

**GASTRONOMIK TURIZM TURIZM INDUSTRIYASINING JADAL
RIVOJLANAYOTGAN INNAVATSION SOHASI SIFATIDA****Turdimuratov Yangiboy Allamuratovich**

t.f.b. falsafa doktori (PhD), dotsent

O'zbekiston davlat jismoniy tarbiya va sport universiteti.

E-mail: new_rich80@mail.ru**<https://doi.org/10.5281/zenodo.15449325>**

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizm industriyasining jadal rivojlanayotgan turlaridan biri bo'lgan gastronomik turizmning o'ziga xos xususiyatlari va bu haqida xorijiy olimlarning fikr-mulohazalari, uning yo'nalishlari, gastronomik turlarning maqsadli auditoriyasi, gastroturizmning paydo bo'lishi va rivojlanishiga ta'sir ko'rsatgan omillar, mazkur turizm turining mintaq va hudud iqtisodiyotiga ta'siri tahlil qiligan.

Kalit so'zlar: turizm, gastronomik turizm, gastronomiya, pazandachilik, taom, etno-kulinar, industrial-kulinar turizm, gurma, brovaj-turizm, kave-turizm.

Abstract. This article analyzes the features of gastronomic tourism, which is one of the rapidly developing types of tourism industry, and the opinions of foreign scientists on this matter, its directions, the target audience of gastronomic tours, the factors that influenced the emergence and development of gastronomic tourism, the impact of this type of tourism on the economy of the region and territory.

Keywords: tourism, gastronomic tourism, gastronomy, cooking, cuisine, ethno-culinary, industrial-culinary tourism, gourmet, eyebrow tourism, cave tourism.

Jahonda turizm sohasi faol o'zgarishlar, yangilanishlar va innovatsiyalarni boshdan kechirmoqda. Aniqrog'i, turizm industriyasining xarakteri va strukturasi o'zgarmoqda.

Ommaviy, standart va kompleks turizm o'rniga talabdan kelib chiqqan holda buyurtma asosidagi yangi turlar, yo'nalishlar kirib kelmoqda. Mazkur jarayon innovatsion xarakterga ega bo'lib, turizm globallashuv jarayoniga duchor bo'lmoqda, jumladan, bu jarayonga Shengen kelishuvi katta ta'sir ko'rsatdi. Odamlar sayohatlarda mintaqaviy xususiyatlar va madaniyatga asoslangan tajribani izlaydilar.

Ma'lumki, ko'pchilik odamlar pazandachilik san'ati durdonalarini juda yaxshi ko'rishadi.

Shubhasiz, ularni shahar tashqarisiga chiqmasdan milliy oshxonalarining restoran va kafelarida tatib ko'rish mumkin. Ammo tansiq taomlar, ichimliklar, shirinliklarning afzalliklarini chinakamiga baholash uchun zamonaviy turizm industriyasi ishqibozlar va taom shinavandalari uchun gastronomik turlar deb ataladigan sayohatlarni ishlab chiqdi. So'nggi yillarda gastronomik turizmning mashhurligi shunchalik oshdiki, u tor ixtisoslashgan qiziqishdan keng ko'lamli jahon harakatiga aylandi. Turizmning ushbu turining o'ziga xos xususiyati shundaki, dam oluvchilarga mamlakat yoki mintaqaning pazandachilik madaniyatini o'rganish va unga chuqur kirib borish imkoniyati yaratiladi.

Gastronomik turizm – mamlakat milliy taomlari, mahsulot va taomlarni ishlab chiqarish va tayyorlashning o'ziga xos xususiyatlari bilan tanishish, shuningdek, kasbiy bilimlarni o'rganish va oshirish maqsadida sayohat qilishdir. Bugungi kunda aynan gastronomik turizm turizmning eng tez rivojlanayotgan innovatsion sohalaridan biriga aylandi. Gastronomik tur esa taom va ichimliklarni tatib ko'rish, ularni tayyorlash texnologiyasi va jarayoni bilan tanishish, shuningdek, professional oshpazlardan ta'lim olishni o'z ichiga olgan maxsus tanlangan pazandachilik dam olish dasturidir [4].

Gastronomiya – bu madaniyat va oziq-ovqat o‘rtasidagi bog‘liqlikni o‘rganadigan fandır.

