

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY, FAN VA  
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI  
TERMIZ DAVLAT UNIVERSITETI  
MAGISTRATURA BO'LIMI**

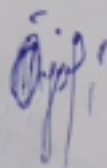
*Qo'lyozma huquqida  
UDK: 338.487*

**ABDUSATTOROVA MOHCHEHRA ABDUQOSIMOVNA**

**O'ZBEKISTONDA GASTRONOMIK TURIZM  
RIVOJLANISHINING TURISTLAR OQIMI O'SISHIGA  
TA'SIRI**

**71010401 – Turizm (ziyosat turizmi) mutaxassisligi bo'yicha Magistr  
akademik darajasini olish uchun yozilgan  
DISSERTATSIYA**

**Ilmiy rahbar:**



**DSc. Rajabov O'tkir**

**TERMIZ – 2023**



Magistrlik dissertatsiyasi mavzusi Termiz davlat universiteti rektorining 2022-yil "24"-yanvardagi № 2-TVM sonli buyrug'i asosida tasdiqlangan.

Magistrlik dissertatsiyasi Termiz davlat universiteti Turizm va mehmonxona xo'jaligi kafedrasida bajarilgan.

Magistrlik dissertatsiyasi elektron nusxasi Termiz davlat universitetining rasmiy veb sahifasiga joylashtirilgan.

Dissertatsiya manzilining QR-kodi:



Magistrlik dissertatsiyasi bilan Termiz davlat universitetining axborot-resurs markazida tanishish mumkin ( 4 raqam bilan ro'yxatga olingan. Manzil: Termiz shahri Barkamol avlod ko'chasi 43-uy.)

Ilmiy rahbar:

Kafedra mudiri:

Magistratura bo'limi boshlig'i



DSc. Rajabov O'tkir

DSc. Rajabov O'tkir

PhD. A.B. Narbayev

**71010401 – Turizm (ziyorat turizmi) mutaxassisligi magistranti  
Abdusattorova Mohchehra Abduqosimovnaning “O‘zbekistonda  
gastronomik turizm rivojlanishining turistlar oqimi o‘shiga  
ta’siri” mavzusidagi magistrlik dissertatsiyasi**

**ANNOTATSIYASI**

**Tayanch so‘zlar:** gastronomik turizm, milliy oshxona, halol turizm, umumiy ovqatlanish obyektlari, O‘zbekiston Gastronomik Turizm Assotsiatsiyasi, gastronomik marshrut, milliy ichimlik, turizm statistikasi, validatsiya, SWOT tahlil, gastronomik marketing.

**Tadqiqot obyektlari:** O‘zbekiston Gastronomik Turizm obyektlari va gastronomik holat

**Ishning maqsadi:** O‘zbekiston Respublikasida gastronomik turizmni takomillashtirish va iqtisodiy o‘shish suratlari ta‘minlashdagi rolini oshirishga qaratilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

**Tadqiqot metodlari:** Dissertatsiya ishida ilmiy abstraksiya, tahlil va sintez, monografik kuzatish, taqqoslash, induksiya va deduksiya, statik guruhlash, tizimli tahlil, grafik ifodalash metodlaridan foydalanilgan.

**Olingan natijalar va ularning yangiligi:** Gastronomik turizm muhitini yaratishdagi kamchiliklar asoslab berildi; Surxondaryo viloyatida gastronomik turizmga doir bo‘lgan talab o‘rganildi va xorij gastronomiyasini qo‘llash bo‘yicha takliflar ishlab chiqildi; Gastronomik turizmga bo‘lgan talablar va gastronomiyada nimalar jalb qilishi tahlil qilindi va hududning gastronomik holatini ushbu talablarga mos ravishda yaxshilash bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlandi; hududlarda oddiy oshpazlik muhitidan yuqorida darajadagi gastronomiya muhitiga o‘tish, bajarilayotgan va bajarilishi kerak bo‘lgan ishlarni tizimli yo‘lga qo‘yish va bu orqali turistlarni jalb qilib, gastronomiya yo‘nalishlari bo‘yicha takliflar yaratildi;

**Amaliy ahamiyati:** Tadqiqot natijasida ishlab chiqilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar gastronomik muhitni yaxshilashni takomillashtirish va halol

turizm bilan bog'lagan holda jalb qilish tadbirlarini ishlab chiqishda foydalanish mumkin.

**Tadqiq etish darajasi:** tadqiqot jarayonida ishlab chiqilgan xulosa va takliflar gastronomik turizm assotsiatsiyasi tomonidan O'zbekistonda gastronomik turizm rivojlanishining turistlar oqimi o'sishiga ta'sirini yaxshilashda foydalanish uchun tavsiya etilgan.

**Qo'llash sohasi:** Gastronomik turizm assotsiatsiyasi va gastronomik turizm ob'yektlari.

## ANNOTATION

**71010401 - Master's thesis of Abdusattorova Mohchehra**

**Abduqasimovna, a master's student of tourism (pilgrimage tourism) on the topic "Impact of the development of gastronomic tourism in Uzbekistan on the growth of the flow of tourists"**

**Key words:** gastronomic tourism, national kitchen, khalyal tourism, obshchestvennogo pitaniya, Association of Gastronomic Tourism in Uzbekistan, gastronomic route, national beverage, tourism statistics, validation, SWOT analysis, gastronomic marketing.

**Subjects of research:** Gastronomic tourism objects of Uzbekistan and gastronomic condition

**Purpose of work:** Development of scientific proposals and practical recommendations aimed at improving the role of gastronomic tourism in the Republic of Uzbekistan and improving economic growth

**Research methods:** The dissertation work used the methods of scientific abstraction, analysis and synthesis, monographic observation, comparison, induction and deduction, static grouping, system analysis, graphic expression.

**The results obtained and their novelty:** Shortcomings in the creation of a gastronomic tourism environment were substantiated; The demand for gastronomic tourism in Surkhandarya region was studied and proposals for the use of foreign gastronomy were developed; The requirements for gastronomic tourism and what is involved in gastronomy were analyzed and practical recommendations were developed to improve the gastronomic situation of the region in accordance with these requirements; the transition from a simple culinary environment to a high-level gastronomic environment in the regions, a systematic approach to the work being done and to be done, thereby attracting tourists and creating proposals for gastronomic directions.

**Practical value:** the scientific proposal and practical recommendations developed as a result of the research can be used to improve the gastronomic environment and develop measures to attract it in connection with fair tourism.

**Research level:** the conclusions and recommendations developed during the research were recommended by the Gastronomic Tourism Association for use in improving the impact of the development of gastronomic tourism in Uzbekistan on the growth of tourist flows.

**Scope:** Association of Gastronomic Tourism and gastronomic tourism objects.

## MUNDARIJA

<b>KIRISH</b> .....	3
<b>I BOB. GASTRONOMIK TURIZM HAQIDA NAZARIY TUSHUNCHALAR</b> .....	8
1.1-§.Gastronomik turizmning mazmuni va tarkibi.....	8
1.2-§.Xalqaro iqtisodiyotda gastronomik turizmning tutgan o'рни.....	19
1.3-§.Gastronomik turizmning turizm sohasi rivojlanishidagi ahamiyati.....	29
I bob yuzasidan xulosalar .....	38
<b>II BOB. GASTRONOMIM TURIZM RIVOJLANISH HOLATI VA TENDENSIYALARI</b> .....	40
2.1-§.Dunyoda gastronomik turizm rivojlanishining hozirgi holati.....	41
2.2-§.Gastronomik brendni ilgari surishda destinatsiyalarning ta'siri.....	49
2.3-§.Surxondaryoda gastronomik marshrut yaratishning o'ziga xos jihatlari.....	56
II bob yuzasidan xulosalar.....	61
<b>III BOB. O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA GASTRONOMIK TURIZMNING RIVOJLANISH IMKONIYATLARI VA YO'NALISHLARI</b> .....	62
3.1-§.Gastronomik turizmning rivojlanishidagi o'zbek milliy taomlari va ichimliklari gastronomik brend sifatida.....	62
3.2-§.O'zbekistonda gastronomiya turizmini rivojlantirishdagi marketing tahlili.....	69
3.3-§.O'zbekistonning gastronomiyasida halol turizmning rivojlanish imkoniyatlari va yo'nalishlari.....	80
III bob yuzasidan xulosalar.....	87
<b>XULOSA VA TAKLIFLAR</b> .....	89
<b>FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI</b> .....	92
<b>ILOVALAR</b> .....	96

## KIRISH

**Magistrlik dissertatsiyasi mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi.** Xalqaro tajriba tahlillari shuni ko'rsatmoqdaki, jahonda global o'zgarishlar turizmning har bir sohadagi asoslarini rivojlantirish, turizm faoliyatini ijtimoiy taraqqiyotga ta'sirini o'rganish ahamiyatini tobora oshirib bormoqda. Turistik xizmatlar sohasida gastronomik turizm kabi yangi yo'nalish investitsion faollikni tezda rivojlanishiga zamin yaratmoqda. Mamlakatga kirib kelgan turist albatta ishtahani qitiqlovchi bir-biridan mazali taom ta'tib ko'radi.

O'zbekiston gastronomik turizm assotsiatsiyasi turistlarni shu jabhada jalb qilish maqsadida, jahon gastronomik turizm bozorida munosib o'rin egallash uchun O'zbekiston Gastronomik turizmning konsepsiyasini ishlab chiqish, gastronomik turizm yo'nalishida turli xil ko'rgazma, festival, forum, seminar, davra suhbatlari, ilmiy anjuman kabi tadbirlarni tashkillashtirmoqda. Shunday tadbirlarda o'zbek milliy taomlaridan osh, tandir go'sht, norin, manti, somsa, halim, qazi va boshqa milliy ishtahani ochuvchi taomlar turistlar ko'zini oldida tayyorlab ko'rsatilmoqda. Kelgan turistlar bu taom mazasini bilibgina qolmay balki, uning tayyorlanish jarayonidagi zahmatli mehnatni ko'rib, yanada ishtahasi ochilishi tabiiy. Shu bilan bir qatorda turizmga bo'lgan e'tibor anchagina yuksalmoqda.

Lekin, pandemiya tufayli turizmda biroz oqsalishni ko'rishimiz mumkin. Buning misolida O'zbekistonga turistik maqsadlarda tashrif buyurgan chet el fuqarolarining sonini tahlil qilganimizda, "2019-yilda 6748,5 ming kishini tashkil etgan bo'lsa, 2020-yilga kelib bu ko'rsatgich 1504,1 ming kishini tashkil etgan. 2022-yilda esa, 5232.7 kishiga yana o'sish suratini ko'rishimiz mumkin."<sup>1</sup> Bu tahlilga ko'ra biz nafaqat gastronomik turizmda oqsalish natijasini ko'rishimiz mumkin. Xalqaro nufuzli tashkilotlar tomonidan turizm masalasining chuqur o'rganilayotgani bu yo'nalishda qilinishi kerak bo'lgan ko'plab muammolar borligini ko'rsatmoqda.

---

<sup>1</sup> Stat.uz 2022-yildagi hisoboti



Mamlakatimizda so'ngi yillarni qaraydigan bo'lsak, turizmni rivojlantirishdagi jarayonda xorijiy sayyohlarga xizmat ko'rsatuvchi gastronomik obyektlar talabiga bo'lgan ehtiyoj ortmoqda. "Turizm industriyasi iqtisodiyotning tarkibiy qismi sifatida mamlakat va xalqlarni yaqinlashtirishda muhim rol o'ynaydi"<sup>2</sup>.

O'zbekiston Respublikasida 2019-2025 yillarda turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi, 2022-yil 15-yanvardagi PF-52-son "Turizm, madaniyat, madaniy meros va sport sohalarini yanada rivojlantirish uchun qo'shimch sharoitlar yaratish tog'risida"gi farmonlari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 28.01.2022 yildagi PF-60-sondagi "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi", O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 13-avgustdagi PF-5781-son "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora tadbirlari to'g'risida"gi farmoni, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining 2023-yil 30-yanvardagi 37-sonli qarori va boshqa normativ – huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirish hamda turistlarni gastronomik turizmga jalb qilishni rivojlantirishda ushbu dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

**Tadqiqotning ob'yekti va predmeti** O'zbekiston Gastronomik Turizm Assotsiatsiyasi va gastronomik holati bo'lib, gastronomik turizm muhitini yaxshilash orqali Respublikada turizm iqtisodiyotini barqarorlashtirishdan iborat.

**Tadqiqotning maqsadi va vazifalari.** Gastronomik turizm muhitini yaxshilash orqali Respublikada gastronomik turizm iqtisodiyotini barqarorlashtirish bo'yicha ilmiy, uslubiy va amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Mavzuning maqsadidan kelib chiqib, **quyidagi vazifalar ishlab chiqildi:**

- gastronomik turizmning mazmuni va tarkibini o'rganish;
- xalqaro iqtisodiyotda gastronomik turizmning tutgan o'rnini aniqlash;

---

<sup>2</sup> Mirziyoyev Sh.M. Milliy tiklanishdan-molliiy yuksalish sari. 4-jild -T.:O'zbekiston.2020.-B.267

- gastronomik turizmning turizm sohasi rivojlanishidagi ahamiyatini aniqlash;
- dunyoda gastronomik turizm rivojlanishining hozirgi holatini tahlil qilish;
- gastronomik brendni ilgari surishda destinatsiyalarni ta'sirini aniqlash;
- surxondaryoda gastronomik marshrut yaratishining o'ziga xos jihatlarini aniqlash;
- gastronomik turizmining rivojlanishidagi o'zbek milliy taomlari va ichimliklari gastronomik brend sifatida o'rganish;
- O'zbekistonda gastronomiya turizmini rivojlantirishdagi marketing tahlili qilish;
- O'zbekistonning gastronomiyasida halol turizmning rivojlanish imkoniyatlari va yo'nalishlarini o'rganish;

**Ilmiy yangiligi** quyidagilardan iborat:

- Surxondaryo viloyatining gastronomik marshruti yaratilib, kamchiliklar o'rganib chiqilgan;
- gastronomik festivallarda marketing tahlili o'tkazilib, olingan natijalar asosida jozibador reklamani yaratishga qaratilgan tavsiyalar ishlab chiqilgan.
- gastronomik turizmni rivojlantirishda mamlakatimiz milliy madaniyati va mintaletitiga xos va mos bo'lgan halol turizmni yaratish bilan bog'liq bo'lgan takliflar ishlab chiqilgan;

**Tadqiqotning asosiy masalalari va farazlari** shundaki, tadqiqotning ishlab chiqilgan ilmiy takliflari va amaliy tavsiyalari mamlakatda gastronomik turizm muhitini yaxshilash usullarini ishlab chiqish va joriy etish orqali xorijiy turistlarni jalb qilishni faollashtiradi va bu jarayonning tizimi shakllanadi.

**Tadqiqot mavzusi bo'yicha adabiyotlar sharhi (tahlili).** Turizm madaniyatini, xizmat ko'rsatish hamda ovqatlanish omillarini yuksaltirishga oid konseptual g'oyalar O'zbekiston Respublikasi prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup>Mirziyoyev SH.M Milliy tararqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz. 1-jild-Toshkent: O'zbekiston, 2017.-b-592; Shu muallif: Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild-Toshkent: O'zbekiston 2018-b-508; Shu muallif: Niyati ulug' xalqning ishi ham ulug', hayoti yorug'va kelajagi farovon

asarlarida va yangi Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo'shimcha chora tadbirlar to'g'risidagi qarorida<sup>4</sup> ochib berilgan.

Xorijlik olimlar Stefan Mennel,<sup>5</sup> Kabushkin N.L, Ilyenkova N.D, Kotler F, Bowen J., Makenz J, Shpakovskiy V.O, Chugunova N.M, Kirilchuk I.V<sup>6</sup> tomonidan olib borilgan tadqiqotlar, ilmiy asarlar, risolalar va maqolalarda turizm xizmat ko'rsatish, reklama qilish va boshqarish masalalari o'rganilgan.

Turizm xizmat ko'rsatish, gastronomik turizm borasidagi mavjud muammolarning ayrim jihatlari va yechimlari respublikamiz turizm olimlari I.To'xliyev, B.Safarov, A.A.Allaberganov, X.I.Axmedov A.A.Allabergenov, R.Abdumalikov T.Xoldorov, G.G.Nazarova, A.F.Saidov, R.A.Mullajonanova, Baratov Umidjon Mahmud o'g'li<sup>7</sup> Yusubova Sh.S<sup>8</sup> ilmiy ishlarida tadqiq etilgan va o'rganilgan. Ammo ularning ilmiy ishlarida chekka hududlarda gastronomik muhitni yaxshilash yo'llari va xorijiy investitsiyalar kirib kelmayotganligining sabablari alohida tadqiqot ob'yekti sifatida o'rganilmagan.

**Tadqiqotda qo'llaniladigan metodikaning tavsifi.** Dissertatsiya ishida ilmiy abstraksiya, tahlil va sintez, monografik kuzatish, taqqoslash, induksiya va deduksiya, statik guruhlash, tizimli tahlil, grafik ifodalash usullaridan foydalanilgan.

---

bo'ladi. 3-jild Toshkent: O'zbekiston,2019-b-400; Shu muallif: Milliy tiklanishdan-milliy yuksalish sari. 4-jild-Toshkent.O'zbekiston,2020.b-456.

<sup>4</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 26.04.2023 yildagi PQ-135-son

<sup>5</sup> Mennel, S. (2016), All Manners of Food: Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present, Oxford: Basil Blackwell.

<sup>6</sup> Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. 2-е изд.Мн.: Новое знание, 2018.432с., Ильенкова Н.Д Спрос: анализ и управление. М.: Финансы и статистика, 2018.160., Kotler F, Bowen J., Makenz J. Marketing. Hospitality. Tourism: Textbook for universities. М.: UNITI, 2017.—1063р., Shpakovskiy V.O, Chugunova N.M, Kirilchuk I.V Организация и проведения рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: Учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»2016.-128с

<sup>7</sup> Tuxliyev I.,Safarov B. Turizm asoslari. T.:—Yangi nashrl. 2015. B.123., Allaberganov A.A. Turizm industriyasi T.:—Talqinl 2016. B.110, X.I.Axmedov A.A.Allabergenov Turizmni tashkil etish T.: 2004. B.170, Abdumalikov R. Xoldorov T. Turizm: oliy o'quv yurti talabalari uchun qo'llanma. 2-nashr.2018. B.198, Nazarova G.G. va boshqalar. Turizm huquqi. T.:—Talqinl. 2018. B.140, Saidov A.F. O'zbekistonda turizm: istihbol va muommolari, T.:Mehnatl. 2016.B.211, Mulladjanova R. Tarixiy o'lkashunoslik va turizm. T.: 2013. B.170, Baratov UmidjonMahmud o'g'li "O'zbekistonda online turistik agentliklar faoliyatini rivojlantirishda halol turizmdan foydalanish imkoniyatlari" dissertatsiya 2022-yil

<sup>8</sup> Yusubova Sh.S "Agroturizm klasterlarini shaharsozlik rivojlantirish masalalari (Xorazm viloyati misolida)"dissertatsiya 2022-yil

**Tadqiqot natijalarining nazariy va amaliy ahamiyati:** Tadqiqot natijasida ishlab chiqilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar mamlakatdagi gastronomik turizm muhitni yaxshilashni takomillashtirish va xorijiy turistlar kelish oqimini jalb qilish tadbirlarini ishlab chiqishda foydalanish mumkin.

**Ish tuzilmasining tavsifi:** Dissertatsiya tarkibi kirish, uchta bob, xulosa va takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat. Dissertatsiyaning hajmi 100 betdan iborat.

## **I BOB Gastronomik turizm haqida nazariy tushuncha**

### **1.1-§. Gastronomik turizmning mazmuni va tarkibi**

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 yaqindan tanishishidir. Gastronomik sayyoh birinchi navbatda, madaniyat va urf-odatning ajralmas qismi hisoblangan, milliy va an'anaviy taomlarni, tayyorlash jarayoni, dasturxonga tortish usullari, ovqatlanish tartibini ko'rish va bilish barobarida, sayohat qilayotgan davlatining tarixini, iqtisodiyotini, davlat siyosati hamda mahalliy aholining madaniy va ma'naviy e'tiqodlarini o'rganadi.

Gastronomik turizm ikki turga bo'lib o'rganishimiz mumkin:

-agroturizm dala (qishloq) gastronomik turizmi; Sayohat qilinayotgan davlatning, ekologik toza mahsulotlari (meva va sabzavotlar terish, poliz mahsulotlari, uzumchilik, bug'doy hosilini yig'ish) o'z ko'zi bilan ko'rish, shu jarayonda qatnashish va mahsulotlarni ta'tib ko'rish tushuniladi.

-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 pishirish jarayonida qatnashish va ta'tib ko'rishni o'z ichiga oladi.

Gastronomiya atamasi yunoncha gaster (oshqozon) va nomas (qonun) degan ma'noni bildiradi. Gastronomik tushunchaga turizm so'zi qo'shilib keng ma'no yasaladi. Gastronomiya so'zi birinchi marta qadimgi yunon davrida ishlatilib kelingan. Gastronomik turizm mamlakat yoki mintaqaning taomlari, ovqatlanish va ichish odatlari, mamlakat yoki mintaqa oshxonalarini ajratib turuvchi xususiyatlar va taom tayyorlash texnikasini nazarda tutadi. Bir qancha olimlar fikrini o'rganib chiqsak, hamma olimning fikri va dunyoqarashi boshqacha ekanligini ko'rish mumkin. Gastronomiya, tarixiy rivojlanish jarayonidan boshlab, oziq-ovqat va ichimliklarning barcha xususiyatlarini batafsil



tushunish, amalga oshirish va bugungi kun sharoitlariga moslashtirishni o'z ichiga olgan ilmiy va badiiy elementlarga hissa qo'shadigan fan sohasi deb bilsa yana biri esa, madaniyat va taomlar o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganuvchi taom va ichimlik haqidagi fan va san'atdir. Ovqatni tayyorlash, pishirish, taqdim etish va iste'mol qilishning aksidir. Centich turk olimi ma'lumotlariga ko'ra, gastronomiya nafaqat oziq-ovqat va ichimliklarga qaratilgan, balki oziq-ovqat va ichimliklar qanday, qayerda, qachon va nima uchun yeyish va ichishga qaratilgan fandır deb hisoblaydi. U ishlab chiqarish hajmi sifatida xom ashyo sifatida ishlatiladigan turli xil oziq-ovqat mahsulotlarini iste'mol qilinadigan holga keltirishni ko'rib chiqadi.

Gastronomik turizm turlari yoki gastronomik turizm mahsulotlari tasnifini haqida quyidagicha tushunchalarni ko'rishimiz mumkin:

- Klassik gastronomik sayohat. U har qanday oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqaradigan hudud (mamlakat) fermer xo'jaliklariga tashrif buyurish, ularni ishlab chiqarish va iste'mol qilish an'analari bilan tanishish, o'zingizga yoqqan mahsulotlarni tatib ko'rish va sotib olishni o'z ichiga oladi (masalan, Italiya va Fransiyada pishloqli turlarni o'z ichiga oladi).

-klassik oenologik sayohat. Sharob ishlab chiqarish va iste'mol qilishning milliy an'analari bilan tanishish, sevimli brendlarni tatib ko'rish va sotib olish bilan bog'liq (masalan, Fransiya, Italiya, Ispaniyada vino sayohatlarini o'z ichiga oladi). Ushbu turkumga, shuningdek, Shotlandiyada viski turlari, Chexiya va Bavariyada pivo sayohatlari va boshqalar kiradi.

-qishloq turizmining bir qismi sifatida gastronomik mahsulot. Qishloq turmush tarzini o'rganish, o'zimiz ishlab chiqargan organik mahsulotlardan tayyorlangan mahalliy oshxona taomlari bilan tanishishni o'z ichiga oladi;

-gastronomik mahsulot etnografik turizmning bir qismi sifatida. Etnografik turizm etnik manzilgohlarga, an'anaviy madaniyat ob'ektlariga tashrif buyurish, etnik hunarmandchilik, turmush tarzi, shu jumladan mahalliy taomlar va ichimliklar tayyorlash va iste'mol qilish madaniyati bilan tanishish bilan bog'liq;

-gastronomik mahsulot ov va baliq ovlash turizmining bir qismi sifatida. Ovchilik va baliq ovlash joylari hududida ov yoki baliq ovlash maqsadida bir qator maxsus xizmatlarni ko'rsatadigan ixtisoslashtirilgan korxonalar tomonidan tashkil etilgan faol dam olish, shu jumladan oshpazlik an'analari va baliq va ov taomlarini tayyorlash odatlari bilan tanishish;

-gastronomik mahsulot tadbir turizmi doirasida. Bu erda ikkita turni ajratib ko'rsatish mumkin: haqiqiy gastronomik hodisa mahsuloti va tadbir turizmining bir qismi sifatida gastronomik mahsulot. Tadbir turizmi deganda mintaqaviy yoki global miqyosdagi madaniy, sport yoki ishbilarmonlik hayotidagi yorqin noyob voqealarga tashrif tushuniladi. Haqiqiy gastronomik tadbir mahsuloti milliy taomlar va ichimliklar festivallari va bayramlarini o'z ichiga oladi.

Misol uchun, har yili Germaniyada bo'lib o'tadigan va millionlab sayyohlarni jalb qiladigan Oktoberfest pivo festivali. Ushbu bayram mahalliy pivo va milliy nemis taomlarini tatib ko'rish uchun tashrif buyurishadi. Oktoberfestdan tashqari, dunyoda ko'plab gastronomik bayramlar mavjud, masalan, Gallia shahridagi El-Grov (Ispaniya) shahridagi dengiz mahsulotlari festivali, Auvergne provinsiyasida (Fransiya) olma festivali, Finlyandiyada Boltiqbo'yi seld balig'i kuni, Bardolinoda (Italiya) uzum festivali, viski festivali Shveytsariyada, Frantsiyadagi "Beaujolais" yosh vino festivali va boshqalar. Har qanday tadbir ko'plab sayyohlarni o'ziga jalb qiladi, ular asosiy tomoshadan (sport, yarmarkalar va boshqalar) qo'shimcha ravishda milliy taomlarni tatib ko'rishni taklif qilishadi:

- Gastronomik mahsulot ziyorat turizmining bir qismi sifatida. Sayyohlar ziyorat sayohatlari davomida qadimiy monastir va ibodatxonalar tarixi, afsonalarini o'rganish, ma'naviy an'analar, muayyan din asoslari bilan tanishish imkoniga ega bo'ladilar. Ziyoratchilar safari davomida diniy marosimlarda qatnashishlari, madrasadagi hayot tarzi, shu jumladan ularning halol taomlari bilan tanishishlari mumkin;

-ishlab chiqarish safari doirasida gastronomik mahsulot. Ishlab chiqarish ekskursiyasi turistlarni asbob-uskunalar va texnologiyalar bilan vizual tanishtirish, oziq-ovqat yoki alkogolli ichimliklar ishlab chiqarishni tashkil etish, keyin degustatsiya (tatib ko'rish) qilish shaklidir. Gastronomik turlardan farqli o'laroq, ishlab chiqarish turlari qisqa muddatli, ko'pincha bir necha soat davom etadi. Bularga qandolat fabrikalariga, yarim tayyor mahsulot ishlab chiqarish, milliy ichimliklar, vino zavodlariga va hokazolarga tashrif buyurish kiradi.

Gastronomik mahsulot ta'lim turizmining bir qismi sifatida. Ta'lim turizmi deganda bo'sh vaqtni ta'lim bilan uyg'unlashtirgan sayohatlar tushuniladi. Bu yerdagi gastronomik mahsulot - taniqli oshpazlarning mahorat darslari, oshpazlik san'atining professional maktablarida o'qish va amaliyot. Bunday treningni oziq-ovqat sanoati mutaxassislari ham, biznesni zavq bilan birlashtirishga qaror qilgan oddiy sayyohlar ham olib boradilar. Trening bilan bunday sayohat sayyohlarni to'g'ridan-to'g'ri pishirish jarayoniga jalb qilish imkonini beradi. Bizning mamlakatimizda shunday darslik yaratish va o'rgatish maqsadida "o'zbekim oshpazlari" elektron saytlar yaratilgan, bu online o'qish imkonini yaratadi. Bunday brendlar asosida ko'plab gastronomik saytlar va o'quv markazlari yaratilgan. Toshkent shahrida o'z faoliyatini olib borayotgan "vkusno by seva" kurslari oshpazlik mahoratini o'rgatib kelmoqda. Bu yana boshqa tuman va viloyatlardaham o'z faoliyat doirasini kengaytirib, gastronomik tushuncha va taom tayyorlash jarayonlari mukammal o'rgatilib borilmoqda. Butunjahon oziq-ovqat sayohatlari assotsiatsiyasi ma'lumotlariga ko'ra, hozirgi vaqtda gastroturizmning 12 toifasi mavjud deb hisoblashmoqda:

Pazandachilik maktablari va mahorat darslari, pazandachilik ko'ngilocharligi, pazandachilik yo'nalishlari, pazandachilik tadbirlari, pazandachilik vositalari, kulinariya blankalari, gastronomik do'konlar, agentliklardan gastronomik turlar, gastronomik muassasalari, dehqon bozorlari, gastronomik klublar, oziq-ovqat ishlab chiqarish. Bugungi kunda gastronomiya sayyohlarning dam olish joyini tanlashining sabablaridan biriga aylandi. Shu

nuqtai nazardan, gastronomiya turizmining ta'riflarini ilgari hech qachon boshdan kechirmagan oziq-ovqat va ichimliklarni boshdan kechirish uchun sayohat qilish istagini keltirib chiqaradigan va sayohat xatti-harakatlarini sezilarli darajada tetiklashga yordam beradigan turizm turi sifatida aniqlash mumkin.

UNWTO ma'lumotlariga ko'ra gastronomik turizmi - bu gastronomik yo'nalishlarda dam olish uchun oziq-ovqat va ichimliklar bilan bog'liq rekreatsion faoliyat. Bu tadbirlar gastronomik festivallar, bozorlar va oziq-ovqat ishlab chiqarish maydonchalariga sayohat, oziq-ovqat yarmarkalari, oziq-ovqat ko'rgazmalari, mahalliy va sifatli taomlar kabi faoliyatdir.

