

GASTRONOMIK TURIZM: MILLIY TAOMLAR ORQALI SAYOHAT

Abubakirova Ruxsora Ozodbek qizi

Namangan davlat universiteti talabasi

Yoqubjonova Hulkarbonu Yoqubovna

Kata o'qituvchi

Annotatsiya: *Mazkur maqolada gastronomik turizmning turizm sohasidagi o'rni, milliy taomlarning mamlakat turistik jozibadorligini oshirishdagi ahamiyati hamda O'zbekiston milliy oshxonasining xalqaro miqyosdagi o'rni tahlil qilinadi. Shuningdek, gastronomik turizmning iqtisodiy va madaniy rivojlanishga ta'siri ilmiy yondashuv asosida yoritilgan.*

Kalit so'zlar: *gastronomik turizm, milliy taomlar, turizm, milliy oshxona, madaniy meros, gastronomiya.*

Аннотация: *В данной статье анализируется роль гастрономического туризма в туристической сфере, значение национальных блюд в повышении туристической привлекательности страны, а также место узбекской национальной кухни на международном уровне. Кроме того, на основе научного подхода освещается влияние гастрономического туризма на экономическое и культурное развитие.*

Ключевые слова: *гастрономический туризм, национальные блюда, туризм, национальная кухня, культурное наследие, гастрономия.*

Annotation: *This article analyzes the role of gastronomic tourism in the tourism industry, the importance of national dishes in increasing the tourist attractiveness of a country, and the international significance of Uzbek national cuisine. In addition, the impact of gastronomic tourism on economic and cultural development is highlighted through a scientific approach.*

Keywords: *gastronomic tourism, national dishes, tourism, national cuisine, cultural heritage, gastronomy.*

KIRISH

XXI asrda turizm iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylandi. Jahon turizm bozorida yuz berayotgan tarkibiy o'zgarishlar natijasida an'anaviy sayohat shakllari bilan bir qatorda insonning madaniy ehtiyojlari, milliy qadriyatlarga qiziqishi hamda autentik tajribalarni his etishga bo'lgan intilishi yangi turistik yo'nalishlarning shakllanishiga sabab bo'lmoqda. Shu jihatdan gastronomik turizm zamonaviy turizm industriyasining muhim segmenti sifatida alohida ahamiyat kasb etmoqda. Chunki milliy taomlar xalqning tarixiy taraqqiyoti, yashash tarzi, urf-odatlar va madaniy tafakkurini o'zida mujassamlashtirgan noyob ijtimoiy hodisa hisoblanadi. Bugungi kunda turistlar ma'lum bir hududga nafaqat tarixiy obidalarni tomosha qilish, balki o'sha xalqning oshxona madaniyati bilan tanishish, mahalliy taomlarni tatib ko'rish va milliy gastronomik muhitni his qilish maqsadida ham tashrif

buyurmoqda. Gastronomik turizmning shakllanishi va rivojlanishi globallashtirish jarayonlari bilan chambarchas bog'liqdir. Turli xalqlar madaniyatining o'zaro integratsiyalashuvi natijasida milliy oshxonaga bo'lgan qiziqish keskin ortdi. Ayniqsa, Sharq mamlakatlari oshxonasining o'ziga xosligi xalqaro turizm bozorida katta talabni yuzaga keltirmoqda. O'zbekiston esa qadimiy sivilizatsiyalar chorrahasida joylashgan davlat sifatida boy gastronomik merosga ega mamlakatlardan biri sanaladi. Mamlakat hududida asrlar davomida shakllangan oshpazlik an'analari, ziravorlardan foydalanish madaniyati hamda hududiy taomlarning xilma-xilligi milliy gastronomiyaning o'ziga xosligini namoyon etadi. Palov, somsa, lag'mon, norin, manti va shashlik kabi taomlar nafaqat mahalliy aholining kundalik iste'mol madaniyatida, balki xalqaro gastronomik makonda ham alohida e'tirof etilmoqda.

