



GASTRONOMIK TURIZMNING MADANIY VA IQTISODIY RIVOJLANISHDAGI O'RNI

Sunnatova Sevara

Qarshi Davlat Universiteti Turizm va
mehmondo'stlik mutaxassisligi magistranti

windysd2807@gmail.com

Annotatsiya: Gastronomik turizm, ya'ni kulinariya turizmi, global turizm sanoatida tez rivojlanayotgan soha bo'lib, sayohatchilarni mahalliy oshxona an'analari bilan tanishtirish orqali madaniy almashuv va iqtisodiy o'sishga hissa qo'shadi. Ushbu maqolada gastronomik turizm tushunchasi, uning mahalliy identitetni mustahkamlashdagi ahamiyati va iqtisodiy potentsiali tahlil qilinadi. Shuningdek Bangkok, Istanbul va Tokio kabi gastronomik sayohat uchun mashhur shaharlar misolida, gastronomik turizmning madaniy tushunishni rivojlantirish va mahalliy iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlashdagi o'rni o'rganiladi.

Kalit so'zlar: Gastronomik turizm, kulinariya turizmi, madaniy almashuv, iqtisodiy rivojlanish, mahalliy identitet, turizm sanoati.

Abstract: Gastronomic tourism, also known as culinary tourism, is a rapidly growing sector within the global tourism industry. It involves tourists engaging with local culinary traditions, contributing to cultural exchange and economic growth. This article explores the definition of gastronomic tourism, its significance in enhancing local identity, and its economic potential. Case studies from major culinary destinations such as Bangkok, Istanbul, and Tokyo illustrate how gastronomic tourism fosters cultural understanding and boosts the local economy by attracting international visitors.



Key words: Gastronomic tourism, culinary tourism, cultural exchange, economic development, local identity, tourism industry.

Аннотация: Гастрономический туризм, также известный как кулинарный, является быстрорастущим сектором мировой туристической индустрии. Он вовлекает туристов в знакомство с местными кулинарными традициями, способствуя культурному обмену и экономическому росту. В этой статье рассматривается определение гастрономического туризма, его значение для укрепления местной идентичности и его экономический потенциал. Тематические исследования, проведенные в таких крупных кулинарных центрах, как Бангкок, Стамбул и Токио, показывают, как гастрономический туризм способствует культурному взаимопониманию и укрепляет местную экономику за счет привлечения иностранных туристов.

Ключевые слова: Гастрономический туризм, кулинарный туризм, культурный обмен, экономическое развитие, местная идентичность, индустрия туризма.

Kirish

Gastronomik turizm bu turizmning asosiy turlaridan biri bo'lib, sayyohlarning ma'lum bir mamlakatga, sayohat qilishi asnosida, o'sha davlatning milliy oshxonasi va ovqatlanish madaniyati bilan yaqindan tanishishidir. Gastronomik sayyoh, birinchi navbatda, madaniyatning ajralmas qismi hisoblangan, milliy va an'anaviy taomlarni, tayyorlash jarayoni, dasturxonga tortish usullari, ovqatlanish tartibi va pozitsiyalarini, ko'rish va bilish barobarida, sayohat qilayotgan davlatining, tarixini, iqtisodiyotini, madaniyatini, davlat siyosati hamda mahalliy aholining e'tiqodlarini o'rganadi.



Gastronomik turizm, odatda ikki turga bo'linadi;

1. *Agroturizm*, dala (qishloq) gastronomik turizmi; Sayohat qilinayotgan davlatning, ekologik toza mahsulotlari (meva va sabzavotlar, poliz mahsulotlari, uzumchilik) ni, hosilini yig'ish yoki qadoqlashni o'z ko'zi bilan ko'rish va mahsulotlarni ta'tib ko'rish tushiniladi.
2. *Shahar gastronomik turizmi*, mahalliy mahsulotlarni qayta ishlaydigan va ishlab chiqaradigan korxonalar, milliy taomlar tayyorlaydigan ovqatlanish shaxobchalarida, oziq-ovqat do'konlariga va boshqa ob'ektlarga, tashrif buyurib, ularni o'rganish va ta'tib ko'rishni o'z ichiga oladi.