Gastronomik turizmi motivatsiyaning to'rt xil turiga ega. Bular jismoniy, madaniy, ijtimoiy va nufuzli. Birinchisi, jismoniy motivatsiya, oziq-ovqat hayotning omon qolishi uchun zarurdir va sayyohlar yashash yoki sayohat qilish uchun ovqatlanishni xohlashadi. Ikkinchisi - madaniy motivatsiya, turist ma'lum bir madaniyatni o'rganish uchun ovqatlanishni xohlaydi. Sayyohni rag'batlantirish uchun mahalliy mahsulotlar yetarli. Uchunchisi-ijtimoiy motivatsiya turistik gastronomiya faoliyatiga faol qo'shilish ijtimoiy motivatsiyani ta'minlaydi. To'rtinchi motivatsiya vositasi nufuzli- mintaqaga xos bo'lgan muhitda o'z tajribalarini baham ko'rish orqali obro'-e'tibor beradi.<sup>9</sup>

Gastronomiya bir asrlar davomida sezilarli darajada rivojlangan va vaqt o'tishi bilan gastronomik uslublarning va ta'mlarning rivojlanishini ko'rsatadigan ko'plab tadqiqotlar mavjud bo'lgan. Misol uchun, Stefen Mennell Angliya va Fransiyada o'rta asrlardan beri ovqatlanishning rivojlanishini kuzatib kelgan. Zamonaviy gastronomiya 1800-yillarda nashr etilgan bir nechta fransuz matnlarida ildiz otishni boshlagan, ammo oziq-ovqat, ilm-fan, jamiyat va san'atni bir-biri bilan bog'lash g'oyasi ancha uzoq vaqtdan beri mavjud. Haqiqiy gastronomiya oziq-ovqatning o'zining mazasi, taqdimoti, yangiligi va tarixini o'rganadigan ko'p tarmoqli sohadir. Gastronomiyaning poydevorida, albatta, oziq-ovqat mahsulotlari turadi. Gastronom oziq-ovqatning qanchalik yangi ekanligi,

---

<sup>9</sup> The evaluation of studies about gastronomy tourism in the tourism literature 2019 (2-varaqlar 140-167 betlar)

qanday tayyorlanganligi, qaysi ta'mlardan foydalanilgani, qanday taqdim etib tanavulga tayyorlashi, taomning ranglari va ovqatning umumiy ma'lumotlari qanday ko'rinishda ekanligini ko'rib chiqadi. Shu bilan birga, gastronom oziq-ovqatga chuqur yondashib qaraydi, bu taomning o'ziga xosligi, uning orqasidagi fanni va tarixni o'rganadi. Gastronomiya, albatta, oshpazlik dunyosidan xabardor qilib boradi, ammo hamma oshpazlar ham gastronom emas. Ko'pchilik faqat gastronomiyaning pazandalik jihatlariga e'tibor berishni afzal ko'radi, yuqori sifatli va mazali taomlarni tayyorlanadi, lekin ular xizmat qiladigan taomlarning ilmiy va tarixiy jarayonlarini o'rganmaydilar. Gastronomiyada oshpaz ko'pincha termoyadroviy oshxona bilan ko'proq ishlaydi.

Gastronomik turizm aynan o'zi bilan gastro-turist tushunchasini chambarchas bog'lab keladi. Gastro-turist nima deganda biz albatta, yuqori darajadagi daromad va ta'limga ega, murakkabligi, tashqarida ovqatlanish odati bor, innovatsiyalarga ochiq va tadqiqotchi xususiyatiga ega bo'lgan turistlar guruhini tushunamiz. Bu odamlarning sayohatga bo'lgan ishtiyoqi ovqatlanish va ichishga bo'lgan qiziqishi bilan shakllanadi. So'nggi paytlarda oziq-ovqat bilan bog'liq tajribalar va diqqatga sazovor joylarga ham ko'proq e'tibor qaratilmoqda. Oziq-ovqat turizmi pazandalik turizmining namunasi "oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilarga, oziq-ovqat festivallariga, restoranlarga va oziq-ovqat ta'mi va yoki odatiy oziq-ovqat mahsulotlarining o'ziga xosligi tajribasi sayohatning asosiy sabablari bo'lgan aniq joylarga tashrif" sifatida ta'riflangan. Turizmning ushbu shakli oshpazlik kurslarida qatnashish yoki an'anaviy mahsulotlar ishlab chiqaruvchi kompaniyalarga tashriflar orqali yanada boyitiladi.

Umuman olganda, ular oziq-ovqatni ifodalash va mahalliy madaniyat va maqsadning biologik xilma-xilligi bilan bog'lash shakli sifatida ishlatadigan tajribalardir. Pazandachilik sayohatini rejalashtirish va tushunishga yordam berish uchun oziq-ovqat turizmi faoliyatining asosiy misollarini keltirish mumkin:

-oziq-ovqat sayohatlari (ovqat yoki ichimlik sayohatlari);



- pazandachilik darslari;
- tatib ko'rish jarayonlari;
- mahalliy mahsulotlarni tatib ko'rish uchun tashrif;
- mintaqaviy oshxona restoranlarida ovqatlanish;
- oziq-ovqat va madaniyat festivallari;
- yarmarkalarga va mahalliy bozorlarga tashrif.

Oziq-ovqat sayohatlari odatiy restoranlar, mahalliy bozorlar, ko'cha yarmarkalari va ixtisoslashtirilgan do'konlar kabi gastronomik muassasalarga yo'naltirilgan sayohatlardir. Odatda, marshrutlar mavzuli bo'ladi, masalan, an'anaviy mahallalarda sayohatlar, ko'cha taomlariga asoslangan sayohatlar, ekzotik taomlarni o'rganish uchun sayohatlar, odatiy ichimliklar va boshqalar. Gastronomik sayohat - bu esda qoladigan manzilni bilishning eng zo'r va mazali usuli. Bunda sayr qilinadi va bu joy haqida ko'proq ma'lumotga ega bo'ladi, shuningdek, lazzatli taomlar va odatiy taomlarni ta'lim beruvchi, xavfsiz va qulay tarzda tatib ko'riladi.

Turizmدا pazandachilik darslarining bir nechta turlari mavjud: guruhli, xususiy, yakka tartibdagi pazandalik maktablari, aholining o'z uyidagi oshxonasi, masalliqalar sotib olish uchun bozorga tashrif buyurish, havaskorlar uchun, professionallar uchun va hokazo. Pazandachilik darslarining eng zo'r tomoni shundaki, ular amaliy mashg'ulotlarni taklif qilishdan tashqari, tatib ko'rish juda qiziqarli.

Endi sayohat qila olmaydigan, lekin dunyoning turli burchaklaridan odatiy taomlar tayyorlashni o'rganmoqchi bo'lganlar uchun uydan chiqmasdan sayohat qilishning ajoyib usuli bo'lgan onlayn pazandachilik kurslarini ham topish mumkin. Tatib ko'rish jarayonlari, bu faoliyat allaqachon ichimliklar, dunyo bo'yicha masalan, sharob, pivo va spirtli ichimliklar, kofe, choy, kokteyl ichimliklarini tatib ko'rishda juda mashhur. Bu turli xil ichimliklar yoki taomlarning namunalari taqdim etiladigan va lazzatlanadigan jarayondir. Hozirda musulmon davlatlarida halol turizm rivojlanayotganligi bois, spirtli

ichimliklardan voz kechilgan. Bunda asosan choy, kofe, kokteyl, mevali sharbatlar tanlab olinib, (bizning mamlakatda milliy ichimliklar), ular uchun rohati jon sifatida huzur bag'ishlamoqda. Ekishdan tortib oziq-ovqat va ichimliklar ishlab chiqarishgacha, oziq-ovqat sizning dasturxoningizga qanday etib borishini bilish har bir inson hayotida muhim ahamiyatga ega. Umuman olganda, oziq-ovqat ishlab chiqarish ko'proq qishloq joylariga bog'liq. Shuning uchun, agroturizm bilan shug'ullanish uchun bo'sh vaqtlardan foydalanish yaxshi fikrdir. Mahalliy ishlab chiqaruvchilarga tashrif buyurib, qishloqdan zavqlanish mumkin. Odatda, ishlab chiqaruvchilar tashrifni tashkil qiladi va boshqaradi yoki ixtisoslashgan qo'llanmalar va agentliklar orqali amalga oshiriladi. Masalan, asal, pishloq, vino, tovuq go'sht, meva plantatsiyalari va boshqalarni ishlab chiqish.

Agar mintaqadagi haqiqiy taom yoki ichimliklarni chuqur o'rganmoqchi bo'lsak, eng yaxshi variant belgilangan manzildagi mahsulotlar yo'nalishlari bo'ylab sayohat qilishdir. Masalan, qahva, vino, pishloq, guruch dalalari, qovun tarvuz dalalari, uzum yetishtirish va boshqalarning marshruti. Ushbu yo'nalishlar odatda sayyohlik idoralari tomonidan mahalliy muassasalar bilan birgalikda targ'ib qilinadi va ular katta tarixiy va madaniy ahamiyatga ega hisoblanadi. Ko'pgina shaharlarda mavzuli oziq-ovqat do'konlari bilan gastronomik tadbir yoki madaniy festival mavjud. U yerda gastronomiyaga bag'ishlangan bo'lishi shart emas, balki mintaqaning ovqatlanish an'analari bilan bog'liq oziq-ovqat va ichimliklarni yaxshi ta'minlovchi madaniy festivallar ham maqsadga muvofiqdir. Oziq-ovqat turizmi faoliyatining klassik namunasi ham mavjud. Bozorlar va yarmarkalarga boorish, mahsulotlarni sinab ko'rish va ishlab chiqaruvchilar va mahalliy aholi bilan muloqot qilishda mintaqaning biologik xilma-xilligi haqida bilishning ajoyib usuli hisoblanadi. Tashriflar mustaqil ravishda yoki rahbarlik ostida amalga oshirilishi mumkin.

Yuqorida aytib o'tganimdek, ko'plab pazandachilik darslari mahalliy bozorlarga tashrif buyurishdan boshlanadi. Oziq-ovqat sayohatlari ham uni o'z dasturiga kiritishi mumkin. Bular sayohat paytida qilish mumkin bo'lgan oziq-

ovqat turizmi faoliyati va tajribalarining bir nechta misollari edi. Umuman olganda, ushbu turdagi turizmni amalga oshirish uchun faqat joyning gastronomiyasiga qiziqish kerak. Qahvaxonada odatiy shirinlikni tatib ko'rish yoki mamlakatning vino zavodlariga ekskursiya qilish orqali buni qanday his qilishni xohlashga bog'liq. Eng yaxshisi, marshrutga ushbu tadbirlarning bir nechtasini kiritish hisoblanadi.

Butun dunyoda gastronomiya turizmiga e'tibor kundan kunga ortib bormoqda. Rivojlanayotgan gastronomik turizmi: vino turizmi, pivo turizmi, shokolad turizmi va pishloq turizmi kabi ko'plab kichik toifalar bilan diversifikatsiyalangan. Ko'pgina mamlakatlar dunyoda o'zlarining kichik sarlavhalari bilan gastronomiya turizmini muvaffaqiyatli yo'lga qo'ygan. Misol uchun, vino turizmini muvaffaqiyatli amalga oshirgan davlatlar Fransiya, Italiya, Ispaniya, Avstraliya va Germaniya, pishloq turizmini muvaffaqiyatli amalga oshirgan mamlakatlar esa Fransiya, Shveysariya, Italiya, Niderlandiya uchun jahon miqyosida obro'ga ega.

Gastronomiya turizmining ahamiyati ortgan bo'lsa-da, gastronomiya turlari amalga oshirila boshlandi. Gastronomik turlarda ma'lum tadbirlar amalga oshiriladi. Bular yirik gastronomiya markazlaridagi oshpazlik maktablariga boradiganlar, gastronomiya markazlariga tashrif buyurish, oziq-ovqat bozorlari, yarmarkalari, qahva, choy, ekish va hosilni yig'ish sayohatlari, shokolad va vino sayohatlari, mahalliy pishloq ishlab chiqaruvchilarga tashriflar, ustaxonalarda pishloq tayyorlash, qishloq joylarida tadqiqotlar, mahalliy bozorlarga tashriflar, zaytun moyini tatib ko'rish va zaytun moyi ishlab chiqaruvchilari, mashhur oshpazlardan pazandachilik darslari, uzumzorlar faoliyatiga tashrif, mahalliy taomlar va ichimliklar festivallariga tashriflar va uy oshxonasidagi darslaridir.<sup>10</sup>

Arxeologik topilmalarga ko'ra, odamlar oziq-ovqat olish va sog'liq muammolarini bartaraf etish uchun birinchi navbatda o'simliklardan foyda ko'rgan. Sinov va xatolik yo'li bilan olingan bu bilimlar asrlar davomida

---

<sup>10</sup> The evaluation of studies about gastronomy tourism in the tourism literature 2019 (2-varaqlar 140-167 betlar)

foydalanish usullaridagi ba'zi o'zgarishlar va rivojlanishlar bilan bugungi kungacha yetib keldi. Muhim ahamiyatga ega bo'lgan va tanqidiy tadqiq qilingan gastronomik turizm shu darajaga yetib keldi. Bugungi kunda har xil shifobaxt o'simliklardan dori vositalari, har xil damlamalar, ichimliklar hattoki ovqat ham tayyorlab kelishmoqda. Bu o'z navbatida gastronomiya bilan bog'liq sohadir. O'zi gastronomik turizmni turli xil sohalar bilan bo'glasa bo'ladi, chunki gastronomiya bir o'zi alohida qo'llanilib kelinmaydi boshqa sohalar bilan uyg'unlashib ketgan hisoblanadi.

Gastronomik turizm shakllanishi haqida izlaydigan bo'lsak bu bir necha asrlardan shakllanib kelganligini ko'rish mumkin. 1600 nafar sayyoh o'rtasida o'tkazilgan so'rovdan so'ng shunday xulosaga kelindiki, "Sfera xizmatlari", 2019-yil aprel-may oylarida so'rov o'tkazdi.<sup>11</sup> Ushbu so'rovnomada qatnashganlarning natijalaridan ko'rish mumkin dam olish uchun bir joyga borganda albatta ovqatlanish jarayonida qatnashish. Shuningdek, barcha ovoz beruvchilar 83 foizi o'sha mintaqaning eng mashhur taomini albatta tatib ko'rishi ma'lum bo'ldi.

Aviasayohat paytida turistlar uchun ovqatlanish ham katta ahamiyat kasb etadi. Mijozlarni jalb qilish va ushlab turish uchun dunyoning ko'plab aviakompaniyalari juda agressiv marketing siyosatidan foydalanadilar, uning elementlari bortda ovqatlanishdir. Aviakompaniyalar shunchaki e'tiborsizlik qilib qolmaydi, turistni mazali va sifatli ovqatlantirish uchun javobgardir, lekin ular turli xil noodatiy taomlar bilan tezkor taomlar taqdim etib turistlarning e'tiborini jalb qilishga harakat qilmoqdalar. Kompaniya sotuvchilari "Odamning yuragiga yo'l oshqozon orqali" degan shubhasiz haqiqat ularga quyidagi modifikatsiyada tegishli ekanligiga ishonishadi: "Yo'l har qanday yo'lovchining qalbiga, xoh erkak, xoh ayol, xoh yosh, xoh qari bo'lsin parvoz davomida uning pazandalik ehtiroslarini qondirish yotadi. Bu shior haqiqatan ham bortda havo transportini tashkil etishda ko'plab kompaniyalarning falsafasiga aylandi. Bundan tashqari,

---

<sup>11</sup> The evaluation of studies about gastronomy tourism in the tourism literature 2019 (2-varaqlar 140-167 betlar)

gastronomiya turli yo'nalishlar, xususan, rivojlanayotgan mamlakatlar uchun iqtisodiy yaxshilanish omilidir. Shu ma'noda gastronomik turizm ma'lum yo'nalishlarning katta targ'ibotchisi bo'lib, targ'ib qilinayotgan mahsulotning qiymati u yaratilgan destinatsiyada saqlanib qoladi. Ushbu maqsad bilan turizm va gastronomiya uchta nuqtai nazarga asoslangan holda o'rganiladi:

- iste'molchi nuqtai nazari;
- ishlab chiqaruvchining istiqboli;
- belgilangan manzilda sodir bo'layotgan iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanish istiqbollari.

Muayyan joyga tashrif buyurishning turistik tajribasi doirasida gastronomiya muhim element hisoblanadi. Gastronomik turizmni har qanday tahlil qilishda turistning xulq-atvorini va ular tashrif buyurgan joyning oshxona merosi bilan aloqasini o'rganish kerak. Biroq, biron bir joyga tashrif buyurgan barcha sayyohlarni mahalliy oshxona o'ziga jalb qilmaydi. Turistning shunday turi borki, ular tashrif buyuradigan joyning oshpazlik an'alarini maqsadni farqlovchi element sifatida qabul qilmaydi, faqat ovqatlanishga bo'lgan asosiy ehtiyojni qondirishga intiladi. Turistlarning ushbu toifasi uchun gastronomiya sayohatni amalga oshirish uchun asosiy yoki ikkilamchi motivatsiya hisoblanadi. So'nggi paytlarda gastronomik turizmga ilmiy qiziqish ortib bormoqda. Bu yo'nalishda jahon merosi ob'yektlari va shaharlarida gastronomik turizmni tahlil qilishga yo'naltirilgan tadqiqotlarga qiziqish ortib borayotgani ham alohida ajralib turadi. Bu insoniyatning moddiy va nomoddiy merosining ikki potentsial jihati va shahar sayyohlari uchun diqqatga sazovor joylar sifatida gastronomiya bilan bog'liq.

Belgilangan joyga tashrif buyurganingizda mahalliy oshxona sayyohlarni jalb qilishi mumkin. Shu ma'noda, ushbu tadqiqot tashrif buyuruvchilar mahalliy gastronomiyaga nisbatan boshqacha munosabatda bo'lishadi degan xulosaga keladi. Belgilangan uchta klaster orasida gastronomiya yuqori gastronomik qiziqishga ega bo'lgan sayyohlar uchun muhim rol o'ynaydi.



## **1.2-§ Xalqaro iqtisodiyotda gastronomik turizmning tutgan o'рни**

Dunyo gastronomik turizmi bozori 2021-yilda 696,5 milliard AQSh dollari qiymatiga yetdi. Oldinga qarab, IMARC Group tamonidan 2022-2027 yillar davomida yillik o'sish sur'ati 17,4 foizni tashkil etgan holda bozor 2027 yilga kelib 1,796,5 milliard AQSh dollariga yetishini kutmoqda.<sup>12</sup> COVID-19 ning noaniqliklarini yodda tutgan holda, pandemiyaning bevosita va bilvosita ta'sirini doimiy ravishda kuzatib boramiz va baholaymiz. Ushbu tushunchalar bozorning asosiy hissasi sifatida hisobotga kiritilgan. Pazandachilik turizmi yoki oziq-ovqat turizmi - bu taom va haqiqiy taomlar orqali mahalliy madaniyatni o'rganish uchun yangi yoki turistik joylarga tashrif buyurishni o'z ichiga olgan sayohat shakli. U turli xil tadbirlarni o'z ichiga oladi, masalan, pazandachilik yo'llari, pazandachilik kurslari, oziq-ovqat festivallari, boshqariladigan oziq-ovqat sayohatlarini. Pazandachilik turizmi mahalliy oshxonalar haqidagi bilimlarni oshirish uchun ta'lim tashabbuslarini amalga oshirish bilan birga, ovqatlanish va yangi taomlarni tatib ko'rish bo'yicha rivojlangan tajribani taqdim etishga urg'u beradi. Bu, shuningdek, mintaqaviy oziq-ovqat va ichimliklarga bo'lgan talabni oshirishga, ijtimoiy va madaniy ongni shakllantirishga va odamlar va oziq-ovqat o'rtasidagi aloqani kuchaytirishga yordam beradi va shu bilan sayyohlar uchun yoqimli xotiralarni yaratadi.

Oshpazlik turizmi bozori tendentsiyalarini ko'rib chiqadigan bo'lsak, dunyo bo'ylab turizm va mehmondo'stlik sanoatining sezilarli o'sishi bozor uchun ijobiy istiqbolni yaratuvchi asosiy omillardan biridir. Bundan tashqari, turli xil ijtimoiy media platformalarining ko'payishi bozor o'sishiga turtki beradi. Oziq-ovqat va sayohat bloggerlari noyob tajribalar uchun oshpazlik turizmi faoliyatida tobora ko'proq ishtirok etmoqda va omma orasida mahalliy oshxonalar haqida ko'proq xabardorlikni

---

<sup>12</sup> <https://www.imarcgroup.com/culinary-tourism-market> ma'lumotlari

oshirmoqda. Iste'molchilar o'zlarining notinch jadvallari va band turmush tarzidan voz kechish va haqiqiy tajriba orttirish uchun keng tarqalgan ovqatlanish madaniyatiga ega bo'lgan xususiy, sokin va ekzotik joylarni afzal ko'radilar. Shunga muvofiq, qulay va byudjetga mos sayohat va turar joylarning mavjudligi ham bozorning o'sishiga hissa qo'shmoqda. Turli texnologik yutuqlar, masalan, smartfon ilovalaridan foydalanish, sun'iy intellekt (AI), bulutli hisoblash va iste'molchilarning afzalliklarini kuzatish va moslashtirilgan marshrutlarni yaratish uchun katta ma'lumotlar yechimlari ham bozor o'sishiga yordam beradi. Boshqa omillar, jumladan, pazandachilik turizmini rag'batlantirish bo'yicha foydali davlat siyosatini amalga oshirish va iste'molchilarning xarajatlar salohiyatini oshirish bozorni o'sishga olib kelishi kutilmoqda.<sup>13</sup>

Gastronomik turizm o'zini davlat iqtisodiyotining juda foydali sohasi sifatida ko'rsatdi va hatto gastronomik madaniyati oddiy odamlarga noma'lum bo'lgan mamlakatlar ham uning rivojlanishini bejiz emas. Biroq, dunyodagi mavjud vaziyatga qaramay, ko'proq ishbilarmonlar ushbu yo'nalishning istiqbollari tushunishadi. Oziq-ovqat sayohatlarini targ'ib qiluvchi mintaqalarga iqtisodiy ta'siri to'g'risidagi ma'lumotlarni olish qiyin. Bir nechta sayyohlik kompaniyalari yoki hukumatlar bunday tadqiqotlarni amalga oshirgan. Biroq, shuni ta'kidlash kerakki, barcha sayohatchilar albatta oziq-ovqat va ichimlik ichishadi. Oddiy xulosa qilish mumkinki, sayyohlar xarajatlarining kamida 25 foizi sayohat paytida ovqatlanish va ichimliklar bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Bu foiz, albatta, gastronomik maqsadlarda sayohat qilganda yuqori bo'ladi. 2019-yilda Xalqaro turizm pazandalik assotsiatsiyasi gastronomik turistlarni qabul qilish uchun "tayyorlik indeksi" ni hisoblashni taklif qildi. Ushbu indeksga ko'ra, Shotlandiya (100 balldan 79 ball), Kanada (100 balldan 67 ball) gastronomik turistlarni qabul qilishga eng tayyor bo'lib, bu yerda asosiy e'tibor qishloq

---

<sup>13</sup> <https://www.imarcgroup.com/culinary-tourism-market> ma'lumotlari

xo'jaligi sektoriga qaratilgan. Janubiy Afrika tayyorgarlikning eng past darajasini va o'z navbatida rivojlanish uchun eng katta salohiyatni ko'rsatdi (100 tadan 28 tasi).<sup>14</sup> Afsuski, o'zimizning mamlakatimiz O'zbekiston uchun ma'lumotlar yo'q. Gastronomik turistlar sayohatning boshqa tadbirlarida ham juda faol - ular tarixiy joylarga tashrif buyurishadi, teatrlarga boradilar, musiqa festivallariga, bog'larga tashrif buyurishadi, golf o'ynashadi, oddiy turistlarga qaraganda tez-tez kurort xizmatlaridan faol foydalanadilar. Hududlarning gastronomik salohiyatini rivojlantirish uchun mintaqaning eng yaxshi mahsulotlaridan iborat gastronomik savatni shakllantirish bo'yicha Yevropa va jahon tajribasidan foydalanish mumkin. Aslida, bu tarmoq O'zbekistonda hali mavjud emas, u Fransiyada mavjud bo'lib, so'nggi yillarda qishloqda hayot tobora obro'li deb hisoblanadi. Shu bilan birga, fransuz gastronomiyasi YUNESKOning jahon merosining bir qismi sifatida tan olingan va biz bu mamlakatdan ovqatlanish va o'zimizni ushbu bozorda joylashtirish bo'yicha juda ko'p narsalarni o'rganishimiz kerak. Bundan tashqari, O'zbekiston sayyohlik bozorida bir nechta mintaqalar haqiqatan ham gastronomik lazzatlar bilan maqtana oladi.

Biz O'zbekistonda muvaffaqiyatli qo'llanilishi mumkin bo'lgan dunyoda gastronomik turizmni rivojlantirishning quyidagi mumkin bo'lgan usullarini ajratib ko'rsatishimiz mumkin:

1. Mintaqaga xos pazandalik turizm resurslarini rivojlantirish.
2. Ko'p sayyohlik, shu jumladan gastronomik tajribalarni olish imkoniyati bilan yo'nalishlarni ishlab chiqish.
3. Turistik va gastronomik xizmatlarning xususiy ishlab chiqaruvchilari o'rtasidagi hamkorlik.
4. Destinatsiyalar uchun gastronomik takliflarni o'z ichiga olgan samarali marketing strategiyasini qo'llash, aholining turizmning ushbu turi haqida xabardorligini oshirish.

---

<sup>14</sup> <https://www.imarcgroup.com/culinary-tourism-market> ma'lumotlari

5. Mahalliy ovqatlanish madaniyatini yuksaltirish orqali aholining o'z-o'zini anglash darajasini oshirish.

Turizm va uning marketingida raqobat kuchayganligi sababli, har bir mintaqa boshqalardan ajralib turadigan noyob mahsulotlarni qidirmoqda. O'z-o'zidan, mahalliy oshxona allaqachon mijozlarni jalb qilish, shaharlar, hududlar yoki hatto butun mamlakatlarni targ'ib qilish uchun marketing vositasi sifatida ishlatilishi mumkin bo'lgan zarur resurslarni o'z ichiga olgan platformadir. Xalqaro turizm bozorida bugungi kunda gastronomik turizm bo'yicha prognoz ko'rsatkichlarini belgilab borishyapti bunga misol qilib ushbu rasmni ko'rsatib o'tmoqchiman, bunda asosiy narsa milliarddagi foyda hisoblanadi. Dunyo miqyosida gastronomik turizmda yillik o'sish suratlari tahlil qiladigan bo'lsak, 2022 yilda 820.3 mlrd AQSH dollariga teng kelgan bo'lsa, 2028-yilga kelib bu prognoz 2.025.9 mlrd AQSH dollariga teng kelishini ko'rishimiz mumkin (1.2.1-rasm).



### 1.2.1-rasm. Xalqaro turizm bozorida gastronomik turizmning prognoz o'sish ko'rsatkichlari. Daromadlar (milliardda)<sup>15</sup>

Gastronomik turizm dunyoning ko'plab mamlakatlarida juda mashhur bo'lgan istiqbolli yo'nalish bo'lib, uning paydo bo'lishi bir qator omillar va shartlar bilan bog'liq. Bugungi kunda dunyoda gastronomik turizm bo'yicha taqsimlanish turlarini ko'rish mumkin. Bunga misol qilib dunyoda gastronomik sayohatlar uchun mashhur yo'nalishlar ishlab chiqilgan jadvalga nazar salsak ma'lumotga ega bo'lamiz (1.2 1-jadval).

#### 1.2 1-jadval

#### Dunyoda gastronomik sayohatlar uchun mashhur yo'nalishlar<sup>16</sup>

Turlar	Yo'nalishlar	Tavsiflanishi
Baliqchilik gastroturizmi	O'rta yer dengizi	O'rta dengiz — Atlantika okeanining materiklar o'rtasidagi dengiz. O'rta dengiz muhim iqtisodiy ahamiyatga ega. Dengiz orqali Yevropani Afrika, Janubiy va Sharqiy Osiyo mamlakatlari bilan bog'lovchi muhim suv yo'llari o'tgan. Dengizdan baliq (sardiniya, tunets, makrel, skumbriya va boshqalar) hamda dengiz hayvonlari ovlanadi.
	Sharqiy Keyp-Baja oroli	Unda turli xil ko'k, qora, chiziqli marlin, yelkanli baliq, vahoo, xo'roz va dorado mavjud. Bu katta baliq tutmoqchi bo'lgan har qanday baliqchi uchun mos joy. Maydan noyabrgacha eng yuqori mavsum bo'lsa-da, bu ko'k suvlar har doim yaxshi ovlash uchun yil davomida imkoniyatlarga ega. Ba'zi qirg'oq turlariga Rockstar va Roosterfish kiradi. Chiroyli ipak qumli plyajga ega bo'lgan bu orolda eng yaxshi turar joy va sport baliq ovlash ham mavjud.
	Costa rika	Rio Kolorado - Janubiy Amerikadagi baliq ovlash uchun eng mashhur joylardan biri. U eng yaxshi snook va tarpon baliq ovlash uchun tan olingan. Bu yerda baliq ovlashda arqon tortishga o'xshaydi. Bu baliq ovlash joyi Vahoos, Buyuk Barakkuda va Atlantika yelkanlaridan tortib kumushrang machete baliqlari kabi ekzotik turlarga qadar juda ko'p narsalarni taklif qiladi. Rio Colorado Lodge kurorti yil davomida ochiq qoladi; shuning uchun sayyohlar hududga tashrif buyurishlari mumkin.
	Umba daryo	Rossiyadagi bu ko'l qizil ikra baliqlarini ovlash bilan mashhur eng yaxshi joylardan biri hisoblanadi. Bu o'sha hududdagi birinchi daryolardan biri bo'lib, baliq ovlash turizmi, ayniqsa chet ellik sayyohlar uchun ochilgan.
	Montauk	Nyu Yorkdagi Montauk sharqiy qirg'oqdagi eng katta sport baliq ovining uyidir. Dengizda ovlash uchun siz mahi-mahi, marlin, orkinos va akula kabi bir nechta turlarni uchratishingiz kerak. Bu Amerikadagi eng yaxshi baliq ovlash joylaridan biri. Migratsiya

<sup>15</sup> <https://www.researchandmarkets.com/reports/5543292/culinary-tourism-market-global-market-size#rela>

<sup>16</sup> Muallif tamonidan ishlangan

		mavsumida yoki kuzgi baliq ovlash mavsumida baliq ovlash imkoniyatiga ega bo'lasiz. Baliqchilar odatda bu erda kichikroq baliqlarni topadilar, chunki ularning qanotlari Montaukning qumli qirg'oqlari tomonidan ishqalanadi, ammo ularning aksariyati 40-50 funtdan oshadi.
Pishloq gastroturizmi	Amsterdam Niderlandiya	Gollandiyaliklar haqiqatan ham o'z pishloqlarini yaxshi ko'radilar va bu yerda Amsterdandan ko'ra pishloq sayohatingizni boshlash uchun yaxshiroq joy yo'q. Amsterdam pishloq muzeyi Anne Frank uyi yaqinida joylashgan bo'lib, shahar atrofidagi do'konlarda ko'plab namunalar mavjud, shuning uchun siz o'zingiz yoqtirgan narsani sotib olishingiz mumkin. Gollandiyada boshqa ajoyib pishloq bozorlarini, shu jumladan g'arbdagi Gouda pishloq bozorini va Hoorndagi Edam pishloq bozorini topishingiz mumkin. Gouda Gollandiyaning eng mashhur pishloqlaridan biridir.
	Parij, Fransiya	Parij pishloq do'konlari bilan gavjum, shuning uchun shahar bo'ylab sayohat qilganda, ajoyib pishloqni uchratish mumkin. Fransiyada bo'lganda, dunyoning boshqa joylarida topish qiyin bo'lgan hidli ko'k pishloq bo'lgan Rokforni mavjud. Birinchi marta tashrif buyuruvchilar bilishi kerak bo'lgan ajoyib narsa shundaki, sharob, pishloq va non Parijda o'ylagandan ko'ra ancha arzon.
	Ispaniya	Shimoliy Ispaniyaning bu go'zal hududi pishloqni sevuvchilar uchun ajoyib joy. Kabrales - bu Asturiyada tatib ko'rish mumkin bo'lgan mashhur pishloq, ammo uning kuchli ta'mi hamma uchun ham yoqimli emas. Bu ko'k sigir pishloqi bu yerda birinchi bo'lib ishlab chiqarilgan bo'lib, u kuchli, yog'li va tabiiy tog 'g'orlarida qariydi. Ko'pgina kichik fermalar ushbu o'ta noyob pishloqqa ixtisoslashgan. Asturiya Biskay ko'rfazi bo'yida joylashgan va aslida "pishloq mamlakati" deb ataladi. Asturiya shahri tepaliklar va dengiz o'rtasida joylashgan bo'lib, rang-barang uylar va alohida plyajlar bilan ajralib turadi.
	Italiya	Bu nom italyanacha "mozzarella" so'zidan kelib chiqqan bo'lib, "kesish" degan ma'noni anglatadi va pishloq tayyorlashning rivojlanishiga to'g'ri keladi, tvorog kichik bo'laklarga bo'linadi va pishloqni isitish va uning qattiqligini yanada elastik qilish uchun issiq suv qo'shiladi. Odatda bu turdagi pishloq uchun italyan suv bufalo suti ishlatiladi, garchi bu vaqtda pishloq sigir sutidan ham tayyorlanadi.
Vino turizmi	Bordo, Fransiya	Dunyoning vino poytaxti sifatida tanilgan Bordo o'ziga xos jozibasiga ega. Shahar YuNESKOning Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilgan va uning markaziy hududi bo'ylab piyoda sayohat qilishni talab qiladi. Mahalliy uzumchilik tarixi bilan tanishish uchun La Cité du Vin muzeyi mavjud hisoblanadi. Asosiy e'tibor yerning 80% ni egallagan qizil uzum navlariga qaratilgan.
	Piemont, Italiya	Italiyaning shimolidagi Piedmont, taxminan 300 million litr ichimlik ishlab chiqaradi.

