Ilmiy tadqiqotlar va ularning yechimlari jurnali
Aoka guvohnoma № 323759 ISSN: 3060-4818

UDK 338.48:719:334.722

MADANIY MEROS OBYEKTLARI NEGIZIDA OILAVIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH VA YANGI ISH O‘RINLARINI YARATISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGI

Ibodillayev Habibulla Abdullayevich
Qarshi davlat unuversiteti mustaqil izlanuvchisi
Ibodullayevxabibullo25@gmail.com
Science ID: MQD-07260063
https://orcid.ogr/0009-0008-5306-117X
https://doi.org/10.5281/zenodo.23660626

Annotatsiya. Mazkur maqolada madaniy meros obyektlari negizida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishning iqtisodiy mazmuni va hududiy mehnat bozoriga ta’siri tadqiq etilgan. Madaniy meros obyektlari atrofida oilaviy mehmon uylari, milliy hunarmandchilik, gastronomik xizmatlar, gidlik, savdo va boshqa turistik xizmatlarni tashkil etish imkoniyatlari tahlil qilingan. Tadqiqotda oilaviy tadbirkorlikning mahalliy resurslardan foydalanish, oila a’zolarining iqtisodiy faolligini oshirish, xizmatlar qiymat zanjirini shakllantirish va daromad manbalarini diversifikatsiya qilishdagi o‘rni yoritilgan. Shuningdek, oilaviy biznesning iqtisodiy samaradorligini baholashda tushum, xarajat, qo‘shilgan qiymat, mehnat unumdorligi va yaratilgan ish o‘rinlari kabi ko‘rsatkichlardan foydalanish taklif etilgan. Tadqiqot natijasida madaniy meros obyektlari atrofida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun moliyaviy qo‘llab-quvvatlash, kasbiy tayyorgarlik, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish va mahalliy biznesni turizm qiymat zanjiriga integratsiya qilish bo‘yicha takliflar ishlab chiqilgan.
Kalit so‘zlar: madaniy meros, oilaviy tadbirkorlik, turizm, hunarmandchilik, oilaviy biznes, mahalliy iqtisodiyot, mehnat bozori, turistik xizmatlar, iqtisodiy samaradorlik.

Аннотация. В статье исследуется экономическое содержание развития семейного предпринимательства на базе объектов культурного наследия и его влияние на региональный рынок труда. Анализируются возможности организации семейных гостевых домов, национальных ремесел, гастрономических услуг, экскурсионного обслуживания, торговли и других видов туристских услуг вокруг объектов культурного наследия. Раскрывается роль семейного предпринимательства в использовании местных ресурсов, повышении экономической активности членов семьи, формировании локальных цепочек создания стоимости и диверсификации источников дохода. Предлагается оценивать экономическую эффективность семейного бизнеса с использованием таких показателей, как выручка, затраты, добавленная стоимость, производительность труда и количество созданных рабочих мест. По результатам исследования разработаны предложения по финансовой поддержке семейного предпринимательства, профессиональной подготовке, диверсификации туристских услуг и интеграции местного бизнеса в цепочки создания стоимости туризма.

Ключевые слова: культурное наследие, семейное предпринимательство, туризм, ремесленничество, семейный бизнес, местная экономика, рынок труда, туристские услуги, экономическая эффективность.

Abstract. This article examines the economic nature of family entrepreneurship based on cultural heritage sites and its contribution to regional labor markets. It analyzes opportunities for establishing family guesthouses, traditional handicrafts, gastronomic services, guiding, retail, and other tourism-related activities around cultural heritage sites. The study highlights the role of family businesses in utilizing local resources, increasing the economic activity of family members, developing local value chains, and diversifying household income sources. It also proposes assessing the economic efficiency of family enterprises through indicators such as revenue, costs, value added, labor productivity, and the number of jobs created. Based on the findings, recommendations are developed to strengthen financial support, professional training, tourism service diversification, and the integration of local family businesses into tourism value chains.

Keywords: cultural heritage, family entrepreneurship, tourism, handicrafts, family business, local economy, labor market, tourism services, economic efficiency.

