

YOSHLAR TURIZMINI TASHKIL ETISHNING INNOVATSION SHAKLLARI

*Buxoro davlat universiteti I.f.f.d. Phd
Navruz-zoda Shohro' Baxtiyor*

Annotatsiya: Yoshlar turizmini rivojlantirishning innovatsion shakllari bo'lib, turagentlik va turoperatorlik, turkorporativ, mehmonxona majmuasi, global birlashuv shakli, klaster shakllari hisoblanadi.

Kalit so'zlar: turagentlik, turoperatorlik, turkorporativ, global, klaster

Аннотация: Инновационными формами развития молодежного туризма являются турагентство и тuroperator, корпоративный тур, гостиничный комплекс, глобальная ассоциация, кластерные формы.

Ключевые слова: турагентство, тuroperator, корпоративный тур, глобальный, кластер

Annotation: Innovative forms of youth tourism development are travel agency and tour operator, corporate tour, hotel complex, global association, cluster forms.

Keywords: travel agency, tour operator, corporate tour, global, cluster

Yoshlar turizmini rivojlantirishning tashkiliy shakllariga bag'ishlangan xorijiy va mamlaktimizdagi olim va tadqiqotchilarning asarlarini o'rganish davomida, ularning fikr-g'oyalarini oltita guruhga ajratishga imkoni berdi. Bular quyidagilardan iborat:

1. Turagentlar va turoperatorlar tomonidan yoshlar turizmini tashkil etish (yoshlar turizmini tashkil etishning *turagentlik va turoperatorlik shakli*).

Turistik agentliklar – bu bir tomondan turoperatorlar va xizmat ko'rsatuvchi provayderlar, boshqa tomondan turistik mijozlar o'rtasida vositachilik vazifasini bajaradigan chakana savdo korxonalarini. Turistik agentliklar turoperatorlik firmalari tomonidan taklif qilingan turlarni tashkil qiladi yoki transport tashkilotlari, mehmonxona korporatsiyalari, ekskursiya byurolari bilan to'g'ridan to'g'ri aloqalar o'rnatib, ayrim turistlarga yoki shaxslar guruhiga xizmatlarning alohida turlarini taqdim etish bilan shug'ullanadi, ekskursiyalar turoperatorlar tomonidan belgilangan va risolalarida ko'rsatilgan narxlarda sotiladi. Inklyuziv turlarni amalga oshirish uchun turistik agentliklar turoperatorlardan ma'lum bir komissiya oladi. Xizmatlarning ayrim turlarini amalga oshirish ularning ishlab chiqaruvchilari tomonidan belgilangan narxlarda amalga oshiriladi va boshqa turdagi xizmatlarni ko'rsatish uchun sayyohlik agentliklari ishlab chiqaruvchining chakana narxlariga ma'lum ustama belgilashlari mumkin. Aksariyat sayyohlik agentliklari yirik sayyoh ulgurji savdogarlar, aviatsiya kompaniyalari, mehmonxona korporatsiyalari va savdo firmalari ta'sirida faoliyat yuritishadi.

Turoperatorlik kompaniyalari bu asosan turizm sanoat korxonalarini va turistik agentliklar o'rtasida vositachilik vazifasini bajaradigan ulgurji savdo kompaniyalaridir. Ular o'z nomidan sayyohlik agentliklari orqali yoki to'g'ridan-to'g'ri mijozlarga sayohatlarni sotadilar. Sayohatlarni tashkil qilish jarayonida turoperatorlar turar joy, ovqatlanish, transport, madaniy-ma'rifiy muassasalar va ekskursiya byurolari bilan aloqa o'rnatadilar. Turoperatorlar, odatda, mehmonxonalarni va boshqa turar joy binolarini, samolyotlarni, avtobuslarni uzoq muddatli shartnomalar asosida ijaraga olishadi, ularning maksimal yuklanishini ta'minlash va sezilarli chegirmalar olishadi. Turoperatorlar foydalaniladigan transport turiga qarab, maxsus jihozlangan samolyotlardan foydalangan holda sayohatlarni tashkil etishga ixtisoslashgan kompaniyalar, avtobusga ekskursiyalar; temir yo'l ekskursiyalari; dengiz kruizlari va biron bir mamlakatga sayohat qilish yoki maxsus ekskursiyalarga bo'linadi.