	Santorini, Gretsiya	Sharob olamidagi eng noyob manzaralardan biri. Issiqlik va kuchli shamollar tufayli ishlab chiqaruvchilar Kouloura deb nomlangan protseduradan foydalanadilar, uzumlar himoyalangan bo'lishi uchun o'simliklarni qush uyalariga o'xshash yerga yaqin savat shaklida joylashtiradilar. U yerda oq vinolar ustunlik qiladi.
Halol turizm	Malayziya	Aholisi 60% musulmon bo'lgan Malayziya bugungi kunda musulmon sayyohlarga ko'rsatilayotgan xizmatlar xilma-xilligi bo'yicha yetakchi o'rinni egallab turibdi. Shunday qilib, Malayziyaning dengiz sohilidagi Port Dikson kurort shahri musulmonlar orasida oilaviy dam olish uchun eng yaxshi kurortlardan biri hisoblanadi. Hashamatli villalar turkuaz suvlar ustidagi ustunlarda turadi. Malakka bo'g'oziga qaragan villalarning derazalaridan. Shiftdagi har bir villada Makkaga yo'nalish ko'rsatilgan, xonalarda Qur'on nusxasi mavjud. Mehmonxona restorani halol menyuni taklif etadi va u butunlay alkogolsiz. Eng qimmat villalarda shaxsiy hovuzlar mavjud, shuning uchun musulmon ayollar umumiy hovuzdan foydalanishlari shart emas. Mehmonxonada shaxsiy namozxonalar ham mavjud. Ramazon oyida Malayziyadagi mehmonxonalar maxsus menyu taklif qiladi - tong otguncha nonushta, kechqurun esa quyosh botgandan keyin - bufet. Shuning uchun bu kurortga dunyoning turli burchaklaridan musulmonlar sayohat qilishsa ajabmas.
	Turkiya	Bu mamlakatda turizm jadal rivojlanmoqda: har yili mehmonxonalar soni ortib bormoqda. Bu sohaning alohida sektori barcha shariat talablariga javob beradigan mehmonxonalar bo'lib, musulmonlar o'z oilalari bilan qulay va to'liq dam olishlari mumkin. Bundan tashqari, mehmonxonalar hududida har kuni azon aytiladigan va jamoat namozlari o'qiladigan masjid ham jihozlangan. Turkiyada ko'chalarda mushuklar juda ko'p. Xushbichim, chiroyli va dangasa. Bog'larda esa maxsus mushuk uylari va ularni boqadigan va ularga g'amxo'rlik qiladigan maxsus odamlar bor. Oddiy turklar ham ko'cha mushuklarini juda yaxshi ko'radilar va ularni doimo ovqatlantiradilar.
	Saudiya Arabiston	"Ikki ziyoratgoh" mamlakatiga halol turizm birinchi navbatda Haj va Umra ziyoratlarini bajarish bilan bog'liq. Shuning uchun Makka va Madina shaharlaridagi eng mashhur mehmonxonalar. Sayyohlar uchun Saudiya Arabistonida mehmonxonalar va marshrutlarni tanlashda muhim nuqta - bu joylashuv, ya'ni joyning islomiy ziyoratgohlarga, "tarixiy" joylarga yaqinligi.
	BAA	BAA. Birlashgan Arab Amirliklarining islom an'alariga muvofiq faoliyat yurituvchi mehmonxonalarida haftaning belgilangan kuni plyajda faqat musulmon ayollar dam olishi belgilangan. Shu kuni ular xotirjamlik bilan, erkaklar nuqtai nazaridan qo'rqmasdan, o'zlarini suzishga va quyoshga botishga ruxsat berishadi. Mehmonxonalarda, qoida tariqasida, standart xizmatlar va infratuzilmalardan tashqari, faqat ayollar uchun 2 ta basseyn, ayollar va erkaklar uchun namozxonalar, xonalarda Qur'oni Karim, namozxon va qiblaga yo'nalish mavjud.

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, dunyoda gastronomik turizm o'z ichiga bir qancha sohalarni jumladan baliqchilik turizmi, pishloq turizmi, vino turizmi va albatta halol turizmni ham jamlaydi. Bu sohalar dunyo miqyosida olib qaralganda, bu sohalar davlat iqtisodiyotiga katta ta'sir ko'rsatib, yuqori bosqich reytingiga erishib kelmoqda. Oziq-ovqat turizmi, ayniqsa, yosh avlod orasida tobora ommalashib bormoqda, chunki bu demografiya ijtimoiy media ta'siri tufayli sayohat qilishimizni shakllantirmoqda. Shunisi ham qiziqki, odamlarning 70% chet elda oziq-ovqatga o'z uylarida qilganidan ko'ra ko'proq sayohat uchun pul sarflaydi va sayohat paytida noyob taom tajribasi muhimligini ochib beradi va ta'tib ko'rish jarayonida ishtirok etadi.

Ayni vaqtlarda sayyohlarni oziq-ovqat, ichimliklar, mahalliy mahsulotlarning kelib chiqishi qiziqirmoqda. Bundan tashqari, organik pazandachilik turizmi, ayniqsa yevropalik pazandalik sayyohlari orasida bozor bo'lganligi sababli, bir nechta oshpazlik turoperatorlari ushbu sayyohlarga organik oziq-ovqat variantlarini taklif qilish orqali raqobatdosh ustunlikka ega bo'lib bormoqda. Shunday qilib, Yevropa va Shimoliy Amerika kabi mintaqalarda organik pazandachilik turizmi bozorining o'sishi bilan prognoz davrida barqaror va organik pazandachilik turizmi mashhur bo'lishi kutilmoqda. Bundan ko'zlangan maqsad albatta turizm bozorida gastronomik turizm sur'atining jadal o'sishi hisoblanadi. "AQSh, Buyuk Britaniya, Germaniya, Fransiya, Xitoy, Avstraliya va Ispaniya kabi mamlakatlar ichki va xalqaro sayohatchilar soni ortib borayotganiga guvoh bo'lmoqda. Bu global pazandachilik turizmi bozorining o'sishiga katta hissa qo'shmoqda. Shri-Lanka, Hindiston va Meksika kabi rivojlanayotgan mamlakatlar ham turizm infratuzilmasini yangilamoqda, bu esa prognoz davrida bozor o'sishini oshirishi kutilmoqda".<sup>17</sup>

Pazandachilik turizmi bozorida: asosiy omillar, tendensiyalar va muammolarni ko'rib chiqadigan bo'lsak, pazandachilik turizmiga bo'lgan

---

<sup>17</sup> <https://www.businesswire.com/news/home/20190129005605/en/Global-Culinary-Tourism-Market-2019-2023-Growing-Popularity-of-Sustainable-and-Organic-Culinary-Tourism-to-Boost-Growth-Technavio>



ustunlik, ayniqsa, pazandachilik turizmi bozorining o'sishiga turtki bo'lmoqda, ammo hashamatli sayohatlar bilan bog'liq bo'lgan nozik koeffitsienti kabi omillar bozor o'sishiga to'sqinlik qilishi mumkin. Bizning tadqiqot tahlilchilarimiz tarixiy ma'lumotlarni o'rganib chiqdilar va bozorning asosiy omillari va COVID-19 pandemiyasining pazandalik turizmi sanoatiga ta'sirini aniqladilar. Yaxlit tahlili yakuniy maqsadlarni aniqlashga va raqobatdosh ustunlikka erishish uchun marketing strategiyalarini takomillashtirishga yordam beradi. Pazandachilik turizmiga bo'lgan ustunlik global pazandachilik turizmi bozori ulushining o'sishini ta'minlovchi asosiy omil hisoblanadi. Sayohat va sayyohlik bozori, jumladan gastronomik turizmi sezilarli darajada o'sib bormoqda va 2018-yilda 8,60 trillion dollar daromad keltirgan. Bu ko'p sonli shaxslarning o'z afzalliklarini oddiy sayyohlik faoliyatidan hashamatli turizmga, jumladan, pazandachilik turizmiga o'tkazishi bilan bog'liq. AQSh, Buyuk Britaniya, Germaniya, Fransiya, Xitoy, Avstraliya va Ispaniya mashhur sayyohlik yo'nalishlaridir. Ushbu mamlakatlar dunyo bo'ylab mahalliy va xalqaro sayohatchilar sonining ko'payishiga guvoh bo'lishi kutilmoqda, bu esa o'z navbatida prognoz davrida global gastronomik turizmi bozorining o'sishiga hissa qo'shishi kutilmoqda. Shri-Lanka, Hindiston va Meksika kabi rivojlanayotgan mamlakatlar ham turizm infratuzilmasini yangilamoqda, bu esa prognoz davrida bozor o'sishini yanada oshirishi kutilmoqda.

Gastronomik turizm bozorining asosiy tendentsiyalarini ko'rib chiqadigan bo'lsak, raqamli ommaviy axborot vositalariga tobora ortib borayotgan qaramlik global gastronomik turizmi bozori ulushining o'sishini qo'llab-quvvatlovchi yana bir omildir. Internetga kirish va smartfonlar bilan bog'liq texnologik taraqqiyot iste'molchilarga turoperatorlar va yo'nalishlarga oson kirishni ta'minlab, umumiy sayohat va turizm sanoatini buzdi. Ushbu innovatsiyalar sayohatni rejalashtirish, bron qilish va dam olishni yanada qulayroq qilish orqali butun sayohat jarayonini optimallashtirishi kutilmoqda. Veb-saytlar, onlayn chakana savdo va internetning arzonligi

sarguzasht turizmining mashhurligini sezilarli darajada oshirdi. Internet iste'molchilarga ko'rsatuvlar, shu jumladan mijozlarning sharhlari bo'yicha ko'plab muhim ma'lumotlar va vositalarni taqdim etadi. Internet maqsadli tasvirlar, videolar, sharhlar va ob-havo ma'lumotlariga, shuningdek, xaritalar va qo'llanmalarga to'g'ridan-to'g'ri kirish imkonini beradi.

Gastronomik turizmi bozorining asosiy muammosini o'rganib chiqsak, hashamatli sayohatlar bilan bog'liq asosiy prognoz davrida global gastronomik turizmi bozori ulushining o'sishi uchun asosiy muammo bo'ladi. Hashamatli turizm, shu jumladan gastronomik turizmi, u bilan bog'liq yuqori xarajatlar tufayli har qanday turmush tarzining nozik qismi hisoblanadi. Turizmning bu turidan asosan jamiyatning boy qatlamlari foydalanadilar. Rivojlanayotgan va rivojlangan hududlardagi ko'pchilik iste'molchilar yuqori xarajat tufayli bunday faoliyat turlari bilan shug'ullanishni istamaydilar. Gastronomik turizmining noziklik tabiati jahon pazandalik turizmi bozorining o'sishini cheklaydi, chunki ko'plab sayyohlar, ayniqsa ommaviy sayyohlar bunday sayohatlarga juda ko'p pul sarflashga ikkilanishadi. Bu o'z navbatida, prognoz davrida global pazandachilik turizmi bozorining o'sishiga ta'sir qiladi. Dunyo miqyosida Osiyo va tinch okeaniya mintaqasi global gastronomik turizm bozorida eng katta ulushga ega bo'lishi kutilmoqda. Chunki iste'molchilar kundan-kun qishloqqa borish ehtiyojlari ortib bormoqda. Bu esa albatta o'z navbatida gastronomik turizm, jahon savdosini oshiradi. Bundan tashqari, mintaqada Xitoy, Yaponiya va Hindiston kabi rivojlanayotgan mamlakatlarda oziq-ovqat va mehmondo'stlik sanoatiga doimiy investitsiyalar ko'payishi hisobiga jahon gastronomik turizm bozorida yuqori o'sish kuzatilishi kutilmoqda. Biroq, Yevropa mintaqasi prognoz davrida turizm bozorida sezilarli o'sish surati kutilmoqda. Ko'p sonli an'anaviy va o'ziga xos oziq-ovqat do'konlarining mavjudligi va turar joyning qulayligi tufayli Yevropada mintaqaviy ulushi ortib bormoqda.

### **1.3-§ Gastronomik turizmning turizm sohasi rivojlanishidagi ahamiyati**

So'nggi yillarda turizm sohasi eng tez rivojlanayotgan ijtimoiy-iqtisodiy sohalardan biriga aylandi dunyodagi tarmoqlar. Turizmning rivojlanishi mamlakatga iqtisodiy foyda keltirsa-da, valyuta tushumlarini va bandlikni oshiradi, daromadni oshirishda muhim rol o'ynaydi. Xususan, mamlakatimizdagi Samarqand, Buxoro, Xiva o'ziga jalb qiladi qadimiy va betakror tarixi va boy madaniyati bilan dunyoning turli burchaklaridan kelgan sayyohlar uchun ajoyib yodgorliklar majmuasidir.

Mustaqillik yillarida turizmga katta e'tibor qaratildi. Tarixiy shaharlarning turistik salohiyati har tomonlama o'rganilib, Prezidentimiz va Vazirlar Mahkamasi tomonidan zarur qonun, qaror va farmoyishlar ishlab chiqilgan. Shunday qilib, 2016 yil 2 dekabrda Respublika Prezidentining Farmoni O'zbekiston Sh.M.Mirziyoev "Jadal rivojlanishini ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-4861-sonli O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish to'g'risida"gi qaror qabul qilindi. Farmonga muvofiq, Milliy "O'zbekturizm" kompaniyasi tugatilib, uning negizida Davlat qo'mitasi tuzildi O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish qo'mitasi tashkil etildi va bu qo'mita tashkil etildi turizm sohasidagi vakolatli davlat organi etib tayinlanadi. Bir qator chora-tadbirlar ham amalga oshirildi viza berish jarayonini soddalashtirish, keraksiz to'siqlarni bartaraf etish, sayyohlar uchun sharoit yaratish maqsadida qabul qilingan sayyohlik markazlari, sanoatning investitsion jozibadorligi oshirildi. Natijada 2019-yilda turizm xizmatlari eksporti 2018-yilga nisbatan 26,1 foizga oshib, 1,3 milliard dollarni, xizmatlar eksportidagi sanoatning ulushi 39,3 foizga yetdi. Bizga tashrif buyurayotgan sayyohlar oqimi mamlakat yildan-yilga rivojlanib bormoqda. Xususan, 2018 yilda 450 221 sayyoh tashrif buyurgan 2019 yilda 517 614 kishini tashkil etdi yoki bu davrda tashrif buyuruvchilar soni 15 foizga oshdi. Covid-19 pandemiyasi davrida, 2020-yil 1-noyabr holatiga ko'ra, turistlarning umumiy soni Samarqandga tashrif buyurganlar soni 523 344 nafarni

tashkil etdi, shundan 49 500 nafari xorijiy, 473 844 nafari mahalliy sayyohlardir.<sup>18</sup> Albatta, 2020 yilda xorijlik sayyohlar oqimining pastligini butun dunyoda shu bilan izohlash mumkin koronavirus pandemiyasi sabab bo'ldi. Samarqandning mamlakatimiz sayyohlik salohiyatida alohida o'rni bor.

Gastronomik turizmning rivojlanishi va barqaror rivojlanishida alohida o'rin tutadi. Chunki bugungi kunda turizm sohasidagi eng ommabop amaliyotlardan biri bu gastronomik turizmni rivojlantirish hisoblanadi. Ma'lumki, bu sohada boshqa davlatlar qatori Ispaniya va Italiya ancha oldinda. Jahon sayyohlik tashkilotining III Butunjahon forumida 2017-yilda Ispaniyaning San-Sebastyan shahrida gastronomik turizmga bag'ishlangan bo'lib, bu borada fikr-mulohazalar bildirildi. Gastronomik turizmning barqaror turizm tamoyillariga asosan rivojlantirishga katta ahamiyat berildi. Bu boradagi keng ko'lamli ishlar O'zbekistonda ham o'zgacha talqinda amalga oshirilmoqda. Xususan, Gastronomik turizm assotsiatsiyasi jumladan, gastronomik turizm sohasida turli tadbirlarni tashkil etish maqsadida tashkil etilgan ko'rgazmalar, festivallar, forumlar, seminarlar, ilmiy konferentsiyalar, davra suhbatlari, tanlovlar va boshqa shunga o'xshash hodisalar tashkil etilib borilmoqda. Xalqaro assotsiatsiya tomonidan grantlar amalga oshirildi. Bunda bugungi va kelesajakdagi gastronomik turizmni rivojlantirishga qaratilgan turli loyihalar asnosida milliy taomlar tayyorlash ko'zda tutildi.

Milliy taomlar xalqaro festivalini muntazam o'tkazish Noyabr oyida O'zbekistonda "Delicious Uzbekistan" yilning eng yaxshi restoranlari, "Yil restorani menejeri", "Yil oshpazi" va ularning xodimlari nominatsiyasi tashkil etiladi. Samarqand nafaqat qadimiy tarixiy obidalarga ega sayyohlik markazi, balki gastronomik markaz hamdir eng mazali shirinliklar, taomlar va samarali jannatga ega sayyohlik maskani hisoblanadi. Darhaqiqat, O'zbekistondagi har qanday vohaning o'ziga xos xilma-xilligi va milliy taomlarini tayyorlashga boyligi bor idishlar. O'zbek milliy oshxonasining o'ziga xos xususiyatlari, o'zbek

---

<sup>18</sup> Stat.uz 2020-yil ma'lumoti

milliy taomlari taomlardan farq qiladi. xilma-xilligi va tayyorlash usuli bilan boshqa xalqlar. Milliy oshxonamiz ko'p asrlik tarixga ega pishirish an'analari va madaniyati. U milliy qadriyatlarning ajralmas qismidir, chunki u yo'lni aks ettiradi saxovatli vatanimizning turmushi, an'analari, o'ziga xosligi, iqlim sharoiti. Tarixdan ma'lumki, Osiyoning dehqonchilik aholisi asosan navlardan tayyorlangan don, meva va sabzavotlar, aksincha, ko'chmanchi va yarim ko'chmanchi aholi hayvonot mahsulotlaridan tayyorlangan oziq-ovqat, ya'ni go'sht, yog' va sut mahsulotlaridan foydalanadi. Shuni ta'kidlash kerakki, o'zbek va tojik O'rta Osiyoda oshxona deyarli bir xil, faqat turkman, qirg'iz va qozoq milliy taomlari taomlari o'zbek milliy taomlaridan biroz farq qiladi.

Biz hozirda jadal rivojlanib borayotgan dunyoda yashamoqdamiz. Hamma sohalar kabi gastronomik turizm sohasi ham jadal rivojlanmoqda. Chunki insonlarning yangi tam va mazaga bo'lgan ehtiyoji ortmoqda. Gastronomik turizm ya'ni oshxona turizmi, turizmning asosiy turlaridan biri bo'lib asosiy maqsadi sayyohlarning ma'lum bir mamlakatga sayohat qilishi asosida o'sha davlatning milliy oshxonasi va ovqatlanish madaniyati bilan yaqindan tanishdir.

Gastronomik sayyoh birinchi navbatda madaniyatning ajralmas qismi hisoblangan, milliy va an'anaviy taomlarni tayyorlash jarayoni dasturxonga tortish usullari ovqatlanish tartibi va pozitsiyalarni ko'rish va bilish barobarida sayohat qilayotgan davlatning tarixini iqtisodiyotini davlat siyosatining e'tiqodlarini o'rganadi. Gastronomik turizm sohasi 2 turga bo'linadi. Qishloq va shahar gastronomik turizmlariga. Qishloq gastronomik turizmida turistlar sayohat qilinayotgan davlatning ekologik toza mahsulotlarini yig'ib olish va qadoqlash jarayonini o'z ko'zi bilan ko'rish va ta'tib ko'rish uchun borishadi. Shahar gastronomik turizmi esa mahalliy mahsulotlarni qayta ishlaydigan va ishlab chiqaradigan korxonalar milliy taom tayyorlaydigan ovqatlanish shahobchalariga va oziq ovqat do'konlariga boshqa obyektlarga tashrif buyurib ularni o'rganish, tatib ko'rish uchun tashrif buyurishadi. Hozirgi kunga kelib dunyoning deyarli barcha mamlakatlarida gastronomik turizm rivojlangan. Misol uchun Bolgariya

va Fransiya uzumchilik va vinochilik, Germaniya, Avstriya, Belgiya va Chexiya davlatlarida pivochilik, Italiya Shvetsariyada va Gollandiyada bo'lsa pishloqchilikka ixtisoslashgan hisoblanadi. Prezidentimizning 2019-yil 5-yanvardagi O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora tadbirlar to'g'risidagi 5611-sonli farmonida diyorimiz hududlarida turizmning istiqbolli turlari, shu jumladan gastronomik turizm salohiyatini hisobga olgan holda yangi turizm dasturlarini ishlab chiqish vazifasi belgilangan.

Bizning yurtimizning gastronomik sayohati ko'plab xorijlik sayyohlarimiz tomonidan doim yuqori baholanib kelinadi . Shu bilan birga mamlakatimiz National geographic tanlovida eng yaxshi gastronomik yo'nalish g'olibi sifatida e'tirof qilingan. Bundan tashqari O'zbekiston Butunjahon turizm tashkiloti tashabbusi bilan tashkil etilgan gastronomik sayohatlarda faol qatnashmoqda. Bularning barchasi O'zbekistonda gastronomik turizm rivojlanishiga katta hissa qo'shganidan darak beradi. O'zbek oshxonalarida ko'proq qo'y go'shtidan foydalanish mol va ot go'shtiga qaraganda kamroq qo'llaniladi. Cho'chqa go'shtidan Islom dini an'alariga binoan taomlarda qo'llanilmaydi. Bizning oshxonalarimizda eng mashhur taomlardan palov, manti, do'lma, hasip, tandir nondir. Shu bilan birga respublikamizning har bir viloyati o'zining milliy taomlari bilan mashhurdir. Rossiyaning " Tusr Stat" tahliliy agentligining ma'lumotlariga ko'ra Davlatimiz gastronomik turizm yo'nalishida MDH va yaqin chet el mamlakatlari reytingida kuchli 5 likdan joy olgan. Bu davlatlar Gruziya, Ozarbayjon, Armaniston, Qozoqiston va O'zbekistondir. Xususan 2018- yilda National Geographik jurnali o'tkazgan National geographic traveler mukofotida gastronomik turizm naminatsiyasi bo'yicha O'zbekiston birinchi o'rinni egallagan.<sup>19</sup>

Dunyoda turizm rivojlanib borgan sari albatta o'z ichiga gastronomik turizmni ham albatta oladi. Umumiy yillar hisobiga turistlarning kelib ketish

---

<sup>19</sup> oriens.uz/uz/conferences/1/

statistik ma'lumotiga tayanadigan bo'lsak, bularning ichida albatta gastronomik turizm mavjud. Chunki inson ehtiyoji albatta ovqatlanishni o'z ichiga oladi. Bu jadvalda mamlakatdagi turistlar soni tahlil qilingan (1.3.1-jadval).

### 1.3.1-jadval

#### O'zbekiston Respublikasiga turistik maqsadlarda kelgan fuqarolar soni, ming kishi<sup>20</sup>

Ko'rsatkichlar	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
O'zbekiston Respublikasiga turistik maqsadlarda kelgan chet el fuqarolari soni	1917,7	2027,0	2690,0	5346,3	6748,5	1504,1	1881,3	5232,8
Ayollar	1056,1	1128,3	1496,5	2830,5	3530,0	738,7	924,6	2647,0
Erkaklar	861,6	898,7	1193,5	2515,8	3218,5	765,4	956,7	2585,8

Bu jadvaldan shu ko'rinib turibdiki, mamlakatimizga kelgan turistlar sonini tahlil qiladigan bo'lsak, 2015-yilda 1917,7 ming kishidan 2021-yilga 5232,8 ming kishiga ortgan. Faqat 2020-yilda koronavirus pandemiyasi tufayli yillar davomidagi yuqori ko'rsatgich anchagina sayozlashib qolganini ko'rish mumkin. 2019-yilda 6748,5 kishi tashrif buyurgan bo'lsa, 2020-yil pandemiya davrida 1504,1 ming kishi, ya'ni 5244.4 ming kishiga qisqarganini ko'rish mumkin. Shundan 2020-yilda 1504.1 kishi O'zbekistonda tashkillashtirilgan "Uzbekistan safe travel" loyihasi doirasida kirib kelgan kelgan turistlar hisoblanadi. Bu loyiha o'z ichiga sayyohlarga mo'ljallangan bo'lib, jahon standartlariga asoslangan sanitariya-epidemiologik xavfsizlikning yangi tizimi hisoblanadi. Shu tizim asosida turistlar kelib ketishi nazoratga olingan. Bu statistik ma'lumotni tahlil qiladigan bo'lsak, barcha kelgan turistlar albatta gastronomik turizmdan foydalangan. Statistik tahlil qilinganda, bu jadval asosining 98 foizi gastronomik turizmni o'z ichiga olgan. Faqat 2020-yilda pandemiya sababli, ko'pgina oshxonalar

<sup>20</sup> Stat.uz 2023-yil ma'lumoti

va restoranlar sanitariya talablariga javob bermaganligi bois gastronomik turizm ehtimolligi 90 foizga pasaygan. Turistlar oqimini pasayishini oldini olish maqsadida, prezidentimiz tamonidan pandemiya davrida qator chora tadbirlar ko'rildi. Jumladan, prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev tadbirkorlar bilan ochiq muloqot o'tkazdi. Muloqotni O'zbekiston xalqaro anjumanlar saroyida 500 ga yaqin tadbirkor, viloyatlardagi studiyalarda esa jami 2000 ga yaqin ishbilarmonlar kuzatdi va ishtirok etdi.

Davlatimiz rahbari muloqot davomida bir necha muhim masalalarga to'xtalib o'tib, xususan, shunday fikrlarni bildirdi: "Pandemiya davom etayapti va bu xizmatlar sohasi, ayniqsa umumiy ovqatlanish va turizm korxonalarini uchun qanchalik og'ir bo'layotganini barchamiz ko'rib turibmiz, albatta. Bu borada, umumiy ovqatlanish va turizm korxonalaridan o'tgan yili berilgan imtiyozlarni uzaytirish bo'yicha 300 dan ortiq murojaat kelib tushgan. Shu bois, jami 13 mingta umumiy ovqatlanish korxonasini yil yakuniga qadar yer va mulk solig'idan ozod qilamiz. Bu imkoniyat ularga 30 milliard so'm qo'shimcha ko'mak deganidir. Ularning boshqa soliqlardan mavjud 35 milliard so'm qarzlari muddatlari joriy yil yakunigacha uzaytiriladi, kreditlarini qaytarish ham kechiktiriladi. Shu bilan birga, turizm kompaniyalari va mehmonxonalarni turistik yig'implardan 2 yil muddatga ozod qilsak, nima deysizlar? Bu – hozirgi qiyin sharoitda tushumi kamayib ketgan 2 ming nafar tadbirkor ixtiyorida 150 milliard so'm qoladi, degani" deya o'z takliflarini bildirib turizmga bo'lgan yuqotishlarni bartaraf etishga qaratilgan.<sup>21</sup>

Bugungi kunda turizm industriyasining muhim tarkibiy qismi bu mehmonlarning taomidir. Shaharning diqqatga sazovor joylari bilan tanishgan sayyohlar bir vaqtning o'zida milliy oshxonaning o'ziga xos xususiyatlari haqida bilishni xohlashadi. Gastronomiya hududning muhim resursi, uning o'ziga xosligini shakllantirish manbai hisoblanadi. Ovqatlanishning yangi usullarini izlash turistik mahsulotning gastronomik tarkibiy qismini o'rganishga, hududning

---

<sup>21</sup> <https://gastrotourism.uz/>



turistik qiyofasini shakllantiradigan hudud brendining asosiy tamoyillariga, ongda mahsulot haqida taassurot yaratish jarayoniga asoslanadi. iste'molchilar. Mahalliy oshxonani hududlarning turistik resursi deb hisoblash mumkin, bu yangi turistik mahsulotlarni yaratishga, turistik yo'nalishning yangi qirralarini ochishga imkon beradi. Undan destinatsiyaning ijtimoiy va iqtisodiy turmush tarzini tushunish uchun foydalanish mumkin. Gastronomiya va turizm o'rtasidagi bog'liqlik turistlar oqimini ko'paytirishga yordam beradi, turistlarning qolish muddatini uzaytiradi va turizmdan olinadigan foydani oshiradi.

