O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

Samarqand iqtisodiyot va servis institutining 95 yilligiga bag‘ishlanadi

G.R. TURSUNOVA

GASTRONOMIK TURIZM

DARSLIK

61010100-“Mehmonxona xo‘jaligini tashkil etish va boshqarish” ta’lim yo‘nalishi talabalari uchun

SAMARQAND-2026

UO‘K: 338.482.2:641.1(075)
T 91
KBK: 65.433ya73

G.R.Tursunova.
GASTRONOMIK TURIZM *[Matn]:* ***darslik*** */ Samarqand iqtisodiyot va servis instituti – Samarqand.: “BUNYODKOR AVLOD MATBUOTI” MCHJ nashriyoti, 2026 - 354 bet.*

Ushbu darslik Samarqand iqtisodiyot va servis institutining “Turizm” kafedrasida ishlab chiqilgan. Mazkur o‘quv qo‘llanma oliy ta’lim muassasalarining 61010100-“Mehmonxona xo‘jaligini tashkil etish va boshqarish” kabi ta’lim yo‘nalishi talabalari, shuningdek, “Sirtqi” va kechki ta’lim bo‘limida tahsil olayotgan talabalarga mo‘ljallangan. “Gastronomik turizm” fanidan tayyorlangan darslikda talabalar mustaqil o‘rganishlari uchun barcha o‘quv-uslubiy materiallar va ovqatlantirish korxonalarida gastronomik turizm bilan bog‘liq barcha nazariy bilimlar keltirilgan bo‘lib, undan turizm sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan mutaxassislar va o‘qituvchilar ham foydalanishlari mumkin.

Taqrizchilar:

D.Sadullayev	Samarqand viloyati Turizm boshqarmasi bosh mutaxassisi.
S.Abduhamidov	SamISI, Turizm kafedrasi dotsenti, PhD.

Darslik institut Kengashining 2025-yil 29-sentyabrdagi majlisida muhokama qilingan va nashrga tavsiya etilgan. (2-sonli majlis bayoni, Ro‘xatga olish raqami 286-29/09).

ISBN: 978-9910-5267-2-5

© G.R.Tursunova., SamISI. 2026 y.
© “ BUNYODKOR AVLOD MATBUOTI” MChJ nashryoti. 2026 y.

KIRISH

Asrlar davomida shakllangan dunyo xalqlari milliy taomlarining resepturalari va ularni tayyorlashda oziq-ovqat mahsulotlariga texnologik ishlov berish usullari shu xalq milliy an’analariga va organizmi talablariga javob beradigan taomlarni tayyorlashga imkon beradi.

Taomlarni tayyorlash texnologiyasi dunyoda inson faoliyatining eng qadimiy sohalaridan biri hisoblanadi, chunki ovqatsiz hayot kechmagan va kechmaydi ham. Taomlar tayyorlashda ishlatiladigan oziq-ovqat mahsulotlari assortimenti, ularning miqdorlari, sifati va ovqatlanish tarzi inson hayotiga katta ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, dengiz va okeanlar bilan chegaralangan hamda baliqchilik xo‘jaligi tarmoqlari rivojlangan mamlakatlar xalqlarining milliy pazandaligida baliqlardan, faqat chorvachiligi rivojlangan mamlakatlarda go‘sht va sutdan, asosiy faoliyati o‘rmonchilik bilan bog‘liq mamlakatlarda o‘rmon va tabiat in’om etadigan boshqa mahsulotlardan, agrotexnikasi rivojlangan mamlakatlarda esa sabzavot, meva va poliz mahsulotlaridan tayyorlanadigan taomlar assortimentining ulushi katta bo‘ladi. Bundan tashqari mamlakatlarning geografik joylanishi va iqlim sharoiti taomlar tayyorlashda ishlatiladigan ziravorlar turiga ham katta ta’sir ko‘rsatadi. Ovqatlanish tarzi, taomning ta’mi, hidi va tashqi ko‘rinishiga ko‘nikish asrlar davomida shakllangan bo‘lib, nasldan-naslga o‘tadi.

Mamlakatga turist sifatida keladigan har bir mehmon o‘z xalqining vakili hisoblanadi va kelgan joyida o‘ziga nisbatan izzat-hurmat qilishlarini kutadi. Har bir xalq o‘zining tiliga, diniga, urf-odatiga, musiqa va san’ati, tarixiy obidalariga ega. Xuddi shuningdek, har bir xalqning o‘ziga xos pazandachiligi, ovqatlanish odatlari va sevimli taomlari bo‘ladi. Taomlar tayyorlash va ovqatlanish madaniyati har bir xalqning asosiy an’analaridan biri hisoblanadi va asrlar davomida shakllanib hamda takomillashib boradi. Pazandachilik xalqning milliy an’analarini o‘zida ifoda qiladi. Shuning uchun bo‘lsa kerak, masalan, palov oshi o‘zbek yoki tojik xalqi uchun dunyoda eng mazali taom hisoblanadi.

Koʻpchilik turistlar turli mamlakatlar milliy taomlari bilan tanishish maqsadida maxsus gastronomik va ichimlik safarlariga otlanadilar. Bunday safarlar chogʻida ular mahalliy urf-odatlar bilan tanishishadi. Koʻp hollarda folklor bayramlari ishtirokchisiga aylanadilar. Germaniya va Chexiyada boʻlganda, masalan, pivo muassasalariga kirilmasdan qolmaydi. Turistlarda etnografik restoranlar va kafelar katta qiziqish uygʻotadi. Ulardagi milliy ichki joziba, orastalik, ofitsiantlar kiyimi, orkestr repertuari, taklif qilinadigan taomlar va ichimliklar hech kimni befarq qoldirmaydi.

Turizm bozorida koʻpchilik davlatlar oʻz mavqeini saqlab qolish maqsadida noodatiy tur mahsulotlarni yaratishadi. Koʻplab izlanishlar va turistlarning maroqli hordiq chiqarishlari koʻzlangan holda ular uchun yangi turmahsulotlar yaratilmoqda. Bu kabi tur yangi turizm yoʻnalishlaridan biri “gastranomik turizm” ham dunyoning koʻplab mamlakatlari boʻylab amalga oshirilmoqda. Bundan asosiy maqsad davlatlar oʻzlarining milliy, an’naviy taomlarini turistlarga namoyish etish va shu qatorda ularni taomlarini tayyorlash jarayonida ishtirok e’tishlari orqali ajoyib taassurotlarga ega boʻlishini ta’minlaydi.

Gastronomik turizm mahalliy taomlarning salohiyatini kuchaytirishga undovchi omil hisoblanadi. Odatda gastronomik turizm “taomlar turizmi”, “kulinariya turizmi” nomlari bilan ham tilga olinadi. Xalqaro Turizm Kulinariya Assotsiatsiyasi ta’rfiga koʻra “kulinariya turizmi yagona, esda qoladigan ovqatlanish va ichimliklar ichish tajribalarini ta’qib etish” deb aniqlangan.

Gastronomik turizm yoki taomlar turizmi deyilganda, ma’lum bir davlatdan yoki boʻlmasa regionda tayyorlangan ovqatlar nazarda tutiladi. Tur davomida mehmonlar asosan tashqarida ovqatlanadilar, shu sababli tayyorlanadigan taomlarning yaratilishi ularning martabasini yanada oshiradi. Taomlar bayram tashkilotchilari uchun juda ham muhim hisoblanadi. Gastronomik turizm yaqin kunlardan beri jahon turizm bozorida muhim ahamiyat kasb etib kelmoqda. Shuni ta’kidlash joizki, yaqin yillargacha ushbu turizm turiga boʻlgan e’tibor past koʻrsatgichlarda edi. Ma’lumotlarga koʻra, mahalliy taomlar turizmida sifat darajalarini saqlab turish muhim hisoblanadi, bu esa oʻz navbatida

mahalliy iqtisodiyotni kuchaytiradi, atrof-muhit infrastrukturasini ta’minlaydi.

Xalqaro Turizm Kulinariya Assotsiatsiyasi bashoratlariga ko‘ra gastranomik turizm yaqin kelajakda shiddat bilan o‘sib boradi. AQSH ma’lumotlariga ko‘ra, 27 million amerikaliklar so‘nggi yillar mobaynida turistlar uchun gastronomik faoliyatlarni amalga oshirishgan.

Qadimiy milliy kulinariya taomlari mashhur bo‘lib borayotgan davlatlar qatoriga Tailand, Hindiston, Xitoy, Janubiy Afrika, Meksika kabi davlatlar bo‘lib, ularning nufuzi turistlar orasida sifat jihatdan ham ko‘tarilib bormoqda.

Xalqaro Turizm Kulinariya Assotsiatsiyasi ma’lumotlariga ko‘ra, taomlar tanovvul qilish maqsadida tashrif buyuruvchi turistlar o‘rtacha 1200$ atrofida harajatning deyarli 30% dan ko‘prog‘ini ovqatlanish uchun sarflashadilar.

Mehmondo‘stlik industriyasi segmenti sifatida chiqayotgan ovqatlantirish xizmati o‘zgarish va rivojlanishda davom etmoqda. Yangi pazandachilik reseptlari paydo bo‘layapti, unumdor va tejamli uskunalar yaratilayapti. Bu tadbirlarning hammasi oxir oqibat barqaror daromad olishga qaratilgan. Ammo uning zamirida mijoz uchun kurash davom etmoqda.

I BOB: “GASTRONOMIK TURIZM” FANIGA KIRISH

Tayanch so‘z va iboralar: gastronomiya, gastronomik turizm, milliy oshxona, o‘zbek oshxonasi, ovqatlanish ratsioni.

1.1. Gastronomiya tushunchasi va tarixi

Ovqatlanish iqtisodiy va ijtimoiy tadbirlar tizimida muhim bo‘g‘in hisoblanadi. U sanoat va qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishida mehnat unumdorligini oshirishning zarur omillaridan biri bo‘lib, yangi texnologiyalar va uskunalarni yaratish sohasidagi yutuqlari bilan ham tavsiflanadi.

Barcha korxonalarda yangi mashinalar paydo bo‘ldi-ular ishlov beriladigan mahsulotning vazifasi va turiga qarab turlicha bo‘ladi. Ovqatlanish korxonasining maqsadi insonning oziq-ovqatga bo‘lgan ehtiyojini qondirishdir. Ovqat iste’mol qilish jarayoni qisman odamlarning muloqot qilish, tarbiyalash va hordiq chiqarish jarayonlariga mos keladi.

Ommaviy xalqaro turizmning jadal rivojlanishi, uning yer sharining deyarli barcha hududlariga tarqalishi turistlarning ovqatlanishini ta’minlash masalalarini tobora dolzarblashtirmoqda. Turizmda ovqatlanish masalalari murakkab kompleks ish bo‘lib, uni hal qilish uchun ham turoperatorlar, ham turistlar tomonidan ko‘plab sa’y-harakatlar talab etiladi. Ovqatlanishning turizmdagi ahamiyati. Ovqatlanish har qanday insonning tabiiy ehtiyoji va turistik mahsulotning eng muhim tarkibiy qismidir. Ovqatlanish tizimi turli xil restoranlar, kafelar, barlar va boshqa milliy hamda Yevropa oshxonalariga ega ovqatlanish joylarini o‘z ichiga oladi. Ko‘pincha oshxona mavsumiy xususiyatga ega bo‘lib, mahsulotlarga qarab o‘zgarib turadi, yilning tegishli davriga muvofiq. Turistlarning ovqatlanish masalalari muhokama qilinayotganda, turistlarning aksariyati ta’til paytida uncha foydali bo‘lmagan ovqatlar bilan ovqatlanishni afzal ko‘rishini hisobga olish kerak.

Bu xulosa 1600 nafar sayyoh o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rovdan so‘ng chiqarildi. Ish muallifi “Xizmatlar sohasi” yo‘nalishining III-bosqich

talabalari bilan hamkorlikda 2019-yilning aprel-may oylarida turistlar orasida anketa soʻrovnomasini oʻtkazdi. Ushbu anketa soʻrovi natijalari shuni koʻrsatadiki, soʻrovda qatnashgan sayohatchilarning 67 foizi dam olish uchun qayergadir borganda nosogʻlom ovqatlanishni rad etmaydi. Shuningdek, barcha soʻralganlarning 83 foizi oʻzlari tashrif buyurgan mamlakat yoki mintaqadagi eng mashhur taomni albatta tatib koʻrishi maʼlum boʻldi.

Amerika oshxonasi sayohatchilar orasida eng mashhur boʻlib chiqdi-25%, undan keyin italyan oshxonasi-19%, Oʻrta yer dengizi va Meksika oshxonalari-7% dan, oxirgi oʻrinda fransuz taomlari-4%. Bundan tashqari, kafe yoki restoranga borishdan oldin turistlarning 77 foizi onlayn sharhlarni oʻqiydi, 66 foizi mahalliy aholidan yordam soʻraydi, 56 foizi esa mehmonxona xodimlariga yoki konserjlarga murojaat qiladi. Sayohatchilarning yana 44 foizi doʻstlari va qarindoshlarining fikri bilan qiziqadi. Shu bilan birga, dam oluvchilarning aksariyati stolni oldindan band qilishni yoqtirmaydi, improvizatsiyani afzal koʻradi. Bundan tashqari, soʻralganlarning 11 foizi xonaga ovqat-pitsa va boshqa shirinliklarga buyurtma berishni afzal koʻradi. Turistlarga restoranga borishda eng koʻp yoqmaydigan narsa nima degan savolga javob berar ekan, 22% turistlar dam olish paytida hech narsa ularni bezovta qilmasligini, 56% turistlar esa sifatsiz yoki sekin xizmat koʻrsatishni bezovta qiluvchi omil sifatida koʻrsatishgan, yana 66%i esa oʻzlariga yoqmagan taomni muassasa oshxonasiga qaytarib berishlarini maʼlum qilishdi.Restoranlar uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega boʻlgan narsa-bu potensial isteʼmolchi xizmatlar bozorida sifatni qanday qabul qilishi, yaʼni “sifat” tushunchasini koʻrib chiqishda eʼtibor markazida isteʼmolchi shaxsi turadi.

Xizmat sifatini baholashda isteʼmolchi oʻziga taqdim etilgan narsani oʻzi olishni istagan narsa bilan taqqoslaydi. Kutilayotgan xizmat kutilayotgan sifatni ifodalaydi va isteʼmolchilarning istaklari va individual meʼyorlari, kutilayotgan yoki boshqa taqqoslash standarti haqidagi obyektiv tasavvurlar bilan bogʻliq boʻlishi mumkin. Xizmatni baholash bunday xizmatlarni ishlab chiqaruvchilarga murojaat qilish

tajribasiga, xizmatni bilishga, bozor kommunikatsiyasiga (reklama, OAV, kataloglar, prospektlardagi ma’lumotlar), iste’molchining shaxsiy istaklari va ishlab chiqaruvchining imijiga bog‘liq. Iste’mol qilinayotgan xizmat qabul qilinayotgan sifat sifatida tanlab qabul qilish, moslashtirish va qabul qilinayotgan narsani tuzatish ta’siriga bo‘ysunadi. Qabul qilinayotgan narsani doimiy ravishda tuzatish iste’molchi boshqalarning tajribasidan foydalanishga harakat qilganda sodir bo‘ladi-do‘stlar, ishdagi hamkasblar, xizmat yoki uning alohida elementlari o‘ziga tanish bo‘lgan qo‘shnilar. Natijada ijobiy taassurotlar mustahkamlanadi, salbiy taassurotlar esa siqib chiqariladi yoki aksincha.

O‘zbekistonning turizmni rivojlantirish bo‘yicha davlat siyosati sohani ustuvor rivojlantirishga ko‘maklashadi va turizm faoliyati uchun qulay shart-sharoitlar yaratadi.

Bugungi kunda biz sayohatga chiqayotganimizda, odatda, o‘z oldimizga aniq maqsadlarni qo‘yamiz, bu diniy ziyoratgohlarni ziyorat qilish, mahalliy aholining milliy turmush tarzi va madaniyati bilan tanishish, davolanish yoki ta’lim olish va boshqalar bo‘lishi mumkin. Gastronomik turlarning asosiy maqsadi u yoki bu davlat oshxonasi bilan tanishish va ularning milliy taomlaridan bahramad bo‘lishdir.

Gastronomik turizm, gastroturlar va gurmanlar kabi tushunchalar xorijiy hamda mahalliy olimlar va tadqiqotchilar tomonidan ko‘p marta o‘rganilgan bo‘lsada, lekin mahalliy va xorijiy olimlarning ilmiy izlanishlari va tadqiqotlarida bu tushunchalarga berilgan ta’riflar, qarashlar, yondashuvlar qo‘shimcha manba sifatida xizmat qiladi.

Jumladan, xorijiy olimlardan B.D.Ivanov “Gastronomik turizm bu-milliy taomlarning o‘ziga xos xususiyatlari, ularning tayyorlanishi va ishlab chiqarilishi bilan tanishish maqsadida qilinadigan sayohat. Bu turizmning katta rivojlanish istiqbollariga ega bo‘lgan yangi turi hisoblanadi”-deb ta’rif beradi[1].

K.A.Balinin o‘zining “Gastronomik turizmni diversifikatsiya qilish jihatlari” maqolasida gastronomiya bugungi kunda nafaqat

[1] Ivanov V.D. Gastronomicheskiy turizm kak populyarnoye napravleniye v turisticheskoy industrii. Chelyabinskiy gosudarstvenniy universitet, Chelyabinsk, Rossiya. Fizicheskaya kultura. Sport. Turizm. Dvigatelnaya rekreatsiya. 2018. -T.: 3, № 2.

ommalashgan madaniyat sohasi, balki daromad manbai ham ekanligini ta’kidlaydi. Gastronomiya turistik va moliyaviy oqimlarga ta’sir ko‘rsatuvchi, hududlarning barqarorligi va barqaror rivojlanishini ta’minlovchi muhim omil sifatida qaraydi[2].

A.N.Veretennikov va E.A.Solomaxina “Gastronomik turizm” maqolasida gastronomik turizmning zamonaviy holatini ko‘rib chiqib, uning iqtisodiyotdagi muhim rolini ta’kidlaydilar[3].

E.V.Efremovaning fikricha, “gastronomik sayohat nafaqat mahalliy taomlar bilan tanishish, balki mamlakat madaniyatini o‘rganish va u haqidagi tasavvurni o‘zgartirish uchun turtki bo‘lib xizmat qiladi”[4].

Gastronomik turizmda mahsulotlarning sifati ham muhim rol o‘ynaydi. Bu masalaga N.B.Kushcheva va V.I.Terexovaning “Organik mahsulotlar gastronomik turda ovqatlanish xizmatining muhim tarkibiy qismi sifatida” maqolasi bag‘ishlangan[5].

Jumladan, I.S.Tuxliyev, B.Sh.Safarovlar “gastronomiya turizmi-bu mamlakatlar va qit’alar bo‘ylab sayohat qilish hisoblanib, maqsadi mahalliy oshxona xususiyatlari bilan tanishish hamda kelgan turistlarga antiqa taom va mahsulotlardan tatib ko‘rishga imkon yaratish. Gastronomik tur xizmat sifatida nafaqat sayohat bo‘lib hisoblanadi, balki dunyoning boshqa biror joyida takrorlanmaydigan va betakror ta’mga ega bo‘lgan masalliqlardan tarkib topgan, ma’lum bir hududdagina uchrovchi taomlarni tatib ko‘rishga qaratilgan tadbirlar majmuiga kiradi”[6].

So‘nggi yillarda gastronomiya turizmi turizmning innovatsion sohasida o‘zining jadal rivojlanishini boshlamoqda. Turizmga globallashuv jarayoni katta ta’sir qilayotganligi ma’lum. Insonlarda

---

[2] Balinin K.A. Aspekti diversifikatsii gastronomicheskogo turizma / K.A.Balinin // Servis v Rossii i za rubejom. -2017. -T. 11, № 1 (71). -s. 97-108.

[3] Veretennikov A.N. Gastronomicheskiy turizm / A.N.Veretennikov, Ye.A.Solomaxina // Ekonomika. Innovatsii. Upr. kachestvom. -2016. -№ 2 (15). -s. 36-38.

[4] Yefremova Ye.V. Gastronomicheskiy turizm v kontekste prodvijeniya natsionalnix idey i traditsiy / Ye.V.Yefremova // Globalizatsiya i russkiy mir: sb. st. uchastnikov Vseros. nauch.-prakt. konf. -N. Novgorod: Interkontakt, 2016. -s. 90-94..

[5] Kusheva N.B. Organicheskiye produkti kak vajnaya sostavlyayushaya uslugi pitaniya v gastronomicheskom ture / Kusheva N.B., Terexova V.I.// Vestn. yevraziys. nauki. -2017. -T. 9, № 2. -c. 33.

[6] Tuxliyev I.S., Abduxamidov S.A. Turizm: nazariya va amaliyot. Darslik. -T.: “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”, 2021. -424 b.

hududiy turizmning jozibadorligiga, hududlarning madaniyatiga qiziqish tobora kuchayib borayapti. Hududlarda yashayotgan aholilarning, millatlar ning yashashi tarzi va ularning taomlari, madaniyati albatda hammada qiziqish uyg‘otadi. Ikkinchidan, qandaydir taomlarning va ichimliklarning shifobaxshligi, tetiklashtirishi va sog‘lomlashtirishi haqidagi axborotlar va reklamalar ham juda ko‘p kishilarni sayohatga chorlaydi. Bunday axborotlarga hammamiz ham qiziqamiz. Shuning uchun ham, gastronomiya turizmi turizm sohasining yangi bir turi sifatida shakllandi. BTTning eksperti Mariya Izabel Ramos Abaskalning so‘zlari bo‘yicha turistlarning hohish-istaklarida global o‘zgarishlar kuzatilmoqda va bu o‘zgarishlarda gastronomiya turizmi toboro oldingi o‘rinlarga ko‘tarmoqda.

Birinchi marotaba “culinary tourism” atamasini insonlar muomilasiga Ogayyo shtatidagi (AQSH) Bovling Grin universitetidagi “Xalq madaniyati” kafedrasining dotsenti L.Long 1998-yilda kiritgan. Uning xulosalari bo‘yicha odamlar mahalliy ovqatlarni tayyorlanishini ko‘rish, tanovul qilish orqali ularning madaniyatini o‘rganadilar va bilib oladilar[7].

Turizm sayohatlarida yangi tur-yangi yo‘nalish bo‘lgan gastronomiya turizmi haqida 2001-yillardan axborotlar chiqa boshladi. Aynan shu yili “Xalqaro kulinariya turizmi assotsiatsiyasi” (ISTA)ning asoschisi va prezidenti Erik Vulf kulinariya turizmi haqida qandaydir hujjatni e’lon qilgandi. Keyinchalik bu hujjat vinoga va taomlarga, kulinariyaga qiziqish va talab tobora kuchayib borayotganligini, mahalliy ovqatlantirish tizimlari bunga e’tibor berish kerakligini isbotlovchi katta kitobga aylandi.

Erik Vulf gastronomiya turizmini quyidagicha tavsiflaydi- *“Gastronomiya turizmi-bu qo‘shni ko‘chadami yoki Yer sharining boshqa bir oxirida unutilmas, g‘aroyib ichimliklar va taomlarni tatib ko‘rishdan lazzatlanishni izlashdagi turistik faoliyat hisoblanadi”.*

Gastronomiya turizmi (kulinariya turizmi)ning maqsadi-lazzatli taomlar va xushta’m ichimliklarni (xorijda-vinoni va pivoni)

[7]Dracheva Ye.L., Xristov T.T. Gastronomicheskiy turizm: sovremennie tendensii i perspektivi. Ros. Region vzglyad v budushee-2015.-№ 3(4).-s. 36-50

sevuvchilarga (turistlarga) mahalliy taomlar va ichimliklar tayyorlaydigan manzil va makonlar haqida, mahalliy aholilarning ovqatlanishi an'analari, bu mazali taomlar va ichimliklarning tayyorlanishining tarixi va hakozolar haqida bilimlar, axborotlar berish, ularni ruhlantirish hisoblanadi.

Erik Vulfning xulosalari bo'yicha-"turist o'zining sayohatlari davridayoq o'zi bilmagan holatlarda gastronomiya turizmining iste'molchisi bo'lib qolishi mumkin. Chunki, boshqa davlatlarda sayohatda bo'lgan turist albatda shu davlatda yashayotgan xalqlarning milliy taomlari bilan qiziqib qolishi muqarrar holatlardan hisoblanadi. Shuning uchun ham, bizlar-mazali taomlar va ichimliklarni sevuvchilar gastronomik turistlarmiz[8]".

E.Vulf: "o'zimizning davlatimizda, hatto davlatimizning shaharlarida yoki qishloqlarida ham gastronomiya turizmiga qiziqib qolamiz"-deb ta'kidlaydi. Chunki, ba'zi bir mazali milliy taomlar faqat aynan bir shaharda yoki aynan bir huddudda yoki qishloqda milliy usullarda tayyorlanadi. Shuning uchun ham, jahon turizmida yangi tur-gastronomiya turizmi shiddat bilan rivojlanmoqda. Shu sababli ham, *gastronomiya turizmining yana bir maqsadi* har qanday turistni mahalliy taomlarga qiziqtirish, mahalliy taomlar va ichimliklarni tatib ko'rishga ruhlantirish, mahalliy taomlar haqida maxsus axborotlarni tayyorlash va reklama qilish bo'lishi kerak.

Gastronomik sayohat-sayyoh u yoki bu mamlakat haqida o'z tasavvurini yaratishi mumkin bo'lgan palitra kabidir. Ma'lum bir hududda an'anaviy bo'lgan taomlar, shuningdek, dunyoning boshqa hech qayerida uchramaydigan, o'ziga xos ta'mga ega bo'lgan alohida ingrediyentlar ham bunga kiradi. Oshpazlik sayohatlariga qiziqish yil sain ortib bormoqda. Ular Buyuk Britaniya va Peruda eng ko'p tarqalgan. Gastroturistik marshrutlar o'tkazilgan mamlakatlar soni yildan-yilga ortib bormoqda.

Zamonaviy texnika va ilmiy-texnika taraqqiyotining rivojlanishi sayyohga u hatto tasavvur ham qila olmagan eng uzoq sayohatlarni amalga oshirishga imkon berdi. Aytaylik, o'rta asrlar davrida bu havo,

[8] Vulf Erik "Chto takoye gastronomicheskiy turizm" //http:// www. World of travel. org/ what-is-food-tourism.

suv, temiryo‘l va hatto kosmik sayohat bo‘lishi mumkin edi. Lekin sayyoh qaysi transport vositasini tanlamasin, u ovqatlanishni unutmasligi kerak.

Aviakompaniyalar faqatgina sayyohni mazali taomlar bilan to‘ydirish maqsadini qo‘ymaydi, balki injiq sayyoh-gurmanlarning e’tiborini turli milliy oshxonalarning noodatiy taomlari bilan jalb qilishga harakat qiladi. Kompaniya marketologlarining fikricha, “erkakning yuragiga yo‘l qornidan o‘tadi” degan qat’iy haqiqat ularga nisbatan quyidagicha qo‘llanilishi mumkin: “erkak yoki ayol bo‘lishidan qat’i nazar, har qanday yo‘lovchining yuragiga yo‘l uning kulinariya ehtiroslarini qondirish orqali o‘tadi va bu shior haqiqatan ham bortda ovqatlanishni tashkil etish bo‘yicha ko‘plab kompaniyalarning falsafasiga aylandi”.

1860-yillarda paydo bo‘lgan. Shveysariyada bunday vagonlar keyingi asrning boshiga qadar “lyuks” toifasidagi qimmatbaho xalqaro poyezdlarning atributi bo‘lib kelgan. 1903-yilda tashkil etilgan va hozirgi kungacha faoliyat yuritayotgan Shveysariyaning SSG vagon-restoran kompaniyasi vagonlarni ijaraga oldi va xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarni yolladi.

Yo‘lovchilar poyezdga chiqishdan oldin oziq-ovqat sotib olishni afzal ko‘rishdi. Aravada savdo qilish bir qator muammolarga duch keldi, jumladan, aylanmaning qisqarishi. Yevropa poyezdlarida yo‘lovchilarga 60 turdagi tayyor taomlar, vino, sovuq pivo va boshqa ichimliklarni tanlash taklif etiladi. Sifatli mahsulotlar assortimenti har oy yangilanadi. Xususan, yo‘lovchilarga taklif etilgan bistro vagonlarida ovqatlanish konsepsiyasini muvaffaqiyatli yechimga misol sifatida keltirish mumkin.

Dastlab yo‘lovchilar bu vagonlarni sovuq muhit, omborxonaga o‘xshashligi va o‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish tufayli tanqid qilishgan. Yo‘lovchilar kutgan rang gammasiga ega yangi materiallardan foydalangan holda vagonlarni modernizatsiya qilish va yoritish tizimini qayta ko‘rib chiqish natijasida salonlarda yanada yoqimli muhit yaratish imkonini berdi.

Bistro-vagonlar konsepsiyasi ko‘rsatiladigan xizmat turlarining xilma-xilligi yo‘lovchilarni avtomobil transportidan temiryo‘llarga

samarali jalb qilish imkonini berishiga misol bo‘la oladi. Mavjud tajriba shuni ko‘rsatadiki, poyezdlarda ovqatlanishni tashkil etish va ta’minlash bo‘yicha xizmatlar bozorini ikki yoki undan ortiq kompaniyalar o‘rtasidagi raqobat hisobiga jonlantirish umidlari o‘zini oqlamadi. Bunday yo‘l foydasiga yana bir dalil taklif etilayotgan xizmat ko‘rsatish va taomlar assortimentini standartlashtirishdir. Yo‘lovchilar nuqtai nazaridan, bu afzallik rejalashtirilgan sayohatda menyu va sevimli taomlarning sifati avvalgi safardagidek bo‘lishida namoyon bo‘ladi.

1.2. Gastronomik turizmning mohiyati va uning resurslari

O‘zbekistonda gastronomik turizm endigina shakllanmoqda va bunday turlar sof holda hali mavjud emas, shuning uchun gastronomik turlarning elementlari asosiy ekskursiya dasturlariga kiritilgan. O‘zbek oshxonasi bilan tanishish respublikaning eng yaxshi milliy restoranlariga tashrif buyurish paytida amalga oshiriladi, u yerda o‘zbek taomlarini tayyorlash va iste’mol qilish an’analariga qat’iy rioya qilinadi. Har qanday mamlakatning oshxonasi o‘ziga xos, alohida dunyo: yorqin va o‘tkir yoki xira va befarq, nafis va nozik, yoki o‘zlashtirilgan va yuzaki. O‘zbekistonga kelgan har bir sayyoh o‘zbek oshxonasining o‘ziga xos xususiyatlarini bilishi kerak. Chunki sayohatga sayyohning mamlakatning gastronomik qiziqishlari va an’analari haqida bilish istagi asos qilib olingan, uning oshxonasi orqali tarixini, madaniyatini, urf-odatlari va an’analarini o‘rganish, xalqning turmush tarzi va folklori bilan eng qulay va lazzatli tarzda tanishish imkoniyati yaratiladi. Bugungi kunda gastronomik turlar tashkilotchilari tur marshrutini ishlab chiqishda taomlarning kelib chiqishi bilan bog‘liq afsona va rivoyatlardan foydalanish maqsadga muvofiq deb hisoblashadi. Gastronomik turlarda ishtirok etayotgan sayyoh qandaydir taomni tayyorlash texnologiyasi bilan emas, garchi shunday bo‘lishi mumkin bo‘lsa-da, ko‘proq ushbu mintaqaning oshxona tarixiga oid qiziqarli faktlar bilan qiziqadi. O‘zbek taomlari turistlar uchun juda qiziqarli va jozibali bo‘lib, Parijda o‘zbek restoranining ochilishi buning isbotidir. Parij tarixidagi birinchi o‘zbek taomlari restorani Fransiya poytaxtining mashhur tumanida paydo bo‘ldi. Fransuz tili uchun g‘ayrioddiy bo‘lgan

“O‘zbek” nomiga ega restoran o‘zbek milliy taomlarining keng to‘plamini taklif etadi. Uning egasi asli O‘zbekistondan bo‘lib, hozirda Fransiyada istiqomat qiladi.

