

HISTORICAL MONUMENTS IN ITALY AS ONE OF THE MAIN FACTORS OF THE TOURISM INDUSTRY

National University of Uzbekistan, Faculty of History 2nd-year Master's Student

Nabiyev Og'abek Ilyorjon o'g'li

Abstract: This article analyzes the strategic role of Italy's historical monuments in the development of the national tourism industry. It scientifically substantiates the economic efficiency of Ancient Rome, Renaissance architecture, and UNESCO World Heritage sites, highlighting their impact on tourist flows and national branding. Furthermore, the study explores the challenges of ensuring sustainable tourism through the preservation of cultural heritage.

Keywords: Italy, historical monuments, tourism industry, cultural heritage, UNESCO, economic growth, Antiquity, Renaissance.

Annotatsiya: Ushbu maqolada Italiyaning tarixiy yodgorliklari mamlakat turizm industriyasini rivojlantirishdagi strategik o'rni tahlil qilinadi. Qadimgi Rim, Uyg'onish davri me'morchiligi va YUNESKO meros ob'ektlarining iqtisodiy samaradorligi, sayyohlar oqimiga ta'siri hamda milliy brendni shakllantirishdagi ahamiyati ilmiy asoslab berilgan. Shuningdek, madaniy merosni asrab-avaylash orqali barqaror turizmni ta'minlash masalalari yoritilgan.

Kalit so'zlar: Italiya, tarixiy yodgorliklar, turizm industriyasi, madaniy meros, YUNESKO, iqtisodiy o'sish, antik davr, Uyg'onish davri

Аннотация: В данной статье анализируется стратегическая роль исторических памятников Италии в развитии национальной индустрии туризма. Научно обоснованы экономическая эффективность объектов Древнего Рима, архитектуры эпохи Возрождения и наследия ЮНЕСКО, их влияние на туристические потоки и формирование национального бренда. Также рассматриваются вопросы обеспечения устойчивого туризма через сохранение культурного наследия.



Ключевые слова: Италия, исторические памятники, индустрия туризма, культурное наследие, ЮНЕСКО, экономический рост, античность, Эпоха Возрождения.

Italiya jahon sivilizatsiyasining eng muhim markazlaridan biri sifatida ming yillik tarixiy yodgorliklarga boy mamlakat hisoblanadi. Uning hududida Qadimgi Rim davridan tortib o‘rta asrlar, Uyg‘onish davri va yangi zamongacha bo‘lgan me‘moriy va madaniy meros saqlanib qolgan. Bugungi kunda aynan shu tarixiy yodgorliklar Italiya turizm sanoatining asosiy ustunlaridan biri bo‘lib, mamlakat iqtisodiyotiga katta hissa qo‘shadi.

Italiyadagi eng mashhur va dunyo miqyosida tan olingan yodgorliklardan biri — “Kolizey” hisoblanadi. U milodiy 72–80-yillarda imperatorlar Vespasian va Titus davrida qurilgan bo‘lib, 50–80 ming tomoshabinga mo‘ljallangan amfiteatr sifatida xizmat qilgan. Bu yerda gladiator janglari va ommaviy tomoshalar o‘tkazilgan¹. Bugungi kunda Kolizey yiliga qariyb 14–15 millionga yaqin sayyohni qabul qiladi va Italiyaning eng ko‘p tashrif buyuriladigan tarixiy obyekti hisoblanadi². U nafaqat Rim imperiyasining ramzi, balki Italiya turizm brendining asosiy belgilaridan biridir.

Kolizey yaqinida joylashgan “Rim forumi” va “Palatin tepaligi” ham katta tarixiy ahamiyatga ega. Rim forumi Qadimgi Rim siyosiy, iqtisodiy va diniy hayotining markazi bo‘lgan. Palatin tepaligi esa afsonaga ko‘ra, Romul va Rem tomonidan Rim shahriga asos solingan joy sifatida tanilgan. Bu hududlar birgalikda Rimning antik sivilizatsiyasi bilan yaqindan tanishish imkonini beradi.