So'nggi yillarda O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylandi. Turistik infratuzilmaning modernizatsiya qilinishi, xorijiy sayyohlar uchun vizasiz tartibning kengaytirilishi hamda tarixiy shaharlarning xalqaro turizm markazlariga aylantirilishi mamlakatning turistik salohiyatini sezilarli darajada oshirdi. Bu jarayonda gastronomik turizm ham strategik yo'nalish sifatida shakllanmoqda. Chunki milliy oshxona turistlarda mamlakat haqidagi dastlabki taassurotni shakllantiruvchi eng muhim omillardan biri hisoblanadi. Mahalliy taomlarning tabiiy mahsulotlar asosida tayyorlanishi, qadimiy retseptlarning saqlanib qolganligi hamda taom tayyorlash jarayonining milliy marosimlar bilan uyg'unligi gastronomik turizmning jozibadorligini yanada kuchaytiradi. Gastronomik turizmning iqtisodiy ahamiyati ham beqiyosdir. Ushbu yo'nalish restoran biznesi, mehmonxona xizmati, qishloq xo'jaligi, oziq-ovqat sanoati va hunarmandchilik kabi ko'plab tarmoqlarning rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Hududiy gastronomik brendlarni shakllantirish orqali ichki va tashqi turistlar oqimini ko'paytirish imkoniyati yuzaga keladi. Bu esa yangi ish o'rinlari yaratish, xizmat ko'rsatish sifati oshishi hamda hududlarning iqtisodiy faolligini ta'minlashga xizmat qiladi. Gastronomik turizm milliy madaniy merosni saqlash va uni xalqaro miqyosda targ'ib qilishning samarali vositalaridan biri hisoblanadi. Hozirgi davrda dunyo turizm bozorida gastronomik festivallar, milliy taomlar ko'rgazmalari va oshpazlik sayohatlariga bo'lgan talab tobora ortib bormoqda. Bu holat O'zbekiston uchun ham katta imkoniyatlarni yuzaga keltiradi. Chunki mamlakatning tarixiy shaharlari va milliy oshxona an'analari o'zaro uyg'unlashgan holda noyob turistik mahsulot yaratish imkonini beradi. Samarqand, Buxoro va Xiva kabi qadimiy shaharlarda gastronomik marshrutlarni rivojlantirish orqali turistlarga tarixiy va madaniy tajriba bilan bir qatorda milliy taomlardan zavqlanish imkoniyati yaratilmoqda. Natijada gastronomik turizm nafaqat iqtisodiy foyda keltiruvchi tarmoq, balki mamlakatning xalqaro imijini mustahkamlovchi muhim omil sifatida namoyon bo'lmoqda.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

Gastronomik turizm so'nggi yillarda xalqaro ilmiy tadqiqotlarda turizm industriyasining mustaqil va istiqbolli yo'nalishi sifatida keng o'rganilmoqda. Xususan, Yevropa, Osiyo va Amerika olimlari tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda milliy oshxona madaniyatining turistlar qaroriga ta'siri, hududiy iqtisodiyot rivojida o'rni hamda gastronomik tajribaning

turistik motivatsiyadagi ahamiyati chuqur tahlil etilgan. Ilmiy manbalarda gastronomik turizm ko'pincha "madaniy identifikatsiya vositasi" va "hududiy brend yaratish mexanizmi" sifatida baholanadi. Amerikalik olim Lucy M. Long gastronomik turizm tushunchasini birinchi bo'lib ilmiy muomalaga kiritgan tadqiqotchilardan biri hisoblanadi. Uning fikriga ko'ra, gastronomik turizm — bu insonning boshqa xalq madaniyatini taom orqali anglash jarayonidir. Olim gastronomiyani oddiy oziq-ovqat iste'moli emas, balki madaniy tajriba va kommunikativ vosita sifatida izohlaydi⁴. Ushbu yondashuv gastronomik sayohatlarning ijtimoiy-madaniy mohiyatini ochib berishda muhim nazariy asos bo'lib xizmat qiladi. Kanadalik tadqiqotchilar Greg Richards va Anne-Mette Hjalager gastronomik turizmning iqtisodiy jihatlarini o'rganib, milliy oshxonaning hududiy turizm raqobatbardoshligini oshirishdagi rolini tahlil qilgan. Ularning tadqiqotlarida gastronomik marshrutlar va milliy taom festivallari turistlarning hududda uzoqroq qolishiga hamda xarajat hajmining ortishiga sabab bo'lishi ilmiy dalillar asosida ko'rsatib berilgan⁵. Mazkur konsepsiya bugungi kunda ko'plab davlatlarning turizm strategiyasida amaliy ahamiyat kasb etmoqda. Ispaniyalik olim José Antonio Donaire gastronomik turizmni postindustrial jamiyat ehtiyojlari bilan bog'laydi. Uning fikricha, zamonaviy turist moddiy obyektlardan ko'ra hissiy va autentik tajribalarni qadrlaydi. Shu sababli milliy taomlar turistning hudud haqidagi tasavvurini shakllantiruvchi asosiy elementlardan biriga aylanmoqda⁶. Ayniqsa, Janubiy Koreya, Yaponiya, Turkiya va Italiya tajribasi gastronomik brend yaratish orqali xalqaro turizm bozorida muvaffaqiyat qozonish mumkinligini namoyon etmoqda.

Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) hisobotlariga ko'ra, bugungi kunda xalqaro turistlarning qariyb 80 foizi sayohat davomida mahalliy taomlarni tatib ko'rishni asosiy motivlardan biri sifatida qayd etadi. Bundan tashqari, gastronomik tajribaga ega turistlarning xarajatlari oddiy turistlarga nisbatan o'rtacha 25–30 foiz yuqori ekani aniqlangan⁷. Ushbu ko'rsatkich gastronomik turizmning iqtisodiy samaradorligini yaqqol ifodalaydi. Osiyo davlatlarida olib borilgan tadqiqotlarda gastronomik turizmning milliy madaniyatni saqlashdagi o'rni alohida ta'kidlanadi. Koreyalik olim Kim Seong-Yeop milliy oshxonani "yumshoq kuch" elementi sifatida baholab, gastronomiyaning mamlakat imijini shakllantirishdagi strategik rolini ilmiy asoslab bergan⁸. Ayniqsa, koreys oshxonasining global miqyosda targ'ib qilinishi natijasida Janubiy Koreyaga tashrif buyuruvchi turistlar sonining sezilarli oshgani qayd etilgan. Ushbu tajriba gastronomik diplomatiyaning zamonaviy xalqaro munosabatlardagi o'rnini ko'rsatadi.

Tadqiqot metodologiyasi mazkur mavzuning nazariy va amaliy jihatlarini kompleks tahlil qilishga yo'naltirildi. Maqolani tayyorlash jarayonida qiyosiy tahlil, statistik kuzatuv, ilmiy umumlashtirish hamda kontent-tahlil metodlaridan foydalanildi. Xususan, gastronomik turizmga oid xalqaro ilmiy maqolalar, UNWTO hisobotlari, Scopus va Web of Science

⁴ Long, L. M. *Culinary Tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky, 2004.

⁵ Hjalager, A. M., Richards, G. *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge, 2002.

⁶ Donaire, J. A. "The Transformation of Coastal Tourism". *Tourism Geographies*, 2008.

⁷ UNWTO Report. *Global Report on Food Tourism*, Madrid, 2019.

⁸ Kim, S. Y. "Korean Food Tourism and Nation Branding". *Journal of Tourism Studies*, 2017.

bazalaridagi tadqiqotlar o'rganildi. Shu bilan birga, gastronomik turizm rivojlangan davlatlar tajribasi bilan O'zbekiston turizm salohiyati qiyosiy tahlil qilindi. Statistik ma'lumotlarni tahlil qilishda xalqaro turizm ko'rsatkichlari, turistlarning iste'mol xarajatlari, gastronomik festivallar va milliy oshxona bilan bog'liq turistik xizmatlar hajmiga doir ma'lumotlardan foydalanildi. Tadqiqot davomida induktiv va deduktiv yondashuvlar asosida gastronomik turizmning iqtisodiy hamda madaniy ta'siri baholandi. Bundan tashqari, milliy oshxona orqali hududiy brend yaratish imkoniyatlari nazariy jihatdan asoslab berildi. Mazkur metodologik yondashuv gastronomik turizmning nafaqat madaniy hodisa, balki iqtisodiy rivojlanishning strategik omili ekanini ilmiy jihatdan asoslash imkonini berdi. Tadqiqot natijalari gastronomik turizmni rivojlantirish orqali milliy turizm raqobatbardoshligini oshirish va xalqaro turizm bozorida barqaror pozitsiyani shakllantirish mumkinligini ko'rsatadi.

