

RAQAMLI IQTISODIYOT

ILMIY-ELEKTRON JURNALI

OAV №0237

ISSN 2181-4430



“

Raqamli iqtisodiyotsiz mamlakat
iqtisodiyotining kelajagi yo'q.

”

Shavkat Mirziyoyev

RITM

RAQAMLI
IQTISODIYOT
TADQIQOTLARI
MARKAZI

8-SON

www.infocom.uz

“Raqamli iqtisodiyot” ilmiy-elektron jurnali

“Raqamli iqtisodiyot” ilmiy-elektron jurnali O‘zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi huzuridagi “Raqamli iqtisodiyot tadqiqotlari markazi” davlat muassasasi davriy nashri bo‘lib, raqamli iqtisodiyot sohasida yangiliklar, iqtisodiyot, axborot texnologiyalari va sun‘iy intellekt sohalarida ilmiy-amaliy tadqiqotlar samaradorligini oshirish hamda raqamli texnologiyalarni joriy qilish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish jarayonlarini yoritadi.

Jurnal OAK Rayosatining Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan

Jurnal har chorakda bir marta elektron shaklda nashr qilinadi va www.infocom.uz saytiga yuklanadi.

“Digital economy” scientific-electronic journal

Scientific and electronic journal “Digital economy” is a periodical publication of the “Digital Economy Research Center” government entity under the Ministry of Digital Technologies of the Republic of Uzbekistan. Scientific and electronic journal illuminates the processes of increasing the efficiency of applied research and increasing economic efficiency through the introduction of digital technologies.

The journal is included in the list of recommended national scientific publications for publication of the main scientific results of dissertations on economic sciences of the Supreme attestation commission.

The journal publishes quarterly in electronic form and uploads to the website www.infocom.uz.

46	ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARINI HISOBGA OLISH VA UNING TAHLILI <i>Rasulova Shaxnoza Xatamovna</i>	476
47	KORXONA FAOLIYATINI TAHLIL QILISHDA BOSHQARUV HISOBINING ROLI <i>Ibragimova Zarema Zokirovna</i>	488
48	ISHCHI-XODIMLARGA MEHNAT FAOLIYATI DAVOMIDA YETKAZILGAN ZARAR VA JAROHATLANISHLAR UCHUN TO‘LANADIGAN KOMPENSATSIYA TO‘LOVLARINI HISOBLASHNING IQTISODIY AHAMIYATI <i>Eshmuamedov Latif Mahmayusufovich</i>	500
49	IQLIM O‘ZGARISHI NATIJASIDAGI TABIIY OFATLAR ZARARINI IQTISODIY BAHOLASH <i>Eshmuamedov Latif Mahmayusufovich</i>	506
	TURIZM	
50	ЎЗБЕКИСТОНДА ЭТНОГРАФИК ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ <i>Икром Акрамович Ахмедов, Дилёр Зафарович Хакимов</i>	516
51	О‘ЗБЕКИСТОНДА ТИББИЙ VA SOG‘LOMLASHTIRISH ТУРИЗМИНИ SAMARALI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI <i>Xayrullaev Abdulatif Lutfilllo o‘g‘li</i>	532
52	ТУРИЗМНИ БАРҚАРОР РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ <i>Д.Х.Асламова, Ш.Ш.Рахмонов</i>	542
53	AGROTURIZMNING VUJUDGA KELISH VA RIVOJLANISH TARIXI <i>Yoriyeva Farangiz Murodillayevna</i>	551
54	TURISTIK MAHSULOT VA TUR MARSHRUT TUSHUNCHALARINING QIYOSIY TAHLILI <i>Salimova Sarvinoz Fazliddinovna</i>	561
55	SMART TURIZMNING VUJUDGA KELISHI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI <i>Dushanova Yulduz Faxriddinovna</i>	576
56	ХАЛҚАРО МЕХМОНДЎСТЛИК ИНДУСТРИЯСИГА ИНТЕГРАЦИЯЛАШУВНИНГ ЗАМОНАВИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ <i>Бекмуродова Лайло Турсунмаматовна</i>	584
57	РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ <i>Файзиева Сайёра Кудратовна</i>	599

TURISTIK MAHSULOT VA TUR MARSHRUT TUSHUNCHALARINING QIYOSIY TAHLILI

Salimova Sarvinoz Fazliddinovna

Buxoro davlat universiteti, tayanch doktoranti

sara.salimova.92@gmail.com

Annotatsiya: Mamlakat iqtisodiyotining strategik tarmog'i sifatida turizmni jadal rivojlantirish, hududlarning ulkan turizm salohiyatidan to'liq va samarali foydalanish, turizm sohasini boshqarishni tubdan takomillashtirish maqsadida, milliy turistik mahsulot va marshrutlarni yaratish va ularni jahon bozorlariga olib chiqish O'zbekistonning ijobiy imidjini shakllantirishda juda muhim o'rin egallaydi. Ushbu maqolada turistik mahsulot va turistik marshrut tushunchalarining mazmun mohiyati chuqur o'rganilib, bu ikki tushunchaga qiyosiy tahlil berildi.

Kalit so'zlar: turistik mahsulotlar, tur marshrut, turistik mahsulot turlari, tur marshrut tasniflanishi.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПЦИЙ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА И ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА

Салимова Сарвиноз Фазлиддиновна

Бухарский государственный университет, докторант

sara.salimova.92@gmail.com

Аннотация: Быстрое развитие туризма как стратегической отрасли экономики страны, полное и эффективное использование огромного туристического потенциала регионов, в целях кардинального улучшения управления туристической сферой, создания национальных туристских продуктов и маршрутов и вывода их в международные рынках занимает очень важное место в формировании положительного имиджа Узбекистана. В данной статье глубоко изучены понятия туристский продукт и туристский маршрут, а также дан сравнительный анализ этих двух понятий.

Ключевые слова: турпродукт, турмаршрут, виды турпродукта, классификация туристических маршрутов.

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE CONCEPTS OF TOURIST PRODUCT AND TOURIST ROUTE

Salimova Sarvinoz Fazliddinovna

Bukhara State University, PhD student

sara.salimova.92@gmail.com

Abstract: Rapid development of tourism as a strategic sector of the country's economy, full and effective use of the huge tourism potential of the regions, in order to radically improve the management of the tourism sector, create national tourism products and routes and bring them to international markets, occupies a very important place in the formation of a positive image of Uzbekistan. This article deeply examines the concepts of a tourism product and a tourism route, and also provides a comparative analysis of these two concepts.

Key words: tourism product, tourism route, types of tourism product, classification of tourism routes.