O‘zbek milliy taomlarida xalqning ruhiyati, tarixi, urf-odatlari, an’analari ko‘zgudagidek aks etgan. O‘zbek xalqining an’ana va urf-odatlarida xalqning turmush tarzi, odatlari, milliy xususiyatlari aks etgan. Ovqatlanish an’analari tarixan tarkib topgan, avloddan-avlodga o‘tib kelayotgan va jamoatchilik fikri kuchi bilan himoya qilinayotgan taom iste’mol qilishning barqaror va eng umumlashgan me’yorlari va tamoyillaridir.

Urf-odatlar ham ijtimoiy hayotning muayyan sohasida kishilarning xulq-atvorini tartibga solib turuvchi, evolyutsiya jarayonida tarixan tarkib topgan umumiy qabul qilingan qoida va me’yorlardir. O‘tmishning ajoyib an’analaridan biri bo‘lgan mehmondo‘stlik bugungi kungacha yetib kelgan, u umuminsoniy me’yorlarga kiradi va sivilizatsiyalashgan jamiyatning ijobiy xususiyatidir. O‘zbek xalqining uzoq etnik va madaniy tarixi oziq-ovqat mahsulotlarining o‘ziga xos to‘plamlari, ularga ishlov berish usullari, taom turlari va tayyorlash reseptlarida, oziq-ovqatni afzal ko‘rish an’analarida yoki, aksincha, oziq-ovqat cheklovlari va taqiqlarida aks etgan.

Milliy taomlarni tashkil etish shakllari, odob-axloq qoidalari va marosimlari ham moddiy, ham ma’naviy madaniyat jihatidan, oziq-ovqat bilan u yoki bu tarzda bog‘liq holda qiziqarli va g‘ayrioddiy hisoblanadi. Tabiiyki, o‘zbek milliy taomlarining shakllanishiga hududning tabiiy-geografik sharoiti eng katta ta’sir ko‘rsatgan. Afsonalar, marosimlar, rasm-rusumlar, urf-odatlarning ko‘pchiligi o‘zbeklarning qadim zamonlarda shakllangan ko‘chmanchi turmush tarzidan bevosita dalolat beradi. O‘zbek milliy taomlarining asosini azaldan chorvachilik mahsulotlari-go‘sht va sut tashkil etadi. Keyinchalik, dehqonchilikning rivojlanishi bilan o‘zbeklar un mahsulotlarini iste’mol qila boshladilar. Hozir ularning dasturxonida sabzavot va mevalar ham odatiy holga aylangan. Bunda o‘zbek xalqining o‘troq hayotga o‘tishi natijasi, shuningdek, boshqa gastronomik madaniyatlarning ta’siri ko‘rinadi.

Inson faoliyatining har qanday sohasi singari, o‘zbek gastronomik madaniyati ham o‘zgaradi, rivojlanadi va takomillashadi. Biroq, u o‘ziga xosligini yo‘qotmaydi, balki yanada yuqoriroq darajada yangilik qadimiylik bilan uyg‘unlashadi. yoz mavsumida deyarli har bir o‘zbek oilasida (albatta, gap qishloq aholisi haqida ketmoqda, ammo shaharda ham turistlar buni tatib ko‘rishlari mumkin) qadimdan “bahodirlar ichimligi” deb atalgan qadimiy milliy ichimlik tayyorlanadi. Bu ichimlikning nomi qimiz-maxsus usulda achitilgan biya suti bo‘lib, u o‘zining shifobaxsh xususiyatlari bilan O‘zbekistondan tashqarida ham mashhurdir.

Shuningdek, o‘zbek oilalarida yana bir ichimlik-ayron (suv bilan aralashtirilgan qatiq) ham keng tayyorlanadi. U salqin ichimlik sifatida ichiladi, turli yorma sho‘rvalarga qo‘shiladi. Ayrondan qurt tayyorlanadi. Qurt-sharsimon qilib o‘ralgan va quyoshda quritilgan tuzli tvorogdir.

O‘zbeklarning sevimli ichimliklariga qimizdan tashqari yilning har qanday faslida ichiladigan achchiq ko‘k choy kiradi. Odatda choyga qaymoqli sut qo‘shiladi. Lekin o‘zbeklarning asosiy milliy taomi go‘shtdir. U o‘zbek dasturxonining asosi, faxri va ko‘rkidir. Qishloq joylarda, ayniqsa qish faslida, go‘shtli ovqatlar hamon ustunlik qiladi.

Iqtisodiy himoya zarur bo‘lgan moddiy farovonlik ramzi sifatida o‘zbek xalqi azaldan qo‘chqorni tan olgan. Qo‘chqorning yerdagi hayot ramzi sifatidagi ma’nosi mehmonlarni ziyofat qilish odatida, uning qismlarini bo‘laklash va dasturxonga tortishda namoyon bo‘ladi. Qo‘y go‘shtini iste’mol qilish bilan bog‘liq ko‘plab urf-odatlar hozirgi kungacha saqlanib qolgan.

Eng avvalo, eng hurmatli mehmonga maxsus usulda tayyorlangan qo‘chqorning boshi tortiq qilinadi. U boshni qabul qiladi, keyin uni bo‘laklarga ajratib, qolgan mehmonlarga taqsimlaydi. Bunda boshning har bir qismiga ma’lum bir ma’no beriladi. Dasturxonning ajralmas qismi deyarli har doim yog‘da qovurilgan hamir bo‘laklari-baursakilardir. O‘zbeklar nordon va chuchuk hamirdan non ham yopadilar. Umuman olganda, o‘zbeklar ko‘chmanchi xalq bo‘lganligi sababli, qadimdan go‘shtni uzoq saqlashni bilishgan. Uni quritishadi,

dudlashadi va tuzlashadi. Bu borada oʻzbek taomlarining qulaziq kabi turi ham maʼlum darajada qiziqish uygʻotadi. Agar yuqorida sanab oʻtilgan milliy taomlar bilan Oʻzbekiston mehmonlari statsionar sharoitda tanishishlari mumkin boʻlsa, qulaziq bilan faqat sayohat sharoitida tanishish mumkin. Gap shundaki, bu safar taomi boʻlib, turistik sayohatlar va safarlarga juda mos keladi.

Etnografik manbalarni tahlil qilish asosida allaqachon unutila boshlagan bu taom haqida yetarlicha batafsil tasavvurga ega boʻlish mumkin. Ilgari tolqonga oʻxshash bu taomni odatda safarga otlangan jangchilar isteʼmol qilishgan. Shunday qilib, qulaziq asosan uzoq yoʻlga moʻljallangan, yaʼni uzoq vaqt davomida buzilmaydigan ovqat sifatida tayyorlangan. Shuning uchun u turizm uchun ikki tomonlama qiziqish uygʻotishi mumkin: ekzotik taom sifatida va safar taomi sifatida. Qulaziqni qanday qilib turistik xizmatga kiritish mumkin? Nazarimizda, kelajakda Oʻzbekistonning togʻli hududlarida koʻchma turistik oromgohlar ham tashkil etilib, ularda otli marshrutlar yoʻlga qoʻyiladi. Mana shu yerda u foydali boʻlishi mumkin, chunki qulaziq muzlatgich qurilmalarini talab qilmaydi va yuqori kaloriyali mahsulot hisoblanadi.

Bundan tashqari, u kam joy egallaydi, bu esa yurish sharoitida muhimdir. Qulaziq 1-2 kunlik safarga otlangan piyoda turistlar uchun juda qulay taom boʻlardi. Umuman olganda, qulaziqning qoʻllanish geografiyasini kengaytirish va uni alpinistlar-balandlikchilar, sportchilarga, togʻli hududlarda oʻquv-mashgʻulot yigʻinidan oʻtayotganlarga va uzoq yoʻlga otlangan oddiy yoʻlovchilarga tavsiya etish mumkin. Bizning davrimizda, ozmi-koʻpmi bir xillashtirilgan umumjahon urbanistik madaniyati tez tarqalayotgan bir paytda, xalqlarning moddiy-maishiy sohadagi etnik oʻziga xosligi asta-sekin yoʻqolib bormoqda. Ammo aynan shu narsa turistlarda milliy taomlarga alohida qiziqish uygʻotadi, chunki xalqning pazandachilik sanʼati uning tarixi, turmush tarzi va urf-odatlarini mujassam holda aks ettiradi.

Qadimdan oʻzbek xalqining eng oʻziga xos xususiyati mehmondoʻstlik boʻlgan. Bizning davrimizda ziyofat koʻp jihatdan shaklan oʻzgargan boʻlsa-da, qadimgi mehmondoʻstlik qonunlarini yoʻqotmagan.

Bir necha o‘n yillar davomida o‘zbeklar bilan yonma-yon yashab, ularning qayg‘u-hasratlari, non va quvonchlarini baham ko‘rgan qardosh xalqlar o‘zbek xalqining pazandachilik mahorati, turmush tarzi va madaniyatiga ta’sir ko‘rsatmasdan qolmadi, ayni paytda ularning madaniyati va turmush tarzidan eng yaxshi jihatlarni o‘zlari ham o‘zlashtirib oldilar. Zamonaviy o‘zbek oshxonasi nafaqat an’anaviy o‘zbek taomlarini, balki uyg‘ur, rus, tatar, koreys va boshqa oshxonalarning sevimli taomlarini ham o‘z ichiga oladi.

Shuning uchun ham zamonaviy o‘zbek pazandachiligida sof milliy xususiyatlar saqlanib qolgan holda, xalqaro ta’sirlarni ham payqash mumkin. Bugungi kunda taomlar tayyorlanadigan mahsulotlar tarkibi ko‘p jihatdan o‘zgargan.

O‘zbek xalqi ko‘p asrlik tarixi davomida go‘sht va sut-qatiq mahsulotlarini qayta ishlash va tayyorlash bo‘yicha ulkan tajriba to‘plagan bo‘lsa, zamonaviy hayot bu assortimentni sabzavotlar, mevalar, baliq, dengiz mahsulotlari, pishiriqlar, un mahsulotlari va shirinliklar bilan boyitdi. Shunga qaramay, o‘zbek milliy oshxonasida eng mashhur mahsulot go‘sht bo‘lgan va shunday bo‘lib qolmoqda. Go‘sht-aksariyat taomlarning asosi, aynan go‘sht mahsulotlari har qanday dasturxonni bezab turadi, go‘shtli taomlarning ko‘pligiga qarab bayram dasturxonining boyligi va xilma-xilligi haqida xulosa chiqarish mumkin.

Qadimdan o‘zbek pazandachiligi o‘ziga xos texnologiyasi bilan ajralib turgan. O‘zbek xalqi turmush tarzining o‘ziga xosligi taom tayyorlash usullariga o‘z ta’sirini o‘tkazgan. An’anaviy o‘zbek oshxonasida har doim afzallik berilgan qaynatishga. Aynan shu jarayon go‘shtning yumshoq va mayin ta’mini olish imkonini beradi, unga sersuvlik va xushbo‘y hid beradi.

O‘zbek oshxonasini MDH mamlakatlari oshxonalari orasida eng yoshi deb hisoblash mumkin, chunki u faqat XIX asr oxiri-XX asr boshlarida shakllana boshlagan va o‘zbeklarning o‘troqlashuvi nihoyasiga yetib, O‘zbekiston xo‘jaligi tubdan o‘zgargan davrda to‘liq shakllangan. O‘zbeklar millat sifatida shakllanganidan buyon o‘tgan butun tarixi davomida XVI asrda turkiy tilli qabilalar negizida va 1925-

yilda O‘zbekistonning davlat-hududiy rasmiylashtirilishiga qadar aslida ko‘chmanchi xalq bo‘lgan.

Tabiiy xo‘jalikning asosiy va yagona turi ko‘chmanchi yaylov chorvachiligi bo‘lib, unda qo‘ychilik ustunlik qilgan, qoramolchilik kamroq rol o‘ynagan bo‘lib, u o‘zbeklarga faqat XVII asr oxirida ma’lum bo‘lgan. Xo‘jalik yuritishning bu ekstensiv va o‘ta biryoqlama tipi, bir tomondan, ijtimoiy va iqtisodiy munosabatlarning rivojlanmaganligi, ikkinchi tomondan, ulkan dasht maydonlari ta’siri, unda nisbatan kam sonli o‘zbek xalqi tarqoq holda yashagani, o‘zbeklarda uzoq vaqt davomida oziq-ovqat xomashyosining bir tomonlama bo‘lishiga sabab bo‘lgan.

O‘zbek pazandachiligining rivojlanishini Kavkazorti xalqlarida bo‘lgani kabi, texnologiyani xilma-xillashtirish mumkin bo‘lgan oshxona anjomlarining yetishmasligi cheklab qo‘ygan. O‘zbeklarda esa ko‘chmanchi turmush tarzi tufayli dastlab faqat charm va yog‘ochdan, ya’ni sinmaydigan, asosan oziq-ovqatni saqlash va qisman ovqat tayyorlash uchun ishlatiladigan idishlar mavjud bo‘lgan. Charm qoplarda (saba-ot terisidan va torsiq-qo‘y terisidan) qimiz va boshqa sut-qatiq mahsulotlari tayyorlangan, yog‘och chelak va charm sabalarga qizdirilgan toshlarni solib go‘sht pishirilgan.

Cho‘yan qozon idish-tovoq va o‘choqning asosiy turi sifatida faqat XVIII asrda paydo bo‘lgan va u bilan birga ba’zi qovurilgan go‘sht taomlari ham paydo bo‘lgan. Shunday qilib, o‘zbek oshxonasi, agar unga zamonaviy tushunchalarni qo‘llaydigan bo‘lsak, ko‘p jihatdan sovuq stol oshxonasi bo‘lgan. Dehqonchilik mahsulotlari o‘zbek taomnomasiga kech kirdi.

XVIII asrda O‘zbekiston Rossiyaga qo‘shilganidan so‘ng, o‘zbeklar ratsionida oziq-ovqat mahsulotlari tobora ko‘proq ishlatila boshlandi-asosan chorvachilik mahsulotlari evaziga olinadigan don (bug‘doy, javdar) va undan olinadigan un.

Ammo XIX asrning 60-70 yillariga qadar un va un mahsulotlari asosan o‘ziga to‘q o‘zbeklar tomonidan iste’mol qilingan. Faqat XIX asrning so‘nggi uchdan bir qismida, O‘zbekiston xo‘jaligi Rossiya xo‘jaligi bilan ko‘proq bog‘liq holda rivojlana boshlaganda, unga

kapitalistik munosabatlarning kirib kelishi natijasida sinfiy tabaqalanish kuchayib, kambag‘allashib qolgan, chorva mollaridan mahrum bo‘lgan o‘zbeklar ko‘chmanchilik hayotini davom ettira olmay, dehqonchilik bilan shug‘ullana boshladi, shundan keyingina un va un mahsulotlari o‘zbek oshxonasida tobora ko‘proq o‘rin egallay boshladi.

Shunday qilib, XIX asr oxiri-XX asr boshlariga kelib, o‘zbek oshxonasi va o‘zbek milliy dasturxonining o‘ziga xos xususiyati shakllandi-asosiy milliy taomlarda go‘sht va un mahsulotlari hamda go‘sht va undan tayyorlangan aralashmalarning ustunligi. Albatta, o‘zbek pazandachiligi mutlaqo ajralgan holda, faqat tabiiy va iqtisodiy shart-sharoitlar ta’sirida rivojlangan, deb hisoblash noto‘g‘ri bo‘lar edi.

Ko‘p narsa o‘zlashtirilgan XVIII-XIX asrlarda, ayniqsa hukmron sinf tomonidan, qo‘shni O‘rta Osiyo xalqlari-tojiklar, uyg‘urlardan, ular bu vaqtga kelib juda rivojlangan oshpazlik madaniyatiga ega edilar. Bu o‘zlashmalar, birinchi navbatda, qovurilgan go‘shtli taomlarni (yog‘dan foydalangan holda) va murakkabroq go‘sht-un mahsulotlarini (somsalar, mantilar) tayyorlash texnologiyasiga, shuningdek, alohida mahsulotlarni (masalan, choy, meva, poliz mahsulotlari) ishlatishga taalluqli bo‘lib, ular o‘zbeklar taomnomasida keng qo‘llanila boshlandi. Nihoyat, bayram dasturxonini tashkil etish ham o‘zlashtirildi-o‘zbekcha tarzda, ya’ni tushlikning boshida va oxirida shirinliklardan foydalangan holda.

XX asrda o‘zbeklar rus oshxonasidan sabzavotlarni (ayniqsa, ko‘pincha salat sifatida ishlatiladigan kartoshka, sabzi, bodring, turp) kundalik iste’mol qilishni, shuningdek, tuxum va tovuq go‘shtini ishlatishni o‘zlashtirib olishgan. Bu mahsulotlar don xo‘jaligi negizida parrandachilik rivojlanishi bilan an’anaviy va qozoq oshxonasidagi mahsulotlarga aylandi. Biroq, na texnologik o‘zlashtirishlar, na mahsulotlar assortimentining kengayishi o‘zbek oshxonasining asosiy milliy xususiyatlarini, uning o‘ziga xosligini o‘zgartirmadi, garchi uni yanada xilma-xil qilgan bo‘lsa-da.

O‘zbek oshxonasining yana bir o‘ziga xos xususiyati shundaki, unda submahsulotlar (o‘pka, jigar, buyrak, miya, til) keng qo‘llaniladi (masalan, buyrakni ular go‘shtning eng yaxshi va qimmatli qismi deb hisoblashadi), shuningdek, submahsulotlarning go‘sht bilan

kombinatsiyalari (odatda to‘sh) ishlatiladi. Shu bilan birga, go‘shtning egar, orqa qismi kabi qismlari sof holda tayyorlanadi, deyarli faqat pishirish orqali (o‘tmishda-cho‘g‘da, zamonaviy oshxonada esa duxovkada). O‘zbeklarda milliy go‘sht turi ot go‘shti deb hisoblanishi kerak, garchi hozirda u qo‘y va hatto mol go‘shtiga qaraganda kamroq iste’mol qilinsa-da. Aynan ot go‘shtidan o‘zbek oshxonasiga xos bo‘lgan qazi kabi milliy mahsulotlar tayyorlanadi.

Ko‘pgina go‘shtli taomlarning nomlari xom ashyoning tarkibi yoki tayyorlash usuli bilan emas, balki milliy an’analarga muvofiq odatda ot go‘shti bo‘laklanadigan qismlarning nomi bilan bog‘liq. Zamonaviy o‘zbek dasturxoni, albatta, faqat milliy taomlar bilan cheklanib qolmaydi. U mahsulotlarning tarkibi bo‘yicha ancha xilma-xil, chunki go‘sht bilan bir qatorda baliq, sabzavotlar, turli donlar, mevalar, konservalangan mahsulotlarni o‘z ichiga oladi.

1.3. “Gastronomik turizm” fanining maqsadi va vazifalari

Fanni o‘qitishdan maqsad-talabalarda gastronomik turizm faoliyati, uning rivojlanish holati, butundunyo xalqlarining ovqatlanish madaniyati haqidagi nazariy va amaliy bilimlarni kelajakdagi ish faoliyatlarida qo‘llash bo‘yicha yo‘nalishiga mos bilim, ko‘nikma va malakalarni shakllantirish hamda shu sohadagi bilim va mahoratlarini oshirishdan iboratdir.

Fanning vazifasi-talabalarga gastronomik turizmni tashkil etishning nazariy asoslari, o‘zbek milliy taomlarni dunyoga tanitish, yangi ta’mlarni kashf qilish, O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirish orqali turizm oqimini ko‘paytirish kabilarni o‘rgatish bo‘yicha nazariy va amaliy bilimlarni uzviylik va uzluksizlikda o‘rgatishdan iborat.

Ushbu maqsadga erishish uchun fan talabalarni nazariy bilimlar, amaliy ko‘nikmalar, gastronomik turizmni rivojlantirish jarayonlariga uslubiy yondashuv hamda ilmiy dunyoqarashini shakllantirish vazifalarini bajaradi.

Fanni o‘zlashtirish natijasida talaba:

- “Gastronomik turizm” faniga kirish, gastronomik turizm

turining boshqa turizm turlari bilan bog‘liqligi, gastronomik turizm bo‘yicha xalqaro tashkilotlar faoliyati va ularning vazifalari, gastronomik turizm festivallari, O‘zbekistonda enoturizmning rivojlanish holati va istiqbollari, O‘zbekistonda gastronomik turizmning rivojlanish holati va istiqbollari, O‘zbekistonda gastronomik turizm geografiyasi haqida ***tasavvurga ega bo‘lishi;***

- Gastronomik turizmda mehmondo‘stlikning asosiy qoidalari, gastronomik turizm bo‘yicha yangi turlarni ishlab chiqish, gastronomik turizmni rivojlanishida ijtimoiy media va marketing xizmatlarning o‘rni haqida ***bilishi va ulardan foydalana olishi;***

- Osiyo mamlakatlari xalqlarining ovqatlanishiga xos xususiyatlari, gastronomik turizm bo‘yicha kadrlar siyosati haqida ***ko‘nikmalarga ega bo‘lishi kerak.***

Mustaqil ishlash uchun nazorat savollari:

1. Gastronomik turizm haqida to‘xtalib o‘ting.
2. Gastronomik turizmning resurslari haqida tushuntirib bering.
3. “Gastronomik turizm” fanining maqsadi va vazifalarini tushuntirib bering.
4. “Gastronomik turizm” fanining obyekti va predmetini tushuntirib bering.
5. Turizm sohasida ovqatlantirish korxonalarining o‘rnini qanday izohlaysiz?
6. Gastronomik turizm tushunchasi qachondan ishlatila boshlangan?

II BOB: GASTRONOMIK TURIZMDA MEHMONDO‘STLIKNING ASOSIY QOIDALARI

Tayanch so’z va iboralar: mehmondo’stlik, mehmon, mezbon, mehmondorchilik odobi, dasturxon, taom.

2.1. O‘zbek xalqining mehmondo‘stlik qoidalari

O‘zbek xonadonida mehmon kutish mehmondo‘stlik an’analarining asosini tashkil etadi. Bunda mehmon va mezbon tushunchalarini tushunib olish muhim hisoblanadi. O‘zga xonadonga tashrif buyurgan har qanday kishi mahalla, qo‘ni-qo‘shni yoki ezgu niyatlarni amalga oshirish maqsadida tashrif buyuruvchi kishi bo‘lib, doimo ezozda turadi. Mehmon kelishini xalqimiz ezgulik, yaxshilik ramzi deb hisoblaydi. Ma’lumki, har qanday jamiyatda yashayotgan kishilar bir-birlari bilan moddiy va ma’naviy munosabatlarga kirishadi.

Qadimdan bizning hududda mehmon va mezbon munosabatlari shakllangan hamda bu munosabatlar hanuzgacha taraqqiy etib, turli ko’rinishlarda davom etib kelmoqda. Insonlarning bir-biri bilan bordi-keldi qilishi, yaxshi aloqalarni o’rnatishga sabab bo’lgan, muloqotda bo‘lishi natijasida bir-biriga mehr-oqibat, muruvvat ko‘rsatishi, mehmondorchilik an’analarining yanada kuchayishi insoniy fazilatlardan biri sifatida qadrlangan. Mehmon kutish yuksak madaniyat namunasi, odob, axloq, nafosat, hurmat, umuman olganda, ma’naviyat maktab hisoblanadi. Mehmondorchilik orqali ezgu tuyg’ular do‘stlik, o‘rtoqlik, odamgarchilik, insonparvarlik, bir-biriga ishonch va hurmat tuyg‘ulari shakllantiriladi.

O’zbek xalqining mehmondorchilik odobi va qoidalari-o’zbek xalqining yuksak insoniy va samimiy fazilatlari asosiga qurilgan mehmondorchilik odobi to’g’risidagi o‘zaro munosabatlarida amal qilinadigan odob-axloq qoidalari, ma’lum bir xalqqa tegishli urf-odatlar va o’sha hududga xos udumlar bilan ifodalanadi.

Har bir xalqning mehmondorchilik odobi va o’ziga xos qoidalari mavjudki, o’sha xalq turmush tarzining yuksak madaniyati va ma’naviy qadriyati hisoblanadi. Mehmondorchilik odobini har bir kishi yaxshi

bilishi va me’yor doirasida unga amal qilishi lozim bo’ladi. O’zbek xalqida bir naql bor: “Mehmon kelar eshikdan, rizqi kelar teshikdan” degan naqlda gap juda katta. Mehmon xonadonga kelganida darhol dasturxon yozib, non ushatiladi. Mehmondorchilik odobi borasida har bir hududning o‘ziga xos xususiyatlari bor, Farg‘ona vodiysi va Samarqandda mehmon kelganida avval dasturxonga issiq ko‘k choy tortiladi.

Namanganda esa kelgan mehmonga darhol qatiq taklif etish yoki nonushtasiga albatta qatiq berish odat tusiga kirgan. Farg‘ona va Andijonga mehmon bo’lib borgan kishilarni mezmonning qo‘shnilar hurmat yuzasidan o’z uylariga chaqirib mehmon qiladilar, ko’nglini olish odat tusiga kirgan. Mehmon kim bo’lishidan qat’iy nazar uning katta yoki kichchigi yoki tanish notanishligi muhim emas. Eshigidan kirib kelgan har bir kishini mehmon bilib, hurmar bilan kutib olib dasturxon to’shaydilar. Hattoki, uzoqdan kelgan eng yaqin kishilariga ya’ni, mehmonlarga sarpo kiydiradilar. Bu odat hanuzgacha saqlanib qolgan bo’lib, uning ikki ma’nosi bor. Birinchidan, o‘zining yaqin kishisiga, qarindoshiga sarpo kiydirganda uzoqlashib ketmaslik yoki begonalashib ketmaslik, axil-inoq bo’lish istagini bildiriladi. Ikkinchisidan, begonaga sarpo kiydirish u bilan do‘stlash, qarindoshlik rishtalarini bog’lash yoki qadrdon inoq bo‘lib qolganlikning ramziy ifodasini bildiradi.

Mamlakatimizning janubiy viloyatlarida mehmonga borilsa, odatga ko’ra xushbo‘y ko‘k choy bilan birga archa o‘tinida pishirilgan tandir kabob keltirilib, mehmon hurmati joyiga qo‘yiladi. Xorazmliklar esa kelgan mehmonga maxsus tayyorlangan palov bilan mehmon qilishadi.

Qoraqalpoqliklarning baliqdan tayyorlangan mashhur kabobi va kulchatoyini yegan mehmonlar albatta qayta mehmonga borishni istashadi.

Yurtimizga tashrif buyurgan har bir xorijlik mehmon yoki turist ushbu mehmondo’stlik munosabatlarini ko’rib hayratlanishadi va keyingi safar kelganlarida yana qayta mehmondo’stlik odobini ko’rish istagini bildirishadi.

2.2. Mehmon kutish qoidalari

O’zbek mehmondorchiligining muhim qoidalaridan biri shuki, mehmon kirgan xonadonda baqirib gapirish, shovqin ko‘tarmoq, uning huzurida tortishib qolish, janjallashish yoki hatto kinoya qilib so‘zlashish ham noo‘rin hisoblanadi. Tashrif buyurgan mehmonni ranjitmaslikka intilish esa odamlar o‘rtasida mehr-oqibatni kuchaytiradi, do‘stlik va birodarlikni shakllantiradi, oilada hamjihatlik, osoyishtalik va o‘zaro hurmatni mustahkamlaydi.

Mehmon kutish madaniyati, avvalo, insonlarni mehmonga taklif etishdan boshlanadi. Bugungi kunda mehmon kutish qoidalariga bir oz o’zgarishlar bo’lganini hozirgi zamon o’zgarishlaridan ko’rishimiz mumkin. Ya’ni, taklif qilinayotgan kishining bo‘sh vaqti mavjud yoki yo‘qligi aniqlangandan keyingina uni chaqirish to‘g‘ri bo‘ladi. Mehmon keladigan vaqtda darvoza ochiq turishi bu-mezbon mehmonni kutishga tayyor ekanligini yoki kutayotganlik belgisi hisoblanadi. Shuning uchun ularni eshik oldida samimiyat va ochiq chehra bilan salomlashib qarshi olinadi. Sovg‘a ko‘tarib kelganlarga ham, chin dildan salom berib kelganlarga ham birday minnatdorchilik izhor etish zarur. So‘ng mehmonning ust-boshini yechishga yordamlashish va qo‘l yuvishida sochiq tutish odob sanaladi. Ba’zi xonadonlarda mehmon kelganida xonadon egasi sochiq ko’tarib mehmon qo’liga o’zi suv qo’yib turishi odatga aylangan.

Agar xonadonda bolalar ham bo’lsa, mehmon kelishidan oldin bolalarni yuvintirib, ozoda kiyintirish muhim, chunki bu ularda mehmondorchilikning qadrini anglash hissini uyg‘otadi. Mehmon huzurida bolalar sho‘xlik qilsa, ularni koyimaslik kerak, chunki bu mehmonning ko‘ngliga og‘ir botishi yoki qo’pol muhitni keltirib chiqarishi mumkin.

Mehmon kutishda e’tibor berilishi lozim bo‘lgan jihatlar juda ko‘p. Masalan, qishloqdan shaharga kelgan mehmon shahar bo‘ylab sayr qilishni, do‘konlarni aylanishni, teatrlarga tashrif buyurishni istaydi. Aksincha, shahardan qishloqqa borgan mehmon esa tabiat qo‘ynida hordiq chiqarishni xohlaydi. Shuning uchun mezbon bu holatlarni

inobatga olib, aziz mehmoniga yurtining diqqatga sazovor joylarini ko‘rsatishi yoki ko’rish uchun taklif qilishi lozim.

Mehmondorchilik odobiga ko‘ra, dasturxonni chiroyli bezatish va mehmonni munosib kutib olish ham san’at hisoblanadi. Mehmon uchun yoziladigan dasturxon oddiy oila a’zolari dasturxonidan farq qiladi. Masalan, to‘y dasturxoni bayram dasturxonidan farq qilgan holda bezatiladi.

Dasturxon tuzashda ikkita omilni e’tiborga olish muhim: moddiy va ma’naviy sharoit. Moddiy jihatlar jumlasiga taomlarning turli assortimenti, yetarli miqdorda ovqatlanish anjomlarining mavjudligi, joyning ozodaligi, qishda iliq, yozda salqinligi hamda mehmonlar uchun tashkil qilingan sharoitlar kiradi. Ma’naviy sharoit esa mehmonni mehmondo’stlik an’analariga mos hurmat bilan kutib olish, samimiyat va mehr ko‘rsatish, chin dildan xizmat ko’rsatishni o‘z ichiga oladi.

Bu san’atni oila a’zolari, ayniqsa, farzandlarga yoshligidan o‘rgatib borish kerak, toki ular ulg‘aygach, turli taomlarni tayyorlay olishsin, mehmonlarni munosib tarzda qarshi olishni bilishsin, haqiqiy mehmondo‘st bo‘lib yetishsin va mehmondorchilik qoidalarini avlodlarga meros sifatida qoldirishsin.

Qoidaga ko‘ra, mezbon uchun barcha mehmonlar birday qadrlidir, biroq keksalarga, obro‘-e’tibor qozongan insonlarga, mehnati va bilimi, iste’dodi yoki san’ati bilan tanilganlarga alohida e’tibor ko‘rsatish lozim. Ularga ko‘proq iltifot, mehr va e’tibor bilan muomala qilinsa, boshqa mehmonlar ham o‘zlarini qadrlangan his etadi. Bunday insonlar o‘z bilimlari, odobi va insoniyligi bilan barchaga ibrat bo‘ladilar.

Shu tariqa, mehmondorchilik oddiy bordi-keldi munosabati emas, balki yuksak odob-axloq, ma’naviyat va ma’rifat maktabiga aylanadi.

Mehmondo‘stlik-mehmonni izzat-ikrom bilan qarshi olish, unga ehtirom ko‘rsatishni odat tusiga aylantirgan tushunchadir. Bu fazilat barcha xalqlarga xos bo‘lsa-da, har bir elat hayotida u turli ko‘rinishda namoyon bo‘ladi. Mehmondo‘stlikning taraqqiy etishi ma’lum bir xalqning tarixi, o‘tmishi va madaniy urf-odatlari bilan chambarchas bog‘liqdir.