Turizmda umumiy ovqatlanish mamlakatning ijtimoiy va iqtisodiy rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan eng muhim sohadir. Hududning mintaqaviy o'ziga xosligini saqlab qolish va uning turistik jozibadorligini oshirish imkonini beradigan turli xil oziq-ovqat variantlarini saqlash va targ'ib qilish muhimdir. Turizm restoran biznesi bilan o'zaro bog'liq bo'lib, mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlaydi, yuqori sifatli va ekologik toza oziq-ovqat muhimligi g'oyasini ilgari suradi. Mahalliy oshxona sayyohlarda o'z joyini, o'z uyini his qilish, qulaylik va xavfsizlik hissini uyg'otadi. Dunyoda gastronomik turizm katta shuhrat qozonmoqda. Odamlar har qanday mamlakat oshxonasi bilan chuqur tanishish uchun maxsus gastronomik turlarni sotib olishadi. Shuni ta'kidlash kerakki, Respublikamizning har bir viloyati O'zbekistonning pazandachilikning o'ziga xos xususiyati bor.

O'zbekiston mintaqasida palov milliy va eng mazali taom sifatida kiritilgan. Bu taom bayram taomi sifatida qabul qilingan. Hech bir to'y u taomsiz o'tmaydi.. Palovning asosiy tarkibiy qismlari guruch, yog', go'sht, sabzi, piyoz va boshqalar. O'zbekistonda 70 dan ortiq palov turlarini sanash mumkin. Festivallarda "Osh Bayrami" har yili mamlakatimizda o'tkaziladi palovning quyidagi turlarini ko'rishimiz mumkin: "To'y oshi", "Karovon osh", "Choyxona palov", "Toshkentcha osh", "Xorazmcha palov", "Bayram oshi", "Namangancha devzira osh", "Samarqand oshi", "Asaka palov". Bundan tashqari, o'zbekiston mintaqasida o'zining mazali somsasi bilan ham mashhur hisoblanadi. O'zbek

somsasi xalq an'analarining ajralmas qismidir. O'zbek somsasi shunchaki un mahsuloti emas go'sht yoki sabzavot bilan to'ldirilgan, bu avloddan-avlodga o'tgan an'anadir va o'ziga xos xususiyatlarga ega. Har bir oilada somsa tayyorlanib kelinadi. O'zbek somsasining o'ziga xos navlari bor. Uning tandirda (loydan yasalgan pechning bir turi) ichida pishiriladi. Bugungi kunda gastronomik turizm sohasida hal qiluvchi rol o'ynamoqda. Chunki har biri muayyan joyga tashrif buyurgan sayyoh milliy mahalliy taomlarni iste'mol qilishni xohlaydi. O'zbekiston milliy taomlari va o'zbek oshxonasi allaqachon tashrif buyuruvchilarga butun dunyo bo'yicha manzur bo'lgan. O'rta Osiyo oshxonasini sifatida tanilgan hisoblanadi. Mamlakatimiz Buyuk ipak yo'lining karvon yo'llarida joylashganligi bois turistlar bu mamlakatga qiziqishi yanada ortib bormoqda. O'zbekistonning har bir taomining o'ziga xos an'anaviy pishirish usuli bor. Bu taomni butun mamlakat bo'ylab tayyorlashning ko'plab usullari mavjud. O'zbek taomining asosiy turlari osh, qozon kabob, xonim, samsa, lag'mon, manti, dolma, beshbarmoq, yaxna, shashlik va boshqalar.

Palov - o'zbek mehmondo'stligining ramzi, o'zbek dasturxonining xoni hisoblanadi. O'zbekistonda palov tayyorlashning turli hududlarida odamlarning o'zbekcha retseptlari bor. Masalan, buxoroliklar yashil grammlil palov tayyorlaydilar. Samarqand palovi och rangli, Farg'ona palovi aksincha jigarrang, Toshkent palovida hamma masalliqalar boshida qovuriladi. 2017-yilning 3-fevral kuni Toshkent shahrida palovning milliy taom sifatida qo'shilganligini tasdiqlash marosimi bo'lib o'tdi. YUNESKOning Insoniyatning nomoddiy madaniy merosi representativ ro'yxatiga kiritildi. 2017-yil 8-sentabr kuni "O'zbekim" an'anaviy madaniyat festivali doirasida eng katta palov pishirish bo'yicha jahon rekordi o'rnatildi va bu palov Ginnesga kirdi. Buning uchun palov maxsus tayyorlangan qozonda diametri 4,2 metr, hajmi 8000 litr, qozonning og'irligi 7070 kilogramm, chuqurligi esa 1 metrda edi. Rekord maqsadi 8 tonnalik osh, buning uchun 1,5 tonna mol go'shti, 400 kilogramm qo'y go'shti, 1,9 tonna guruch, 2,7 tonna sabzi,

220 kilogramm piyoz, 440 litr yog, 57 kilogramm tuz solingan.<sup>22</sup> Rekord taomini tayyorlash uchun butun mamlakat bo'ylab 50ta taniqli oshpazlar yig'ilishgan. Tadbir palovi tayyor bo'lgandan so'ng tadbir mehmonlariga, turistlarga va Toshkent aholisi bo'ylab tarqatilgan. Bu bilan nafaqat record o'rnatilgan balki gastronomik turizmga bo'lgan e'tiborning kuchliligini ham ko'rish mumkin. O'zbekistonning har bir hududi o'ziga xos taom tayyorlash va pishirishga ixtisoslashgan. O'zbekistonga kelgan sayyohlar taomlarning 17 dan ortiq turini uchratishlari mumkin. Har bir viloyatning o'zining milliy taomlari mavjud, masalan: Tarixiy Samarqand viloyati sizni tatib ko'rish imkoniyati bilan hayratda qoldiradi go'shtli qaynatilgan no'xatsho'rak samarqand noniga qo'shib beriladi. Jizzax esa o'zining hayratlanarli vazni 500 g dan oshadigan somsasi bilan mashhur.

Ma'lumot uchun, bu turdagi somsa nafaqat O'zbekistonda balki, mamlakat chegaralaridan tashqarida ham eng mazali taom sifatida tanilgan. Farg'ona qozon kabobi eng ko'p tarqalgan Farg'onadan tashqari 10 ta viloyatda ham pishiriladi. Andijon esa sayyohlarni ishtahasini ochuvchi lag'mon bilan xushnud etadi. Agar sayyohlar Namanganga tashrif buyurishsa, osh tatib ko'rish imkoniyatini qo'ldan boy berishmaydi. Buxoroning palov oshi turi boshqalaridan ajralib turadi. Bu palov Oshi so'fi deyiladi guruchi faqat qaynatiladi keyin qozon deb ataladigan mis tovada pishiriladi. Navoiy esa mazali go'sht va guruch bilan to'ldirilgan sevimli bo'lgan dolmani topish mumkin. Qashqadaryo va Surxondaryo cho'pancha, qovurilgan qo'zichoqdan tayyorlangan yumshoq go'sht va qo'y go'shtidan tayyorlangan tandir go'shtlari bilan mashhurdir. Xorazm esa o'zining mazali ijjon va tuxumbaraki bilan tanilgan. Eng qiziqarli tarafi uni maxsus bolta va pichoq yordamida kesishadi. Qoraqalpog'istonliklar beshbarmoq tayyorlashga ijodiy yondashadi. U qazi va ot go'shtidan tashqari, ular turli sabzavotlarni qo'shadilar. Mamlakatimiz gastronomiyasi shu bilan mashhur hisoblanadi.

---

<sup>22</sup> O'zbekiston gastroturizm assotsiatsiyasi 2017-yil ma'lumoti

## **I bob bo'yicha xulosa**

O'zbekistonda turizmni rivojlantirish turistlarga xizmat ko'rsatish tizimini kengaytirish va ular uchun barcha sharoitlarni yaratish maqsadida yangi turistik majmualar, mehmonxonalar, kempinglar va restoranlar, barlar qurilishi uchun katta mablag' ajratilmoqda. Bunday suratda turizmni rivojlantirish albatta umumiy ovqatlanishni ham rivojlantirishni taqazo etadi. Chunki barcha turistlar goh ichki goh tashqi turist bo'lsin, bundan qat'i nazar restoran xo'jaligiga yoki ovqatlanish tarmog'idan foydalanishga majbur. Aks holda inson ovqatlanish uchun barcha mahsulotlarni o'zlari bilan olib yurishi kerak yoki uy sharoitlarida tayyorlab iste'mol qilishlari kerak bo'ladi. Ammo turistlarda bunday imkoniyatlar yo'q, shuning uchun ham ular ovqatlanish xizmatidan foydalanishga majburdir va mana shu holatlarning mavjud bo'lishi turizm umumiy ovqatlanishni uyg'un holda rivojlantirishi uchun imkon beradi.

Demak, bizning gastronomik turizm borasidagi ishlarimiz diqqatga sazovor va buning uchun muntazam ilmiy va amaliy tadqiqot ishlarini olib boorish talab etiladi, qolaversa gastronomik turizmni ilmiy tadqiqotchilar shartli ravishda ikki guruhga ajratadilar qishloq gastronomik turizm va shahar gastronomik turizmiga, bizning yurtimizda gastronomik turizmning bu ikki turi uchun ham imkoniyatlar keng. Chunki qishloq joylarida qishloq turizmni rivojlantirishning muhim yo'nalishlaridan biri sifatida gastronomik turizmni tashkil qilish mumkin. Masalan, milliy taomlarni tayyorlash jarayonida sayyohlarini bevosita ishtirok etishi va ularni joyida tanovul qilishi xorijliklarda juda katta qiziqishni uyg'otmoqda. Undan tashqari, qishloq joylarida har yili "hosil bayram"larini an'anaviy tarzda o'tkazishni tashkil qilish kerak. Shuningdek, tuman markazlarida qovun, qovoq hamda non sayllarini o'tkazish ham sayyohlarni ko'proq jalb qilish imkoniyatini beradi. Umuman olganda, bugungi kunda gastronomik turizmni rivojlanishi juda ko'plab sohalarning rivojlanishiga turtki beradi. Chunki gastronomik turizm keng qamrovli va ko'p tarmoqli soha bo'lishi bilan birga mavsumiy ta'til ham emas, har qanday mavsum uchun xos bo'lgan

turizm hisoblanadi. Shuning uchun gastronomik turizmni ommalashtirish va bu borada yuqori tashabbuslarni ilgari surush, yurtimizda bu sohadagi bilim darajalarni oshirish, mahalliy hokimiyat organlari, jamoat tashkilotlari, ommaviy axborot vositalarini bu sohaga jalb qilish, uzoq muddatga muljallangan rejali o'quv va ishchi dasturlarni ishlab chiqish, halqaro hamkorliklarni yanada kengaytirish lozim bo'ladi.

Xulosa qilib aytganda, har bir sohaning rivojlanishi tepaga qarab intilishi bu oson masala emas. Faqatgina kuchli mehnat va tashabbus orqali yuksaladi va rivojlanadi.

## **II. BOB Gastronomik turizm rivojlanish holati va tendensiyalari**

### **2.1-§ Dunyoda gastronomik turizm rivojlanishining hozirgi holati**

Hozirgi vaqtda gastronomik turizm turizmning eng tez rivojlanayotgan turlaridan biri hisoblanadi. Ko'plab sayyohlar yangi tajribalar va noyob sayohat marshrutlarini izlaydilar va oziq-ovqat va ichimliklar istiqbolli turistik diqqatga sazovor joylar deb hisoblanishi mumkin. UNWTO (BMT Jahon sayyohlik tashkiloti) turizm bo'yicha eksperti Mariya Izabel Ramos Abaskalning fikricha, hozirda ko'z o'ngimizda sayyohlarning xohish-istaklarida global o'zgarishlar ro'y bermoqda va aynan gastronomik turizm yetakchilik qilmoqda. Raqobat kuchayib borayotgan turizm tufayli har bir mintaqa boshqalardan ajralib turadigan o'ziga xos taomlar va mahsulotlarni qidirmoqda. Hozir deyarli barcha mamlakatlar ushbu imkoniyatdan foydalanishga harakat qilmoqda, ayniqsa an'anaviy taomlar ko'rinishidagi tayyor baza har bir aholi punktida mavjud bo'lib, u sayyohlarni jalb qilish, shaharlar, viloyatlar va hatto butun mamlakatlarni targ'ib qilish uchun ishlatilishi mumkin. Gastronomik turlarga qiziqishning paydo bo'lishiga bir qancha omillar ta'sir ko'rsatdi:

- televizion pazandalik dasturlari va ko'rsatuvlarining tobora ommalashib borishi;
- sog'lom turmush tarzi uchun moda;
- aholining ovqatlanish masalalarida murakkabligi va restoranlarga tashrif buyurishning mavjudligi, bu ta'm va tajribaning yangiligiga chanqoqlikka olib keldi;
- turistlarning yangi, ilgari noma'lum bo'lgan dam olish turlariga bo'lgan ehtiyoji;
- ekologik toza mahsulotlar va sog'lom ovqatlanishning ahamiyati haqida aholining xabardorligi;
- aholi daromadlarini oshirish va buning natijasida ovqatlanish sifatini yaxshilash va turli xil dam olish turlarini sinab ko'rish imkoniyatlarining paydo bo'lishi;

- hududiy boshqarmalar va turizm tashkilotlarining jahonda gastronomik turizmning ulkan salohiyati va rentabelligidan xabardorligi.

So'nggi yillarda Jahon oziq-ovqat sayohatlari assotsiatsiyasi kabi yirik xalqaro tashkilotlar oziq-ovqat, ichimliklar, sayohatlar, mehmondo'stlik va ommaviy axborot vositalarining eng yangi resurslaridan foydalangan holda gastronomik turizmni rivojlantirishga harakat qilayotgan gastronomik turizmni faol ravishda targ'ib qilmoqda; shuningdek, yapon, meksika, o'rta yer dengizi va fransuz taomlarini jahon nomoddiy madaniy merosi ro'yxatiga kiritgan YUNESKO Jahon tashkiloti, shuningdek, eng yaxshi gastronomik shaharni aniqlash uchun tanlov o'tkazdi.

Bundan tashqari, ko'plab mamlakatlar gastronomik turizmga ixtisoslashgan turizm sektori manfaatlarini qo'llab-quvvatlash uchun shunga o'xshash tashkilotlarni yaratishni boshladilar, masalan, Ispaniya vino va pazandalik turizmi assotsiatsiyasi (Ispaniya vino va pazandalik turizmi assotsiatsiyasi). Shuningdek, 2006 yilda Xalqaro pazandachilik turizmi instituti tashkil etildi, u Xalqaro gastronomik turizm assotsiatsiyasi dasturlarining o'quv va o'quv tarkibiy qismlarini nazorat qiladi.<sup>23</sup> Turoperatorlarning fikriga ko'ra, odamlar sayyohlarni yoki tarixiy obidalar soniga qarab emas, balki mamlakatning gastronomik jozibadorligini baholash orqali ko'proq qolish uchun joylarni tanlashmoqda. Yevropa davlatlari va Hindiston, Tailand, Yaponiya va Xitoy kabi Osiyo davlatlari an'anaviy ravishda bu yo'nalishda mashhur mamlakatlarga aylandi. Ko'plab sayyohlar shahar va qishloqlarga yaxshi restoranga tashrif buyurish yoki o'ziga xos taomni tatib ko'rish uchun keladi va shu tariqa hududdagi boshqa korxonalariga jiddiy yordam beradi, shuning uchun ko'plab hududlarda mijozlarni jalb qilish uchun ko'plab restoranlar qurilgan. Shunday qilib, sayyohlik tashkilotlari pazandachilik turizmining katta salohiyatini yo'nalishlar va hududlarni targ'ib qilishning kuchli vositasi sifatida tan olishlari ajablanarli emas, bu esa turizmning ushbu turiga ixtisoslashgan sayyohlik agentliklarining paydo

---

<sup>23</sup> Драчева Е. Л., Христов Т. Т. Указ. соч. – С. 3.2018

bo'lishiga olib keladi. Masalan: shunday agentliklardan "Gourmet on Tour" (AQSh), "Gourmet Getaways" (Italiya) yoki "The International kitchen" (Buyuk Britaniya) jurnali.<sup>24</sup>

Osiyo mintaqasi gastronomik turizm nuqtai nazaridan sayyohlar uchun juda jozibador bo'lishiga qaramay, ayni paytda gastronomik turlarning aksariyati Yevropada taklif etilmoqda. Va birinchi o'rinni albatta, Fransiya egallaydi. Fransiyada gastronomiya mahalliy madaniyat, an'analar va turmush tarzida ham, mamlakatning hududiy brendida ham markaziy o'rinlardan birini egallaydi. Jahon gastronomik markazlarida ikkinchi o'rinda - Italiya. U, Fransiya singari, bir qator gastronomik brendlarga ega, minglab odamlar Italiyaga makaron, pitsa yoki lazanya kabi mashhur italyan taomlarini tatib ko'rish uchun borishadi. Yana bir shubhasiz gastronomik yetakchi - sharob, paella, jamon va gazpacho bilan mashhur bo'lgan Ispaniya hisoblanadi. Hozirgi vaqtda turizmning tabiati va tuzilishi o'zgarimoqda: yangi texnologiyalar dam olishni moslashuvchan va segmentlangan tarzda tashkil etish imkonini beradi, yangi marshrutlar va noodatiy dam olish turlarini taklif qiladi. Ommaviy, standart va murakkab turizm o'rnini talabdan kelib chiqib yakka tartibda shakllanadigan yangi turlari egallaydi. Odamlar yangi va g'ayrioddiy sayohatlarga intilishadi, ularning ortib borayotgan xabardorligi va yangi ehtiyojlari turizm biznesini rag'batlantiradi, innovatsiyalar va innovatsiyalarni rag'batlantiradi. Bugungi kunda dunyo bo'ylab turli xil mahsulotlar, oziq-ovqat va ichimliklarga bag'ishlangan yuzlab gastronomik festivallar mavjud. So'nggi yillarda gastronomik turlar uchun moda faol rivojlanmoqda. Nemislar, inglizlar, amerikaliklar va yaponiyaliklar ushbu o'yin-kulgining eng katta muxlislari ekanligini isbotladilar. Gastronomik turizm ekologiya, madaniyat va ishlab chiqarishning sintezidir. Gastronomik turizm Fransiya, Italiya, Ispaniya, Yaponiyada yaxshi tashkil etilgan bo'lib, u yerda vino va gastronomik turlar tarmog'i rivojlangan.

---

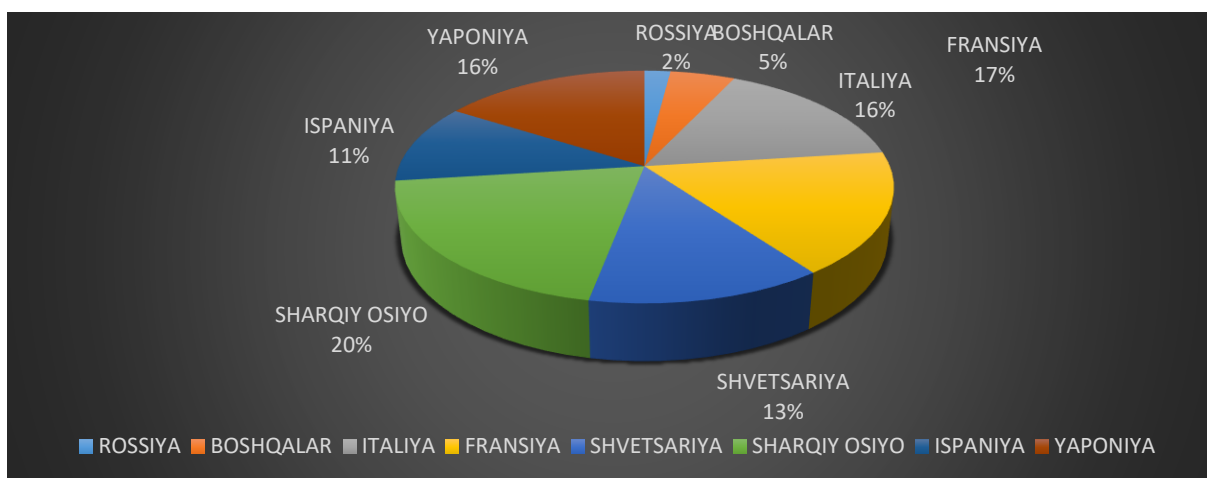
<sup>24</sup> Shpenkova K. S., Sycheva V. O. Rossiyada va dunyoda gastronomik turizmni rivojlantirish shartlari [Elektron resurs] / K. S. Shpenkova, V. O. Sycheva / "Konseptsiya" ilmiy-metodik elektron jurnali. - 2014. - No 07. - B.126-130. – URL: <http://e-koncept.ru/2014/14198.htm>. (Kirishgan: 02/05/2017)



O'zbekistonda turizmning bu turi hali boshlang'ich bosqichida va ularning sof shaklida bunday turlar hali mavjud emas, shuning uchun gastronomik turlarning elementlari asosiy dasturlarga kiritilgan. O'zbekistonda pazandachilik turizmi hali uchraydigan muammolar bor: yaxshi o'ylangan gastronomik yo'nalishlar yo'q, bunday sayohat uchun pul to'lashga tayyor bo'lgan o'zbeklar soni juda oz. Biroq, mamlakatimizda sayyohlik biznesining ushbu yo'nalishi istiqbollari anglab yetayotganlar soni ortib bormoqda. Kelajakda O'zbekistonda asosan "yashil" gastro-turizm rivojlanadi. Ya'ni bu degani ekologik turizm bilan bog'liqlik xususiyati mavjud.

Gastronomik turlar xaridorlari sayohat konsepsiyasi haqida oldindan qaror qabul qilishlari kerak. Vaqti-vaqti bilan dunyoning turli burchaklarida o'tkaziladigan yorqin va og'izni eritadigan gastronomik festivallarga tashrif buyurish mumkin. Misol uchun, sentyabr oyida - Irlandiyada Oyster festivali va Myunxendagi Oktoberfest, iyul oyida an'anaviy ispan milliy taomlari festivali San-Fermin va Bonton - Italiyadagi orkinos festivali va noyabr oyida gastronomik sayyohlar Fransiyaga Bojole uchun boradilar. Nouveu - yosh sharob bayrami yoki San-Miniatodagi oq truffle festivaliga, o'zimizning mamlakatdagi gastronomik festivallarga tashrif buyurish mumkin.

Gastronomik turizmni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari keltirilgan (2.1.1-rasm).



2.1.1-rasm Gastronomik turizmni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari

Rasmdan ko'rinib turibdiki, Janubi-Sharqiy Osiyo birinchi o'rinda turadi. 2-o'rinni Fransiya egallagan, Italiya va Yaponiya 3-o'rin, Shvetsariya 4-o'rin, Ispaniya 5-o'rin va Rossiya 6-o'rinni egallagan. Ushbu yo'nalishni beshta asosiy yo'nalishga bo'lish mumkin. Tailand Osiyo oshxonasining yorqin namoyandasi bo'lib, mamlakatga sayyohlarning qiziqishi ortishi bilan bir qatorda yildan-yilga mashhur bo'lib bormoqda. Tailand oshxonasining asosini guruch, makaron, dengiz mahsulotlari va tropik mevalar tashkil etadi. Tailandlarning achchiq ovqatga bo'lgan muhabbatini unutmasligimiz kerak, bu esa o'rganmagan sayohatchi mushkul vaziyat bo'lishi mumkin.

Hind oshxonasi madaniyati, geografiyasi va iqlimi kabi xilma-xildir. Biroq, oziq-ovqatni tartibga soluvchi o'z qoidalariga ega bo'lgan bir necha ming kastalarning mavjudligiga qaramasdan, hind oshxonasining oshpazlik retseptlariga faqat ikkita din - hinduizm va islom ta'sir ko'rsatdi. Bugungi kunga qadar hindlarning yog'li guruch palovi, biryani, bodom bilan to'ldirilgan non, quritilgan mevalar va shirin qaymoq kabi retseptlari saqlanib qolgan. Shuningdek, ular o'zlari bilan tandir - non va go'sht pishiradigan katta pechni olib kelishdi. Mashhur tandirlar shimoliy hududlardan kelib chiqqan. Hindiston oshxonasida sigir go'shtini iste'mol qilish, umuman olganda, qoramol kabi, diniy qonunlar va qadimgi urf-odatlar bilan qat'iyan man etilgan, hatto musulmonlar ham bunga amal qilishadi. Shu bilan birga, Goa mintaqasida aholi ko'p cho'chqa go'shti iste'mol qiladi; guruch va cho'chqa go'shti barcha fasllarda goanlarning asosiy taomidir. Janubdagi ko'plab hindular qattiq vegetarianlardir. Oziq-ovqatlarining asosini shirin qalampir, xurmo, sariq yasmiq va qaynatilgan guruch tashkil qiladi. Eng mashhur hind taomi karri. Hind oshxonasida korilar asosan sabzavotli va juda achchiqdir. Hindlar uchun karri nafaqat ziravor, balki umumiy xususiyat - qalin tuzilish va yangi maydalangan ziravorlar kombinatsiyasi bilan birlashtirilgan taomlarning butun guruhidir, bu esa bir taomni boshqasidan farq qiladi.

Xitoy oshxonasi sog'lom ovqatlanish kontseptsiyasiga amal qiladi. Xitoy oshxonasi har doim mayda tug'ralgan va malakali pishirilgan bir nechta asosiy

ingredientlardan iborat. 30 yoki 40 komponentning kombinatsiyasi minglab taomlarni tayyorlash imkonini beradi. Xitoy pazandachilik an'anasi Xitoyning turli mintaqalari uchun xos bo'lgan, ba'zan butunlay boshqa iqlim zonalarida joylashgan ko'plab taomlarni birlashtiradi.

Yapon oshxonasi dunyodagi boshqa oshxonalardan juda farq qiladi. Osiyo mamlakatlari aholisi uchun bu yevropaliklar uchun fransuzlar bilan bir xil. Uning siri mahsulotlarni ehtiyotkorlik bilan tanlashda, taqdimotning go'zalligida, shuningdek, umuman mahsulotga nisbatan mazasida. Yapon oshxonasining yana bir o'ziga xos xususiyati bor. Shakllar va ranglarning go'zalligi va uyg'unligidan tashqari, pishirilgan taomlar, albatta, mavsumni aks ettiradi. Ularning fikriga ko'ra, har bir fasl o'ziga xos lazzatlarni beradi. Mavsumga mos kelishi, shuningdek, mahsulotning yangiligi Yaponiyada tayyorgarlikning o'zidan ko'ra ko'proq qadrlanadi. Yapon oshxonasida ishlatiladigan asosiy mahsulotlar: sabzavotlar, guruch, sabzavot mahsulotlari, baliq, turli xil dengiz mahsulotlari, shuningdek go'sht - mol go'shti, qo'zichoq, cho'chqa go'shti, parranda go'shti. Bir paytlar G'arbiy dunyoga sukiyaki yoki undan ham ekzotik sushi ko'rinishida kiritilgan yapon oshxonasi vaqt o'tishi bilan butun dunyoda maqtovg'a sazovor bo'ldi va so'nggi yillarda ekzotik taomning bir qismi bo'lishni to'xtatdi, ko'plab chet elliklar tomonidan tanish va sevimli bo'ldi.

Yevropa mamlakatlari orasida Italiya birinchi o'rinni egallaydi. Dunyodagi eng sevimli va keng tarqalgan taomlardan biri bo'lgan italyan oshxonasi ko'plab muxlislarga ega. Italiya pitsa, makaron va risotto kabi taomlarning vatani hisoblanadi. Yevropaning boshqa mamlakatlariga Fransiya, Shveytsariya, Ispaniya va boshqa mamlakatlar kiradi.

Rossiyada hali ham bir nechta sof gastronomik yoki vino turlari mavjud. Vino va gastronomik turizmning elementlari yuzlab ekskursiya marshrutlariga faol kiritilmoqda. Mamlakatning yevropa qismining hududlari "rus kulbasida tushlik" ni tatib ko'rishni taklif qiladi. Janubiy tumanlarda vino zavodlariga tashrif buyurish, keyinchalik mahsulotlarni tatib ko'rish amaliyoti qo'llaniladi. "Turizm

va gastronomiya" innovatsion tendentsiyasi doirasida pishloq, non va asal bayramlari kabi muvaffaqiyatli loyihalar paydo bo'lgan. Mutaxassislarning fikricha, Rossiya Federatsiyasida an'anaviy rus mehmondo'stligi va mamlakatning ko'p millatli oshpazlik an'alarini hisobga olgan holda gastronomik turizmni rivojlantirish uchun zarur bo'lgan hamma narsa mavjud.

Shunday qilib, gastronomik turizm - bu tashrif buyuruvchi uchun noyob taom yoki mahsulotni tatib ko'rish maqsadida mahalliy oshxonaning o'ziga xos xususiyatlari, pazandalik an'analari bilan tanishish uchun mamlakatlar va qit'alar bo'ylab sayohatdir. Ta'kidlash joizki, deyarli har qanday davlat gastroturizmni rivojlantirish salohiyatiga ega, chunki har bir davlatning o'ziga xos milliy taomlari, mehmondo'stlik an'analari bor. Turizm korxonalarini har doim yangi texnologiyalarning faol tarafdorlari bo'lgan va hozir ham. Yuqorida aytib o'tilganidek, telekommunikatsiya va elektron marketing sohasidagi zamonaviy yutuqlar turizm biznesi uchun yangi imkoniyatlar yaratadi va uning modellariga sezilarli darajada ta'sir qiladi. JST 2020 yilga kelib eng ommabop turizm turlaridan biri tematik bo'lishini bashorat qilmoqda, u allaqachon faol rivojlanmoqda. Ammo bu turistik mahsulot hali O'zbekiston sayyohlik bozorida keng namoyish etilmagan, shuning uchun bunday turlarni rivojlantirish imkoniyatlarini ko'rib chiqish qiziqarli va ma'lumotli ko'rinadi.

Buning uchun hududning turistik resurslarini tahlil qilish zarur. Bunday mintaqa sifatida bir qator Yevropa davlatlari tanlandi: Fransiya, Italiya, Ispaniya, Germaniya, Portugaliya, Kipr, Gretsiya va Avstriya. Bu bir qator sabablarga bog'liq. Birinchidan, tadqiqotlarga ko'ra, Yevropa sayyohlar soni bo'yicha etakchi mintaqadir: bu yerda juda ko'p madaniy va tarixiy yodgorliklar to'plangan va bundan tashqari, xizmat ko'rsatish sohasi yuqori darajada. Ikkinchidan, tarixan Yevropa geografik, iqlimiy, ekologik, madaniy va siyosiy sharoitlarga ko'ra, yuqori sifatli vinolarni ishlab chiqaruvchi va eksport qiluvchi dunyoda birinchi o'rinda turadi. Sayyohlar bu hududga nafaqat Yevropa taomlari, balki uzum yig'im-terimi bilan bog'liq ko'plab tanavvul qilish va milliy bayramlar bilan ham

qiziqadi. Shunday qilib, turizm va quyosh rezavorlaridan olingan mahsulotlar ishlab chiqarish birgalikda Fransiya, Italiya, Ispaniya, Germaniya, Portugaliya, Gretsiya va Avstriya byudjetida juda muhim daromad manbai hisoblanadi. Italiyaliklar birinchi bo'lib sayohatchilarni o'zlarining lazzatli taomlari bilan jalb qilishdi.