Hozirgi vaqtda, dunyoning ko'p mamlakatlarida, gastronomik turizm rivojlangan; [Fransiya](#) va [Bolgariya](#) davlatlaridagi uzumchilik va vinochilik sohasiga sayohatlar, Gollandiya, [Shveysariya](#) va Italiya davlatlaridagi pishloqchilik faoliyatini o'rganish va ta'tib ko'rish sayohatlari. Germaniya, Avstriya, [Belgiya](#), [Chexiya](#) davlatlaridagi pivochilikga ixtisoslashgan sayohatlar shular jumlasidandir.

Gastronomik sayyohlarga odatiy sayyohlikdan zerikkan sayyohlar, ovqatlanish ratsioniga o'zgartirish kiritayotgan sayyohlar, gurmanlar (oziq-ovqatlarni baholovchi va ta'tib ko'ruvchilar) kasb-kori gastronomiya bilan bog'liq mutaxassislar (restoratorlar, oshpazlar, umumiy ovqatlanish korxonalari xodimlari) sayyohlik agentlari (sayyohlik turlari tashkil qilishlari uchun, milliy taomlarni o'rganadilar) kiradi.

Hozirgi kunda gastronomik turizm global turizm sohasining ajralmas qismiga aylangan, bu turistlarga o'zlarining taom orqali biror joyning aholisi, ularning turmush tarzi va madaniyati bilan tanishish imkonini beradi. Taom har qanday madaniyatning ajralmas qismi bo'lib, bu turizm turi sayohatchilarga faqat oshxona qiziqishlarini qondirish emas, balki madaniyatlar o'rtasidagi tafoutni tushunishni rivojlantirishga ham yordam beradi. Natijada, bu turizm turi mahalliy iqtisodiyotlarni qo'llab-quvvatlashda va milliy brendni mustahkamlashda katta rol o'ynaydi.