Qadimgi Rim davriga oid yana bir mashhur yodgorlik — Panteon hisoblanadi. U milodiy II asrda imperator Adrian davrida qurilgan. Panteonning diametri va gumbazi balandligi 43 metr bo‘lib, uning markazidagi ochiq “okulus” (ko‘z) me‘morchilik yechimining noyob namunasi sanaladi. Bu yodgorlik hozirgacha juda yaxshi saqlangan va har yili millionlab sayyohlarni jalb etadi.

¹ Richards G. Cultural Tourism in Europe. - Wallingford: CAB International, 2005. - P. 128-145.

² OECD. Tourism Trends and Policies 2024: Italy's Cultural Heritage. - Paris: OECD Publishing, 2024. - P. 45-60



Italiyadagi arxeologik yodgorliklar orasida Pompey alohida o‘rin tutadi. Milodiy 79-yilda “Vezuviy” vulqoni otilishi natijasida shahar kul ostida qolgan. XVIII asrda qayta kashf etilgan Pompey bugungi kunda Rim davri shahar hayotini o‘rganish uchun eng muhim manbalardan biri hisoblanadi. Uning ko‘chalari, uylari, ibodatxonalari va hatto devor rasmlari deyarli asl holida saqlanib qolgan. Bu yerga yiliga 2,5–4 million atrofida sayyoh tashrif buyuradi.

O‘rta asrlar va Uyg‘onish davri yodgorliklari ham Italiya turizmida katta ahamiyatga ega. Masalan, Florensiya shahri Uyg‘onish davrining beshigi sifatida tanilgan. Bu yerda joylashgan Uffizi Galleries muzeyida Leonardo da Vinchi, Mikelanjelo, Bottichelli kabi buyuk rassomlar asarlari saqlanadi. Shuningdek, Santa-Mariya-del-Fiore sobori o‘zining 1436-yilda Filippo Brunelleski tomonidan qurilgan ulkan gumbazi bilan mashhur³. Florensiya yiliga 10 milliondan ortiq sayyohni qabul qiladi.

Italiyaning yana bir mashhur ramzi — Leaning Tower of Pisa (Piza minorasi) hisoblanadi. U 1173-yilda qurilishi boshlangan va tuproq chökishi sababli og‘ishgan holda saqlanib qolgan. Bu noyob me‘moriy holat uni jahon miqyosida mashhur qilgan va Piza shahri turizmi rivojiga katta turtki bergan.

Shimoliy Italiyada joylashgan Venetsiya shahri ham tarixiy yodgorliklarga boy. Bu yerdagi “Avliyo Petr sobori” va “Dojlar saroyi” Venetsiya Respublikasining siyosiy va diniy markazi bo‘lgan. Kanallar ustida qurilgan shahar har yili 20 millionga yaqin sayyohni jalb etadi⁴. Venetsiya turizmi mamlakat iqtisodiyotida muhim o‘rin tutadi, ammo ortiqcha turizm (overtourism) infratuzilma va madaniy merosga kuchli bosim o‘tkazmoqda.

Katolik dunyosi markazi bo‘lgan “Avliyo Petr sobori” ham Italiya turizmining asosiy manzillaridan biri hisoblanadi. U XVI–XVII asrlarda Mikelanjelo va Bernini kabi

³ Smith M. K. Issues in Cultural Tourism Studies. - London: Routledge, 2015. - P. 210-234

⁴ Boniface P. and Fowler, P. J. Heritage and Tourism in the Global Village. - London: Routledge, 2012. - P. 88-105



daho me'morlar ishtirokida qurilgan. Bu yer har yili 10 milliondan ortiq ziyoratchi va sayyohlarni qabul qiladi.

Italiyada YUNESKOning Jahon merosi ro'yxatiga kiritilgan 60 ta obyekt mavjud bo'lib, bu ko'rsatkich bo'yicha mamlakat dunyoda yetakchi hisoblanadi. Tarixiy yodgorliklar mamlakat yalpi ichki mahsulotining (YAIM) sezilarli qismiga ta'sir ko'rsatadi. Turizm Italiya YAIMining taxminan 10–13 foizini tashkil etadi⁵ va millionlab ish o'rinlarini yaratadi.