Bugungi kunda har o'ninchi mehmon Apennin orollariga mahalliy taomlarni tatib ko'rish uchun keladi. Aynan shu yerda yaqinda dunyodagi birinchi gastronomiya fanlari universiteti ochildi. Mamlakatning istalgan mintaqasida italyan oshxonasidan bahramand bo'lishingiz mumkin va eng yaxshisi tatib ko'rish safari, chunki har bir shaharda pishloqlar, kolbasalar va boshqa delikateslar uchun o'ziga xos maxfiy retseptlar mavjud. Bundan tashqari, Italiyaga gastronomik turlarning 50% dan ortig'i vino tatib ko'rish turlari hisoblanadi. Italiyada yuzdan ortiq viloyatlar mavjud va deyarli har biri vino va gastronomik yo'llar bilan maqtanishi mumkin. Bu erda sharob, pishloq biluvchilar, prosciutto (jambon), makaron, pitsa va truffle sevuvchilar uchun haqiqiy yer yuzidagi jannat hisoblanadi.

Yevropadagi ikkinchi davlat Fransiya hisoblanadi. Yuqori oshxona tushunchasi tasodifan emas, balki Fransiyada paydo bo'lgan. Fransuzlar taom tayyorlashga ishtiyoq bilan qarashadi, taomning ta'mi, xushbo'yliigi va tashqi ko'rinishiga katta e'tibor berishadi. Biroq, Fransiya bu masalada eng murakkab mamlakat shon-sharafini qo'lga kiritdi. Ularning ko'zlari pishloq va vinolardir. Faqat bu yerda gastronomik sayyohlar pishloq tayyorlash sirlarini o'rganadilar.

Uchinchi o'rinda Shveytsariya joylashgan. Pishloqli taomlar Shveytsariyaga gastronomik turlarning asosini tashkil qiladi. Shveytsariya pishloqining 400 dan ortiq navlari mavjud. Shveytsariya pishloqining muxlislari uchun sevimli mahsulot ishlab chiqarish joylari bo'ylab sayohatlar juda mos keladi. Qattiq pishloqni yaxshi ko'radiganlar uchun markaziy Shveytsariyaning pishloq zavodlariga tashrif buyurishdan boshlash yaxshidir. Shimoli-sharqda

mashhur Appenzell 700 yillik tarixga ega bo'lgan xuddi shu nomdagi pishloqni tatib ko'rishni taklif qiladi.

Yevropada to'rtinchi o'rinni Ispaniya egallab turibdi, u sayyohlik oqimining 12 foizini tashkil qiladi. Ispaniyada Fransiya yoki Italiyadagi kabi an'anaviy taomlar ko'p emas, lekin ularning ba'zilari diqqat bilan e'tiborga loyiqdir. Misol uchun, 13-asrda mehmonxona va mehmonxonalar egalariga o'z mehmonlariga sharob bilan birga gazak bilan xizmat qilishni buyurgan qirol Alfonso qonunida. Qulaylik uchun ovqat krujkalar ustiga qo'yildi va mehmonga qanday ichimliklar berishni mehmonxona egasi hal qildi.

Shunday qilib, Yevropa mamlakatlar va mintaqalarda tematik turlarni tashkil qilish uchun keng sayyohlik imkoniyatlari va resurslariga ega degan xulosaga kelishimiz mumkin.

Italiyaning har bir mintaqasi o'ziga xos pazandalik xususiyatlariga ega: mamlakat shimolida ular guruch va saryog'ni afzal ko'radilar, janubda esa har xil turdagi makaron va zaytun moyisiz hayotni tasavvur qila olmaydi. 1870 yilda Italiyaning barcha burchaklaridan 1800 dan ortiq retseptlar to'plagan italiyalik oshpaz Artusining sa'y-harakatlari tufayli italyan pazandachiligi yaxlitlikka erishdi. Italiyada oshxona an'analari ehtiyotkorlik bilan saqlanib, avloddan-avlodga o'tadi. Ehtimol, bu italyan oshxonasining butun dunyoda tan olinishi va mashhurligining siridir. Biroq, milliy italyan oshxonasining xususiyatlari nafaqat dunyoga mashhur, "brend" taomlari va mahsulotlarida hisoblanadi. Italiya va uning oshxonasining diqqatga sazovor joyi ovqatga, pishirish jarayoniga va ovqatlanish madaniyatiga bog'liqdir. Italiyada yo'lda, shoshqaloqlik bilan ovqatlanish odatiy hol emas, shuning uchun "tez ovqat" u erda ildiz otmagan. Agar Italiyada ular stolga o'tirishsa, u oila bilan nonushta, ishdagi hamkasblar bilan tushlik yoki do'stlar bilan kechki ovqat bo'ladimi, ular sekin ovqatlanadilar, jonli suhbatlashadilar va har doim bir shisha sharob ichishadi.

So'nggi yillarda gastronomik turizmning paydo bo'lishi va rivojlanishiga ko'plab omillar yordam berdi, masalan:

- butun dunyo bo'ylab televizion pazandalik dasturlari va shoularining tobora ommalashib borishi;

- restoran biznesi modasining paydo bo'lishidan so'ng, eng yaxshi restoranlarning oshpazlari tomonidan jahon shuhratiga ega bo'lishi: modaga mos keladigan ovqatlanish korxonasiga tashrif buyurish jamiyatdagi obro' va mavqeni saqlab qolishdir;

- ovqatlanish masalalarida murakkab aholining bir qismi uchun restoranlarga borishning qulayligi, tanishligi va muntazamligi, shuning uchun siz haqiqatan ham o'ziga xos narsani sinab ko'rish orqali unga yangilik kiritishingiz mumkin;

- aholining ekologik tozaligi va oziq-ovqat sifati muammolari bilan tashvishlanishi;

- aholi daromadlarining oshishi natijasida oziq-ovqat va dam olish xarajatlarining oshishi;

- sog'lom turmush tarzi ommaviyligini oshirish;

- oziq-ovqat ishlab chiqaruvchi korxonalar va turistik tashkilotlarning dunyoda oshpazlik turizmining ulkan salohiyati va rentabelligidan xabardorligi.<sup>25</sup>

Dunyoda gastronomik talab kengayganligi bois, unga ta'sir etuvchi omillar ham talaygina bo'lishi kerak.

## **2.2-§ Gastronomik brendni ilgari surishda destinatsiyalarning ta'siri**

So'nggi yillarda sayyohlik yo'nalishlarining gastronomik brendlariga qiziqish ortib borayotgani aniq tendentsiyaga aylandi. Shu maqsadda hududning brendingi, umuman olganda, uning gastronomik mazmunini o'z ichiga olgan turistik brendingi, shuningdek, destinatsiya turistik mahsulotining muhim tarkibiy qismi sifatida gastronomik sanoatning tuzilishi, mazmuni va xususiyatlari o'rganiladi. Turistik brending hududning imidjini yaxshilashga, investorlar,

---

<sup>25</sup> <https://studbooks.net/718638/turizm/zaklyuchenie>

mehmonlar va rezidentlar o'rtasida u bilan bog'liq ijobiy assotsiatsiyalar va tasvirlarni yaratishga qaratilgan. O'zi uchun mavjud bo'lgan barcha turdagi imkoniyatlardan (resurslardan) faol foydalanadigan shahar barcha iste'molchilar guruhlarini o'ziga jalb qiladi. Muvaffaqiyatli brendga ega bo'lgan shahar hududiy bozorda sezilarli raqobatdosh ustunliklarga ega bo'lgan mahsulotdir, chunki brend o'zining o'ziga xosligi va o'ziga xosligini aks ettiradi, shuningdek, globallashtirish sharoitida shaharning o'xshashlari orasida to'g'ri joylashishini ta'minlaydi. Gastronomiyaga bo'lgan bunday qiziqish turistlarning gastronomik xizmatlarni iste'mol qilish orqali turistik yo'nalishning xususiyatlari va o'ziga xos xususiyatlarini yaxshiroq tushunish, unga tashrif buyurish taassurotlarini diversifikatsiya qilish va chuqurlashtirish istagi bilan bog'liq.

Gastronomiya hududning turizm resursidir. Bir qator tadqiqotchilar gastronomiya va turizm o'rtasidagi munosabatni hisobga olib, oshxonani nafaqat turistik sayohatning muhim qismi, balki sayohatning asosiy motivi sifatida belgilaydilar. Mahalliy taomlar hududning o'ziga xosligini shakllantirish manbalaridan biridir. Gastronomiya madaniy meros sifatida noyob sayyohlik tajribasini olish imkonini beradi, chunki u mahalliy aholining xarakteri va mentalitetini aks ettiradi, u afsonalar, ertaklar, mahalliy tarix, an'analar, diniy xususiyatlar va boshqalarni o'zlashtiradi.

Gastronomik omil alohida yo'nalishlarning turistik afzalliklarini shakllantirishda boshqacha rol o'ynaydi. Albatta, hududning gastronomik brendi, uning shakllanishi turli yo'llar bilan shakllanishi mumkin. Shunday "spontan brendlar" borki, ular shunchalik mustahkam ildiz otganki, ular odatda ko'p yordam talab qilmaydi (Frantsiya, Belgiya, Italiya). Sun'iy ravishda yaratilgan brendlar, maxsus ishlab chiqilgan oshxonalar mavjud (masalan, Singapurda yangi Osiyo oshxonasi amalda ixtiro qilingan va Singapur oshpazlik an'analari, haqiqiyli bilan unchalik kuchli aloqaga ega emas). Bir qator oshxonalar "qayta jonlantirilmoqda", o'ziga xos inventarizatsiya qilinmoqda, "buvilar ko'krigida"



asl retseptlar, an'analar va boshqalar qidirilmoqda. Ba'zida milliy gastronomiya rebrending qilinadi (masalan, Ispaniyada).

O'zbek oshxonasi brendini yaratishni ko'radigan bo'lsak, turizmga ishtiyoq tug'diruvchi sabablar haqida gap ketganda mazali taomni tatib ko'rish muzeyni tomosha qilish va me'morchiliklar zavq olish bilan barobardir. Bugungi kunda eng ommabop amaliyotlardan biri gastronomik turizmni rivojlantirishdir. Bilamizki, milliy taomlaming tayyorlanish jarayoni bilan o'sha taomlaming vatanida tanishish sayyohlar uchun doim qiziqarli bo'lib kelgan. Shu bois "O'zbekiston oshxonasi" brendini jahon miqyosida ommalashtirishda jamoat tashkilotlari, xususan, O'zbekiston oshpazlar uyushmasining o'mi alohida. O'zbek milliy taomlarini dunyoga tanitish, mamlakatimizga sayyohlar oqimini ko'paytirish maqsadida, O'zbekiston oshpazlar uyushmasi 2010-yilda Butunjahon bosh oshpazlar hamjamiyati uyushmasiga, 2017-yilda Butunjahon Islom davlatlari pazandalar uyushmasiga a'zo bo'lgan. Palov o'zbek oshxonasining eng tansiq taomi, xalqimizning mehmondo'stligi va bag'rikengligi ifodasi, dasturxonimiz ko'rki. YUNESKO qo'mitasi 11 - sessiyasida "Palov madaniyati va an'analari" insoniyatning nomoddiy madaniy merosi sifatida Rerezentativ ro'yxatga kintildi. Bu xalqimiz boy madaniyatining xalqaro miqyosdagi yana bir e'tirofidir.

Dunyoda qancha millat bo'lsa, ulaming o'z milliy oshxonasi bor vabu o'sha xalqning milliy urf-odatlari o'zagi hisoblanadi. O'zbek borgan hamma mamlakatda albatta palov pishiriladi. Yurtimizga kelayotgan chet ellik sayyohlar asosan palov haqida o'z yurtlarida maroq bilan gapirib berishadi. Dunyoning turli millat vakillari palovni sevib tanovul qilishadi. Rivoyat qilinishicha, Ibn Sino bir holsiz bo'lib qolgan bemor yigitchaning otasiga yetti xil masalliqdan bo'lgan taom o'g'lining dardigadavo bo'lishini aytadi. Bu taom aynan palov bo'lib masalliqdari yog', go'sht, piyoz, sabzi, guruch, suv va tuz. Lekin keyinchalik ba'zan mavsumga va ta'bga ko'ra qo'shimcha mahsulotlar behi, o'rik, sholg'om, sarimsoqpiyoz, tuxum, no'xat, qovoq, mayiz va boshqa masalliqdar solib

tayyorlanadigan bo‘ldi. Palov tayyorlash texnologiyasi va turlaridan tashqari uning an’anaviyligi ham ahamiyatli. Masalan, farzand tug‘ilganda - “aqiqa palov”, xatna to‘yi munosabati bilan “to‘y palov”, nikoh oshi”, ”fotiha palov”, qiz uzatilsa ham palov, nikoh to‘yida “nikoh palov”, kuyov kelganda “kuyov palov” tayyorlanadi. Choyxona palov, ehson palov, darveshona, hatto ba’zi do‘stlar arazlashib qolib, keyin yarashib olsalar “yarash palov” tayyorlanadi. Bulaming bari palov xalqimiz uchun milliy yakdillik va mehr oqibatni mustahkamlash vositasi ekanidan dalolat beradi.

Palov - o‘zbek madaniyatining bir bo‘lagi. Nafaqat oshxona madaniyati, balki muomala madaniyati hamdir. Palov barcha xalqni, millatni birlashtiradi. Chunki an’anaga ko‘ra osh bir laganga suziladi va asosan qo‘lda iste’mol qilinadi. Kulollar hatto palov uchun maxsus laganlar tayyorlashadi. Uning siri shundaki, lagan qo‘lni kuydirmaydi, ovqatni tez sovutmaydi. Qadimda kulollar bodyalarga ovqatlanish odobidan ta’lim beradigan yozuvlar yozishgan. Shunday yozuvli bodyalar Ichan Qal’a muzey qo‘riqxonasi fondida saqlanmoqda, ko‘rgazmalarga qo‘yilmoqda. Yaqinda Ichan Qal’a muzey qo‘riqxonasida o‘tkazilgan “Palov - o‘zbek milliy taomi” ko‘rgazmasi ham o‘zbek xalqining boy tarixi va madaniyatini o‘rganish, ushbu boyliklarni kamol topib kelayotgan yosh avlod o‘rtasida keng targ‘ib etish, yoshlarda tarixiy meros va xalq an’analariga hurmat-ehтиrom tuyg‘ularini uyg‘otish, milliy taomlarimizni keng targ‘ib etishda muhim ahamiyat kasb etdi. Palov haqida qiziqarli rekordlar 2017-yilning 17 avgust kuni Olmaliq shahrida Olmaliq konmetallurgiya kombinati homiyligida olti tonna osh tayyorlandi. 2017- yilning 8-sentabr kuni Toshkentdagi Sayilgoh ko‘chasida «Milliy» telekanali homiyligida Ginnes rekordlari kitobidagi palovga oid rekordni yangilash uchun yetti tonnadan ortiq hajmdagi qozonda palov tayyorlandi. Shuningdek, umummilliy festival tashkil qilindi. 2018- yilning 14-yanvar kuni esa Surxondaryoning Denov tumanida to‘qqiz tonna osh damlanib, rekord yangilandi. Dubay (BAA) shahrida bo‘lib o‘tgan «EXPO-2020» Butunjahon ko‘rgazmasining O‘zbekiston kuni doirasida milliy pavilonda 1000 kg.lik bayram

palovi tortildi. Gastronomik tadbir milliy taomlar bo'yicha oshpaz Bahridin Chustiy tashabbusi bilan o'tkazilgan va unga mamlakatning eng sara oshpazlari yordam bergan. Afsonaviy o'zbek palovidan tatib ko'rish uchun odamlarning uzundan-uzoq navbatga turgani hamyurtlarimizning mahoratiga, milliy taomlarimiz tantanasiga berilgan yuksak baho bo'ldi. Chustliklar nafaqat milliy do'ppi va pichoq, balki o'zbek pazandachiligining ustuni bo'lgan palov tayyorlash borasida ham mashhurdirlar.

Mahalliy va xorijiy sayyohlik istiqbollaridan kelib chiqib, ayni paytda Chustda zamonaviy osh markazi barpo etilmoqda va shu yuzasidan amaliy ishlar boshlangan. Milliy taomlar tayyorlanish jarayoni bilan o'sha yeguliklarning vatanida tanishish doimo sayyohlar uchun qiziqarli bo'lib kelgan. Bu o'z navbatida oshpazlarimiz mahoratini namoyish etuvchi mahorat darslari o'tkaziladigan va bir yo'la xo'randalar qomi to'yg'aziladigan kichik oshxonalar ochishni ham taqozo etadi. Palov haqida turli ibora va matallar ham to'qilgan. «Musulmon dunyosida nechta shahar bo'lsa, palovning ham shuncha turi bon», yana tojiklar «Kitob o'qib, bilimni amalda qo'llamagan inson, palovni sabzisiz yegan bilan barobar...» kabi. Sayyohlar ishtiyoq bilan iste'mol qiladigan bu taom xonadon bekalaridan tashqari, umumiy ovqatlanish shoxobchalarida ham eng bozorgir mahsulotdir. Masalan, yil o'n ikki oyodam qadami arimaydigan Chustning mavlono Lutfulloh nomli mada- niyat va istirohat bog'idagi oshpazlarga darhol palov' buyurtma bering, bir soatga yetaryetmas bir tovoq devzira palovni so'ridagi das- turxoningizga yetkazishadi. Bu Chust va Namanganning boshqa hududlarida gastronomik turizm allaqachondan buyon faoliyat ko'rsatib kelayotganidan dalolat.<sup>26</sup>

Turizmning alohida turi sifatida gastronomik turizm nisbatan yaqinda rivojlana boshladi, ammo jahon bozorida bir qator pazandachilik brendlari allaqachon shakllanib, millionlab turistik oqimlarni manzilga jalb qilmoqda. Asosiy maqsadi mashhur taomlarni tatib ko'rish bo'lgan sayyohlar segmentining

---

<sup>26</sup> Dilfuza Igamberdiyeva Abidova, Bahrom Bahodirovich Xashimov Gastronomiya o'quv qo'llanma 2022-yil B-78

o'sishi yiliga 7-12% ni tashkil qiladi. Gastronomik turizmning asosiy ob'ektlari, birinchi navbatda, oshxona an'analari butun dunyoda ma'lum va sevilgan mamlakatlardir. Bular, birinchi navbatda, dunyodagi eng kuchli gastronomik brendlarga ega bo'lgan Ispaniya, Frantsiya, Italiya, Xitoy va Yaponiyadir.

O'zbekistonda Gastronomik brendni ilgari surishda destinatsiyalarning ta'sirini ko'radigan bo'lsak, har bir viloyat tumanning o'zining gastronomik brendi mavjud hisoblanadi (2.2.1-jadval).

## 2.2 1-jadval

### O'zbekistonda gastronomik brend darajasidagi taomlari<sup>27</sup>

№	Viloyatlar	Gastronomik brenddagi taom
1	Toshkent	Halim, norin (1-ilova)
2	Jizzax	Somsa, qozon patir (2-ilova)
3	Samarqand	Samarqand nonlari (3-ilova)
4	Qashqadaryo	Tandir go'sht (4-ilova)
5	Surxondaryo	Cho'poncha go'sht(5-ilova)
6	Buxoro	No'xatsho'rak (6-ilova)
7	Navoiy	Devzira osh (7-ilova)
8	Xorazm	Tuxumbarak(8-ilova)
9	Qoraqalpog'iston	Beshbarmoq (9-ilova)
10	Andijon	Devzira osh

Bu jadvaldan shuni ko'rishimiz mumkinki, har bir viloyat o'zining brend darajasidagi taomlari bilan mashhurdir. Bunda biz segmentlash jarayoni bilan farqlashimiz mumkin. O'zbek milliy taomlari brendi haqida so'z ketganda ko'z o'ngimizga eng avval palov kelsa-da, O'zbekiston hududlarining o'ziga xos milliy taomlari bor.

Viloyatlarda mehmonlarga turlicha taomlar milliy ovqat sifatida taqdim etiladi. Toshkentda aziz mehmonni norin bilan siylashadi. Dasturxonda albatta bu taom bo'lishi kerak. Jizzaxning tandir somsasi ta'rifi chet ellik sayyohlarga ham yaxshi tanish. Toshkentdan Samarqandga yo'lga chiqqan odam, albatta, Jizzaxda

<sup>27</sup> Muallif tamonidan tuzulgan.

to'xtab, somsa yeb ketadi. Jizzax somsasining o'ziga xos ta'mi qolgan viloyatlardagidan hajmi, go'sht va dumba yog'ining mo'lligi bilan farq qiladi. Ikkinchi Shveytsariya deb ta'riflanadigan Zominning qozon patiri ham tillarda mashhur. Qozonda pishiriladigan bu non tayyor bo'lganida shakli qozonni eslatadi. Issiqligida unga kuvida tayyorlangan saryog' solishadi. Issiqda erib nonning o'rtasida to'plangan saryog' o'ziga xos ta'm bag'ishlaydi. Nonni bir chekkasidan sindirib, o'rtasidagi saryog'ga botirib iste'mol qilinadi.

Samarqand nafaqat tarixiy obidalari, balki nonlari bilan ham mashhur. Tarixda Samarqanddan novvoylar olib borib boshqa shaharlarda non tayyorlatmoqchi bo'lishgani, lekin o'xshamagani haqidagi afsonalar mavjud. Samarqand nonlariga bir sutka davomida ishlov beriladi va juda ko'p kuch sarflanadi. Balki shuning uchundir, nonning o'ziga xos mazasi, ko'rinishi necha zamonlarki odamlarni hayratlantiradi. Xorazmda mehmonni albatta tuxumbarak bilan siylashadi. Xamir ichiga tuxum solib tayyorlanadigan bu toamning ham bir necha turlari bor. Yoyib kesilgan xamir bo'laklari ichiga tuxum solib, suvda pishirib olinadi va qatiq bilan dasturxonga tortiladi. Shuningdek, Xorazm nonlari o'zining katta va yupqa bo'lishi bilan boshqa hudud nonlaridan ajralib turadi. Qashqadaryoda aziz mehmonning oyog'iga qo'y so'yib, butunicha tandirda pishirishlariga nima deysiz? Tog' archasi va ziravorlar bilan ishlov berilgan go'sht yer tandirga osib chiqiladi. Tandirning og'zi loy bilan suvaladi. Tandır go'shtini bir yegan odam uning ta'mini uzoq vaqtgacha eslab yurishi aniq. Vodiy tomonlarda devziraga bo'lgan oshni sevib iste'mol qilishadi. Aziz mehmonlarni ham albatta shunday osh bilan siylashadi. Devzira guruch boshqa guruch navlaridan o'zining hajmi va rangi bilan farq qiladi. Undan tayyorlangan osh ham, albatta, shunga monand bo'ladi.

## **2.3-§ Surxondaryoda gastronomik marshrut yaratishining o'ziga xos jihatlari**

Dunyo miqyosida olib qaralganda turizmning turi ko'p. Gastronomik turizm esa dunyoda eng istiqbolli va tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Chunki mamlakatga kirib kelgan turist albatta ishtahani qitiqlovchi bir-biridan mazali taom ta'tib ko'radi. O'zbekiston gastronomik turizm assotsiatsiyasi turistlarni shu jabhada jalb qilish maqsadida, jahon gastronomik turizm bozorida munosib o'rin egallash uchun O'zbekiston Gastronomik turizmning konsepsiyasini ishlab chiqish, gastronomik turizm yo'nalishida turli xil ko'rgazma, festival, forum, seminar, davra suhbat, ilmiy anjuman kabi tadbirlarni tashkillashtirmoqda.

Gastronomik turizm rivoji uchun mamlakatimizda barcha imkoniyatlar yetarli, ayniqsa milliy va qadimiy dekoratsiyalar bilan bezalgan oshxonamiz rang-barangligi sayyohlarni o'ziga jalb etadi. U yerdagi turli xil ovqatlar, har bir viloyat kesimida ko'radigan bo'lsak, Toshkentning nonidan boshlab norin, halim, to'y oshi, Samarqandda no'xatshurak, Jizzaxda somsa, Surxondaryo va Qashqadaryo tandiri va jizzasi, Gijduvon kaboblari albatta kelgan turist ishtasini qitiqlaydi. O'zbekiston oshxonasi bu borada maqtansa arzigulik natijaga ega. Yuqori kaloriyaga ega taomlardan tanavvul qilgan turistlar uchun ichimlik ham ayni muddao hisoblanadi. Bizning mamlakatimiz choy sevar xalq bo'lganligi bois, choyga ham alohida urg'u berib o'tish lozim.

Mamlakatimizda gastronomik turizmga bo'lgan e'tibor yuksalyotganligini bir misoli sifatida yana shuni ta'kidlash joizki, umuimiy ovqatlanish korxonalarini (restoran, kafe, oshxona va shunga o'xshash obyektlar) ayrim soliq turlaridan yengillik yaratildi. Unga ko'ra soliq bo'yicha 2021-yil 15-avgust holatiga mavjud qarzdorliklarni va barcha soliq bo'yicha jarima va penyalarni 2022-yil 1-yanvardan 1-iyulgacha hech qanday foizlarsiz kechiktirib bo'lib-bo'lib to'lashi mumkinligi ham ayni muddaodir. Bunday yaratilyotgan imkoniyatlar xususiy tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlarga

qulaylik yaratishi mumkin. Chunki hozirgi kunda oshxonalar, kafe, restoranlar, milliy oshxonalarning ko'pi xususiylashib bormoqda. Bir tamondan qaraydigan bo'lsak qachonki, xususiylashtirilgan oshxonalar ko'p bo'ladigan bo'lsa, shundagina talabga to'liqroq javob berib, gastronomik turizmni kengroq tadbiq etishga va mamlakat iqtisodiyotini o'sishiga zamin yaratiladi. Mamlakat iqtisodiyotining o'sishi bu albatta turizm bilan bog'liq masala. Har bir kelgan turist esa o'zi bilan albatta daromad manbai olib kiradi. Bugungi kunda Surxondaryodaham gastronomiyani rivojlantirish maqsadida turli xil ilmiy ishlar va natijalar bo'moqda. Biroq, haligacha kamchiliklar bartaraf etilmagan. O'zimizning mahalliy aholi uchun qaysidir ma'noda yaxshidir ammo, turistlar uchun bu anchagina muammoli bo'lib turibdi. Bularni bartaraf etish yo'llari bugungi kunda biz yosh kadrlar va mutaxassislar tamonidan ko'rib chiqilmoqda.

Surxondaryo gastronomik turizmini rivojlantirish maqsadida turli xil gastronomik marshrutlar ishlab chiqilmoqda, jumladan o'zim ham gastronomik marshrut yaratishda aynan Termiz va Sangardak qishlog'iga gastronomiya va ekoturizmni bog'lab marshrut yaratdim. Bu marshrutda afzalliklar va kamchiliklar berib o'tilgan. Bular o'z ichiga quyidagilarni olib kiradi:

### **Termiz-sangardak qishlog'iga gastronomik, ziyorat va ekoturistik marshrut<sup>28</sup>**

#### **2-kunlik sayohat marshruti:**

##### **1-kun:**

- 7.00-8.00 mehmonxonada yengil nonushta
- 8.30-9.00 Termiz shahridan Al hakim at-Termiziy ziyoratgohiga jo'nash
- 9.00-10.00 Al hakim at-Termiziy ziyoratgohini ziyorat qilib aylanish va muzey eksponatlari bilan tanishish
- 10.00-10.20 Fayoztepa va Qoratepaga jo'nash
- 10.20-11.20 aylanib tanishib chiqish (kamchilik orada tuxtab yengil tanovul uchun joyning yo'qligi)

---

<sup>28</sup> Muallif tamonidan ishlangan

- 11.20-11.35 Ekoparkga jo'nash
- 11.35-12.35 Ekoparkda aylanish
- 12.35-14.35 Ekopark ichida mahorat bilan baliq baliq ovlab, pishirish jarayonini ko'rib, tushlik qilish
- 14.35-15.00 Qirqqiz va Kokildor otaga tashrif
- 15.00-16.00 Ziyorat obyektida tanishuv va aylanish
- 16.00-16.10 Sulton Saodat ziyoratgohiga jo'nash
- 16.10-16.50 Sulton Saodat ziyoratgohida aylanish
- 16.50-18.10 Namuna guzarida Gushtli taomlardan tanovvul qilish
- 18.10-18.25 Termiz shahriga qaytish
- 18.25-19-10 Termiz Mondo marojnisida istemol qilish
- 19.10-19-25 Mehmonxonaga qaytish ( kamchilik orada tarvuz, qovun kabi poliz ekinlari yoki mevali kokteyllardan tanavvul qiladigan joyning yo'qligi)
- 19.25-21.00 Kechki ko'ngilochar tadbir yoki konsertda ishtirok etish
- 21.00-22.00 (Mehmonxonada choy navlari bo'yicha choyxurlik tashkil qilish, va dam olish)
- 22.00-4.00 tungi uyqu

## **2-kun**

- 4.00-5.00 Ertalabgi nonushta
- 5.00-8.30 Sangardak qishlogi yetib boorish
- 8.30-9.00 Uy mehmonxonaga joylashish
- 9.00-10.30 Mehmon uyidagi oshpaz tamonidan tayyorlangan ovqat jarayonini kuzatib, yengil mazali taomlardan tanavul qilish
- 10.30-12.30 Sangardak qishlog'idagi Xo'ja Ilg'or bobo ziyoratgohiga tashrif
- 12.30-13.30 ziyoratgohda aylanish
- 13.30-14.20 Mehmon uyga qaytish



- 14.20-15.20 Oshpazning tabiat quynida turib pishirgan ovqat jarayonini kuzatib tanovul qilish
- 15.20-17.20 Sangardak sharsharasi bo'ylab sayohat uyishtirish, rasm tushish, ekoturistik manzarani ko'rish
- 17.20-17.30 mehmon uyga qaytish
- 17.30-18.30 denov restantiga kirib kechki ovqat tanovul qilish
- 18.30-22.00 Termiz mehmonxonaga qaytish
- 22.00-5.00 Tungu uyqu
- **3-KUN**
- 5.00-6.00 mehmonxonada nonushta
- 6.00-7.00 aeroportga borish
- 7.00-8.00 Uchib ketish

Bu marshrutda kamchiliklar ichida ko'rsatib o'tilgan, chunki Surxondaryo mintaqasida yetarlicha xizmat ko'rsatish va resurslar salohiyatining pastligini ko'rish mumkin. Bu marshrut asosan chet ellik sayyohlar uchun ishlab chiqarilgan. O'zimizning mahalliy aholi uchun ham marshrut ishlab chiqilganda narxlarda sezilarli farq bo'ishi mumkin, chunki mahalliy aholi o'rtasida o'zi bilan ovqat olib yurish imkoni, yoki boradigan manzilida qarindoshlarinikiga tashrif buyurish holatlari bo'lishi mumkin. Biz yosh kadrlar bu marshrutdagi kamchiliklarni bartaraf etish maqsadida Surxondaryo viloyatiga ko'proq investitsiya jalb qilgan holda, resurs salohiyati oshirib kelayotgan turistlarga yetarlicha xizmat ko'rsatishni ta'minlashimiz zarur hisoblanadi.