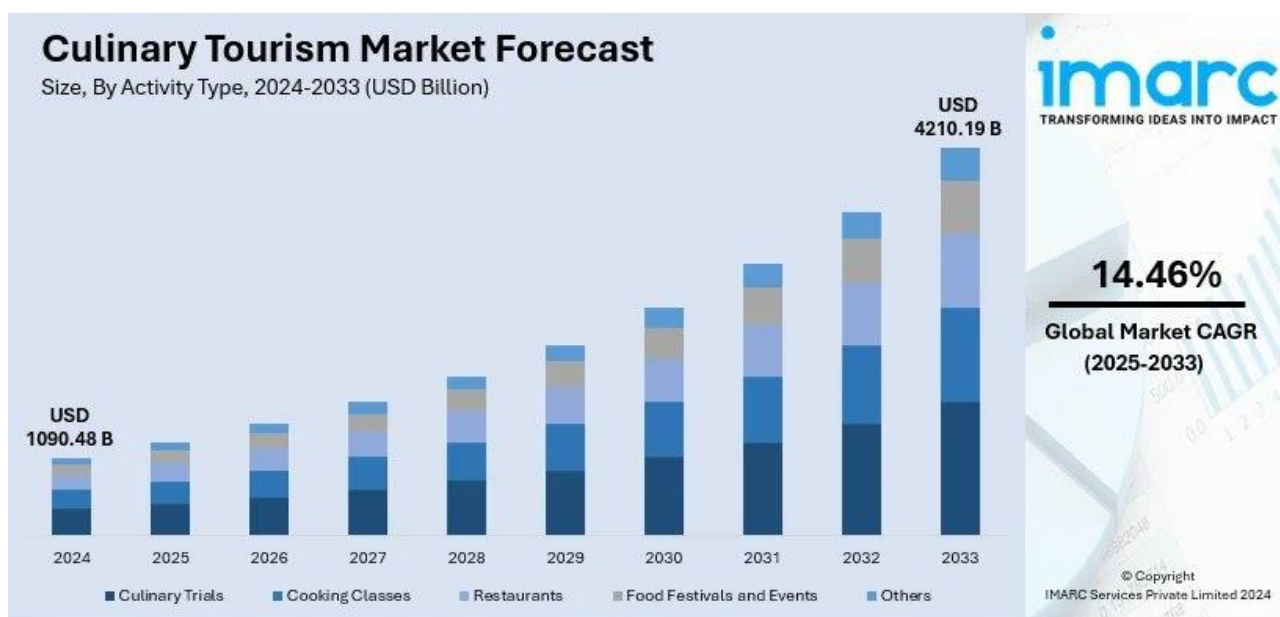


Hozirda butun dunyo miqyosida sayyohlarda biror mahalliy taomni tatib ko'rishdan tashqari taomning qanday tayyorlanishini o'rganishga qiziqish ortib bormoqda. Ko'pgina gastronomik sayohatchilar mintaqaviy pishirish usullari va oshpazlarning qobiliyatlarini o'rganishga intilishadi. Pazandachilik darslari, seminarlar va oziq-ovqat sayohatlari endi sayohat marshruti elementlari sifatida keng tarqalgan. Sayohatchilar ushbu interaktiv tajribalar orqali yangi texnika va retseptlarni o'rganishlari mumkin. Milliy Restoranlar Assotsiatsiyasi ma'lumotlariga ko'ra, 2023 yilda AQShda 110 000 dan ortiq yangi restoranlar ochilgan, bu noyob savdo nuqtalari (USP) va raqobatga ehtiyoj borligini ko'rsatadi. Misol uchun, Nyu-Orlean AQShda kajun va kreol oshxonalari bilan ajralib turadigan taomlar uchun mo'ljallangan joy. Shahar 1400 dan ortiq restoran va boy tarixga ega bo'lib, u yerda mijozlar boy taom madaniyati va tarixini o'zining rang-barang va o'ziga xos oshxonasi ortidan kashf etishlari mumkin. Gastronomik turizmining bu jihati havaskor oshpazlardan tortib professional oshpazlargacha bo'lgan keng ko'lamli sayohatchilarni o'ziga jalb qiladi.

Qo'shma Shtatlar 80,50% dan ortiq bozor ulushiga ega bo'lgan gastronomik turizmi sanoatida asosiy savdo mahsulotlari sifatida ajralib turadi. Oziq-ovqat tajribasida ortib borayotgan innovatsiyalar bozor o'sishiga hissa qo'shmoqda. Bu mavzuli restoranlarning paydo bo'lishi, eksperimental oshxona, oshpazlik hikoyalari va taomlarni o'yin-kulgi va texnologiya bilan aralashtirishni o'z ichiga oladi. Ushbu innovatsion tajribalar an'anaviy ovqatlanish tajribasidan tashqari noodatiy uslubni qidirayotgan sayyohlarni jalb qiladi. Yaqinda o'tkazilgan so'rov natijalariga ko'ra, mijozlarning 72 foizi interaktiv pazandachilik tajribasi, oshpaz stollari va mavzuli ovqatlanish tadbirlari kabi yanada qiziqarli taomlarni ko'rishni xohlashlarini aytdi. Oshxonani interaktiv texnologiya, san'at yoki ijro bilan uyg'unlashtirgan ajoyib ovqatlanish tajribalari sayohatni o'ziga xos va unutilmas qiladi. Bundan tashqari, to'liq xizmat ko'rsatadigan restoranni tanlashda mijozlarning 89 foizi butun ovqatlanish tajribasini, jumladan dekoratsiya va xizmatni hisobga olishlari ko'rsatildi



Global pazandachilik turizmi bozori hajmi 2024 yilda 1090,48 milliard dollarga yetdi. Oldinga qarab, IMARC Group bozor 2033 yilga kelib 4210,19 milliard dollarga yetishini kutmoqda, bu esa 2025-2033 yillarda CAGR 14,46 foizga o'sish sur'atini namoyish etadi. Osiyo-Tinch okeani mintaqasi hozirda bozorda hukmronlik qilmoqda va 2024-yilda bozor ulushi 43,1% dan oshadi.