Savdo-sotiqqa ko‘proq e’tibor bergan xalqlarda bu xislat kuchliroq rivojlangan. Masalan, Buyuk Ipak yo‘li bo‘ylab yashagan xalqlarda, xususan, o‘zbeklarda mehmondo‘stlik qadim zamonlardan buyon keng tarqalib, takomillashib borgan. Buning asosiy sababi shundaki, qadimgi davrlarda mehmonxonalar yetarli darajada rivojlanmaganligi hamda hamma ham mehmonxonalarda yashashga imkoniyati etmaganligi sababli savdogarlar turli uy va xonadonlarda tunashga majbur bo‘lishgan.

Mehmonni izzat qilmagan qishloq va ovullar savdogarlar tomonidan chetlab o‘tilgan. Natijada bunday joylar savdo aloqalaridan uzilib, rivojlanishda ortda qolgan.

Mehmondo‘stlikning shakllanishida adabiyot va san’atning ham o‘rni beqiyosdir. Bu fazilat jamoaviylik g‘oyalari ustun bo‘lgan xalqlarda yanada yorqinroq ifodalanadi. Biroq individualizmga asoslangan jamiyatlarda mehmondo‘stlik ikkilamchi yoki uchinchi darajali sifatida qaraladi. Chunki individualizm jamoaviylikka zid bo‘lib, shaxsning shaxsiy manfaatlari va ichki dunyosini ustuvor qo‘yadi, uning boshqalar bilan bo‘lgan aloqalarini esa orqaga suradi.

Demak, mehmondo‘stlik xalq ma’naviyatining ajralmas tarkibiy qismi bo‘lib, u nafaqat insoniy fazilat, balki ijtimoiy rivojlanish va madaniy yuksalishning eng muhim omilidir.

2.3. Dasturxonda o‘tirish va ovqatlanish qoidalari

Mehmondorchilikning tub mohiyati insonni ulug‘lash, unga hurmat ko‘rsatish bilan bog‘liq. Shuning uchun ham Sharq falsafasi va adabiyotida mehmondo‘stlik va mehmonnavozlikka alohida e’tibor qaratilgan. “Uylariga mehmon qo‘nmaydigan kishilar yomon odamlardirlar”, deyiladi hadislardan birida. Mehmondo‘stlikka alohida hurmat bilan qaralishi mehmon kutish odobi, rasm-rusumlariga katta e’tibor berilishida ham namoyon bo‘ladi. Bunda mehmonni kutib olishdan kuzatgunga qadar, mezbon o‘zini qanday tutishi kerakligi va qoidalari batafsil ishlab chiqilgan. Mehmondo‘stlikda mehmonni ochiq

yuz bilan kutib olish va kuzatish juda muhim ekani ko‘p maqollar, hikmatlar va badiiy asarlarda alohida ta’kidlanadi[9].

Bizning xalqimiz-o‘zbeklar qadimdan mehmondo‘stligi, kengfe’lligi va ochiqko‘ngilligi bilan boshqa xalqlar orasida dong taratgan. Donishmand xalqimizda mashhur bir hikmatli so‘z bor: “Mehmon kelsa eshikdan, rizq kirar teshikdan”. Haqiqatdan ham, uyimizga mehmon tashrif buyurganda ko‘pincha dasturxonimiz yanada barakali bo‘ladi. Ba’zi paytlarda kamchilik sezilsa-da, mehmon kelishi bilan Xudo bir yo‘lini qilib, dasturxonimizni to‘ldirib qo‘yadi. Afsuski, ko‘pincha bunga uncha e’tibor bermaymiz.

Mehmondorchilik haqida gap borganda, shaxsan men o‘zbek xalqi bu an’anani yuksak darajada ado etadi, deb o‘ylayman. Ishonchim komilki, boshqa yurtdoshlarimiz ham bu fikrimni tasdiqlaydi. Kuzatsangiz, ko‘pincha do‘konlardan turli-tuman shirinliklar, qimmatbaho yong‘oqlarni aynan mehmon uchun xarid qilib, alohida joyda saqlaymiz. Bu, uy egasi o‘zi tatib ko‘rmasa ham, kelgan mehmonni albatta dastlab siylashni anglatadi.

Bu xislat xalqimizning saxiyligi va mehmondo‘stligidan dalolat beradi. Hatto kimdir shoshilinch yumush bilan kelganida ham, mezbon unga bir piyola choy uzatishni lozim topadi. Bu esa millatimizning faxrlansa arzigulik fazilatidir.

Agar tongda biror joyda osh tarqatilayotganiga guvoh bo‘lsangiz, xohlovchi har kim borib bir lagan osh yeyishi va yana yo‘lini davom ettirishi mumkin. Hech kim uni kimligi yoki nega kelganidan so‘rab, yoqasidan tutib haydab chiqarmaydi. Bu esa xalqimizning mehmondo‘stlikda naqadar ulug‘ qadriyatlarga ega ekanini ko‘rsatadi.Respublikamizning istagan viloyatlariga borib qolsangiz insonlarning mehribonligini, mehmondo‘stligini ko‘rib boshingiz osmonga etadi. Balki boshqa xalqlarda ham shunday mehmondo‘stlik bordir. Lekin men ishonch bilan aytolamanki boshqa mamlakatdan bunday mehmondo‘stlikni uchratish birmuncha qiyin bo‘lsa kerak. Yuqorida aytganimizdek o‘zbek xalqi mehmondo‘st xalqdir. Bu esa

[9] https://oyina.uz/uz/teahause/1964

xalqimizning yutuqlaridan biri va xalqimizni butun dunyoga tanitadigan ajoyib hislatlardan biri hisoblanadi.

Oldindan belgilab taklif etiladigan mehmondorchilikning ham o‘ziga xos jihatlari mavjud. Mehmonga chaqirish-musulmonlar orasida mehr va oqibatni mustahkamlaydigan, insonlar qalbini bir-biriga yaqinlashtiradigan savobli amallardan biridir. Ba’zan mezbon faqatgina sizni yoki butun oilangizni mehmonga chorlaydi. Bu-siz va xonadoningizga ko‘rsatilgan yuksak hurmat alomatidir. Bunday vaziyatlarda imkoniyat bo‘lsa, uy sohibiga kichik sovg‘a, shirinlik yoki boshqa biror narsa olib borish-ko‘rsatilgan izzatga munosib ramziy javob sanaladi.

Mehmon har doim mezbon tayinlagan joyga o‘tirishi lozim. Agar o‘zboshimchalik qilib o‘tirib olsa, ehtimol xonadon ayollari ko‘rinadigan joyga joylashib qolishi mumkin, bu esa mezbonga noqulaylik tug‘diradi. Agar dasturxonda yoshi ulug‘ kishi bo‘lsa, undan avval taomga qo‘l uzatmaslik kerak. Kattalarga hurmat-dinimizning muhim talabi. Shuningdek, mehmon ovqat keladigan tomonga tinimsiz qarab turishi ham odobga to‘g‘ri kelmaydi.

Mehmonga borganda odobni saqlash lozim. Mezbon choy yoki taom olib chiqish uchun tashqariga chiqqanda, uning buyumlarini titkilash, televizorni o‘zboshimchalik bilan yoqish, kanallarni almashtirish, telefonidan ruxsatsiz foydalanish-barchasi mehmonlik odobiga zid hisoblanadi. Faqat kitob yoki jurnallarga nazar solish bundan mustasno. Umuman, mehmon hali suhbat iliqlashmasdan turib, o‘zini o‘z uyidagidek tutishi noto‘g‘ri. Shu bilan birga, haddan tashqari tortinchoqlik yoki sertakalluflik ham munosib emas. Inson qayerda bo‘lsa, o‘sha joyning talabiga mos ravishda o‘zini tutishni bilishi kerak.

Agar ziyofatga faqat bir kishi yoki ozchilik chaqirilgan bo‘lsa, bu mezbonning ularga alohida ehtirom ko‘rsatganidan dalolatdir. Bunday paytda mehmon ortiqcha tortinmay, mezbon bilan samimiy suhbatlashgan ma’qul.

Shu o‘rinda Kaykovusning mashhur “Qobusnoma” asariga to‘xtalib o‘tish joiz. Undagi 12-bob “Mehmon olmoq va mehmon bo‘lmoq zikrida” deb atalib, unda o‘sha davrning mehmondorchilik urf-

odatlari haqida batafsil ma’lumot berilgan. Unda farzandiga shunday nasihat qiladi: “Ey farzand, mehmon bo‘lib har kimning uyiga tez-tez bormagin, bu sening obro‘yingni pasaytiradi. Agar mehmon bo‘lsang, o‘ta och holda bormagin, chunki taomdan voz kechib o‘tirganingda mezbon xafa bo‘lur. Juda ko‘p yeb qo‘ysang, xalqning ko‘zida yomon ko‘rinursan. Mezbon uyiga kirsang, o‘zingga yarasha joyga o‘tir. Uyingdagidek o‘zini tutib, xizmatkorlarga buyruq bermagin, boshqalarning taomiga aralashmagin. Mehmonning uydan narsa olib chiqishi uyat”.

Demak, mehmon dasturxon ustidagi ne’matlardan ziyofat davomida bahramand bo‘lishi mumkin, biroq mezbonning ruxsatisiz taomlarni olib chiqib ketishi to‘g‘ri emas. Chunki dasturxonga qo‘yilgan narsalar mehmonning o‘z mulki hisoblanmaydi.

Mehmon dasturxondan yeyilganidan ortgan narsalarga egalik qilmasligi lozim, ular xonadon egasining mulkida qoladi.

Mehmondorchilikka taklif qilinganida insonning boy yoki kambag‘al bo‘lishi ahamiyatga ega emas, barchaga borish tavsiya etiladi.

Agar bir kishi nafl ro‘za tutayotgan bo‘lsa va mehmonga chaqirilsa, u ro‘zadorligini bildiradi. Agar mezbon “albatta kelishingiz kerak” desa, mehmon borishi joiz. Ziyofatda o‘tirganida taom yemay turishi hech kimga og‘ir botmasa, ovqatlanmagan ma’qul. Lekin bu hol mezbon yoki boshqa mehmonlarga malol keltirsa, ro‘zani ochib, keyinchalik qazosini tutish kifoya.

Agar bir odam mehmonga taklif qilingan bo‘lsa, u mezbonning ruxsatisiz boshqa kishini ham olib borishi to‘g‘ri emas. Chunki ziyofat ma’lum miqdordagi mehmonlarga qarab tayyorlangan bo‘lishi mumkin. Agar mezbon hisoblagan sondan ortiq kishi borsa, u noqulay ahvolga tushib qoladi.

Shunday vaziyat sodir bo‘lib qolsa, ya’ni taklif qilinmagan odamni ham olib borishga to‘g‘ri kelsa, avvaldan mezbondan ruxsat so‘rash kerak. Agar bu uyga borganda ro‘y bersa, holatni tushuntirib, izn olish lozim. Mezbon bunday kutilmagan mehmondan voz kechsa, bunga xafa bo‘lish aslo to‘g‘ri emas.

Aytish joizki, yuqoridagi keltirilgan ma’lumotlarni mamlakatimizning Birinchi Prezidenti 2002-yil 5-fevraldagi xalqqa murojaatnomasida quyidagicha talqin qilingan “Bugungi kunda har bir kishi, ayniqsa yoshi ulug‘ kishilar buni aslo yodidan chiqarmasligi lozim. Aks holda ma’lum bir vaqtlar kelib bu an’ana va udumlarimiz unut bo‘lib ketishi mumkin”[10].

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Mehmondorchilikning xalqimiz hayotida tutgan o‘rni haqida gapirib bering.
2. Mehmondorchilikdagi asosiy odob va axloq nimalardan iborat?
3. Mehmondorchilikka chaqirishda mezmonning vazifalari nimalardan iborat?
4. Mehmon mezbonning ruxsatisiz boshqa odamni boshlab borishi nima uchun noto‘g‘ri hisoblanadi?
5. Mezbon taklif qilmagan mehmon xonadonga tashrif buyursa, qanday yo‘l tutish lozim?
6. Sizningcha, mehmondorchilikning xalqimiz hayotida qanday ijtimoiy ahamiyati bor?
7. Nega mehmondorchilikni milliy qadriyat sifatida avaylab-asrashimiz kerak?
8. Bugungi kunda mehmondorchilik an’analari o‘zgarishiga nimalar sabab bo’lmoqda?
9. Siz o‘zingiz mehmon bo‘lib biror joyga borsangiz qanday odob qoidalariga amal qilasiz?

[10] file:///C:/Users/acer/Downloads/7386-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0 %B0%D1%82%D1%8C%D0%B8-17948-1-10-20221224%20(3).pdf

III BOB: GASTRONOMIK TURIZM TURINING BOSHQA TURIZM TURLARI BILAN BOG‘LIQLIGI

Tayanch so‘zlar: gastronomiya, kulinariya, turizm, marakalar, taom, gurman, gastrotur, etnomadaniy turizm, nastalgik turizm, etnoqishloq.

3.1. Gastronomik turizmning tarixiy-madaniy turizm turi bilan bog‘liqligi

Gastronomik turizm-bu zamonaviy turizmning turli yo‘nalishlari orasida tobora katta ahamiyat kasb etayotgan sohalaridan biri bo‘lib, u insonlarning milliy oshxonalar, kulinar an’analar va madaniy qadriyatlar bilan yaqindan tanishishga qaratilgan sayohat turi hisoblanadi. Ushbu turizm shaklida turistlar faqatgina taomlarni iste’mol qilish yoki ularning ta’mini sinab ko‘rish bilan cheklanib qolmaydilar. Ular uchun ovqatlarning tayyorlanish jarayoni, qo‘llaniladigan xom ashyolar va mahsulotlar, ularning kimyoviy va biologik xususiyatlari, foydalilik darajasi, hatto shifobaxsh xususiyatlari ham katta qiziqish uyg‘otadi.

Gastroturistlar deb ataladigan bunday sayohat ishtirokchilari turli xalqlarning milliy madaniyati, turmush tarzi, urf-odatlari va ma’naviy qadriyatlarini, avvalo, ularning oshxonalari va ichimlik madaniyati orqali anglab yetish imkoniyatiga ega bo‘ladilar. Shu jihatdan, gastronomik turizm faqat ovqatlanish ehtiyojini qondirish vositasi emas, balki xalqlarning tarixiy-madaniy merosini ochib beruvchi muhim ijtimoiy-mənaviy fenomen sifatida namoyon bo‘ladi.

Albatta, bunday turizm turining o‘ziga xos jihati shundaki, ko‘pincha gastroturistlar dastlab milliy taomlar va ichimliklarning tayyorlanishi, ularning uslubi va texnologiyasi bilan qiziqadilar. Biroq vaqt o‘tishi bilan ushbu jarayon orqali xalqning keng qamrovli madaniy merosi, qadimiy an’analari, turmush tarzi va tarixiy rivojlanish yo‘llari haqida ma’lumot olish imkonini topadilar. Shu tariqa gastronomiya turizmi va tarixiy-madaniy turizm o‘zaro uzviy bog‘lanib, bir-birini to‘ldiruvchi turizm turlari sifatida shakllanadi.

Oxirgi yillarda gastronomik turizmning amaliy ko‘rinishlari jadal rivojlanmoqda. Turli mamlakatlarda “Restoranlar haftasi”, “Milliy taomlar festivali”, “Meva va sabzavot yarmarkalari”, “Oshpazlik musobaqalari” kabi tadbirlar keng ko‘lamda o‘tkazilayotgani, shuningdek, vinolar, pivolar va boshqa ichimliklarni degustatsiya qilishga bag‘ishlangan maxsus festivallarning kengayishi ushbu turizm turining tarixiy va madaniy ahamiyatini yanada oshirmoqda.

Kulinariya turizmining asosiy ob’ektlari quyidagilardan iborat:

- Turistlarga oshpazlik maktablari, maxsus kurslar va master-klasslar orqali milliy kulinariya sirlarini o‘rgatish, ularda amaliyot o‘tkazish imkoniyatlari yaratish;
- Mahalliy va xalqaro miqyosda tashkil etiladigan gastronomik festivallar, ko‘rgazmalar va degustatsiya tadbirlari;
- Jahon miqyosida ovqatlanish san’ati bilan mashhur bo‘lgan mamlakatlar (Fransiya, Italiya, Ispaniya, Yaponiya, Xitoy), chunki ularning oshxonalari nafaqat milliy, balki umumbashariy madaniy meros sifatida tan olingan;
- Faqat muayyan hudud bilan bog‘liq bo‘lgan unikal mahsulotlar ishlab chiqariladigan joylar. Masalan, Fransiyaning Bordo, Burgundiya, Elzas va Shampan hududlari mashhur vinolari bilan, Niderlandiyaning Gauda va Edam shaharlari esa o‘z pishloqlari bilan butun dunyoda tanilgan.

Gastronomik turizm-bu insoniyatning taomlar va ichimliklar orqali madaniy merosini anglashga qaratilgan, tarixiy-madaniy turizm bilan uzviy bog‘liq bo‘lgan zamonaviy turizm turidir. U nafaqat iqtisodiy jihatdan foyda keltiradi, balki xalqlar o‘rtasida madaniy muloqot, o‘zaro anglashuv va milliy merosni targ‘ib qilishning muhim vositasi sifatida ham xizmat qiladi.

3.1. Gastronomik turizmning etnografik turizm turi bilan bog‘liqligi

“Etnografiya” so‘zi yunoncha *“ethnos”*-xalq, elat va *“grapho”*-yozmoq, o‘rganmoq so‘zlaridan kelib chiqqan bo‘lib, u xalqlarning madaniyati, urf-odatlari, an’analari, turmush tarzi va ijtimoiy hayotini

o‘rganish bilan shug‘ullanadigan fandir. Shu asosda shakllangan etnografik turizm esa, muayyan etnik guruhlarning milliy madaniyati, me’morchiligi, xalq san’ati, urf-odatlari va hayot tarzini o‘rganish va ular bilan tanishish maqsadidagi sayohat faoliyati hisoblanadi.

So‘nggi yillarda turizmning bu shakli gastronomik turizm bilan uzviy bog‘liq holda rivojlanmoqda. Chunki milliy madaniyatni anglashda xalq oshxonasi**,** ya’ni an’anaviy taomlar, marosim ovqatlari, pazandalik usullari va ovqatlanish odoblari eng muhim etnografik belgilar sirasiga kiradi. Shu bois, gastronomik turizm etnografik turizmning tarkibiy qismi yoki amaliy ifodasi sifatida qaraladi.

Etnografik turizmning mohiyati xalqning moddiy va ma’naviy madaniyatini o‘rganishga qaratilgan bo‘lsa, gastronomik turizm bu madaniyatning amaliy jihatini-milliy taomlar, pishirish texnologiyasi va ovqatlanish marosimlarini o‘rganish orqali namoyon etadi.

Olimlarning fikricha, xalqning oshxonasi-bu ularning tarixiy tajribasi, iqlim sharoiti, diniy e’tiqodlari va urf-odatlarining o‘ziga xos sintezi bo‘lib, uni o‘rganish orqali butun millat madaniyatini chuqurroq anglash mumkin. Shu bois, gastronomik turizm etnografik identifikatsiyaning asosiy elementi sifatida qaralmoqda.

Masalan, O‘zbekiston, Italiya, Yaponiya, Meksika, Fransiya kabi davlatlarda turistlar milliy oshxona orqali xalqning madaniyatini his qiladilar-bu esa etnografik tajribaning bevosita bir shakli hisoblanadi.

Etnografik-gastronomik turizmning asosiy yo‘nalishlari:

1. **Mahalliy oshxona madaniyatini o‘rganish**-turistlar milliy taomlar tayyorlanadigan joylarga tashrif buyurib, pishirish jarayonida ishtirok etadilar (masalan, palov, sushi yoki pasta tayyorlash ustaxonalari).

2. **An’anaviy bayram va marosimlarda qatnashish**-xalqona osh marosimlari, to‘y taomlari, diniy bayramlardagi maxsus taomlar bilan tanishish (masalan, Navro‘z sumalak, Thanksgiving kurkasi va h.k.).

3. **Qishloq xo‘jaligi va oziq-ovqat ishlab chiqarish joylariga tashriflar**-etnografik sayohatlar doirasida vino zavodlari, nonvoyxonalar, sut yoki asal ishlab chiqaruvchi xo‘jaliklarga borish.

4. **Madaniy almashinuv asosidagi oshpazlik tajribalari**-mahalliy oshpazlar bilan bevosita muloqotda bo‘lish, milliy taomlar sirini o‘rganish.

5. **Tarixiy-ovqatlanish merosini o‘rganish**-qadimiy taom retseptlarini, an’anaviy oziq-ovqat saqlash usullarini va marosim taomlarini o‘rganishga qaratilgan ilmiy-turistik dasturlar.

Etnografik turizm madaniy merosni anglashni maqsad qilsa, gastronomik turizm bu merosni ta’m orqali his qilish imkonini beradi. Bu ikki turizm turi bir-birini to‘ldiradi:

- **Etnografik jihatdan**-xalqning yashash tarzi, marosimlari, kiyim-kechagi, urf-odatlari o‘rganiladi;
- **Gastronomik jihatdan**-xalqning oziq-ovqat an’analari, pazandalik texnikasi va taom madaniyati o‘rganiladi.

Natijada, turist faqat ko‘rish emas, balki tatib ko‘rish, ishtirok etish va his etish orqali xalq madaniyatini to‘liqroq anglaydi. Bu esa turizmda tajribaviy (experience-based) yondashuvning rivojlanishiga xizmat qiladi.

Etnografik va gastronomik turizm bir-birini boyituvchi, o‘zaro integratsiyalashgan turizm shakllaridir. Ularning umumiy maqsadi-xalqning etnomadaniy merosini saqlash, uni turistlarga tanishtirish va madaniyatlararo muloqotni rivojlantirishdir. Zamonaviy turizmda gastronomik komponent etnografik sayohatning ajralmas qismiga aylanib, milliy madaniyatni global miqyosda tanitishda muhim vosita bo‘lib xizmat qilmoqda.

3.1-jadval

Etnomadaniy turizmning kichik turlari

Etnomadaniy turizmning kichik turlari	
Turlari	**Tavsifi**
Etnografik turizm	Biror bir etnik guruhlarning an’anaviy yoki odatiy bo‘lgan madaniyati bilan tanishish maqsadidagi sayohat
Etnik turizm	An’anaviy yoki odatiy hayotni kechirayotgan xalqlarning turmush tarzi, urf-odatlari va ovqatlanish madaniyati bilan tanishish

	maqsadidagi sayohat
Nostalgik turizm	Bilimga intilish, o‘z xalqi yoki etnik ajdodlari madaniyati bilan tanishish, ularning gastronomiyasi yoki o‘zining sobiq yashash joyiga, ajdodlari, qarindoshlari va oila a’zolarining yashagan joylariga borish bilan bog‘liq sayohat
Etno-tanishuv turizm	Tarixiy etnik madaniyatlarini har tomonlama o‘rganish uchun amalga oshiriladigan sayohat
Antropologik turizm	Hozirgi mavjud etnik, etno-hududiy guruhlar (ijtimoiy-madaniy turizm) va o‘tgan davrlar jamoalari (retroturizm) turmush tarziga qo‘shilish istagidan kelib chiqqan sayohat
Eko-etnografik turizm	Turli etno-hududiy jamoalarning odatiy yashash muhitini asl madaniyati bilan tanishiish maqadida amalga oshiriladigan sayohat

Etnoturizmning asosiy markazi dunyoning turli hududlaridagi xalqlar, etnik guruhlar va tillarning xilma-xilligi bilan ajralib turadigan mahalliy jamoalarning madaniyatida mujassamdir.

Etnos (xalq) bu-muayyan hududda shakllangan, umumiy tarix, madaniyat, til, din, urf-odatlar va turmush tarzi bilan birlashgan ijtimoiy-madaniy jamoani anglatadi. Shu jihatdan etnografik turizm nafaqat xalq madaniyatini o‘rganish vositasi, balki u orqali milliy qadriyatlarni chuqur his etish, an’anaviy hayot tarzini tajriba sifatida boshdan kechirish imkoniyatini beradi.

Zamonaviy davrda etnografik turizm o‘z ichiga gastronomik tajribani ham singdirgan bo‘lib, bu yo‘nalish etnomadaniy turizm tushunchasi bilan uzviy bog‘liqdir. Etnomadaniy turizm-bu etnik madaniyatlar, urf-odatlar, oshxona an’analari, tili va san’atining xilma-xilligini o‘rganishga asoslangan turizm shakli bo‘lib, u gastronomik turizm bilan o‘zaro integratsiyada rivojlanadi. Chunki taom tayyorlash va iste’mol qilish jarayoni-bu xalq madaniyatining eng muhim timsollaridan biridir.

Olimlar ta’kidlashicha, etnomadaniy motivatsiya bilan sayohatlar 1950-yillarda xalqaro turizmning barqaror turlaridan biri sifatida e’tirof

etilgan. Bu jarayonda etnomadaniy omil, ya’ni xalqning urf-odatlari, san’ati, oshxonasi va turmush tarzi-turistik qiziqish obyektining asosiy qiymatini belgilaydi.

E.L.Pisarevskiy etnik turizmni ajdodlarning vatanga tashrifi**,** madaniy meros bilan tanishish**,** etnik hududlarni ziyorat qilish va milliy madaniyatning moddiy hamda nomoddiy obyektlarini o‘rganish jarayoni sifatida talqin etgan. Olimning ta’kidlashicha, bunday sayohatlarda milliy oshxona ham alohida ahamiyat kasb etadi, chunki an’anaviy taomlarni iste’mol qilish orqali turist xalqning ruhiy dunyosi va qadriyat tizimiga kirib boradi.

Shuningdek, A.G. Butuzovning fikriga ko‘ra, etnomadaniy motivatsiyadagi sayohatlar nafaqat etnografik, balki nostalgik, eko-etnografik, antropologik va gastronomik shakllarni ham o‘z ichiga oladi. Aynan gastronomik yo‘nalish bu jarayonni yanada chuqurroq mazmun bilan boyitadi: sayyohlar nafaqat ko‘rish, balki tatib ko‘rish, tayyorlash va ishtirok etish orqali madaniyatni his etadi.

Etnografik turizm quyidagi uch asosiy shaklda namoyon bo‘ladi va har biri gastronomik komponent bilan uyg‘unlashgan:

1. Etnik jamoalarga tashrif buyurish (doimiy yoki vaqtinchalik yashovchi aholi joylari). Bunda turistlar xalqning urf-odatlari, mehnat madaniyati, me’morchiligi va hayoti bilan tanishadi. Shu jarayonda ular mahalliy oilalarda yashab, an’anaviy taomlarni iste’mol qiladi **yoki** milliy ovqat tayyorlash jarayonida ishtirok etadi**.** Masalan, O‘zbekistonda etnoqishloqlarda tandir non yopish, palov tayyorlash, sut mahsulotlarini qayta ishlash bo‘yicha amaliy ko‘nikmalar beriladi.

2. Etnografik muzeylar va folklor qishloqlarni tomosha qilish. Ochiq osmon ostidagi muzeylar va madaniyat markazlari xalq hayotining tarixiy davrlarini jonli tasvirlaydi. Bu yerda turistlar qadimiy oshxona jihozlari, pazandalik buyumlari, idish-tovoqlar va taomlar bilan tanishadi. Shu tariqa gastronomik tajriba etnomadaniy kontekstning ajralmas qismiga aylanadi. Masalan, Xorazmdagi “Ichan-qal’a” yoki Samarqanddagi “Afrosiyob” muzeylarida milliy oshxona elementlari ko‘rsatilib, turistlarga taom madaniyatining tarixiy shakllanish jarayoni namoyish etiladi.

3. Nomoddiy madaniy meros-marosimlar, bayramlar, sayillar va urf-odatlar bilan tanishish. Etnografik turizmning eng jonli ifodasi bu xalqona bayramlardir. Masalan, Navro‘z, Ramazon, Hosil bayrami kabi tadbirlarda tayyorlanadigan sumalak, osh, halim, ko‘k choy singari taomlar nafaqat ovqatlanish vositasi, balki madaniy ramz sifatida namoyon bo‘ladi. Shu tariqa gastronomik meros-etnografik turizmning hissiy, estetik va ijtimoiy o‘lchovini belgilovchi omilga aylanadi.

Zamonaviy etnoturizmda ekomadaniy yondashuv tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu yondashuvga ko‘ra, turistlar mahalliy aholining turmush tarziga zarar yetkazmagan holda, ekologik toza muhitda harakatlanishi lozim. Masalan, sayyohlar chum, yaranga yoki etnomehmonxona kabi an’anaviy turar joylarda yashashadi. Bunday joylashuv shakli nafaqat ekologik muvozanatni saqlaydi, balki mahalliy gastronomik an’analar bilan ham tanishish imkonini beradi.

Mahalliy oshxonada taom tayyorlash jarayonida ekologik toza mahsulotlardan foydalanish, o‘simlik va hayvonot resurslarini asrash, ortiqcha chiqindilarni kamaytirish-bu ham etno, ham gastro turizmning barqaror rivojlanish tamoyillarini belgilaydi.

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, ko‘plab etnografik sayohatlar o‘z ichiga bir vaqtning o‘zida etnik, gastronomik, ekologik va antropologik unsurlarni qamrab oladi. Shu sababli “etnografik turizm”, “etnik turizm”, “etnomadaniy turizm” va “etnoturizm” atamalari amaliy jihatdan sinonim tushunchalar sifatida qo‘llaniladi.

3.2-jadval

Etnografik turizmning moddiy va nomoddiy obyektlari

	Etnografik turizmning moddiy obyektlari	**Etnografik turizmning nomoddiy obyektlari**
1.	Madaniyatning ma’lum bir davri bilan bog‘liq arxitektura yodgorliklari	Folklor asarlari (raqslar, qo‘shiqlar, aytishuvlar, afsonalar, ertaklar va b.)
2.	An’anaviy uslubdagi uy-joylar	Marosimlar
3.	Asl aholi punktlari	Bayramlar

4.	An’anaviy e’tiqodlar bilan bog‘liq binolar	Urf-odatlar
5.	Milliy bayramlar va marosimlar o‘tkaziladigan joylar	An’analar
6.	Hunarmandchilik va an’anaviy faoliyat uchun ishlatiladigan joylar	Texnologiya va hunarmandchilik
7.	Etnografik muzeylar	An’anaviy tibbiyot
8.	Arxeologiya yodgorliklar	Milliy taomlar, gastronomik xususiyatlar
9.	Dafn qilinadigan joylar	Sport, o‘yinlar, o‘yinchoqlar

Zamonaviy yondashuvda bu yo‘nalishlar yagona “etno-gastronomik klaster” sifatida qaraladi-ya’ni, xalqning madaniy hayoti, oshxonasi, an’analari va ijtimoiy qadriyatlari birgalikda tajriba asosida taqdim etiladi. Bu klaster madaniy merosni saqlash, turizm mahsulotini diversifikatsiya qilish va mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirishda muhim rol o‘ynaydi.

Zamonaviy turizmda etnografik obyektlar nafaqat madaniy-ma’naviy merosni saqlash vositasi, balki milliy oshxona an’analarini, xalqona pazandachilikni va gastronomik merosni targ‘ib etuvchi muhim omil sifatida ham namoyon bo‘lmoqda. Etnografik turizm madaniyatlararo muloqotni chuqurlashtirish bilan birga, gastronomik turizmni shakllantirish va rivojlantirishda ham hal qiluvchi o‘rin tutadi, chunki milliy taomlar, ularni tayyorlash jarayonlari, marosim va urf-odatlar etnik madaniyatning ajralmas qismidir.