KIRISH

Madaniy meros obyektlari nafaqat tarixiy va madaniy qadriyat, balki mahalliy iqtisodiy rivojlanish uchun muhim resurs sifatida ham namoyon bo‘ladi. Tarixiy obidalar, me’moriy majmualar, arxeologik yodgorliklar va an’anaviy madaniyat bilan bog‘liq maskanlar turistlar oqimini shakllantirish orqali ularning atrofida turli xizmat turlariga bo‘lgan talabni yuzaga keltiradi. Mazkur talabdan mahalliy aholi, xususan, oilaviy tadbirkorlik subyektlari samarali foydalanishi mumkin.

Oilaviy tadbirkorlikning o‘ziga xos xususiyati uning kichik hajmdagi kapital bilan boshlanishi, oila a’zolarining mehnat resurslaridan foydalanishi va mahalliy sharoitga tez moslasha olishidir. Turizm bilan bog‘liq oilaviy bizneslar mehmonlarni joylashtirish, ovqatlantirish, milliy taomlar tayyorlash, hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotish, gidlik hamda transport xizmatlari kabi ko‘plab yo‘nalishlarda faoliyat yuritishi mumkin.

O‘zbekistonda turizm va mehmondo‘stlik sohasidagi oilaviy bizneslarning rivojlanishi bo‘yicha tadqiqotlar bunday korxonalar mahalliy mehnat bozori va iqtisodiy faollik uchun muhim ekanini ko‘rsatmoqda. 2026-yilda e’lon qilingan tadqiqotlardan birida O‘zbekistondagi kichik oilaviy turizm bizneslarining rivojlanishi, ularning moslashuvchanligi va oilaviy aloqalarning biznes barqarorligidagi roli o‘rganilgan.[1]

Madaniy meros obyektlari negizida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish esa mazkur jarayonning alohida yo‘nalishi hisoblanadi. Chunki bu holatda oilaviy biznes oddiy xizmat ko‘rsatish faoliyati bilan cheklanib qolmay, hududning tarixiy-madaniy o‘ziga xosligini iqtisodiy qiymatga aylantirish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

MAVZUGA OID ILMIY-NAZARIY QARASHLAR

Oilaviy tadbirkorlik iqtisodiy adabiyotlarda oila a’zolarining kapitali, mehnati, boshqaruv tajribasi va ijtimoiy aloqalarini birlashtirgan tadbirkorlik shakli sifatida qaraladi. Uning samaradorligi nafaqat

korxonaning moliyaviy natijalari, balki oila daromadlarining barqarorligi, avlodlar o‘rtasida tajriba almashinuvi va mahalliy iqtisodiy munosabatlarning rivojlanishi bilan ham belgilanadi.

Turizm sohasida oilaviy bizneslarning ahamiyati ayniqsa yuqori. Chunki ko‘plab turistik xizmatlar katta ishlab chiqarish quvvatlarini talab qilmaydi. Oilaviy mehmon uyi, kichik ovqatlanish shoxobchasi, hunarmandchilik ustaxonasi yoki gidlik xizmati nisbatan kam kapital asosida tashkil etilishi mumkin.

O‘zbekiston turizmida oilaviy tadbirkorlikning mehnat bozoriga ta’siri bo‘yicha olib borilgan tadqiqotlarda oilaviy korxonalar ish bilan ta’minlash, iqtisodiy o‘sish va mahalliy jamiyatlar rivojiga hissa qo‘shishi qayd etilgan.[2]

UNESCOning barqaror turizm bo‘yicha tavsiyalarida ham mahalliy biznes va jamoalarni turizm faoliyatiga jalb etish, mahalliy mahsulot va xizmatlarni rivojlantirish hamda turizm qiymat zanjirida mahalliy iqtisodiy manfaatlarni kuchaytirish muhimligi ta’kidlanadi.[3]

Shu nuqtayi nazardan, madaniy meros obyektlari atrofida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish mahalliy resurslarni iqtisodiy aylanishga jalb qilishning samarali shakllaridan biri sifatida qaralishi mumkin.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotning metodologik asosini tizimli, institutsional va iqtisodiy yondashuvlar tashkil etadi. Madaniy meros obyektlari atrofida shakllanadigan oilaviy tadbirkorlik turizm, mehnat bozori va mahalliy iqtisodiyotning o‘zaro bog‘liq elementi sifatida ko‘rib chiqildi.