Yoshlar turizmini tashkil etishning turagentlik va turoperatorlik shakli quyidagi afzallik va kamchiliklarga ega¹:

Afzalliklari:

➤ **Qulaylik.** Chiptalarni sotib olish va mehmonxonalarni bron qilish haqida tashvishlanishning hojati yo'q. Turoperatorga qayerga borishni xohlayotganingizni va qanday sayohatni yoqtirganingizni aytishning o'zi kifoya, hammasini o'zi tashkil qilib beradi.

➤ **Narxlarning mo'tadilligi.** Ba'zida tur agentliklar mehmonxonalar bilan maxsus shartnomalar tuzishadi va narxlar nisbatan arzonlashadi. Xuddi shu narsani avia va poyezd chiptalari haqida ham aytish mumkin. Mavsum bo'lmagan paytlarda yoki haftaning o'rta kunlarida uchishlar kam bo'lganligi uchun turli chegirmalar e'lon qilinishi mumkin bo'ladi.

➤ **Tashrif buyurilgan destinatsiyada xotirjamlik.** Turagent taqdim etishi mumkin bo'lgan ajoyib narsalardan biri – bu xotirjamlikdir. Ular har doim siz bilan birga bo'lishadi. Aviakompaniya reysni bekor qilganda yoki mehmonxonada bron hujjati topilmay qolganda turagentlik vakili har qanday muammoni hal qilib, ishning tezkor bo'lishiga yordam beradi.

➤ **Ular sizning baxtiyor bo'lishingizni xohlashadi.** Aviakompaniya yoki mehmonxonalar sizning qayta tashrif buyurishingizga parvosiz bo'ladi. Chunki ular bilishadiki, sizning o'rningizni bosuvchi navbatda yana bir sayohatchi bo'ladi. Shunday ekan, turagentlar sizning tajribangizdan mamnun ekanligingizga ishonch hosil qilish uchun barcha imkoniyatlardan foydalanishadi.

➤ **Yangi destinatsiyalarga borganda ishingizni osonlashtiradi.** Agar siz butunlay yangi va umuman begona bo'lgan biron joyga sayohat qilsangiz, turoperatorga ega bo'lish ishni osonlashtirishi mumkin. Ular borish, qolish,

¹ <https://www.forbes.com/sites/geoffwhitmore/2019/10/29/9-pros-and-cons-of-using-a-travel-agent/?sh=18875873351b>

ovqatlanish va o'ynash uchun eng yaxshi joylarni tavsiya qilishlari mumkin va ko'pincha ular bu joylar bilan oldindan tanishishadi. Shunday qilib, siz Internet tadqiqotlari yoki potentsial eskirgan qo'llanmalarga tayanmaysiz. Shuningdek, ular mahalliy urf-odatlar va har qanday qilish mumkin bo'lgan yoki bo'lmagan narsalar haqida sizni ogohlantirishlari mumkin.

Kamchiliklar²:

➤ Ba'zi bir yoshlar sayohat tajribasining rejalashtirish qismidan to'liq zavqlanishadi. Ular sayohat bloglarini o'qishdan, ilhomlantiruvchi manzil fotosuratlarini qidirishdan va qo'llanmalarni varaqlashdan tortib barchasi jarayonning hayajonli qismi deb bilishadi. Bunday yosh sayohatchilar bu ishni birovga qo'yib berishni hech qachon orzu qilmaydilar.

➤ Afsuski, barcha agentliklar ham ishonchli emas, ularning ba'zilari mijozning pullarini olib o'zi yo'qolib qolishi mumkin.