Etnografik turizm obyektlariga quyidagi toifalar kiradi:

- **Etnografik qishloqlar va bog‘lar**-etnik guruhlarning an’anaviy uslubda qurilgan turar joylari va inshootlari, u yerda milliy taomlar tayyorlanadigan oshxonalar, tandirlar va pazandachilik ustaxonalari ham muhim eksponat sifatida xizmat qiladi;

- **Etnomadaniy xususiyatni aks ettiruvchi aholi punktlari va binolar bu**-joylarda mehmonlar milliy pazandachilik usullarini amaliy kuzatish va sinab ko‘rish imkoniyatiga ega bo‘ladi;
- **An’anaviy uylar va ularning interyerlari**-milliy oshxonalar, taom tayyorlash asboblari, idish-tovoqlar, xonaki oziq-ovqat saqlash tizimlari orqali gastronomik madaniyatni jonli namoyon etadi;
- **Hunarmandchilik va turmush obyektlari**-pazandachilik bilan bog‘liq xalq hunarlari: masalan, non yopish, milliy ichimliklar tayyorlash, ziravor aralashmalari yasash, sut mahsulotlarini qayta ishlash kabi faoliyat turlari turistlar uchun katta qiziqish uyg‘otadi;
- **Folklor jamoalari ishtirokidagi xalq sayillari va bayramlar**-milliy taomlar pishiriladigan, osh tarqatiladigan, choyxonalar yoki ochiq maydonlarda pazandachilik ko‘rgazmalari tashkil etiladigan an’anaviy tadbirlar gastronomik turizmning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi;
- **Etnografik va tarixiy-madaniy muzeylar**-ular nafaqat xalq hayotini, balki oshxona madaniyatini, milliy taomlarning tarixiy taraqqiyotini, ularning diniy, marosimiy yoki mintaqaviy ahamiyatini o‘rganish uchun manba vazifasini bajaradi.

Etnografik obyektlarning gastronomik yo‘nalishda o‘rganilishi shuni ko‘rsatadiki, **har bir etnik guruhning milliy taomi-uning madaniy o‘zligini ifodalovchi vosita**dir. Shuning uchun O‘zbekiston hududidagi etnomadaniy turizmni rivojlantirishda gastronomik merosni saqlash va ommalashtirishga alohida e’tibor qaratish lozim.

Bu borada mamlakatimizda quyidagi omillar alohida ahamiyatga ega:

- **Etnik-madaniy xilma-xillik**-o‘zbek, tojik, turkman, qozoq, qirg‘iz, eroniy va boshqa xalqlarning pazandachilik madaniyatlari o‘zaro uyg‘unlashib, boy gastronomik manzara yaratgan;
- **Madaniyatlararo integratsiya**-tarixiy akkulturatsiya jarayonida milliy oshxona shakllanib, bugungi gastronomik turizm uchun o‘ziga xos “brend” sifatida namoyon bo‘lmoqda;

- **Mahalliy aholining ishtiroki**-milliy taomlarni tayyorlashda mahalliy ayollar, hunarmandlar va oshpazlarning bevosita ishtiroki orqali “jonli muzey” tamoyili shakllanmoqda;
- **Urbanizatsiya va globallashuvga qarshi qadriyat sifatida gastronomiya**-milliy oshxona madaniyatini targ‘ib etish orqali etnomadaniy o‘zlikni saqlab qolish mumkin;
- **Turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish**-gastronomik tajriba asosida etnografik festivallar, “milliy taom haftaliklari” va “osh bayramlari”ni tashkil etish, chekka hududlarning turistik jozibasini oshirish imkonini beradi.

Shu bois, etnografik turizm obyektlari gastronomik merosni namoyon etuvchi muhim resurslar sifatida qaralishi kerak. Milliy taomlar tayyorlanadigan joylar, oshxonalar, tandirxona va choyxonalar, shuningdek, an’anaviy pazandachilik marosimlari o‘tkaziladigan maydonlar-bularning barchasi etnografik obyektlarning amaliy tarkibiy qismi bo‘lib, ular orqali turistlar xalqning madaniy va gastronomik hayotini chuqur his etadilar.

Natijada, etnografik va gastronomik turizm o‘zaro bir-birini boyituvchi, milliy merosni saqlovchi va iqtisodiy foyda keltiruvchi barqaror turizm shakli sifatida qaralmoqda. Har bir xalqning taomi-uning tarixi, iqlimi, e’tiqodi va hayot tarzining in’ikosi bo‘lib, turistlar uchun eng jonli madaniy tajribani yaratadi.

Etnografik hodisa o‘zining moslashuvchanligi, ko‘p qirraliligi va madaniy integratsiya imkoniyatlari bilan ajralib turadi. Bu turdagi tadbirlar nafaqat milliy madaniyatni, balki xalqona oshxona madaniyatini, pazandachilik merosini va an’anaviy oziq-ovqat ishlab chiqarish jarayonlarini ham jonlantirishga xizmat qiladi. Shuning uchun etnografik turizm bugungi kunda gastronomik turizmning tarkibiy va boyituvchi elementi sifatida qaralmoqda.

Turizm amaliyotida etnografik tadbirlar turli ko‘lam va yo‘nalishlarda tashkil etilishi mumkin. Masalan, mahalliy aholining chorvachilik, yilqichilik, dehqonchilik yoki asalarichilik faoliyati etno-qishloq festivallari orqali turistlarga namoyish etiladi. Bu tadbirlarda sayyohlar milliy taomlar tayyorlanish jarayonida bevosita ishtirok etib,

sut, go‘sht, asalarichilik mahsulotlari yoki donlardan tayyorlanadigan xalqona taomlarni tatib ko‘rish imkoniyatiga ega bo‘ladilar.

Bunday festivallar, ayniqsa bahor mavsumida-Navro‘z, sayillar, chorvachilik kuni kabi xalqona bayramlarda o‘tkazilib, milliy pazandachilik merosini saqlash va targ‘ib qilishga xizmat qiladi. Tadbir davomida osh tayyorlash, non yopish, milliy choy marosimlari, xalq o‘yinlari va tikuvchilik an’analari jonli namoyon etiladi. Shu tariqa, etnografik tadbirlar gastronomik qadriyatlar orqali mahalliy aholining turmush tarzi, mehnat madaniyati va tarixiy an’analarini ifoda etadi.

Etnografik tadbirlar, shuningdek, xalqlarning madaniyatlararo muloqoti uchun platforma bo‘lib xizmat qiladi. Turistlar nafaqat tomoshabin, balki faol ishtirokchi sifatida milliy osh tayyorlash jarayonlari, taomlar falsafasi va mintaqaviy pazandachilik sirlarini o‘rganish imkoniga ega bo‘ladi. Bu holat mahalliy etnik guruhlarning o‘z-o‘zini anglashi, milliy oshxona madaniyatini jonlantirish va uni iqtisodiy resursga aylantirishga yordam beradi.

Etnografik qishloq (yoki etnoqishloq)-bu an’anaviy landshaft, me’moriy uslub va etnik madaniyatning real ko‘rinishini saqlab qolgan maxsus jihozlangan majmua bo‘lib, gastronomik turizmni rivojlantirish uchun muhim baza hisoblanadi. Bunday hududlarda milliy oshxonalar, tandirxonalar, pazandachilik ustaxonalari, xalqona choyxonalar va oziq-ovqat yarmarkalari tashkil etiladi. Bu esa turistlarga milliy taomlarni nafaqat tatib ko‘rish, balki ularning tarixiy kelib chiqishi va tayyorlanish jarayonini amalda kuzatish imkonini beradi.

V.N. Kalutskov va A.Yu. Latishevlarning fikricha, etnografik qishloq-bu madaniy va turistik makonda faol rivojlanayotgan ijtimoiy-madaniy hodisa bo‘lib, u “etnik”, “milliy” va hatto “xalqaro” mazmunga ega bo‘lishi mumkin. Turizm nuqtai nazaridan esa, etnoqishloq gastronomik, agro, eko va madaniy turizm turlarini uyg‘unlashtiruvchi majmua sifatida talqin qilinadi.

Etnografik qishloqlarni tashkil etish quyidagi asosiy maqsadlarni ko‘zlaydi:

- **Milliy me’moriy va gastronomik merosni saqlash**-tarixiy oshxona uslublarini, pazandachilik texnologiyalarini va taom turlarini asrab qolish;
- **Etnik guruhlarning iqtisodiy faoliyatini namoyish etish**-qishloq xo‘jaligi va oziq-ovqat ishlab chiqarish turlarini turistlarga ko‘rsatish;
- **Xalq bayramlarini muntazam o‘tkazish**-milliy taomlar asosida gastronomik festivallar tashkil etish;
- **Etnomadaniy va gastronomik turizmni rivojlantirish**-mahalliy oshpazlik maktablarini, milliy taomlarni xorijiy sayyohlar orasida targ‘ib etish.

Etnografik qishloqlarning vazifalari orasida etnografik merosni muhofaza qilish, ta’limiy-ma’rifiy faoliyatni yo‘lga qo‘yish, dam olish va gastronomik tajribani taqdim etish alohida o‘rin tutadi. Bunday obyektlarda mahalliy aholi an’anaviy hunarmandchilik, oziq-ovqat mahsulotlarini tayyorlash va xalqona pazandachilik bilan shug‘ullanadi. Shu tariqa, etnoqishloq milliy oshxona madaniyatini saqlovchi tirik muzey sifatida ishlaydi.

Etnografik qishloqlar va tadbirlar gastronomik turizmning tabiiy tarkibiy qismiga aylangan. Ular orqali sayyohlar milliy taomlarning ma’nosi, kelib chiqishi, tayyorlanish jarayoni va marosimiy jihatlarini o‘rganadilar. Shu bilan birga, bunday obyektlar mahalliy iqtisodiyot, qishloq hayoti va milliy pazandachilikni qo‘llab-quvvatlashga hissa qo‘shadi.

Etnografik turizm-bu madaniyat, oshxona va inson qadriyatlarini birlashtiruvchi barqaror turizm modeli bo‘lib, u xalq merosini asrash va milliy gastronomik an’analarni global miqyosda targ‘ib etish imkonini beradi.

Etnografik turizmning gastronomik turizm bilan integratsiyalashuvi hozirgi davrda madaniy merosni saqlash, milliy o‘zlikni targ‘ib qilish va barqaror turizmni rivojlantirishning muhim vositasi sifatida qaralmoqda. Mahalliy oshxona, an’anaviy turar joy, urf-odatlar va marosimlar-bularning barchasi turistlarga nafaqat ko‘rish, balki his qilish, tatib

ko‘rish va ishtirok etish imkonini beruvchi tajribaviy turizm shaklini yaratadi.

Shu bois, kelajakda etnografik-gastronomik turizm xalqaro miqyosda milliy identitetni namoyish etuvchi, iqtisodiy va madaniy barqarorlikni ta’minlovchi strategik yo‘nalishlardan biri bo‘lib qoladi.

3.2. Gastronomik turizmning qishloq turizm turi bilan bog‘liqligi

XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab butun dunyoda insoniyatning tarixiy-madaniy merosi va tabiiy boyliklarini asrab-avaylash masalasi alohida dolzarblik kasb eta boshladi. Bu jarayon natijasida qishloq turizmi tez sur’atlar bilan shakllandi va ommalasha boshladi. Bugungi kunda sayyohlarning mahalliy aholiga yaqinlashishi, ular bilan samimiy muloqot qilishi, qishloq hayotini bevosita his etishi, qishloq xo‘jalik ishlarida qatnashishi, tabiat qo‘ynida hordiq chiqarishi va sport bilan shug‘ullanishi-qishloq turizmining beqiyos imkoniyatlarga ega ekanligini yaqqol ko‘rsatmoqda.

So‘nggi yillarda qishloq turizmining ko‘p qirrali faoliyati uni yanada ommalashtirib, global miqyosda jadal rivojlanishiga olib kelmoqda. Ayrim tadqiqotchilar uni ekologik turizmning tarkibiy qismi sifatida ko‘rishadi. Chunki ko‘pincha ekoturizm ham tabiat bag‘rida joylashgan qishloqlar hududida amalga oshadi. Turistlar ekotur paytida mahalliy aholining xizmatlaridan foydalanib, ularning turmush tarziga yaqinlashadilar. Jahon adabiyotida ekologik turizm turlicha atamalar bilan tilga olinadi: yumshoq turizm, tog‘ turizmi, tabiat turizmi, yovvoyi turizm, yashil turizm, sarguzasht turizmi, agro turizm va ekoturizm.

Ammo qishloq turizmi ekoturizmdan bir qator jihatlari bilan farq qiladi. Chunki bu turizmda sayyohlar qishloq aholisi-dehqon, fermer yoki chorvadorlar bilan birga yashab, ularning turmush tarziga bevosita kirib boradilar, ko‘pincha ishlab chiqarish jarayonlarida ishtirok etadilar. Bu esa oddiy tabiat qo‘ynida dam olishdan ko‘ra ancha kengroq, ijtimoiy va madaniy mazmun kasb etadi.

Qishloq turizmi nafaqat dam olishni, balki gastronomik turizm bilan ham chambarchas bog‘liq. Chunki sayyohlar qishloqda yashar ekan, ular bevosita mahalliy taomlar, milliy pazandalik sir-asrorlari, ekologik toza

mahsulotlardan tayyorlangan ovqatlarni tatib ko‘rish imkoniga ega bo‘ladilar. Masalan, dehqonchilik yoki chorvachilik mahsulotlaridan tayyorlangan nonushtalar, uy sharoitida tayyorlangan non, sut mahsulotlari, milliy taomlar nafaqat turistlarning didini qondiradi, balki xalqning qadriyatlarini, urf-odatlarini o‘zida mujassam etadi. Shu sababli, qishloq turizmi gastronomik turizmning ham muhim bo‘g‘ini hisoblanadi.

Xorijiy tajriba shuni ko‘rsatadiki, qishloq turizmini rivojlantirish bir qancha ijobiy natijalarni beradi: yangi ish o‘rinlari yaratiladi, ekologik toza oziq-ovqat ishlab chiqarish rivojlanadi, hunarmandchilik va milliy mahsulotlar bozori kengayadi, tabiatni muhofaza qilishga sarmoya kiritiladi, mahalliy aholi ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan yuksaladi. Eng muhimi, milliy oshxona va taom madaniyatini targ‘ib qilish orqali xalqaro turizmda mamlakatning ijobiy qiyofasi shakllanadi.

Shunday qilib, qishloq turizmi va gastronomik turizm bir-birini to‘ldiruvchi sohalar bo‘lib, ular nafaqat tabiatni asrashga, balki xalqning ma’naviy merosini va milliy taomlarini dunyoga tanitishga xizmat qiladi.

Buyuk Britaniyada qishloq turizmi asosan mehmonlarni joylashtirish xizmatlariga yo‘naltirilgan bo‘lib, boshqa ko‘plab jihatlar Yevropa tajribalaridan olingan. Turistlarning eng ko‘p qiziqadigan yashash turlari quyidagicha ifodalanadi:

1. Fermer uyida qolish va nonushta bilan ta’minlanish. Bu imkoniyat mehmon va mezbon oila o‘rtasida samimiy muloqot va do‘stona aloqalarni shakllantiradi.

2. Alohida xonadonda istiqomat qilish. Yarim qulaylikka ega uylarda o‘z-o‘ziga xizmat qilish orqali yashash imkoniyati.

3. Birgalikda joylashish mumkin bo‘lgan uylar. 8-15 nafar sayyoh uchun mo‘ljallangan, o‘ziga xizmat ko‘rsatish asosidagi turar joy. Bu tur asosan yoshlar va talabalar orasida ommalashgan.

Britaniya modelida turli daromad guruhlariga mos ravishda hashamatli kottedjlar (lyuks), o‘rtacha daromadlilar uchun xovlilar va oddiy turdagi uy-joylar mavjud.

Shuningdek, mahalliy tadbirkorlar sayyohlar uchun milliy o‘yinlar, sport musobaqalari, poni otlarida sayr qilish, otchilik va golf kabi xizmatlarni yo‘lga qo‘yishgan. Shuning uchun shahar aholisi bahor va yoz

mavsumlarida qishloqqa qatnovchiga aylanadi.

Bu yerda gastronomik turizm ham o‘z o‘rniga ega: fermer uylarida mehmonlarga mahalliy mahsulotlardan tayyorlangan taomlar taklif qilinadi, sayyohlar qishloq mahsulotlari ta’mi bilan tanishishadi. Bolalar esa qishloq chorvachilik xo‘jaliklarida turli hayvonlarga yem berish, qo‘zichoq va buzoqlar bilan o‘ynash orqali nafaqat ekologik tarbiya, balki sog‘lom mahsulot manbai haqidagi tushunchani ham olishadi.

Fransiya qishloq turizmini rivojlantirishda dunyoda yetakchi o‘rinda turadi. U XX asrning o‘rtalaridanoq qishloq turizmini qo‘llab-quvvatlash dasturini amalga oshirgan. Bugungi kunda esa Fransiyaning barcha hududlarida bu turizm turi mukammal yo‘lga qo‘yilgan.

Fransuz modeli boshqa modellarga nisbatan murakkab va ixtisoslashgan. Masalan, mamlakatning janubida qishloq-plyaj turizmi infratuzilmalari mavjud, turistlar uchun maxsus kottedjlar qurilgan. Markaziy hududlarda esa agroturizm keng tarqalgan-bu yerda kichik uylar barcha qulayliklari bilan sayyohlar ixtiyoriga beriladi. Fransuzlar ko‘p hollarda ovqatni o‘zlari tayyorlashni xush ko‘rishadi.

Eng muhim jihati-Fransiya vino va gastronomik turizm bo‘yicha dunyoda peshqadam hisoblanadi. Asosan boy turistlar qishloq uylarida yashab, kundalik to‘liq ovqatlanish (pansion) xizmatidan foydalanadilar va milliy taomlarni tayyorlash jarayonida ishtirok etish imkoniyatiga ega bo‘ladilar.

Vino turizmi esa fransuzlarning eng sevimli yo‘nalishi bo‘lib, turistlar vinochilik xo‘jaliklariga tashrif buyurib, turli navdagi vinolarni sinashadi, shampan tayyorlash sirlarini bilishadi, turli vinolarni yig‘ib, uylariga olib ketishadi. Bu jarayon nafaqat ichimlik madaniyati, balki gastronomik tajribani ham boyitadi.

Shu bilan birga, ko‘plab sayyohlar tarixiy qo‘rg‘onlar, ibodatxonalar, arxeologik yodgorliklar mavjud qishloqlarda qolib, mahalliy taomlarni tatib ko‘rishadi. Alp tog‘larida esa asosan chang‘i sporti havoskorlari uchun qishloq turizmi xizmatlari ko‘rsatiladi.

3.3. Gastronomik turizmning agroturizm turi bilan bog‘liqligi

Agroturizm tushunchasiga turli olimlar va sohadagi mutaxassislar tomonidan bir nechta ta’riflar berilgan. Jumladan, Agroturizm assotsiatsiyasi mutaxassislari agroturizmni quyidagicha tavsiflaydi:

Agroturizm-bu qishloq hududlarida yo‘lga qo‘yilgan turizm faoliyati bo‘lib, unda mehmonlarga kompleks xizmatlar taklif etiladi. Ya’ni, yashash va dam olish, ovqatlanish, ekskursiyalar, bo‘sh vaqtni mazmunli tashkil etish, sport tadbirlari, turizmning faol shakllari hisoblangan baliq va hayvon ovlash, shuningdek, yangi bilim va tajriba orttirish imkoniyatlari beriladi.

Agroturizm turizmning yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, tabiat resurslari, madaniy-tarixiy meros va qishloq hududlariga xos noyob turizm mahsulotlari asosida shakllanadi. Shu bois agroturizm iqtisodiy munosabatlarning uchta asosiy ishtirokchisini qamrab oladi: turizm kompaniyalari, qishloq xo‘jalik sub’ektlari va sayyohning o‘zi.

Jahon amaliyotida agroturizm qishloq xo‘jaligi va hududlarni rivojlantirishda qo‘shimcha daromad manbai sifatida namoyon bo‘lmoqda. U turizmning alohida tarmog‘i sifatida 1972-yildan rivojlanib, hozirgi vaqtda dunyoda eng tez o‘sib borayotgan sohalardan biriga aylandi. U qishloqdagi hordiq chiqarishning zamonaviy ko‘rinishi sifatida turistlarni o‘ziga jalb etmoqda.

Agroturizmni o‘rganish va tahlil qilishda xalqaro tajriba muhim ahamiyat kasb etadi. Masalan, Yevropa mamlakatlaridan Buyuk Britaniya, Ispaniya, Italiya, Fransiya, Irlandiya, Germaniya, Shveysariya va Skandinaviya davlatlarida agroturizm yuqori darajada rivojlangan. Buning asosiy sabablaridan biri-qishloq hududlarida milliylikning, ayniqsa folklor san’at va qadimiy urf-odatlarning asrab qolinganidir.

Agroturizmning o‘ziga xos jihatlari shundaki, u turistlarga qishloq turmush tarzi, mahalliy madaniyat va an’analar, geografiya va tabiiy manzaralar, qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishi, chorvachilik va dehqonchilik, hunarmandchilik hamda hududga xos flora va fauna bilan yaqindan tanishish imkoniyatini beradi.

Shu tariqa, agroturizm shaharning shovqin-suronli hayotidan

charchagan, ma’naviy horsigan insonlar uchun emotsional dam olish imkonini yaratadi va ruhiy tiklanishning samarali yo‘llaridan biriga aylanadi.

Bugungi kunda turizm dunyoda eng katta daromad keltiruvchi sohalardan biriga aylandi. U bozor iqtisodiyotining ajralmas tarkibiy qismi sifatida ko‘plab mamlakatlarda shiddat bilan taraqqiy etmoqda. Turizm tarmog‘i xalqaro xo‘jalikning transport, aloqa, qurilish, savdo va iste’mol tovarlari ishlab chiqarish kabi ko‘plab sohalari bilan uzviy bog‘liq holda rivojlanib, jahon iqtisodiyotida o‘ziga xos o‘rin egallab bormoqda.

O‘zbekistonda ham turizm sohasi qishloq xo‘jaligi, sanoat va transport kabi muhim tarmoqlar qatoridan munosib joy olishi uchun tabiiy va madaniy resurslar yetarli. Mamlakatimiz Markaziy Osiyoda turizm imkoniyatlari jihatidan yetakchi hisoblanadi. Shuningdek, tarixiy yodgorliklar, arxeologiya va me’moriy meros, san’at va madaniy boyliklar, bepoyon tabiat-tog‘lar, cho‘llar, daryolar va turli landshaftlar asosiy rekreatsiya resurslarini tashkil qiladi.

Iqtisodiy islohotlar jarayonida turizm sohasiga katta e’tibor qaratilib, bu yo‘nalishda yangi xizmat turlari jadal ravishda shakllanmoqda. Turizm nafaqat milliy iqtisodiyot taraqqiyoti, balki aholini ish bilan ta’minlashning ham muhim omiliga aylandi. Bugungi kunda ziyorat turizmi, madaniy-tarixiy turizm, ekologik va rekreatsion turizm, ekstremal yo‘nalishlar, tibbiy va biznes turizmi bilan birga qishloq turizmi, gastronomik turizm, yoshlar va etnografik turizm kabi zamonaviy turlar ham ommalashmoqda.

Xususan, qishloq hududlarida agroturizm va gastronomik turizmni uyg‘unlashtirish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu yo‘nalishda sayyohlar qishloq xo‘jaligi ishlarida ishtirok etish, mahalliy mahsulotlar ta’mini tatiqlash, milliy taomlar tayyorlash jarayonlarida ishtirok etish orqali qishloq hayoti bilan yaqindan tanishish imkoniyatiga ega bo‘ladilar. Shu orqali nafaqat qishloq infratuzilmasi rivojlanadi, balki mahalliy aholi uchun qo‘shimcha ish o‘rinlari yaratiladi.

Agro va gastronomik turizmning yuksalishi qishloq joylarda mahalliy mahsulotlardan tayyorlangan organik taomlarni targ‘ib etish,

milliy an’anaviy oshxonani keng jamoatga tanitish, shu bilan birga, aholining iqtisodiy va ijtimoiy hayotini ko‘tarishga xizmat qiladi. Bu esa o‘z navbatida, barcha turizm resurslaridan oqilona foydalanishga va mamlakat iqtisodiyotida turizmning nufuzini yanada oshirishga olib keladi.

Mamlakatda agroturizmning shakllanishi va rivojlanishi bir qator omillar bilan izohlanadi:

1. Agroturizmda sayyohlarni joylashtirish uchun katta sarmoya talab qiladigan maxsus mehmonxonalar shart emas. Turistlar to‘g‘ridan-to‘g‘ri fermer xonadonida yoki ochiq havoda tezkorlik bilan o‘rnatiladigan chodir (palatka)larda ham dam olishlari mumkin. Bu esa turli toifadagi insonlarga arzon, qulay va sifatli agroturistik xizmatlardan foydalanish imkonini yaratadi.

2. Agroturizm, ekoturizmdan farqli ravishda, turoperatorlar uchun katta moliyaviy harajatlarni talab qilmaydi. Chunki uni tashkil etishda qishloq aholisining turmush tarzi, urf-odat va an’analari turizm ob’ekti sifatida xizmat qiladi.

3. Agroturizmni tarixiy, madaniy, sport, etnografik yo‘nalishlar bilan uyg‘unlashtirish samaraliroq hisoblanadi. Chunki aynan qishloq hududlarida ushbu turizm shakllari qadimdan rivojlanib kelgan. Natijada butun boshli turizm klasterini shakllantirish mumkin bo‘ladi.

4. Insonlarning tabiatga bo‘lgan texnogen bosimi va ekologik talablarni hisobga olmasligi bir qator muammolarni keltirib chiqarmoqda. Shu nuqtai nazardan agroturizm ham ekoturizm singari qishloq xo‘jaligida tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, agrolandshaftlarni muhofaza qilish va buzilgan yerlarni tiklash kabi vazifalarni bajarishga xizmat qiladi.

Shunday qilib, agroturizmni tashkil etishning asosiy shartlaridan biri-yuqorida qayd etilgan omillarni to‘g‘ri yo‘lga qo‘yish va ulardan chekka qishloq hududlarida samarali foydalanishdir. Chunki agroturizm qishloqda bir qator ijobiy natijalarga erishishga yordam beradi. Jumladan:

- yangi ish o‘rinlari yaratiladi;
- ekologik toza mahsulot ishlab chiqarishga e’tibor kuchayadi;

- qishloqqa ichki va tashqi sarmoya, shu jumladan xorijiy valyuta oqimi ortib boradi;
- aholining turmush darajasi yaxshilanadi;
- ijtimoiy-maishiy infratuzilma zamonaviylashtiriladi va yangilari quriladi;
- turizm bilan bog‘liq yangi kasblar shakllanadi;
- hunarmandchilik va savdo-sotiq taraqqiy etadi.

Biroq, agroturizmning ba’zi cheklovlari ham mavjud. U yil davomida bir xil darajada qiziqarli mahsulot taklif eta olmaydi, chunki uning mavsumiy xususiyati bor. Shuningdek, yaratilgan xizmatlarning import mahsulotlar bilan raqobatlasha olishi, malakali kadrlar yetishmasligi, ayrim hududlarda madaniy muhitga zarar yetishi ehtimoli uning barqaror o‘sishiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

Shuni alohida qayd etish lozimki, insonlar turmush darajasi oshib borishi bilan ularning bo‘sh vaqtini mazmunli o‘tkazish ehtiyoji ham ortib bormoqda. Turizm esa mamlakatga xorijiy valyuta kirib kelishini ta’minlaydigan, ishlab chiqarish samaradorligini oshiradigan va aholiga qo‘shimcha imkoniyatlar beruvchi muhim soha hisoblanadi.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda odamlarning mehnatini qadrlash, ularning dam olish va sayohatlarga bo‘lgan ehtiyojini qondirish masalasiga katta e’tibor qaratilmoqda. Mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy siyosatining asosiy yo‘nalishlaridan biri-aholiga munosib ish sharoitlari va farovon turmush tarzini ta’minlashdan iborat.

Shu bilan birga, turizm sohasining yangi yo‘nalishi bo‘lgan agroturizm hali yetarlicha tadqiq etilmagan va undan foydalanish darajasi past ekanligini qayd etish lozim. Shu bois agroturizmni rivojlantirishda xorijiy tajribani chuqur o‘rganish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Xalqaro miqyosda tahlil qilganda, hali bajarilishi zarur bo‘lgan ko‘plab vazifalar mavjudligi aniqlanadi. Xususan, turizm infratuzilmasi yetarlicha yo‘lga qo‘yilmagani, turizm sohasida xizmat ko‘rsatish turlari cheklangani ko‘zga tashlanadi.

Masalan, mehmonxonalar yoki to‘liq sharoitga ega turar joy ob’ektlarining yetishmasligi, turoperatorlar va turizmga ixtisoslashgan

korxonalarning tashkil etilmagani, shuningdek, ko‘ngilochar maskanlarning kamligi asosiy muammolardan hisoblanadi.

Shu bilan birga, tuman hududida qator ziyoratgohlar mavjud bo‘lib, ularga ziyorat va ma’naviy huzur maqsadida tashrif buyuruvchilar soni yil sayin sezilarli ravishda ortayotganini alohida ta’kidlash zarur.

Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar va topshiriqlar:

1. Gastronomiya so‘zining kelib chiqishini tushuntiring.
2. Gastronomiya birinchi bo‘lib qaysi davlatda tashkil qilindi va asoschisi kim?
3. Nima uchun O‘zbekistonda gastronomiya turizmini rivojlantirishimiz kerak?.
4. O‘zbekistonning qaysi taomlari xalqaro gastronomiya turizmida ommaviylashi haqida isbotlaringizni tushuntirib bering.
5. Siz yashab turgan joydagi milliy taomlar haqida ma’lumotlar bering.

IV BOB. OSIYO MAMLAKATLARI XALQLARINING OVQATLANISHIGA XOS XUSUSIYATLARI

4.1. Markaziy Osiyo mamlakatlari xalqlarining ovqatlanish madaniyati

Markaziy Osiyo mintaqasining asosiy aholisini turkmanlar, qirg‘izlar, qozoqlar, tojiklar va o‘zbeklar tashkil etadi. Ushbu mamlakatlar etnik jihatdan juda rang-barang bo‘lib, ko‘p millatli va ko‘p elatli jamiyatlardan iboratdir. Turli manbalar ma’lumotlariga ko‘ra, mintaqaning umumiy aholisining taxminan uchdan ikki qismini mahalliy millat vakillari, qolgan qismini esa boshqa etnik guruhlar tashkil etadi.

Masalan, O‘zbekistonda o‘zbek millati bilan bir qatorda tojiklar, ruslar, turkmanlar, qozoqlar, qirg‘izlar, yahudiylar va boshqa millat vakillari ahil hamda do‘stona munosabatda yashab kelmoqdalar. Shuningdek, Turkmaniston hududida ham turkman millati bilan birgalikda ruslar, o‘zbeklar, qozoqlar, tatarlar, ukrainlar, armanlar va boshqa etnik guruhlar hamjihat hayot kechirishadi. Umuman olganda, bu hududda 120 dan ortiq millat va elat vakillari istiqomat qiladi.

Til nuqtai nazaridan qaralganda, turkmanlar, o‘zbeklar, qirg‘izlar va qozoqlar turkiy tillar guruhiga, tojiklar esa fors (eron) tillari guruhiga mansubdirlar. Shu bilan birga, mazkur xalqlarning aksariyati-turkmanlar, o‘zbeklar, qirg‘izlar, qozoqlar va tojiklar islom diniga e’tiqod qiladilar. Bu diniy omil nafaqat ularning madaniy an’analariga, balki kundalik turmush tarziga, jumladan, ovqatlanish madaniyatiga ham muayyan ta’sir ko‘rsatgan.

Ma’lumki, islom ta’limotiga ko‘ra, musulmonlarga cho‘chqa go‘shtini va spirtli ichimliklarni iste’mol qilish man etilgan. Shu sababli mintaqadagi mahalliy xalqlarning an’anaviy taomlari bu talablar bilan uyg‘un holda shakllangan.

Markaziy Osiyo mamlakatlaridagi xalqlar ovqat tayyorlashda asrlar davomida shakllangan an’anaviy usullardan foydalanadilar. Jumladan, taomlar asosan o‘choqda tayyorlanib, yarim sferik shaklga ega bo‘lgan metall qozonlarda pishiriladi. Bunday qozonlar yordamida oziq-ovqat mahsulotlari, odatda, qaynatish yoki qovurish usullarida

tayyorlanadi. Shu bois, mintaqaning mahalliy xalqlari taomlarida aynan qaynatilgan va qovurilgan turdagi yeguliklar assortimenti juda keng rivojlangan.