Gastronomiya turizmdagi yangi tendensiyalar bilan bog‘liq bo‘lgan barcha an‘anaviy qadriyatlarni o‘z ichiga oladi: madaniyat va an‘analarga, sog‘lom turmush tarziga, yangi tajribaga hurmat. Gastronomik turizm sayyohning milliy taomlar prizmasi orqali mamlakat va uning madaniyati bilan tanishishiga qaratilgan. Gastronomik turizm bir necha yo‘nalishga ega:

- qishloq joylariga sayohat;
- restoran sayohati;
- ta‘lim sayohati;
- ekologik sayohat;
- tadbirli sayohat;
- kombinatsiyalangan sayohat [9, 105].

Gastronomik turizmni sayyohlarni jalb qilish ob‘yekti sifatida oziq-ovqat va ichimliklarni rivojlantirish va targ‘ib qilishga qaratilgan turizm tarmog‘i sifatida ham ko‘rib chiqish mumkin.

So‘nggi yillarda gastronomiya ma‘lum bir hudud, uning madaniyati va turmush tarzi bilan tanishishning ajralmas qismiga aylandi. Milliy taomlar mahalliy madaniyat bilan tanishish usuli bo‘lib, mahalliy aholining xarakteri va mentalitetini aks ettiradi.

Gastronomik turizmning maqsadi sayyohlarni oziq-ovqat mahsulotlari, taomlar va ichimliklar bilan tanishtirishdir. Turistlarni oziq-ovqat mahsulotlari bilan tanishtirish – sanoat-gastronomik va agrogastromik turizm. Turistlarni taomlar bilan tanishtirish – etno-kulinar va industrial-kulinar turizm. Ichimliklar bilan tanishish – brovaj-turizm, kave-turizm [6, 37].

Gastronomik turlarning maqsadli auditoriyasiga quyidagilar kiradi:

- milliy taomlar orqali mamlakat madaniyati bilan tanishish istagida bo‘lgan sayyohlar;
- gurme sayyohlar. “Gurme” – ovqatga talabchan va nozik didli odam. Undan farqli o‘laroq, gurman shunchaki ko‘p va mazali ovqatlanishni yaxshi ko‘radigan odam. Adabiyotda ko‘pincha bu ikki tushuncha aralashtirib yuboriladi.
- ta‘lim olish va kasbiy ko‘nikmalarni egallash maqsadida pazandachilik turidan foydalanadigan sayyohlar (oshpaz, somele, barista, degustatorlar, restoratorlar);
- ushbu turistik yo‘nalishni o‘rganish maqsadida sayohat qiluvchi turistik firmalar vakillari [9].

Gastronomik turizm – u yoki bu joyning an‘anaviy taomlari bilan tanishish bo‘lib, u sayyohlar uchun emas, balki har qanday sayyoh uchun mavjud. Me‘morchilik, tasviriy san‘at va hatto tabiat go‘zalliklarini tomosha qilishdan haqiqiy zavqlanishdan ko‘ra, taom ta‘midan bahramand bo‘lish ko‘proq odamlar uchun mavjud bo‘lganligi sababli, kuchli gastronomik brendni yaratish, shubhasiz, sayyohlar oqimini ko‘paytirishning jiddiy omiliga aylanadi.

Pazandachilik sayohat yo‘nalishini tanlashning asosiy sababi bo‘lishi mumkin.

So‘nggi yillarda dunyoda gastroturizmning paydo bo‘lishi va rivojlanishiga ko‘plab omillar ta‘sir ko‘rsatdi:

- butun dunyoda televizion pazandalik dasturlari va shoularining ommalashuvi;
- bosh oshpazlarning dunyoga mashhur eng yaxshi restoranlarni sotib olishi;
- restoran biznesi modasining paydo bo‘lishi to‘lqinida zamonaviy ovqatlanish joylariga tashrif buyurish orqali jamiyatdagi imidj va maqomni saqlab qolish;
- aholining ovqatlanish masalalarida tajribali qismi uchun restoranlarga borishning qulayligi, odatiyligi va ommaviyligi;
- aholini oziq-ovqat mahsulotlarining ekologik tozaligi va sifati muammolari tashvishga solayotganligi;

-aholi daromadlarining o'sishi natijasida ovqatlanish va dam olish xarajatlarining oshishi;
-sog'lom turmush tarzining ommalashuvi [8].