➤ Ba'zi odamlar cheklanishni yoqtirmaydilar – ekskursiyalar, qaytib kelish chiptalari yoki tanlagan mehmonxonada qolish zarurati bilan.

➤ Bu har doim ham arzon emas – ko'pincha agentlik vakillari tomonidan taklif qilingan ekskursiyalar shaharning boshqa joylariga qaraganda qimmatroq. Chunki ular o'z foizlarini qo'yishadi.

➤ Chet elda yolg'iz sayohat qilish xavfsizlik jihatdan tavakkaldir. Tabiiy ofat yoki boshqa biron bir voqea yuz berganda turagentlar yordamidan foydalanish imkoniyati mavjud bo'ladi.

2. Yoshlar turizmini tashkil etishning *turkorporativ shakli* (yirik turistik korporatsiyalar tomonidan yoshlar turizmini tashkil etish).

Sayyohlik korporatsiyalari – bu ishtirok etish orqali har xil turistik xizmatlarni taqdim etadigan firmalarning keng doirasini birlashtirgan yirik korxonalar. Ular asosan bozorni monopoliyalashtiradilar va tarmoqlararo sanoat-iqtisodiy majmualarga, shu jumladan, turistik biznesga xizmat ko'rsatadigan turli tarmoq korxonalari, transport banki, sug'urta va boshqa kompaniyalarga aylanadilar va turli mamlakatlarning turoperatorlari va turistik agentliklarining keng tarmog'i orqali turlarni amalga oshiradilar. Eng zamonaviy avtomatlashtirilgan boshqaruv va kommunikatsiya tizimlari bilan jihozlanganligi sayyohlarning ehtiyojlari va qiziqishlarini tezda o'rganish va qondirish imkonini beradi.

Dunyoga mashhur birinchilardan bo'lib turizm sohasida o'z faoliyatini boshlagan kompaniyalar “Kuoni Group”, “Tomas Cook”, “Club Med” o'zlarining sho'ba korxonalarini faol ravishda Osiyo va Yevropa mamlakatlarida ochib, turizm kompaniyalarining birinchi sotib olinishini amalga oshirganlar (1960–1970-yillar).

² <https://www.ityt.com/forums/f74/advantages-and-disadvantages-of-traveling-with-travel-agency-5534.html>

“Kuoni Group” kompaniyasi Yaponiya, Avstriya, Germaniya, Ispaniya, Gretsiyada o‘z filiallariga ega³.

Turizmni tashkil etishning turkorporativ shakli boshqalardan butun dunyoni qamrab olishi bilan farqlanadi. Turistik firmalarning bir mamlakat ichida emas, balki bir nechta mamlakatda o‘z filialiga ega bo‘lishi uning afzal tomonlaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Yoshlar imkon qadar ko‘proq sayohat qilishdan ilhomlanishadi, ular uzoq vaqt davomida va an‘anaviy sayyohlar tashrif buyurmaydigan joylarga tashrif buyurishga qiziqishadi. Shuning uchun ham turizmni tashkil etishning ushbu shakli yoshlar uchun qulaydir, ular qayerda bo‘lishmasin o‘zlarining mahalliy turoperatorlik yoki turagentlik kompaniyalari bilan o‘z sayohatlarini davom ettirish imkoniyatiga ega bo‘ladilar.

3. Yoshlar turizmni tashkil etishning ***mehmonxona majmuasi shakli*** (mehmonxona majmualari tomonidan yoshlar turizmni tashkil etish).

Sayyohlarga nafaqat turar joy xizmatlari, balki boshqa ko‘plab xizmatlarni ko‘rsatadigan mehmonxona majmualari, masalan, mehmonxonadagi restoranda ovqatlanish, yig‘ilish xonalari, transport uchun chiptalarni sotib olish, taksini chaqirish, ekskursiya xizmatlari, ko‘ngil ochish, esdalik sovg‘alari va boshqa tovarlarni sotishni taklif etadi. Eng yirik mehmonxona majmualari avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari va “zanjirlar” deb nomlangan mehmonxona fondini taqsimlash orqali birlashtirilgan bo‘lib, bu sizga har bir operatsiyani tezkor va aniq hisobga olishga imkon beradi va minimal vaqt bilan mehmonxona xonalarini band qilishni amalga oshiradi. Bundan tashqari barcha hisob-kitob hujjatlarini kechiktirmasdan rasmiylashtirish va to‘lovlarni amalga oshirish xizmati mavjud.

