

GASTRONOMIK TURIZMNING XALQARO KLASSIFIKATSIYASI

Olimjonova Farog'at Dilmurod qizi

Andijon qishloq xo'jaligi va agrotexnologiyalar instituti

Turizm ta'lim yo'nalishi 4-bosqich 100-guruh talabasi

Annotatsiya. Ushbu maqolada Xalqaro pazandachilik turizmi assotsiatsiyasi (ICTA), Jahon oziq-ovqat sayohatlari assotsiatsiyasi (WFTA), mamlakatning gastronomik turizm salohiyatidan unumli foydalanilayotgan davlatlar haqida so'z boradi. Maqolada turizmning so'nggi tendentsiyasi sifatida gastronomik turizmning asosiy jihatlari yoritilgan. Ushbu maqolaning maqsadi innovatsion gastronomik turizmning hududlarni rivojlantirish imkoniyati va ularning innovatsion turizm jozibadorligini shakllantirishdagi faol ishtiroki sifatidagi asosiy tushunchalarini aniqlashdan iborat. Qayd etilishicha, gastronomik turizm xizmat ko'rsatish iqtisodiyotidan tajriba iqtisodiyotiga o'tishda barcha talablarga javob beradi. Gastronomik turizmning asosi hududiy xususiyatlari bilan aniqlangan va turistlarni mintaqaga jalb qila oladigan haqiqiy mahsulotdir. Gastroturizmning o'ziga xosligi siyosatni ishlab chiqish va kompleks rejalashtirish, mahsulotni ishlab chiqish va qadoqlash, reklama va marketing, tarqatish va sotish, turizm yo'nalishlaridagi operatsiyalar va xizmatlar kabi aloqalarni o'zaro bog'lashi bilan alohida ta'kidlanadi

Kalit so'zlar: Gastronomik turizm, innovatsiya, gastronomik marshrutlar (62%), oshpazlik kurslari va ustaxonalari (62%), mahalliy bozorlar va ishlab chiqaruvchilarga tashriflar (53%) (JST, 2012), «EatingLondonFoodTours», Ligastronomik turizm, gastronomiya destinatsiya brendi.

Abstract. This article talks about the International Culinary Tourism Association (ICTA), the World Food Travel Association (WFTA), and the countries that are making the most of the country's gastronomic tourism potential. The article highlights the main aspects of gastronomic tourism as the latest trend in tourism. The purpose of this article is to determine the main concepts of innovative gastronomic tourism as an opportunity to develop regions and their active participation in the formation of innovative tourism attractiveness. It is noted that gastronomic tourism meets all the requirements of the transition from the service economy to the experience economy. The basis of gastronomic tourism is a real product that is defined by its regional characteristics and can attract tourists to the region. The uniqueness of gastrotourism is highlighted by the interconnection of policy development and integrated planning, product development and packaging, advertising and marketing, distribution and sales, operations and services in tourism destinations.

Keywords: Gastronomic tourism, innovation, gastronomic itineraries (62%), cooking courses and workshops (62%), visits to local markets and producers (53%)

(WTO, 2012), «EatingLondonFoodTours», Ligastronomic tourism, gastronomy destination brand..

Gastronomik turizm har bir hududning an'anaviy taomlarini qayta tiklash vositasi hisoblanadi va so'nggi o'n yilliklarda butun dunyoda katta ahamiyatga ega bo'ldi, chunki u mintaqaviy taomlarni joylashtirishning asosiy qismiga aylandi. 20-asrning so'nggi yarmidan boshlab oziq-ovqat iste'molchilarining oziq-ovqatga qarashlarida tarkibiy o'zgarishlar ro'y berdi (Uilyams va Dossa, 2003) Millan (2012) [1] tomonidan keltirilgan va gastronomik turizm dunyoning turli qismlaridan kelgan olimlarning e'tiborini tortdi. Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) tomonidan 2000 yilda Kiprda o'tkazilgan Butunjahon gastronomik turizm kongressidan keyin dunyo Gastronomik turizm sayyohlik hodisasi sifatida butun dunyoda sezilarli darajada rivojlangan va nafaqat moliyaviy samara, balki erishilgan ijtimoiy va madaniy o'zaro ta'sir tufayli turizmning eng dinamik va ijodiy segmentlaridan biriga aylandi. Gastronomik turizm oshxona yoki oshpazlik madaniyati bilan tanishish yoki zavqlanish uchun boshqa mamlakatlarga tashrif buyurish yangi taassurotlar olishni istaganlar uchun ajoyib g'oyadir. Gastronomik turizm mazali sayohat deb ataladi, chunki oshpazlik zavqlari ba'zan ma'lum bir xalq yoki millat madaniyatini tushunishga yordam beradi. Koen va Avielining (2004) fikriga ko'ra, oziq-ovqat orqali sayyohlar an'anaviy ravishda turistik tashriflar bilan bog'liq bo'lgan oddiy kuzatuvchi roldan uzoqroqda, tashrif bo'ladigan muhit bilan ko'proq shug'ullanishadi. Sayohatchilar mahalliy taomlarga va gastronomik tajribaga ega bo'lishga qiziqishi mumkin va bu tajribalar hatto boradigan joyni tanlashda va ularning qoniqish darajasida muhim rol o'ynashi mumkin (Baziliya, 2009). Bu oziq-ovqat boshqa madaniyatga kirib borishning muhim vositasi bo'lib, nafaqat intellektual, balki hissiy darajada ham "boshqa" ni his qilish imkonini beradi.