Bundan tashqari, yarim sferik qozonlar faqat asosiy taomlar uchun emas, balki turli milliy non turlarini tayyorlashda ham keng qo‘llaniladi. Ayniqsa, qishloq joylarda bu turdagi qozonlar hanuzgacha aholining asosiy taom tayyorlash idishi sifatida saqlanib qolgan.

Shunday qilib, Markaziy Osiyo mamlakatlari mahalliy xalqlarining ovqatlanish madaniyati ularning etnik mansubligi, diniy e’tiqodi va tarixiy an’analari bilan uzviy bog‘liq bo‘lib, ularga xos bo‘lgan umumiy xususiyatlar quyidagicha ifodalanadi:

1. Markaziy Osiyo mamlakatlari mahalliy xalqlarining ovqatlanishida iqlim sharoitining ta’siri juda katta. Ma’lumki, ularning iqlim sharoiti, masalan, Rossiya yoki Kavkaz iqlim sharoitidan keskin farq qiladi. Markaziy Osiyo mamlakatlarida yoz paytida harorat 45°C gacha ko‘tariladi. Bunday issiq harorat bu yerda yashaydigan xalqlarning ovqatlanish tarziga ham bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Chunki issiq havoda atrof-muhit bilan odam organizmi o‘rtasidagi issiqlik almashinuvi jarayoni susayadi va issiq havo ta’sirida taom hazm qilish organlarining faoliyati pasayadi. Bizga ma’lumki, Markaziy Osiyo mamlakatlarida kuniga uch marta ovqatlanish (ertalabki nonushta, tushlik va kechki taom) tartibi shakllangan. Agar havoning salqin paytlarida bir kunlik taomning kaloriyasi bo‘yicha 20-25% ertalabki nonushtaga, 40-45% tushlikka, 25-30% esa kechki taomga to‘g‘ri kelsa, havoning issiq kunlarida bir kunlik taomning asosiy qismi (40-45%) kechki taomga to‘g‘ri keladi. Chunki salqin kunlarida issiqlik almashinuv jarayoni va ovqat hazm qilish organlarining faoliyati qayta tiklanadi.

2. Markaziy Osiyo mamlakatlari mahalliy xalqlarining pazandachiligida go‘sht bo‘laklarga ajratilmaydi, taomlar tayyorlashda (kabob va qiymalangan go‘shtdan tashqari) suyagi bilan birga qo‘shib pishiriladi va dasturxonga tortiladi. Ayrim taomlarni tayyorlashda Yevropa xalqlari pazandachiligida qabul qilingan maxsus bulonlar

tayyorlanmaydi, uning oʻrniga shu taomni tayyorlash uchun ajratilgan goʻsht suyaklarini oddiy qaynatmasidan foydalanadi.

3. Ular taomlarni va choyni hatto yozning issiq kunlarida ham issiqligicha iste'mol qilishadi. Qishloq joylarida yoz kunlari aholining aksariyati hozir ham qalin kiyim (chopon va telpak) kiyib yurishadi. Ma'lumki, kiyim tagida terning bugʻlanishi natijasida hosil boʻlgan salqinlik uzoq vaqt saqlanib turadi. Taom va choyni issiqligicha iste'mol qilish esa terning ajralib chiqishini va bugʻlanishini tezlashtiradi. Bu esa issiq kunlarda organizmning suyuqlikka boʻlgan talabini pasaytiradi va uni suvsizlikdan saqlaydi.

4. Markaziy Osiyo mamlakatlari mahalliy xalqlarining pazandachiligida taomlarni tayyorlash va suzib uzatishda souslar ishlatilmaydi. Ularning oʻrniga qatiq va suzma kabi mahsulotlardan foydalaniladi. Barcha mahalliy xalqlar yogʻli goʻsht va taomlarni yaxshi koʻrishadi va qoʻy goʻshtini sevib iste'mol qilishadi.

5. Markaziy Osiyo mamlakatlari mahalliy xalqlariga xos xususiyatlardan yana biri shundan iboratki, ular tojik, turkman, oʻzbek, qozoq yoki qirgʻiz boʻlishidan qat'iy nazar juda ham mehmondoʻst xalq, dasturxoni hamisha ochiq va toʻkin. Mehmonlarni ularning millati, dini, dunyoqarashi, yoshi, jinsi va egallab turgan lavozimidan qat'iy nazar juda katta hurmat va izzat-ikrom bilan kutib oladi. Bu oʻzbek xalqining «Mehmon otangdan ham ulugʻ« degan maqoli yaqqol misol boʻla oladi.

Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatini koʻrsatishda turistik tashkilotlar xodimlari boshqa mamlakatlardan ayniqsa, subtropik iqlim sharoitida joylashgan mamlakatlardan tashrif buyuradigan turistlarni ovqatlantirishini tashkil qilishida Markaziy Osiyo mamlakatlari issiq iqlim sharoitining ta'sirini hisobga olishlari lozim. Chunki har bir xalq oʻzining tili, dini, urf-odati, uy-joyi, milliy kiyimlari, milliy oʻyini, musiqasi, tarixiy arxitektura obidalariga ega. Xuddi shuningdek, har bir xalqning oʻziga xos pazandachiligi, ovqatlanish odatlari va sevimli taomlari boʻladi. Taomlar tayyorlash va ovqatlanish madaniyati har bir xalqning asosiy an'analaridan biri hisoblanib, asrlar davomida shakllanib hamda takomillashib boradi. Pazandachilik har bir xalqning milliy an'analarini oʻzida mujassamlashtiradi. Shuning uchun ham palov

oshi oʻzbek yoki tojik xalqi uchun dunyodagi eng mazali taom hisoblanadi.

Taomlarni tayyorlash texnologiyasi dunyoda inson faoliyatining eng qadimiy sohalaridan biri hisoblanadi, chunki taomga boʻlgan inson ehtiyoji birlamchi hisoblanadi. Taomlar tayyorlashda ishlatiladigan oziq-ovqat mahsulotlarining assortimenti, ularning miqdori, sifati va ovqatlanish tarzi inson hayotiga katta ta'sir koʻrsatadi. Ovqatlanish tarzi, taomning ta'mi, hidi va tashqi koʻrinishiga koʻnikish asrlar davomida shakllanib avloddan-avlodga oʻtib kelgan.

Har bir xalq pazandachiligining asosini bir-biri bilan bevosita bogʻliq boʻlgan ikkita omil tashkil qiladi. Ularning birinchisi-taomlar tayyorlash uchun taom sifatida toʻgʻridan-toʻgʻri ishlatiladigan mahsulotlar turlari, ikkinchisi esa taomlar tayyorlash uchun foydalaniladigan oziq-ovqat, xomashyo va mahsulotlarga texnologik ishlov berish usullari hisoblanadi. Taomlar tayyorlashda ishlatiladigan oziq-ovqat mahsulotlarining turlari, ya'ni assortimenti, ushbu mamlakatning geografik joylashuviga, iqlimi va iqtisodiy sharoitlariga bogʻliq. Masalan, dengiz va okeanlar bilan chegaralangan hamda baliqchilik xoʻjaligi tarmoqlari rivojlangan mamlakatlar xalqlarining milliy pazandachiligida baliq va baliq mahsulotlaridan, faqat chorvachiligi rivojlangan mamlakatlarda goʻsht va sut mahsulotlaridan, asosiy faoliyati oʻrmonchilik bilan bogʻliq boʻlgan mamlakatlarda oʻrmon va tabiat in'om etadigan mahsulotlardan, agrotexnikasi yaxshi rivojlangan mamlakatlarda esa sabzavot, meva va poliz mahsulotlaridan tayyorlanadigan taomlar assortimentining ulushi yuqori hisoblanadi.

Bundan tashqari mamlakatlarning geografik joylashuvi va iqlim sharoiti taomlar tayyorlashda ishlatiladigan ziravorlar turiga ham katta ta'sir koʻrsatadi. Masalan, Janubiy Amerika, Markaziy Osiyo va shunga oʻxshash issiq iqlim sharoitli mintaqalarda joylashgan mamlakatlarning xalqlari taomlar tayyorlashda oʻtkir hidli va ta'mli ziravorlardan koʻp foydalanishsa, salqin va sovuq iqlim sharoitli Shimol mamlakatlar xalqlari esa ta'mi va hidi oʻtkir boʻlmagan taomlarni yoqtirishadi.

Yuqorida koʻrsatilganlardan tashqari taom sifatida iste'mol qilinadigan oziq-ovqat mahsulotlari assortimentiga xalqlarning urf-

odatlari, har xil diniy va boshqa ta’qiqlar hamda kishilarning jonivorlarga munosabatlari ham katta ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, islom diniga e’tiqod qiladiganlarga cho‘chqa go‘shti va spirtli ichimliklarni iste’mol qilish ta’qiqlanadi. Bundan tashqari ba’zi bir xalqlar va ularning guruhlari jonivorlarni xuddi o‘zlariga o‘xshash tirik jon deb tasavvur qilishadi va ba’zilar ularning go‘shtini, ba’zilari esa sutini iste’mol qilishmaydi. Ulardan biri Hindiston davlati bo‘lib, mahalliy aholi uchun sigir muqaddas hisoblanadi va shu sababli ham ular mol go‘shtini, ruslar esa ot go‘shtini iste’mol qilishmaydi. Ular taom sifatida faqat o‘simlik mahsulotlaridan foydalanishadi. Albatta, ular yashaydigan mamlakatlar milliy taomlari assortimentining aksariyatini sabzavot, meva va boshqa o‘simlik mahsulotlaridan tayyorlangan taomlar tashkil qiladi.

Shuni ta’kidlab o‘tish kerakki, taom sifatida iste’mol qilinadigan oziq-ovqat mahsulotlar va ziravorlarning assortimenti ovqatlanish tarziga xos xususiyatlarni hali to‘liq ifodalay olmaydi, chunki har xil mamlakatda texnologik ishlov berish natijasida bir xil mahsulotdan har xil hid va ta’mga ega bo‘lgan tayyor mahsulotlar olinadi. Demak, xalqlar ovqatlanishiga xos xususiyatlarning shakllanishiga taomlar uchun ishlatiladigan oziq-ovqat mahsulotlarining turlaridan tashqari ularga texnologik ishlov berishning milliy usullari ham katta ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, tandirda va maxsus apparatlarida pishiriladigan non hidi va ta’mi bo‘yicha bir-biridan keskin farq qiladi.

Guruch Osiyo mintaqasida joylashgan mamlakatlar xalqlarining asosiy oziq-ovqat mahsuloti hisoblanadi. Lekin guruchdan Tojikiston, Hindiston yoki Xitoyda tayyorlangan taomlar unutilmaydigan o‘ziga xos ta’m va hidga ega bo‘ladi.

4.2. Markaziy Osiyo mamlakatlari xalqlarining gastronomiyasi

Quyida har bir mintaqaning milliy oshxonasida pishiriladigan taomlari va pazandachiligidagi o‘ziga xos xususiyatlari haqida ma’lumotlarni keltirib o‘tamiz.

Turkman xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlari. Turkman pazandachiligida o‘zbek va qoraqalpoqlarning taomlariga o‘xshash taomlar juda ko‘p. Shunga qaramasdan, turkman taomlari

assortimentida, ularni tayyorlash texnologiyasi va dasturxonga tortish qoidalarida milliy an’analar saqlanib qolgan. Shu bilan birga turkman pazandachiligi ishlab chiqarish sohasining bir turi sifatida, yangi milliy taomlar bilan boyib va takomillashib bormoqda. Bunga XIX asrning oxiri va XX asrning boshlarida kartoshka, pomidor, bodring, baqlajon, karam, patisson, kabachka, bulg‘or kalampiri va piyoz kabi sabzavotlarning Markaziy Osiyo mamlakatlarida keng tarqalishi, respublikada makaron, qandalot mahsulotlari, turli konservalarni ishlab chiqaradigan oziq-ovqat sanoati tarmoqlarining vujudga kelishi sabab bo‘ldi. Bugungi kunda turkman milliy taomlari assortimentini yuqorida nomlari ko‘rsatilgan mahsulotlarsiz tasavvur qilish qiyin.

Turkman xalqi azaldan chorvachilik va dehqonchilik bilan shug‘ullanib kelgan. Shu sababli milliy taomlar assortimentida go‘sht va sut mahsulotlari hamda hamirli taomlarning hissasi katta. Turkmanlar ot go‘shtini iste’mol qilishmaydi. Ular taomlar tayyorlash uchun qo‘y, echki, mol, tuya, tovuq go‘shtlaridan, yovvoyi qush va hayvon go‘shtlaridan esa kaklik, tustovuq, jayron va kiyik go‘shtlaridan foydalanishadi. Yovvoyi qush va hayvon go‘shtlaridan asosan palov oshini tayyorlashda ishlatishadi.

Markaziy Osiyo mamlakatlari ichida Turkmaniston eng issiq iqlim sharoitiga ega. Uning issiq iqlimi go‘shtli va sabzavotli birinchi taomlar tarkibiga ham ta’sir ko‘rsatgan. Shu sababli turkmanlarning birinchi milliy taomlari o‘zbek yoki tojik xalqlari taomlariga nisbatan ancha suyuq tarkibga ega. Go‘shtli suyuq taomlardan eng sevimlisi “chorba gaynatma” va “dograma” hisoblanadi. Umuman, birinchi taomlar suvda, suyak qaynatmasidan, sutda yoki sut va suv aralashmasidan tayyorlanadi. Birinchi taomlarni tayyorlashda nafaqat go‘sht va sut mahsulotlaridan, dengiz bo‘yi mintaqalarida esa baliqlardan ham foydalaniladi. Baliq (osyotr, beluga, seld) bilan hatto palov oshi ham tayyorlanadi. Hamirdan ugrali va chuchvarali suyuq taomlar tayyorlanadi. Turkman pazandachiligida makkajo‘xori uni ham keng qo‘llaniladi. Makkajo‘xori unidan atala, kurtuk va non tayyorlashda ishlatiladi.

Go‘shtli ikkinchi taomlardan eng sevimlisi qovurilgan go‘sht

(gavurdak), qovurilgan va moyda saqlangan go‘sht (gavurma), chishlik (shashlik) hamda palov hisoblanadi. Oldin muzlatkichlarning bo‘lmaganligi sababli go‘sht va go‘sht mahsulotlari qish va erta bahor paytlarida iste’mol qilish uchun har xil usullar yordamida tayyorlab qo‘yilgan. Unda go‘sht mayda bo‘laklarga bo‘lingan holda charvi yoki dumba yog‘ida qovurilgan va saqlangan. Turkmanlar pazandachiligiga xos bunday xususiyat taomlar tayyorlash vaqtining qisqarishiga imkon bergan. Go‘sht mahsulotlariga ishlov berishning bunday texnologiyasi bugungi kungacha saqlanib, qo‘llanilmoqda.

Turkman pazandachiligida aholi kundalik hayotida sigir, qo‘y va echki sutlarini tabiiy holda iste’mol qilishgan. Turkmanlar azaldan suvli joylarda g‘alladan (bug‘doy, arpa, makkajo‘xori) tashqari sholi, tariq va dukkakli mahsulotlarni (asosan mosh va mahalliy oq loviya) ham yetishtirib, ulardan turli xil taomlar tayyorlash uchun foydalanishgan. Bugungi kunda ulardan tayyorlanadigan aksariyat taomlarni tayyorlash texnologiyasi va resepti turkman oilalarida keng qo‘llaniladi.

Turkman milliy taomlarining o‘ziga xos yoqimli ta’mi va hidiga ega bo‘lishida ziravorlarning ahamiyati juda ham katta. Eng keng tarqalgan ziravorlardan qora murch hisoblanadi. Bundan tashqari achchiq qizil qalampiri ham keng tarqalgan.

Markaziy Osiyo mamlakatlarining boshqa mahalliy xalqlaridek turkman xalqi ham yoz kunlarida chanqoqni bosish va suvni kam miqdorda iste’mol qilish maqsadida ko‘k (gyok) yoki qora (gara) choy ichadi. Choy ichish shunday odatga aylanganki, u qish va salqin paytlarda ham juda ko‘p iste’mol qilinadi. Qora choyni respublikaning g‘arb tomonida yashaydigan va asosan chorvachilik bilan shug‘ullanadigan turkmanlar ichishadi. Choyga ular biya sutini yoki qaymog‘ini qo‘shib iste’mol qilishadi. Qora choy faqat havoning salqin paytlarida ichiladi. Issiq paytlarda deyarli hamma joyda issiq ko‘k choy ichiladi.

Markaziy Osiyo mamlakatlari xalqlari mehmondo‘st xalq bo‘lganligi sababli ham har bir turkman kishisi kelgan yoki tanishgan mehmonini uyiga taklif qilishadi. Rozilik bergan mehmon oldiga birinchi navbatda so‘ramasdan issiq chorek (tandirda pishirilgan milliy

non turi) va choy keltirib qo‘yadi. Choydan oldin bemalol o‘tirishi uchun har bir mehmonga uy kiyimi beriladi. O‘zbek va tojik mehmondo‘stligidan farqli ravishda har bir mehmon uchun choy alohida choynakda beriladi. Yana bir farqli jihati shundaki, turkmanlar taomni boshlashni mehmondan iltimos qilishmaydi.

Qirg‘iz va qozoq xalqlarining ovqatlanishiga xos umumiy xususiyatlar. O‘tmishda qirg‘iz va qozoqlar asosan chorvachilik bilan shug‘ullanib kelishgan. Albatta, bunday turmush tarzi millatlar pazandachiligiga va ovqatlanishiga ham o‘z ta’sirini ko‘rsatgan. Shu sababdan ham ularning asosiy oziq-ovqat mahsulot go‘sht, sut hamda ular bilan birga iste’mol qilinadigan non bo‘lgan. Dehqonchilik bilan kam shug‘ullanganliklari sababli qozoq va qirg‘izlarda sabzavotlar, yormalar va dukkakli mahsulotlar ulushi juda ham past bo‘lgan. Lekin XIX asrning oxiri va XX asrning boshlarida qirg‘iz va qozoqlarda ham poliz ekinlari turlari va oziq-ovqat sanoatida ishlab chiqariladigan mahsulotlarning tarqalishi natijasida milliy pazandachilikning boyishiga katta ta’sir ko‘satdi.

Qirg‘iz va qozoq xalqlarining tili, dini va issiq iqlim sharoitining bir xilligidan tashqari taomlar tayyorlash texnologiyasi va ularni iste’mol qilish qoidalarida ham o‘xshashliklar bo‘lishiga qaramay qozoqlarning ham, qirg‘izlarning ham ovqatlanishida o‘zlariga xos xususiyatlari mavjud.

Qirg‘iz xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlar. Qirg‘iz xalqining sevimli milliy taomlari tarkibida go‘sht va sut mahsulotlari hamda hamirli taomlar kiradi. Ularni tayyorlashda uy hayvonlaridan qo‘y, mol va ot go‘shtlari, yovvoyi qush va hayvon go‘shtlaridan esa tog‘ echkisi, kiyik kabi hayvonlarning go‘shtlaridan foydalaniladi.

Qirg‘iz milliy taomlarini tayyorlashda issiqlik bilan ishlov berishning faqat qaynatish va qovurish usullaridan foydalaniladi, ayniqsa qaynatish usulidan ko‘proq foydalaniladi. Oziq-ovqat mahsulotlarini dimlab taomlar tayyorlash usuli deyarli qo‘llanilmaydi. Shu sababli ham qirg‘iz milliy taomlarini tayyorlash texnologiyasi oddiy texnologiyalardan hisoblanadi.

Bugungi kunda qirg‘izlarning sevimli taomlaridan biri qo‘y

go‘shtidan tayyorlanadigan “beshbarmoq” hisoblanadi. Bu taom asosan tantanali kunlarda mehmonlar uchun tayyorlanadi. Uni tayyorlashda so‘yilgan mol, odatda qo‘y go‘shti, ichak-chovoqlari bilan birga kam suvda yumshab pishishigacha qaynatib olinadi. Uy egasi mehmon hurmati uchun, mol so‘yilganligini bildirish maqsadida mehmonga yoki mehmonlarning yoshi ulug‘idan birontasiga so‘yilgan molning kallasini ko‘rsatishga harakat qiladi. Pishgan go‘sht mayda (3-4 mm) bo‘laklarga bo‘linadi va ugra aralashtiriladi. Taomni boshlashdan oldin dasturxonga go‘sht bilan birga pishirilgan mol kallasi va idishda bulon keltiriladi. Mol kallasini birinchi bo‘lib mehmonlardan eng ulug‘i tatib ko‘rishi va keyin qolganlarga kesib uzatishi lozim. Eng ulug‘ mehmon dasturxon atrofida o‘tirganlarning martabasini, yoshini va boshqa xususiyatlarini hisobga olgan holda kalla go‘shtini va qismlarini kesib beradi.

“Beshbarmoq” uchun tayyorlangan ugra to‘rtburchak, kvadrat va somon shakllarda bo‘lib, uy sharoitida qo‘lda eyiladi. Shu sababli bo‘lsa kerak, u “Beshbarmoq” deb ataladi.

Qirg‘iz pazandachiligida ot go‘shti taomlar tayyorlash uchun ishlatilmaydi, u faqat kolbasa shaklida (chuchuk) iste’mol qilinadi. Ot go‘shtidan tayyorlangan kolbasa qirg‘izlarning tansiq taomlaridan biri hisoblanadi.

Biya suti davolash va sog‘lomlashtirish xususiyatiga ega bo‘lganligi uchun qimiz tayyorlashda ishlatiladi.

O‘tgan asrning 60 yillarida sigir sutidan ham qimiz olish texnologiyasi rus olimlari tomonidan ishlab chiqilgan va uning asosida hozirgi Ukraina Respublikasi mintaqasida qimiz bilan davolash muassasalari tashkil qilingan. Sigir sutidan asosan, uy sharoitida qatiq (ayran) tayyorlanadi va sovuq suv bilan aralashtirib iste’mol qilinadi.

Qirg‘iz pazandachiligida hamirdan tayyorlangan mahsulotlar choy bilan birga iste’mol qilinadi. Issiq kunlarda Qirg‘izistonning deyarli hamma joyida ko‘k choy ichiladi. Uni ertalab ham, kechqurun ham, tushlikda ham ichishadi. Issiqko‘l hududida qora choy sut va tuz qo‘shib ichiladi. Atqanchay qirg‘iz xalqining g‘ururi hisoblanadi. U choyga sut, sariyog‘, smetana va tuz solib tayyorlanadi.

Qozoq xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlari. Qozoq va

qirg‘iz xalq pazandachiligida o‘xshashliklar juda ham ko‘p. Hatto sevib iste’mol qiladigan taomlarining nomlari ham bir xil, masalan, beshbarmoq, boursoq qimiz, kurut va boshqalar. Bu asrlar davomida qozoq va qirg‘iz xalqlarining qo‘shni yashaganliklaridan va mustahkam iqtisodiy va madaniy aloqada bo‘lganlaridan dalolat beradi.

Qozoq xalqining ham eng sevimli taomlari go‘sht mahsulotlari, hamir va sutdan tayyorlanadi. Bu o‘z navbatida qozoq xalqining ham o‘tmishda, xuddi qirg‘izlardek, chorvachilik bilan shug‘ullanib kelganligini yana bir bor tasdiqlaydi. Qozoq milliy pazandachiligida taomlar tayyorlash uchun qo‘y, echki, mol, ot va parranda go‘shtlari ishlatiladi. Ulardan eng sevimlisi qo‘y go‘shti hisoblanadi. Bironta bayram yoki tantana qo‘y go‘shtisiz o‘tmaydi.

Qozog‘iston Respublikasi eng ko‘p millatli davlatlardan biri hisoblanadi. Uning hududida qozoq xalqi bilan do‘stona 100 ga yaqin millatlar va elatlar vakillari yashab keladi. Ular pazandachiligi hisobidan qozoq milliy taomlari assortimenti kengayib, ularning ba’zi bir taomlari, masalan, palov, manti, dungan ugrasi, somsa, yutaza kabilar qozoq milliy taomlariga aylangan.

Qozoq xalqining milliy taomlari asosan suvda qaynatish, bug‘da pishirish va yog‘da qovurish usullari yordamida tayyorlanadi. Qovurish va iste’mol qilish uchun chorvachilik bilan shug‘ullanadigan oilalarda dumba va charvi yog‘lari ishlatiladi. Qozoq pazandachiligida ham dimlab pishiriladigan murakkab taomlar yo‘q. Ularning pazandachiligida ham Markaziy Osiyo mamlakatlari kabi sabzavotlar va ulardan tayyorlanadigan taom turlari keng miqiyosda tarqalib, boyib bordi.

Banket, to‘y va boshqa tantanalarda qaynatilgan mol (asosan qo‘y) go‘shtidan laganda alohida keltirilib, dasturxonga qo‘yiladi. Kalla go‘shtini maydalash huquqi eng martabali yoki yoshi ulug‘ mehmonga beriladi.

Bo‘g‘irsoq (baursak) qozoq milliy pazandachiligining ko‘rki hisoblanadi. Bo‘g‘irsoqsiz bironta ham to‘y yoki boshqa tantanali marosim o‘tkazilmaydi.

Ot go‘shtidan tayyorlangan qazi juda sevimli taom hisoblanadi va

yil davomida kolbasa oʻrnida yoki boshqa mahsulotlar bilan birga pishirib iste’mol qilinadi.

Qozoq xalqi milliy pazandachiligida sut va undan achitib olingan mahsulotlar ham sevib iste’mol qilinadi. Qatiq (ayron) havoning issiq kunlarida chanqoqni yaxshi bosadi va u qaynatilib sovutilgan suv bilan aralashtirilib ichiladi. Biya suti qimizi qozoqlar uchun ham eng sevimli sut ichimligi hisoblanadi va erta bahordan kechki kuzgacha iste’mol qilinadi. Xuddi qimizga oʻxshash ichimlik moya sutidan ham tayyorlanadi. Faqat u qimiz emas, “shubat” deb ataladi.

Oʻzbek va tojik xalqlarining ovqatlanishiga xos umumiy xususiyatlar. Azaldan oʻzbeklar va tojiklar qoʻshni xalqlar sifatida doʻstona yashab kelishgan. Ular bir-birlari bilan quad-anda munosabatlarini oʻrnatgan. Oʻzbekiston mahalliy xalqining ma’lum bir qismini tojiklar, Tojikiston aholisining bir qismini oʻzbeklar tashkil qiladi.

Asrlar davomida oʻzbeklar va tojiklarning qoʻshni xalq sifatida birga yashashlari natijasida bir-birlarining ba’zi urf-odatlari va boshqa an’analari ikki millat uchun ham umumiy an’anaga aylangan. Bunday umumiylik ikki millatning ham mehmonlarni kutish va kuzatib qoʻyishda hamda turli tantana va marosimlarni oʻtkazishda yaqqol namoyon boʻladi. Bunday oʻxshashliklar ayniqsa taomlar tayyorlash texnologiyasida va ularni iste’mol qilish an’analarida kuzatiladi.

Oʻzbek va tojiklar iste’mol qiladigan oziq-ovqat mahsulotlarining turlari ham, ulardan tayyorlanadigan sevimli taomlar assortimenti ham deyarli bir xil. Ikkala millat pazandachiligida goʻsht, sut mahsulotlari, hamir, guruch va dukkakli mahsulotlardan turli xil sabzavotlar qoʻshib tayyorlanadigan taomlar ulushi juda ham katta. Ikkala xalq ham qoʻy goʻshti, palov, shoʻrva va dumba yogʻini sevib iste’mol qilishadi. Oʻzbeklarning ham, tojiklarning ham birinchi taomlari quyuq, yogʻli va toʻyimli hisoblanadi. Taomlar tayyorlashda ketma-ket bajariladigan murakkab texnologik usullardan azaldan foydalanib kelishadi. Asosan dimlab pishirish usuli nisbatan keng qoʻllaniladi. Ana shu jihati bilan oʻzbek va tojik pazandachiligi turkman, qozoq va qirgʻiz pazandachiligidan farq qiladi.

Koʻrsatilganlardan tashqari oʻzbek va tojik milliy taomlari ishtahani ochadigan oʻziga xos yoqimli taʼm va hidga ega, chunki ularni tayyorlashda turli xil ziravorlardan (murch, achchiq va shirin qalampir, arpabodiyon, sarimsoqpiyoz, zira, qoragʻat va b.) hamda yoqimli xushboʻy hidga ega boʻlgan madaniy va yovvoyi oʻsadigan koʻkatlardan keng foydalaniladi. Shunga qaramasdan har ikkala millatning ham pazandachiligining oʻziga xos xususiyatlari mavjud.

Oʻzbek xalqi milliy pazandachiligiga xos xususiyatlar. Oʻzbek pazandachiligi koʻp asrlik tarixga ega boʻlib, unda xalqning turmush tarzi, urf-odati, mehnat faoliyati turi va iqlim sharoitlari oʻz aksini topgan. Oʻzbek xalqi oʻzining mehmondoʻstligi, kattalarga nisbatan hurmat, boshqa xalqlarning shu jumladan tojik, turkman, qirgʻiz, tatar, qozoq, qoraqalpoq, rus, ukrain, arman, ozarbayjon kabi xalqlarning anʼanalarini va madaniyatini hurmat qilishi bilan ajralib turadi.

Oʻzbek milliy taomlarini tayyorlashda azaldan turli xil goʻsht, oʻsimlik, sut mahsulotlari keng miqiyosda ishlatilgan. Ovqatlanishda bugʻdoy, arpa, guruch, noʻxat, mosh, sabzi, piyoz, sholgʻom, qovoq, zigʻir va kunjut moylari, qovun, tarvuz kabi mahsulotlar koʻp isteʼmol qilingan. Shuning uchun ham oʻzbek pazandachiligida goʻsht bilan tayyorlanadigan taomlar keng oʻrin egallaydi. XX asrning boshida, faqat respublikaning baʼzi bir mintaqalaridagina yetishtiriladigan poliz ekinlari va sabzavotlari yaqin yillardan eʼtiboran respublikaning barcha qismlarida yetishtiriladigan boʻldi.

Oʻtmishda ham goʻsht-sutli, goʻsht-sabzavotli taomlar va mol yogʻi koʻp isteʼmol qilingan. Bu esa oʻzbeklarning oʻtmishda chorvachilik va dehqonchilik bilan shugʻullanganligidan darak beradi. Uy sharoitida ovqatlanishda avvallari uy va yovvoyi hayvonlarning goʻshtlari keng ishlatilgan. Bundan tashqari baʼzi bir mintaqalarda qoʻy, echki, mol goʻshtlaridan tashqari ot goʻshti ham qazi sifatida isteʼmol qilinadi. Oʻzbeklarning deyarli hammasi qoʻy goʻshtini afzal koʻrishadi, lekin baʼzi bir togʻli tumanlarda masalan, Nurotada qoʻy goʻshtidan mol goʻshti koʻproq isteʼmol qilinadi. Oʻzbek milliy pazandachiligida tovuq goʻshti ham ishlatiladi. Oxirgi yillarda oʻzbeklar ratsionida kurka goʻshti ham oʻz oʻrnini egalladi. Uy hayvonlari goʻshtidan tashqari, yovvoyi

tog‘ echkisi, qirg‘ovul, kaklik, bedana va yovvoyi kaptar go‘shtlari ham iste’mol qilinadi.

Milliy taomlarni tayyorlash uchun asosan dumba, charvi, qo‘y, mol, echki yog‘lari, kunjut, zig‘ir moylari va sariyog‘ ishlatiladi. Milliy taomlarni tayyorlashda ishlatiladigan yog‘ turlari oxirgi yillarda kungaboqar, mais, zaytun, ayniqsa paxta yog‘i ko‘payib bormoqda.

O‘zbeklar turmushini sut va sut mahsulotlarisiz tasavvur qilish qiyin. Sigir, echki, qo‘y sutlari va ulardan olinadigan mahsulotlar keng iste’mol qilinadigan milliy taomlardan hisoblanadi. O‘zbeklar biya va moya sutlarini ham iste’mol qilishadi.

Respublikaning Farg‘ona vodiysi, Surxondaryo hamda Qashqadaryo viloyatlarida qatiq mehmonlar oldiga qo‘yiladigan doimiy taomlardan biri hisoblanib, u uy egasining mehmonga nisbatan ko‘ngli ochiqligi ramzidir.