KIRISH

Turizm sektori pandemiya oqibatida eng ko'p zarar ko'rgan sohalardan biri bo'lganiga qaramay, pandemiyadan oldingi holatga qaytarib, turizmga barqarorlikni o'rnatish, undan tushadigan tushumlarni ko'paytirib, bu sohada aholi bandligini ta'minlash har bir mamlakat va mintaqada oldiga qo'ygan eng muhim maqsadlaridan biri hisoblanadi. UNWTO ma'lumotlariga ko'ra¹ 2024-yilning birinchi choragida xalqaro sayyohlarning kelishi pandemiyadan oldingi darajaning 97 foizini tashkil etdi. Yanvar-mart oylarida 285 milliondan ortiq sayyoh xalqaro miqyosda sayohat qildi, bu 2023-yilning birinchi choragiga nisbatan qariyb 20 foizga ko'pdir, BMTning Turizm bo'limi ma'lumotlariga ko'ra², bu sektor pandemiya ta'siridan deyarli to'liq tiklanganidan darak beradi. 2023-yilda xalqaro sayyohlar kelishi 2019-yilga nisbatan 89 foizga, turizmdan eksport tushumi esa 96 foizga tiklandi, to'g'ridan-to'g'ri turizmdan yalpi ichki mahsulot 2019-yildagi darajaga yetdi. Xullas, insonlar ish yoki dam olish uchun sayohat qilishda davom etar ekan, turizmning kelajak istiqbollari har qachongidan ham yorqinroq bo'lishi kutilmoqda. Bejizga Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyev Yangi O'zbekiston strategiyasi nomli kitobida "Turizm - O'zbekiston iqtisodiyotining drayveri"³, - deb ta'rif bermaganlar.

Mamlakat iqtisodiyotining strategik tarmog'i sifatida turizmni jadal rivojlantirish, hududlarning ulkan turizm salohiyatidan to'liq va samarali foydalanish, turizm sohasini boshqarishni tubdan takomillashtirish uchun qulay iqtisodiy, tashkiliy va huquqiy shart-sharoitlar yaratish maqsadida, milliy turistik mahsulot va

¹ <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>

² <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>

³ Mirziyoyev Sh.M. Yangi O'zbekiston strategiyasi kitobi. -T.: "O'zbekiston" nashriyoti, 2021. - 464 b.

marshrutlarni yaratish va ularni jahon bozorlariga olib chiqish O'zbekistonning ijobiy imidjini shakllantirishda juda muhim o'rin egallaydi⁴. Bunda bizning oldimizga turistik mahsulot va marshrut tushunchalarining ma'no-mohiyati, nazariy asoslari va xususiyatlarini chuqur o'rganib, bu ikki tushunchani bir-biridan farqlay olish vazifasi qo'yiladi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Tadqiqot jarayonida turistik mahsulot va tur marshrut tushunchalarining ma'no mohiyatini o'rganishda bir qator g'arb va o'zbek olimlarining bergan nazariy asoslari tahlil qilindi, bulardan:

- g'arb olimlari: Dileep M. R.⁵, Paul H.⁶, Leiper, Neil⁷, Jeffries D.⁸, Medlik S.⁹, Mrnjavac Ž.¹⁰, Koutoulas D.¹¹, Биржаков М.Б.¹² - turistik mahsulot tushunchasi to'g'risida va Pedrosa A.¹³, Denstadli J. M.¹⁴, Lourens M.¹⁵, Meyer D.¹⁶, Биржаков М.Б.¹⁷, Бирицкая Н.М.¹⁸ - turistik marshrut to'g'risida;

- o'zbek olimlari: I.S. Tuxliyev, R. Hayitboyev, B.SH. Safarov va G.R. Tursunova.¹⁹, Aliyeva M.T.²⁰ - turistik mahsulot tushunchasi to'g'risida va Mirzayev M.A., Aliyeva M.T.²¹, Tursunova G.²² - turistik marshrut to'g'risida.

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasining 18.07.2019 yildagi O'RQ-549-sonli

⁴ Salimova S.F. Turizm sohasida diversifikatsiyaning ilmiy-uslubiy asoslari. [Iqtisodiyot va turizm xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali, 2024 3\(17\)-son](#), 8 bet.

⁵ Dileep M. R. Tourism: Concepts, theory and practice. – IK International Pvt Ltd, 2018.

⁶ Paul H. Marketing für fremdenverkehr: leitlinien für die dienstleistungs-und absatzpolitik im herstellerebereich der fremdenverkehrswirtschaft. – Rationalisierungs-Kuratorium d. Dt. Wirtschaft, 1977.

⁷ Leiper N. Tourism systems: An interdisciplinary approach //Massey University. – 1990.

⁸ Jeffries D. J. Defining the tourist product—and its importance in tourism marketing //The Tourist Review. – 1971. – T. 26. – №. 1. – C. 2-5.

⁹ Medlik S. Tourism: past, present and future. – Heinemann, 1981.

¹⁰ Mrnjavac Ž. Definiranje turističkog proizvoda/Defining tourist product //Acta Turistica. – 1992. – C. 114-124.

¹¹ Koutoulas D. Product, tourism. – 2015.

¹² Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма. ПЕРЕВОЗКИ. Издание третье, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007. – 528 с.

¹³ Pedrosa A. et al. Tourism Routes Characterisation and Concepts: A Scoping Review //International Conference on Tourism Research. – 2022. – T. 15. – №. 1. – C. 299-307.

¹⁴ Denstadli, J. M., & Jacobsen, J. K. S. (2011). The long and winding roads: Perceived quality of scenic tourism routes. *Tourism Management*, 32(4), 780–789. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.014>

¹⁵ Lourens M. Route tourism: a roadmap for successful destinations and local economic development //Development Southern Africa. – 2007. – T. 24. – №. 3. – C. 475-490.

¹⁶ Meyer D. Tourism routes and getaways: key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro-poor tourism. – 2004.

¹⁷ Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма. ПЕРЕВОЗКИ. Издание третье, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007. – 528 с.

¹⁸ Бирицкая Н.М., Сергеева Т.М. Туроперейтинг. Учебно-методическое пособие. – Мн.: БГЕУ, 2010. С. 27.

¹⁹ I.S. Tuxliyev, R. Hayitboyev, B.SH. Safarov va G.R. Tursunova. Turizm asoslari. Darslik. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi – Toshkent: Fan va texnologiyalar, 2014, 71 bet

²⁰ Aliyeva M.T. "Turizm asoslari": O'quv qo'llanma. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. — T.: O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2011. - 288 b.

²¹ Mirzayev M.A., Aliyeva M.T. "Turizm asoslari": O'quv qo'llanma. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. — T.: O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2011. - 288 b.

