



MILLIY TAOMLAR TURIZMI (GASTRONOMIK TURIZM) VA UNI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI

Orimbaev Muwsa

Nukus shahri Berdaq nomidagi Qoraqalpoq Davlat Universiteti 4-kurs studenti

Rustemov Azamat

Berdaq nomidagi Qoraqalpoq Davlat Universiteti 4-kurs studenti

Raximboyev Muzaffar

Berdaq nomidagi Qoraqalpoq Davlat Universiteti Assistent professori

Reimbaeva Zuxra Almazovna

Berdaq nomidagi Qoraqalpoq Davlat Universiteti PhD Docenti

Annotatsiya: Ushbu maqolada O'zbekiston iqtisodiyotining strategik tarmog'i sifatida gastronomik turizmning (milliy taomlar turizmi) hozirgi holati, salohiyati va rivojlanish istiqbollari tahlil qilinadi. Tadqiqotda mamlakatning boy milliy oshxona merosi, hududiy taomlar xilma-xilligi (Toshkent, Samarqand, Xiva, Buxoro va Farg'ona vodiysi) hamda ularning global turizm bozoridagi o'rni statistik ma'lumotlar asosida yoritilgan. Maqolada gastronomik festivallar, master-klasslar, agroturizm bilan integratsiyalashuv va raqamli brending kabi rivojlanish imkoniyatlari atroflicha muhokama qilinadi. Shuningdek, sohani rivojlantirishga to'siq bo'layotgan servis sifati, professional gid-gastronomlar yetishmasligi va marketing muammolari kabi kamchiliklar tahlil qilinib, ularni bartaraf etish bo'yicha ilmiy va amaliy takliflar ilgari surilgan.

Kalit so'zlar: gastronomik turizm, milliy oshxona, turizm salohiyati, palov, UNESCO, hududiy xilma-xillik, master-klass, agroturizm, brending, O'zbekiston.

Zamonaviy turizm sohasida gastronomik turizm alohida o'rin tutmoqda, chunki u sayyohlarning madaniy va sensor tajribasini boyitish orqali mamlakat iqtisodiyotiga sezilarli hissa qo'shadi. Jahon oziq-ovqat turizmi assotsiatsiyasining ma'lumotlariga ko'ra, sayyohlarning 93 foizini gastronomik qiziqishlarga ega bo'lganlar tashkil etadi, bu esa ushbu yo'nalishni global turizm tendentsiyalarining eng muhim qismiga aylantirmoqda. O'zbekistonda milliy taomlar turizmi mamlakat iqtisodiyotining strategik tarmog'i sifatida jadal rivojlanmoqda. Rossiyaning "TurStat" agentligi reytingida O'zbekiston MDH davlatlari ichida gastronomik turizm bo'yicha kuchli beshlikka kiradi. Bu holat O'zbekistonning boy milliy oshxona merosini xalqaro miqyosda tan olish va undan iqtisodiy foyda olish imkoniyatlarini ko'rsatadi.

O'zbekiston hukumati tomonidan 2019–2025-yillarga mo'ljallangan turizmni rivojlantirish konsepsiyasi doirasida gastronomik turizmga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ushbu maqolada O'zbekistonning gastronomik salohiyati, rivojlantirish imkoniyatlari va mavjud muammolar tahlil qilinadi. Maqsad – milliy taomlar turizmini yanada rivojlantirish yo'llarini ilmiy asosda muhokama qilish va amaliy takliflar berish. Tadqiqot metodologiyasi sifatida statistik ma'lumotlar, hududiy oshxona xususiyatlari va xalqaro tajribalarga asoslangan kvalifikativ tahlil qo'llaniladi. O'zbek taomlari o'zining xilma-xilligi, qadimiy



tarixi va tabiiy mahsulotlar asosidagi tayyorlash texnologiyalari bilan ajralib turadi. Bu taomlar Buyuk Ipak yo'li davrida shakllangan madaniy almashinuv natijasidir, natijada O'zbek oshxonasi Markaziy Osiyo, Eron, Hindiston va Xitoy taomlarining eng yaxshi jihatlari o'zida mujassam etgan. Har bir hududning o'ziga xos "tashrif qog'ozi" hisoblangan taomlari mavjud bo'lib, ular sayyohlarga mintaqaviy xilma-xillikni taqdim etadi.