Hozirgi vaqtda sabzavotlar respublikaning barcha tumanlarida yetishtiriladi. Ulardan aksariyati-sabzi, piyoz, sholg‘om, qovoq va boshqalar azaldan respublika hududida yetishtirilgan va ulardan o‘zbek xonadonlarida taomlar tayyorlashda foydalanishgan. Sabzavotlar qaynatilgan, qovoq va sholg‘om sovutilgan holda iste’mol qilinadi. Sabzidan shirinliklar ham tayyorlangan. Kartoshka o‘rnida sholg‘om ishlatilgan, qovoq o‘zining shirin ta’mi tufayli faqat qaynatilgan holda iste’mol qilingan. Bundan tashqari qovoq va sutdan sutli taom tayyorlangan.

Bugungi kunda o‘zbeklarning ovqatlanishida shovul, ismaloq, yalpiz, bulg‘or qalampiri va baqlajon (Farg‘ona vodiysidan tashqari) ham ishlatiladi. Respublikaning Farg‘ona vodiysi, Samarqand va Toshkent viloyatlarida ovqatlanishda aholi marg‘ilon turpini, ayniqsa, suzma va chakki qo‘shgan holda ko‘p iste’mol qiladi.

O‘zbekiston tuprog‘i o‘zining a’lo sifatli mevalari-uzum, o‘rik, shaftoli, nok, olma, qovun, tarvuz, yong‘oq va shunga o‘xshash meva navlari bilan mashhur. Olxo‘ri, olcha, behi Farg‘ona vodiysida, anjir-Samarqand, Buxoro, Qashkadaryo va Toshkent viloyatlarida juda ko‘p tarqalgan.

Meva va sabzavotlardan tashqari o‘zbek pazandachiligida taomlar

tayyorlashda yovvoyi holda oʻsadigan shifobaxsh giyohlar hamma joyda ishlatiladi. Turli dorivor va ziravor oʻsimliklarning ishlatilishi oʻzbek taomlariga xos nozik va xushta’m hid beradi. Zira, arpabodiyon, zirk, qoraqat, za’faron, achchiq qizil kalampir, yanchilgan va yanchilmagan murch, shivit, petrushka, kinza, kunjut, rayxon, qalampir yalpizi, sedona donlari azaldan ishlatilib kelinadi. Shuningdek, ularning turlari soʻnggi yillarda chinnigul kurtaklari, gorchitsa, kardamon, dolchin, dafna va lavr barglari hisobiga ancha koʻpaydi.

Fargʻona vodiysi, Toshkent viloyati va Xorazm shahrida yashaydigan oʻzbeklar murch va achchiq qizil qalampir solingan oʻtkir taomlarni iste’mol qilishadi. Samarqand va Toshkent viloyatlarida hamda Fargʻona vodiysida zira va zirk juda ham koʻp miqdorda ishlatiladi, ular tayyor taomlarga nozik ta’m va xushboʻy hid beradi. Buxoro, Samarqand va Toshkent viloyatlarida non yopishda kunjut, arpabodiyon, sedanani keng qoʻllashsa, goʻshtli, sabzavotli va yormali quyuq taomlarni za’faron, kashnich, koriandr qoʻshib tayyorlashadi.

Oʻzbek milliy pazandachiligida yaqinlargacha “birinchi taom”, “ikkinchi taom”, “sous” va “garnir” kabi tushunchalar boʻlmagan. Ba’zi milliy taomlar quyuq ham, suyuq ham emas, ya’ni ular oʻzlarining tayyorlanish texnologiyasi boʻyicha quyuq va suyuq taomlar oʻrtasida turadi.

Oʻzbek milliy pazandachiligi taom pishirish uchun xomashyoni tayyorlash uslubi bilan ham boshqalardan ajralib turadi. Oʻsimlik moylarini va mol yogʻlarini tutuni chiqquncha qizdirishadi. Qizdirish jarayonida sabzi, suyak yoki piyoz boʻlakchalari qoʻshib qovurib olinadi. Bu esa yogʻning ta’mi va hidini xushboʻy qiladi, rangini oʻzgartiradi.

Oʻzbek pazandachiligining asosiy xususiyatlaridan yana biri shundan iboratki, taomlarga piyoz juda koʻp miqdorda solinadi. Goʻsht va sabzavotli taomlar koʻpigi olingandan keyin past olovda ziravorlar solib qaynatiladi va tayyor boʻlishiga 10-12 daqiqa qolganda kesilgan (xalqa yoki yarim xalqa shaklida) piyoz solinadi. Bu esa taomni suzishda qoʻshiladigan zira va koʻkatlarning nozik ta’mini va xushboʻy hidini yanada kuchaytiradi.

Qashqadaryo, Surxondaryo viloyatlarida hamda Buxoro viloyatining ayrim tumanlarida go‘shtga ko‘p miqdorda qizdirilgan yog‘da ishlov beriladi va keyin olovini ozgina pasaytirib, dimlab, oxirigacha pishiriladi. Dasturxonga uzatishda esa ustidan xalqa yoki yarim xalqa shaklida kesilgan piyoz sepib beriladi. Piyoz yog‘da dimlab pishirilgan go‘shtga yanada xushbo‘y ta’m va hid beradi.

Yana asosiy xususiyatlardan biri shundan iboratki, o‘zbek milliy pazandachiligida garnir va qaylalarning yo‘qligi va hatto bu atamalarning qo‘llanilmasligidir.

Shuni ta’kidlash lozimki, o‘zbek milliy pazandachiligida suyuq taomlarning aksariyatini tayyorlashda go‘sht oldindan qovuriladi. Bu esa nafaqat suyuq taomlarning tayyor bo‘lish vaqtini qisqartiradi, balki taom ta’miga ham ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

Ko‘p hollarda go‘sht hamirli mahsulotlar bilan birga tayyorlanadi. Yog‘li qo‘y go‘shtini hamir bilan birga ishlatishda dorivor va ziravorlarning qo‘shilishi mazali taomga xos ta’m va hid paydo bo‘lishiga sabab bo‘ladi. Barcha go‘shtli, go‘shtli-yormali va boshqa quyuq taomlarni suzib uzatishda maydalangan sabzavot (turp, pomidor, bodring) bilan chakki beriladi. Masalan, go‘shtli taomlarni sabzavotlar bilan birga qo‘shib iste’mol qilish hozirgi zamon fani nuqtai nazaridan foydali hisoblanadi, chunki sabzavotlar yog‘li taomlarning hazm bo‘lishini tezlashtiradi.

Asosiy mahsulotlar qo‘shimcha mahsulotlar bilan birga qovuriladi yoki qaynatiladi. Manti qovurilgan pomidor va piyoz, yoki chakki bilan iste’mol qilinadi.

O‘zbek milliy an’anaviy taomlari assortimentida g‘oz, kurka go‘shtlari va baliqdan tayyorlanadigan taomlar bo‘lmagan, chunki ular ilgari yetishtirilmagan.

O‘zbek pazandachiligida go‘sht mahsulotlari qo‘shilmaydigan taomlar ham juda ko‘p. Masalan, atala, gupsa, g‘ilmindi va shunga o‘xshaganlar. Sutda tayyorlanadigan va qatiq qo‘shib beriladigan taomlar assortimenti ham juda katta. O‘zbek xalqining ovqatlanishida go‘sht va jizza qo‘shib tandirda pishirilgan nonlar, somsa, ichak-chovoqdan tayyorlanadigan taomlar ham o‘ziga yarasha ulushga ega.

Milliy xonadonlarda taomni chinni, sopoldan tayyorlangan yassi, yalpoq, chuqur lagan va kosalarda, choy esa har xil hajmdagi choynaklarda damlanib, piyolalarda uzatiladi. O‘zbek xonadonlarida ovqatlanish madaniyati saqlanib qolishi bilan birga takomillashib ham boradi. Har bir taomni iste’mol qilish jarayoni choy ichishdan boshlanadi va tugallanadi. Toshkent viloyati va ba’zi tog‘li tumanlardan tashqari, hamma hududlarda ko‘k choy ichiladi. Choy bilan har xil shirinliklar (konfet, karamel, murabbo, asal, va shunga o‘xshash) beriladi.

O‘zbek taomlarining turlari juda ham ko‘p. Hamma xalqlarning sevimli taomi bo‘lgan kabi o‘zbek xalqining ham sevimli taomi bor. Bu taomning o‘ziga xosligi shundan iboratki, u har bir viloyatda turlicha tayyorlanadi. Bundan tashqari osh o‘zbekning mehmoniga taklif qilinadigan eng birinchi taomdir. Palov oshi nafaqat tantanali va bayram kunlarida, oddiy kunlarda haftada hech bo‘lmasa bir marta tayyorlanadi. Palov oshini tayyorlashda go‘shtni qazi yoki tuxum bilan almashtirish mumkin. Bundan tashqari palov oshiga behi, hatto olma, sholg‘om va sarimsoqpiyoz ham solinadi. Palov oshi tantanali va bayram kunlarida asosan erkak kishilar tomonidan tayyorlanadi. Palovga xos xususiyatlardan yana biri shundan iboratki, Buxoro shahrida palov oshini tayyorlashda guruch bilan birga mosh ham ishlatiladi. Uning miqdori guruch miqdorining taxminan 1/4-1/5 qismini tashkil qiladi.

O‘zbek milliy taomlari assortimentida guruchdan va dukkakli mahsulotlardan tayyorlanadigan birinchi va ikkinchi taomlarning ham ulushi katta. Masalan, guruchdan palov oshidan tashqari mastava, shavla, moshova, va moshkichiri kabi taomlar tayyorlanadi.

Sevimli va xalq g‘ururi bo‘lgan taomlardan tashqari har bir mintaqada yashaydigan o‘zbeklarning o‘zining sevimli taomlari ham bor. Masalan, Surxondaryo va Qashqadaryo viloyatlarida oshqovoq sho‘rva, kesgan osh, qovurilgan go‘shtga o‘xshaganlar, Toshkent shahri va viloyatlarida mastava, moshkichiri va boshqalar, Samarqand shahri va viloyat tumanlarida ko‘katli, sholg‘omli yoki kartoshkali sho‘rva, ugra, manti, Jizzax shahri va viloyat tumanlarida guruchli go‘ja, g‘ilmindiga o‘xshagan taomlar shular jumlasiga kiradi. Respublikaning

ayrim mintaqalarida koʻp tarqalgan va sevimli boʻlgan taomlar boshqa mintaqalarda tayyorlanmaydi deb oʻylash katta xato boʻladi. Ular boshqa mintaqalarda ham tayyorlanadi va iste'mol qilinadi. Har bir mintaqada sevib iste'mol qilinadigan taomlar turlari shu mintaqada yashayotgan oʻzbek xalqining qaysi elatga mansubligidan qatiy nazar shu mintaqada qadrlanadi.

Tojik xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlar. Tojik va oʻzbek xalqi har xil millat boʻlishiga qaramasdan, ular taomlarining tarkibi, assortimenti, texnologik ishlov berish usullari, tayyorlash va iste'mol qilish idishlari ham bir xil, faqatgina taomlarning nomlari har xil hisoblanadi. Chunki IV-VI asrlarda hozirgi Oʻzbekiston va Tojikiston Respublikalarining hududida ikki guruh xalq mavjud boʻlgan. Birinchi guruh vohalarda dehqonchilik bilan shugʻullanadigan aholi boʻlib, hozirgi zamon tojiklarining ajdodlari hisoblanadi. Ikkinchi guruh esa chorvachilik bilan shugʻullanuvchi koʻchmanchi xalq boʻlgan. X asrning oxirida hozirgi Oʻrta Osiyo hududiga turk tilida sozlashadigan har xil qabilalar kirib kelgan va tojiklar bilan yashagan.

Ular tojiklardan dehqonchilik sirlarini, an'analarini, shu jumladan taomlar tayyorlash san'atini ham oʻzlashtirganlar. Shu sababli ham u yerda yetishtiriladigan va tabiat in'om etadigan oziq-ovqat mahsulotlari turlari, ulardan tayyorlanadigan taomlar, xomashyolarga ishlov berish usullari, taomlarni pishirish va iste'mol qilish idishlari hozirgi ikkala xalq ajdodlarining ham asrlar davomida yonma-yon va bir xil iqlim sharoitida yashashi natijasida qoʻlga kiritgan yutuqlaridan eng asosiysi hisoblanadi. Shuning uchun ham oʻzbek va tojik pazandachiligida ularga xos xususiyatlarni alohida ajratib koʻrish shartli hisoblanadi, chunki hozirgi tojik xalqining ovqatlanishidagi xususiyatlari oʻzbek xalqiga ham tegishlidir.

Tojik pazandachiligiga xos eng asosiy xususiyatlardan biri shundan iboratki, tojiklar ham, xuddi oʻzbeklardek, yovvoyi qush va hayvon goʻshtlarini juda ham koʻp, baliqni esa kam iste'mol qilishadi. Goʻsht mahsulotlaridan asosan qoʻy va echki goʻshtlari koʻp ishlatiladi. Respublikaning togʻli tumanlarida kaklik, bedona, tustovuq goʻshtlari,

kiyik, tog‘ echkisi va yovvoyi quyon go‘shtlari u yerda yashaydigan aholi tomonidan iste’mol qilinadi. Ot go‘shti ham tojiklar ovqatlanishida dudlangan kalbasa (qazi) o‘rnida ishlatiladi. Ovqatlanish korxonalarida o‘rdak va g‘oz go‘shtlari taomlar tayyorlash uchun ishlatilsa ham uy sharoitida ishlatilmaydi. O‘rdak va g‘ozlarning tuxumlaridan ham foydalanishmaydi. Lekin tovuq tuxumlaridan taom tayyorlashda oz miqdorda ishlatiladi.

Tojik va o‘zbek xalqlarining ovqatlanishiga xos xususiyatlardan yana biri don mahsulotlari, sabzavot va poliz ekinlari va mevalarni juda ham ko‘p iste’mol qilinishidir. Faqat tojik millatiga xos bo‘lgan xususiyatlardan biri shundan iboratki, o‘zbek pazandiligiga nisbatan tojik pazandiligida taomlar tayyorlashda yovvoyi o‘simliklar (jag‘-jag‘, qoqi, ismaloq, shovul, jupar va shunga o‘xshaganlar) keng miqyosda ishlatiladi. Ular qatiq bilan birga gazak sifatida beriladi, alohida yoki go‘sht bilan birga hamirli taomlarni tayyorlashda qiyma sifatida ishlatiladi, ulardan hatto suyuq taomlar ham tayyorlanadi.

Tojik xalqining ovqatlanishida ham sut va sut mahsulotlari katta ahamiyatga ega. Tojik pazandiligida sigir, echki va qo‘y sutlari ishlatiladi. Biya suti Qirg‘iziston va Qozog‘iston bilan chegeradosh bo‘lgan tumanlarda yashaydigan aholi tomonidan achitilgan sut mahsuloti-qimiz sifatida iste’mol qilinadi. Sigir, echki va qo‘y sutlaridan esa uy sharoitida barcha Markaziy Osiyo xalqlari uchun sevimli bo‘lgan qatiq tayyorlanadi. Qatiqdan sariyog‘ olinadi. Yog‘i olinganidan keyin qolgan ayron sovuq ichimlik sifatida va yog‘siz qurut olish uchun ishlatiladi. Chakki va qatiq barcha sabzavotli gazaklarga hamda ba’zi birinchi taomlarga qo‘shimcha mahsulot sifatida beriladi.

Tojik pazandachiligida zira, arpabodiyon, qorag‘at, za’faran kabi milliy ziravorlar madaniy va yovvoyi holda o‘sadigan xushbo‘y hidli dorivor o‘simliklar (kinza, kashnich, petrushka, rayhon, tog‘ rayhoni, ko‘k piyoz va shunga o‘xshaganlar) ho‘lligida va quritilgan holda juda keng ishlatiladi. Bunday xushbo‘y hidli va ta’mli o‘simliklar va sabzavotlar ho‘lligida dasturxonga maydalanmasdan yuvilgan holda qatiq yoki chakki bilan birga beriladi. Maydalangan holda birinchi va ikkinchi taomlar hamda issiq va sovuq gazaklar ustidan sepiladi,

xushbo‘y o‘simliklar quritilgan holda maydalab, ezilgandan keyin birinchi va ikkinchi go‘shtli, sabzavotli va yormali taomlar uchun ziravorlar sifatida ishlatiladi.

Sevimli tojik taomlaridan palov, barra kabob, tandir kabob, sho‘rva, chuchvara, manti, ugra kabilar hisoblanadi. Ularni tayyorlashda issiqlik ta’sirida ishlov berishning quyidagi usullaridan foydalaniladi:

- qaynatish (suvda, bug‘da, sutda, suyak va go‘sht qaynatmalarida);
- qovurish (kam yog‘da, ko‘p yog‘da, ochiq olov ustida, yog‘siz idishda);
- dimlash (avval qovurib, keyin dimlab pishirish yoki avval suvda pishirib, keyin qovurish yoki qaynatib pishirilgan mahsulotlarni qovurish apparatida toblab pishirish).

Tojikiston Respublikasining tog‘li tumanlaridan tashqari hududlarida taom pishirishning hamma uslublaridan foydalaniladi. Dengiz sathidan yuqori bo‘lgan tog‘li hududlarida oziq-ovqat mahsulotlariga ishlov berishning faqat suvda qaynatish usuli qo‘llaniladi. Chunki, hudud dengiz sathidan qancha baland bo‘lsa, u yerda bosim shuncha past bo‘ladi va suv o‘ta past haroratlarda qaynaydi. Respublikada suv 80-90^{0}C da qaynaydigan tumanlar mavjud. U yerda qovurilgan mahsulotlar umuman pishmaydi va qotib qoladi. Shuning uchun ham faqat suvda qaynatish usulidan foydalaniladi. Suvning past haroratlarda qaynashi sababli taomning pishishi uchun o‘ta ko‘p vaqt talab qilinadi. Shu sababli baland tog‘li tumanlarda ertalabki nonushtada iste’mol qilinishi kerak bo‘lgan taomlar uchun mahsulotlar kechqurun qaynatishga qo‘yiladi.

4.3. Janubay-Sharqiy Osiyo mamlakatlari xalqlarining o‘ziga xos ovqatlanish xususiyatlari

Janubiy-Sharqiy Osiyo mamlakatlaridan yapon, xitoy va koreyslarning ovqatlanishi o‘ziga xosdir.

Yapon xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlar. Yapon pazandachiligining asosini o‘simlik mahsulotlari (guruch, sabzavot va mevalar), baliq va dengiz in’om etadigan boshqa dengiz mahsulotlari

tashkil etadi. Bundan tashqari yaponlar go‘sht mahsulotlarini (mol, qo‘y, cho‘chqa, parranda go‘shtlari) ham iste’mol qilishadi. Albatta, yaponlarning eng sevimli mahsuloti guruch hisoblanadi. Yaponlar iste’mol qiladigan guruch kam suvda qopqog‘i yopiladigan idishda tuzsiz qaynatiladi. Qaynatilgan guruch yaponchasiga «chokan» deyiladi. Chokansiz yaponlar nonushtasining bironta turini ham tasavvur qilib bo‘lmaydi. Chokan ertalab, tushlikda va kechqurun ham iste’mol qilinadi.

Nemis jurnalisti Gerta Klassen yaponlarning eng sevimli taomi qaynatilgan guruch va boshqa taomlari to‘g‘risida o‘z fikrlarni yozib qoldirgan: “Guruch berishadi. Bunday sachroqi va namsiz guruchni hech qachon yemagandim. Shuningdek, oq va qizil xom baliqlarni berishadi. Kunlardan bir kuni baliq va sabzavotlar bilan bezatilgan pirojniy berishdi. Pirojniy baliq terisiga o‘ralgan bo‘lib, tuzli bo‘ladi. Yana shunday bir tansiq taomi borki, uni faqat boy kishilargina yeyishadi. Baliqni mayin, yupqa kesishadi va uni oshpaz xrizantema guli ko‘rinishiga o‘xshagan qilib aylana patnis ustida bezatadi, chunki yaponlar nafaqat og‘zi bilan, balki ko‘zi bilan ham yeyishadi”.

Shu sababli ham yaponlar uchun taomlarni tayyorlash qanday zarur bo‘lsa, bezatish tayyorlashdan ham muhimroq hisoblanadi.

Oddiy yapon xalqining ertalabki nonushtasi tarkibiga chokandan tashqari loviyali suyuq taom va marinadlangan bodring kiradi. Yaponlar ertalab baliq va tuxum ham iste’mol qilishlari mumkin. Umuman, yaponlar ertalab to‘yib ovqatlanishadi. Tushlikda yana chokan va u bilan birga qaynatilgan sabzavotlar va quritilgan baliqdan tuxum qo‘shib tayyorlangan taom iste’mol qilishadi. Kechki ovqatda yana chokan va u bilan birga bulon va xom baliq iste’mol qilishadi. Buning uchun muzlatkichda muzlatilgan terisiz va suyaklari olingan karp yoki sudak balig‘i filesi, xuddi mol go‘shtidek, kichik bo‘lakchalarga bo‘linadi. Keyin baliq bo‘lakchalarining ustidan maydalangan ko‘katlar bilan aralashtirilgan yer qalampiri shirasidan iborat sous qo‘yib beriladi. Bundan tashqari guruch uni hamiridan ichiga quritilgan dengiz o‘tiga o‘ralgan va baliq solingan “norimaki” (pirojka) ham ishlab chiqariladi. Norimaki Yaponiyada motidan ham mashhur.

Yaponlar “Syuseku” tushunchasi bilan birlashgan bug‘doy va grechixa unlari hamiridan tayyorlanadigan ugralarni va shularga o‘xshagan boshqa kraxmalli taomlarni ham sevib iste’mol qilishadi. Grechixa uni hamiridan tayyorlangan ugra yaponchasiga “soba” deyiladi.

Milliy taomlarni tayyorlashda yaponlar ham kartoshka va sabzavotlardan keng foydalanishadi. Ulardan karam, dengiz karami, bodring, rediska, sholg‘om, baqlajon, kartoshka, soya, turp va mahalliy loviya turlari keng qo‘llaniladi. Loviya ma’lum bir darajagacha o‘stiriladi va keyin taomlar tayyorlash uchun ishlatiladi. Sabzavotlar ichida ham iste’mol qilinishi bo‘yicha birinchi o‘rinni rediska egallaydi. U mayda qilib kesilgan, qirg‘ichdan o‘tkazilgan, qaynatilgan, dimlab pishirilgan va boshqa xil texnologik ishlov berib iste’mol qilinadi. Bundan tashqari rediska yaponlar sevimli souslarining asosini tashkil qiladi.

Dukkakli don mahsulotlari ham yaponlarning ovqatlanishida katta ahamiyatga ega.

Yapon pazandachiligida baliq va baliq mahsulotlaridan tayyorlanadigan taomlar ulushi katta. Ular baliqni asosan qovurilgan, ba’zan qaynatilgan holda iste’mol qilishadi. Taomlar tayyorlash uchun quritilgan baliqlardan ham keng foydalaniladi.

Yapon milliy pazandachiligining eng asosiy xususiyatlaridan biri shundan iboratki, ularning ratsionida baliqdan tashqari dengiz mahsulotlaridan tayyorlanadigan taomlarning ulushi bor. Yaponlar dengiz in’om etadigan mahsulotlarning (malyuskalar, karakatitsalar, trepanglar-dengiz bodringi, kalmarlar, osminoglar, krablar, krevetkalar, dengiz o‘simligi-zetan, akula suzgichlari va boshqalar) hammasidan ham taomlar tayyorlash uchun foydalanadi. Masalan, akula suzgichlaridan pashtet tayyorlashadi.

Yaponlar ovqatlanishiga xos xususiyatlardan yana biri shundan iboratki, ular suyuq taomlarni juda ham yaxshi ko‘rishadi va iste’mol qilishadi. Suyuq taomlarining asosini uncha kuchli bo‘lmagan tinitilgan bulon tashkil qiladi. Suyuq taomlarni tayyorlashda ishlatiladigan mahsulotlar (asosan sabzavotlar, malyuskalar, dukkakli don mahsulotlar,

baliqlar, qo‘ziqorinlar) yarim tayyor bo‘lguncha alohida qaynatiladi, keyin esa bulonga solinib, tayyor bo‘lguncha pishiriladi.

Yapon milliy taomlarini tayyorlashda ishlatiladigan mahsulotlarni shartli ravishda asosiy va qo‘shimchalarga bo‘lish mumkin. Qo‘shimcha mahsulotlar asosiy mahsulotlar va tayyor taomlarning ta’mini, hidini kuchaytirish yoki o‘zgartirish maqsadlarida qo‘shiladi. Ularga soya, rediska, marinadlangan sarimsoqpiyoz, yer qalampiri, shakar pudrasi, turp, sholg‘om, tuzlangan bodring va o‘tkir hidli va ta’mli ko‘katlar kiradi. Yaponlar go‘shtli taomlarni sous bilan emas, limon sharbati va tuxum sarig‘i bilan iste’mol qilishadi.

Yaponlarning ovqatlanishiga xos xususiyatlardan yana biri shundan iboratki, ular semirishning oldini olish maqsadida tuzni kam iste’mol qilishadi. Bundan tashqari taomlarni tayyorlashda o‘simlik va baliq yog‘idan foydalanishadi.

Shuni ta’kidlash kerakki, yapon xalqi mevalarni ham juda ko‘p iste’mol qilishadi. Eng sevimli ichimligi ko‘k choy bo‘lib, u faqat ovqatlanish vaqtida ichiladi. Yapon choyi yevropacha va osiyocha choydan farq qiladi. Yaponlar avval choy daraxtining bargini quritishadi va kukun darajasigacha ezishadi. Bunday choy kukunidan olingan damlama ko‘kimtir tusga, o‘ziga xos ta’mga va hidga ega bo‘ladi. Yana shuni aytish mumkinki, yaponlarda choy damlash texnologiyasi san’at darajasida rivojlangan. Ular ham choyni, xuddi Markaziy Osiyo xalqlaridek, shirinliklarsiz ichishadi. Yana shuni ta’kidlash kerakki, yapon yoshlari o‘rtasida qora kofe ichish ham bugungi kunda an’anaga aylanib bormoqda.

Yaponlar mehmondo‘stligiga xos xususiyatlardan yana biri shundan iboratki, ular hamma mehmonlarni bir stol atrofida o‘tqizishmaydi, har bir mehmon uchun alohida stolga joy tayyorlashi mumkin. Stol ustiga birdaniga hamma taom turlarlarini qo‘yishadi. Mehmonlar ovqatni “siu-mono”dan, ya’ni suyuq taomdan boshlashi kerak. Lekin suyuq taom uchun qoshiq berilmaydi. U ho‘plab ichiladi. Qolgan taomlar uchun sanchqi ham berilmaydi. Ular maxsus yasalgan cho‘plar (xashe) yordamida iste’mol qilinadi.

Ekzotika ishqibozlari o‘zlarini yapon oshxonasi taomlari bilan xursand qilishlari mumkin. “Yaratma, balki top va kashf et”-bu umumiy qoidaga barcha yapon pazandalari amal qilishadi. Yapon oshxonasi-bu likopchada natyurmortlar yaratish, taomni bezash va taqdim etish san’ati. Yapon taomlari juda sodda, va oshpaz taomning asl xususiyatlarini saqlab qolishga intiladi. Masalan, xom baliqni tayyorlash ko‘pincha uni mohirlik bilan to‘g‘rash va chiroyli tarzda idishga joylashtirishdan iborat.

Yapon oshxonasining asosini sabzavotlar, guruch, turli xil dengiz mahsulotlari, shuningdek, mol, cho‘chqa, qo‘y go‘shti va parranda tashkil qiladi. Yaponlarning sevimli oziq-ovqat mahsuloti qadimdan guruch hisoblanadi.

Odatda, uni qaynatishda tuzlanmaydi, shuning uchun unga o‘tkir tuzlangan yoki o‘tkir-shirin ziravorlar qo‘shib beriladi. Dunyodagi eng mashhur taomlardan biri yapon taomi “sushi”-nori (quritilgan dengiz o‘tlari), guruch va turli xil masalliqlardan tayyorlangan kichik o‘ramalar bo‘ldi. Sabzavotlardan karam, bodring, turp, sholg‘om, baqlajon, kartoshka va soya eng ko‘p tarqalgan. Yaponiyada dukkakli mahsulotlar (tofu va miso) ham mashhur. Tofu-soya oqsilidan tashkil topgan va ko‘rinishidan tvorogni eslatuvchi dukkakli pishloq. Yaponlar uni nonushtaga iste’mol qilishni afzal ko‘rishadi. Miso-quyuq massa bo‘lib, soya dukkakklaridan tayyorlanadi. Buning uchun ular dastlab maydalanadi, qaynatiladi va achitish uchun hamirturush qo‘shiladi. Miso turli xil sho‘rvalar uchun asos hisoblanadi. Yaponlar ikkinchi taomlarni tayyorlash uchun turli ko‘rinishdagi baliqlardan foydalanadilar (xom, to‘g‘ralgan, qovurilgan, dimlangan va qaynatilgan), shuningdek, makaronlardan. Guruchli pirojkalar (moti) va norimaki (guruch hamiridan tayyorlangan, xom baliq bo‘laklari solingan va quritilgan suv o‘tlariga o‘ralgan pirojkalar) juda mashhur. Souslar xilma-xilligi ziravorlarnikidan ham ko‘proq. Souslar asosan soya va shakar kukunidan tayyorlanadi. O‘tkir-shirin sous ko‘plab milliy taomlarni tayyorlashda ishlatiladi.

Xitoy xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlar. Bugungi kunda taom shinavandalari tomonidan faqat fransuz, rus, xitoy va hindlar

pazandachiliklari tan olingan. Shu boisdan ham butun dunyoda xitoy pazandachiligi taomlariga talab juda katta. Bunday pazandachilik Xitoy xalqining moddiy boyligini va madaniyatini o‘zida aks ettirib turadi.

Xitoy xalqi nisbatan bir millatli, aholisi soni bo‘yicha dunyoda birinchi o‘rinda turadigan turli muhit, iqlim sharoiti, qulay geografik joylashuvi va umummillat pazandachiligiga ega. Xitoyda shu bilan birga har xil geografik va iqlim sharoitlarida joylashgan mintaqalarining (provinsiyalarining) o‘ziga xos pazandachiligi yo‘nalishlari mavjud.

Xitoy xalqi iste’mol qiladigan mahsulotlarning assortimenti juda ham katta. Ulardan tayyorlanadigan taomlar assortimenti esa undan ham keng. Xitoyliklar samolyotlar, vertolyotlar, uchar tarelkalardan tashqari uchadiganlarning, paroxod, kema va qayiqlardan tashqari suvda suzadiganlarning hamda po‘ezdlar, avtomobil va boshqa transport vositalaridan tashqari yer yuzida chopib yuradiganlarning hammasini, boshqacha qilib aytganda odam organizmi hazm qilishi mumkin bo‘lgan barcha narsalarni iste’mol qilishadi.

Xitoyda 8 dan 14 tagacha mahalliy pazandachilik yo‘nalishlari bor. Ulardan eng asosiysi Shanxay, Kanton, Pekin, Sichuan va Guandun pazandachiliklari hisoblanadi. Xitoy pazandachiligiga sayohat deganda-har doimo taom tayyorlash mo‘jizasiga, antiqa hidlar va an’anaviy urf-odatlar dunyosiga ekskursiya qilishni tushunamiz.

Ular asosiy taomlarni yapon xashesida, suyuq taomlarni qisqa dastali kichik chinni qoshiqchalar yordamida yeyishadi. Bundan tashqari suyuq taomlarni ovqatlanishning oxirida berishadi. Xitoyliklar taomni his qilgan holda uning qadr-qimmatiga yetib ovqatlanadi. Mehmonlar kelib o‘tirishgach, oqsuyaklarcha suhbat olib borishadi. Avval aylana miskalarda-piyolalarda shakarsiz va sutsiz oddiy ko‘k choy beriladi. Keyin esa sovuq gazak bilan miskachalar, kichik bo‘lakchalarga bo‘lingan jigar, go‘sht, baliq, parranda go‘shti, bodring, pomidor, karam beriladi. Har bir mehmonga alohida guruch solingan miska beriladi. Stolga ertaklardagidek har xil taomlar tortiladi, bittasiga boshqasi almashtirib beriladi. Katta tantanali ovqatlanishlarda 30 va 40 xilgacha taom tortiladi. Bunga qo‘shimcha yana isitilgan guruch vinosi yoki quvvatlantirilgan spirtli ichimlik ham beriladi. Mehmon bilan

hayrlashish oddidan yana shoʻrva, choy va bugʻda ushlangan sochiq beriladi.

