



## TURIZMDA GOSTRONOMIK SHAXARLAR RIVOJLANISHIGA DOIR

Gavharoy Isroiljon qizi

ADChTI, F.f.f.d.

gavharoy7575@mail.ru; +998914889545

<https://www.doi.org/10.37547/ejsspc-v03-i02-p1-38>

### ARTICLE INFO

Received: 06<sup>th</sup> February 2023

Accepted: 16<sup>th</sup> February 2023

Online: 17<sup>th</sup> February 2023

### KEY WORDS

Gastronomik turizm,  
konsepsiya, Gastronomik  
shahar, sayyohlik  
infratuzilmasi, validatsiya,  
innovatsiya, taomnoma, milliy  
taom.

### ABSTRACT

*Ushbu maqolada shahar Gastronomik turizmi shahri shakllantirish, gastronomik sayyohlik infratuzilmalarini yaratish, O'zbekistonda Gastronomik turizmining konsepsiyasini ishlab chiqish, gastronomik turizm yo'nalishida turli tadbirlarlar tahlil etilib, Gastronomik turizm sotsio-linguistik jihatdan tahlil qilingan.*

**KIRISH.** Dunyo miqyosida olib qaralganda turizmning turi ko'p. E'lon qilingan ilmiy tadqiqotlarimizda turizmning 20 ta turini e'tiboringizga taqdim etganmiz va biznes turizm turiga ko'proq to'xtalgan edik. Bugungi tadqiqotlarimiz Gastronomik turizmga bag'ishlanadi. Mamlakatimizga turistlar turli maqsadlarda tashrif buyurishadi. Jumladan, qadimiy obidalarimizni ziyorat qilish, turli urf-odat an'analarimizni o'rganish, tabiiy xushmanzara joylarda hordiq chiqarish va albatta ishtahani qitiqlovchi bir-biridan mazali va ko'rkam milliy taomlarimizdan tatib ko'rish maqsadida. Tuzilganiga ko'p bo'lmagan O'zbekiston Gastronomik Turizmi Assotsiatsiyasi o'z oldiga mamlakatimizning jahon gastronomik turizmi bozoridan munosib o'rin egallashiga hissa qo'shish, jahon miqyosida keng ommalashgan gastronomik sayyohlik infratuzilmalarini yaratish, O'zbekiston Gastronomik turizmining konsepsiyasini ishlab chiqish, gastronomik turizm yo'nalishida turli tadbirlar, jumladan, ko'rgazma, festival, forum, seminar, ilmiy anjuman, davra suhbat, tanlov va shu kabi boshqa tadbirlarni tashkil etishni maqsad qilib qo'ygan.

Xo'sh, bu borada Assotsiatsiyada ishlar qanday olib borilmoqda. – Gastronomik turizm o'zi nima? O'zbekiston Gastronomik Turizm bozoriga kira oladimi? kabi savollarga O'zbekiston Gastronomik turizmi assotsiatsiyasi raisi Gulnoza ODILOVA quyidagicha javob bergan edi. “ – Bir narsaning farqiga borish vaqti keldi. Ya'ni, yurtimizga kelgan sayyohning turli taomlarni tatib ko'rish va gastronomik turizm o'rtasidagi farqni. Gastronomik turizm tom ma'noda ovqat turizmi hisoblanadi. Ya'ni yurtimizga gastronomik turizm bo'yicha tashrif buyuradigan sayyoh aynan milliy, qadimiy va ko'cha taomlarini tatib ko'rish uchun, ularning tayyorlanish sirlarini o'rganish uchun keladi. Afsuski, bu industriyaga endi kirib borayotgan paytimizda pandemiya imkoniyatlarimizni chegaralab qo'ydi. Viloyatlararo gastroturlarning xaritalari, gastronomik tur yo'nalishlarini tashkil etayotgan edik. Biroq hozir ham harakatdan



to'xtaganimiz yo'q, karantin sharoitida mutaxassislarning malakasini oshirish bo'yicha loyihalarni amalga oshirmoqdamiz".