Italiyadagi tarixiy yodgorliklar nafaqat madaniy va ilmiy jihatdan, balki iqtisodiy nuqtai nazardan ham ulkan ahamiyatga ega. Qadimgi Rim amfiteatrlari, o'rta asr soborlari, Uyg'onish davri saroylari va arxeologik shaharlar Italiyani jahon turizmining markaziga aylantirgan. Bu yodgorliklar mamlakatning milliy imiji, iqtisodiy barqarorligi va xalqaro madaniy aloqalarining mustahkamlanishida hal qiluvchi omil bo'lib xizmat qilmoqda.

Italiyada tarixiy yodgorliklar turizmni rivojlantirishda hal qiluvchi omil hisoblanadi, chunki aynan madaniy meros mamlakatni boshqa turistik yo'nalishlardan farqli va raqobatbardosh qiladi. Qadimgi Rim sivilizatsiyasi, o'rta asr shaharlari va Uyg'onish davri me'morchiligiga oid obyektlar Italiyani "ochiq osmon ostidagi muzey" sifatida namoyon etadi. Masalan, Colosseum, Roman Forum, Pompeii, Leaning Tower of Pisa va St. Mark's Basilica kabi yodgorliklar xalqaro miqyosda tan olingan brend obyektlardir. Ushbu obyektlar Italiyaga kelayotgan sayyohlarning katta qismini jalb qiladi va mamlakat turizm daromadining asosiy manbai bo'lib xizmat qiladi.

Turizm rivojlanishining asosiy sabablaridan biri — Italiyaning tarixiy va madaniy merosi bo'yicha dunyoda yetakchi o'rinni egallashi hisoblanadi. Mamlakatda YUNESKO Jahon merosi ro'yxatiga kiritilgan 60 ta obyekt mavjud. Bu ko'rsatkich Italiyani dunyodagi eng boy madaniy merosga ega davlatlardan biriga aylantiradi⁶.

⁵ Timothy D. J. and Boyd, S. W. Heritage Tourism. - Harlow: Pearson Education, 2003. - P. 156-180

⁶ Patuelli R., Mussoni, M., and Candela, G. The Cultural Heritage of Italian Regions as a Determinant of Tourism Demand. - Milan: Springer, 2013. - P. 33-51



Tarixiy yodgorliklar atrofida transport infratuzilmasi, mehmonxonalar, restoranlar, ekskursiya xizmatlari va suvenir sanoati rivojlanadi. Natijada turizm mamlakat yalpi ichki mahsulotining (YAIM) taxminan 10–13 foizini shakllantiradi va millionlab ish o‘rinlarini yaratadi. Masalan, Rome, Florence va Venice kabi shaharlarda iqtisodiy faoliyatning katta qismi bevosita yoki bilvosita turizm bilan bog‘liq.

Turizm rivojining oqibatlari ko‘p qirrali. Ijobiy tomondan, tarixiy obyektlar atrofida kichik va o‘rta biznes subyektlari soni ortib boradi, mahalliy aholi uchun yangi ish o‘rinlari yaratiladi, shahar infratuzilmasi modernizatsiya qilinadi. Masalan, Uffizi Galleries atrofidagi xizmat ko‘rsatish sohasi Florensiya iqtisodiyotining muhim qismini tashkil etadi. Shu bilan birga, tarixiy yodgorliklarni ta‘mirlash va restavratsiya qilish ishlariga davlat va xususiy sarmoyalar jalb etiladi, bu esa madaniy merosni saqlashga xizmat qiladi.