Keltirilgan maʼlumotlardan koʻrinib turibdiki, taomlarni isteʼmol qilish qoidasi yevropacha etikaga toʻgʻri kelmaydi. Yevropaliklar birinchi navbatda isteʼmol qiladigan suyuq issiq taom xitoy pazandachiligida ovqatlanishning oxirida beriladi. Bundan tashqari ikkinchi taomlar yevropacha etika boʻyicha alohida va birin-ketin emas, ularning hammasi bir vaqtda bitta katta idishda, lekin alohida joylashtirilgan holda beriladi. Bundan tashqari restoranlarda xitoyliklarning bir marta isteʼmol qiladigan taomlar assortimenti juda ham katta, chunki ular har bir kishiga moʻljallab taomlarni kam-kamdan tayyorlashadi. Birgina ertalabki nonushtada stol ustiga 20 xildan 50 xilgacha taomlar boʻladi.

Xitoyliklar, xuddi yaponlarga oʻxshab, taomni nafaqat ogʻzi bilan, balki “koʻzi bilan” ham eyishadi. Shuning uchun ham Xitoy restoranlarida banket taomlari xuddi badiiy asarlardek bezatiladi. Shanxayda eng asosiy taom-tovus, yaʼni tovus shaklida katta idishda har xil ranglar gammasiga ega boʻlgan gazaklar, qaynatilgan, hoʻl va konservalangan sabzavotlar, mevalar, goʻsht va qaynatilgan tuxum boʻlakchalari, dengiz mahsulotlari tovus shaklida bezatiladi.

Xitoyda yeyishi mumkin boʻlgan mahsulotlar assortimenti juda katta boʻlishiga qaramasdan, uy sharoitida va ovqatlanish korxonalarida kundalik taomlarni tayyorlashda anʼanaviy mahsulotlardan foydalanishadi. Lekin ishlatiladigan souslar turlari juda ham koʻp. Shuning uchun ham souslar hisobiga bir xil asosiy mahsulotdan bir necha xil taomlar tayyorlash mumkin. Xitoy pazandachiligida taomlar tayyorlash uchun doimo ishlatiladigan mahsulotlardan yormalar, un, sabzavotlar, goʻsht, baliq, dengiz malyuskalari va oʻti, parranda goʻshti va bambuk daraxtining yosh navdalari va shunga oʻxshaganlardan iborat.

Xitoy pazandachiligida guruch koʻp ishlatiladi. Tarixdan maʼlumki, Xitoyda non yeyishmagan. Uning oʻrniga guruchdan tayyorlangan boʻtqalar isteʼmol qilingan. Bu tarixiy anʼana bugungi Xitoyning aksariyat mintaqalarida saqlanib qolgan. Xitoy

pazandachiligida guruchli bo‘tqalar quyuq (dan) va suyuq (damichjou) holda tayyorlanadi va aksariyat hollarda xitoyliklarning ertalabki nonushtasi tarkibiga kiritiladi.

Xuddi guruchdek, xitoyliklar pazandachiligini dukkaklilar oilasiga kiradigan soyasiz va uni qayta ishlashdan olinadigan mahsulotlarsiz (soya moyi, soya suti, soya tvorogi, soya sousi) tasavvur qilib bo‘lmaydi. Soya xitoyliklar uchun asosiy oqsil manbasi sifatida xizmat qiladi. Soya tvorogidan xitoy pazandachiligida 100 ga yaqin taomlar tayyorlanadi. Taomlar quritilgan va marinadlangan soya tvoroglaridan ham tayyorlanadi.

Xitoy pazandachiligida hamirdan tayyorlanadigan taomlar ulushi ham katta. Bugungi kunda hamirdan ugra, chuchvara, rus pampushkasiga o‘xshagan bug‘da pishiriladigan taom va har xil shirin qandolat mahsulotlari ishlab chiqariladi.

Sabzavotlar ham xitoyliklar ratsionida katta ahamiyatga ega. Sabzavotlar ichida karam (xitoy karami, oq boshli karam, sichuan karami) eng ko‘p ishlatiladi. Kartoshka, har xil turp, ko‘k batun-piyozi, sarimsoqpiyoz, pomidor, bulg‘or qalampiri, shpinat, yashil loviya va boshqalardan ham juda ko‘p foydalaniladi. Sabzavotlardan tashqari xitoyliklar pazandachiligida bambukning shirali yosh o‘simtalari ham qaynatilgan va konservalangan holda ko‘p iste’mol qilinadi. Sabzavotlarning aksariyati marinadlangan, soya sousida tuzlangan va quritilgan holda iste’mol qilinadi, ular gazak sifatida bo‘tqalarga ham solinadi.

Go‘sht mahsulotlaridan mol, qo‘y, cho‘chqa va parranda go‘shtlari ishlatiladi. Go‘shtli taomlarning aksariyati cho‘chqa va parranda go‘shtlaridan tayyorlanadi. Mol va qo‘y go‘shtlaridan juda kam foydalaniladi. Parranda go‘shtlaridan asosan o‘rdak va tovuq go‘shtlari ishlatiladi. Xitoyliklarning eng sevimli taomi ham o‘rdak go‘shtidan tayyorlanadi.

Xitoy milliy taomlarini tayyorlashda parrandalarning nafaqat go‘shtlari, balki ularning tuxumlari ham ko‘p iste’mol qilinadi. O‘rdak tuxumlaridan ba’zi bir taomlarni tayyorlash uchun foydalanishdan oldin ularga maxsus ishlov beriladi: tuxumlar o‘simlik kuli, ohak, soda va

tuzda aralashtirilib, tayyor bo‘lgan aralashma yerda 20 kundan 100 kungacha saqlanadi. Saqlash davrida o‘rdak tuxumining oqsili qo‘ng‘ir rangga, sarig‘i esa yashil rangga kiradi va tuxumning ta’mi o‘zgaradi.

Taomlar tayyorlashda Xitoy pazandachiligida baliqlardan, ayniqsa karp, qilich-baliq, kambala, xitoy okuni, dengiz molyuskalaridan (kalmar, osminog, karakatitsa), krevetka, krab, ustritsa kabilardan ham juda keng foydalanishadi.

Xitoy milliy pazandachiligining tarixi qadim zamonlarga borib taqaladi va xitoyliklarning tug‘ma pazanda ekanligidan darak beradi. Bunga qadimiy Xitoy faylasufi Konfutsiy taom tayyorlash bo‘yicha o‘z fikrlrini qildirgan. Konfutsiyning bu ko‘rsatmalari Xitoy pazandalari tomonidan aksioma sifatida qabul qilinib, bugungi kungacha amal qilinadi. Mahsulotlarni kesishda ular o‘lchamlarining bir xil bo‘lish talabiga juda qattiq amal qilinadi, chunki yupqa qilib kesilgan mahsulotlar qalin kesilganlarga qaraganda tez qovuriladi va kuyib ketmaydi. Mahsulotlar to‘rtburchak shaklida kesilganda uning o‘lchami $1sm^3$, somon shaklida kesilganda esa qalinligi 2 mm, uzunligi 6-8 sm, rombik shaklidagisining qalinligi 1 sm, eni 2 sm, uzunligi 6-7 sm, kichik bo‘lakchalarga bo‘linganda esa qalinligi 1,5-2,0 mm, eni 2 sm, uzunligi 5-6 sm bo‘lishi kerak. Xitoy pazandalari mahsulotlarni kesishda o‘tkir boltasimon katta pichoqlardan foydalanishadi.

Lekin choy navi Xitoyda uncha ko‘p emas. Xitoyliklarning eng sevimli ichimligi ko‘k choy hisoblanadi. Choy qaynab turgan suv bilan chinni choynaklarda damlanadi va har bir kishi uchun alohida piyola uzatiladi. Ba’zan choy qopqoqli chashkachalarda ham damlanishi mumkin. Xitoyda choy shirinliksiz ichiladi. Ko‘k choydan tashqari yasmin choyini ham iste’mol qilishadi. Xitoyliklar nafaqat o‘zining vatanida, balki boshqa mamlakatlarga borganda ham choyni juda ko‘p ichishadi. Har bir taomni iste’mol qilish choy ichish bilan boshlanib, choy bilan tugallanadi. Xitoyliklar ichimliklardan pivoni ham juda ko‘p ichishadi. Lekin Xitoy pivosining quvvati Yevropa mamalakatlarida ishlab chiqariladigan pivo quvvatidan ancha past. Xitoyliklar vino ichishni ham yaxshi ko‘rishadi. Ular ayniqsa gullardan olxo‘ridan va guruchdan tayyorlanadigan vinolarni sevib iste’mol qilishadi. Masalan,

guruch, bambuk, bug‘doy va ildizli osh ko‘katlaridan tayyorlangan vinolar nafaqat tantanali kunlarda, balki oddiy kunlarda ham iste’mol qilinadi. Quvvatlantirilgan va kuchli vinolarga talab juda ham kam. Pivo va vinolardan tashqari ular aroq ham ichishadi.

Koreys xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlar. Koreys pazandachiligida tayyorlanadigan taomlar assortimenti 600 ga yaqin. Ularning ko‘pchiligi qadimiy tarixga ega. Lekin koreys pazandachiligi ko‘p jihatdan xitoy pazandachiligiga o‘xshab ketadi. Ayrim taomlar xitoy va yaponlar taomlari reseptidan farq qilmaydi. Bundan tashqari koreys xalqi milliy taomlarini tayyorlashda xuddi xitoyliklar kabi asosan guruch, sabzavotlar, baliq va hamir mahsulotlaridan keng foydalanishadi. Ular uchun taomlarni tayyorlashga nisbatan yarim tayyor mahsulotlarni tayyorlash juda ham ko‘p vaqtni talab qiladi. Qo‘shimcha mahsulot sifatida asosan soya ishlatiladi.

Lekin faqat koreyslar pazandachiligiga va ovqatlanishiga xos xususiyatlar quyidagilardan iborat:

- koreys xalqi sut va sut mahsulotlarini hamda ulardan tayyorlanadigan taomlarni umuman iste’mol qilishmaydi;
- koreys milliy taomlarining hammasiga sarimsoqpiyoz qo‘shib tayyorlanadi;
- xitoyliklar pazandachiligida ikkinchi taom faqat bir idishga solib mehmon stoliga keltirilsa, koreys pazandachiligida ularning har biri alohida idishda beriladi;
- xuddi shuningdek, guruch va qo‘shimcha mahsulotlar ham alohida idishda stolga qo‘yiladi;
- milliy taomlarni tayyorlashda go‘sht mahsulotlaridan mol va cho‘chqa go‘shtlari foydalaniladi, lekin ular cho‘chqa go‘shtini afzal ko‘rishadi;
- taomlar asosan o‘simlik moylarida tayyorlanadi.

Koreys xalqining ovqatlanishining o‘ziga xos xususiyatlaridan yana biri shundan iboratki, ularning milliy taomlari, xuddi xitoyliklar va yaponlar milliy taomlariga o‘xshab o‘tkir ta’m va hidga ega. Ayrim milliy taomlari grek yong‘og‘i bilan tayyorlanadi va sevib iste’mol

qilinadi. Ular karamga oʻxshagan sabzavot mahsuloti (kimzi)ni juda ham koʻp isteʼmol qilishadi va uni “hayot elektri” deb atashadi.Chunki u qishin-yozin isteʼmol qilinadi va odam organizmini kerakli vitaminlar bilan taʼminlab turadi.

Koreyslarnig ham sevimli taomlari bor. Masalan, mol yoki choʻchqa goʻshtidan, yongʻoq va tovuq bulonidan, ugra, konservalangan nok va qoʻshimcha mahsulotlar qoʻshib tayyorlanadigan “Kuksu”, tuzlangan salat karamidan tayyorlanadigan oʻtkir taʼmli “Kimchxi” va boshqa taomlardir. Qaynatilgan guruch, asal, quritilgan xurmo, kashtan mevalari, kedr yongʻogʻi, kunjut moyi va suyuq soya qoʻshib tayyorlanadigan boʻtqa koreyslarning sevimli tansiq taomlaridan biri hisoblanib, u davolash xususiyatiga ham ega.

Bu xalqning ovqatlanishiga xos xususiyatlardan yana biri shundan iboratki, ular suyuq issiq taomlarni tushlikda emas, ertalab va kechqurun isteʼmol qilishadi. Birinchi taomlarning aksariyati soya souslarida tayyorlanadi.

Koreyada ovqatlanish etikasiga katta eʼtibor beriladi. U yerda qabul qilingan etika qoidalariga koʻra taomlar solingan idishni koʻtarib taomni yeyish man etiladi. Lekin engashgan holda taom idishini stol ustida bir tomonidan ozgina koʻtarib taomni yeyish ruxsat berilgan.

Koreyslar milliy taomlarini tayyorlashda mevalardan ham keng foydalanadi. Taom sifatida olma, nok, shaftoli, xurmo, kashtan va boshqa mevalar koʻp isteʼmol qilinadi. Ularning aksariyati taomlar tayyorlashda ishlatiladi. Masalan, hozirgi kun koreys pazandachiligida meva pechenesi hamda xurmo, limon oʻti, asal va ziravorlar solib tayyorlanadi “gul salati” gazagi juda ham mashhur. Koreyslar choyni juda ham kam ichishadi.

4.4. Janubay-Sharqiy Osiyo mamlakatlari xalqlarining gastronomiyasi

Janubay-Sharqiy Osiyo mamlakatlari xalqlarining gastronomiyasida ayniqsa, Yapon oshxonasida baliq va baliq mahsulotlari katta oʻrin egallaydi. Yaponlar turli xil baliqlarni sevib isteʼmol qilishadi: qaynatilgan, qovurilgan, ayniqsa xom holatda. Dengiz

mahsulotlaridan-dengiz karami, kalmarlar, karakatitsalar, akula lablari (ulardan pashtetlar tayyorlanadi), mollyuskali chig‘anoqlar, krablar, trepanglar, dengiz bodringlari va boshqalar ishlatiladi. Yapon oshxonasida souslar va yog‘lar kam qo‘llaniladi.

Yaponlar ikki cho‘p bilan ovqatlanishadi, qoshiq berilmaydi. Ba’zi mehmonlarga yaponlar alohida stol tayyorlashadi, u yerda sho‘rvadan tortib shirinlikkacha bo‘lgan barcha tushlik taomlari bir vaqtning o‘zida qo‘yiladi.

Yaponiyada ertalabdan to‘yib ovqatlanish odat tusiga kirgan. Nonushtaga asosan “chokan”-qaynatilgan guruch, loviya sho‘rva va marinadlangan bodring kiradi; bundan tashqari, turli usullarda tayyorlangan tuxum va baliq iste’mol qilinadi.

Tushlikka guruch yeyiladi va unga qaynatilgan sabzavotlar, qaynatilgan yasmiq hamda tuxum bilan quritilgan baliq taomlari beriladi.

Kechki ovqatga yana guruch va to‘yimli sho‘rva, xom baliq, sudak yoki karp filesi tortiladi. Ular oldindan muzlatiladi va yupqa bo‘laklarga bo‘linadi. Bu baliq ko‘katlar qo‘shilgan xren sharbatidan tayyorlangan o‘tkir sous bilan birga beriladi.

Go‘sht mahsulotlari-mol, cho‘chqa, parranda go‘shtlaridan ham taomlar tayyorlanadi. Tuxumdan tayyorlangan taomlar keng tarqalgan. Yevropaliklardan farqli o‘laroq, yaponlar kuniga uch marta kichik porsiyalarda (250 g) iste’mol qilinadigan birinchi taomlarni yaxshi ko‘rishadi-borshch va shchi, shuningdek, turli xil garnirlar bilan bulyonlar, baliq sho‘rva. Yaponlar tuzlangan karamdan tayyorlangan sho‘rva va solyankalarni iste’mol qilmaydilar. Ko‘pincha ziravorlar (qalampir, tuz) va sariyog‘ bilan birga alohida dasturxonga tortiladigan o‘tkir souslar iste’mol qilinadi. Faqat oq non yeyishadi, ertalab esa undan tost tayyorlashadi. Sariyog‘ nonushta, tushlik va kechki ovqatga beriladi. Sevimli issiq ichimlik-choy. Yoshlar qora qahvani ham yaxshi ko‘rishadi. Yapon yoshlari orasida Kavkaz oshxonasi juda mashhur. Yaponiyada kabob tovuq go‘shtidan tayyorlanadi. Yaponlar uchun taomlarni kam tuzli pishirish kerak, chunki ular tuzsiz ovqat yeyishadi yoki ta’bga ko‘ra tuz qo‘shishadi. Stollarda muz solingan ko‘zalarda suv

yoki meva suvi bo‘lishi kerak. Yaponlar mineral suvni kamdan-kam iste’mol qilishadi, yozda ko‘p pivo ichishadi.

Yaponiyalik turistlar uchun quyidagi taomlarni tavsiya etish mumkin.

Sovuq gazaklardan: mayonez qo‘shilgan yangi sabzavotli salatlar, marinadlangan turp, qo‘ziqorinlar, qaynatilgan kolbasalar, garnirli seld, sabzavot garnirli qaynatilgan baliq, marinadlangan baliq, salat bilan qaynatilgan yoki qovurilgan tovuq go‘shti, sabzavotli rostbif, no‘xatli til.

Birinchi taomlardan: frikadelkali, chuchvarali, sabzavotli, tuxumli, omletli, pirojkili bulyonlar, gulkaram, ko‘k no‘xat, pomidor, tovuq, qisqichbaqa yoki qisqichbaqalardan tayyorlangan pyure-sho‘rvalar, yangi karam sho‘rva, dehqoncha sho‘rva, borshch, tovuqli ugra sho‘rva, qo‘ziqorinli ugra sho‘rva.

Ikkinchi taomlardan: yangi sabzavotlar garniri bilan qaynatilgan va qovurilgan baliq, mol go‘shtidan tayyorlangan tabiiy taomlar: bifshteks, antrekot, rostbif, file, sabzavot garniri bilan langet, sabzavot yoki guruch bilan qovurilgan qo‘y va cho‘chqa go‘shti, turli xil parranda taomlari, sabzavotli ragu, sariyog‘li gulkaram, sariyog‘li yashil no‘xat, chuchvara, quymoqlar.

Desertga: yangi mevalar, kompotlar, muzqaymoq.

Tushlikdan keyin choy yoki qahva beriladi.

Koreys oshxonasida yuzlab taomlar mavjud, ammo ularning ko‘pchiligi Xitoy va Yaponiya oshxonalarining reseptlaridan farq qilmaydi. Koreyslar ham ovqatni tayoqchalar bilan iste’mol qilishadi. Ular sabzavotlar, yong‘oqlar, o‘tkir ziravorli tovuq sho‘rvalarini yoqtirishadi. Sabzavotlar pazandachilik ishlovidan so‘ng oz miqdordagi suvda dimlanadi, har bir taomga sarimsoqpiyoz qo‘shiladi.

Koreyslar sut, sut mahsulotlari va ulardan tayyorlangan taomlarni (sirniklar, tvorog, kefir, smetana), pishloq, baliq va baliq delikateslarini (seld, semga, shprot, sovuq dudlangan osyotr balig‘i, baliq mahsulotlari, donador, keta va payus ikrasi), kolbasa mahsulotlari, vetchina, qora non, limonli choy, qahva, kakao, qandolat mahsulotlari, mineral suvni yoqtirmaydilar; kartoshka va undan tayyorlangan taomlarni iste’mol

qilmaydilar. Ularga smetana qo‘shilgan sousli taomlar, shuningdek, bulyonlar berish tavsiya etilmaydi.

Koreyslar sabzavotli taomlarni yaxshi ko‘rishadi, ularni dasturxonga tortishda o‘simlik yog‘i, piyoz va achchiq qalampir qo‘shiladi. Ular marinadlangan bodring, pomidor, turli xil tuzlamalar, ko‘p miqdorda oq nonni sevib iste’mol qiladilar; pivo va sovutilgan suvni ishtiyoq bilan ichadilar.

Koreyadan kelgan turistlar uchun quyidagilarni tavsiya qilish mumkin:

Sovuq gazaklardan: tabiiy sabzavotlar, bujenina.

Birinchi taomlardan: shchi, borshch, turli sabzavotli sho‘rvalar, chuchvara. Koreyslar birinchi taomlarni kichik porsiyalarda kuniga uch marta-nonushta, tushlik va kechki ovqatda iste’mol qilishadi.

Ikkinchi taomlardan: azu, gulyash, chaxoxbili, ragu, bef-stroganov, kaboblar, tabiiy go‘shtli taomlar (o‘rtacha qovurilgan). Garnirga, odatda, guruch iste’mol qilinadi, u quyidagicha tayyorlanadi: Tozalangan va yuvilgan guruch qaynab turgan tuzsiz suvga solinadi (suv va guruch nisbati 6:1) va yarim tayyor bo‘lguncha qaynatiladi. So‘ngra maxsus bug‘ elagiga solinadi, uning tagiga nam sochiq qo‘yiladi. Elak suv qaynab turgan qozonga qo‘yiladi va guruch tayyor holga keltiriladi. Bunday usulda pishirilgan guruch bo‘shroq va yumshoq bo‘lishi kerak. Garnirga guruchdan tashqari, chala pishirilgan makaron ham berish mumkin. Koreyslar barcha taomlarni chala pishirilgan holda yaxshi ko‘rishadi. Desert uchun mevalar, ananas, apelsin, tarvuz va uzum tavsiya etiladi.

4.5. Markaziy Osiyo va Janubay-Sharqiy Osiyo mamlakatlarida gastronomik turizmning rivojlanish holati

Asrlar davomida shakllangan dunyo xalqlari milliy taomlarining resepturalari va ularni tayyorlashda oziq-ovqat mahsulotlariga texnologik ishlov berish usullari shu xalq milliy an’analariga va organizmi talablariga javob beradigan taomlarni tayyorlashga imkon beradi.

Taomlarni tayyorlash texnologiyasi dunyoda inson faoliyatining

eng qadimiy sohalaridan biri hisoblanadi, chunki ovqatsiz hayot kechmagan va kechmaydi ham. Taomlar tayyorlashda ishlatiladigan oziq-ovqat mahsulotlari assortimenti, ularning miqdorlari, sifati va ovqatlanish tarzi inson hayotiga katta ta’sir ko‘rsatadi. Masalan, dengiz va okeanlar bilan chegaralangan hamda baliqchilik xo‘jaligi tarmoqlari rivojlangan mamlakatlar xalqlarining milliy pazandaligida baliqlardan, faqat chorvachiligi rivojlangan mamlakatlarda go‘sht va sutdan, asosiy faoliyati o‘rmonchilik bilan bog‘liq mamlakatlarda o‘rmon va tabiat in’om etadigan boshqa mahsulotlardan, agrotexnikasi rivojlangan mamlakatlarda esa sabzavot, meva va poliz mahsulotlaridan tayyorlanadigan taomlar assortimentining ulushi katta bo‘ladi. Bundan tashqari mamlakatlarning geografik joylanishi va iqlim sharoiti taomlar tayyorlashda ishlatiladigan ziravorlar turiga ham katta ta’sir ko‘rsatadi. Ovqatlanish tarzi, taomning ta’mi, hidi va tashqi ko‘rinishiga ko‘nikish asrlar davomida shakllangan bo‘lib, nasldan-naslga o‘tadi.

Mamlakatga turist sifatida keladigan har bir mehmon o‘z xalqining vakili hisoblanadi va kelgan joyida o‘ziga nisbatan izzat-hurmat qilishlarini kutadi. Har bir xalq o‘zining tiliga, diniga, urf-odatiga, musiqa va san’ati, tarixiy obidalariga ega. Xuddi shuningdek, har bir xalqning o‘ziga xos pazandachiligi, ovqatlanish odatlari va sevimli taomlari bo‘ladi. Taomlar tayyorlash va ovqatlanish madaniyati har bir xalqning asosiy an’analaridan biri hisoblanadi va asrlar davomida shakllanib hamda takomillashib boradi. Pazandachilik xalqning milliy an’analarini o‘zida ifoda qiladi. Shuning uchun bo‘lsa kerak, masalan, palov oshi o‘zbek yoki tojik xalqi uchun dunyoda eng mazali taom hisoblanadi.

Ko‘pchilik turistlar turli mamlakatlar milliy taomlari bilan tanishish maqsadida maxsus gastronomik va ichimlik safarlariga otlanadilar. Bunday safarlar chog‘ida ular mahalliy urf-odatlar bilan tanishishadi. Ko‘p hollarda folklor bayramlari ishtirokchisiga aylanadilar. Germaniya va Chexiyada bo‘lganda, masalan, pivo muassasalariga kirilmasdan qolmaydi. Turistlarda etnografik restoranlar va kafelar katta qiziqish uyg‘otadi. Ulardagi milliy ichki joziba, orastalik, ofitsiantlar kiyimi, orkestr repertuari, taklif qilinadigan taomlar

va ichimliklar hech kimni befarq qoldirmaydi.

Turizm bozorida koʻpchilik davlatlar oʻz mavqeini saqlab qolish maqsadida noodatiy tur mahsulotlarni yaratishadi. Koʻplab izlanishlar va turistlarning maroqli hordiq chiqarishlari koʻzlangan holda ular uchun yangi turmahsulotlar yaratilmoqda. Bu kabi tur yangi turizm yoʻnalishlaridan biri “gastranomik turizm” ham dunyoning koʻplab mamlakatlari boʻylab amalga oshirilmoqda. Bundan asosiy maqsad davlatlar oʻzlarining milliy, an’naviy taomlarini turistlarga namoyish etish va shu qatorda ularni taomlarini tayyorlash jarayonida ishtirok e’tishlari orqali ajoyib taassurotlarga ega boʻlishini ta’minlaydi.

Gastronomik turizm mahalliy taomlarning salohiyatini kuchaytirishga undovchi omil hisoblanadi. Odatda gastronomik turizm “taomlar turizmi”, “kulinariya turizmi” nomlari bilan ham tilga olinadi. Xalqaro Turizm Kulinariya Assotsiatsiyasi ta’rfiga koʻra “kulinariya turizmi yagona, esda qoladigan ovqatlanish va ichimliklar ichish tajribalarini ta’qib etish” deb aniqlangan.

Gastronomik turizm yoki taomlar turizmi deyilganda, ma’lum bir davlatdan yoki boʻlmasa regionda tayyorlangan ovqatlar nazarda tutiladi. Tur davomida mehmonlar asosan tashqarida ovqatlanadilar, shu sababli tayyorlanadigan taomlarning yaratilishi ularning martabasini yanada oshiradi. Taomlar bayram tashkilotchilari uchun juda ham muhim hisoblanadi. Gastronomik turizm yaqin kunlardan beri jahon turizm bozorida muhim ahamiyat kasb etib kelmoqda. Shuni ta’kidlash joizki, yaqin yillargacha ushbu turizm turiga boʻlgan e’tibor past koʻrsatgichlarda edi. Ma’lumotlarga koʻra, mahalliy taomlar turizmida sifat darajalarini saqlab turish muhim hisoblanadi, bu esa oʻz navbatida mahalliy iqtisodiyotni kuchaytiradi, atrof-muhit infrastrukturasini ta’minlaydi.

Xalqaro Turizm Kulinariya Assotsiatsiyasi bashoratlariga koʻra gastranomik turizm yaqin kelajakda shiddat bilan oʻsib boradi. AQSH ma’lumotlariga koʻra, 27 million amerikaliklar soʻnggi yillar mobaynida turistlar uchun gastronomik faoliyatlarni amalga oshirishgan.

Qadimiy milliy kulinariya taomlari mashhur boʻlib borayotgan davlatlar qatoriga Tailand, Hindiston, Xitoy, Janubiy Afrika, Meksika

kabi davlatlar bo‘lib, ularning nufuzi turistlar orasida sifat jihatdan ham ko‘tarilib bormoqda.

Xalqaro Turizm Kulinariya Assotsiatsiyasi ma’lumotlariga ko‘ra, taomlar tanovvul qilish maqsadida tashrif buyuruvchi turistlar o‘rtacha 1200$ atrofida harajatning deyarli 30%dan ko‘prog‘ini ovqatlanish uchun sarflashadilar.

Mehmondo‘stlik industriyasi segmenti sifatida chiqayotgan ovqatlantirish xizmati o‘zgarish va rivojlanishda davom etmoqda. Yangi pazandachilik reseptlari paydo bo‘layapti, unumdor va tejamli uskunalar yaratilayapti. Bu tadbirlarning hammasi oxir oqibat barqaror daromad olishga qaratilgan. Ammo uning zamirida mijoz uchun kurash davom etmoqda.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Markaziy Osiyo mamlakatlari xalqlarining ovqatlanish madaniyati haqida ma’lumot bering.
2. Markaziy Osiyo mamlakatlari xalqlarining gastronomiyasini tushuntirib bering.
3. Janubiy-Sharqiy Osiyo mamlakatlari xalqlarining o‘ziga xos ovqatlanish xususiyatlarini tushuntirib bering.
4. Janubay-Sharqiy Osiyo mamlakatlari xalqlarining gastronomiyasini tavsiflang.
5. Markaziy Osiyo mamlakatlarida gastronomik turizmning rivojlanish holatini izohlang.
6. Janubay-Sharqiy Osiyo mamlakatlarida gastronomik turizmning rivojlanish holatini izohlang.

V BOB. YAQIN SHARQ VA ARAB MAMLAKATLARIDA OVQATLANISHGA XOS XUSUSIYATLARI

Tayanch so‘z va iboralar: Turkiya, Birlashgan Arab Amirliklari, birinchi taom, ikkinchi taom, ovqat, pazandachilik, mehmondo‘stlik.

5.1. Yaqin Sharq va Arab mamlakatlari xalqlarining ovqatlanish madaniyati

Yaqin sharq va Arab mamlakatlariga Turkiya, Eron, Livan, Iroq, Saudiya Arabiston va Birlashgan Arab Amirliklari, shuningdek, shimoliy Afrika davlatlari Zoir, Tunis, Marokko, Liviya, Misr va boshqalar kiradi. Bu davlatlarda asosan islom diniga mansub bo‘lgan odamlar yashaydi. Shuning uchun ularning pazandachiligi qator umumiylikka ega.

Arab pazandachiligining o‘ziga xos xususiyatlaridan biri, qo‘y, echki, parranda, baliq (seld, sudak, sazan, sevryuga, beluga, osetr) go‘shti mahsulotlari ko‘p ishlatiladi. Mol go‘shti kam miqdorda, cho‘chqa go‘shti esa islom dinida ta’qiqlangani uchun umuman iste’mol qilinmaydi. Turli xildagi sabzavotlar ko‘p iste’mol qilinadi. Guruch esa go‘shtdan keyingi mahsulot hisoblanadi.

Yaqin sharq pazandachiligida taomlar o‘tkir ta’mi bilan ajralib turadi. O‘zini hurmat qiladigan oshpaz garimdori, piyoz, sarimsoqpiyoz, turli xildagi o‘tkir va xushbo‘y ziravorlar, ko‘katlar bo‘lmasa taom tayyorlashni boshlamaydi.

Sut mahsulotlari (qattiq, chakka, pishloq), hamirli taomlar juda ommaviylashgan bo‘lib, nonlardan oq non, lavash, churrek ishlatiladi. Bu nonlar bug‘doy, makkajo‘xori va sorgodan tayyorlanadi.

Desert sifatida turli xildagi mevalar yangi uzilgan yoki quritilgan holatda beriladi. Choy asosiy issiq ichimlik hisoblanadi.

Indoneziya oshxonasiga qaynatilgan va qovurilgan baliq, shuningdek, qisqichbaqalar, krablar, trepanglardan tayyorlangan ko‘plab taomlar xosdir. Parranda go‘shtidan ham taomlar tayyorlanadi. Go‘sht, sabzavotlar, mevalar, go‘shtli, baliqli va sabzavotli souslar bilan qaynatilgan sochma shaklda beriladigan guruch keng qo‘llaniladi. Ovqat

asosan palma yog‘ida tayyorlanadi. Indoneziyaliklar oq non iste’mol qilishadi. Issiq ichimliklardan choy va qahvani sevib ichishadi.