Gastronomik turizmning o'ziga xos xususiyatlariga nafaqat uning ob'yektlarini, balki quyidagi omillarni ham kiritish mumkin:

1) mutlaqo barcha mamlakatlar pazandachilik turizmini rivojlantirish uchun shart-sharoitlarga ega va bu turizmning ushbu turining o'ziga xos xususiyatidir;

2) gastronomik turizm mavsumiy dam olish xususiyatiga ega emas, yilning istalgan fasli uchun mos turni tanlash mumkin;

3) gastronomik turizm u yoki bu darajada barcha turlarning tarkibiy elementi hisoblanadi.

Ammo turizmning boshqa turlaridan farqli ravishda milliy taomlar bilan tanishish gastronomik sayohatning asosiy motivi, maqsadi va asosiy elementiga aylanadi;

4) mahalliy xo'jaliklar va oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarni targ'ib qilish har qanday gastronomik turning ajralmas qismidir [7].

Gastronomik turizm bugungi kunda yetarlicha istiqbolli tadqiqot ob'yekti hisoblanadi.

Ushbu hodisani o'rganish bilan xorijiy va mahalliy olimlar shug'ullanmoqda.

Gastronomik turizmning asosini gastronomik brend tashkil etadi, uning mohiyati va tuzilishini tushunish ushbu turizm turining tasnifini ishlab chiqishda yordam berishi mumkin.

Ayniqsa, bugungi kunda ushbu masalaga ilmiy adabiyotlarda nisbatan kam e'tibor qaratilgan.

K.A. Balinin o'zining "Gastronomik turizmni diversifikatsiya qilish jihatlari" maqolasida ta'kidlashicha, gastronomiya – bu bugungi kunda nafaqat mashhurligi bilan, balki daromad manbai bo'lib xizmat qiladigan madaniyat sohasidir. Gastronomiya sayyohlik va moliyaviy oqimlarga ta'sir qiluvchi, barqarorlikni mustahkamlash va hududlarning barqaror rivojlanishi uchun muhim omil ham hisoblanadi [1, 98].

A.N. Veretennikov, Ye.A. Solomaxina, "Gastronomik turizm" maqolasi mualliflari gastronomik turizmning hozirgi holatini ko'rib chiqib, turizmning ushbu turining iqtisodiyotdagi muhim rolini ta'kidlaydilar [2]. Buni dunyoning turli mamlakatlaridagi gastronomik turizmni tavsiflash orqali tasdiqlaydilar. Ye.V. Yefremovanning fikricha, gastronomik sayohat nafaqat mahalliy oshxona bilan tanishish, balki ushbu mamlakat madaniyatini o'rganish va u haqidagi fikrni o'zgartirish uchun turtki bo'lib xizmat qiladi [8].

Shuni ta'kidlash kerakki, "gastronomiya" atamasini "pazandachilik" atamasidan farqlash kerak. "Pazandachilik" tushunchasi taom tayyorlash usullari va texnologiyalarining muayyan tizimini anglatadi. "Gastronomiya" va "pazandachilik" ta'riflarini tahlil qilib, shunday xulosaga kelish mumkinki, gastronomiya xomashyo (oziq-ovqat mahsuloti, ichimlik) deb ataladigan narsalar bilan, pazandachilik esa bu xomashyoni qayta ishlash yoki tayyorlash jarayonlari bilan shug'ullanadi. Shunga ko'ra, gastronomiya kengroq tushunchadir.

Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) o'zining gastronomik turizm bo'yicha hisobotida tashkilotning amaldagi a'zolari (156 ta mamlakat) o'rtasida o'tkazilgan so'rov natijalarini joylashtirdi. Mazkur so'rovnoma natijalariga ko'ra, respondentlarning 88,2 foizi gastronomiyani mintaqa brendi va imidjini belgilashda strategik element, atigi 11,8 foizi esa kam ahamiyatli jihat deb hisoblaydi.

Gastronomik turizmda dunyoning turli mamlakatlarida, shu jumladan O'zbekistonda o'tkaziladigan gastronomik festivallar alohida o'rin tutadi.

Gastronomik turizm turistik mintaqa brendining shakllanishiga, mintaqaning milliy-iqtisodiy holatiga ta'sir ko'rsatadi; oshpazlik sayohatlari va taomlar festivaliga tashrif buyurishning moliyaviy jihatlari mintaqa iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Bugungi kunda dunyoda turli mahsulotlar, oziq-ovqat va ichimliklarga bag'ishlangan yuzlab gastronomik festivallar o'tkazilmoqda. Oziq-ovqat va gastronomiya o'z-o'zidan iste'molchini birgalikda ijod qilishga jalb qilish, global va mahalliy madaniyatlar o'rtasidagi aloqani mustahkamlash va oziq-ovqat afsonalarini yaratish orqali innovatsiyalarni rag'batlantiruvchi ijodiy sohalar sifatida qaralishi mumkin. Bugungi kunda oziq-ovqat, gastronomiya, restoran biznesi va turizm atrofida sodir bo'layotgan ko'plab innovatsion jarayonlar ijodiy turizm tajribasi, gastronomik tadbirlar, gastronomik yo'nalishlar va yangi oshxonalar bilan tanishish bilan bog'liq [5].