Biroq salbiy oqibatlar ham kuzatiladi. Ortiqcha turizm (overtourism) ayrim shaharlarda infratuzilmaga bosim o‘tkazadi, ijara narxlari oshadi, mahalliy aholi markaziy hududlarni tark etishga majbur bo‘ladi⁷. Venice shahrida kunlik sayyohlar soni ayrim davrlarda mahalliy aholi sonidan bir necha barobar ortib ketadi. Bu holat shahar ekotizimi va me‘moriy yodgorliklarning saqlanishiga xavf tug‘diradi. Shu sababli Italiya hukumati va mahalliy ma‘muriyatlar kirish chiptalari, kvotalar va elektron bronlash tizimlarini joriy etmoqda.

Kutilayotgan natijalardan biri — barqaror turizm modelini shakllantirishdir. Italiyada “sekin turizm” (slow tourism), madaniy marshrutlar va kamroq mashhur bo‘lgan hududlarni rivojlantirish konsepsiyalari amalga oshirilmoqda. Masalan, yirik shaharlardan tashqari kichik tarixiy qishloq va shaharchalarga sayyohlarni jalb qilish orqali turistik oqimni muvozanatlashtirish rejalashtirilgan. Raqamli texnologiyalar yordamida onlayn chipta tizimlari, virtual ekskursiyalar va audiogidlar joriy qilinmoqda, bu esa tashrif buyuruvchilar oqimini samarali boshqarish imkonini beradi.

⁷ World Tourism Organization (UNWTO). International Tourism Highlights: Focus on Southern Europe. - Madrid: UNWTO, 2024. - P. 18-24



Italiyaning tarixiy yodgorliklari turizm sanoatining asosiy harakatlantiruvchi kuchi sifatida shunchaki madaniy g'urur masalasi emas, balki mamlakatning jahon miqyosidagi nufuzini ta'minlovchi aniq hisob-kitoblarga asoslangan iqtisodiy vositadir⁸. 2024-yil holatiga ko'ra, Italiya taxminan 67 million xalqaro sayyohni qabul qildi va bu ko'rsatkich 2025-yilda 70 milliondan oshishi kutilmoqda. Bu oqim tubdan mamlakatdagi madaniy boyliklarning misli ko'rilmagan zichligi bilan bog'liq; hozirda Italiyada 60 ta YUNESKO Butunjahon merosi obyekti mavjud bo'lib, bu dunyodagi eng yuqori ko'rsatkichdir⁹. Ushbu maskanlar "super-attraktorlar" (o'ta jalb qiluvchilar) vazifasini o'taydi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, YUNESKO maqomining berilishi odatda besh yil ichida mahalliy soliq tushumlarining 2% ga oshishiga va bunday maqomga ega bo'lmagan hududlarga nisbatan sayyohlar tashrifining sezilarli darajada (ko'pincha pandemiyadan keyingi tiklanish davrida 17 dan 24 foiz punktigacha) o'sishiga sabab bo'ladi.

Ushbu yodgorliklarning iqtisodiy salmog'i hayratlanarli darajada katta. Faqatgina 2024-yilning o'zida xalqaro sayyohlar Italiyada 47 milliard yevro sarflashdi. Turizm sektori mamlakat bevosita YaIMining qariyb 6 foizini, bilvosita ta'sirlarni hisobga olganda esa 13 foizdan ortig'ini tashkil etdi. Ushbu natijaning markazida "Katta uchlik" zanjiri turadi: Rim, Florensiya va Venetsiya. "Abadiy shahar" Rim 2024-yilda jami 22,2 million sayyohni jalb qilib, 13,3 milliard yevro daromad keltirgan holda mutlaq yetakchilikni saqlab qoldi¹⁰. Kolizey, Rim forumi va Palatin tepaligini o'z ichiga olgan Kolizey arxeologik bog'i Italiyaning eng ko'p tashrif buyuriladigan maskani bo'lib qolmoqda.