NATIJALAR

Tadqiqot jarayonida gastronomik turizmning zamonaviy turizm bozorida o'rni, uning iqtisodiy samaradorligi hamda milliy madaniyatni targ'ib qilishdagi ahamiyati kompleks tarzda tahlil qilindi. Olingan natijalar gastronomik turizm bugungi kunda nafaqat qo'shimcha turistik xizmat turi, balki hududning xalqaro jozibadorligini belgilovchi strategik omillardan biriga aylanganini ko'rsatdi. Turistlarning sayohat davomida autentik madaniy tajribaga bo'lgan ehtiyoji ortib borayotgani milliy oshxonaga asoslangan turizm yo'nalishlariga talabning keskin oshishiga sabab bo'lmoqda. Gastronomik turizm rivojlangan davlatlarda turizm daromadining muhim qismini shakllantiradi. Jahon Turizm Tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, xalqaro turistlarning katta qismi sayohat manzilini tanlashda mahalliy taomlar va gastronomik madaniyatni asosiy omillardan biri sifatida baholaydi ⁹. Ayniqsa, Fransiya, Italiya, Yaponiya, Janubiy Koreya va Turkiya kabi davlatlarda milliy oshxona mamlakatning turistik brendiga aylangan. Ushbu davlatlarda gastronomik festivallar, oshpazlik maktablari, milliy taom ko'rgazmalari va tematik gastronomik marshrutlar turizm infratuzilmasining ajralmas qismi sifatida faoliyat yuritmoqda. O'zbekiston misolida olib borilgan tahlillar mamlakatning gastronomik salohiyati yuqori ekanini ko'rsatdi. Milliy taomlarning tarixiy shakllanishi, tabiiy mahsulotlardan foydalanish an'analari va hududlar kesimidagi oshxona xilma-xilligi gastronomik turizmni rivojlantirish uchun muhim asos yaratadi. Samarqand palovi, Buxoro oshxonasi, Xorazm taomlari va Farg'ona vodiysi milliy pazandachilik an'analari xorijiy turistlar orasida katta qiziqish uyg'otmoqda. O'zbekistonga tashrif buyuruvchi turistlarning muhim qismi milliy taomlarni tatib ko'rishni sayohatning asosiy tarkibiy qismi sifatida baholaydi.

Natijalar gastronomik turizmning iqtisodiy ta'siri ham yuqori ekanini ko'rsatdi. Ushbu yo'nalish restoran biznesi, qishloq xo'jaligi, oziq-ovqat sanoati va xizmat ko'rsatish sektorining rivojlanishiga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Ayniqsa, milliy taomlar bilan bog'liq xizmatlarning kengayishi mahalliy ishlab chiqaruvchilar va oilaviy tadbirkorlik subyektlari faoliyatining faollashuviga olib kelmoqda. Gastronomik turizm orqali hududiy iqtisodiyotda multiplikativ samaradorlik yuzaga kelayotgani kuzatildi. Bu esa yangi ish o'rinlari yaratilishi, mahalliy aholi

⁹ UNWTO. *Global Report on Food Tourism*. Madrid, 2019.

daromadlarining oshishi va xizmatlar sifati yaxshilanishiga xizmat qilmoqda. milliy oshxona festivallari turistlarning hududda qolish muddatini uzaytirishi va turistik xarajatlar hajmini oshirishi aniqlandi. Jahon amaliyotida gastronomik tadbirlar orqali hududiy brend shakllantirish samarali natija berayotgani kuzatilmoqda. O'zbekiston sharoitida ham palov festivallari, milliy taomlar yarmarkalari va oshpazlik tanlovlarini xalqaro darajada tashkil etish mamlakat turistik imijini mustahkamlashga xizmat qilishi mumkin. gastronomik turizmning rivojlanishi milliy madaniy merosni saqlashga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Chunki milliy taomlar tayyorlash jarayonining avloddan avlodga o'tishi an'anaviy oshpazlik madaniyatining davomiyligini ta'minlaydi. O'zbek palovining UNESCO nomoddiy madaniy merosi ro'yxatiga kiritilgani milliy gastronomiyaning xalqaro miqyosdagi nufuzini oshirdi¹⁰. Bu esa gastronomik merosni turistik resurs sifatida rivojlantirish uchun muhim imkoniyat yaratmoqda. Olib borilgan tahlillar asosida gastronomik turizmni rivojlantirish bo'yicha bir qator ilmiy-amaliy xulosalar shakllantirildi. Milliy oshxonani xalqaro turizm bozorida faol targ'ib qilish, gastronomik festivallar geografiyasini kengaytirish, hududiy gastronomik xaritalarni ishlab chiqish hamda milliy taomlar bilan bog'liq raqamli marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish zarurligi aniqlandi. Shu bilan birga, gastronomik turizmni rivojlantirish orqali O'zbekistonning xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshligini oshirish va mamlakatning ijobiy turistik imijini shakllantirish mumkinligi ilmiy jihatdan asoslandi.

