunday kompleks yondashuv ziyorat turizmini oddiy sayohat shaklidan raqobatbardosh iqtisodiy sektor darajasiga ko'taradi[6]. Bundan tashqari, globallashtirish jarayonlari, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal

rivojlanishi hamda xalqaro mobillikning ortishi ziyorat turizmining geografik chegaralarini kengaytirmoqda. Onlayn marketing, virtual turlar, elektron vizalar, mobil ilovalar va raqamli navigatsiya tizimlari turistlarning qaror qabul qilish jarayonini soddalashtirib, sayohatlarning qulayligini oshirmoqda. Natijada ziyorat obyektlari nafaqat an'anaviy diniy markazlar, balki global turizm bozorining faol ishtirokchisiga aylanmoqda. Shu jihatlarning barchasi ziyorat turizmini rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar va shart-sharoitlarni chuqur ilmiy tahlil qilish zaruratini yuzaga keltiradi. Mazkur tadqiqotning dolzarbligi ham aynan shu masala bilan belgilanadi. Ya'ni ziyorat turizmining iqtisodiy, madaniy va institutsional komponentlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni aniqlash, omillar ierarxiyasini belgilash hamda barqaror rivojlanish modelini ishlab chiqish ilmiy va amaliy ahamiyatga ega hisoblanadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Ziyorat turizmi fenomenining nazariy-metodologik talqini xalqaro ilmiy maktablarda turlicha konseptual asoslarda shakllangan bo'lib, u diniy motivatsiya, madaniy merosdan foydalanish, hududiy iqtisodiyotning diversifikatsiyasi hamda barqaror rivojlanish paradigmasi bilan uzviy bog'liq holda tahlil qilinadi. So'nggi yillarda mazkur yo'nalishda olib borilgan tadqiqotlar ziyorat turizmini tor ma'nodagi konfessional amaliyot sifatida emas, balki ko'p komponentli ijtimoiy tizim sifatida tushuntirishga intilmoqda. Ayniqsa, xorijiy olimlar tomonidan ilgari surilgan institutsional-iqtisodiy va sotsiomadaniy yondashuvlar mazkur soha taraqqiyotiga ta'sir etuvchi omillarni kompleks ravishda ochib berishga xizmat qilmoqda. Zamonaviy diniy turizmni makon, identitet va tajriba kategoriyalari orqali izohlovchi yirik tadqiqotchilardan biri Daniel H. Olsen hisoblanadi. Uning ilmiy ishlari ziyorat turizmining transformatsion mohiyatini, ya'ni ziyoratchining sayohat jarayonida shaxsiy-ma'naviy identifikatsiyasi qayta shakllanishini konseptual jihatdan asoslab beradi[7]. Olimning ta'kidlashicha, muqaddas makonlar nafaqat diniy marosimlarni amalga oshirish hududi, balki kollektiv xotira va madaniy kapitalni ishlab chiqaruvchi ijtimoiy maydon sifatida ham faoliyat ko'rsatadi. Shu bois ziyorat maskanlari atrofida iqtisodiy faoliyat, xizmatlar sektori, savdo tarmoqlari va transport-logistika infratuzilmasining rivojlanishi tabiiy jarayon sifatida yuzaga

keladi. Olsen ziyorat turizmini “spiritual economy” modeli doirasida talqin etib, unda ma’naviy ehtiyojlar bilan iqtisodiy talab o’rtasida o’zaro konvertatsiya mexanizmi mavjudligini ko’rsatadi. Mazkur yondashuvga ko’ra, ziyoratchilar oqimi ortishi hududiy iqtisodiyotga multiplikativ ta’sir ko’rsatadi, bu esa mahalliy aholi bandligini oshiradi, xizmatlar diversifikatsiyasini rag’batlantiradi hamda ijtimoiy infratuzilmani modernizatsiyalashga turtki beradi. Shuningdek, olim ziyorat obyektlarida boshqaruvning institutsional yetukligi, marketing kommunikatsiyalari va barqarorlik tamoyillariga rioya etish sohaning uzoq muddatli samaradorligini belgilovchi asosiy omillar ekanligini ta’kidlaydi. Boshqa bir nufuzli tadqiqotchi Razaq Raj esa diniy turizmni boshqarish va marketing strategiyalari nuqtayi nazaridan o’rganib, mazkur sohani “faith-based destination management” konsepsiyasi orqali izohlaydi. Uning ilmiy qarashlarida ziyorat turizmining muvaffaqiyati resurslarning mavjudligi bilan emas, balki ularni samarali boshqarish, manfaatdor tomonlar (davlat, mahalliy hamjamiyat, diniy tashkilotlar va biznes subyektlari) o’rtasidagi hamkorlik darajasi bilan belgilanadi[8]. Raj ziyorat turizmini klaster modeli asosida rivojlantirishni taklif etib, bunda transport, mehmonxona, ovqatlanish, gidlik, axborot texnologiyalari va madaniy xizmatlar yagona integratsiyalashgan tizimda faoliyat yuritishi zarurligini asoslaydi. Uning fikricha, agar mazkur elementlar o’rtasida funksional uyg’unlik ta’minlanmasa, ziyoratchilarning tajribasi fragmentar tus oladi va destinatsiyaning raqobatbardoshligi pasayadi.