²² Tursunova G. Milliy turizm xizmatlar bozorida «turizm marshruti» tushunchasining nazariy asoslari, shakllari, turlari va tasniflanishi //Iqtisodiyot va ta'lim. – 2024. – T. 25. – №. 2. – C. 314-321.

“Turizm to‘g‘risida” gi qonunidagi bu ikki tushunchaga berilgan ta‘riflari ham o‘rganildi.

Tahlil jarayonida turistik mahsulot va marshrut to‘g‘risidagi barcha ta‘riflar va atamalarni o‘rganish qulay bo‘lishi uchun ularni jadval shakliga keltirildik (1-jadval).

1-jadval

Turistik mahsulot va turistik marshrutlar tushunchalarining adabiyotlar tahlili²³

Turistik mahsulot		Turistik marshrut	
Manba	Ta‘rif	Ta‘rif	Manba
O‘zbekiston Respublikasining 18.07.2019 yildagi O‘RQ-549-sonli “Turizm to‘g‘risida” gi qonun	Turistik mahsulot turistik bozor konyunkturasidan kelib chiqqan holda yoxud turistning yoki ekskursantning buyurtmasiga ko‘ra turoperator tomonidan shakllantiriladigan, turistning va ekskursantning ehtiyojlarini qanoatlantirish uchun zarur bo‘lgan turistik xizmatlar majmuidir	Turistik yo‘nalish – sayohat vaqtida turist, ekskursant tashrif buyuradigan asosiy joylarning ro‘yxati bo‘yicha turistning, ekskursantning rejalashtirilgan harakatlanish yo‘li» deb ta‘riflangan.	O‘zbekiston Respublikasining 18.07.2019 yildagi O‘RQ-549-sonli “Turizm to‘g‘risida” gi qonun
Dileep M. R. Tourism: Concepts, theory and practice. – IK International Pvt Ltd, 2018.	Turistik xizmatlar va iste‘mol tovarlari to‘plami bo‘lib, turist uchun yakuniy turistik mahsulotni tashkil qiladi.	Turizmdagi marshrutlar tushunchasi ikki yoki undan ortiq nuqtalar orasidagi sayohatdan manfaatdor tomonlarning rasmiy tarmog‘igacha bo‘lgan keng tushunchaga ega.	Pedrosa A. et al. Tourism Routes Characterisation and Concepts: A Scoping Review //International Conference on Tourism Research. – 2022. – T. 15. – №. 1. – C. 299-307.
Paul H. Marketing für fremdenverkehr: leitlinien für die dienstleistungs-und absatzpolitik im herstellerebereich der fremdenverkehrswirtschaft. – Rationalisierungs-Kuratorium d. Dt. Wirtschaft, 1977.	turistik mahsulotlar turistik ehtiyojlarni qondirish vositasi hisoblanadi	Marshrutlar va tarmoqlar turli tushunchalardir: marshrutlar sayohatning haqiqiy yo‘nalishdir, tarmoqlar esa ularni qo‘llab-quvvatlaydigan fon-obyektidir.	Moulin C., Boniface P. Routeing Heritage for Tourism: making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development //International Journal of Heritage Studies. – 2001. – T. 7. – №. 3. – C. 237-248.
Leiper N. Tourism systems: An interdisciplinary approach //Massey University. – 1990.	turistik mahsulot sayohatning bir qismi bo‘lgan barcha elementlarni o‘z ichiga olgan holda qabul qilinadi. Bu elementlarni sayohat manzil(lar), tranzit yo‘llari va yashash joylaridan ham topish mumkin, qolaversa, ushbu	Turistik marshrutlar - sayohatchilar sayohat qiladigan va unda ularning bir qismi yo‘nalish bo‘ylab bir kecha yoki undan ko‘proq vaqt tunashi	Denstadli, J. M., & Jacobsen, J. K. S. (2011). The long and winding roads: Perceived quality of scenic tourism routes. Tourism

²³ Muallif ishlanmasi

	elementlarning iste'moli sayohatdan oldin, sayohat davomida va undan keyin sodir bo'ladi.	mumkin bo'lgan hududlar hisoblanadi	Management, 32(4), 780–789. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.014
Jeffries D. J. Defining the tourist product—and its importance in tourism marketing //The Tourist Review. – 1971. – T. 26. – №. 1. – C. 2-5.	Turistik mahsulot birta belgilangan turistik hududdan farqlanishi kerakligini, ya'ni belgilangan joy mahsulot emas deb ta'kidlagan. Destinatsiya odatda o'z tashrif buyuruvchilariga bir nechta mahsulotlarni taklif qiladi, har bir alohida turistik tajriba turistik mahsulotni ifodalaydi.	Tashrifchilarni bir joydan ikkinchi joyga sayohat qilishga undash orqali mahalliy turizmni rivojlantirish uchun bir qator diqqatga sazovor joylarni birlashtirish.	Lourens M. Route tourism: a roadmap for successful destinations and local economic development //Development Southern Africa. – 2007. – T. 24. – №. 3. – C. 475-490.
Medlik S. Tourism: past, present and future. – Heinemann, 1981.	Turizm mahsuloti bir necha komponentlardan tashkil topgan kombinatsiyalangan mahsulotdir.	Turistik marshrutlar turli tadbirlar va diqqatga sazovor joylarni yagona mavzu ostida birlashtirish hamda shu bilan birga yordamchi mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqish orqali tadbirkorlik imkoniyatlarini rag'batlantirish.	Meyer D. Tourism routes and getaways: key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro-poor tourism. – 2004.
Mrnjavac Ž. Definiranje turističkog proizvoda/Defining tourist product //Acta Turistica. – 1992. – C. 114-124.	Moddiy va nomoddiy komponentlarning to'plami deb ataladi. Bu komponentlar bir-birini to'ldiruvchi, ya'ni funksional jihatdan o'zaro bog'liqdir, chunki ularning har biri turistlar izlayotgan umumiy foydaning faqat bir qismini beradi	Turistik marshrut - bu geografik jihatdan belgilangan va ma'lum bir hududga bog'langan, transport yoki harakatlanish vositalari, yo'llar, relyeflar, shahar rejalari, chegara o'tish joylari kabi tavsilotlar bilan tasvirlangan turist yoki turistlar guruhining harakatlanish yo'li.	Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма. ПЕРЕВОЗКИ. Издание третье, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007. – 528 с
Koutoulas D. Product, tourism. – 2015.	Turistga, bir tomondan, bir yoki bir nechta ketma-ket yo'nalishlarda muayyan faoliyat bilan shug'ullanish imkonini beradigan, ikkinchi tomondan, sayohatlar paytida manzil(lar)ga o'tishni osonlashtiradigan funktsional jihatdan o'zaro bog'liq bo'lgan moddiy va nomoddiy elementlarning to'liq majmui tushuniladi.	Turistik marshrut (fransuzcha “harakat”, “oldinga siljish” yoki “yo'l”) – turistlarga dasturda ko'zda tutilgan xizmatlar bilan ta'minlash maqsadida ma'lum vaqt davomida harakatlanishi uchun oldindan rejalashtirilgan marshrut.	Бирицкая Н.М., Сергеева Т.М. Туроперейтинг. Учебно-методическое пособие. – Мн.: БГЕУ, 2010. С. 27.
Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма. ПЕРЕВОЗКИ. Издание третье, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский	Turistik mahsulot - turistik sayohatning maqsadi va xususiyatiga qarab, turistga uning turistik ehtiyojlarini qondirish uchun turistik markaz (destinatsiya) taklif qilishi mumkin bo'lgan barcha narsadir.	Unda turli darajadagi tafsilotlar, poxod, sayohat trassasi tasvirlanadi, qolaversa, turist yo'nalishi (marshruti) yoki sayohatning qisqacha tavsifi illustratsiyalar, xaritalar, chizmalar, obyektlarning	Mirzayev M.A., Aliyeva M.T. “Turizm asoslari”: O'quv qo'llanma. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. — T.:

дом Герда, 2007. – 528 с.		matn orqali tasvirlanishida ko‘rinadi.	O‘zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2011 . - 288 b.
I.S. Tuxliyev, R. Hayitboyev, B.SH. Safarov va G.R. Tursunova. Turizm asoslari. Darslik. O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi – Toshkent: Fan va texnologiyalar, 2014, 71 bet	Turistik mahsulot turizm maqsadlari va jarayonida turistning ehtiyojlarini qondirish uchun yetarli bo‘lgan, barcha turistik xizmatlar, ishlar, tovarlar va ta‘minot vositalari hamda turpaketga kiritilgan boshqa turistik xizmatlar majmuidan iborat.	Ushbu yo‘nalishda turist maqomini olgan yakka inson yoki insonlar guruhi harakatlanadigan, ma‘lum bir makonga boradigan va qaytadigan yo‘l tushuniladi.	Sayfutdinov Sh.S, Nurfayziyeva M.Z., Xalimova F.N. Turizm: nazariya va amaliyot. O‘quv qo‘llanma. T.: “Iqtisodiyot”, 2019. - 176 bet
Aliyeva M.T. “Turizm asoslari”: O‘quv qo‘llanma. O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi. — T.: O‘zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2011 . - 288 b.	Turistik mahsulot (turist uchun mahsulot) turizm jarayonida turistning ehtiyojini qondirish uchun kamida ikkita turistik xizmatlar (ishlar, tovarlar)dan tashkil topgan xizmatlar majmuasidir.	Turistning turistik dasturda ko‘rsatilgan ketma-ket tashrif buyuradigan barcha geografik nuqtalari, turistik hududlari, destinatsiyalari va turistik majmualariga piyoda yoki turli xildagi transport vositalari turlaridan foydalangan holda bosib o‘tadigan yo‘liga aytiladi.	Tursunova G. Milliy turizm xizmatlar bozorida «turizm marshruti» tushunchasining nazariy asoslari, shakllari, turlari va tasniflanishi //Iqtisodiyot va ta‘lim. – 2024. – T. 25. – №. 2. – C. 314-321.
Muallif bergan xulosasi	Turistik mahsulot deb turizm tashkilotchilari tomomidan yaratiladigan, turistga sayohat davomida turli geografik joylarda, ma‘lum vaqt davomida bir yoki bir nechta ketma-ket yo‘nalishlarda muayyan faoliyat bilan shug‘ullanish imkonini beradigan, uning barcha ehtiyojlarini qondiradigan, funksional jihatdan o‘zaro bog‘liq bo‘lgan moddiy va nomoddiy elementlarning to‘plami deyishimiz mumkin.	Turistik marshrut deb geografik jihatdan belgilanib, ikki va undan ortiq hali turistik markaz sifatida tanilmagan joylardan tortib turistik markazlargacha, jumladan rekreatsion hamda ekologik zonalar, diqqatga sazovor joylar va turli tadbirlarni yagona mavzu ostida birlashtirib, turli transport vositalari va/yoki piyoda yo‘llari bilan bog‘laydigan, turistlar harakatlanadigan yo‘nalish hisoblanadi.	Muallif bergan xulosasi

Turistik mahsulotlar boshqa mahsulot va xizmat turlaridan o‘zining quyidagi xususiyatlari bilan farq qiladi:

- nomoddiylik, ya‘ni ularni qabul qilishdan oldin ko‘rsatish, ko‘rish yoki tatib ko‘rish mumkin emas;

- ishlab chiqarish va iste'molning uzluksizligi, ya'ni xizmat faqat buyurtma qabul qilinganda yoki mijoz paydo bo'lganda taqdim etilishi mumkin;
- o'zgaruvchanlik, ya'ni sayohat xizmatlarining sifati ular qachon va qayerda ko'rsatilishiga bog'liq;
- saqlash imkoniyati yo'qligi, ya'ni ularni saqlash yoki to'plash mumkin emasligidan dalolat beradi.

Shunga o'xshash xususiyatlari hamda olimlarining ilmiy qarashlaridan kelib chiqib, turistik mahsulot deb turizm tashkilotchilari tomonidan yaratiladigan, turistga sayohat davomida turli geografik joylarda, ma'lum vaqt davomida bir yoki bir nechta ketma-ket yo'nalishlarda muayyan faoliyat bilan shug'ullanish imkonini beradigan, uning barcha ehtiyojlarini qondiradigan, funktsional jihatdan o'zaro bog'liq bo'lgan moddiy va nomoddiy elementlarning to'plami deyishimiz mumkin.

Turistik marshrutga keladigan bo'lsak, ko'plab olimlar turistik marshrutni turistik mahsulotning bir qismi sifatida qarashadi, ammo qadim o'tmishga nazar boqar ekanmiz, uni paydo bo'lishi turizm tushunchasining paydo bo'lishidan oldin paydo bo'lganligi tarixiy manbalarda keltirib o'tilgan. Qadimda ilk sayohat marshrutlari savdo tizimining bir qismi va diniy urf-odatlar bilan bog'liq bo'lgan. Aksariyat marshrut nomlari marshrut yoki yo'nalishni tushuntirish uchun keyinchalik yaratilgan²⁴.