Tadqiqotda ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish, normativ-huquqiy hujjatlarni o‘rganish, qiyosiy tahlil, mantiqiy umumlashtirish va iqtisodiy samaradorlik ko‘rsatkichlarini baholash usullaridan foydalanildi. Oilaviy tadbirkorlik samaradorligini baholashda tushum, xarajatlar, sof daromad, qo‘shilgan qiymat, mehnat unumdorligi va yaratilgan ish o‘rinlari asosiy ko‘rsatkichlar sifatida qaraldi.

Iqtisodiy samaradorlikni quyidagi umumiy nisbat orqali ifodalash mumkin:

$$ES = (D - X) / X \times 100$$

bu yerda **ES** — iqtisodiy samaradorlik, **D** — faoliyatdan olingan daromad, **X** — faoliyatni amalga oshirish uchun sarflangan xarajatlar.

Mazkur yondashuv oilaviy biznesning faqat daromad keltirishini emas, balki sarflangan resurslarning iqtisodiy qaytimini ham baholash imkonini beradi.

Madaniy meros obyektlari negizida oilaviy tadbirkorlikning rivojlanish imkoniyatlari

Madaniy meros obyektlarining mavjudligi hududda turistik talabning shakllanishiga xizmat qiladi. Turistlar oqimi oshgan sari ularning ovqatlanish, joylashish, transport, savdo, ko‘ngilochar va madaniy xizmatlarga bo‘lgan ehtiyoji ham ortadi. Ushbu talabning bir qismini mahalliy oilaviy bizneslar qondirishi mumkin.

Oilaviy mehmon uylari ushbu yo‘nalishning eng muhim shakllaridan biridir. Tarixiy maskanlarga yaqin joylashgan xonadonlarda mehmonlarni qabul qilish orqali oilalar o‘z mavjud uy-joy resurslaridan iqtisodiy foydalanishi mumkin. Bunda turistik xizmat bilan birga mahalliy madaniyat va kundalik hayot tajribasini turistlarga namoyish qilish imkoniyati ham yuzaga keladi.

Hunarmandchilik ham madaniy meros obyektlari bilan bevosita bog‘liq oilaviy faoliyatlardan biridir. Kulolchilik, kashtachilik, zargarlik, yog‘och o‘ymakorligi, milliy kiyim va boshqa an’anaviy mahsulotlar turistlar uchun suvenir yoki madaniy tajriba sifatida qiziqish uyg‘otadi.

Oilaviy tadbirkorlikning yana bir muhim yo‘nalishi milliy gastronomiyani turizm xizmatlari bilan bog‘lashdir. Mahalliy taomlarni tayyorlash, gastronomik mahorat darslarini tashkil etish va oilaviy ovqatlanish xizmatlarini yo‘lga qo‘yish orqali mahalliy oshxona turistik mahsulotning tarkibiy qismiga aylanishi mumkin.

Oilaviy tadbirkorlikning iqtisodiy samaradorligi

Oilaviy tadbirkorlikning iqtisodiy samaradorligini faqat tushum miqdori bilan baholash yetarli emas. Oilaning o‘z mehnatidan foydalanishi, mavjud bino va jihozlarni biznesga jalb qilishi, mahalliy xomashyodan foydalanishi va marketing xarajatlarini optimallashtirishi kichik biznesning umumiy xarajatlarini kamaytirishi mumkin.

Bunday korxonalarda oilaviy mehnatning mavjudligi dastlabki bosqichda tashqi mehnat xarajatlarini qisqartiradi. Biroq biznes kengaygan sari professional xodimlarni jalb qilish, xizmatlar sifatini oshirish va boshqaruvni takomillashtirish zarurati paydo bo‘ladi. Shu sababli oilaviy biznesning samaradorligini baholashda mehnat unumdorligi va xizmat sifatini ham hisobga olish lozim.

Oilaviy turizm bizneslarining rivojlanish omillarini o‘rgangan yangi iqtisodiy tadqiqotlarda turizmga yo‘naltirilgan investitsiyalar oilaviy korxonalar sonining o‘sishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatishi aniqlangan. Mazkur tadqiqotda investitsiyalarning 1 foizga oshishi oilaviy korxonalar sonining taxminan 0,39 foizga ko‘payishi bilan bog‘liqligi ko‘rsatilgan.[4]

Ushbu natija madaniy meros obyektlari atrofidagi oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishda moliyaviy resurslardan foydalanish muhimligini ko‘rsatadi. Shu bilan birga, bunday bog‘liqlikni har bir alohida madaniy meros obyekti uchun avtomatik tarzda qo‘llash mumkin emas; hududning turistlar oqimi, infratuzilmasi va xizmatlar bozoridagi sharoitlari alohida baholanishi kerak.