Gastronomik turizmni rivojlantirish uchun Respublikamizda barcha imkoniyatlar yetarli, milliy va qadimiy oshxonamizning rang-barangligi sayyohlarni o'ziga jalb eta oladi. Prezidentimiz Parlamentga murojaatnomasida nodavlat notijorat tashkilot(NTT)larning sherikchilik asosida turli loyihalarni amalga oshirish lozimligini aytib o'tgandilar. O'zbekiston Gastronomik turizmi assotsiatsiyasi 2019-yil O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlis huzuridagi NNT va fuqarolik jamiyatining boshqa institutlarini qo'llab-quvvatlash jamoat fondi tomonidan o'tkazilgan tanlovda ishtirok etib, turizmning tarixiy-ilmiy, ekologik, faol, gastronomik va boshqa turlarini xorijiy auditoriya o'rtasida ommalashtirish orqali O'zbekistonning sayyohlik hamda madaniy-tarixiy jozibadorligini kuchaytirish yo'nalishidagi "gastrotourism.uz" saytini yaratish, ommalashtirish va O'zbekistonning gastronomik jozibadorligini oshirish" nomli loyihasi bilan g'oliblikni qo'lga kiritgan edi. Fond mablag'lari asosida O'zbekistonning gastronomik jozibasini targ'ib etuvchi "gastrotourism.uz" sayti yaratildi. Sayt dizayni va kontentlari to'ldirildi. Saytda xorijlik sayyohlar uchun O'zbekistonga tashrif chog'ida tatib ko'rish kerak bo'lgan brend taomlar haqida o'zbek, ingliz va rus tillarida ma'lumotlar kiritildi. Sayt targ'ibotiga bag'ishlangan 33 ta info-javon va O'zbekiston Gastronomik turizmi targ'ibotiga oid bukletlar tayyorlandi hamda Qoraqalpog'iston turizm departamenti bilan Nukus xalqaro aeroportida joylashgan "Turistik axborot markazi", I.V.Saviskiy nomidagi davlat san'at muzeyi, "Tashkent" va "Jipek joli" mehmonxonalari, O'zbekiston Mehmonxonalari assotsiatsiyasi bilan hamkorlikda Toshkent shahridagi Residence Park Hotel Tashkent, Tourist Inn Hotel, Corner Hotel Tashkent, Sayyoh Hotel mehmonxonalarning mehmon kutish joylari (resepshn)ga joylashtirildi. Qolgan info-javonlar bosqichma-bosqich viloyatlardagi karantindan so'ng ochilayotgan mehmonxonalarga joylashtirilishi rejalashtirilmoqda. Shuningdek, 2020-yil mazkur fondning ijtimoiy sheriklik loyihasi g'olibi bo'ldi. Mazkur loyiha O'zbekistondagi umumiy ovqatlanish korxonalarida xizmat ko'rsatuvchi ofitsiantlarning onlayn malakasini oshirishga qaratilgan.

**METOD.** Tadqiqot mavzusini yoritishda differentsial-semantik va komponentli tahlil, shuningdek, konseptual, qiyosiy, distributiv, transformatsion va lingvostatik usullardan foydalaniladi.

**MUHOKAMA VA NATIJA.** Gastronomik turizm sohasida "Validatsiya" termini mavjud. Ushbu termin mazmuni "Validatsiya" bu - muayyan pazandachilik sohasida faoliyat yuritgan mutaxassislik diplomiga ega bo'lmagan fuqaroni texnik talablar bo'yicha sinovdan o'tkazish va bu jarayonda oziq-ovqat xavfsizligi bo'yicha malakasini oshirishdan iborat.

Bugungi kunda Yevropa turizmning jadal maqsadlariga erishishda Gastronomik shaharlar hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligi iqtisodiyotning yetakchi omili bo'lib turibdi. Turli turistik imkoniyatlar aralashmasi va resurslardan foydalanish bilan Gastronomik shahar murakkabligi, xizmat siyosati va bilim yuqoriligi, ijtimoiy birdamlik va iqtisodiy yuksalishning kalitini beradi. Ma'lumki, xilma-xillik gastronomiya va gastronomik turizm sohasida vosita bo'lishi mumkin. Boshqa tarmoqlar va resurslarni safarbar qilish, shaharlarning umumiy rivojlanishiga hissa qo'shish imkoniyati bilan tajriba va uning jozibadorligini oshirish mamlakat iqtisodiyotini rivojida yetakchi o'rin tutadi. Gastronomik shaharlar loyihasi taklif qilinganda asosan milliy kalorit va resurslar o'rni beqiyos.