Qadimda va o'rta asrlarda Sharq va G'arb mamlakatlarini ilk bor o'zaro bog'lagan qita'lararo karvon yo'li (miloddan avvalgi 2-asr— milodiy 15-asr²⁵), ya'ni Buyuk Ipak yo'li bunga misol bo'la oladi. "Zamonaviy turistik ekskursiya marshrutlarining paydo bo'lganiga bir yarim asrdan o'tdi va Britaniyalik sayohatchi Jeyms Kuk 1841 yilda uyushtirgan ilk turlari bilan bog'liq²⁶", - deydi Flognfeldt Belgiyalik tadqiqotchi. Tarixdan bilamizki, ilgarilari marshrutlar bo'ylab ularning geografik joylashuviga qarab kema va qayiqlarda, ot va tuyalarda, piyoda sayr qilishgan bu esa sayohatchilar uchun noqulaylik keltirib, uzoq vaqt talab qilgan hamda ularning hayoti uchun xavf-xatarga to'la bo'lgan. Ammo poyezd, samolyot, yengil mashina va avtobuslarning ixtiro qilinishi turistik marshrutlarni aniqlash hamda ularni rivojlantirishda katta inqilob bo'lgan desak bo'ladi.

"Turistik marshrut" tushunchasi ham juda ko'plab olim va tadqiqodchilar tomonida o'rganilgan bo'lib, umumiy qabul qilingan ta'rif yoki atama mavjud bo'lmaganligi sababli "turistik mahsulot" kabi ko'plab xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan turlicha yondashilgan. Jadvalda turistik marshrut to'g'risidagi keltirib o'tilgan ta'riflardan xulosa qilib, turistik marshrut – bu geografik jihatdan belgilanib,

²⁴ Flognfeldt Jr T. The tourist route system—models of travelling patterns //Revue belge de géographie. – 2005. – T. 1. – №. 1-2. – C. 35-58.

²⁵ <https://uz.wikipedia.org>

²⁶ Flognfeldt Jr T. The tourist route system—models of travelling patterns //Revue belge de géographie. – 2005. – T. 1. – №. 1-2. – C. 35-58.

ikki va undan ortiq hali turistik markaz sifatida tanilmagan joylardan tortib turistik markazlargacha, jumladan rekreatsion hamda ekologik zonalar, diqqatga sazovor joylar va turli tadbirlarni yagona mavzu ostida birlashtirib, turli transport vositalari va/yoki piyoda yo'llari bilan bog'laydigan, turistlar harakatlanadigan yo'nalish hisoblanadi. Bu bilan biz uni bir nechta xususiyatlarini birlashtira olamiz, ya'ni bu tushuncha turistlar va sayohatchilarning harakatlanishi mumkin bo'lgan geografik jihatdan belgilangan, bir nechta hududlarni bir maqsad, yagona mavzu ostida birlashtirib (masalan, gastronomik marshrutlar, ekologik marshrutlar, hattoki hududlarda turizmni rivojlantirish maqsadida yangi kashf qilingan yoki barpo etilgan joylar), ularni bog'laydigan havo, suv va quruqlikda harakatlanadigan shuningdek piyoda yo'llarni tushunishimiz mumkin.

METODOLOGIYA

Turistik mahsulot va turistik marshrut tushunchalarining ma'no mohiyati va nazariy asoslarini tadqiqot qilish jarayonida mantiqiy, qiyosiy, empirik, tizimli tahlil, analiz, sintez, monografik kuzatuv, ekspert baholash, tahlil qilish kabi usullardan foydalanilgan.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Turistik mahsulot va turistik marshrut tushunchalarini qiyosiy tahlil qilishda faqat ta'riflarga bog'lanib qolish kifoya qilmaydi. Tadqiqotimiz natija berishi uchun bu ikki tushunchaning xususiyatlari, turlari va shakllarini o'rganish talab etiladi.

Turistik mahsulotni tashkil etuvchi elementlariga kelsak, uning xususiyatidan kelib chiqib turlicha talqinlari mavjud. Morgan va Kotler²⁷ turizm mahsuloti mahsulot va xizmatlar majmui sifatida uchta asosiy elementini taklif qilganlar:

- asosiy mahsulot: iste'molchi qidirayotgan va sotib oladigan muhim foyda. Bu yerda turist sayohat oldidan qo'ygan maqsadi, ya'ni madaniy xordiq, rekreatsiya, sarguzasht va hokazo nazarda tutilgan.

- moddiy/rasmiy mahsulot: iste'molchiga ma'lum xususiyatlarga ega (masalan, sifat, xususiyatlar, uslub, tovar nomi yoki qadoqlash) taklif qilinadigan mahsulot yoki xizmat, natijada mahsulotning asosiy versiyasi. Bu elementda turist uchun turning nomi va uni ayni qayerda uyushtirilishi, joyning turistik jihatdan mashhurligi, jozibadorligi va undagi xizmatlarning sifati bilan ajralib turadigan tayyor tur paketlar nazarda tutiladi. Misol uchun aytadigan bo'lsak, agar turist ta'tilini plyajda dam olish bilan o'tkazmoqchi bo'lsa, unga turistlar o'rtasida eng mashhur Moldiv Orollari, Sharm al-Shayx, Antaliya kabi shaharlarda uyushtiriladigan sayohat paketi (joylashtirish, ovqatlanish, transport kabi asosiy xizmatlardan iborat) taqdim etiladi.

²⁷ Salamoura M., Angelis V. The image of the tourism product: theoretical approach and applications //University of the Aegean Business School Department of Business Administration: Chios, Greece. – 2009.

- takomillashtirilgan mahsulot: iste'molchining kompaniya taklifini raqobatchilar takliflaridan farqlovchi rasmiy mahsulotni olishda oladigan qo'shimcha imtiyozlari²⁸. Demak bu elementda turistik mahsulotni boshqa firmalar tomonidan taklif qilinadigan mahsulotdan ajralib turadiga qo'shimcha xizmatlari (avtomobillarni ijaraga berish, qo'riqlash, sug'urtalsh, axborotlar bilan ta'minlash, gid-tarjimon xizmati va hokazo hisobga olingan).

I.S. Tuxliyev va bir qator olimlar²⁹ turistik xarajatlar bo'yicha turistik mahsulotning tarkibiy qismlarini quyidagicha bo'lib ko'rsatganlar: -turistik tovarlar assortimenti (suvenirilar, parfumeriya va hokazo); -turizmning asosiy xizmatlari (turoperator xizmatlari, turagent xizmatlari tashish-transfer, joylashtirish, ovqatlantirish, turistik ekskursiya xizmatlari, davolash va dam olish xizmatlari va hokazo; -turizmning qo'shimcha xizmatlari: moliyaviy cheklar, bank kredit kartalari, avtomobillarni ijaraga berish, qo'riqlash, immigrantlarning vizalari va hujjatlari, sug'urtalsh, axborotlar bilan ta'minlash, gid-tarjimon xizmati va hokazo. Bunda turist sayohat uchun qiladigan umumiy harajatlarning o'rtacha 50 foizi - turizmning asosiy xizmatlariga ya'ni tur paketni sotib olishga, 30 foizi - qo'shimcha xizmatlardan foydalanishga, yana 20 foizini esa – tovar ya'ni sovg'alar sotib olishga sarflashi belgilab ko'rsatilgan.