Xalqaro turizmning hozirgi rivojlanish bosqichi va uning tashkiliy shakllaridagi o‘zgarishlarning muhim xususiyati transport, savdo, bank, sanoat va sug‘urta kompaniyalarining turizm biznesiga kirib borishidir. Transport kompaniyalari xizmatlarning alohida turlarini ham, mehmonxona bazasiga asoslangan holda mustaqil ravishda ishlab chiqilgan turlarni ham taqdim etadilar. Ushbu firmalar turoperatorning odatdagi shartlari bo‘yicha xizmatlarni mehmonxona va boshqa korxonalar bilan ishbilarmonlik munosabatlari asosida tashkil qiladi.

Yoshlar turizmni mehmonxona majmuasi shakli orqali tashkil etish o‘ziga xos afzalliklarga ega bo‘lib, ular quyidagilardan iborat:

❖ dam olishning ushbu turi post pandemiya davrida yoshlarga juda ham qo‘l keladi. Ya’ni ular o‘z mamlakatlarida qolib, xavfsiz dam olish imkoniyatiga ega bo‘ladilar.

❖ uzoq parvozlar, aeroportlarda kutish, registratsiya ishlari sayohatchilarni holdan toydirishi mumkin, bunday sharoitda uyingizdan to‘g‘ri mehmonxonaga borasiz-da, barcha xizmatlardan, joylashtirishdan boshlab, ko‘ngilochar

³ <https://scienceforum.ru/2013/article/2013006510>

xizmatlargacha, massaj xizmati deysizmi, kino, teatr, muzey, animatsion dasturlardan bahramand bo'lish imkoniyati mavjud.

❖ mehmonxona majmuasi bir shaharchadek tashkil etilganda har bir yosh sayyoh o'zini ma'lum bir kurort zonaga tushgandek his qiladi.

❖ har doim ham yoshlar o'z sayohatini amalga oshirish uchun ko'p pul sarflashmaydi. Ushbu jihatdan ham turizmni tashkil etishning mehmonxona shakli yoshlar uchun juda qulaydir. Aviachiptalar, transfer, shu kabi yo'l xarajatlari qisqaradi, va shu xarajatlar hisobiga maroqli dam olishga musharraf bo'lish mumkin.

❖ bir mehmonxonaning ichida bo'la turib dunyo mamlakatlari taomlaridan tanovul qilish imkoniyati; majmuada bir nechta mamlakat oshxonasini taklif etadigan retoran va barlar faoliyati yo'lga qo'yilgan bo'ladi.

Misol tariqasida, yaqinda o'z faoliyatini boshlagan Toshkent shahridagi "Hilton" va Buxoro shahridagi "Sahid Zarafshon" mehmonxona zanjirlari taklif etgan 2 kunlik dam olish dasturlarini keltirsak bo'ladi. Pandemiya avj olgan bir paytda, barcha chegaralar yopilgan, shahardan chiqishning iloji yo'q. Ammo odamlar dam olishni xohlashadi. Ana shu sharoitda ushbu mehmonxonalar yashayotgan shahringizdan chiqmay turib dam olish imkoniyatini berishdi. Shunchaki xonaga pul to'lagan holda mehmonxonada ko'rsatiladigan barcha xizmatlardan foydalanish imkoniyati taklif etildi. Ushbu xizmatlarga, shahar manzarasini panoramik ko'rinishini taklif etadigan yuqori qavatdagi restoranda ovqatlanish, fitnes zal, basseyn, sauna, massaj xizmati, kinoteatr, muzey kabilar kiradi.