2024-yilda u rekord darajadagi 14,7 million sayyohni jalb qildi va faqat chipta sotuvidan 100 million yevrodan ortiq tushum keltirdi. Milodiy 72-yilda imperator Vespasian tomonidan boshlanib, 80-yilda Tit davrida yakunlangan ushbu obida qadimgi

⁸ Cellini R. Is UNESCO World Heritage Selection a Good Tourism Promotion Tool? - Applied Economics Letters, Vol. 18, No. 5, 2011. - P. 451-454

⁹ Gunn C. A. and Var, T. Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. - New York: Routledge, 2002. - P. 155-172

¹⁰ Borg J. and Costa, P. Tourism Management in Heritage Cities. - Venice: UNESCO-ROSTE, 1996. - P. 120-135.



muhandislik namunalari bugungi kunda ham qanday qilib zamonaviy foyda keltirishi mumkinligiga yorqin misoldir. Shuningdek, Rim beton qurilishining mo'jizasi va mustahkamlanmagan (armaturasiz) gumbazga ega bo'lgan Panteon ibodatxonasi har yili taxminan 8 million kishini jalb qilib, milliy iqtisodiyotda antik davr merosining rolini yanada mustahkamlamoqda.

Uyg'onish davrining beshigi bo'lgan Florensiyada ham tarixiy obidalarning jozibadorligi yaqqol ko'rinadi. 1560-yilda Jorjio Vazari tomonidan Kozimo I Medichi uchun ma'muriy idora (uffizi) sifatida loyihalashtirilgan Uffizi galereyasiga 2024-yilda 5 milliondan ortiq kishi tashrif buyurdi. Shahar o'zligini 15-16-asrlardagi Medichilar oilasining homiyligi bilan ajratib bo'lmaydi; aynan ular tufayli 1436-yilda Filippo Brunelleski tomonidan qurib bitkazilgan inqilobiy o'z-o'zini tutib turuvchi gumbazli Florensiya sobori (Duomo) qad ko'targan.

Bunday merosning iqtisodiy ta'siri faqat muzey chiptalari bilan cheklanmaydi; u yuqori qiymatli "lyuks" segmentni ham rivojlantiradi. Masalan, 2024-yilda madaniy markazlardagi turar-joy muassasalari 1980-yillarga nisbatan hashamatli takliflarning 191 foizga oshganini ko'rdi. Sayyohlar tarixiy ulug'vorlikka yaqin joyda yashash istagi bilan har bir safar uchun o'rtacha 666 yevro sarflashmoqda. Turizm o'sishining ilmiy asoslari ko'pincha tarixiy voqealar va muhim sanalar bilan bog'liq. Vatikanda e'lon qilingan 2025-yilgi "Umid yubileyi" (Muqaddas yil) munosabati bilan Rimga qo'shimcha 35 million ziyoratchi va sayyoh kelishi kutilmoqda¹¹. Bu voqea diniy tarix va turizm sanoati o'rtasidagi hamjihatlikni ko'rsatadi. Mikelanjelo tomonidan 1508-1512 yillarda chizilgan Sikstin kapellasi joylashgan Vatikan muzeylari har yili taxminan 7 million mehmonni qabul qilib, 2024-yilda 100 million dollarga yaqin daromad keltirdi. Ushbu diniy-tarixiy joziba Italiyaning noyob boyligi bo'lib, hatto global iqtisodiy tebranishlar davrida ham barqaror sayyohlar oqimini ta'minlaydi.

¹¹ Ashworth G. J. and Page, S. J. Urban Tourism: Research and Development Issues. - Tourism Management, Vol. 32, No. 1, 2011. - P. 1-15



Janubga siljiydigan bo'lsak, Pompey arxeologik bog'i merosga asoslangan turizmning boshqa, ammo xuddi shunday kuchli modelini taqdim etadi. Milodiy 79-yilda Vezuviy vulqoni otilishi natijasida saqlanib qolgan Pompey 2024-yilda 4 milliondan ortiq sayyohni jalb qildi. Saytning Rim hayotidan "lahzalik surat" taqdim etish qobiliyati uni muhim ta'lim va dam olish maskaniga aylantiradi¹². Pompeydan keladigan iqtisodiy foyda 2024-yilda qariyb 22 million tungi qolish qayd etilgan Kampaniya mintaqasi uchun hayotiy ahamiyatga ega. Italiya hukumati bu salohiyatni tan olib, 2025-yilda "ITALEA" dasturini ishga tushirdi. Bu dastur "ildizlar turizmi"ni targ'ib qilish uchun maxsus ishlab chiqilgan bo'lib, italiyalik muhojirlarning avlodlarini o'z ajdodlari yashagan, ko'pchiligi o'rta asr minoralari va Uyg'onish davri maydonlari bilan o'ralgan munitsipalitetlarga tashrif buyurishga undaydi.