Yuqorida aytib o'tganimizday turistik marshrut tushunchasi turistik mahsulotdan ancha oldinroq paydo bo'lgan va bu atama asosan geografik tushuncha bo'lib, turistik resurslar va hududlarning joylashuvi, masofasining uzunligi, harakatlanish vositasi hamda ularga olib boruvchi optimal yo'l jihatdan joylashuvini nazarida tutadi.

Shuning uchun ham sayohatchilar marshrutning jozibadorligini geografik nuqtai nazardan belgilaydilar va bunga quyidagi mezonlarni kiritish mumkin³⁰:

1. Masofaning uzunligi. Belgilangan hududlardagi yoki geografik nuqtalar orasidagi masofaning uzunligi, ya'ni sayohat masofasining uzunligiga qarab jozibadorligini aniqlanadi. Bunda sayohatchilarning turlariga qarab turlicha baholash mumkin.

2. Sayohat masofasini bosib o'tish uchun zarur bo'lgan vaqt. Sayohatlar bir kunlik, ikki yoki uzoq muddatlik marshrutlarga bo'linadi. Bunda jozibadorlik masofa bilan vaqtning bir-biriga mosligiga va to'g'ri rejalashtirilganligiga qarab belgilanadi.

3. Masofani bosib o'tish uchun kerakli bo'lgan pul miqdori. Bunda jozibadorlik bosib o'tadigan masofaga turist qancha sarflashga tayyor va uning sifati bunga mos ekanligi jihatdan aniqlanadi.

²⁸ Salamoura M., Angelis V. The image of the tourism product: theoretical approach and applications //University of the Aegean Business School Department of Business Administration: Chios, Greece. – 2009.

²⁹ I.S. Tuxliyev, R. Hayitboyev, B.SH. Safarov va G.R. Tursunova. Turizm asoslari. Darslik. Toshkent – 2014, 73b.

³⁰ Meyer D. Tourism routes and getaways: key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro-poor tourism. – 2004

4. Boshlang'ich nuqta (hudud) hamda yakuniy nuqta (hudud) o'rtasidagi kognetiv masofa. Turistlar masofani doimiy yashash joyidan juda uzoqda yoki yaqin qabul qiladilar, ya'ni ular ushbu masofaning uzunligini tasavvur qilib bosib o'tishga tayyorligi inobatga olinadi. Aksariyat davlatlarda turistlarning asosiy qismini mahalliy turistlar egallaydi.

Turistik marshrutlar tasniflanishini to'liq ko'rib chiqish juda qiyin, chunki ko'plab olimlar ularni turli mezonlarga bo'lib tasniflaganlar. Ularning turlari va shakllariga ko'ra qaysi biri asosiylikini farqlash mushkul masala. Ammo biz tadqiqotimiz jarayonida turistik marshrutning ma'no-mohiyatini ochib berishga yordam beradigan, asosan G.Tursunova³¹, Z.O.Raximov³² hamda A.S.Kuskov³³ kabi olimlarning ishlanmalaridan foydalanib, turistik marshrutlar tasniflanishi va turlari jadvalini tuzdik (2-jadval).

2-jadval

Turistik marshrutning tavsiflanishi va turlari³⁴

	Tasnifiy belgilar	Turistik marshrut turlari
1.	Turistlar maqsadiga ko'ra	- ziyorat marshrutlari; - tarixiy-madaniy marshrutlar; - ekoturizm marshrutlar; - rekreatsion marshrutlar; - etnografik marshrutlar; - gastronomik marshrutlar; - agroturistik marshrutlar; - sport-sog'lomlashtirish marshrutlari; - smart turizmi marshrutlari; - kino turizmi marshrutlari; - kreativ turizm marshrutlari va h.k.
2.	Yo'nalish shakliga ko'ra	- chiziqli turistik marshrutlar; - aylanma yoki halqali turistik marshrutlar; - radial turistik marshrutlar; - kombinatsiyalangan turistik marshrutlar
3.	Marshrutning darajalariga ko'ra	- mamlakat yoki mintaqalararo; - xalqaro; - shahar; - qishloq; - ishchki marshrutlar; - mahalliy; - metropolitan hududlardagi marshrutlar; - olis hudud.
4.	Davomiyligi va intensivligiga ko'ra	- bir kunlik marshrutlar; - qisqa muddatli marshrutlar; - o'rta muddatli marshrutlar; - uzoq muddatli marshrutlar.

³¹ Tursunova G. Milliy turizm xizmatlar bozorida «turizm marshruti» tushunchasining nazariy asoslari, shakllari, turlari va tasniflanishi //Iqtisodiyot va ta'lim. – 2024. – T. 25. – №. 2. – C. 314-321.

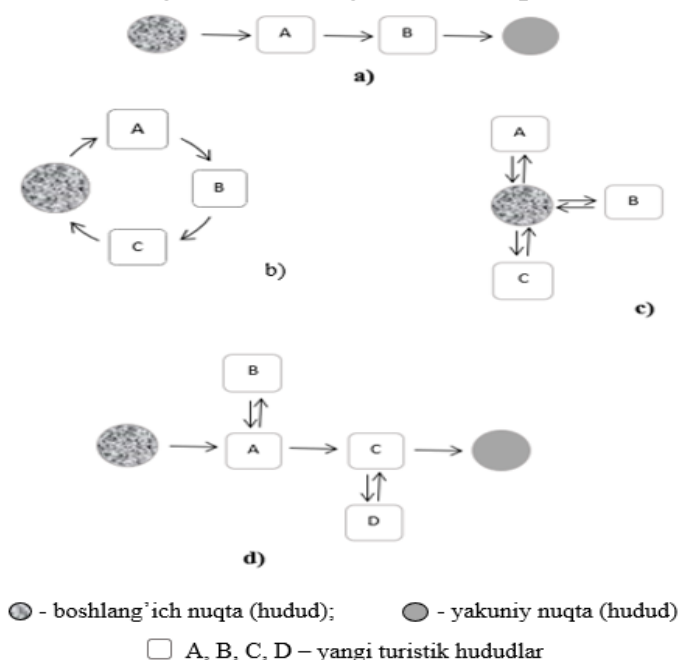
³² Z.O.Raximov, N.E.Ibodullayev, R.Xaitboyev. Turopereyting. Darslik. – T.: “innovatsion rivojlanish nashriyot-manbaa uyi”, 2021, 396.