Bu gastronomik marshrutni yaratishda SWOT tahlilini qiladigan bo'lsak, afzalliklar va kamchiliklarini ko'rishimiz mumkin. Va nima uchun SWOT tahlili kerak? chunki bu ajoyib strategik tahlil vositasi foydalanish uchun ideal barcha turdagi qarorlar qabul qilish, yangi gastronomik turizmga o'tish uchun yangi imkoniyatdir. SWOT modelini ayniqsa kuchli qiladigan narsa shundaki, u bizning dunyomizda birinchi qarashda ko'rinmaydigan imkoniyatlarni aniqlashga yordam beradi (2.3.1-jadval)

- S - kuchli tomonlar (kuchli)
- W - zaif tomonlari (zaif tomonlari)
- O - Imkoniyatlar (imkoniyatlar)
- T-tahdidlar

### 2.3.1-jadval

#### Termiz-sangardak qishlog'iga gastronomik, ziyorat va ekoturistik marshrutning SWOT tahlili<sup>29</sup>

<p><b>Strengths- Kuchli</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-turistlar kelishi uchun imkoniyatlarning borligi</li> <li>-ekoturizm bilan bog'liq bo'lgan gastronomik turizmning chamchamchas bo'lganligi</li> <li>-Turistlar e'tiborini tortadigan obidalar va gastronomik joylar</li> <li>-Milliy oshxonaning o'ziga xosligi</li> <li>-Arzonroq narx darajasi</li> </ul>	<p><b>Weaknesses-Zaif</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-sanitariya gigiena qoidalariga 100% to'liq javob bermasligi</li> <li>-resurslarning to'liq shakllanmaganligi</li> <li>-Marketing strategiyasining kuchsizligi</li> <li>-Istemolchilarning bexabarligi</li> </ul>
<p><b>Opportunity-Imkoniyat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Investorlarni jalb qilgan holda shahar va qishloq gastronomiyasini rivojlantirish</li> <li>-Resurslardan samarali foydalanib halol turizm bilan gastronomiyani bog'lash</li> <li>-Sayyohlik oqim hajmining ko'payishi</li> </ul>	<p><b>Threats- Tahdid</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Chegara zonasida joylashganligi</li> <li>-Iste'molchilarni qabul qila olmasligi</li> <li>-Iste'molchi xohish istagining o'zgarishi</li> </ul>

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, Surxondaryo gastronomik turizm bozorining ma'lum segmentlarida o'zini joylashtirish imkonini beradigan yetarli miqdordagi omillarga ega.

<sup>29</sup> Muallif tamonidan ishlangan

## **II-bob bo'yicha xulosa**

Xulosa qilib aytganda, quyidagi xulosalar chiqarish mumkin: bugungi kunda yangi iqtisodiyot – gastronomik turizm bevosita bog'liq bo'lgan tajriba iqtisodiyoti paydo bo'lmoqda. Zamonaviy jamiyatda imtiyozlar o'zgarib bormoqda, gastronomik turizm esa sayyohlarning yangi istaklariga moslashib, jadal rivojlanmoqda. Turizmning ushbu turi hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga, jumladan, qo'shimcha ish o'rinlari yaratishga, ayrim mahsulotlarni ishlab chiqarishni saqlash yoki ochishga va ularni sotishga yordam beradi, shuningdek, hududlarni brendlash va turistik oqimlarni jalb qilishga yordam beradi. Turizm industriyasi har yili jahon iqtisodiyotiga ta'siri ortib bormoqda. Makonni kengaytiruvchi va chegaralarni xiralashtiradigan turizm turli madaniyatlar, millatlar, dinlar vakillarining muloqotida integratsiya qiluvchi element hisoblanadi.

Har yili nafaqat sayohat qiluvchi sayyohlar soni ortib bormoqda, balki turizmning yangi turlari, yangi yo'nalishlari ham paydo bo'lmoqda: ularning bir qismi biridan ikkinchisiga o'tib bormoqda. Bularga gastronomik turizm kiradi. Sayohat paytida odam boshqa mamlakat, mintaqaning madaniyati, tarixiy an'analari, tabiati, xususiyatlari bilan aloqa qiladi. U gastronomik sayohatda bo'lib, u dunyoni noan'anaviy tarzda kashf etadi.

### **III BOB O'zbekiston Respublikasida gastronomik turizmning rivojlanish imkoniyatlari va yo'nalishlari**

#### **3.1-§ O'zbekiston gastronomik turizmining rivojlanishidagi imkoniyatlar, o'zbek milliy taomlari va milliy ichimliklarining o'rni**

Pazandachilikda har bir xalqning urf-odatlarini, tarixiy an'analarini va o'ziga xos xususiyatlarini aks etadi. Mana shu o'ziga xoslik milliy oshxonalarda ajoyib taomlarning yuzaga kelishi va turli-tuman bo'lishiga ham sabab bo'ladi. Barcha taomlarimizning mazali va xushta'mlilik darajasiga ko'tarilishida quyoshli o'lkamiz zaminida yetishtiriladigan dehqonchilik mahsulotlarining xilma-xilligi muhim ahamiyat kasb etadi. Dasturxonimizning o'ziga xos xususiyatlarini to'la namoyon etadigan omillardan biri taomlarimizning turli tumanligidir. Chunonchi, chorvachilik bilan bog'liq shug'ullanadigan joylarda go'sht-yog', sut-qatiq ko'proq iste'mol qilinsa, dehqonchilik rivojlangan hududlarda esa sabzavotli, don-dukkakli ovqatlar asosiy o'rin oladi. Shunday taomlar borki, ularni kundalik iste'mol uchun emas, balki bayram dasturxonlariga mo'ljallab, aziz mehmonlar uchun tayyorlanadi. Qazi-qarta, po'stdumba o'ramasi, tandir kabob, norin, xasip kabi taniq taomlar shular jumlasiga kiradi. Bir hududda yashayotgan turli Millatlar va elatlarning taomlari bir-biriga o'xshashi tabiiy holdir. Masalan, agar o'zbek taomnomasiga nazar tashlaydigan bo'lsak, unda rus, tojik, ukrain, kavkaz, tatar, qozoq, uyg'ur va boshqa xalqlar taomlarining o'nlab xillari uyg'unlashib, tobora takomillashib borayotganligining guvohi bo'lamiz.

O'z navbatida, palovlarimiz, suyuq oshlarimiz, xamir taomlarimiz qardosh xalqlarning dasturxonini ham bezab turibdi. Xalqimiz pazandachiligida yilning ma'lum fasllaridagina dasturxoniga tortiladigan taomlar ham bor. Masalan, bahorda qaymoq, qo'shilgan rediskali gazak, shovul sho'rva, sumalak, halim, ko'k chuchvara, ko'k somsa, kovatok palov (tok oshi), qovurma gulkaram, yalpizli moshxo'rda iste'mol qilinadi. Yozda esa pomidor kabob, karam do'lma, dumbil sho'rva, qalampir do'lma, lag'mon, qatiqli ugra oshi, suzmali gazak, chalop, go'ja oshi, bug'lama kabob, go'shtli dimlama, sabzavotli dimlamalar,

ayron, yaxna choy, meva kompotlari va hokazolar xush keladi. Kuzda qovurma baliq, laqqa kabob, barra go'sht, kalla sho'rva, bedana kabob, behili palov, kartoshkali manti, asalli behi, kesma lag'mon, oshqovoq somsa kabilar ko'proq dasturxonlardan arimaydi. Ayoqli kunlarda qazi-qarta, po'stdumba, qo'y yog'li palov, kart dumba palov, qazili palov, barra kabob, turpli salat, qovurma sho'rva, moshkichiri, qishga saqlanadigan mevalar, ularning murabbo, kompot, qoqilari, sirkalangan va tuzlangan sabzavotlar iste'mol qilinadi.

Shuni ham ta'kidlash joizki, hozirgi paytda Go Uzbekistan.uz, restoran.uz portali bilan hamkorlikda "O'zbekiston gastronomiya turizmi" nomli yangi loyihasi faoliyat ko'rsatmoqda. Bu bilan mamlakatimizning oshpazlik san'atidagi taomlardagi xilma-xilligi va mahalliy xususiyatlarga tegishli ekanligi, oddiy va qadimiyligi hududlardagi ilg'or tajribalar bilan xalqaro turizm bozoriga kirib borishiga imkoniyat yaratadi. Gastronomik turizm butun dunyoda rivojlanayotgan turistik yo'nalishlardan bo'lib, hozirda sayyohlar tomonidan oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan qiziqish ortib bormoqda. Mahalliy ovqatlar va mahsulotlar har qachongidan ham muhimroq va mashhur bo'lib bormoqda. Mamlakatlarning oshxona madaniyati uchun oshpazlikning jozibadorligi sayyohlik yo'nalishlariga bo'lgan talabni va sayyohlik sohasidagi yangi o'zgarishlarni vujudga kelishiga sabab bo'ldi. Shu sababli, barcha mamlakatlar o'zlarining mahalliy oshxonalarini targ'ib qilishni boshladilar va mahalliy mahsulotlar hamda oziq-ovqat mahsulotlarini ajratib ko'rsatishga harakat qilmoqdalar.<sup>30</sup>

O'zbek taomlari haqida 7 ta faktni ko'rib o'tsak:

- eng mazali non O'zbekistonda;
- ko'pgina o'zbek taomlari ochiq olovda (o'choqda) pishiriladi;
- O'zbekistonda yog'li va yuqori kaloriyali taomlarni iste'mol qilish odat tusiga kirgan;
- ovqatdan so'ng o'zbeklar issiq choy ichishadi;

---

<sup>30</sup>.Sayfutdinov SH., Baxramov A. Turizmda tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish Darslik 2021 B-118-125

-o‘zbeklar qo‘y go‘shiti, mol go‘shiti va ot go‘shitini (ot go‘shitidan kolbasa – qazi) iste‘mol qiladilar;

-o‘zbekistonda mehmonlarni xushbo‘y choy bilan va nonni sindirib, kutib olishadi, mazali palov bilan esa kuzatishadi;

-maxsus choy marosimi (an‘anaga ko‘ra, “O‘zbek choyi” marosimida, mehmon oldida piyoladan choynakka uch marotaba choy qaytariladi, to‘rtinchisida esa mehmonga uzatiladi).

O‘zbekistonning turli hududlarida choy ichish an‘analari bir-biridan farqli bo‘lishi mumkin Hozirgi kunda O'zbekistonda ham gastornomik turizm jadal rivojlanib bormoqda. Respublikamizning xar bir viloyatlarida turizm turlari rivojlanib borgan sari,gastronomik turizmga ham alohida e‘tibor berilmoqda. Birgina misol Buxoro sharida joylashgan mehmonxonalarining tom qismida restoran, kafeteriya tashkil etish orqali moliyaviy manbalarni ko‘paytirish,aholini ish bilan ta‘minlash,shu bilan bir qatorda gastronomik turizmni rivojlantirish ko‘zda tutilgan.Respublikamizda har yili tashkil etiladigan palov festivallari, gastronomik turizm hududlari orqali gastarnomik turizm bilan ichki turizm salohiyati yuqorilab bormoqda .Joriy yilda Samarqand shahrida gastronomik hudud tashkil etildi. U yerda ko‘plab oshxona va restaranlarda dunyoning 30 ga yaqin mamlakatlari taomlari tayyorlanmoqda.Bundan ko'rinib turibdiki biz bundanda yaxshiroq rivojlanishga harakat qilishimiz kerak asosiy kelayotgan turistlar hozirda tarixiy joylarimizga e'tibor bermoqdalar, biz gastornomik turizm va boshqa turizm turlarini yaxshilashimiz kerak. Shunda biz istagan, biz hohlagan O'zbekiston yuksalishda davom etadi.<sup>31</sup>

Gastronomik turizmni rivojlantirish maqsadida mamlakatimizda gastronomik turizm assotsiatsiyasi tashkil etilgan. 2019-yil 6-avgust kuni O‘zbekiston Gastronomik turizm uyushmasi tashkil etildi. Uyushma faoliyatini yo‘lga qo‘yishdan maqsad gastronomik turizm yo‘nalishida turli tadbirlar, jumladan ko‘rgazma, festival, forum, seminar, ilmiy anjuman, davra suhbatlari,

---

<sup>31</sup> [https://uz.m.wikipedia.org/wiki/Gastronomik\\_turizm](https://uz.m.wikipedia.org/wiki/Gastronomik_turizm) 2020-yil

tanlov va shu kabi boshqa tadbirlarni tashkil etish, assotsiatsiya qoshida xalqaro grantlar homiyligida o‘zbek milliy pazandachilik tarixi, buguni va kelajagi bo‘yicha gastronomik turizm tarqatqiyoti uchun xizmat qiluvchi turli loyihalarni amalga oshirishdan iborat. Uyushma O‘zbekistonda sayyohlik mavsumini uzaytirish maqsadida har yilning noyabr oyida muntazam ravishda “Lazzatli O‘zbekiston” xalqaro milliy taomlar festivaliga mezbonlik qiladi, festivalga xalqaro sayyohlik agentliklarini muntazam jalb etib boradi va tadbir doirasida O‘zbekiston bo‘ylab hududiy gastronomik turlarni tashkil etadi.

Keyingi yillarda xorijiy mamlakatlarda o‘zbek restoranlarining soni oshib bormoqda. Birgina Moskva shahrida 300 dan ortiq restoranda o‘zbek oshxonasi mavjud. Nyu-York, Berlin, Frankfurt, London, LosAnjelos, Dubay, Pekin, Seul, Sankt-Petyerburg, Riga, Istanbul va boshqa yirik shaharlarda ham faoliyat yuritishi milliy taomlarimizga qiziqish katta ekanidan dalolat. “O‘zbek palovi” YUNESKONing ro‘yxatidan joy olgani, 2018-yili “O‘zbekim” milliy qadriyatlar festivalida 8 tonnalik o‘zbek palovining Ginnesning rekordlar kitobiga kiritilishi ham millionlab odamlarning O‘zbekistonga sayohat qilish va taomlarga bo‘lgan qiziqishini oshirdi. Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi va Toshkent shahar hokimligi hamkorligida 2019-yil 9-11 avgust kunlari Toshkent shahrida “Gastro Bazar-2019” I Xalqaro gastronomik festivali o‘tkazildi. Unda yurtimizning mashhur restoranlari, qahvaxonalari, tamaddixonalarini bilan bir qatorda xorijiy davlat oshpazlari ham ishtirok etishdi. National Geographic Traveleyer jumali tomonidan 2018-yilda Rossiya hududida tashkil o‘tkazilgan tanlovda O‘zbekiston birinchi o‘rinni egalladi. “Gastronomik turizm” yo‘nalishi bo‘yicha bo‘lib o‘tgan ovoz berish jarayonida jami ovozlarning 34 foizi O‘zbekistonga berildi, Italiya - 21 % ovoz jamlab ikkinchi o‘rinni egalladi, Ozarbayjon 17 % ovoz bilan uchinchi o‘rinni, Fransiya 13 % ovoz bilan to‘rtinchi o‘rinni egalladi.<sup>32</sup> Yuqoridagi raqamlardan ko‘rinib turibdiki, O‘zbekiston o‘z raqiblaridan bir necha barobar

---

<sup>32</sup> O‘zbekiston gastronomik turizm assotsiatsiyasi ma‘lumoti

o‘zib ketgan. Ikkinchidan aynan Rossiyada O‘zbekiston gastronomik sayyohlik yo‘nalishi sifatida yuqori qadrlanadi.

Mamlakatimizda gastronomik turizmni rivojlantishda taomlarning o‘rni bo‘lak hisoblanadi. Keltirilgan (3.3.1-jadval) ma‘lumotlardan mamlakatimizdagi har bir mintaqaning o‘ziga xos taomlarini ko‘rishimiz mumkin.

### 3.3.1- jadval

#### Gastronomiya turizmni shakllantirishdagi milliy taomlarning turlari<sup>33</sup>

<b>№</b>	<b>Taom nomi</b>	<b>Tayyorlash hududlari</b>	<b>Izoh</b>
1	Atala	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi. (Sut atala, un atala, ko‘k atala).	Yurtimizdagi eng qadimiy taomlardan biri hisoblanadi. Qadimdan otabobolarimiz atalani quwat bag‘ishlovchi dorivor taom sifatida iste‘mol qilishgan. Bu taom to‘yimlilik bilan bir qatorda, oshqozon kasalliklariga davo hisoblanadi.
2	Qurtoba	Navoiy, Surxon daryo, Jizzax, Samarqand, Buxoro viloyatlarida tayyorlanadi. (Tojikiston milliy tamoi hisoblanadi)	Eng qadimiy taomlarimizdan biri hisoblanadi. Bu taom deyarli barcha xonadonlarda tayyorlangan. Chunki qurtoba inson organizmiga nihoyatda foydali, tanani qizdiruvchi va qo‘- shimcha quvvat beruvchi taom.
3	Shirchoy	Bu taom ham yurtimizning barcha viloyatlari dasturxoniga nonushtasiga tayyorlanadi.	Qadimdan xalqimiz orasida eng mashhur taomlardan biri. Chunki bu taom oson tayyorlanishi bilan birga yengil hazm bo‘luvchi taom hisoblanadi. Oshqozon, buyrak va yurak kasalliklariga davo hisoblanadi. U badanga tez singishi, ko‘p quvvatlilik bilan mashhur
4	G‘ilmindi	Surxandaryo va Samarqand viloyatining Bulung‘ur, Qo‘shrabot tumanlarida, Jizzax viloyatining G‘allaorol, Baxmal, Zomin tumanlarida maromiga yetkazib tayyorlanadi	Qadimdan ota-bobolarimiz dalada ishlab holdan toyganlarida, shuningdek, mo‘tabar mehmonlarga tayyorlab berilgan. Chunki juda kuchli va tansiq taom hisoblanadi. Bu taomni faqatgina ustasigina maromiga yetkazib tayyorlashi mumkin. Taom kam quvvatlilarga tavsiya etiladi. Yengil, ishtahani ochuvchi, uzoq muddat to‘q tutish xususiyatiga ega.
5	Yupqa	Surxandaryo va Samarqand viloyatining Bulung‘ur, Qo‘shrabot tumanlarida, Jizzax viloyatining G‘allaorol tumanlarida maromiga yetkazib tayyorlanadi.	Xalqimizda qadimda asosan qish oylari juda sovuq kelganda, oiladagilardan biri qattiq shamollaganda tayyorlangan. Janglarda askarlarga ham aynan shu taom ko‘pincha tayyorlab berilgan. Bu taom nihoyatda kuchli taom hisoblanadi. Hammaning organizmi ham bu taomni ko‘tara olmaydi. Faqat kuchli organizmli insonlarga bu taomni iste‘mol qila oladi.

<sup>33</sup> Muallif tamonidan tuzulgan



6	Go'ja	Yurtimizning tog' oldi tumanlarining barchasida tayyorlanadi	Xalqimizning yozning issiq oylarida chanqoqbosdi taom sifatida iste'mol qilinadigan taomi hisoblanadi. Sutli go'ja Toshkent va Farg'ona vodiya tomonlarda tayyorlanadi. Shuning uchun ham bu taom jo'xori, makkajo'xori va bug'doy yetishtiriladigan joylarda ko'proq tayyorlanadi. Ushbu taom holsizlikning oldini oladi.
7	Tandir kabob	Surxondaryo, Qashqadaryo va Jizzax viloyatining tog'li tumanlarida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste'mol qilinadi.
8	Kulchatoy	Yurtimizning barcha tumanlarida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste'mol qilinadi. Ko'pincha mehmonlar taomi deb yuritiladi
9	Moshkichiri	Yurtimizning barcha tumanlarida ayniqsa Toshkent viloyatida tayyorlanadi.	CTzbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste'mol qilinadi, parhez taomlar turiga kiradi.
10	Ugrapalov	Samarqand viloyati va unga yaqin joylarda tayyorlanadi.	Samarqand viloyati va unga yaqin joylar aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste'mol qilinadi.
11	Sumalak	Yurtimizning barcha tumanlarida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisi bahor faslida pishiradigan milliy taomi sifatida qadrlanadi. Bu taom insonlarga kuch-quwat bag'ishlaydi. Musulmon dunyosida Navruz taomi deb yuritiladi.
12	Xolvaytar	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli shirinliklari sifatida iste'mol qilinadi. Aholi orasida mashhur shirinlik bo'lib, ko'pincha to'y va marakalarda pishiriladi
13	Qatlama	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli non mahsulotlari sifatida iste'mol qilinadi. Aholi orasida mashhur non mahsuloti bo'lib, ko'pincha to'y va marakalarda pishiriladi.
14	Norin	Yurtimizning Toshkent shahri va viloyatlari hududlarida tayyorlanadi	Sumalak va xalimdan (xalisa) keyin eng uzoq tayyorlanadigan taomlardan biri, taomdagi turli tuman maza-ta'm hozirgacha norinning dovrug'ini, sirliligini saqlab kelmoqda.
15	Hasip	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Bu taom ham xalqimizning eng sevimli taomlaridan bo'lib, asosan so'yilgan molning kalla oyoqlari, oshqozon va ichaklaridan tayyorlanadi hamda to'yimli, quwat bag'ishlovchi taom hisoblanadi.
16	Tuxum barak (xorazmcha taom)	Yurtimizning Xorazm, Buxoro vaNavoyi viloyatlarida tayyorlanadi.	Asosan Xorazm, Buxoro va Navoyi viloyatlarida tayyorlanadigan taom bo'lib, milliy oshxonamizda qadimiyligiga va muxlisiga ega bo'lgan quwat bag'ishlovchi mazali taomlardan hisoblanadi.

Milliy ichimliklar haqida gapiradigan bo'lsak mamlakatimizda ichimliklarning ham alohida o'rni mavjud. Ayniqsa, bizning mamlakat choyni xush ko'ruvchi xalq hisoblanadi. Chunki choyning foydali xususiyatlari ko'p hisoblanadi. Ko'k choy tibbiy jihatdan foydalari juda ko'p. Unga odatiy ichimlik sifatida emas, shifobaxsh damlama sifatida qarash o'rinli. Agar, shunday bo'lmaganida, xitoylik hamda yaponyalik yoshlar "Choy tayyorlash va damlash" maxsus kurslariga yillab qatnamagan bo'lishardi. Choyning foydali xususiyatlari haqida gapiradigan bo'lsak, uni bir necha talqinda ko'rishimiz mumkin:

- qon bosimi ko'tarilganda uni normallashtiradi;
- stress paydo bo'lishi xavfini kamaytiradi;
- charchoqni chiqaradi;
- kayfiyatni ko'trib, insonni tetiklashtiradi;
- xotirani yaxshilaydi;
- qonni suyultirib, tromblar hosil bo'lish xavfini kamaytiradi. (Keksalar uchun);
- zarurat tug'ulganda sterill muhitda (termosda) saqlangan choyning antibakteriyal xususiyatidan foydalanib, yaralarni dezinfeksiya qilish mumkin. (Xalq tabobati);
- yomon xolesterinni organizmdan chiqib ketishini ta'minlaydi;
- ayollardagi bachadon saratoni, erkaklarda esa piyeri kasalligi kelib chiqishining asosiy oldini oluvchisi hisoblanadi.

Ya'na shu o'rinda ta'kidlab o'tishimiz kerakki, yoz oylarida sovuq choy ichgandan ko'ra organizm suyuqlik balansini mineral suvlar orqali tiklaganizmiz ma'qul. Chunki, choy peshob haydash xususiyatiga ega bo'lganligi uchun tezda chanqashimizga olib keladi. Biz kun davomida 2-3 litr suyuqlikni tanamizga kiritishimiz kerak. Shu suyuqlikning 0,8-1 litrini choy tashkil etishi me'yor sifatida belgilangan. Ya'ni, 1 kunda 4 stakan choy ichish maqsadga muvofiq. Bizning urf-odat, taomlanish jaroyidan tortib choyxurlikgacha bo'lgan jarayon albatta turistlar uchun judaham qiziqarli. Choyning turlari shunchalik xilma xilki uni ichmasdan iloj yo'q. U bizda milliy ichimlik sifatida tan olingan. Choyning VII-VIII asrlarda so'g'dlar tomonidan Xitoydan choy yo'li orqali olib

keltirilganligi arxeologik manbalarga asosan isbotlangan. Ko'k choy tibbiy jihatdan foydali hisoblanadi. Unga odatiy ichimlik sifatida emas balki, shifobaxsh damlama ekanligini ta'kidlab o'tish joiz. Kelgan turistlar ichida albatta qon bosimi yuqori bo'lgan, charchoq hissini his qilgan, oshqazon hazm qilish faoliyatidan aziyat chekadigan, semizlikdan xalos bo'lishni istaydigan va kayfiyat doim a'lo bo'lishini xohlaydigan turistlar uchun bu milliy ichimlik ayni muddao hisoblanadi. Chunki choy tarkibida 300 dan ortiq biologik faol moddalar mavjud. Shunday ekan, gastronomik turizm o'z ichiga milliy ichimlik sifatida albatta choyni ham olib kiradi. Ammo, bir masalada kamchilik mavjud. Bu albatta taomlanish jarayonidagi xizmat ko'rsatish sohasi. Shu sohadagi kamchiliklarni bartaraf etsak, biz albatta muvaffaqiyatga erisha olamiz. Xo'sh, bu uchun nima qilishimiz kerak? Albatta xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat ko'rsatadigan malakali kadr tayyorlash, ularning bilim darajasini oshirish, xushmuomalalik talab etiladi. Ular uchun ham alohida soha yaratilib, o'qitish kerak.

Chet el misolida ko'radigan bo'lsak, ofitsiantlar albatta o'qitiladi, kadr sifatida tayyorlanadi. Bizning mamlakatda ham shu jihatga bo'lgan e'tibor katta bo'lishi kerak. Mamlakatimizda milliy ichimlik sifatida asosan choy, chalop, qimiz, sut kabi ichimliklar yuksak cho'qqida o'rin egallab kelmoqda. Kelgan turistlar albatta taom va ichimliklarni ta'tib ko'rishi tabiiy hol. Bunda asosan degustatorlik mahoratidan foydalaniladi.

### **3.2-§ O'zbekistonda gastronomik turizmni shakllantirish va gastronomiya turizmini rivojlantirishdagi marketing tahlili**

Dunyoda bir talay yangi va zamonaviy turizm turlari paydo bo'lganki, ularning ayrimlarini O'zbekistonda tatbiq etish ayni muddao. Bu joylarda qo'shimcha daromad va ish o'rinlari yaratilishiga olib kelishi shubhasiz. So'nggi yillarda jahon bo'ylab turizmning unutilgan, yangi, innovatsion ko'rinishlari paydo bo'lmoqda. Albatta, bizning salohiyatimiz yuqori. Biz turizmning ahamiyati va rolini oshirishimiz kerak. Bugungi kunda qilinayotgan barcha sa'y-

harakatlar yaqin yillarda bu raqamni 5 foizgacha ko'tarish imkoniyatimiz borligini asoslaydi. Taom pishirish kurslari va milliy taomlar restorani hammayerda bor, lekin milliy taomlar tayyorlanishi jarayoni bilan o'sha taomlaming vatanida tanishish doimo sayyohlar uchun qiziqarli bo'lib kelgan. O'zbek oshxonasi shubhasizki, o'zbek madaniyatining eng ahamiyatli va taassurotli qismi. O'zbek milliy taomlari nihoyatda xilma-xil va tarkibi boy.

Turli davlatlardan kelgan sayyohlarga tavsiya etilmaydigan taom va mahsulotlar mavjud hisoblanadi. Ularning xohishiga qarab tanlanadi. Har bir davlatdan kelgan sayyohlar ovqatlanishining o'ziga xos xususiyatlarini e'tiborga olib, quyidagilar tavsiya etilmaydi:

- inglizlik sayyohlarga - kolbasalar, kolbasa mahsulotlari, baliq sho'rva, quyma baliq, losos ikrasi, yormali gamirlar, xamirli taomlar, unli sous qo'shilgan taomlar;

- arab mamlakatlaridan kelgan sayyohlarga - musulmonlarga xos - cho'chqa go'shtidan tayyorlangan taomlar, javdar qora noni, pishib ezilgan kartoshka va sabzavotlar;

- bolgariyalik sayyohlarga - sutli suyuq taomlar, okroshkalar, borshchlar, yormali taomlar (guruchdan boshqa), kotlet qiymasidan tayyorlangan taomlar, javdar qora noni, uzoq saqlangan kartoshka (iyun oyidan to yangi kartoshka chiqqunga qadar);

- vengriyalik sayyohlarga - qo'y go'shtidan tayyorlangan taomlar, kotlet qiymasi, dengiz balig'i va nobaliq mahsulotlari, losos ikrasi, seld, kilka, grechkaadan tayyorlangan bo'tqa, kisellar;

- germaniyaliklar va avstriyalik sayyohlarga - o'tkir ta'mli taomlami;

- Italiyalik sayyohlarga - sariyog', qovurilgan cho'chqa go'shti va qiymalangan go'shtdan tayyorlangan taomlami, javdar qora nonni;

- Vetnam, Tailand, Indoneziyalik turistlarga - mineral suv va javdar qora nonni;

- xitoylik sayyohlarga - sut mahsulotlari va undan tayyorlangan taomlami, javdar qora nonni, seld, semga, mineral suv, lavr bargi qo‘shilgan taomlami;

- koreyalik sayyohlarga - sut mahsulotlari va undan tayyorlangan taomlami, baliq delikateslarini (tansiq taomlarini), xom dudlangan mahsulotlami, vetchina, kartoshkali taom va garnirlami, javdar qoranonni, qahva, kakao, mineral suvni;

- Mongoliyalik sayyohlarga - baliq, baliq gastronomiya mahsulotlarini, ikra, kofe, minyerol suv va mevalar sharbatlarini, pivoni;

- Polshalik sayyohlarga - qo‘y go‘шти va go‘sht qiymasidan tayyorlangan taomlami, sousli taomlami, javdar qora nonni, uzoq saqlangan kartoshkani (iyun oyidan, yangi hosil olgunga qadar);

- Ruminiyalik sayyohlarga - qo‘y go‘shtidan tayyorlangan taomlami, javdar qora nonni, kisellami;

- Fransiyalik sayyohlarga hamma taomlami tavsiya etish mumkin;

- Chexiya va Slavokiyalik sayyohlarga - qo‘y go‘шти va qiymalangan go‘shtdan tayyorlangan taomlami, issiq baliqli taomlarini;

- Janubiy amerikalik (Braziliya, Argentina va boshqalar) sayyohlarga - mayonez va smetanali taomlami, un yoki suxariga belangan (panirovka) go‘sht va baliq taomlarini;

- Yaponiyalik sayyohlarga - mineral suvni, barcha taomlar tuzi past bo‘lishi kerak.