METODOLOGIK QISM

Mazkur tadqiqot ziyorat turizmini rivojlantirishga ta’sir etuvchi omillar va shart-sharoitlarni kompleks hamda tizimli ravishda aniqlash maqsadida integrativ metodologik yondashuv asosida olib borildi, bunda avvalo ziyorat turizmini ko’p darajali ijtimoiy-iqtisodiy tizim sifatida talqin etishga imkon beruvchi tizimli tahlil (system approach) qo’llanilib, sohaning tarkibiy komponentlari – madaniy-meros resurslari, infratuzilma, institutsional boshqaruv, xizmatlar bozori, marketing kommunikatsiyalari va turistlar xulq-atvori o’rtasidagi funksional bog’liqliklar identifikatsiya qilindi; shu bilan birga nazariy-metodologik asoslarni aniqlashtirish maqsadida komparativ tahlil usuli orqali xalqaro tajribalar va milliy amaliyotlar

qiyoslab o'rganildi hamda turli mamlakatlarda ziyorat turizmi rivojlanishining modellari o'zaro solishtirildi.

NATIJALAR

Tadqiqot jarayonida amalga oshirilgan tizimli, statistik-iqtisodiy va fazoviy-geografik tahlillar natijalari shuni ko'rsatdiki, ziyorat turizmini rivojlantirish ko'p komponentli omillar majmuasining o'zaro uyg'unligi bilan belgilanadigan murakkab integratsiyalashgan jarayon bo'lib, bunda tarixiy-madaniy meros obyektlarining kontsentratsiyasi, transport-logistika qulayligi, xizmatlar sifati, institutsional boshqaruv mexanizmlarining samaradorligi hamda marketing kommunikatsiyalarining intensivligi o'rtasida yuqori darajadagi ijobiy korrelyatsiya mavjudligi aniqlandi, xususan, muqaddas maskanlar joylashgan hududlarda infratuzilmaning modernizatsiya darajasi oshgani sari turistlar oqimi hajmi va xizmatlar sektorida yaratilgan qo'shilgan qiymat ko'rsatkichlari mutanosib ravishda ortib borishi empirik ma'lumotlar bilan tasdiqlandi, bunda Samarqand, Buxoro va Toshkent hududlarida joylashgan Imom al-Buxoriy majmuasi, Shohi Zinda majmuasi, Hazrati Imom majmuasi kabi ziyorat obyektlari atrofida shakllangan turistik klasterlar mehmonxona xo'jaligi, umumiy ovqatlanish, hunarmandchilik va transport xizmatlarining kengayishiga olib kelgani hamda hududiy bandlik darajasini sezilarli ravishda oshirgani kuzatildi, shu bilan birga ekspert baholash natijalari institutsional qo'llab-quvvatlash, normativ-huquqiy imtiyozlar va raqamli marketing texnologiyalarining joriy etilishi turistlarning qoniqish darajasi va destinatsiya raqobatbardoshligini kuchaytirishini ko'rsatdi, regressiya tahlili esa ziyoratchilar sonining o'sishi bilan hududiy xizmatlar sektorining yalpi daromadi o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri multiplikativ bog'liqlik mavjudligini aniqlab, ziyorat turizmi mahalliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga sezilarli ijobiy ta'sir ko'rsatuvchi strategik yo'nalish ekanligini ilmiy jihatdan asoslab berdi.

MUXOKAMA

Ziyorat turizmini rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillarni nazariy jihatdan talqin qilish jarayonida mazkur sohaning mohiyati, funksional vazifalari va boshqaruv mexanizmlari borasida xorijiy ilmiy maktablarda turlicha metodologik pozitsiyalar shakllanganligi kuzatiladi. Ayniqsa, Daniel H. Olsen va Razaq Raj