Gastronomik sayyohning quyidagi turlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

1. Ekzistensial gastronomik sayyoh mahalliy va mintaqaviy oshxona va madaniyat haqida bilim olish maqsadida gastronomik taassurotlarni izlaydi; u taniqli moda restoranlaridan qochadi va fermalar va vino zavodlariga tashrif buyurishni, pazandachilik mahorat darslarida qatnashishni afzal ko'radi va hokazo.

2. Tajriba o'tkazuvchi gastronomik sayyoh innovatsion taomlar tortiladigan dizaynerlik kafe va restoranlarini izlaydi; uning gastronomik afzalliklari umumiy hayot tarziga, modaga va dolzarblikka mos keladi.

3. Dam oluvchi gastronomik sayyoh o'ziga tanish bo'lgan oziq-ovqat va ichimliklarni izlaydi; bu ko'proq konservativ turdagi sayohatchilar bo'lib, ko'pincha mustaqil ovqatlanadi va hashamatli restoranlardan qochadi; uning uchun gastronomiya sayohat paytida muhim rol o'ynamaydi.

4. Odatiy ishlardan qochgan gastronomik sayyoh sayohat davomida kundalik hayotdan, xarid qilish va butun oila uchun ovqat tayyorlashdan chalg'ishni xohlaydi; bu turdagi sayyoh taomlarning sifatiga emas, balki miqdoriga e'tibor qaratiladigan oddiy tarmoq restoranlarini afzal ko'radi [9, 108].

Ye.M. Zelenskaya "Turizm industriyasida gastronomik komponent" maqolasida gastronomiyani turizmning jadal rivojlanishi va innovatsion yondashuvlar hamda o'z mahsulotlari va xizmatlarining yangi raqobatbardosh afzalliklarini doimiy ravishda izlayotgan turizm bozori sub'yektlari o'rtasidagi raqobatning kuchayishi sharoitida hududning turizm faoliyatining asosiy jihati sifatida ko'rib chiqib, qiziqarli nuqtai nazarga ega [8]. Zelenskayaning fikricha, gastronomiya turistik mahsulotning jozibadorligini oshirishga qodir salohiyatga ega.

Uning afzalliklari orasida quyidagilarni ta'kidlaydi: hudud va gastronomik mahsulotlarning raqobatbardosh salohiyatini oshirish; mahalliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish; globallashtirish va unifikatsiya hodisalariga moslashuvchanlik; turistik faoliyatning ekologik oqibatlarini kamaytirish, uning daromadlilikini oshirish; sayyohlar oqimini ko'paytirish va boshqalar.

M.S. Vorobyova va N.Ye. Nexayev "Gastronomik turizm tushunchalari va xususiyatlari" nomli maqolasida gastronomik turizmning o'ziga xos xususiyatlariga quyidagilarni kiritadilar:

- ko'plab mamlakatlarda turizmning ushbu turini rivojlantirish uchun shart-sharoitlar mavjud;

- gastronomik turizm mavsumiy dam olish xususiyatiga ega emas, mijoz yilning istalgan fasli uchun mos turni tanlashi mumkin;

-u yoki bu darajada turizmning ushbu turi barcha turlarning tarkibiy elementi hisoblanadi, ammo turizmning boshqa turlaridan farqli o'laroq, milliy taomlar va dunyoning boshqa hech qayerida uchramaydigan taomlar bilan tanishish gastronomik sayohatning asosiy motivi, maqsadi va elementiga aylanadi;

-mahalliy xo'jaliklar va oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirish [3].

Gastronomik turizm til, din bilan bir qatorda madaniyatlararo o'zaro ta'sir, madaniy xilma-xillikni hurmat qilish vositasi sifatida qaraladi. Quyidagilar gastronomik turizm ob'yektlari hisoblanadi:

1)Oshxonasi butun dunyoga mashhur bo'lgan mamlakatlar (Xitoy, Fransiya, Italiya, Yaponiya, Ispaniya).