³³ Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. Учебник. 4-е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2008. С. 26.

³⁴ Muallif ishlanmasi

5.	Harakatlanish va transport turlariga ko'ra	- piyoda yurish marshrutlari; - velosiped; - mototsikl; - avtomobil; - avtobus; - temiryo'l; - kema, qayiq va sol marshrutlari; - havoyo'llari yo'nalishlari; - turli xil mahalliy hayvonlar yordamida yurish; - hralash transport marshrutlari.
6.	Sayohat shakliga ko'ra	- yolg'iz sayohatchilar; - guruhlaruchunmarshrutlar; - oilalilar uchun marshrutlar; - jamoa uchun marshrutlar; - juftliklar uchun marshrutlar.
7.	Mavsumiyligiga ko'ra	- yozgi marshrutlar; - qishki marshrutlar; - kuzgi marshrutlar; - bahorgi marshrutlar; - yil davomida faoliyat ko'rsatadigan marshrutlar

Bulardan adabiyotlarda ko'p uchraydigan turi - bu turistik marshrutlarni yo'nalish bo'ylab harakatiga ko'ra shakllari va ular quyidagilarga bo'linadi (1-rasm): chiziqli, aylanma yoki halqali, radial va kombinatsiyalangan³⁵. Bunda ularni hududlararo geografik elementlarga bo'lib o'rganish ma'qul.



**1-rasm. Turistik marshrutlarni yo'nalish bo'ylab harakatiga ko'ra shakllari³⁶.
a) chiziqli; b) aylanma yoki halqali; c) radial; d) kombinatsiyalangan**

³⁵ Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. Учебник. 4-е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2008. С. 26.

³⁶ Muallif ishlanmasi.

Chiziqli turistik marshrut turistning yashash joyidan yoki jo‘nab ketish hududidan (turistlarni shakillantiradigan hudud³⁷), boshlab turli geografik hududlarda davom etishi yoki tugashi bilan bog‘liq. Misol uchun xorijiy sayyoh Toshkent orqali sayohatini boshlab Samarqandga tashrif buyuradi, Buxoro orqali sayohatini davom ettirib, Xorazmga yetib keladi va shu hududda sayotini tugallab, uyiga uchib ketadi³⁸. Bu kabi turistik marshrut keng tarqalgan bo‘lib turist asosan 7-10 kun davomida marshrut bo‘ylab sayohat qiladi.

Aylanma yoki halqali turistik marshrutda turist sayohatining boshlanish hamda tugallanish joyi birta, ya‘ni birta geografik hududda boshlanib, yana shunda tugaydi. Bunga misol qilib, turist sayohatini Toshkent orqali boshlab, Samarqad, Buxoro hamda Xorazmda davom ettirib, qaytib Toshkentdan o‘z Vataniga jo‘nab ketishini aytishimiz mumkin.

Radial turistik marshrut - bu marshrut turi ham o‘zining xususiyati bilan ajralib turib, xorijiy sayyohning sayohatini bir hududdan boshlab, ma‘lum vaqt davomida turli hududlarga borib, yana qaytib shu yerga kelishi tushuniladi. Masalan, turist sayohatini Toshkentda boshlab bir kun Farg‘ona borib qaytadi, keyingi kunlar Samarqand, Buxoroga borib, sayohatini amalga oshirib, Toshkentga qaytib keladi.

Kombinatsiyalangan turistik marshrut - yuqorida ko‘rib o‘tgan 3 xildagi turistik marshrutlarni o‘zida birlashtiradi. Bunga misol qilib, Xorijiy sayyohlarning turli transport vositalari orqali sayr qilishlarini ya‘ni, Toshkentdan poyezdda Farg‘onaga, undan keyin Farg‘onadan Xivaga samolyot orqali yetib kelishi, u yerdan Buxoroga sayohatini avtobus orqali amalga oshirishi, keyin Samarqandga poyezd orqali tashrif buyurib, o‘z vataniga shu yerni o‘zidan uchib ketishi nazarda tutiladi³⁹. Demak, turist yoki turistlarning marshrutdagi samarali harakatlanishi yo‘lning sifatiga bog‘liq desak ham bo‘ladi, yo‘lning holatiga, uzunligiga qarab transport belgilanadi.

Xullas, yuqoridagi ikki tushunchaning ya‘ni, turisti mahsulot va turistik marshrutga berilgan ta‘riflar, ularning xususiyatlari, turlari va shakllarini o‘rganib chiqib, quyidagi jadval asosida qiyosiy tahlil shakliga keltirdik (3-jadval).

3-jadval

Turistik mahsulot va turistik marshrut tushunchalarining qiyosiy tahlili⁴⁰

Qiyosiy belgilar	Turistik mahsulot	Turistik marshrut
Mazmun mohiyatiga ko‘ra	Ikki va undan ortiq xizmatlar majmui hisoblanadi.	Ikki va undan ortiq hududlar orqali sayohat qilinadigan aniq yo‘nalish hisoblanadi.

³⁷ Leiper N. (1979), "The Framework of Tourism. Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourism Industry", *Annals of Tourism Research*, 6, 2.

³⁸ Tursunova G. Milliy turizm xizmatlar bozorida «turizm marshruti» tushunchasining nazariy asoslari, shakllari, turlari va tasniflanishi // *Iqtisodiyot va ta‘lim*. – 2024. – T. 25. – №. 2. – C. 314-321.

³⁹ Tursunova G. Milliy turizm xizmatlar bozorida «turizm marshruti» tushunchasining nazariy asoslari, shakllari, turlari va tasniflanishi // *Iqtisodiyot va ta‘lim*. – 2024. – T. 25. – №. 2. – C. 314-321.

⁴⁰ Muallif ishlanmasi

Xususiyatiga ko'ra	Turli xil xizmatlar, obyektlar va tajribalarni o'z ichiga oladi.	Ma'lum bir yo'nish, vaqt me'yori va tashrif buyuriladigan obyektlarni oladi.
Maqsadiga ko'ra	Turistlarning ehtiyojlarini qondirish	Turistlarga ma'lum bir tajribani yetkazish
Kim tomonidan ishlab chiqilishiga ko'ra	turoperatorlar	- turoperatorlar; - mahalliy hokimiyat hamda Turizm qo'mitasi
Bir biriga aloqasiga ko'ra	Turistik mahsulot turistik marshrut bilan chambarchas bog'liq bo'ladi.	Turistik marshrut turistik mahsulotdan oldin tuziladi, ya'ni ma'lum turistik marshrut bo'ylab mahsulot yaratiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, turistik mahsulot ham turistik marshrut ham turizm sohasining muhim elementlari hisoblanadi. Ularning har ikkalasi ham turistlar ehtiyojini qondirishga qaratilgan. Ammo ba'zi tadqiqotchi olimlar bu ikki tushunchani mohiyatini, xususiyatlarini, o'xhashlik hamda farqlarini, ularning kim tomonidan yaratilishini chuqur anglamasdan ba'zida xatô fikrlarga borib, ularni adashtirishadi yoki bo'lmasa ularni o'xshatishadi. Ayniqsa turizmdiversifikatsiya strategiyasini qo'llashda ko'proq yangi, noyob mahsulot yaratishga e'tiborni qaratishadi.