Markaziy Osiyoda ham kishini hayratga soladigan oshxona me'rosi mavjud. Mintaqaning tarixi ming yilliklarni qamrab oladi va davrdan davrga juda katta o'zgarishlarni boshdan kechirgan. Ipak yo'li bo'ylab joylashganligi esa eng ahamiyatga molik jihatdir. Chunki shu yo'l orqali savdo oshpazlar uchun yangi mahsulotlar, ziravorlar, yangi texnologiyalar va ovqat tayyorlash uslublari bir hududdan boshqa hududga almashib borgan.

Yurtimizning barcha viloyatlari o'zining dasturxonidagi bir-biridan mazali, kishini hayratga soladiganva boshqa joyda takorlanmaydigan xilma-xil taomnomalari bilan chet ellik mehmonlarni o'ziga jalb qilishi shubhasizdir. Bizning o'lkada tayyorlanadigan milliy taomlar boshqa joyda takrorlanishi imkonsiz va bu bilan boshqa davlatlardan alohida ajralib turadi. Xususan bunga misol tariqasida, quyidagilarni keltirishimiz mumkin:



Yurtimiz haqida soʻz borganda birinchi navbatda koʻz oldimizga keladigan milliy taomimiz palovning yurtimizda tayyorlanadigan 40 qa yaqin turi mavjud va bulardan har bir viloyatda tayyorlanadiganlari bor. Bularni har bir viloyatga tashrif buyurib, oʻsha yerdagi palovdan yeb koʻrib bilish mumkin. Ular bir-biridan tayyorlanish jarayoni, mahsulotlari va hududiy jihatdan ham tubdan farq qiladi. Shuningdek, mamlakatimiz hududlarida tayyorlanadigan non turlari ham bir-biridan ajoyib va xilma-xildir. Birgina “Samarqand noni”ning dovrugʻi uning boshqa viloyat yoki boshqa davlatda takrorlab boʻlmasligi ham yurtimizdagi milliy taomlarimizning ahamiyatini oshiradi. Endilikda yagona maqsadimiz milliy taomlarimiz, xalqimizning boy tarixi bilan hozirgi davrgacha oʻtib kelayotgan taom tayyorlashning anʼanaviy usullarini chet eldan tashrif buyuradigan turistlarga taqdim etish, yurtimiz miqyosida gastronomik turizmni yanada rivojlantirish, ovqatlantirish obʼektlarini takomillashtirish va zamonaviy usullarni keng tadbiq qilish va xorij texnologiyalarini qoʻllash orqali aynan ushbu turizm boʻyicha tashrif buyuruvchilar oqimini yanada koʻpaytirishdan iborat.

Dunyoga mashhur Bangkok, Tokio va Istanbul kabi shaharlarda gastronomik turizm madaniy merosni targʻib qilishda va mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirishda katta rol oʻynaydi. Bangkokda koʻchma taomlar mashhur boʻlsa, Tokio oshxonasiga sayohatlar shahar tarixiga yanada chuqurroq kirishga imkon beradi. Shuningdek, Istanbulning Yevropa va Osiyo oʻrtasidagi taomlari sayohatchilarni jalb qilishda muvaffaqiyatli boʻlgan. Ushbu shaharlar oʻzlarining turizm modellari orqali gastronomik turizmni muvaffaqiyatli ravishda integratsiya qilgan. Bizning asosiy ishimiz bu jarayonni oʻrganish va yurtimizda tadbiq etishdan iboratdir.