Albatta, har bir ishning yaxshisi bo'lgani kabi yomon tomoni ham bo'lmay qolmaydi. Shuncha qulayliklari, afzalliklari bo'lishiga qaramay yoshlar turizmni tashkil etishning mehmonxona majmuasi shaklining bir nechta kamchiliklari ham mavjud:

❖ ba'zi yoshlar dam olish bilan birgalikda boshqa madaniyatni o'rganishni, mahalliy aholi bilan yaqinlashishni xohlashadi, ushbu turizmning shaklida bunday imkoniyat bo'lmasligi mumkin.

❖ uzoq yo'llarni, parvozlarni yaxshi ko'radigan yosh turistlarga bunday turizm shakli zerikarli tuyulishi mumkin.

❖ yoshlar, odatda, hostel kabi arzonroq tunash joylarda yashashni xohlaydilar.

4. Yoshlar turizmni tashkil etishning **global birlashuv shakli** (форма глобального объединения).

Global birlashuvning mohiyati turli xil firmalar tomonidan ma'lum maqsadlarga eng samarali usulda – hamkorlik orqali erishish uchun inson, moliyaviy va ilmiy-texnik resurslarni birlashtirishdan iborat. Ular ishtirok etgan har bir tomonning yutuqlari bilan o'rtoqlashadilar va umumiy dasturlarni amalga oshirish bilan bog'liq xarajatlar va xatarlarni bo'lishadilar.

Global birlashuv turizm va mehmondo'stlik sanoatining barcha sohalarida qo'llaniladi. Bunday uyushmalar samaradorligining yorqin namunasi sayyohlik mahsulotlarini bron qilish bo'yicha global kompyuter tizimlaridir. Shu sababli aviakompaniyalarning tashqi aloqa tizimlari mehmonxonalar, sayyohlik agentliklari, avtomashinalarni ijaraga beruvchi kompaniyalar kompyuter tarmoqlari majmuasiga ulangan. Ular sayyohlik xizmatlari to'plamlarini yoki ularning alohida elementlarini – aviachiptalardan mehmonxona xonalarigacha, teatr chiptalari va sug'urta polislariga qadar band qilishga imkon beradi.

Turizmni tashkil etishning ushbu shakli ayni yoshlar uchun mo'ljallangan desak yangishlaymiz. Hozirgi internet va ijtimoiy tarmoqlar ommalashgan bir zamonda o'tirgan joyingizdan internet orqali o'z sayohatingizni rejalashtirish urfga aylanmoqda. Dunyo bo'yicha eng yirik va mashhur kompyuter band qilish tizimlaridan biri bu "Galileo International" band qilish tizimidir. Ushbu tizim kuchli ma'lumot bazasiga ega ekanligi, band qilishdagi keng imkoniyatlari va qulayligi tufayli dunyoga tanilgan. Xalqaro bozorda 1987-yildan beri o'z faoliyatini ko'rsatib kelmoqda. Galileo International Yevropaning, Yaqin Sharqning va Afrikaning 80 dan ortiq mamlakatlariga xizmat qiladi. Rezervasyon tizimi aviachiptalarni bron qilish va sotish, mehmonxonalar xonalari, kruiz turlari, avtoulavlarni ijaraga olishning 68000 dan ortiq punktlarida qo'llaniladi. Galiley tizimida 500 dan ortiq aviakompaniyalar, 431 turoperatorlar, 650 mingdan ziyod mehmonxonalar, 28 ta avtomashinalarni ijaraga beruvchi kompaniyalar, 9 ta kruiz guruhlarini namoyish etiladi⁴.