Oilaviy biznes va yangi ish o‘rinlarini shakllantirish

Oilaviy biznesning iqtisodiy ahamiyati oila a’zolarining tadbirkorlik faoliyatiga jalb qilinishi bilan birga, faoliyat kengayishi natijasida qo‘shimcha mehnatga talab paydo bo‘lishida ham namoyon bo‘ladi. Dastlab oila doirasida tashkil etilgan kichik mehmon uyi yoki hunarmandchilik ustaxonasi keyinchalik xizmatlar hajmi oshishi bilan qo‘shimcha xodimlarga ehtiyoj sezishi mumkin.

Turizmning qiymat zanjiri keng bo‘lganligi sababli bir oilaviy korxonaning faoliyati boshqa iqtisodiy subyektlarga ham talab yaratadi. Masalan, mehmon uyi oziq-ovqat mahsulotlarini mahalliy ishlab chiqaruvchilardan xarid qilishi, hunarmandchilik ustaxonasi xomashyoni boshqa mahalliy tadbirkorlardan olishi, gidlik xizmati esa transport yoki ovqatlanish korxonalari bilan hamkorlik qilishi mumkin.

Shu sababli yangi ish o‘rinlarining iqtisodiy samarasi faqat oilaviy korxonaning ichki xodimlari soni bilan cheklanmaydi. U bilan bog‘langan ta’minot va xizmat ko‘rsatish zanjirida ham qo‘shimcha iqtisodiy faollik yuzaga keladi. Jahon banki turizmning mahalliy yetkazib beruvchilar, xizmatlar va kichik bizneslar bilan bog‘langan uzun qiymat zanjirlariga ega ekanini qayd etadi.[5]

Mahalliy mahsulot va xizmatlarni turizm qiymat zanjiriga integratsiya qilish

Madaniy meros obyektlari atrofida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishning muhim sharti mahalliy mahsulot va xizmatlarning turistik qiymat zanjiriga integratsiya qilinishidir. Turistlarga taklif etilayotgan xizmatlarning hududning tarixiy va madaniy xususiyatlari bilan bog‘lanishi ularning iqtisodiy qiymatini oshirishi mumkin.

Mahalliy hunarmandchilik mahsulotlarini turistlarga sotish oddiy chakana savdodan farqli ravishda madaniy tajriba elementini ham o‘z ichiga oladi. Mahsulotni tayyorlash jarayonini namoyish qilish,

ustaxonalarga tashrif buyurish va mahorat darslarini tashkil etish xizmatning qo‘shimcha qiymatini oshiradi.

UNESCO tomonidan ishlab chiqilgan barqaror turizm yondashuvlarida mahalliy mahsulotlar va xizmatlarni turizm qiymat zanjiriga kiritish, jamoa asosidagi madaniy korxonalarni rivojlantirish hamda mahalliy aholiga iqtisodiy imkoniyatlar yaratish muhim yo‘nalish sifatida ko‘rsatilgan.[6]

Bu yondashuv madaniy meros obyektlari joylashgan hududlarda oilaviy tadbirkorlikni oddiy xizmat ko‘rsatish shaklidan mahalliy iqtisodiy rivojlanish mexanizmiga aylantirish imkonini beradi.

Oilaviy tadbirkorlikning barqarorligi va rivojlanishi

Oilaviy biznesning uzoq muddatli samaradorligi uning tashqi iqtisodiy sharoitlarga moslashish qobiliyatiga ham bog‘liq. Turizm mavsumiyligi, turistlar oqimining o‘zgarishi, iqtisodiy inqirozlar va boshqa tashqi omillar kichik oilaviy korxonalar faoliyatiga sezilarli ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

O‘zbekistondagi kichik oilaviy turizm va mehmondo‘stlik bizneslarini o‘rgangan tadqiqot oilaviy aloqalar, o‘zaro qo‘llab-quvvatlash va avlodlararo bilim almashinuvi bunday korxonalarning moslashuvchanligini kuchaytirishi mumkinligini ko‘rsatgan.[7]

Madaniy meros obyektlari bilan bog‘liq oilaviy bizneslarda an’anaviy bilim va ko‘nikmalarning avloddan-avlodga o‘tishi alohida ahamiyatga ega. Hunarmandchilik, milliy taomlar tayyorlash, mahalliy tarix va urf-odatlar haqidagi bilimlarning saqlanishi biznesning iqtisodiy faoliyati bilan birga madaniy merosning nomoddiy jihatlarini ham qo‘llab-quvvatlaydi.

Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishning institutsional shartlari

Oilaviy tadbirkorlikning rivojlanishi uchun faqat turistlar oqimining mavjudligi yetarli emas. Moliyaviy resurslarga kirish, tadbirkorlik ko‘nikmalari, infratuzilma, raqamli marketing, huquqiy maslahat va kasbiy tayyorgarlik kabi omillar ham muhim ahamiyatga ega.

Mahalliy sharoitda oilaviy biznes subyektlarini turistik xizmatlar bozoriga kiritish uchun qisqa muddatli amaliy o‘quv dasturlarini tashkil etish maqsadga muvofiq. Bunday dasturlarda mehmonlarni qabul qilish, sanitariya talablari, narx belgilash, raqamli platformalardan foydalanish, xorijiy turistlar bilan muloqot va moliyaviy hisob yuritish kabi ko‘nikmalarni shakllantirish mumkin.

Moliyaviy qo‘llab-quvvatlash ham biznesning boshlang‘ich bosqichida muhimdir. Imtiyozli kreditlar, kichik grantlar va mikromoliyalashtirish mexanizmlari oilaviy korxonalarni tashkil etish uchun zarur bo‘lgan dastlabki kapitalni shakllantirishga xizmat qilishi mumkin.

OECDning turizm siyosati bo‘yicha yangi tahlillarida ham kichik va o‘rta bizneslar turizm sohasidagi iqtisodiy faoliyatning asosiy shakllaridan biri ekani, biroq ularning moliyaviy resurslarga kirish va malaka oshirish borasida muayyan cheklovlarga duch kelishi qayd etilgan.[8]

MUHOKAMA

Madaniy meros obyektlari atrofida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish hududiy iqtisodiyotning ichki imkoniyatlaridan foydalanishning amaliy vositalaridan biri bo‘lishi mumkin. Bunda asosiy e’tibor katta investitsion loyihalardan tashqari kichik va oilaviy bizneslarning turizm bozoridagi ishtirokini kengaytirishga qaratiladi.

Oilaviy bizneslarning afzalligi ularning mahalliy sharoitga moslashuvchanligi va mavjud resurslardan foydalanish imkoniyatidadir. Shu bilan birga, kichik bizneslarning moliyaviy imkoniyatlari cheklanganligi, marketing salohiyatining pastligi va xizmat sifatini standartlashtirishdagi qiyinchiliklar ularning rivojlanishini cheklashi mumkin.

Shuning uchun davlat va mahalliy boshqaruv organlarining vazifasi oilaviy biznes o‘rniga faoliyat yuritish emas, balki uning rivojlanishi uchun qulay institutsional muhit yaratishdan iborat bo‘lishi kerak. Madaniy meros obyektlari bilan bog‘liq tadbirkorlikda esa iqtisodiy manfaat va merosni muhofaza qilish talablari o‘rtasidagi muvozanat saqlanishi zarur.

NATIJALAR

Tadqiqot natijalari madaniy meros obyektlari atrofida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish bir vaqtning o‘zida bir nechta iqtisodiy natijalarni yuzaga keltirishi mumkinligini ko‘rsatadi. Xonadonlarning turistik xizmatlarga jalb qilinishi mavjud resurslardan samaraliroq foydalanish imkonini beradi, hunarmandchilik va gastronomiya esa mahalliy madaniy mahsulotlarning tijoriy qiymatini oshiradi.

Oilaviy bizneslarning turizm qiymat zanjiriga integratsiyalashuvi natijasida xizmat ko‘rsatish, savdo, oziq-ovqat, transport va hunarmandchilik o‘rtasidagi iqtisodiy aloqalar kuchayadi. Bu esa yangi daromad manbalarining shakllanishi va qo‘shimcha mehnatga talab paydo bo‘lishi uchun sharoit yaratadi.