Oʻzbekiston Gastronomik Turizmi assotsiatsiyasi Oʻzbekiston respublikasi Adliya Vazirligidan 17.07.2019 y. № 887-sonli guvohnoma bilan roʻyxatdan oʻtkazilgan. Assotsiatsiyaning asosiy maqsadi – Oʻzbekistonning gastronomik turizmini rivojlantirish, ommalashtirish va targʻib qilish, umumiy ovqatlanish hamda maishiy xizmat koʻrsatish



sohasidagi jismoniy va yuridik shaxslarni birlashtirish, ularning sa'yyi-harakatlarini safarbar etish, himoya qilish, faoliyatini rivojlantirishga ko'maklashish, O'zbekistonga tashrif buyuruvchi sayyohlar oqimini ko'paytirish, jahon miqyosida keng ommalashgan gastronomik sayyohlik infrotuzilmalarini yaratish, gastronomik turizmning konsepsiyasini ishlab chiqishdan iborat. Assotsiatsiyaning asosiy vazifalari quyidagilar hisoblanadi: O'zbekistonning gastronomik turizmini jadal rivojlantirish, ommalashtirish va faol targ'ib qilishga ko'maklashish; O'zbekistonda zamonaviy, rivojlangan va raqobatbardosh gastronomik turizm sanoatini tashkil etishga ko'maklashish; umumiy ovqatlanish hamda maishiy xizmat ko'rsatish sohasidagi jismoniy shaxslarni birlashtirish, ularning faoliyati samaradorligini va mavqeini yuksaltirish, gastronomik servis ko'rsatish sohasida xalqaro standartlarga javob beradigan mutaxassislar tayyorlash.

Gastronomik turizmning iqtisodiyotimizga ta'siri ko'p qirrali bo'lib, mahalliy restoranlar, oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilar va oziq-ovqat ta'minoti zanjirida ishtirok etayotgan barcha tomonlarga daromad keltiradi, shu bilan birga aholi uchun bo'sh ish o'rinlari ham yaratadi. Bundan tashqari, yangi turizm infratuzilmasi, masalan, oshxona maktablari, oziq-ovqat bozorlar va mavsumiy festivallarni rivojlantirishni rag'batlantiradi, buning natijasida har yili tashrif buyuradigan sayyohlar hisobiga yurtimiz hududiga valyuta kirib keladi va ichki daromad yildan-yilga ortib boradi.

Xulosa. Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, gastronomik turizm nafaqat madaniy almashuvni rag'batlantiruvchi, balki iqtisodiy rivojlanishni ta'minlaydigan muhim sohadir. U milliy oshxona va ovqatlanish madaniyati orqali mahalliy identitetni mustahkamlaydi, raqobatni oshiradi, turistlarni jalb qiladi va mahalliy iqtisodiyotga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Dunyodagi Bangkok, Tokio va Istanbul kabi muvaffaqiyatli gastronomik markazlarning tajribasini o'rganish orqali yurtimizda har sohada ijobiy o'zgarishlarga va islohotlarga erishamiz va bu orqali O'zbekistonda milliy brendni ommaga taqdim qilishga, ularni ko'paytirish va bu borada yurtimiz yetakchiligini yuqori ko'tarishga erishamiz.



Foydalanilgan adabiyotlar:

1. M.T.Aliyeva, J.J.Jamolov Turistik mahsulotlar marketingi Toshkent "Iqtisodiyot" 2019
2. "O'zbekistonda gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirish yo'llari" – Muallif: Kaxarov Jasur Abulkosimovich, Samarqand 2024
3. "O'zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirish masalalari" – Muallif: Sultonov Beknazar Abduhalilovich. Samarqand 2024
4. <https://uzbekistan.travel/uz/v/gastronomik-turizm/>
5. <https://scholar.google.com>