2022-yilda texnologiyaning jadal rivojlanishi va internetning butun dunyo aholisining 60 % dan ortig‘ining kundalik hayotining bir qismiga aylanishi internet muhitida marketingni ilgari surish vositalaridan foydalanishning ahamiyati va samaradorligini belgilab berdi. Raqamli aloqa PR vositalarining eng ilg‘or tarkibiy qismlaridan biri sifatida sotuvchilarga katta auditoriyani qamrab olish va reklama qilinadigan tovarlar yoki xizmatlar haqida iste‘molchilarning xabardorligini sezilarli darajada oshirish imkonini beradi.<sup>34</sup> Internet-

---

<sup>34</sup> Charyova Valeriya Vadimovna “Gastronomik turizm sohasida tadbir marketing” dissertatsiya 2022-yil

marketingning afzalliklari uning qulayligi, iqtisodiy samaradorligi, interaktivligi, individual yondashuvi va yuqori darajadagi avtomatlashtirishni o'z ichiga oladi. Bugungi kunda Internet-marketing turli sohalar, shu jumladan turizm sanoati mahsulotlarini tijoriy reklama qilish uchun keng qo'llaniladi.

Har qanday marketing faoliyati boshlanishidan oldin tegishli marketing tadqiqotlarini o'tkazish va uning asosida marketing strategiyasini ishlab chiqish kerak. Birinchidan, maqsadli auditoriyani aniqlashingiz kerak. 2006 yilda eski do'stlarni qidirish uchun ishga tushirilgan rus tilidagi "Odnoklassniki" ijtimoiy tarmog'i foydalanuvchisining o'rtacha portreti zamonaviy xalqaro TikTok video almashish xizmatining o'rtacha izdoshi portretidan sezilarli darajada farq qiladi.

Marketing tadqiqotining ikkinchi bosqichi ilgari surilishi rejalashtirilgan tovarlar yoki xizmatlarga bo'lgan talabni o'rganishni o'z ichiga oladi. Uchinchi bosqich - asosiy raqobatchilarni tahlil qilish, uning asosida noyob tijorat taklifi ishlab chiqiladi. Bularning barchasi sizga Internetdagi joyingizni aniqlashga va samarali Internet-marketing strategiyasini ishlab chiqishga imkon beradi. Internet-marketingning jadal rivojlanishi tufayli Internetda reklama qilishning turli xil usullari va vositalari mavjud bo'lib, ular bilmaydigan yangi marketologlar uchun tanlovni qiyinlashtirishi mumkin. Ushbu algoritmni Internet muhitida gastronomik turizmni rivojlantirishning asosiy usullaridan biri - veb-sayt yaratish va mazmuniga nisbatan qo'llashni ko'rib chiqish. Misol tariqasida, O'zbekistonda bir qancha gastronomik saytlar mavjud. Bunda reklamaning o'rni alohida ahamiyat kasb etadi. Marketingda qanchalik reklama xususiyati kuchli bo'lsa, shunda har qanday soha nafaqat gastronomik turizm rivojlanishiga zamin yaratadi.

Hozirga gastronomiya targib qiluvchi O'zbekistonda gastronomik turizm asotsiatsiyasiga qarashli sayt faoliyat olib bormoqda, bunda 2019-yil 6-avgust kuni O'zbekiston Oshpazlar uyushmasi anjumanlar zalida tegishli idoralar hamda OAV vakillari ishtirokida Gastronomik turizm assotsiatsiyasining ochilish marosimi bo'lib o'tdi. Tadbirda yig'ilganlarga assotsiatsiyaning maqsadi, faoliyati va a'zolik shartlari bo'yicha taqdimot tashkil qilindi. Turizmni

rivojlantirish davlat qo‘mitasi xabariga ko‘ra, assotsiatsiya faoliyatini yo‘lga qo‘yishdan maqsad gastronomik turizm yo‘nalishida turli tadbirlar, jumladan ko‘rgazma, festival, forum, seminar, ilmiy anjuman, davra suhbat, tanlov va shu kabi boshqa tadbirlarni tashkil etish, assotsiatsiya qoshida xalqaro grantlar homiyligida o‘zbek milliy kulinariyasi tarixi, buguni va kelajagi bo‘yicha gastronomik turizm taraqqiyoti uchun xizmat qiluvchi turli loyihalarni amalga oshirishdan iboratdir. Mutasaddilarning ma‘lum qilishicha, assotsiatsiya O‘zbekistonda sayyohlik mavsumini uzaytirish maqsadida har yilning noyabr oyida muntazam ravishda “Lazzatli O‘zbekiston” xalqaro milliy taomlar festivaliga mezbonlik qiladi, festivalga xalqaro turistik agentliklarini muntazam jalb etib boradi va tadbir doirasida O‘zbekiston bo‘ylab hududiy gastronomik turlarni tashkil etadi. Shuningdek, assotsiatsiyaga a'zo restoranlar va ularning xodimlari orasida “Xorijliklar e'tirofiga sazovor bo‘lgan yilning eng yaxshi restorani”, “Yil ofitsianti”, “Yil restoran menejyeri”, “Yil bosh oshpazi” nominatsiyalari bo‘yicha taqdirlash marosimlari o‘tkaziladi. Bu jarayonlar veb saytga joylab boriladi va alabatta turistlar nigohida bo‘ladi. Bu esa o‘z navbatida, gastronomik turizm rivojlanishida katta turtkiga sababdir.

Yana bir gastronomik saytlardan biri O‘zbekistonda <https://canaan.travel/> sayti hisoblanadi. Bu sayt gastronomik marshrut yaratib, turistlar oqimi o‘rishiga o‘z hissasini qo‘shib kelmoqda. Bu saytning O‘zbekiston bo‘ylab gastronomik turpaketini ko‘rishimiz mumkin. Bu sayt aynan turistlarni qanday jalb qilmoqda degan savolga quyudagicha javob berishimiz mumkin. Ular saytga reklamani kuchli qilib o‘sha gastronomik joylar haqida yetarlicha ma‘lumot va xizmatlarni ko‘rsatib yuqori cho‘qqiga chiqishmoqda.

O‘zbekiston hududidan Buyuk Ipak yo‘li o‘tgan, demak, dunyoning turli burchaklaridan kelgan minglab karvonlar uzoq yillar davomida bu yerlarni haydab kelgan. Har bir hukmdor o'zining ulug'vorligi, nafisligi va nafosatligi bilan boshqalardan ajralib turishga harakat qildi. Shuning uchun ham Sharqning turli burchaklaridan mazali taomlar tayyorlash sirlarini biladigan eng yaxshi

ustalar jalb qilingan. Asrlar davomida sayqallanib, takomillashib borgan mahorat avlodan-avlodga o'tib, oxir-oqibat O'zbekistonning har bir go'shasi oshxonasining barqaror xususiyatlari shakllantirildi. Eng zo'r buxoro palovi faqat Buxoroda tayyorlanadi va boshqa hech narsa yo'q, shuningdek, samarqand pishiriqlari, uzum barglaridan do'lma, o'zbek somsasi, norin, Mashxurda va boshqa ko'plab taomlarni ushbu gastronomik tur doirasida tatib ko'rishingiz mumkin. O'zbekiston shaharlari. Sharq oshxonasining ta'mini so'z bilan ta'riflab bo'lmaydi. Bu taomning tarkibiy qismlari, sharqona ziravorlar nisbati, oshpazning mahorati va sharq oshpazlari, shubhasiz, pishirishning har bir bosqichiga qo'ygan ruhning uyg'unligidir, bu esa har bir taomga o'ziga xos ta'm beradi. unutilgan. Ammo biz e'tiboringizga havola etayotgan ekskursiya doirasida siz nafaqat sharq me'morchiligi, madaniyati va an'analari, o'zbek xalqining ochiqligi va mehmondo'stligidan bahramand bo'lishingiz, balki sharqona vinolarni tatib ko'rishda ham qatnashishingiz mumkin. sharq shoirlari qadimdan she'r yozgan. Ammo bu sizni O'zbekistonga gastronomik sayohat bilan ajablantiradigan narsa emas.<sup>35</sup> Shu kabi ma'lumotlar berilib kelinmoqda. Ularning xizmatlariga quyudagilar kiradi. Narxga kiritilgan xizmatlarni ko'rishimiz mumkin:

- nonushta bilan mehmonxonalarda joylashtirish;
- ekskursiyalarda qulay transport xizmatlari;
- mahalliy professional gidlar;
- afrosiyob Toshkent-Samarqand-Buxoro-Toshkent poezdiga temir yo'l chiptalari (ekonom-klass);
- Toshkent-Samarqand tezyurar "Afrosiyob" poyezdiga chiptalar (ekonom-klass);
- Buxoro-Toshkent reysi (ekonom-klass);
- professional shahar gidlari xizmatlari;
- dasturga muvofiq qulay transportda barcha transferlar.

#### **Narxga kiritilmagan xizmatlarga esa:**

- Maslahatlar;

---

<sup>35</sup> <https://canaan.travel/ru/tours/gastronomic-tour-to-uzbekistan>



- Sug'urta;
- Alkogolsiz va alkogolli ichimliklar;
- Xalqaro havo sayohati;
- Video va fotografiya.<sup>36</sup>

Bu firma narxlariga keladigan bo'lsak, eng arzon gastronomik tur 7 kunlik 778 AQSH dollaridan boshlanib, 10 kunlik paket 1040 AQSH dollarigacha bor<sup>37</sup>. Asosan bu paket ovqatlanish asnosida balki o'sha boradigan vohani mamlakatning madaniyati, tarixi, urf- odatlarini ham ko'rib o'rganib kelishdir. Bu albatta o'zimizning aholi uchun qimmatlik qilar ammo, bu paket asosan chet el sayyohlari uchun mo'ljallangan bo'lib hozirgi kunda eng serdaromad sayt sifatida tanilmoqda. Saytni qo'llab-quvvatlash, uning samaradorligini baholash, bozor tahlili, statistik ma'lumotlar va mijozlar sharhlari saytning uzoq muddatli istiqbolda ishlashi va raqobatbardoshligi uchun javobgardir. Bugungi kunda Internet-marketing bo'yicha mutaxassislar veb-saytni yuritish, reklama joylashtirish va ta'sir o'tkazuvchilar bilan muloqot qilishning rentabelligini baholash uchun turli xil tahliliy va statistik nazorat vositalaridan foydalanadilar. Internet-marketing vositalaridan foydalanishning iqtisodiy samaradorligini nazorat qilish orqali yangi mijozlarni jalb qilish va sodiq mijozlar sonini ko'paytirish, moliyaviy xarajatlarni kamaytirish va veb-saytning moslashuvchanligi, funkcionalligi va qulayligini oshirish mumkin. Bozor va iste'molchi ma'lumotlarini taqdim etish va tahlil qilishga ixtisoslashgan O'zbekistonning Statistika kompaniyasi ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda internetdan foydalanuvchilar soni 31 mlndan oshganini ma'lum qildi. Ulardan 29,5 mln nafari mobil internet orqali tarmoqqa ulanadi. 2022 yilda internet foydalanuvchilarining ijtimoiy tarmoqlarda o'tkazgan vaqti kuniga o'rtacha 147 daqiqani tashkil qilgan. Bu 2012-yilga nisbatan 38,8 foizga ko'p,<sup>38</sup> bu esa ijtimoiy tarmoqlar zamonaviy insonlar hayotining ajralmas qismiga aylanganidan dalolat

---

<sup>36</sup> Charyova Valeriya Vadimovna "Gastronomik turizm sohasida tadbir marketing" dissertatsiya 2022-yil

<sup>37</sup> <https://canaan.travel/ru/tours/gastronomic-tour-to-uzbekistan>

<sup>38</sup> <https://canaan.travel/ru/tours/gastronomic-tour-to-uzbekistan>

beradi. Shuning uchun ijtimoiy tarmoqlarda reklama qilish (Ijtimoiy Media Marketing, SMM) eng mashhur onlayn reklama vositalaridan biridir. Uning mohiyati kompaniya tomonidan jamiyatlar, akkauntlar va ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalarni yaratishda, kompaniya faoliyatiga oid matnli va vizual materiallarni nashr etishda, shuningdek, mijozlar bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot qilishda yotadi.

Shunisi e'tiborga loyiqki, Internetning o'zbek segmentlarida qo'llanilmaydi va shuning uchun gastronomik turizm sohasida mahalliy mahsulotni targ'ib qilishda faqat cheklangan darajada foydalanish mumkin. An'anaga ko'ra, dunyodagi eng yaxshi to'rtta yetakchi: Facebook, YouTube, WhatsApp va Instagram O'zbekistonda mashhurlik bo'yicha yuqori o'rinlarni egallagan. So'nggi yillarda mamlakatimizda ham, xorijda ham SMMda turli profildagi kompaniyalar tomonidan faol foydalanilayotgan Xitoyning TikTok platformasidan foydalanuvchilar soni sezilarli darajada oshdi. Rossiya ijtimoiy tarmoqlari ham mashhur: VKontakte va Odnoklassniki. Shu sababli, ichki bozorga yo'naltirilgan sayyohlik kompaniyalari ko'pincha o'zlarining SMM faoliyatini ushbu platformalarda joylashtiradilar. Ijtimoiy tarmoqlarni reklama qilishning afzalliklari orasida mijozlarning muntazam fikr-mulohazalari, keng auditoriyani qamrab olish va kuchli ijobiy brend imidjini saqlab qolish kiradi. Bu Internetda reklama qilishning juda arzon va texnik jihatdan oddiy usuli bo'lib, u jonli gastronomik turizm mahsulotini sotish uchun juda mos keladi. Kamchiliklari Internet-marketing kommunikatsiyalarining ushbu sektorida raqobatning kuchayishi, noyob jozibali kontent yaratish va guruh yoki kompaniya akkauntini moderatsiya qilish uchun ko'p vaqt sarflanishi, shuningdek, ijtimoiy tarmoqlarda joylashtirilgan kompaniya ma'lumotlarining maxfiyligi muammosi.

Ijtimoiy tarmoqlarda shaxsiy bloglar, sahifalar va akkauntlarning rivojlanishi, shuningdek, "shaxsiy brend" kontseptsiyasining ommabopligi tufayli tobora ko'proq mutaxassislar ta'sirchan marketing kabi raqamli aloqa vositasiga murojaat qilmoqdalar. Uning ish mexanizmi potentsial iste'molchilarning keng

ommasi tinglashga moyil bo'lgan ta'sir o'tkazuvchilardan (mashhur bloggerlar, o'ziga xos xususiyatlaridan qat'iy nazar) va fikr yetakchilaridan (OAV xodimlari, har qanday mavzudagi ekspertlar) reklama sotib olishdan iborat. O'zbekistonda gastronomik turizm sohasida gastroturizm oshpazlik sayti (telegramda 100 ming obunachi), Ozbekistondagi turizm haqidagi Instagram akkaunti (10.700 ming obunachi), visituzbekistan.uz turizmi haqidagi blog (1.803 ming obunachi). Instagram) o'zbekim oshpazlar oshpazlik blogi (Instagramda 1,493 ming obunachi) va boshqalar bilan tanilgan. Obunachi kengayganiga va iste'molchilar ishonchining ortishiga qaramay, bu turdagi reklama bir qator xavflar bilan bog'liq: birinchidan, ta'sir qiluvchi marketing samaradorligini kuzatish qiyin. , ikkinchidan, tarmoqda juda ko'p vijdonsiz bloggerlar mavjud; uchinchidan, inson omilining ta'siri tufayli marketing kommunikatsiyalari natijasi oldindan aytib bo'lmaydigan bo'lishi mumkin, shuning uchun brendning "yuzi" ni tanlashga mas'uliyat bilan yondashish kerak.

Internet muhitida O'zbekiston gastronomik festivallarini marketingni targ'ib qilish vositalaridan foydalanish darajasini har tomonlama baholash uchun SNW (- forte, N - neytral holatda va V - zaif S) tahlili o'tkazildi: Poytaxtimizdagi "Gastro Bazaar 2019" Birinchi xalqaro gastronomik festivali, Samarqanddagi xalqaro gastronomik festival, "Anhor-Lokomotiv" bog'ida "Yil restorani-2022" gastronomik festivali va tanlovida natijalar keltirilgan Turizm va madaniy meros vazirligi hamda O'zbekiston Gastronomik turizm assotsiatsiyasi tomonidan tashkil etilgan festivalda 10 ta restoran, restoran biznesi va turizm vakillari, turli diplomatik elchixonalar vakillari, jurnalist va blogerlar hamda shahar aholisi ishtirok etdi. Tanlovda finalchilar o'z restoranlarining menyusi va kontsepsiyasi asosida degustatsiya dasturxonlarini bezatdilar, shundan so'ng hakamlar hay'ati taomlarni baholadi.

Tahlil natijalari jadvalda keltirilgan. SNW (- forte, N - neytral holatda va V - zaif S) tahlili o'zi nima deganda, kompaniya yoki korxonada ichki muhitining tahlili to o'z kuchli va zaif tomonlarini neytral partiya tashkilot yoki jamoa

tashkilotga, bir harakat qiladi. Marketing faoliyati uchun "SNW-tahlil" biroz SWOT-tahlili ta'rifga o'xshash, lekin birinchi kichik nol jihati bor. SNW - (S- kuchli, N - neytral holatda va V - zaif S) bu ingliz chiqishi uch so'z iborat umumiy birikmasi (3.2.1-jadval)

### 3.2.1-jadval

#### SNW-Internet makonida uchta O'zbekiston gastronomik tadbirlarining marketing targ'ibotining tahlili.<sup>39</sup>

№	Baholash mezonlari	Festivallar nomi									
		“Gastro Bazaar 2019” festivali			“Yil restorani-2022” festivali			Samarqand xalqaro gastronomik festivali			
		Lavozimlarni sifatli baholash									
		S	N	W	S	N	W	S	N	W	
1.	Mavjudligi, xilma-xilligi va tarkibning muntazamligi:	festivalning rasmiy sayti		×		×					×
2.		tarmoqdagi telegram ijtimoiy guruhi		×			×			×	
3.		ijtimoiy Facebook sahifalari		×				×			×
4.		tarmoqdagi instagram ijtimoiy guruhi	×					×			×
5.	Internet ommaviy axborot vositalarini yoritish		×		×			×			
6.	Internet-reklama	×					×			×	
7.	Ta'sir etuvchilar va fikr yetakchilarini jalb qilish		×				×			×	

Tahlil shuni ko'rsatdiki, ko'rib chiqilgan uchta festival orasida “Yil restorani-2022” (10-ilova) festivali tashkilotchilari Internetda reklamaga ko'proq e'tibor berishadi. Ushbu festival Turizm va madaniy meros vazirligi hamda O'zbekiston Gastronomik turizm assotsiatsiyasi tomonidan o'tkaziladi. Festivalda

<sup>39</sup> Muallif tomonidan ishlangan. Manba: <https://myday.uz/>, <https://yuz.uz/uz/news/>, [gastroturizm.uz](https://gastroturizm.uz)

10 ta restoran, restoran biznesi va turizm vakillari, turli diplomatik elchixonalar vakillari, jurnalist va blogerlar hamda shahar aholisi ishtirok etdi. Tanlovda finalchilar o'z restoranlarining menyusi va kontsepsiyasi asosida degustatsiya dasturxonlarini bezatdilar, shundan so'ng hakamlar hay'ati taomlarni baholadi. Festivalda "Yevropa taomlarining yilning eng yaxshi restorani", "Eng yaxshi milliy taom restorani", "Eng yaxshi namunali ofitsiant" nominatsiyalari bo'yicha g'oliblar esdalik sovg'alari, diplom va haykalchalar bilan taqdirlandi. Bu marketingni ilgari surish uchun ajratilgan mablag'lar miqdoriga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Eng muntazam yangilanadigan, ma'lumot beruvchi, stilistik jihatdan yoqimli va foydalanish uchun qulay bo'lgan "Gastro Bazaar 2019" (11-ilova) festivalining rasmiy veb-sayti S (Kuchli) reytingiga olib keldi. Festival hududi ikki qismga bo'lingan: O'zbekistonning turli hududlari milliy taomlari hamda qahvaxonalar, tez tayyorlanadigan taomlar va restoranlardan iborat gastronomik xiyobon. Festivalning milliy qismida milliy taomlardan tatib ko'rish, taomlardan tashqari viloyat va shaharlarning raqslari va liboslarini ko'rish mumkin: Bular Toshkent, Samarqand, Buxoro, Navoiy, Andijon, Farg'ona, Surxondaryo, Qashqadaryo, Jizzax va Qoraqalpog'iston Respublikasi. Gastro xiyobonida ishtirokchilar orasida oziq-ovqat yuk mashinalari va Yaponamama, Zyorna punktlari, toshkentlik bufetchilar uyi va boshqa muassasalarni ko'rishingiz mumkin. Festival davomida turli raqs guruhlari, o'zbek estradasi san'atkorlari sahnada chiqish qildi. Gastro Bazaar taomlari festivali Brodveyda 11 avgustgacha davom etdi. Samarqand xalqaro gastronomik festivali (12-ilova) veb-saytining saqlanishini "o'rtacha" deb baholashga sabab bo'ldi. Tahlil qilinayotgan uchinchi ob'ekt o'z veb-saytiga ega emas, va ijtimoiy tarmoqda sust deya topilgan. Ushbu mezonga ko'ra, Samarqand xalqaro gastronomik festivalining Internetdagi targ'iboti bu ikkita tadbirdan kam deya baholangan.

### **3.3-§ O'zbekistonning gastronomiyasida halol turizm bilan bog'liq xususiyatlari**

Aslida turizmning bu yo'nalishi paydo bo'lganiga hali ko'p vaqt bo'lgani yo'q. "Halol turizm atamasi" mintaqamizda yaqin-yaqindan ishlatila boshlandi. Dunyoda islom diniga e'tiqod qiluvchi 1,6 milliard aholi istiqomat qiladi, shundan qariyb 150 millioni har yili sayohatga chiqadi. Shundan kelib chiqib, "Halol turizm" bugungi kun uchun juda kerak degan xulosaga kelish mumkin. Xo'sh, "Halol turizm" o'zi nima? U oilaviy hordiq chiqarish, hamyonbop turar joylarda tunab, sifatli, ozoda ovqatlanish shoxobchalarida taomlanish hamda isrofgarchilikni xush ko'rmaydiganlar uchun yaratilgan xizmat turidir. 2017 yilda yilda "Halol turizm" bo'yicha «Grescent Rating» tashkiloti tomonidan tuzilgan reytingda O'zbekiston 28-o'rinni egallagan. Birinchi o'ntalikka esa Malayziya, Indoneziya, Marokash va Turkiya mamlakatlari o'rin olgan. Bular orasidan bizga til, din va madaniyat jihatdan yaqin bo'lgan, qardosh Turkiyaga o'zbekistonliklar ko'proq sayohatga borishadi. Turkiyada turizm ancha rivojlangan, ayniqsa "Halol turizm" Shunday ekan turizm sohasida ulardan ko'p narsalarni o'rganishimiz mumkin.<sup>40</sup>

O'zbekiston islom olamining bir qismi bo'lganligi sababli Markaziy Osiyoning madaniy markazi hisoblangan. Sharq Uyg'onish davrida ham bu hudud islom madaniyati, fan va san'ati rivojiga hissa qo'shgan. Bu mamlakatda islom madaniyatining gullagan davri o'rta asrlarga to'g'ri keladi, ya'ni 9—17-asrlar, Somoniylar, Qoraxoniylar, Xorazmshohlar sulolalari rivoji, shuningdek, mo'g'ullar istilosi va ko'p asrlik tanazzuldan so'ng vujudga kelgan.<sup>41</sup> Kubraviya, Naqshbandiya va Temuriylar sulolasi kabi tariqat tariqati va Shayboniylardan keyingi so'fiylar.

Yaqinda, 2020-yil 1-yanvardan boshlab O'zbekistonning Buxoro shahri islom madaniyati poytaxti bo'ldi. Bunday qaror Islom hamkorlik tashkilotiga (IHT) a'zo davlatlar madaniyat vazirlarining 9-konferensiyasida qabul qilindi.

---

<sup>40</sup> <https://darakchi.uz/oz/49919>

<sup>41</sup> Ziyov A. Uzbek davlatchiligi tarixi. Toshkent, Shark, 2001. S. 102.

2019-yil 18-dekabr kuni bo‘lib o‘tgan 11-Isлом konferensiyasida 2020-yilda islom madaniyati poytaxti sifatida uchta shahar – Buxoro (O‘zbekiston), Qohira (Misr) va Bamako (Mali) tasdiqlandi. Shuningdek, 2020-yildan boshlab O‘zbekiston Respublikasining Xiva shahri tashkilot tomonidan Turkiy xalqlar madaniyati poytaxti deb e‘lon qilingan. Bu esa, o‘z navbatida, ziyorat, halol yoki islom turizmi deb ham ataladigan sohani rivojlantirishga yordam beradi. Kelgusida O‘zbekistonda halol turizmni rivojlantirish uchun halol xizmatlar va xizmatlar ko‘rsatish bilan bog‘liq ayrim masala va muammolarni hal etish muhim ahamiyat kasb etadi. Ma‘lumki, O‘zbekiston o‘zining agiotopik maskanlari, muqaddas islom ziyoratgohlari bilan dunyoga mashhur. Shundan kelib chiqib, mamlakatimiz ziyoratgohlarning mavjudligi sababli tashrif buyurishni xohlovchilar uchun jozibador sayyohlik maskani hisoblanadi. islom olamining buyuk ulamolari, so‘fiy shayxlari va avliyolarning ziyoratlari. Shuningdek, mamlakatda islom dinining madaniy markazi bo‘lganligi sababli turli tarixiy joylar, madrasalar, masjidlar, maqbaralar va so‘fiy monastirlari — xonaqolar. Musulmonlarning halol gastronomiyasi va mahalliy aholining hunarmandchiligi sayyohlarni o'ziga jalb qilishi mumkin. Islom insonga, uning aqliga, tanasiga, diniga va hayotiga zarar yetkazadigan narsalarni harom qiladi. Bunday narsalar jamiyatga ham moddiy, ham ma'naviy-axloqiy xavf tug'diradi.

Alloh taolo “Moida” surasida yomon ishlardan qaytaruvchi oyatlarni nozil qiladi: “Ey iymon keltirganlar! Albatta, hamr, qimor, butlar va (fol ochadigan) cho‘plar iflosdir. Shaytonning ishidir. Bas, undan chetda bo‘ling. Shoyadki, najot topsangiz. Albatta shayton hamr va qimor tufayli orlaringizga adovat va nafratni solishni hamda sizlarni Allohning zikridan va namozdan to‘shishni xohlaydi. Endi to‘xtarsizlar?!”<sup>42</sup> Alloh taolo bu oyatlarda ichkilik va qimor, mehrob va fol ochishni harom qilib, ularni jirkanch ish deb hisoblab, Qur'onda bu ishlarni fahsh va jirkanch deb ataydi hamda shaytonning ishlariga ham ishora qiladi, chunki uning ishlari harom va yomondir.

---

<sup>42</sup> Moida surasi 90-91-oyatlar Shayx Muhammad Sodik Muhammad Yusuf Qur‘oni Karim va o‘zbek tili tarjimasi –T “Hilol nashr” 2018-123 b

Binobarin, Islom dini mo‘minlarni bu illat va amallardan saqlanishga chaqiradi, chunki bu muvaffaqiyat va saodat yo‘lidir. Musulmonlar ikki dunyo saodatini topish uchun Alloh taolo harom qilgan ishni to‘xtatib, bu ishlardan chetlanadilar. Birinchidan, halol sof taomdir. Qur'oni karimning Arof surasi 31-oyatida “Ey odam bolalari, har bir ibodat chog’ida ziynatingizni oling. Yeb ichinglar, ammo isrof qilmanglar. Chunki U Zot isrof qiluvchilarni sevmas”<sup>43</sup> Buyuk shoir va fikrlovchi. Sa'diy buni shunday talqin qiladi: "Alloh taolo bu bilan odamlarga O'zi maxluqotlarga ato etgan halol va pok ne'matlarni yeb-ichishga buyuradi. Lekin shu bilan birga, uni ishlatish bilan haddan oshib ketmaslik kerak. juda qimmat va nafis idishlar, ichimliklar va kiyimlarni sotib olish yoki taqiqlangan taomlarni iste'mol qilish orqali tanaga zarar etkazishi mumkin bo'lgan juda ko'p ovqat iste'mol qilish. Alloh isrof qiluvchilarni yoqtirmaydi, Unga sabab bo'ladi g'azab va shaxsning tanasi va farovonligiga zarar etkazadi. Va ba'zi hollarda, bu odamning majburiy xayr-ehsonlarni tarqatish imkoniyatidan mahrum bo'lishiga olib keladi. Bir so'z bilan aytganda, bu go'zal oyat ovqat va ichimliklarni yeyishni buyuradi.

Hadislarda ham taom zikr qilingan. Payg‘ambarimiz Muhammad sollallohu alayhi vasallam aytdilar: “Inson to‘ldirishi mumkin bo‘lgan eng yomon idish uning o‘zidir. Quvvatni saqlab qolish uchun kerakli darajada ovqatlanish kifoya. Agar bu juda oz bo'lsa, unda: uchdan biri (oshqozon) ovqat uchun, uchinchisi ichish uchun va uchinchisi nafas olish uchun. Bir ishonchli hadisi sharifda deyilganidek: “Kishi Alloh taoloning marhamati rizqning qaysi qoldiqlarida – barakot qo‘yilganini bilmaydi” Imom al-Buxoriy va Muslim Jobir raziyallohu anhudan kelgan hadislar to‘plamlarida quyidagi so‘zlar keltirilgan: “Rasululloh sollallohu alayhi vasallam eshshak go‘shini yeyishdan qaytardilar, ot go‘shini eyishni halol qildilar”<sup>44</sup> Yuqoridagi so‘zlardan musulmon kishi nima yeyishi mumkin, nimalardan o‘zini tiyish va iste’mol qilmaslik kerakligini bilib

---

<sup>43</sup> A'rof surasi 31-oyat Shayx Muhammad Sodik Muhammad Yusuf Qur'oni Karim va o'zbek tili tarjimasi –T “Hilol nashr” 2018-154 b

<sup>44</sup> Muhammad Sodik Muhammad Yusuf. Ruhiiy tarbiya. Toshkent, Xilol nashr, 2019 yil.B-98



olishingiz mumkin. Bunday sharoitda mehmonxona biznesini rivojlantirishning muhim omili bilim va halol tushunchasini o'rganish hisoblanadi. Bugungi kunda dunyo bo'yicha musulmonlar umumiy soni 1,6 milliard nafar bo'lib, shundan qariyb 150 millionga yaqini har yili sayohatga chiqadi.