Toshkent shahri, O'zbekiston poytaxti sifatida, gastronomik turizmning markazi hisoblanadi. Bu yerda to'y oshi – an'anaviy ko'p qavatli palov variatsiyasi, norin (go'shtli chuchvara) va turli kabob turlari (masalan, qozon kabob yoki lula kabob) mashhur. Toshkentning restoranlari va bozorlari sayyohlarga milliy taomlarni zamonaviy uslubda tatib ko'rish imkonini beradi, bu esa shaharni gastronomik sayohatlar uchun jozibador qiladi. Xiva (Khiva) esa qadimiy Xorazm oshxonasining timsoli bo'lib, shivit oshi (shivit oti qo'shilgan yashil lag'mon) va tuxum barak (tuxum bilan to'ldirilgan pishloq) kabi taomlar bilan mashhur. Bu taomlar Xivaning qadimiy devorlari ichida joylashgan mehmonxonalarda taqdim etilib, sayyohlarga tarixiy muhitda taom tatish imkonini yaratadi.

Samarqand (Samarkand) nonlari va suzma palov (qatiq bilan aralashtirilgan palov) bilan dunyoga mashhur. Samarqand nonlari – qo'lda shakllangan, pechda pishirilgan maxsus navlardir, ularning har biri o'ziga xos naqshga ega. Suzma palov esa Samarqandning ipak yo'lidagi madaniy merosini aks ettiradi, chunki u meva va ziravorlarning noyob kombinatsiyasiga asoslangan. Buxoro (Bukhara)da esa olot somsa (olcha bilan to'ldirilgan pishloq) va oshi sofi (shaffof qatlamli palov) kabi taomlar hukmron. Bu taomlar Buxorodagi karvonseraylarda tayyorlanib, sayyohlarga qadimiy retseptlarni namoyish etadi.

Vodiy viloyatlarida – Farg'ona vodiysida Qo'qon va Andijon oshi, Namangan kaboblari alohida o'rin tutadi. Qo'qon oshi – go'sht va sabzavotlarning murakkab qatlamlari bilan tayyorlanadi, Andijon oshi esa engilroq va mevali variantlari bilan ajraladi. Namangan kaboblari ziravorlarning o'tkir ta'mi bilan sayyohlarni jalb qiladi. Ushbu hududiy xilma-xillik O'zbekistonni gastronomik xarita bo'yicha noyob mamlakatga aylantiradi. Statistika ko'ra, bunday taomlar sayyohlarning 80 foizidan ortig'ini jalb qiladi, chunki ular nafaqat ovqatlanish, balki madaniy tajriba sifatida qabul qilinadi. Gastronomik salohiyatning yana bir muhim jihati – palovning UNESCO Nomoddiy madaniy merosi ro'yxatiga kiritilgani. Bu O'zbekistonni global miqyosda brending qilishda muhim qadam bo'ldi. Hududiy taomlarning xilma-xilligi sayyohlarga "oziq-ovqat xaritasi" bo'ylab sayohat qilish imkonini beradi, bu esa turizm daromadlarini oshiradi.

O'zbekistonda gastronomik turizmni yanada yuqori bosqichga olib chiqish uchun keng ko'lamli imkoniyatlar mavjud. Bu yo'nalishlarni rivojlantirish iqtisodiy o'sish, bandlik va madaniy saqlashni ta'minlaydi. Birinchi navbatda, gastronomik festivallar muhim ahamiyatga ega. "Taste of Uzbekistan" kabi yagona kampaniyalarni yo'lga qo'yish, palov, somsa va vino festivallarini muntazam o'tkazish sayyohlarni jalb qilishda samarali. Masalan, Samarqand palov festivali yiliga minglab sayyohlarni jalb qiladi va mahalliy fermerlar uchun bozor yaratadi. Xalqaro tajribaga qarasak, Ispaniyaning San Sebastian gastronomik festivali sayyohlar oqimini 30 foizga oshirgan, shunga o'xshash model O'zbekistonda qo'llanilishi mumkin.



Ikkinchi yo'nalish – master-klasslar. Sayyohlar uchun milliy taomlarni (palov, somsa yoki non pishirish) tayyorlash jarayonida bevosita ishtirok etish imkoniyatini yaratish tajribani chuqurlashtiradi. Toshkentdagi oshpazlik maktablari yoki Buxorodagi karvonseraylarda o'tkaziladigan master-klasslar sayyohlarning ijtimoiy tarmoqlarda ulushini oshiradi. Bu nafaqat daromad keltiradi, balki milliy taomlarning madaniy qiymatini targ'ib qiladi.