Venetsiyada 697-yildan 1797-yilgacha hukm surgan Venetsiya Respublikasining tarixiy ahamiyati Dojlar saroyi va Avliyo Mark bazilikasi kabi yodgorliklarda saqlanib qolgan. Venetsiya 2024-yilda 7,6 million sayyohni qabul qildi va shahar "overtourism" (haddan tashqari ko'p sayyohlik) muammosiga duch kelayotgan bo'lsa-da, uning tarixiy boyliklari asosiy joziba kuchi bo'lib qolmoqda. "YUNESKO effekti" atrofdagi Veneto mintaqasida ham yaqqol seziladi; masalan, 2019-yilda ro'yxatga olingan Prosecco tepaliklarida olti yil ichida turar-joy inshootlari 45,4 foizga oshdi va bu YUNESKO maqomiga ega bo'lmagan o'xshash vino ishlab chiqaruvchi hududlardan ancha yuqori natijadir. Bu shuni ko'rsatadiki, tarixiy landshaft va an'anaviy qishloq xo'jaligi yodgorliklari (masalan, Pantelleriyadagi *alberello* uzum yetishtirish usuli)¹³ ixtisoslashgan va yuqori o'sishga ega bo'lgan agroturizm kabi tarmoqlarni harakatlantirishi mumkin. YUNESKO ro'yxatidagi hududlarda bu soha o'n yil ichida 500 foizga o'sdi.

¹² Manente M. and Minghetti, V. *Tourism in Heritage Cities: From Analysis to Evaluation*. - Rome: Ciset, 2006. - P. 95-112

¹³ Patuelli R., Mussoni, M., and Candela, G. *The Cultural Heritage of Italian Regions as a Determinant of Tourism Demand*. - *Journal of Cultural Economics*, Vol. 37, No. 3, 2013. - P. 311-332.



Italiya turizm sanoatining tarkibiy salomatligi tarixiy merosni asrab-avaylash borasidagi sa'y-harakatlarning bevosita natijasidir. Mamlakat bo'ylab turizm orqali 3,5 million ish o'rni yaratilgan bo'lib, 100 000 dan ortiq tarixiy yodgorliklarni saqlash Madaniyat vazirligi (MiC) va Turizm vazirligi tomonidan boshqariladigan milliy ustuvor vazifadir. Raqamli xizmatlarga va barqaror "sekin turizm"ga (slow tourism) o'tish — bunga 2024-yilda ishga tushirilgan *La Dolce Vita Orient Express* kabi hashamatli vintage poyezdlari misol bo'ladi¹⁴ — sayyohlarni yarim orolning tarixiy yo'llari va yashirin durdonalari bo'ylab yanada tekisroq taqsimlashga qaratilgan. Xulosa qilib aytganda, Italiyaning tarixiy yodgorliklari o'tmishning harakatsiz qoldiqlari emas, balki 237 milliard yevrolik¹⁵ iqtisodiyotning faol ishtirokchisi va Italiyani dunyodagi eng orzu qilingan madaniy manzilga aylantiruvchi asosiy "brend"dir.

Shuningdek, kelajakda davlat-xususiy sheriklik asosida tarixiy yodgorliklarni restavratsiya qilish va ularni madaniy tadbirlar markaziga aylantirish rejalashtirilgan. Ilmiy tadqiqotlar va arxeologik ishlarga sarmoya kiritish orqali yangi turistik marshrutlar yaratish g'oyasi ham mavjud. Masalan, Pompeii hududida yangi qazishmalar va interaktiv muzey formatlari tashkil etish orqali tashrif buyuruvchilar sonini yil davomida barqaror taqsimlash ko'zda tutilgan.