Shaharlarda gastronomik turizmni rivojlantirishda innovatsion yondashuv quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- 1) *Tadbirkorlik va kichik va o'rta biznesni rivojlantirishga yordam beruvchi mehmondo'stlik sektori va shahar rivojlanishi uchun vosita sifatida bandlikni ta'minlaydi;*
- 2) *Turizm shaharning umumiy tajribasi va uning hayotini ko'paytiruvchi effektlar sifatida madaniyat, savdo, urbanizm, qo'shimcha xizmatlarni rivojlantirishga katta hissa qoshadi;*
- 3) *Strategik hamkorlik kelishuvlari talabga asoslangan va integratsiyalashgan yondashuv, innovatsiyalar va bilimlar iqtisodiyotini takomillashtirish, Halqaro hamkorlik tashkilotlari kun tartibi tamoyillariga rioya qilish talab etiladi.*
- 4) *Gastronomiya iqtisodiy faoliyatning shahar klasteri sifatida hissa qo'shadi va o'sish, ish o'rinlari va raqobatbardoshlikni oshiradi.*
- 5) *Mahalliy xomashyo ishlab chiqaruvchilarni, asosan, asosiy sektorni qo'llab-quvvatlash uchun asos kuchli va barqaror qishloq xo'jaligi va oziq-ovqat sanoatini rivojlantirish global miqyosda raqobatlasha oladigan baza yaratadi;*
- 6) *Gastronomiya "Innovatsiyalar ittifoqi asosini takomillashtirish uchun flagmani sifatida ta'minlash uchun tadqiqot va innovatsiyalar uchun sharoitlar va moliyadan foydalanish imkoniyati innovatsion g'oyalarni yaratadigan mahsulot va xizmatlarga aylantirish mumkin.*

Gastronomik shaharlar loyihasining gastronomiya va gastronomik turizm haqida tushuncha berishdan boshlash mumkin. **Gastronomiya** so'zi *Gastronomik turizm, yoki oshxona turizmi, turizmning asosiy turlaridan biri bo'lib, asosiy maqsadi, sayyohlarning ma'lum bir mamlakatga, sayohat qilishi asnosida, o'sha davlatning milliy oshxonasi va ovqatlanish madaniyati bilan ham, yaqindan tanishishidir.* Gastronomik sayyoh, birinchi navbatda, madaniyatning ajralmas qismi hisoblangan, milliy va an'anaviy taomlarni, tayyorlash jarayoni, dasturxonga tortish usullari, ovqatlanish tartibi va pozitsiyalarini, ko'rish va bilish barobarida, sayohat qilayotgan davlatining, tarixini, iqtisodiyotini, davlat siyosati hamda mahalliy aholining e'tiqodlarini o'rganadi. Ozbekistonda bu kabi shahar loyihasi ilk marotaba Buxoroda ochilgani hamamisa ma'lum. Evropada va ba'zi mamlakatlarda gastronomik shaharga juda aniq va chuqur tavsif berish yaxshi amaliyot sifatida Burgos gastronomik turizm modeli bo'ysunadi va hamkor shaharlarga o'tkazish amalga oshiriladi. Bu qabul qilishdagi mavjud vaziyatning tavsifini keltiradi, hamda Burgosning yaxshi amaliyotini qanday o'tkazish mumkinligini ko'rish uchun shaharlarni o'rganish ham olib keladi.

Ho'sh, Gastronomik turizm, ko'cha yoki shahar nima o'zi? Gastronomik turizm, yoki oshxona turizmi, turizmning asosiy turlaridan biri bo'lib, asosiy maqsadi, sayyohlarning ma'lum bir mamlakatga, sayohat qilishi asnosida, o'sha davlatning milliy oshxonasi va ovqatlanish madaniyati bilan ham, yaqindan tanishishidir. Gastronomik sayyoh, birinchi navbatda, madaniyatning ajralmas qismi hisoblangan, milliy va an'anaviy taomlarni, tayyorlash jarayoni, dasturxonga tortish usullari, ovqatlanish tartibi va pozitsiyalarini, ko'rish va bilish barobarida, sayohat qilayotgan davlatining, tarixini, iqtisodiyotini, davlat siyosati hamda mahalliy aholining e'tiqodlarini o'rganadi. Gastronomik turizm, odatda ikki turga bo'linadi:

- 1) *Agroturizm, dala (qishloq) gastronomik turizmi; Sayohat qilayotgan davlatning, ekologik toza mahsulotlari (meva va sabzavotlar, poliz mahsulotlari, uzumchilik) ni, hosilini yig'ish yoki qadoqlashni o'z ko'zi bilan ko'rish va mahsulotlarni ta'tib ko'rish tushiniladi.*



2) *Shahar gastronomik turizmi*, mahalliy mahsulotlarni qayta ishlaydigan va ishlab chiqaradigan korxonalar, milliy taomlar tayyorlaydigan ovqatlanish shaxobchalarida, oziq-ovqat do'konlariga va boshqa ob'yektlarga, tashrif buyurib, ularni o'rganish va ta'tib ko'rishni o'z ichiga oladi.

Anglashiladiki hozirgi vaqtda, dunyoning ko'p mamlakatlarida, gastronomik turizm rivojlangan bo'lib, masalan:

- 1) *Fransiya va Bolgariya davlatlaridagi uzumchilik va vinochilik sohasiga sayohatlar*,
- 2) *Gollandiya, Shveysariya va Italiya davlatlaridagi pishloqchilik faoliyatini o'rganish va ta'tib ko'rish sayohatlari*.
- 3) *Germaniya, Avstriya, Belgiya, Chexiya davlatlaridagi pivochilikga ixtisoslashgan sayohatlar shular jumlasidandir!*

Mamnuniyat bilan shuni ta'kidlashimiz joizki, O'zbekistonda ham gastronomik turizm asta sekin rivojlanmoqda, buning korinishlarini milliy taomlar (polov, norin kabi) hunarmandchiliklar (pichoqchilik, kovish-maxsi, mato to'qish kabi) da ko'rishimiz mumkin. Gastronomik turizmda sayyohlarni quyidagi termin bilan nomlashimiz mumkin: *Gastronomik sayyohlar; odatiy sayyohlikdan zerikkan sayyoh; Ovqatlanish ratsioniga o'zgartirish kiritayotgan sayyoh; Gurmanlar (oziq-ovqatlarni baholovchi va ta'tib ko'ruvchilar); kasb-kori gastronomiya bilan bog'liq mutaxassislar (restoratorlar, oshpazlar, umumiy ovqatlanish korxonalarini xodimlari); sayyohlik agentlari (sayyohlik turlari tashkil qilishlari uchun, milliy taomlarni o'rganadilar)* kabilar.

“Yevropa gastronomiyasi va u bilan bog'liq an'analar va mahsulotlarda yuqori Yevropaning barqaror imidji va profilini mustahkamlash uchun potentsial

va yuqori sifatli sayyohlik maskani mavjud”, dedi ijrochi direktor janob Santander. Yevropa Sayohat Komissiyasi (ETC- European touristic commission). Destinatsiyadagi barcha manfaatdor tomonlar mahalliy rag'batlantirish uchun gastronomiya muhimligini anglash, mintaqaviy va milliy iqtisodiyotni rivojlantirish va turizmni diversifikatsiya qiladi. Bu borada bandlik, madaniy rivojlanish va hamkorlikka ijobiy ta'sir ko'rsatadi va borar joyini umumiy idrok etish va imidjini yaxshilashga yordam beradi. Bundan tashqari, gastronomiya mahalliy qadriyatlarga asoslangan ahloqiy va barqaror qadriyatlarni: mahsulotlar, madaniyat, turmush tarzi va landshaftlarni o'z ichiga oladi. Madaniyati va turmush tarzi bilan tanishish uchun ajralmas element turizm tendentsiyalari: madaniyat va an'analarga hurmat, sog'lom turmush tarzi, haqiqiylik, barqarorlik, tajriba... va hokazo; maqsad va shuning uchun yangi hudud bilan bog'liq barcha an'anaviy qadriyatlarni o'zida mujassam etgan Gastronomiyaga aylandi. [QUAN, S. & WANG, N. 2004, “Towards a structural model of the tourist experience: An illustration from food experiences in tourism” *Tourism management*, vol. 25, no. 3, pp. 297-305.]

Shaharlarni tanlashda gastronomiyaning bu yetakchi roli sayyohlik yo'nalishi yuqori narxlarga sifatli mahalliy mahsulotlar va oziq-ovqat turizmi uchun alohida bozorni birlashtirish asoslangan gastronomik taklifning o'sishiga olib keladi.