5. Yoshlar turizmini tashkil etishning *mahalliy birlashuv yoki klaster shakli*.

Turizmda klasterlashtirish – bu turizm sohasida bir-biri bilan zanjirsimon bog'langan xizmat ko'rsatuvchi subyektlari faoliyatining samaradorligi va raqobatbardoshligini oshirish maqsadi hududiy jihatdan yaqin joyda to'planish jarayonidir. Turistik klasterlarni shakllantirish deganda, biz turistlarning ko'zlagan sayohat maqsadlariga binoan ularning sayyohlik ehtiyojlarini qondira oladigan, infra va infotuzilmaga ega bo'lgan, moslashuvchan turistik taklif tizimi bilan xarakterlanadigan *strategik tijorat birligi* sifatidagi turistik klasterlarni tashkil etish jarayonini tushunamiz. Turistik klasterlashtirishdan asosiy maqsad – sayyohlik talab va taklifning uyg'un birligini marketing usulida boshqarish tizimini yaratish hamda shakllantiradigan jozibador turistik klasterlarning raqobat ustunligini oshirishdadir.

⁴[https://ru.wikipedia.org/wiki/Galileo_\(%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0](https://ru.wikipedia.org/wiki/Galileo_(%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D1%8C%D1%8E%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0)

1.2.1-jadval

Yoshlar turizmini rivojlantirishda tashkiliy shakllarining qiyosiy tahlili ⁵

T\r	Yoshlar turizmini rivojlantirishning tashkiliy shakllari	Afzal tomonlari	Kamchiliklari
1	Turagentlik shakli	Chegirmalar, mo'tadil narxlar	Har doim ham arzon emas
2	Turoperatrolik shakli	Tashkillashtirilgan sayohat	Sayohatini o'zi tashkillashtirish istagi
3	Yirik turistik korporatsiyalar shakli	Xalqaro qamrovdagi turfirmalar faoliyati	Narx jihatdan yuqori
4	Mehmonxona majmuasi shakli	Barcha xizmatlar bir joyda jamlangan	Yoshlar, odatda, hostel kabi arzonroq joylarni afzal ko'rishadi
5	Global birlashuv shakli	Internet orqali bronlash oson	Internetda ko'rsatadigan va amaldagi holat o'rtasida farq bo'lishi mumkin
6	Mahalliy birlashuv (klaster) shakli	Qo'shilgan qiymat zanjirini yaratish tufayli turlarning qiymati arzonlashadi va yoshlar sayohati uchun kengroq imkoniyat	Boshqaruv kadrlar muammosi

1.2.1-jadvaldan ko'rish mumkinki, post pandemiya sharoitida yoshlar turizmini rivojlantirishning innovatsion shakli sifatida mahalliy birlashuv asosida tashkil etiladigan turistik klasterlar muhim ahamiyatga ega bo'ladilar. Chunki aynan klaster yondashuvida yoshlar turizmini tashkil etishda qo'shilgan qiymat zanjirini yaratish tufayli turlarning qiymat arzonlashadi va yoshlar uchun sayyohat qilish uchun kengroq imkoniyat yaratiladi. Turistik klasterlarning yana bir muhim jihati shundan iboratki, ular mahalliy birlashuv, ya'ni mamlakat ichida faoliyat ko'rsatadi. Post pandemiya sharoitida ushbu turizm shakli yoshlarning xavfsiz sayohatini amalga oshirishiga xizmat qiladi.

Klaster yondashuvida turizmni rivojlantirish turistik faoliyatning o'ziga xos xususiyatlari va hududning turistik mahsulotiga jalb qilingan korxonalar aglomeratining birgalikdagi harakatlari bilan bog'liq. Yoshlar turizmi sohasidagi klaster – bu jamoat, institut va muassasalarning ko'p funksional birlashmasi, shuningdek, ma'lum bir hudud yoki mintaqaning zamonaviy innovatsion texnologiyalariga asoslangan, ijtimoiy-demografik ustuvorliklar va jamiyatning

⁵ Tadqiqotlar asosida muallif ishlanmasi

madaniy-axloqiy qadriyatlariga asoslanib, birgalikdagi faoliyati davlat tomonidan belgilanadigan va tartibga solinadigan turizm bozori va unga aloqador tarmoqlar korxonalarining birlashmasidir.