Mahalliy taom - bu umumiy sayyohlik tajribasiga hissiyotlar qo'shadigan asosiy atribut. Bu oziq-ovqatni turizm ishlab chiqarish va iste'molining ajralmas qismiga aylantiradi, butun turizm industriyasining muvaffaqiyatli rivojlanishidagi rolini oshiradi. Hall va boshqalar tomonidan ta'kidlanganidek (2003) oziq-ovqat turizmi oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilarga tashrif buyurish, oziq-ovqat festivallarida qatnashish va restoranlarda ovqatlanishga qaratilgan turizm turi sifatida ta'riflanadi. Ligastronomik turizmning eng ko'p qo'llaniladigan ta'riflaridan birini taklif qildi, bunda gastronomik turizm - bu gastronomik resurslarga boy hududlarda dam olish tajribasini yaratish yoki ko'ngilochar maqsadlarga ega bo'lgan sayohat, jumladan: gastronomik mahsulotlarning asosiy yoki ikkilamchi ishlab chiqaruvchilariga tashrif buyurish. , gastronomik festivallar, yarmarkalar, tadbirlar, pishirish namoyishlari, taomlarni tatib ko'rish yoki oziq-ovqat bilan bog'liq har qanday faoliyat. Oziqlanish madaniy meros va madaniy turizmning yangi kontseptsiyasiga kiritilgan elementlardan biri bo'lib, u hayotda farovonlikka intilish, his-tuyg'ularning haqiqiyliги, atrof-muhitni himoya

qilish va sayohat paytida aniq sifatli tajribaga ega bo'lish istagi ortib borayotgan tendentsiya bilan bog'liq. Pazandachilik turizmi atamasi 1998 yilda muomalaga kiritilgan. Inson faoliyatining boshqa sohalari kabi turizm industriyasi ham faol o'zgarishlar va innovatsiyalarni boshdan kechirmoqda, ya'ni bu sohaning tabiati va tuzilishi o'zgarimoqda. Jahon sayyohlik tashkilotining so'roviga ko'ra, uning a'zolarining 88% dan ortig'i gastronomiya destinatsiya brendi va imidjini aniqlashning strategik elementi ekanligiga ishonishadi va 67% dan ortig'i o'z mamlakatlarida o'z gurme brendi borligini aytishadi. Turizmni rivojlantirish Qozog'istonda nisbatan yangi soha bo'lib qolmoqda. Qozog'iston bu borada katta imkoniyatlarga ega. Mamlakat turli xil tabiiy, madaniy va geografik diqqatga sazovor joylarga boy. Bugungi kunda turizm butun Qozog'iston va mintaqalar uchun eng ustuvor va istiqbolli tarmoqlardan biri hisoblanadi. Evropa va dunyoning deyarli barcha mamlakatlarida turizm sohasi mintaqaviy va mahalliy hukumatlar tomonidan katta yordam va taraqqiyotga ega. Normativ masalalar tartibga solish va xalqaro marketing hisoblanadi. Bundan tashqari, turizmni faol rivojlantirish, milliy loyiha va dasturlarni amalga oshirish uchun katta byudjet mablag'larini ajratish, fuqarolar va mehmonlarga yuqori sifatli sayohat xizmatlarini ko'rsatish hukumatning vazifasidir. Gastronomik turizm nafaqat pazandalik nuqtai nazaridan jozibador shakl va turistik mahsulotlarni rivojlantirish orqali, balki turizmning ushbu sohasini rivojlantirish bilan shug'ullanadigan nufuzli tashkilotlar tomonidan ham qo'llab-quvvatlanadi. Bunga quyidagi tashkilotlarni misol qilib keltirish mumkin:

- Xalqaro pazandachilik turizmi assotsiatsiyasi (ICTA);
- Jahon oziq-ovqat sayohatlari assotsiatsiyasi (WFTA);
- Ispaniya pazandachilik va turizm uyushmasi (Ispaniya vino va pazandachilik turizmi assotsiatsiyasi).

Milliy taomlar gastronomik maqsadlarda sayohat qilayotgan sayyohlar e'tiboriga loyiqdir. Sayyohlar uy qurilishi portugal pishlog'i, mazali chorizo, mazali iberiyalik cho'chqa go'shti kolbasalari, noyob patanegra, yuqori sifatli bokira zaytun moyi, uy qurilishi konservalari va an'anaviy nonni tatib ko'rishlari mumkin. Bunga qo'shimcha ravishda, mashhur "Vintage" ni o'z ichiga olgan besh turdagi port vinosini tatib ko'rish mumkin. Las-Vegas (AQSh) «LipSmackingFoodieTours» Barkamol Las-Vegas Strip bilan piyoda sayohat (2,5 soat). Sayyohlar to'rtta mashhur Las-Vegas restoranlariga tashrif buyurishlari va eng yaxshi oshpazlar tomonidan tayyorlangan 12 tagacha ajoyib taomlarni tatib ko'rishlari mumkin.

London (Birlashgan Qirollik) «EatingLondonFoodTours» Do'stona gid bilan Londonda Spitalfields va Shoreditch tumanida Sharq – End bo'ylab sayohat sayyohlarga Londonda mahalliy aholi qayerda ovqatlanishini bilish imkonini beradi. Puerto - Vallarta (Meksika) «VallartaFoodTours» Puerto-Vallarta piyoda sayohati (3,5 soat) yoqimli va ko'p qirrali Meksika oshxonasi orqali mamlakat madaniyatiga

mahalliy aholi ko'zi bilan qarash imkonini beradi. Sayyohlar o'n xil joyda to'xtab, mahalliy oshxonaga tegishli hamma narsani sinab ko'rishadi: Vallartadagi eng yaxshi enchiladalar, tostlar uchun an'anaviy ceviche, yangi hindiston yong'og'i, original tacos, milliy ichimliklar, achchiq sho'rvalar, mahalliy shirinliklar va boshqalar.

Tokio (Yaponiya) "Tokyo FooDrink Tour" Sushi master-klassi bilan Tsukiji baliq bozoriga sayohat. Melburn (Avstraliya) «Vinetrekker –DayTours» Melburndan Yarra vodiysiga kunlik gastronomik va vino sayohati, shu jumladan «YeringStation» restoranida tushlik. San-Sebastyan (Ispaniya, Donostia) "SanSebastianFood" kichik pincho tatib ko'rish guruhlari uchun San Sebastian vino safari.

Qozog'iston ko'p millatli mamlakat bo'lib, dunyoning ulkan hududini egallaydi, u erda yashovchi xalqlarning ko'plab tarixiy va madaniy yodgorliklarini saqlaydi. Qozog'iston gastronomik turizmni rivojlantirish salohiyatiga ega. Qozog'iston oshpazligi (gastronomiyasi) tarixi butun Qozog'iston jamiyatining rivojlanishi va shakllanishi tarixi bilan uzviy bog'liqdir. Dastlab, mahalliy oshpazlikning paydo bo'lish tarixi ko'chmanchi sivilizatsiyalarning madaniyati va hayotidan kelib chiqadi, shu munosabat bilan qozoq milliy oshxonasining asosini turli xil hayvon turlarining go'shtidan mohirona go'shtli taomlarni tayyorlash tashkil etadi. Shu munosabat bilan qozoq milliy taomlari tayyorlashda o'ziga xos san'at va o'ziga xoslik kasb etdi. Milliy taomlar gastronomik maqsadlarda sayohat qilayotgan sayyohlar e'tiboriga loyiqdir.