Adabiyotda ishlatiladigan gastronomik turizmning eng ko'p qo'llaniladigan ta'riflaridan biri Xoll va Sharples [2003] tomonidan taklif qilingan, unga ko'ra oziq-ovqat turizmi gastronomik mintaqaga dam olish yoki ko'ngil ochish uchun eksperimental sayohatdir.



Oziq-ovqatning asosiy va ikkilamchi ishlab chiqaruvchilariga tashrif buyurishni o'z ichiga olgan maqsadlar, gastronomik festivallar, oziq-ovqat yarmarkalari, tadbirlar, dehqon bozorlari, pazandachilik shoulari va o'rgazmalar, sifatli oziq-ovqat mahsulotlarini tatib ko'rish yoki tegishli turistik faoliyat.

Bundan tashqari, bu tajribali sayohat ma'lum bir turmush tarzi tajriba o'tkazish, turli madaniyatlardan o'rganish, turizm bilan bog'liq sifatlar yoki xususiyatlarni bilish va tushunish mahsulotlar, shuningdek, o'sha hududda ishlab chiqarilgan oshpazlik ixtisosliklari orqali iste'molni egallashni o'z ichiga oladi.

Shunday qilib, yuqorida aytib o'tilganlarning barchasi asosiy sabab bo'lsa yoki tashrif buyuruvchilarni ma'lum bir joyga yoki hech bo'lmaganda muhim joyga sayohat qilish uchun motivatsiya gastronomik turizm tajribasida ko'rib chiqiladi:

Hall, Rand va boshqalar [2003] va Bertella [2011] oziq -ovqat sanoati rivojlanmoqda, deb quyidagilarni taklif qiladi. Turizm uchun oziq-ovqat tajribasi jozibador rivojlanish strategiyasi bo'lishi mumkin, chunki oziq-ovqat turizmi eng yuqori daromadli turizm sifatida qabul qilinadi va turizm xarajatlarini oshirishi mumkin. Bundan tashqari, turizm uchun oziq-ovqat tajribasi quyidagilar bilan belgilanadi, sanoat va yordamchi xizmatlar shu bilan iqtisodiy o'sishni kamaytirmaydi:

- 1) bir nechta rivojlanish muqobillari bilan qishloq iqtisodiyotini diversifikatsiya qila oladi;
- 2) ko'p mehnat talab qiladi va ish o'rinlari yaratadi;
- 3) hududiy jozibadorlikka hissa qo'shish va shu orqali barcha jihatlarni mustahkamlash;
- 4) iqtisodiyot, mahalliy atrof-muhit va madaniy merosni saqlash;
- 5) mahalliy o'ziga xoslik va jamiyat tuyg'usini mustahkamlash;
- 6) turizm mavsumini uzaytirishi mumkin, odatda katta yangi investitsiyalarni talab qilmaydi;
- 7) qishloq xo'jaligi va mahalliy oziq-ovqat ishlab chiqarishni rag'batlantirish, qoloq aloqalarni yaratish.

**XULOSA** qilib aytganda, Gastronomik shaharlarni qo'llab-quvvatlash uchun gastronomik tajriba potentsialiga oid birlashtirilgan bilimlar, mintaqalar va mamlakatlar iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik jihatdan bir nechta hududlar uchun siyosat yo'nalishi aniq, masalan: 1) *Mahalliy taomlarning haqiqiylikini ta'kidlash.* Oziq-ovqat tajribalaridan biri bu mahalliyga havola; muayyan landshaftga, madaniyatlarga, ijodiy ifodalarga va boshqalarga. 2) *Sifat va izchillikni oshirish.* Oziq-ovqatning asosiy sifati hal qiluvchi ahamiyatga ega. Mana sifatni oshirish uchun siyosat ishlab chiqilishi mumkin bo'lgan ko'plab sohalardir oziq-ovqat, jumladan, oziq-ovqat mahsulotlarini etiketlash, mahalliy mahsulotlardan foydalanishni rag'batlantirish va yuqori xizmat sifatini rivojlantirish.

*Barqarorlikni ta'minlash.* Turistlar mahalliy aholiga talabni oshirishga yordam berishi mumkin oziq-ovqat ishlab chiqargan, shuning uchun mahalliy oziq-ovqat mahsulotlarini saqlashga yordam beradi.