Yoshlar turizmini rivojlantirishning tashkiliy shakllarini qiyosiy tahlili ko'rsatdiki, yoshlar turizmi klasteri tarkibida yoshlar uchun turistik mahsulotni yaratish va sotish jarayonida turistik bozor korxonalari va turdosh sanoat tarmoqlari bilan taqqoslaganda davlat muassasalarining ustuvorligi mavjud; ijtimoiy va demografik afzalliklarning ustuvor ahamiyati, jamiyatning madaniy va axloqiy qadriyatlari, faqat moddiy va moliyaviy manfaatlarga erishishga e'tiborni qaratmaslik; yoshlar turizmining klasterli ta'limi asosan ma'lum bir hududda to'plangan.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Shohru, N. Z. (2021). INNOVATIVE ORGANIZATIONAL FORMS OF YOUTH TOURISM DEVELOPMENT IN POST PANDEMIC CONDITIONS. *Scientific reports of Bukhara State University*, 5(4), 162-171.
2. Навруз-зода, Ш. Б. (2023). ЁШЛАР ТАШРИФ ЖОЙЛАРИНИНГ САЁХАТ КЛАСТЕРБОПЛИК ДАРАЖАСИНИ КРИ ТИЗИМИ БЎЙИЧА БАҲОЛАШ. " *Экономика и туризм*" *международный научно-инновационной журнал*, 4(12).
3. Навруз-Зода, З. Б., & Навруз-Зода, Ш. Б. Паломничество как устойчивая туристическая основа ислама.
4. Kurbonova, Z. (2023). HOTELS OF UZBEKISTAN – OPPORTUNITIES FOR ADOPTING SERVICE QUALITY TO INTERNATIONAL STANDARDS. *DIGITAL TRANSFORMATION AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE*, 1(4), 109–115. Retrieved from <https://dtai.tsue.uz/index.php/dtai/article/view/v1i415>
5. Kurbonova, Z. A., & Khalimova, N. J. (2021). MODERN HOTELS AND TRENDS IMPACTING THE HOSPITALITY INDUSTRY International Conference on Digital Society. *Innovations & Integrations of Life in New Century*.
6. Курбонова, З. (2024). QUALITY OF SERVICE IN THE HOTEL INDUSTRY AND ITS IMPROVEMENT. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 49(49).
7. Ruziyeva, M. (2023). OZBEKISTON TURIZM SANOATIDA TRANSPORT XIZMATINING TUTGAN ORNI VA AHAMIYATI. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz)*, 35(35).
8. Рузиева, М. Т. (2023). МЕТОДОЛОГИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО КАРТОГРАФИРОВАНИЯ СТРАН. *Journal of new century innovations*, 28(1), 121-125.

9. Рузиева, М. (2023). ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В ГАСТРОНОМИЧЕСКОМ ТУРИЗМЕ. *Talqin va tadqiqotlar*, 1(8)
10. Махмудова, Н. У., & Ахророва, Н. У. (2017). Инфраструктура экологического туризма. In *СОВРЕМЕННОЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ ПРИРОДНОЙ СРЕДЫ И НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ* (pp. 209-211).
11. Махмудова, Н. У., & Ахматова, М. Э. (2016). Кредитная платёжная система как увеличивающий фактор туристического потока в туризме. *Молодой ученый*, (5), 367-370.
12. Махмудова, Н. У., & Шомуродова, И. Ф. (2017). Особенности рекламы и поощрения в ресторанном бизнесе. In *Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России* (pp. 279-284).
13. Isokova, G. S., & kizi Salimova, S. F. (2022). The Influence of Online Reviews on Promotion Accommodation Services. *American Journal of Social and Humanitarian Research*, 3(6), 367-373.
14. Isokova, G. S., Juraev, A., (2022) The Importance of Advertising on the Development of Corporate Tourism. *European Journal of Innovation in Nonformal Education (EJINE)*