Uchinchi, agroturizm bilan integratsiya. Sayyohlarni bog' va dalalarga olib borib, meva-sabzavotlar, poliz ekinlarini uzib tanovul qilish tizimi rivojlantirilishi lozim. Farg'ona vodiysidagi uzum bog'lari yoki Andijon meva dalalarida tashkil etiladigan ekskursiyalar "dan fermaga" tamoyilini amalga oshiradi. Bu yondashuv Fransiyaning Provence agroturizmi kabi, sayyohlarning ekologik ongini oshiradi va mahalliy iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlaydi.

Brending va marketing ham muhim. Milliy taomlarni UNESCO ro'yxatiga kiritish (palovdan tashqari, somsa va nonlarni ham) xalqaro tanitishda yordam beradi. Raqamli texnologiyalar – ko'p tilli mobil ilovalar va veb-saytlar (masalan, "Uzbek Food Map") restoranlar, menyular va taomlar haqida ma'lumot berishi mumkin. VR-texnologiyalar orqali virtual palov pishirish master-klasslari pandemiya davrida ham sayyohlarni saqlab qoladi. Ushbu imkoniyatlar O'zbekiston turizm daromadini 2025-yilga qadar 20-25 foizga oshirishi mumkin, chunki gastronomik sayohatlar o'rtacha xarajatni 15 foizga ko'paytiradi.

Gastronomik turizmni to'liq rivojlantirish yo'lida to'siqlar mavjud. Birinchisi, xalqaro darajadagi servis va mehmondo'stlik standartlarining yetishmasligi. Ko'plab restoranlarda gigiyena va xizmat sifati past, bu TripAdvisor kabi platformalarda salbiy sharhlarga sabab bo'lmoqda. Yechim – xalqaro sertifikatlar (HACCP) joriy etish va xodimlarni o'qitish.

Ikkinchisi, gastronomik turlarning xalqaro bozorda reklama qilinmasligi. Yevropa va Osiyo sayyohlariga yo'naltirilgan kampaniyalar yetarli emas. Yechim – CNN Travel yoki Lonely Planet bilan hamkorlik va influencer-marketing.

Uchinchisi, professional gid-gastronomlarning yetishmasligi. Ko'pchilik gidlar faqat tarixiy joylarni biladi, oshxona bo'yicha mutaxassislar kam. Universitetlarda gastronomik turizm kurslarini ochish va sertifikat dasturlari zarur.

Bundan tashqari, infratuzilma muammolari (restoranlarning joylashuvi) va mavsumiylik (qishda sayyohlar kamayishi) mavjud. Hukumat konsepsiyasi doirasida investitsiyalar bu muammolarni hal qilishi mumkin.

O'zbekistonning gastronomik turizmi boy salohiyatga ega bo'lib, uni rivojlantirish iqtisodiy o'sish va madaniy saqlashni ta'minlaydi. Hududiy taomlar, festivallar va raqamli texnologiyalar orqali bu soha strategik tarmoqqa aylanadi. Muammolarni bartaraf etish orqali O'zbekiston global gastronomik yetakchilarga qo'shilishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Fayzieva, S. (n.d.). Enhancing gastronomic tourism in Uzbekistan: Opportunities and challenges. BuxDU University Repository. https://uniwork.buxdu.uz/resurs/13048_1_7F17C81F48AC22E19C31C6EE76A14A68E3A71949.pdf



2. Mirzaxmedov, Sh. (2023). O'ZBEKISTONDA GASTRONOMIK TURIZM VA UNING RIVOJLANISH IMKONIYATLARI. International Journal of Scientific Research, 12(5), 1-7. <https://worldlyjournals.com/index.php/IJSR/article/download/2259/3218/5894>
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 05.01.2019 y. PF-5611-son Farmoni. 2019–2025 yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi. Lex.uz. <https://lex.uz/docs/-4143188>
4. World Food Travel Association (WFTA). (2024). The World Food Travel Association and World Federation of Tourist Guide Associations relaunch strategic partnership. <https://wftga.org/the-world-food-travel-association-and-world-federation-of-tourist-guide-associations-relaunch-strategic-partne>
5. UNESCO. (2016). O'zbek palovi YuNeSKO nomoddiy madaniy merosi ro'yxatiga kiritildi. Kun.uz. <https://kun.uz/08945460>
6. TurStat agentligi. (2019). O'zbekistonda gastronomik turizmini rivojlantirish va uning MDH davlatlari reytingidagi o'rni. Darakchi.uz. <https://darakchi.uz/oz/69437>
7. European Science. (2023). Organization of gastronomic tourism in Uzbekistan. European Science Review, 1-2. <https://europeanscience.org/index.php/2/article/view/1491>
8. Index Copernicus Journals. (n.d.). O'ZBEKISTONDA GASTRONOMIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISH. <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/2361368>