Las-Vegas (AQSh) «LipSmackingFoodieTours» Barkamol Las-Vegas Strip bilan piyoda sayohat (2,5 soat). Sayyohlar to'rtta mashhur Las-Vegas restoranlariga tashrif buyurishlari va eng yaxshi oshpazlar tomonidan tayyorlangan 12 tagacha ajoyib taomlarni tatib ko'rishlari mumkin. London (Birlashgan Qirollik) «EatingLondonFoodTours» Do'stona gid bilan Londonda Spitalfields va Shoreditch tumanida Sharq – End bo'ylab sayohat sayyohlarga Londonda mahalliy aholi qayerda ovqatlanishini bilish imkonini beradi.

Puerto - Vallarta (Meksika) «VallartaFoodTours» Puerto-Vallarta piyoda sayohati (3,5 soat) yoqimli va ko'p qirrali Meksika oshxonasi orqali mamlakat madaniyatiga mahalliy aholi ko'zi bilan qarash imkonini beradi. Sayyohlar o'n xil joyda to'xtab, mahalliy oshxonaga tegishli hamma narsani sinab ko'rishadi: Vallartadagi eng yaxshi enchiladalar, tostlar uchun an'anaviy ceviche, yangi hindiston yong'og'i, original tacos, milliy ichimliklar, achchiq sho'rvalar, mahalliy shirinliklar va boshqalar. Tokio (Yaponiya) "Tokyo FooDrinnk Tour" Sushi master-klassi bilan Tsukiji baliq bozoriga sayohat. Melburn (Avstraliya) «Vinetrekker –DayTours» Melburndan Yarra vodiysiga kunlik gastronomik va vino sayohati, shu jumladan «YeringStation» restoranida tushlik. San-Sebastyan (Ispaniya, Donostia) "SanSebastianFood" kichik pincho tatib ko'rish guruhlari uchun San Sebastian vino safari.

Xulosa qilib aytganda, gastronomik turizm turizmning muhim va hayajonli shakli bo'lib, mahalliy jamoalar, iqtisodiyot va madaniyatlar uchun ko'plab imtiyozlarni

taqdim etadi. Gastronomik turizmni rivojlantirish va targ'ib qilish mahalliy jamoalar, sayyohlik tashkilotlari va hukumatlar o'rtasida birgalikdagi sa'y-harakatlarni talab qiladi va mahalliy oshpazlik an'analari va texnikasini saqlashga etibor berishi kerak. Gastronomik turizmning turizm sohasiga ta'sirini to'liq tushunish va mahalliy oshxona va ichimliklarni targ'ib qilishning yangi imkoniyatlarini o'rganish uchun oldinga siljish, qo'shimcha tadqiqotlar va ishlanmalar zarur. O'zbekistonda turizmni rivojlantirish turistlarga xizmat ko'rsatish tizimini kengaytirish va ular uchun barcha sharoitlarni yaratish maqsadida yangi turistik majmualar, mehmonxonalar, kempinglar(ovqatlanish uchun tabiiy sharoitli hududlar) va restoranlar qurilishi uchun katta mablag` va investitsiyalar ajratilmoqda. Bunday sur'atda turizmni rivojlanitirish albatta umumiy ovqatlanishni ham rivojlantirishni taqazo etadi chunki barcha turistlar goh ichki, goh tashqi turist bo'lsin bundan qat'iy 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.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Mahmudov Q., O'zbek taomlari. Uchinchi to'ldirilgan nashri, Toshkent, 1970
2. Mahmudov Q., O'zbek tansiq taomlari, T., 1989
3. O'zbek tilining izohli lug'ati. besh jild. Toshkent-2020
4. M. Boltaboyev va boshqalar, Turizm: nazariya va amaliyot. Darslik. 2018
5. Sharipova Sevara. O'zbekiston Respublikasida gastronomik turizmni rivojlantirish imkoniyatlari.
6. Tuxliev, S. (2008). Turizm asoslari.
7. G'ulomxasanov, E. M. O. G., & Rahmatillaev, O. X. O. (2021). O'zbekistonda turizm sohasining davlat rivojiga qo'shgan hissasi.
4. Ogli, I. S. I., & Adxamovich, I. A. (2021). O'zbekistonda turizmni rivojlantirish tarixiga bir nazar.