O'zbekiston ushbu sayyohlarning yirik markaziga aylanishi mumkin. Negaki, yurtimizda ziyorat turizmi salohiyati nihoyatda katta. Shu jumladan musulmon sayyohlarining nigohini yurtimizga qaratuvchi asosiy faktlar quidagilar. Buxoro 2020-yilda Osiyo islom madaniyati poytaxti deb e'lon qilingan. Hozirgi O'zbekistonda tug'ilgan yoki yetishib chiqqan mashhur olimlar qatoriga Al-Xorazmiy (Algebra fanining otasi), Al-Beruniy, Ibn Sino (Avitsenna), Mirzo Ulug'bek, Imom Moturidiy, Al-Farg'oniy va AlFarobiy kiradi. Mintaqaning so'fiy olimlari orasida Abduxoliq G'ijduvoni, Muhammad Orif Ar-Revgariy, Mahmud Anjir Fag'naviy, Ali Ramitoni, Bobo asSamasiy, Said Amir Kulol va Bahouddin Naqshbandiylar bor. Dunyodagi eng qadimiy Qur'on Mushaf Usmon O'zbekiston poytaxti Toshkentda saqlanmoqda. Ikki muhaddis (muhaddis) – Imom Buxoriy (Samarqand shahri) va Imom Termiziy (Termiz shahri) O'zbekistonda tug'ilgan. 75 O'zbekistonda 7000 ta tarixiy va me'moriy yodgorliklar YUNESKONing Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilgan bo'lib, ularning aksariyati tarixiy islom bilan bog'liq. O'zbekistonda 3000 ga yaqin masjidlar mavjud. 2019-yilgi Global Musulmon sayohatlari indeksiga ko'ra, O'zbekiston Islom hamkorlik tashkilotiga a'zo davlatlar orasida eng jozibali o'nta davlatdan biri hisoblanadi. Shu bois mazkur sohani, xususan, uning "halol turizm" tarmog'ini rivojlantirishga jiddiy e'tibor qaratilayapti. O'zbekistondagi musulmon ta'lim markazlari bilan tanishib chiqsak:

- O'zbekiston islom sivilizatsiyasi markazi;
- Imom al-Buxoriy islom instituti;
- Mir Arab madrasasi;
- Toshkent islom universiteti;
- Ko'kaldosh madrasasi;

-Imom Termiziy xalqaro tadqiqot markazi.

O‘zbekistonning halol turizm industriyasidagi afzalliklari: Lonely Planet sayyohlik sayti O‘zbekistonni 2020 yilning eng sevimli yo‘nalishi deb topdi. So‘nggi yillarda O‘zbekiston dunyo sayohatchilari eng ko‘p intiladigan mamlakatlardan biriga aylandi. O‘zbekiston nima uchun sevimli sayyohlik maskani bo‘lishining bir necha sabablari bor. Visa tizmi: O‘zbekiston 2018-yildan buyon xalqaro sayyohlar uchun vizani bekor qilgan davatlardan biridir. Kelish vaqtida vizaning berilishi O‘zbekistonning xalqaro turizmni rivojlantirish strategiyalaridan biri sifatida xorijiy sayyohlarni mamlakatga tashrif buyurishga jalb qilishdir. 2018-2019-yillarda vizasiz rejimning kuchga kirishi bilan Indoneziyadan sayyohlar oqimi 170 foizga, Malayziyadan 158 foizga, Turkiyadan 154 foizga, BAAdan musulmon turistlar oqimi 153 foizga oshdi<sup>45</sup>.

Diniy nuqtai nazardan, halol turizmning yo‘nalishi jamiyatda valyuta va to‘g‘ridan-to‘g‘ri daromad ko‘rinishida daromad olish va islom tamoyillari, qadriyatlari va axloqiga ustunlik berishdir. Shariat turizmi halol turizmni amalga oshirishda shirk (Allohdan boshqasiga ishonish), yovuzlikdan saqlanish, moddiy va ma‘naviy ne‘matlar yaratish islomiy qadriyatlar va axloq qoidalaridir. Halol turizmning barcha jabhalari, jumladan, sayyohlik yo‘nalishlari, transport vositalari, mehmonxona va turar joylar, restoran va kafelar, sayyohlarga xizmat ko‘rsatish byurolari halol ekotizimga aylanishi kerak. Halol ekotizimi halol turizmni barqaror turizmga aylantirishi mumkin, ya‘ni tabiiy resurslar nuqtai nazaridan ishbilarmonlar, turistik ob‘ektlar atrofidagi jamoalar, albatta, halol turizmni rivojlantirishdan foyda ko‘radilar.

O‘zbekistonning halol turizmdagi zaif tomonlari: Til qayerda bo‘lmasin inson hayotidagi eng muhim muloqot vositasidir. Tilning mavjudligini jamiyatdagi ijtimoiy hayotdan bir-biri bilan muloqot qilish va tushunish uchun ajratib bo‘lmaydi. O‘zbekistonda so‘zlashadigan milliy til o‘zbek tilidir, boshqa O‘rta Sharq tillaridan mutlaqo farq qiladigan til turi. Indoneziya va ingliz tillari

---

<sup>45</sup> www.Lonely Planet.com

bilan solishtirganda O‘zbekistonning milliy tili murakkabligi yuqori. Ko‘pchilik so‘zlashadigan til asosan bu rus tilidir. Chunki 27 yil avval Sovet Ittifoqi parchalanganidan keyin ham ko‘plab ruslar Toshkentda yashab, Rossiyaga qaytmagan. O‘zbekistonning til bilimlari ikkiga bo‘linadi. Birinchidan, ajdodlari rus bo‘lmagan asl o‘zbek xalqi ikki tilda, ya‘ni o‘zbek va rus tillarida gaplasha oladi. Ikkinchidan, rus xalqi yoki rus va o‘zbek millatiga mansub odamlar o‘rtacha hisobda faqat rus tilini tushunadi va o‘zbek tilini o‘rganishni istamaydi.

Bu holat O‘zbekiston ta‘lim olamiga ham jiddiy ta‘sir ko‘rsatmoqda. Shu faktdan kelib chiqib, maktab va kollejlardagi darslar ikki turga, ya‘ni o‘zbek tili va rus tili sinflariga bo‘linadi. Til O‘zbekistonda halol turizm sohasidagi kamchiliklardan biridir, chunki jahondagi halol turizm turlaridan biri sifatida ular chet ellik sayyohlar bilan suhbatlashish uchun ingliz tilini ham o‘rganishlari kerak. Yuqorida aytib o‘tilganidek, GMTIda aloqa halol turizmni baholashning ko‘rsatkichlaridan biri hisoblanadi. Tildan tashqari, turistik diqqatga sazovor joylarga kirish ham GMTIda baholash ko‘rsatkichidir. O‘zbekistonning sayyohlik joylariga kirish yo‘llari yaxshi emas, shuning uchun ularni ta‘mirlash zarur. Masalan, Surxondaryo va Qashqadaryo viloyatlari hokimlariga ziyoratgohlarni obodonlashtirish, ularga olib boruvchi yo‘llar holatini yaxshilash, ziyoratchilar uchun barcha qulayliklarni yaratish bo‘yicha yakuniy topshiriqlar berildi. Hozirda O‘zbekistonga kirish darajasi past bahoga ega bo‘lib, ya‘ni ulanish va transport infratuzilmasi Shuning uchun yurtimizda diniy turizmni rivojlantirmoqchi bo‘lsa, ulanish va infratuzilmani oshirish orqali kirishni yaxshilashi lozim. Quyida yurtimizda Halol Turizmni rivojlantirishda gastronomik turizm bilan bog‘liq yutuq va kamchiliklarni ichki va tashqi omillar ta‘siri asosida SWOT tahlilini ko‘rishimiz (3.3.1-jadval) mumkin.

### 3. 3.1-jadval

#### Halol turizm va gastronomiyaning yurtimizdagi imkoniyatlari tashqi va ichki omillar ta'siri (SWOT tahlili) <sup>46</sup>

	<b>Strength (Kuchli tomonlari)</b>	<b>Weakness (Kuchsiz tomonlari)</b>
Ichki omillar	<p>-Yurtimizda aholing aksariyati musulmon bo'lganligi;</p> <p>-Yurtimizda musulmonlar aksariyat qismini tashkil qilganligi sababli deyarli barcha taomlar halol.</p> <p>-Mahalliy aholi uchun har doim halol taomlarning borligi</p>	<p>Musulmon sayyohlari uchun ziyoratgohlarda infratuzilmaning notekis joylashuvi;</p> <p>Anaviy usuldagi turistik agentliklar faoliyati;</p> <p>Musulmon sayyohlari til borasida yuzaga keladigan qiyinchiliklar.</p> <p>-Ziyoratgohlarda va restoranlarda individual sayyohlar uchun til bilan yuzaga keladigan muammola</p> <p>-Halol turizm doirasida gastronomik menyuning yo'qligi</p> <p>Hamma viloyatlardaham gastronomik halol sertifikatga ega restarantlarning yo'qligi</p> <p>-O'zbekiston Afg'oniston bilan chegaradagi joylashuvi</p>
Tashqi omillar	<p><b>Opportunities (Imkoniyatlar)</b></p> <p>-Mashhur olimlarning AlXorazmiy (Algebra fanining otasi), Al Beruniy, Ibn Sino (Avitsenna), Mirzo Ulug'bek, Imom Moturidiy, Al-Farg'oniy va Al-Farobiy kabilarning yurtimizda tug'ilgani.</p> <p>-Mintaqaning so'fiy olimlari orasida Abduxoliq G'ijduvoni, Muhammad Orif Ar-Revgariy, Mahmud Anjir Fag'naviy, Ali Ramitoni, Bobo asSamasiy, Said Amir Kulol va Bahouddin Naqshbandiyar borligi "yeti pir" marshrutining mavjudligi.</p> <p>-Dunyodagi eng qadimiy Qur'on Mushaf Usmon O'zbekiston poytaxti Toshkentda saqlanishi.</p> <p>-O'zbekistonda 7000 ta 79 tarixiy va me'moriy yodgorliklar YUNESKOning Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilgan bo'lib, ularning aksariyati tarixiy islom bilan bog'liqligi.</p> <p>-2019-yilgi Global Musulmon sayohatlari indeksiga ko'ra, O'zbekiston Islom hamkorlik tashkilotiga a'zo davlatlar orasida eng jozibali o'nta davlatdan biri hisoblanadi.</p>	<p><b>Threats (tahdidlar)</b></p> <p>-Islomofobiya, musulmon davlatlari haqidagi tasavvur</p> <p>-Islom davlatlaridagi notinchlik turli maqsaddagi sayyohlar oqimining paydo bolishi</p> <p>-halol turizm doirasida gastronomik stat ma'lumotlar top'lanmaslik</p> <p>-Tashqi omil uchun reklamani yo'qligi</p>

<sup>46</sup> Muallif tamonidan tuzulgan.

O‘zbekistonga bo‘layotgan qiziqish, sayyohlar oqimining asosiy qismi musulmon mamlakatlaridan ekanligini hisobga olsak, “halol turizm”ni rivojlantirish turizm salohiyati yuksalishda g‘oyatda muhim ahamiyatga egadir. Ushbu sohani rivojlantirishda esa aynan Online Turistik Agentliklarning rolini oshirish hozirgi global dunyo talablariga moslashishni anglatadi.

### **III-bob yuzasidan xulosa**

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, Online Turistik Agentliklar faoliyatini Halol Turizm sohasida ixtisoslashgan ko‘rinishini yaratish musulmon sayyohlar, shu jumladan musulmon bo‘lmagan mamlakatlar sayyohlari uchun ham qulaylik yaratadi. Yurtimizda ushbu yo‘nalishdagi ish faoliyatini tashkil etish Halol Turizm sohasini yangi pog‘onaga olib chiqadi. Ushbu faoliyatni tashkil etish maqsadida bozorning ichki va tashqi omillarini o‘rganib chiqdik. Lonely Planet sayyohlik sayti O‘zbekistonni 2020 yilning eng sevimli yo‘nalishi deb topdi. So‘nggi yillarda O‘zbekiston dunyo sayohatchilari eng ko‘p intiladigan mamlakatlardan biriga aylandi. O‘zbekiston nima uchun sevimli sayyohlik maskani bo‘lishining bir necha sabablari bor.

Visa tizmi: O‘zbekiston 2018-yildan buyon xalqaro sayyohlar uchun vizani bekor qilgan davlatlardan biridir. Kelish vaqtida vizaning berilishi O‘zbekistonning xalqaro turizmni rivojlantirish strategiyalaridan biri sifatida xorijiy sayyohlarni mamlakatga tashrif buyurishga jalb qilishdir. 2018-2019-yillarda vizasiz rejimning kuchga kirishi bilan Indoneziyadan sayyohlar oqimi 170 foizga, Malayziyadan 158 foizga, Turkiyadan 154 foizga, BAAdan musulmon turistlar oqimi 153 foizga oshdi.

Tarixiy joylarga sayohat: O'zbekistonning ko'plab tarixiy joylariga tashrif buyurish mumkin. Eng afsonaviy joylar orasida Toshkent, Samarqand, Registon maydoni va Buxoro hamisha sevimli joy hisoblanadi. Shuningdek, ushbu maskanlar ham ziyorat maskanlari deb atalgan. Samarqadda joylashgan olim Imom Buxoriy qabri bor. Asl ismi Abu Muhamm ad ibn Ismoil ibn Ibrohim ibn Mug'iyra bin Bardziba al-Ju'fi al Buxoriy bo'lgan buyuk alloma mashhur hadis

roviyidir. Uning “Sahihi Buxoriy” kitobi fiqh mutaxassislari uchun standart manba hisoblanadi. Buxorolik Ibn Sino tibbiyot mutaxassisi bo‘lib, uning nomi bugun ham mashhur.

Milliy oshxona: O'zbekiston oshxonasi o'ziga xos iforga ega, chunki turli ziravorlar asosida tayyorlanadi. O'zbekistonda eng mashhur menyulardan biri palov, sho'rva va qo'y go'shti. Milliy gastronomik xaritasida har bir viloyatning milliy taomi aks etadi. Aholisi asosan musulmon bo'lganligi sababli O'zbekistonda halol oziq-ovqat topish juda oson. O'zbekistonda halol turizmni qo'llash diniy tomondan va barqaror resurslar, ham inson resurslari, ham tabiiy resurslar nuqtai nazaridan ajralmasdir.

## XULOSA VA TAKLIFLAR

O'zbekistonda turizmni rivojlantirish turistlarga xizmat ko'rsatish tizimini kengaytirish va ular uchun barcha sharoitlarni yaratish maqsadida yangi turistik majmualar, mehmonxonalar, kempinglar va restoranlar, barlar qurilishi uchun katta mablag' ajratilmoqda. Bunday suratda turizmni rivojlantirish albatta umumiy ovqatlanishni ham rivojlantirishni taqazo etadi. Chunki barcha turistlar goh ichki goh tashqi turist bo'lsin bundan qat'i nazar restoran xo'jaligiga yoki ovqatlanish tarmog'idan foydalanishga majbur. Aks holda inson ovqatlanish uchun barcha mahsulotlarni o'zlari bilan olib yurishi kerak yoki uy sharoitlarida tayyorlab iste'mol qilishlari kerak bo'ladi. Ammo turistlarda bunday imkoniyatlar yo'q, shuning uchun ham ular ovqatlanish xizmatidan foydalanishga majburdir va mana shu holatlarning mavjud bo'lishi turizm umumiy ovqatlanishni uyg'un holda rivojlantirishi uchun imkon beradi. Gastronomik turizm sohasida yana bir gurmanlar degan tushuncha bor. Gurmanlar bu yangi ta'mni kashf etuvchilar yani sayohat davomida mazali ovqatlarni ta'tib ko'ruvchilardir. Xulosa qilib aytganda, har bir sohaning rivojlanishi tepaga qarab intilishi bu oson masala emas. Faqatgina kuchli mehnat va tashabbus orqali yuksaladi va rivojlanadi.

Gastonomik turizm turizm ichidan alohida soha sifatida ajratilyapti. Bu o'z ichiga albatta ekoturizmni ham, halol turizmniham va nafaqat boshqa turizm turlarini o'z ichiga olib keladi. Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, dunyoda turizm industriyasi diversifikatsiya qilinmoqda, turizm sub'ektlarining asosiy e'tibori "yangi tajriba", original mahsulot formatlarini taklif qilishga qaratilgan. Mamlakatimizda gastronomik turizm innovatsion yo'nalish sifatida jadal ommalashib bormoqda. U turistik mahsulotning jozibadorligini oshirish, iste'molchilarning bunday turlarga bo'lgan talabini qondirish imkoniyatiga ega. Shu sababli, bugungi kunda O'zbekiston kompaniyalari turizmning ushbu turi bo'yicha yangi takliflarni kengaytirmoqda va yaratmoqda. Gastronomik turizm - bu insonning milliy taomlari bilan tanishish orqali ushbu hududning ta'midan bahramand bo'lish, tajriba va gastronomik zavq olish, madaniyatga qo'shilish

maqsadida doimiy yashash joyidan boshqa joyga ko'chishi, mamlakat, mahsulotlar, idish-tovoqlar, ichimliklar ishlab chiqarish va tayyorlashning o'ziga xos xususiyatlari, shuningdek, o'qitish, kasbiy bilim olish, pazandalikka bag'ishlangan tadbirlarda qatnashish hisoblanadi.

Nazariy asoslarni o'rganish jarayonida gastronomik turlarni ishlab chiqishda turizmning ushbu turining butun mavsum va shu bilan birga ayrim bosqichlarning bog'liqligi kabi xususiyatlari va o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olish zarurligi aniqlandi. Mamlakatning bunday turlarni tashkil etish imkoniyatlari keng - geografik joylashuvi, iqlimi, rivojlangan infratuzilmasidan tortib, gastronomik jihozlar, milliy oshxonaning turli pazandalik lazzatlari bilan yakunlanadi. Bu fakt sayyohlarning ehtiyojlarini qondiradi, ular uchun sayohatning asosiy maqsadi uning oshpazlik qismidir. Bu O'zbekistonga gastronomik turni loyihalashtirishning dolzarbligi va dolzarbligi to'g'risida xulosa chiqarishga olib keladi, chunki uning hududida gastronomik turlarni yaratish uchun barcha sharoitlar mavjud.

Gastronomik turizmning asosini sayohatning kognitiv motivatsiyasi tashkil etadi. Sayyohlik yo'nalishlarning amaliy tajribasini ko'rib chiqish turizmga gastronomik komponentdan foydalanish jarayonlari haqida bir qator xulosalar chiqarishga imkon beradi:

1. Hududning gastronomik taklifi uni boshqa yo'nalishlardan ajratib turadigan xususiyatlar va afzalliklarga asoslanishi kerak.
2. Gastronomiyaning turizmga jalb qilinishi nafaqat turizm va mehmondo'stlik sohasida, balki ishlab chiqarish, ommaviy kommunikatsiyalar, siyosat va menejment sohalarida ham xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning maksimal darajada ishtirok etishini taqozo etadi.
3. Gastronomik komponentni qo'llash muvaffaqiyati ko'p jihatdan sayyohlik taklifning ijodiy yondashuvi va o'ziga xosligiga bog'liq.



4. Sayyohlami gastronomik jarayonlarga faol jalb etish, o'yin-kulgu va tadbirlardan foydalanish sayohatchilarga hissiy ta'simi kuchaytiradi, tajribani unutilmas qiladi, bu esa o'z navbatida sayyohlaming sodiqligiga ta'sir qiladi.

O'zbekistonning halol va gastronomik turizmdagi zaif tomonlari: Til qayerda bo'lmasin inson hayotidagi eng muhim muloqot vositasidir. Tilning mavjudligini jamiyatdagi ijtimoiy hayotdan bir-biri bilan muloqot qilish va tushunish uchun ajratib bo'lmaydi. O'zbekistonda so'zlashadigan milliy til o'zbek tilidir, boshqa O'rta Sharq tillaridan mutlaqo farq qiladigan til turi. Masalan, Surxondaryo va Qashqadaryo viloyatlari hokimlariga ziyoratgohlarni obodonlashtirish, ularga olib boruvchi yo'llar holatini yaxshilash, ziyoratchilar uchun barcha qulayliklarni yaratish bo'yicha yakuniy topshiriqlar berildi. Hozirda O'zbekistonga kirish darajasi past bahoga ega. Shuning uchun yurtimizda gastronomik va halol turizmni rivojlantirmoqchi bo'lsa, infratuzilmani oshirish orqali kirishni yaxshilashi lozim.

Men o'z takliflarimni beradigan bo'lsam:

-respublikada malakali kadrlarni aynan gastronomik turizm bo'yicha o'qitish;

-gastronomik marshrut yaratishda halol turizmni bog'lab menyu ishlab chiqish;

-gastonomik marshrut yaratishda, narx borasida mahalliy aholi uchun cho'ntakbop narxlash;

-reklama samaradorligini oshirish;

-marketing tahlil qilish va aynan turizm statistika qo'mitasi tomonidan gastroturizm bo'yicha statistik ma'lumot yig'ib boorish;

- ziyoratchilar uchun ovqatlanish joylarida halol ovqatlarni menyu bo'yicha tayyorlashni tashkil etish;

- halol ovqat tayorlaydigan ovqatlanish korxonalarini ro'yhatini tuzish va ularning elektron xaritasini ishlab chiqish;

- musulmon xalqlari uchun “Khalal Food” kabi gastronomiya tur va marshrutlarini tashkil etish;

-infratuzulmaga bo'lgan talabni hisobga olib, xorij tajribasini qo'llagan holda investitsiya jalb qilib rivojlantirish.

Gastronomiyasi rivojlangan mamlakat albatta mamlakat rivoji demakdir.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

### I. Qur'oni Karim oyatlari

1.1. A'rof surasi 31-oyat Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf Qur'oni Karim va o'zbek tili tarjimasi –T “Hilol nashr” 2018-154 b

1.2 Moida surasi 90-91-oyatlar Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf Qur'oni Karim va o'zbek tili tarjimasi –T “Hilol nashr” 2018-123 b

### II. Normativ – huquqiy hujjatlar va metodologik ahamiyatga molik nashrlar

2.1. O'zbekiston Respublikasida 2019-2025 yillarda turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi, 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son “O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar tug'risida”gi farmonlari, // [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

2.2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 26.04.2023 yildagi PQ-135-son [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

2.3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining O'zbekiston Respublikasi Oliy majlisiga 2018-yil 28-dekabdagi murojaatnomasi // [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

2.4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 3-fevraldagi “2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi” // [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

2.5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 13-avgustdagi PF-5781-son “O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora tadbirlari to'g'risida”gi farmoni. // [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

2.6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 6-fevraldagi PQ-3509-son “Kirish turizmini rivojlantirish chora tadbirlari to'g'risida”gi qarori. // [www.lex.uz](http://www.lex.uz)

### III. Monografiya, ilmiy maqola, patent, ilmiy to'plamlar

3.1. Abdulla Avloniy, tanlangan asarlar: 2-jild-Toshkent: 2016 Ma'naviyat, 206-B.228

3.2. Abdurauf Fitrat. Tanlangan asarlar: 5-jild-Toshkent: Ma'naviyat, 2010-B.101

3.3. Abdumalikov R. Xoldorov T. Turizm: oliy o'quv yurti talabalari uchun qo'llanma. 2-nashr.2005. B.198

Mulladjanova R. Tarixiy o'lkashunoslik va turizm. T.: 2013. B.170

3.4. Abu Ali Ibn Sino "Tib qonunlari" Uch jildlik saylanma, 1-jild. - Toshkent: Abdulla Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti,2015-B 118-122.

Baratov Umidjon Mahmud o'g'li "O'zbekistonda online turistik agentliklar faoliyatini rivojlantirishda halol turizmdan foydalanish imkoniyatlari" dissertatsiya 2022-yil.

3.5. Allaberganov A.A. Turizm industriyasi T.:—Talqin|| 2004. B.110  
Yusubova Sh.S "Agroturizm klasterlarini shaharsozlik rivojlantirish masalalari (Xorazm viloyati misolida)"dissertatsiya 2022-yil

3.6. Baratov Umidjon Mahmud o'g'li "O'zbekistonda online turistik agentliklar faoliyatini rivojlantirishda halol turizmdan foydalanish imkoniyatlari" dissertatsiya 2022-yil.

3.7. Драчева Е. Л., Христов Т. Т. Указ. соч. – С. 3.2018

3.8. Dilfuza Igamberdiyevna Abidova, Bahrom Bahodirovich Xashimov Gastronomiya o'quv qo'llanma 2022-yil B-78

3.9. Husayn Voiz Koshifiy „Futuvvatnomai sultoni“.-Toshkent: A.Qodiriy nomidagi xalq merosi nashriyoti, 2016-y. B-62

3.10. Kotler F, Bowen J., Makenz J. Marketing. Hospitality. Tourism: Textbook for universities. M.: UNITI, 2003.—1063p.

3.11. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. 2-е изд.Мн.: Новое знание, 2001.432с., Ильенкова Н.Д Спрос: анализ и управление. М.: Финансы и статистика, 2017.160 Shpakovskiy V.O, Chugunova N.M, Kirilchuk I.V Организация и проведения рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций: Учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»2008.-128с

3.12. Mirziyoyev SH.M Milliy tararqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz. 1-jild-Toshkent: O'zbekiston, 2017.-b-592; Shu muallif: Xalqimizning roziligi bizning faoliyatimizga berilgan eng oliy bahodir. 2-jild-Toshkent: O'zbekiston 2018-b-508; Shu muallif: Niyati ulug' xalqning ishi ham ulug', hayoti yorug'va kelajagi farovon bo'ladi. 3-jild Toshkent: O'zbekiston,2019-b-400; Shu muallif: Milliy tiklanishdan-milliy yuksalish sari. 4-jild-Toshkent.O'zbekiston,2020.b-456.

3.13. Mulladjanova R. Tarixiy o'lkashunoslik va turizm. T.: 2013. B.170

3.14. Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf. Ruhiiy tarbiya. Toshkent, Xilol nashr, 2019 yil.B-98

3.15. Nazarova G.G. va boshqalar. Turizm huquqi. T.:—Talqinl. 2003. B.140

3.16. Saidov A.F. O'zbekistonda turizm: istiqbol va muommolari, T.:Mehnatl. 2018.B.211

3.17. Sayfutdinov SH., Baxramov A. Turizmدا tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish Darslik 2021 B-118-125

3.18. Tuxliyev I.,Safarov B. Turizm asoslari. T.:—Yangi nashrl. 2012. B.123

3.19. The evaluation of studies about gastronomy tourism in the tourism literature 2019 (2-varaqlar 140-167 betlar)

3.20. X.I.Axmedov A.A.Allabergenov Turizmni tashkil etish T.: 2004. B.170

3.21. Yusubova Sh.S “Agroturizm klasterlarini shaharsozlik rivojlantirish masalalari (Xorazm viloyati misolida)”dissertatsiya 2022-yil

3.22. Ziyov A. Uzbek davlatchiligi tarixi. Toshkent, Shark, 2001. S. 102.

3.23. Shpakovskiy V.O, Chugunova N.M, Kirilchuk I.V Организация и проведения рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: Учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»2008.-128с

3.24. Charyova Valeriya Vadimovna “Gastronomik turizm sohasida tadbir marketing” dissertatsiya 2022-yil

#### **IV.Foydalanilgan boshqa adabiyotlar**

- 4.1. [http:// www.lex.uz](http://www.lex.uz) (O'zbekiston Respublikasi Qonunchilik portali);
- 4.2 [http:// www..dissercat.com](http://www.dissercat.com);
- 4.3. [http:// www.dslib.net](http://www.dslib.net);
- 4.4. [http:// www.dissforal.com](http://www.dissforal.com);
- 4.5. [http:// www.samdu.uz](http://www.samdu.uz);
- 4.6. [http:// www.library.ziyonet.uz](http://www.library.ziyonet.uz);
- 4.7. [http:// www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru);
- 4.8. [http:// www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com);
- 4.9. [http:// www.stat.uz](http://www.stat.uz) (Statistik ma'lumotlar portali);
- 4.10. [https:// www.researchgate.net](https://www.researchgate.net).
- 4.11. [http:// www. Gastrotourism.uz](http://www.Gastrotourism.uz)
- 4.12. [http:// www.uzbekistan.travel](http://www.uzbekistan.travel)
- 4.13. [http:// www.tsue.uz](http://www.tsue.uz)
- 4.14. [http:// www.docplayer.com](http://www.docplayer.com)
- 4.15. <https://turi-uzbekistana.ru/tour/spec/gastronom-turi.html>
- 4.16.<https://www.igi-global.com/chapter/restaurant-industry-in-the-tourist-city-of-eastern-europe/302161>
- 4.17.<https://www.futuremarketinsights.com/reports/halal-tourism-industry-overview>
- 4.18.[unlibrary.uz](http://unlibrary.uz)
- 4.19. <https://www.imarcgroup.com/culinary-tourism-market>
- 4.20.<https://www.researchandmarkets.com/reports/5543292/culinary-tourism-market-global-market-size#rela>
- 4.21. [oriens.uz/uz/conferences/1/](http://oriens.uz/uz/conferences/1/)
- 4.22. <https://canaan.travel/ru/tours/gastronomic-tour-to-uzbekistan>
- 4.23. [www.Lonely Planet.com](http://www.Lonely Planet.com)

## Ilovalar:

1-ilova<sup>47</sup>



2-ilova<sup>48</sup>



3-ilova<sup>49</sup>



<sup>47</sup> <https://uzbekistan.travel/uz/c/ozbek-taamlari/>

<sup>48</sup> <https://uzbekistan.travel/uz/c/ozbek-taamlari/>

<sup>49</sup> <https://uzbekistan.travel/uz/c/ozbek-taamlari/>



4-ilova<sup>50</sup>



5-ilova<sup>51</sup>



6-ilova<sup>52</sup>



<sup>50</sup> <https://uzbekistan.travel/uz/c/ozbek-taomlari/>

<sup>51</sup> <https://uzbekistan.travel/uz/c/ozbek-taomlari/>

<sup>52</sup> <https://uzbekistan.travel/uz/c/ozbek-taomlari/>



7-ilova<sup>53</sup>



8-ilova<sup>54</sup>



9-ilova<sup>55</sup>



<sup>53</sup> <https://uzbekistan.travel/uz/c/ozbek-taomlari/>

<sup>54</sup> <https://uzbekistan.travel/uz/c/ozbek-taomlari/>

<sup>55</sup> <https://uzbekistan.travel/uz/c/ozbek-taomlari/>



10-ilova<sup>56</sup>



11-ilova<sup>57</sup>



12-ilova<sup>58</sup>



<sup>56</sup> <https://uzbekistan.travel/>

<sup>57</sup> <https://uzbekistan.travel/>

<sup>58</sup> <https://uzbekistan.travel/>