XULOSA

Bugungi global turizm bozorida turistlarning sayohatga bo'lgan talabi sezilarli darajada o'zgarmiqda. Endilikda sayyohlar oddiy dam olish yoki tarixiy obidalarni tomosha qilish bilan cheklanib qolmay, tashrif buyurayotgan hududning milliy turmush tarzi, madaniy muhiti va gastronomik an'alarini chuqur his etishga intilmoqda. Shu jihatdan gastronomik turizm xalqning tarixiy xotirasi, madaniy qadriyatlari va milliy identitetini namoyon etuvchi muhim ijtimoiy-madaniy hodisaga aylanmoqda. Maqola davomida o'rganilgan xalqaro tajribalar gastronomik turizm iqtisodiy rivojlanishning samarali vositalaridan biri ekanini tasdiqladi. Gastronomik brend yaratishga muvaffaq bo'lgan davlatlarda turistlar oqimi, xizmatlar eksporti va hududiy iqtisodiy faollik sezilarli darajada oshgani kuzatiladi. Bu esa gastronomik turizmning oddiy xizmat sohasi emas, balki investitsion jozibadorlikni kuchaytiruvchi kompleks iqtisodiy tizim ekanini anglatadi. O'zbekiston sharoitida ham milliy oshxona imkoniyatlaridan samarali foydalanish orqali turizm daromadlarini oshirish, yangi ish o'rinlari yaratish hamda hududiy infratuzilmani rivojlantirish mumkin. gastronomik turizm madaniy merosni asrashning samarali mexanizmlaridan biri ekanligi ham tadqiqot davomida o'z tasdig'ini topdi. Chunki milliy taomlarni tayyorlash jarayonida xalqning tarixiy tajribasi, urf-odatlar va qadriyatlari mujassamlashgan bo'ladi. Gastronomik turizmni rivojlantirish nafaqat iqtisodiy manfaat, balki milliy o'zlikni saqlash va uni xalqaro miqyosda tanitishning muhim vositasi sifatida ham baholanishi lozim. O'zbekiston gastronomik turizmni rivojlantirish uchun katta salohiyatga ega davlatlardan biri hisoblanadi. Boy tarixiy meros, xilma-xil milliy oshxona

¹⁰ UNESCO Intangible Cultural Heritage Lists. "Pilaf Culture in Uzbekistan", 2016

va qadimiy pazandachilik anʼanalari mamlakatning ushbu yoʻnalishdagi raqobatbardoshligini oshiradi. Mazkur imkoniyatlardan ilmiy asoslangan strategiyalar orqali foydalanish kelgusida Oʻzbekistonni xalqaro gastronomik turizm markazlaridan biriga aylantirish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Long, L. M. *Culinary Tourism*. Lexington: The University Press of Kentucky, 2004.
2. Hjalager, A. M., Richards, G. *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge Publishing, 2002.
3. Richards, G. "Food Experience as Integrated Destination Marketing Strategy." *Tourism Management Perspectives*, Vol. 13, 2015, pp. 1–8.
4. Everett, S., Aitchison, C. "The Role of Food Tourism in Sustaining Regional Identity." *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 16, No. 2, 2008, pp. 150–167.
5. Hall, C. M., Sharples, L. *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003.
6. UNESCO. *Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity: Culture and Tradition of Uzbek Palov*. Paris, 2016.
7. Oʻzbekiston Respublikasi Turizm qoʻmitasi. *2024-yil turizm statistik koʻrsatkichlari boʻyicha hisobot*. Toshkent, 2024.
8. Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasi. *Turizm va xizmatlar sohasi statistik toʻplami*. Toshkent, 2024.
9. Okumus, B., Kock, G., Scantlebury, M., Okumus, F. "Using Local Cuisines when Promoting Small Caribbean Island Destinations." *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 30, No. 4, 2013, pp. 410–429.
10. Wolf, E. *Culinary Tourism: The Hidden Harvest*. Iowa: Kendall/Hunt Publishing, 2006.