Tadqiqotimiz jarayonida biz turistik marshrutlarning jozibadorligi va to'g'ri tashkillashtirilishi nechog'lik muhimligi va mana shu yangi tuzilgan marshrut orqali mahsulot yaratilishi mumkinligini aniqladik. Shuning uchun turistik hududlarda yangi mahsulotlarni yaratishda avvalum bor yangi turistik marshrutlarni izlab topish zarur hisoblanishini isbotladik.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Shakhovska, N., Shakhovska, K., & Fedushko, S. (2020). Some aspects of the method for tourist route creation. In *Advances in Artificial Systems for Medicine and Education II 2* (pp. 527-537). Springer International Publishing.
2. Shinkarenko, V., Nezdoyminov, S., Galasyuk, S., & Shynkarenko, L. (2020). Optimization of the tourist route by solving the problem of a salesman. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 29(3), 572-579.
3. <https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>
4. O'zbekiston Respublikasining 18.07.2019 yildagi O'RQ-549-sonli "Turizm to'g'risida" gi qonun
5. Salimova S.F. Turizm sohasida diversifikatsiyaning ilmiy-uslubiy asoslari. *Iqtisodiyot va turizm xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali*, 2024 3(17)-son, 8 bet.
6. Dileep M. R. *Tourism: Concepts, theory and practice*. – IK International Pvt Ltd, 2018.
7. Paul H. *Marketing für fremdenverkehr: leitlinien für die dienstleistungs-und*

absatzpolitik im herstellerebereich der fremdenverkehrswirtschaft. – Rationalisierungs-Kuratorium d. Dt. Wirtschaft, 1977.

8. Jovičić Ž. A plea for tourismological theory and methodology. – 1988

9. Leiper, Neil (1990), “Tourism Systems: An Interdisciplinary Approach,” Occasional Paper No. 2, Massey University-Business Studies Faculty, Palmerston North, New Zealand

10. Jeffries D. J. Defining the tourist product—and its importance in tourism marketing //The Tourist Review. – 1971. – T. 26. – №. 1. – C. 2-5.

11. Medlik S. Tourism: past, present and future. – Heinemann, 1981.

12. Mrnjavac Ž. Definiranje turističkog proizvoda/Defining tourist product //Acta Turistica. – 1992. – C. 114-124.

13. Menges G. Tourism Marketing Decisions //AIEST (ed.), Tourisme et Marketing: Rapports présentés au 23ème Congrès de l’AIEST,, Berne: Editions Gurten. – 1973.

14. Koutoulas D. The theoretical determination of the tourist product as a presupposition for tourism marketing //Unpublished doctoral dissertation). University of the Aegean, Chios, Greece. – 2001.

15. Koutoulas D. Product, tourism. – 2015.

16. Salamoura M., Angelis V. The image of the tourism product: theoretical approach and applications //University of the Aegean Business School Department of Business Administration: Chios, Greece. – 2009.

17. I.S. Tuxliyev, R. Hayitboyev, B.SH. Safarov va G.R. Tursunova. Turizm asoslari. Darslik. Toshkent – 2014, 73b.

18. Flognfeldt Jr T. The tourist route system—models of travelling patterns //Revue belge de géographie. – 2005. – T. 1. – №. 1-2. – C. 35-58.

19. <https://uz.wikipedia.org>

20. Flognfeldt Jr T. The tourist route system—models of travelling patterns //Revue belge de géographie. – 2005. – T. 1. – №. 1-2. – C. 35-58.

21. https://wto.org/english/thewto_e/acc_e/vnm_e/wtaccvnm43_leg_12.pdf
<https://www.lawinsider.com/dictionary/tourist-route>

22. Pedrosa A. et al. Tourism Routes Characterisation and Concepts: A Scoping Review //International Conference on Tourism Research. – 2022. – T. 15. – №. 1. – C. 299-307.

23. Moulin C., Boniface P. Routeing Heritage for Tourism: making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development //International Journal of Heritage Studies. – 2001. – T. 7. – №. 3. – C. 237-248.

24. Denstadli, J. M., & Jacobsen, J. K. S. (2011). The long and winding roads: Perceived quality of scenic tourism routes.

25. Tourism Management, 32(4), 780–789.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.014>

26. Flognfeldt Jr T. The tourist route system—models of travelling patterns //Revue belge de géographie. – 2005. – Т. 1. – №. 1-2. – С. 35-58.

27. Lourens, M. (2007). Route tourism: A roadmap for successful destinations and local economic development.

28. Development Southern Africa, 24(3), 475–489. <https://doi.org/10.1080/03768350701445574>

29. Lourens M. Route tourism: a roadmap for successful destinations and local economic development //Development Southern Africa. – 2007. – Т. 24. – №. 3. – С. 475-490.

30. Meyer D. Tourism routes and getaways: key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro-poor tourism. – 2004.

31. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма. ПЕРЕВОЗКИ. Издание третье, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007. – 528 с

32. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. Учебник. 4-е изд., перераб. – М.: КНОРУС, 2008. С. 26.

33. Сенин В.С. Организация международного туризма. Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2003. С. 28.

34. Бирицкая Н.М., Сергеева Т.М. Туроперейтинг. Учебно-методическое пособие. – Мн.: БГЕУ, 2010. С. 27.

35. Mirzayev M.A., Aliyeva M.T. “Turizm asoslari”: O‘quv qo‘llanma. O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta‘lim vazirligi. — T.: O‘zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2011 . - 288 b.

36. Z.O.Raximov, N.E.Ibodullayev, R.Xaitboyev. Turopereyting. Darslik. – T.: “innovatsion rivojlanish nashriyot-manbaa uyi”, 2021, 396.

37. Norchayev A.N., Aliyeva M.T. “Turoperator menejmenti”:O‘quv qo‘llanma. – T.: “Iqtisodiyot”, 2020. - 169 bet

38. Tursunova G. Milliy turizm xizmatlar bozorida «turizm marshruti» tushunchasining nazariy asoslari, shakllari, turlari va tasniflanishi //Iqtisodiyot va ta‘lim. – 2024. – Т. 25. – №. 2. – С. 314-321.