*Tarmoqlarni qurish.* Oziq-ovqat tajribasining murakkab qiymat yaratish tarmog'i turli qiymat generatorlarini bir-biriga bog'lash va shakllantirishni muhim qiladi oziq-ovqat atrofida koalitsiyalar va hamkorlik.

*Oziq-ovqat mahsulotlarini ijodiy sanoat sifatida qayta joylashtirish.* Ijodiy sanoatning bir qismi sifatida, oziq-ovqat tajriba, shuningdek, jonli rol o'ynash sifatida qaralishi mumkin va



nafaqat sayyohlar, balki odamlar uchun ham joylarning jozibadorligi o'sha joylarda yashash yoki sarmoya kiritish.

*Marketing muvaffaqiyati.* Oziq-ovqat tajribasini targ'ib qilishda asosiy mahsulot hal qiluvchi ahamiyatga ega. Aniq xabar va tasvirlarni yaratish, shuningdek, rivojlantirish muhimdir oshpazlarni oshpazlik elchilari sifatida ilgari surish kabi innovatsion strategiyalar.

*Yaxlit yondashuvni ishlab chiqish.* O'rtasidagi muhim aloqalar tufaylim sayyohlar uchun oziq-ovqat tajribasi va boshqa siyosat sohalari, shu jumladan qishloq xo'jaligi, oziq-ovqat ishlab chiqarish, mamlakat brendingi va madaniyat va ijodiy sanoat siyosatga integratsiyalashgan, yaxlit yondashuvni ishlab chiqish muhim ahamiyatga ega ishlab chiqish va amalga oshirish.

*Tadqiqot va bilimlarni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash.* Garchi ko'proq umumiy motivatsiyalar haqida so'nggi yillarda ma'lumotlar paydo bo'ldi va pazandalik sayyohlik profili, biz hali qanday haqida nisbatan kam ma'lumotga ega Turistlar turli xil taomlarni, oziq-ovqatning rolini idrok etadilar va boshdan kechiradilar sayohat uchun impuls [oziq-ovqat va turizm tajribasi, p.11, 2012, OECD].

YuNESKO universal gastronomiya merosini mustahkamlashga hissa qo'shdi madaniy landshaftlarning qiymati, ularning ko'pi oziq-ovqat manzaralari, dunyoda yozilgan Oshxona va an'anaviy taomlar namoyishlari va ifodalarini o'z ichiga olgan meros ro'yxati nomoddiy meros ro'yxatida yoki gastronomiyani toifa sifatida targ'ib qilish ijodiy shaharlar tarmog'i. Yevropa Kengashi tomonidan ilgari surilgan Yevropa madaniy yo'nalishlari shuningdek, zaytun moyi oziq-ovqat manzaralari yo'nalishi yoki Iter Vitis kabi -Sharob bilan bog'liq, tayyorlash yo'llari va oshpazlik merosini transvers element sifatida o'z ichiga oladi.

### References:

1. Ashim Gupta (Author) "Travel Agency and Tour Operations: Concepts and Principles" Publisher: Centrum Press 2012, New Delhi, India.
2. David Weaver, Laura Lawton "Tourism Management" 5th Edition. SBN: 978-1-118-64481-2.
3. David Weaver "Sustainable tourism: Theory and Practice" 3rd edition, Sydney Pearson Education 2006, Australia
4. Gross L. Klemmer "Introduction to Tourism Transport" Hochschule Harz - University of Applied Sciences, Germany 2014, Germany..
5. Hans M Series edited by Terry Phillips "English for Tourism and Hospitality in Higher Education Studies", Course Book with audio CDs" Patricia Paskins, 2010.
6. John R. Walker "Introduction to Hospitality Publisher: Prentice Hall"; 6 edition 2012, Australia.
7. Лотте Д.С.// Татаринов В.А. История отечественного терминоведения. Классики терминоведения: Очерк и хрестоматия. – М., 1994. - 408 с. [1995:61. 85; 84-6.
8. Kotler P., Bowen J. & Makens J. "Marketing For Hospitality & Tourism" Pearson International Edition. 2014, USA.
9. Mike J. Stabler, Andreas Papatheodorou, M. "The Economics of Tourism", Publisher: Routledge; 2 edition 2010, USA.
10. Sondra J. Dahmer, Kurt W. Kahl "Restaurant Service Basics Wiley" 2 edition 2009, New York, United States