Umuman olganda, Italiyada tarixiy yodgorliklar turizmni rivojlantirishda strategik ahamiyatga ega. Ular mamlakat iqtisodiyotiga katta daromad keltiradi, xalqaro imijni mustahkamlaydi va madaniy merosni global darajada targ'ib qiladi. Biroq uzoq muddatli barqarorlikni ta'minlash uchun turizm oqimini oqilona boshqarish, yodgorliklarni muhofaza qilish va mahalliy aholi manfaatlarini inobatga olish asosiy vazifa bo'lib qolmoqda.

Xulosa qilib aytganda, Italiyadagi tarixiy yodgorliklar nafaqat milliy va jahon madaniy merosining bebaho qismi, balki mamlakat turizm sanoatining hal qiluvchi

¹⁴ Richards G. Cultural Tourism: Global and Local Perspectives. - New York: Routledge, 2007. - P. 135-152

¹⁵ Patuelli R., Mussoni, M., and Candela, G. The Cultural Heritage of Italian Regions as a Determinant of Tourism Demand. - Journal of Cultural Economics, Vol. 37, No. 3, 2013. - P. 311-332



iqtisodiy omilidir. Har yili millionlab sayyohlarni jalb etuvchi Colosseum, Pompeii va boshqa ko‘plab obidalar Italiya iqtisodiy barqarorligiga bevosita hissa qo‘shadi. Tarixiy merosni ehtiyotkorlik bilan boshqarish va saqlash esa ushbu boylikning kelajak avlodlar uchun ham o‘z jozibasini saqlab qolishini ta’minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Ashworth, G. J. and Page, S. J. Urban Tourism: Research and Development Issues. - Tourism Management, Vol. 32, No. 1, 2011. - P. 1-15.
2. Boniface, P. Managing Quality Cultural Tourism. - London: Routledge, 1995. - P. 74-91.
3. Borg, J. and Costa, P. Tourism Management in Heritage Cities. - Venice: UNESCO-ROSTE, 1996. - P. 120-135.
4. Cellini, R. Is UNESCO World Heritage Selection a Good Tourism Promotion Tool? - Applied Economics Letters, Vol. 18, No. 5, 2011. - P. 451-454.
5. Cuccia, T. and Rizzo, I. UNESCO World Heritage List: Does it help to explain tourism efficiency? - Tourism Management, Vol. 32, No. 3, 2011. - P. 627-634.
6. Gunn, C. A. and Var, T. Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases. - New York: Routledge, 2002. - P. 155-172.
7. Manente, M. and Minghetti, V. Tourism in Heritage Cities: From Analysis to Evaluation. - Rome: CISET, 2006. - P. 95-112.
8. OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2022. - Paris: OECD Publishing, 2022. - P. 210-225.
9. Patuelli, R., Mussoni, M., and Candela, G. The Cultural Heritage of Italian Regions as a Determinant of Tourism Demand. - Journal of Cultural Economics, Vol. 37, No. 3, 2013. - P. 311-332.
10. Richards, G. Cultural Tourism: Global and Local Perspectives. - New York: Routledge, 2007. - P. 135-152.



- 11.** Russo, A. P. The "Vicious Circle" of Tourism Development in Heritage Cities: Evidence from Venice. - Annals of Tourism Research, Vol. 29, No. 1, 2002. - P. 165-182.
- 12.** Smith, M. K. Issues in Cultural Tourism Studies. - London: Routledge, 2015. - P. 182-198.
- 13.** Su, M. M. and Wall, G. Heritage Resources and Tourism. - Tourism Management, Vol. 32, No. 5, 2011. - P. 1195-1205.
- 14.** Timothy, D. J. and Boyd, S. W. Heritage Tourism. - London: Pearson Education, 2003. - P. 210-228.
- 15.** UNESCO. World Heritage and Tourism in a Changing Climate. - Paris: UNESCO Publishing, 2016. - P. 44-58.