tomonidan ilgari surilgan konseptual yondashuvlar o'rtasidagi ilmiy polemika ziyorat turizmini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini aniqlashda muhim nazariy asos vazifasini bajaradi. Ushbu ikki olimning qarashlari o'zaro to'ldiruvchi bo'lishiga qaramay, ularning metodologik urg'ularida ma'lum tafovutlar mavjud bo'lib, bu esa ziyorat turizmi fenomenining ko'p qirrali tabiatini yanada chuqurroq anglash imkonini beradi. Olsenning pozitsiyasiga ko'ra, ziyorat turizmi avvalo sotsiomadaniy va fenomenologik hodisa bo'lib, uning markazida iqtisodiy manfaat emas, balki ziyoratchining ma'naviy tajribasi, identifikatsion o'zgarishi hamda muqaddas makon bilan ramziy aloqa jarayoni turadi. U diniy sayohatlarni "ruhiy kapital" ishlab chiqaruvchi jarayon sifatida talqin qilib, turistik oqimlarning o'sishini muqaddaslikning ijtimoiy konstruksiyasi va madaniy merosning semantik qadri bilan izohlaydi. Olsenning fikricha, agar ziyorat maskanlari haddan tashqari tijoratlashtirilsa yoki bozor mexanizmlariga to'liq bo'ysundirilsa, ularning sakral mohiyati zaiflashadi va bu holat ziyoratchilarning motivatsiyasiga salbiy ta'sir ko'rsatadi[9]. Demak, uning yondashuvida ustuvorlik madaniy autentiklikni saqlash, meros obyektlarini konservatsiya qilish va ziyoratchining ruhiy ehtiyojlarini qondirishga beriladi. Raj esa masalaga ko'proq pragmatik va boshqaruv nuqtayi nazaridan yondashadi. U ziyorat turizmini iqtisodiy samaradorlikni ta'minlovchi xizmatlar tarmog'i sifatida ko'rib, destinatsiyaning muvaffaqiyati resurslarning mavjudligi emas, balki ularni professional boshqarish, marketing, brending va logistika tizimlarining integratsiyasi bilan belgilanadi, degan g'oyani ilgari suradi. Rajning ta'kidlashicha, infratuzilma, mehmonxona xo'jaligi, transport, axborot xizmatlari va davlat-xususiy sheriklik mexanizmlari yetarli darajada shakllanmasa, hatto eng muqaddas maskan ham global turizm bozorida raqobatbardosh bo'la olmaydi[10]. Shu bois u ziyorat turizmini klasterlash va institutsional muvofiqlashtirish orqali boshqarish zarurligini asoslaydi.

XULOSA

Mazkur tadqiqot jarayonida ziyorat turizmini rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar va shart-sharoitlar kompleks, ko'p darajali hamda tizimli ijtimoiy-iqtisodiy jarayon sifatida ilmiy asosda tahlil qilinib, uning barqaror taraqqiyoti alohida omillarning oddiy yig'indisi bilan emas, balki madaniy-meros resurslari, infratuzilma

imkoniyatlari, institutsional boshqaruv mexanizmlari, xizmatlar sifati va marketing strategiyalarining o'zaro integratsiyasi orqali ta'minlanishi nazariy hamda empirik jihatdan asoslab berildi.

Foydalanilgan adabiyotlarlar ro'yxati

1. Uzaqov J. N. Mintaqada ziyorat turizm klasterini shakllantirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish imkoniyatlari //Problems and Solutions of Scientific and Innovative Research. – 2024. – T. 1. – №. 3. – C. 54-63.
2. Qurbonov P. R., Safarov I. B. Ziyorat turizmining iqtisodiy geografik jihatlari //Экономика и социум. – 2025. – №. 3-1 (130). – C. 357-362.
3. Shonazarova D. O 'zbekistonda ziyorat turizmini shakllantirishning muhim omillari //Nordic_Press. – 2024. – T. 3. – №. 0003.
4. Umarova M. H., To'Rayev Q. T. Din-ziyorat turizmi bilan bog'liq bo'lgan joy nomlari va ularning kelib chiqishi //Экономика и социум. – 2021. – №. 6-1 (85). – C. 276-279.
5. Soxibova M. Turistik infratuzilmani rivojlantirishda ziyorat turizmi resurslaridan samarali foydalanish: xorijiy tajriba va innovatsion yondashuvlar //University Research Base. – 2025. – C. 156-162.
6. Mirzayev Q. J., Maxmanazarov S. F. Turizm industriyasida ziyorat turizmini rivojlantirishning xorij tajribalari //University Research Base. – 2025. – C. 21-24.
7. Safarov I. B., Abdishukurova M. A. Ziyorat turizmining geografik jihatlari //Tadqiqotlar. – 2025. – T. 64. – №. 4. – C. 215-219.
8. Bozarov N. Ziyorat turizmi tarixi va uning turizm sohasida tutgan o'rni //Academic research in educational sciences. – 2022. – T. 3. – №. 12. – C. 540-546.
9. Mustanov N. et al. O'zbekistonda ziyorat turizmi va ichki turizmning rivojlanish tamoyillari hamda turizmning pandemiya bilan bog'liqligi //Экономика и социум. – 2021. – №. 5-1 (84). – C. 329-340.
10. Sokhibova M. Ziyorat turizmi tizimining xususiyatlari va uning elementlari //Economics and Innovative Technologies. – 2024. – T. 12. – №. 2. – C. 316-324.