2)Ushbu hududda ishlab chiqarilgan mahsulotlar bilan mashhur bo'lgan hududlar.

Masalan, Fransiyaning Appellation d'Origine Controle (mahsulotlarning ishlab chiqarilgan joy nomi) tasnifiga kiruvchi Bordo, Elzas, Burgundiya, Shampän kabi hududlari o'z vinolari bilan mashhur.

3)"Restoran shaharlari" deb nomlangan turli xil gastronomiya, yo'nalishlar va formatlarni ifodalovchi muassasalarning mavjudligi. Masalan, Nyu-York, London, Parij, Tokio, Rim, Gonkong, Barselona va boshqalar.

4)Oshxonasining sifati va ekskluzivligi, noodatiy menyusi yoki "eng yaxshi" maqomi bilan ajralib turadigan alohida restoranlar (masalan, "Mishlen" restoran gidining uchta yulduzi egalari: Rimdagi "La Pergola" (Italiya), Brey shahridagi "Fat Dak" va boshqalar).

5)Pazandachilik mahsulotlari bilan shuhrat qozongan korxonalar. Masalan, Shveysariyadagi dunyodagi eng yirik shokolad ishlab chiqaruvchi "Alproze" fabrikasi va Germaniyaning Yuqori Bavariyadagi mashhur "Andeks" va "Ettal" monastir pivo zavodlari.

6)Pazandachilik va gastronomiya yo'nalishlari bo'yicha ta'lim xizmatlari ko'rsatuvchi muassasalar. Masalan, "La Cordon Bleu" fransuz oshpazlik san'ati akademiyasi, Italiya oshxonasi oliy maktabi (Italian Cuisine High School).

Gastronomik turizm bozorida Italiya, Fransiya, Ispaniya kabi Yevropa davlatlari yetakchilik qilmoqda. Sharq taomlarining mashhurligi va talabining o'sish tendensiyasi kuzatilmoqda. Dunyoning qolgan mintaqalarida ham gastronomik turlarga talab katta. Ular orasida AQSH, Avstraliya va Yangi Zelandiyani qayd etish mumkin. Turizmning ushbu turiga bo'lgan talab gastronomik turlarni rivojlantirish uchun tobora ko'proq xalqaro dasturlar ishlab chiqilayotganligi bilan tasdiqlanadi.

Turistik bozorda buyurtma, paketli gastronomik turlar ajratiladi. Gastronomik turlarning eng katta qismi Yevropada (Fransiya, Italiya, Portugaliya, Germaniya) jamlangan. Aynan shu yerda turli xil masalliqlardan foydalangan holda taom tayyorlashning ko'p asrlik an'analari saqlanib qolgan.

Gastronomiyaning o'ziga xos o'rmini nufuzli xalqaro tashkilotlar ham ta'kidlaydi. Shunday qilib, YUNESKO Meksika oshxonasi, O'rta yer dengizi parhezi va fransuz oshxonasini, o'zbek oshini jahon nomoddiy madaniy merosi ro'yxatiga kiritdi. Shuningdek, ushbu tashkilot tanlov o'tkazib, eng yaxshi gastronomik shaharni aniqlaydi. Bunday faxriy unvon bilan Kolumbiyaning Popayan, Xitoyning Chendu (mashhur Sichuan oshxonasining poytaxti) va Shvetsiyaning Estersund shaharlari taqdirlandi.

Jumladan, O'zbekiston Respublikasi ham o'zining betakror milliy taomlari, mehmondo'stlik an'analari bilan gastroturizmi rivojlantirish salohiyatiga ega.

O'zbek taomlari Sharqdagi eng boy taomlardan biri bo'lsa kerak. Buyuk Ipak yo'lining savdo karvon yo'llarida joylashgan O'zbekiston ko'p asrlar davomida turli mamlakatlarning eng qiziqarli va g'ayrioddiy taomlarini o'z ichiga olgan. O'zbekiston hududida gastronomik turizmni rivojlantirish orqali dunyoning turli mamlakatlaridan ko'plab sayyohlarni jalb qilish mumkin.

Shuningdek, respublikamiz o'zining milliy taomlari, vinochiligi, turli oziq-ovqat mahsulotlari, poliz ekinlari, asalini dunyoning turli mamlakatlaridan kelgan mehmonlar bilan baham ko'rishi mumkin.