Tadqiqot asosida oilaviy tadbirkorlikning iqtisodiy samaradorligini baholashda korxonaning daromadi bilan bir qatorda xarajatlar, qo‘shilgan qiymat, mehnat unumdorligi, mahalliy xomashyo ulushi va yaratilgan ish o‘rinlarini birgalikda hisobga olish taklif etiladi.

XULOSA

Madaniy meros obyektlari negizida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish hududiy iqtisodiy faollikni kuchaytirish va mahalliy resurslardan samarali foydalanishning muhim yo‘nalishlaridan biridir. Oilaviy mehmon uylari, hunarmandchilik, gastronomiya, gidlik, savdo va boshqa turistik xizmatlarning rivojlanishi mahalliy aholining iqtisodiy jarayonlardagi ishtirokini kengaytiradi.

Bunday tadbirkorlik shaklining muhim ustunligi oila a’zolarining mavjud mehnat va moddiy resurslarini iqtisodiy faoliyatga jalb qilish imkoniyatidir. Faoliyat kengaygani sari oilaviy biznes boshqa mahalliy xizmat ko‘rsatuvchilar va ishlab chiqaruvchilar bilan aloqaga kirishib, turizm qiymat zanjirining shakllanishiga hissa qo‘shadi.

Shu bilan birga, oilaviy tadbirkorlikning iqtisodiy samaradorligi avtomatik tarzda yuqori bo‘lmaydi. Uning natijadorligi turistlar oqimi, infratuzilma, moliyalashtirish imkoniyatlari, xizmat sifati, marketing va tadbirkorlik ko‘nikmalariga bog‘liq. Shu sababli oilaviy biznesni rivojlantirish siyosati moliyaviy yordam bilan cheklanmasdan, kasbiy tayyorgarlik, raqamli ko‘nikmalar, turistik qiymat zanjirlariga integratsiya va mahalliy mahsulotlarni targ‘ib qilish mexanizmlarini ham qamrab olishi lozim.

Madaniy meros obyektlari bilan bog‘liq oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishda iqtisodiy samaradorlik va madaniy merosni muhofaza qilish talablari birgalikda ko‘rib chiqilishi kerak. Ana shundagina oilaviy biznes turizm daromadlarini ko‘paytiruvchi faoliyat bo‘lish bilan birga, hududning iqtisodiy va madaniy rivojlanishiga xizmat qiluvchi barqaror mexanizmga aylanishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Matyakubov U., Matniyozov M., Allonazarov O., Nizamiev A., Filimonau V. Resilience through family bonds: exploring the adaptive capacity of small family businesses in tourism and hospitality // *Tourism Recreation Research*. – 2026.
2. Vafokulova M. Overview of Employment Generation of Family-Run Businesses in Tourism in Uzbekistan // *Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance*. – Vol. 6, No. 3.
3. UNESCO World Heritage Centre. *Sustainable Tourism Toolkit: Guide 4 – Engaging Local Communities and Businesses*. – UNESCO.
4. Pardayeva O. M. Econometric Modelling of Family Entrepreneurship Development in the Tourism Sector: Evidence from Uzbekistan. – 2026.
5. World Bank. *Tourism*. – Washington, DC: World Bank.
6. UNESCO. *Urban Solutions: Culture-driven Sustainable Urban Tourism*. – Paris: UNESCO, 2025.
7. Matyakubov U., Matniyozov M., Allonazarov O., Nizamiev A., Filimonau V. Resilience through family bonds: exploring the adaptive capacity of small family businesses in tourism and hospitality // *Tourism Recreation Research*. – 2026.
8. OECD. *OECD Tourism Trends and Policies 2026: Enhancing the Social Benefits of Tourism*. – Paris: OECD Publishing, 2026.
9. Pardayeva O. M. Family Entrepreneurship as a Driver of Employment in the Tourism Sector: Regional Disparities and Institutional Mechanisms in Uzbekistan. – 2026.
10. Pardayeva O. M. Developing Family-Based Entrepreneurship in Tourism through Eco-Tourism Routes: Evidence from the Samarkand Region of Uzbekistan // *World Economics and Finance Bulletin*. – Vol. 57. – 2026. – P. 51–56.