Ta'kidlash joizki, etnoturizm ko'p qirrali hodisa bo'lib, uning bugungi kunda tobora ommalashib borayotgan shakllaridan biri gastronomik turizm hisoblanadi. Bu katta rivojlanish istiqboliga ega bo'lgan turizmning yangi turidir. Gastronomik sayohatlarning maqsadi ma'lum bir mamlakat, ma'lum bir xalq oshxonasining o'ziga xos xususiyatlaridan bahramand bo'lish bilan birga, bu maqsad ba'zi noyob, ekzotik taomlarni tatib ko'rish yoki son-sanoqsiz taomlarni sinab ko'rish bilan tugamaydi. Asrlar davomida mahalliy aholining an'analari va urf-odatlarini, taomlarni tayyorlash madaniyatini o'zlashtirgan mahalliy retseptdan bahramand bo'lish muhimdir [11].

Gastronomik turizm davlat iqtisodiyotining yetarlicha daromad keltiruvchi sohasi ekanligini ko'rsatdi va hatto ilgari gastronomik madaniyati haqida oddiy odamga hech narsa ma'lum bo'lmagan mamlakatlar ham uni rivojlantirishga kirishgani bejiz emas. O'rta yer dengizining ko'plab mamlakatlari milliy taomlarni ommalashtirishga kirishdi. Shu bilan birga, milliy taomlarning aniq ta'rifi yo'qligi kabi qiyinchiliklar ular uchun to'siq bo'lmaydi. Ba'zi mamlakatlarning umume'tirof etilgan brendlari turizm sohasi uchun juda yaxshi ishlaydi.

Bugungi kunda gastronomik turizm bevosita aloqador bo'lgan yangi iqtisodiyot – taassurotlar iqtisodiyoti haqida gapirish mumkin. Zamonaviy jamiyatda afzalliklar o'zgarib, gastronomik turizm jadal rivojlanmoqda. Turizmning ushbu turi hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga, jumladan, qo'shimcha ish o'rinlarini yaratishga, ayrim mahsulotlarni ishlab chiqarishni saqlab qolish yoki ochish, shuningdek, ularni sotishga, hududlarni brendlash, turistik oqimlarni jalb qilishga yordam beradi.

REFERENCES

1. Балынин, К. А. Аспекты диверсификации гастрономического туризма // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11, № 1 (71). – С. 97–108.
2. Веретенников А.Н., Соломахина Е.А. Гастрономический туризм // Экономика. Инновации. Упр. качеством. 2016. № 2(15). – С. 36-38.
3. Воробьева М.С., Нехаева Н.Е. Понятия и особенности гастрономического туризма // Тенденции развития науки и образования. 2017. № 32-3. – С. 45-49.
4. Вульф Эрик «Что такое гастрономический туризм» // <http://www.worldoftravel.org/what-is-food-tourism>.
5. Грег Ричардс «Еда и туристский опыт», Журнал UNWTO: Global Report on Food Tourism, 2012. – С. 20-21
6. Драчева У.Л., Христов Т.Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы // Рос. регионы: взгляд в будущее. 2015. № 3 (4). – С. 36-50.
7. Yeoman Y. Why food tourism is becoming more important? – URL: <http://www.hospitalitynet.org>.

8. Ефремова Е.В. Гастрономический туризм в контексте продвижения национальных идей и традиций // Глобализация и русский мир: сб. ст. участников Всерос. науч.-практ. конф. – Н. Новгород: Интерконтакт, 2016. – С. 90-94.
9. Зеленская Е.М. Гастрономический компонент в индустрии туризма // Вестн. Север. (Аркт.) федер. ун-та. Серия: Гуманитар. и социал. науки. 2015. № 3. – С. 110-117.
10. Иванов В.Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туристической индустрии // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2018. Т. 3, № 2. – С. 105-113.
11. Турдимуратов Я. А. XX асрда Сурхон-Шеробод вохдси ареал хужалик маданияти (чорвачилиги мисолида). – 2019.
12. Turdimuratov Y. O 'zbekistonda etnosportni ommalashtirish va rivojlantirishning asosiy yo 'nalishlari //Sport ilm-fanining dolzarb muammolari. – 2023. – Т. 1. – №. 2. – С. 125-128.
13. Turdimuratov Y. A. NATIONAL VETERINARY MEDICINE IN TRADITIONAL UZBEK LIVESTOCK BREEDING //Theoretical & Applied Science. – 2019. – №. 3. – С. 468-471.
14. Allamuratovich T. Y. Ethnosport: Concept, Theory and Development //International Journal of Scientific Trends. – 2025. – Т. 4. – №. 2. – С. 88-94.