Indoneziyalik turistlar uchun quyidagilarni tavsiya etish mumkin:

Sovuq gazaklardan: sabzavot, go‘sht va baliq salatlari, qiymalangan qalampir, marinadlangan baliq, baliq gastronomiyasi (ikradan tashqari), vetchina, til, kolbasa, kurka go‘shti, mayonezli tovuq tuxumi.

Birinchi taomlardan: pirojkali, grenkali, guruchli, sabzavotli, tuxumli, omletli, frikadellali bulyonlar, baliq sho‘rva, loviya, no‘xat, gulkaramli pyure-sho‘rvalar, tovuqli ugra-sho‘rva, sabzavotli sho‘rva, guruchli shirin sho‘rvalar.

Ikkinchi taomlardan: kolbasali quymoq, sabzavotlar, go‘sht yoki jigar bilan kartoshkali va guruchli zapekankalar, tovuq va mayiz solingan palov, qaynatilgan, qovurilgan va dudlangan baliq guruch yoki sabzavotlar bilan, dimlangan va qaynatilgan mol go‘shti, gulyash, tovuq ragusi, qovurilgan va qaynatilgan tovuq va kurka go‘shti.

Tushlikdan keyin choy yoki qahva berish kerak. Ertalab sut bilan choy beriladi (sut alohida idishda). Tushlikda dasturxonga ziravorlar va mevali suv qo‘yish lozim.

Desertga: yangi va konservalangan mevalardan kompotlar, siropdagi ananas, mevali souslar bilan guruchli zapekanka, shirin piroglar, ruletlar, yangi mevalar.

Hind oshxonasi juda xilma-xil va ko‘p jihatdan aholining e’tiqodi bilan belgilanadi. Masalan, buddistlar mol go‘shtini iste’mol qilmaydilar, musulmonlar qo‘y va echki go‘shtidan tayyorlangan taomlarni yaxshi ko‘radilar va cho‘chqa go‘shtini umuman iste’mol qilmaydilar.

Hindlarning aksariyati vegetarianlar bo‘lib, ularning ovqatlari guruch, dukkaklilar, sabzavotlar, sut, sut mahsulotlari va tuxumdan tayyorlangan taomlardan iborat. Ovqatlanish ratsionida, ayniqsa, dengiz bo‘yi hududlari aholisi orasida baliq katta o‘rin egallaydi. Biroq, vegetarianlarning katta qismi-qat’iy vegetarianlar deb ataladigan-ratsionidan hayvon mahsulotlari butunlay chiqarib tashlangan.

Hind oshxonasining taomlari asosan koʻp miqdorda ziravorlar, xushboʻy oʻtlar, qoʻshimchalar, shuningdek, oʻtkir souslarni ishlatish natijasida achchiq va ziravorli boʻladi. Koʻpgina ziravorlar tarkibiga quyidagilar kiradi: qizil va qora qalampir, muskat yongʻogʻi, zira, kashnich, zanjabil, qalampirmunchoq, yalpiz, arpabodiyon, mayoran, ukrop, za'faron, sarimsoqpiyoz, piyoz, yongʻoqlar, xususan bodom. Hindlar shirinliklarni va issiq qaynoq sut bilan ichiladigan achchiq choyni yaxshi koʻrishadi (sut alohida idishda beriladi). Ertalabki choyni ularga nonushtadan oldin berishadi. Qahva ham Hindistonda keng tarqalgan ichimlik. Uni bir necha tomchi atirgul essensiyasi qoʻshib, sharqona usulda tayyorlashadi.

Hindistondan kelgan turistlar uchun quyidagilarni tavsiya qilish mumkin:

Sovuq gazaklardan: sabzavotli omletlar, kartoshka, qoʻziqorin, qizil karamdan salatlar, yangi sabzavotlar (bodring, pomidor), koʻk va bosh piyoz, qiymalangan qalampir, qovoqcha va baqlajon ikrasi, yongʻoq sousidagi loviya.

Dastlabki taomlardan: piyozli guruchli shoʻrva, smetana bilan sabzavotli yoki kartoshkali shoʻrvalar (sabzavotli yoki qoʻziqorinli qaynatma), qoʻziqorinli ugra, turli sabzavotlar, loviya, yashil noʻxat, ismaloq pyuresidan tayyorlangan shoʻrvalar, shuningdek, guruchli shirin shoʻrvalar.

Ikkinchi taomlardan: qaynatilgan kartoshka (unga alohida boʻlaklarga boʻlingan piyoz qoʻshiladi), oʻsimlik yogʻida qovurilgan kartoshka, qoʻziqorin sousi bilan kartoshkali kotletlar, sabzili va karamli kotletlar, karamli shnitsel, sabzavotli kabob, sabzavotli ragu, qiymali sabzavotlar, pomidor, sariyogʻli yoki sutli sousda pishirilgan gulkaram, sariyogʻli yashil noʻxat, tuz va yogʻ qoʻshmasdan pishirilgan sochma guruch, mayizli guruch.

Desertga: yangi mevalar, qovun, tarvuz, murabbo bilan blinchiklar, yangi mevalardan salatlar, shirin sous bilan pishirilgan olma va behi, Gurev boʻtqasi, murabbo, shakar upasi bilan meva pyuresi, yangi va konservalangan mevalardan kompotlar, guruchli toblatma, shirin piroglar, meva jelesi, musslar.

Hind-musulmonlar uchun menyuga qo‘shimcha ravishda qo‘y go‘shti (qovurilgan qo‘y go‘shti, kabob), parranda go‘shti (qovurilgan yoki qaynatilgan guruchli tovuq), qovurilgan kurka go‘shti, tovuq kotletlari, shuningdek, tuxum, sut va sut mahsulotlaridan tayyorlangan taomlar kiradi.

Vegetarian hindlarga qo‘shimcha ravishda sut, sariyog‘, qaymoq, sut kislotali mahsulotlar, tuxum va ulardan tayyorlangan taomlar tavsiya etiladi.

Hindistondan kelgan barcha turistlar dasturxoniga meva va pomidor sharbatlari, shuningdek, qora va qizil qalampir, piyoz, sarimsoqpiyoz va achchiq pomidor souslari tortilishi kerak.

Hindlarning milliy odati-oz yeyish, lekin dasturxonda hech narsa qoldirmaslik. Hindistondan kelgan turistlar uchun menyu tuzishda buni hisobga olish kerak.

5.2. Yaqin Sharq va Arab mamlakatlari xalqlarining gastronomiyasi

Turkiya xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlar. Turkiyaga ilk bor tashrif buyurgan va an’anaviy mahalliy restoranga tashrif buyurgan xorijlikni taklif etilayotgan taomlarning ko‘pligi va ularning noodatiy nomlari hayratga soladi. Agar Turkiyaga borib, ovqatlantirish korxonalariga kirsangiz, sizdan xushmoamalalik bilan “Vazir barmog‘i”ni yoki “Juvon biqinchasi”, “Ayol soni”, “Kesilgan qorin”ni tatib ko‘rmaysizmi deb so‘rashsa, hayron bo‘lmang, chunki turklar taomlariga odamlarni hayratga soladigan nomlar qo‘yishga usta hisoblanadi.

Taomnomada “Vazir barmog‘i” va “Juvon biqinchasi” taomlaridan tashqari “Imom hushidan ketdi”, “Yaralangan tyurban”, “Turkcha rohat” kabi qator taomlar nomlari ham keltirilgan. Albatta, taomlarning bunday sehrli nomlari mijozlarning diqqatini tortadi va ularda tatib ko‘rish istagi paydo bo‘ladi. Eng qizig‘i shundaki, bunday taomlar o‘zining nafis bezatilishi, nozik ta’mi va hidi bilan kishi e’tiborini tortadi.

Har bir turk mintaqasi uchun bir nechta an’anaviy taomlar xos. Eng keng tarqalgan turk taomi palov bo‘lib, guruch, shafran, qalampir

va pomidordan tayyorlanib dimlanadi. Turklar doʻlmadan ham palovni afzal koʻrishadi. Stol shohi “shish-kebob” yosh qoʻy yoki echki goʻshti boʻlakchalarini sixga tiqib, oʻtin choʻgʻi ustida tayyorlanadi.

Masalan, Qora dengiz bilan oʻralgan mamlakatning shimolida baliq va dengiz mahsulotlariga ustunlik beriladi. Ayniqsa, turk qirgʻoqlarida koʻp uchraydigan hamsa juda mashhur.

Koʻpgina qadimiy taomlar hamsa yordamida tayyorlangan. Uni qovurishadi, bugʻlashadi, dimlashadi va marinadlashadi. Hamsa kabobi va tava (quyosh aylanasi shaklida tovoqqa yoyib pishiriladigan pirog) juda mazali. Hamsa bilan tayyorlangan palov gʻayrioddiy.

Gruziya chegarasida yashovchi oz sonli laz xalqi hatto hamsa murabbosini ham tayyorlashga ulgurgan. Buni faqat limonli shakar sharbatiga botirilgan quruq baliqchalardan tayyorlashadi. Bu yerda, shimolda, makkajoʻxori uni va qora karamdan tayyorlangan taomlar juda mashhur. Dengizga yaqinlik hatto ovqatlanish shaklini ham belgilab bergan. Qiyma, pishloq va koʻkatlardan tayyorlangan qayiqcha shaklidagi pirog pide deb ataladi. Oshxona nuqtai nazaridan ilgari Kichik Osiyo deb atalgan Egey qirgʻoqlari gʻarbiyroq hisoblanadi. Bu yerda uzoq vaqt davomida ushbu mintaqa oshxonasiga katta ta’sir koʻrsatgan yunonlar yashagan.

Egey qirgʻoqlarida sovuq gazaklar mashhur boʻlib, ularni tayyorlashda albatta zaytun moyi ishlatiladi. Spirtli ichimliklar uchun yaxshi gazak-tur potu (limon sharbati qoʻshib qovuriladigan dafna bargi kabi koʻkatlar). Turklarning ta’kidlashicha, bu gazak qon aylanishi uchun juda foydali. Egey qirgʻoqlarida goʻshtli va baliqli taomlar bir xil darajada mashhur. Masalan, tandir kabob-tuproq oʻchoqda choʻgʻda pishiriladigan butun qoʻy. Unga koʻpincha podshoh piyozi deb ataluvchi qoʻshimcha taom tortiladi. Usmoniylar imperiyasi davrida mahalliy hukmdorlar piyozning qovurilgan magʻzini juda yaxshi koʻrishardi. Ammo mintaqa oshxonasining oʻziga xos xususiyati midiya dolmasi-midiyali dolma hisoblanadi. Mollyuskalar guruch va goʻsht bilan toʻldiriladi, uzum bargi oʻrniga chigʻanoq ishlatiladi. Izmir koʻchalarida bir chigʻanoq yordamida ikkinchisini kovlab oladigan odamlarni tez-tez uchratish mumkin.

Buning ustiga faqat limon sharbatiga botirib olinadigan quruq baliq go‘shtidan. Bu yerda, shimolda, makkajo‘xori uni va qora karamli taomlar juda mashhur. Dengizga yaqinlik hatto ovqatlanish shaklini ham belgilab berdi. Qiyma, pishloq va ko‘katlardan tayyorlangan qayiqcha shaklidagi pirog pide deb ataladi.

Turkiyaliklar ovqtlanishining va mijozlarga xizmat ko‘rsatishning o‘ziga xos xususiyatlaridan biri shundan iboratki, mijoz ba’zi paytida to‘g‘ridan-to‘g‘ri taom tayyorlash joyiga kirib, buyurtma bergan taomdan tatib ko‘rishi mumkin. Agar buyurtma berilgan taom bir necha idishlarda tayyorlanayotgan bo‘lsa, qaysi qozondan unga suzib berish kerakligini aytish huquqiga ham ega. Mollyuska guruch va go‘sht bilan to‘ldiriladi, uzum bargi sifatida chig‘anoq ishlatiladi. Izmir ko‘chalarida odamlarni ko‘p uchratish mumkin, bir tavaqa yordamida ikkinchisini kovlab oladigan.

Biroq, ehtimol, oshpazlik bo‘yicha eng boy hudud-Janubiy Anadolu, mamlakatning janubi-sharqi bo‘lib, u yerda MDH davlatlaridan turistlar deyarli bo‘lmaydi. Mahalliy oshxonada bir yarim mingdan ortiq mashhur va g‘ayrioddiy taomlar mavjud. Bu yerda tushlik tandirda yopiladigan laxmajun, ya’ni makkajo‘xori unidan tayyorlangan yupqa non bilan boshlanadi. Keyin gazaklar tortiladi. Va shundan keyingina asosiy taomlar keltiriladi. Masalan, ichli kufta-“Kiyevcha” tipidagi kotletlar: qiymaga yong‘oq, qizil qalampir pastasi qo‘shiladi, so‘ngra bug‘doy unida dumalatiladi. Kotletlar qaynoq suvda pishiriladi. Adanada ikkinchi taom sifatida beyti kabob-yog‘och taxtachalardagi ulkan (bir yarim metrgacha) kaboblar tortiladi. Yoki pamuken kabob-baqlajonli go‘sht. Pistali palovni ham shu yerda tatib ko‘rish mumkin.

Janubiy Anatoliya uchun ko‘plab shirin Ammo eng g‘aroyib taom-chiykufta-xom go‘shtdan tayyorlangan kotletlar. Ularni tayyorlash usuli juda noodatiy. Buzoq go‘shti bo‘laklari o‘tkir pichoqlar bilan qiymaga aylanguncha maydalanadi, so‘ngra bulg‘or, qalampir, tuz va ziravorlar qo‘shiladi. Shundan so‘ng kotletlar tayyorlanib, shipga tashlanadi. Agar kotletlar shiftga yopishib qolsa, taom iste’molga tayyor bo‘ladi. Agar yo‘q bo‘lsa, qiyma yana eziladi. Tayyorlash jarayoni 3-4 soatga cho‘ziladi.

Ushbu taom bilan bog‘liq kulgili voqea shundaki, janubiy viloyatlardan kelgan deputatlar o‘zaro nizoni hal qilish uchun Turkiya parlamenti majlislar zalida kotletlarni uloqtira boshlaganlar.

Aytishlaricha, ularning hech biri yiqilmagan, ammo barcha deputatlar janjal va tortishuvlarni unutib, bir ovozdan ovqatga tashlanishgan.

Janubiy Anadolu uchun ko‘plab shirin taomlar ham xosdir. Bu yerda faqat paxlavaning o‘zining bir necha o‘nlab turlari mavjud. Ular orasida mayda to‘g‘ralgan hamir va chuchuk pishloqdan tayyorlangan, ikki metrli ulkan idishda pishiriladigan va issiq holda tortiladigan kunefe paxlavasi ham bor. Mamlakat sharqida baqlajonni yaxshi ko‘rishadi. Aytishlaricha, o‘rta asrlarda qandaydir ruhoniy shunday taomlardan birini yeb, hushidan ketib qolgan ekan. Natijada “imom bayildi”-“imom hushidan ketdi” degan taom paydo bo‘lgan. Boshqa taomning nomi karni yarik turkchadan “kesilgan qorin” deb tarjima qilinadi va u qiyma va ziravorlar bilan to‘ldirilgan yarimta baqlajonni ifodalaydi.

XVIII asr hukmdori Xunkar ismli odam sutli qaylada qo‘y go‘shti solingan baqlajonni shunchalik yaxshi ko‘rganki, u bu taomni deyarli har kuni tayyorlashni buyurgan. Saroy ahli shu zahoti taomga “Xunkar begendi”-“Xunkar yoqtirdi” deb nom qo‘yishgan. Mamlakat markazida “ayollar soni”-behi bilan qovurilgan, qiyma solingan palov mashhur.

Shuningdek, “Dilbar lablari”-hamirturushli hamir, shakar va yog‘dan tayyorlangan lab shaklidagi pirog ham sevib iste’mol qilinadi. Ashure-loviya, no‘xat, mayiz, pista, o‘rik quruq mevasi, anjir, shakar va yong‘oqdan tayyorlangan shirin taom. Uning muallifi Nuhning o‘zi hisoblanadi. Ma’lumki, dono Nuh alayhissalom har bir hayvon va o‘simlikdan bir juftdan olib tushgan kema hozirgi Turkiya hududidagi Ararat tog‘iga bog‘lab qo‘yilgan edi. Bir kuni Nuh yuqorida sanab o‘tilgan barcha masalliqlarni bitta qozonga solib pishirgan. Natijada ashure paydo bo‘lgan.

Umuman olganda, sharqiy viloyatlar uchun sut asosidagi ko‘plab pishiriqlar va shirinliklar xos. Bu yerda qozon dibi (shakar qo‘shilgan sutdagi guruch uni), keshkul (xuddi shunga vanil qo‘shilgan) va hatto

tavuq gogsu (shakar qo‘shilgan sut va guruch unidagi tovuq to‘shi) iste’mol qilinadi.

Markaz va sharqda eng keng tarqalgan taomlar-gezleme (pishloq va qiymali nonlar) va guvech (qo‘yning dimlangan suyaklari). U yoki bu hududga xos bo‘lgan deyarli barcha taomlarni Antaliya qirg‘oqlaridagi istalgan kurortda tatib ko‘rish mumkin. Bu yerda qozon dibi (shakar qo‘shilgan sutdagi guruch uni), keshkyul (xuddi shunday vanil qo‘shilgan) va hatto tovuq degyus (shakar qo‘shilgan sut va guruch unidagi tovuq to‘shi) iste’mol qilinadi.

Bu yerda pasturma (sarimsoqli quritilgan go‘sht), sujuk (kolbasa), shish kyufte (vertelda aylantirilgan kabob) va qatiqli manti alohida e’tiborga loyiq.

Antaliya, shuningdek, baliq taomlari, shuningdek, shaftoli, nektar, olxo‘ri, olcha, qulupnay, tarvuz va hatto baqlajon murabbosi bilan ham mashhur. Sevimli ichimligi albatta choy va qahva hisoblanadi.

Saudiya Arabistoni va Yaman xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlar. Arab oshxonasining o‘ziga xos xususiyati-guruch, loviya, qo‘y go‘shti, echki go‘shti, parranda go‘shti, tuxum, tabiiy sabzavotlar, sutli mahsulotlar, pishloq (brinza turi), mevalar (yangi va konservalangan), zaytun mevalaridan keng foydalanishdir. Qirg‘oqbo‘yi hududlarida taom tayyorlash uchun baliq ishlatiladi. Ko‘pgina taomlar tarkibiga piyoz, sarimsoq, qalampir, ziravorlar va ildizlar kiradi. Cho‘chqa go‘shti iste’mol qilinmaydi. Arablar sovuq yaxnalarni ham yemaydilar ham yemaydilar. Non oq iste’mol qilinadi.

Bu xalqlarning ayrim farqlariga qaramasdan ishlatadigan mahsulotlaridan boshlab, ayrim taomlarni tayyorlash usullarigacha qator umumiylikka ega.

Arab yarim orolida yashovchi arab xalqining pazandachiligi o‘zgacha. Arab pazandachiligida ko‘pgina go‘shtli taomlarni yog‘siz qovurish odat tusiga kirgan. Buning uchun tova haroratini 300°C gacha qizdirib go‘sht qovuriladi. Go‘sht, qizdirilgan tova yuzasiga qo‘yilganda qobiq hosil qiladi va go‘sht sharbatini mahsulotda saqlab qoladi. Bunday usul bilan tayyorlangan go‘sht juda sersuv va nozik ta’mga ega bo‘ladi. Arablarning mehmondorchiligi juda cheksiz: uyidagi mehmon-yeng

hurmatli mehmon hisoblanib, dasturxon yozishadi. Rus jurnalisti A.Stupak Yamanda bo‘lgan taassurotlarini quyidagicha ifodalayadi: “Tantanali bayram dasturxoni tarvuz yoki qovundan boshlanib, keyin “bintas-saxn”-yeritilgan sariyog‘ va asalga botirilgan shirin hamirdan tayyorlangan pazandachilik mahsulotini berishadi. Barra go‘shti beriladi, undan keyin mehmonlarga qaynatilgan go‘sht “xelba” sousi bilan uzatiladi. Oqatlanish bulon bilan tugallanadi. Ovqatni qo‘l bilan iste’mol qilib, keyin suv ichishadi”.

Ularning ratsionida sut mahsulotlari, ayniqsa chakki, pishloq va xurmo alohida o‘rin egallaydi. Go‘sht, oddiy chorvadorlar va dehqonlar uchun bayram taomi hisoblanadi. Sutni qizdirib quruq sutga o‘xshash kukun tayyorlashadi va iste’mol qilishdan oldin suvda eritishadi. Issiq paytlarda suv bilan aralashtirilgan chakki ichishadi.

Ko‘p arab davlatlari xalqlarida ovqatlanish tartibi ikki marotaba: juda to‘yimli ertalabki va quyosh botgandan keyin yengilroq kechki ovqatlanishdan iborat.

Arablarda loviya va guruch, no‘xat va vermishel, no‘xat va kartoshka, ko‘k loviya va boshqa mahsulotlar bilan tayyorlanadigan go‘shtli suyuq taomlar keng tarqalgan.

Ikkinchi (quyuq) taomlardan dimlangan va qovurilgan go‘sht, dimlangan tovuq, palovlarni sevib iste’mol qilishadi. Arablarda keng tarqalgan taomlardan biri bug‘doy yoki makkajo‘xoridan tayyorlangan bo‘tqa-»burgul» hisoblanadi. U tantanali kunlarda chakki va go‘sht bo‘lakchalari bilan beriladi. Taom ustiga qizil qalampur va ziravorlar sepiladi.

Ularda turli xildagi mevalar bilan birga xurmoni juda ko‘p ishlatiladi. Xurmodan boshqa mahsulotlar bilan birgalikda turli taomlar, aroq va pista palmasi sharbatidan shakar olib, alkogolli ichimlik-“lakbi” tayyorlashadi.

Saudiya Arabistonida qahva an’anaviy ichimliklardan hisoblanadi. Qahva avval Yamanga va keyin XVI asrda shimoliy Arabistonga keltirilgan. Qahva tayyorlash, mehmonlarni qabul qilish bilan bog‘liq bo‘lgan murakkab va tantanali marosim hisoblanadi. Odatga ko‘ra qahvani uy egasi tayyorlaydi. Buning uchun metal tayoqcha bilan qahva

doni aralashtirib qovuriladi, maxsus idishda maydalab eziladi va qaynatiladi. Tayyor ichimlik dastali piyolachalarda yoshi ulug‘ligiga qarab navbat bilan beriladi. Hurmatli mehmonlar uchun uch marotaba qahva uzatishadi va undan keyingisiga mehmon minnatdorchilik bildirib, qahvani rad etishi mumkin. Qahvani shakarsiz, ko‘pincha chinnigul va hil bilan yoki boshqa xushbo‘y ziravorlar bilan ichishadi. Lekin, musulmonlarning asosiy ichimligi choy hisoblanadi. Shirin choy, qora choy, mevali choy shimoliy Afrika, Turkiya, shuningdek, Yamanda kunning xohlagan paytida ichish mumkin.

Arab turistlari uchun quyidagilarni tavsiya etish mumkin:

Sovuq gazaklardan: ko‘k piyozli tvorog, o‘simlik yog‘i qo‘shilgan sabzavotli salatlar va vinegretlar, qiymali qalampir, sabzavotli konservalar, qovurilgan tovuq va kurka go‘shti sabzavotli garnir bilan, parranda go‘shtidan assorti, yog‘da konservalangan baliq, marinadlangan baliq, lobio, tovuqdan tayyorlangan satsivi, zaytun.

Birinchi taomlardan: pirojkili, tuxumli, ko‘k no‘xatli, sabzavotli, guruchli sho‘rvalar: loviyali kartoshka sho‘rva, no‘xat sho‘rva, qo‘y go‘shtidan tayyorlangan harcho sho‘rva, tovuqli ugra sho‘rva, ko‘k no‘xat va gulkaramdan tayyorlangan pyure sho‘rvalar hamda mavsumga qarab, ayniqsa o‘rikdan tayyorlangan shirin sho‘rvalar.

Ikkinchi taomlardan: qovurilgan baliq, qovurilgan va qaynatilgan tovuq va kurka go‘shti, qovurilgan qo‘y go‘shti, qo‘y go‘shtidan kabob, kupat, lulya-kabob, qo‘y va tovuq go‘shtidan ragu, qiymali qovoqcha va pomidor, sabzavotli (sabzili, karamli) quymoqlar. Ikkinchi taomlarga garnir sifatida guruch, loviya, ko‘k no‘xat, kartoshka va boshqa sabzavotlar beriladi.

Desertga: yangi va konservalangan meva va rezavorlardan kompotlar, mevali salatlar, yangi mevalar, tarvuz, qovun, meva jelesi, mevali nachinkali shirin ochiq piroglar, krem, muzqaymoq.

Tushlikdan keyin limonli achchiq choy berish kerak (alohida). Asosiy issiq ichimlik-choy; sovuq ichimliklardan-muz bilan barcha turdagi meva sharbatlari.

Diniy urf-odatlarga ko‘ra musulmon davlatlarida spirtli ichimliklar ichish ta’qiqlangan. Sharqda mineral suvi yoki chashma suvi, muz

qo‘shilgan meva sharbati va boshqa xil sharbat, sut, ayron ichishadi.

Tarkibi jihatidan Ozarbayjon oshxonasiga yaqin bo‘lgan **Eron oshxonasida** qo‘y, echki, parranda, baliq (seld, vobla, sudak, sazan, sevryuga, beluga, osyotr), guruch, barcha turdagi sabzavotlar, yangi va konservalangan mevalardan tayyorlangan taomlar keng tarqalgan. Taomlar tayyorlashda mol go‘shti kamroq ishlatiladi, cho‘chqa go‘shti esa deyarli butunlay chiqarib tashlangan. Ko‘p miqdorda qalampir, piyoz, sarimsoq va turli xil o‘tkir va xushbo‘y ildizlar va ko‘katlar qo‘shiladi. Eronliklar katta non (lavash, churek) shaklida pishirilgan oq nonni yaxshi ko‘rishadi. Asosiy issiq ichimlik-choy. Mevalardan tayyorlangan shirin taomlar va un mahsulotlari, pishloq va kefir juda mashhur.

Erondan kelgan turistlar uchun quyidagilarni tavsiya qilish mumkin:

Sovuq gazaklardan: pishloq, qovurilgan, qaynatilgan va quyilgan baliq, marinadlangan baliq, tabiiy va garnirli seld, qovurilgan va qaynatilgan jo‘jalar va tovuqlar sabzavot va meva konservalari bilan, go‘shtli assorti, no‘xat bilan qaynatilgan til, baliq va parranda go‘shti bilan sabzavotlardan har qanday salatlar va vinegretlar, baqlajon ikrasi.

Birinchi taomlardan: qo‘y go‘shtidan guruch, no‘xat va sabzavotli sho‘rvalar, kartoshkali guruch sho‘rva, baliqli kartoshka sho‘rva, shirin sho‘rvalar (mavsumga qarab). Ikkinchi taomlardan: qovurilgan va qaynatilgan baliq, shuningdek, kartoshka va makaron bilan pishirilgan baliq, qo‘y go‘shtidan kabob va palov, qo‘y va tovuq go‘shtidan ragu, sixda qovurilgan go‘sht, qovurilgan jo‘ja, kurka va tovuq, tabaka jo‘jalar, qiymali sabzavotlar (qalampir, pomidor, qovoqcha, baqlajon). Garnirga sabzavotlar, makaron va guruch berish mumkin.

Desertga: yangi va konservalangan mevalardan kompotlar va kisellar, jele, musslar, muzqaymoq, yangi va konservalangan mevalar, hamirdan tayyorlangan barcha turdagi shirin mahsulotlar, ananas, tarvuz, qovun.

Tushlikdan keyin pechene va limonli choy beriladi.

Jazoir oshxonasiga qo‘y, mol, parranda go‘shti, baliq (sardina, tunes, kilka va boshqalar), turli xil sabzavotlar (pomidor, qalampir,

baqlajon va boshqalar) va mevalar (sitrus mevalar, xurmo, uzum) kiradi. Donli ekinlardan bug‘doy va arpa keng qo‘llaniladi. Zaytun moyi ham keng tarqalgan. Jazoirliklar oq non iste’mol qilishadi va asosan mevali suv ichishadi.

Jazoirlik turistlarga quyidagilarni taklif etish lozim:

Sovuq gazaklardan: sabzavotli, baliqli va go‘shtli salatlar, baliq mahsulotlari (ikra, baliq va losos go‘shtidan tashqari), go‘sht va parranda go‘shtidan assortiment, mayonezli tuxum, baqlajon va qovoqdan tayyorlangan ikra.

Birinchi taomlardan: turli xil garnirli tiniq sho‘rvalar, rassteganli baliq sho‘rvasi, tovuqli ugra sho‘rva, loviyali sho‘rva, borsh va rassolniklar, no‘xat va gulkaramdan tayyorlangan pyure sho‘rva.

Ikkinchi taomlardan: qaynatilgan, qovurilgan va pishirilgan baliq, sabzavotlar bilan qovurilgan qo‘y go‘shti, qo‘y go‘shtidan tayyorlangan kotletlar, kabob, lulya-kabob, gulyash, ragu, qaynatilgan va qovurilgan jo‘jalar, guruch va sabzavotlar bilan tovuqlar, qiymali sabzavotlar, tuxum, omletlar.

Desertga: yangi uzilgan meva va rezavorlar, kompotlar, jele va musslar, kremlar, muzqaymoq, tarvuz, qovun, sitrus mevalar.

Tushlikdan so‘ng qora qahva berish tavsiya etiladi.

Tarixchilar ta’kidlashicha, pechka, hamirturush, non va quymoqlar bizga Nil vodiylarining serhosil yerlaridan kelgan. Ba’zi taxminlarga ko‘ra, hatto pivo ham qadimgi **Misrda** kashf etilgan. Oddiy piyoz esa bu yerda bundan qariyb besh ming yil oldin o‘sgan ekan.

To‘g‘ri, zamonaviy arab mamlakatida qadimiy oshxonadan deyarli hech narsa saqlanib qolmagan. Mashhur ingliz arxeologi Govard Karter fir’avn Tutanhamon qabrini qaziganda, u yerda qurib qolgan sharob solingan ko‘plab idishlarni topgan. Shuningdek, papirusga yozilgan dunyodagi eng qadimgi oshpazlik reseptlaridan birini ham topgan. Unga ko‘ra, fir’avnning sevimli taomlaridan biri quyidagicha tayyorlangan: bir nechta tuxumni sindirib, eritilgan asal va yangi uzum sharbati bilan aralashtirish kerak edi. So‘ngra bu aralashmaga qaynatilgan vino quyilib, ko‘pik hosil bo‘lguncha ko‘pirtirilgan. Oxirida esa anor donalari qo‘shilgan. Qadimgi misrliklar ta’kidlaganidek, bunday taom-ichimlik

fir’avnning yoshligini uzaytirgan. O‘sha uzoq zamonlardan beri Misr zaminida ko‘p narsalar o‘zgargan. Bu yerga cho‘chqa go‘shti va sharob iste’mol qilmaydigan istilochi arablar kelgan. Arablar esa qadimgi reseptlardan foydalanib, mahalliy taomlarga o‘z hissalarini qo‘shganlar va shu tariqa uni yaxshilaganlar. Misol uchun, hozir Misrda deyarli har qadamda mayda to‘g‘ralgan piyoz bilan yosh loviya taklif qilinadi. Mamlakatning hozirgi aholisi uzoq ajdodlari kabi ovqatlanishni juda yaxshi ko‘radi. Ularga, boshqa ko‘plab sharq xalqlari singari, umumiy dasturxon atrofida muloqot qilish yaqin va tushunarlidir. Afsuski, Misrga tashrif buyuruvchi xorijiy turistlar bunday quvonchlardan mahrum.

Ular yirik mehmonxonalarda ovqatlanishadi, u yerda oshxona qalampir va ziravorlarga o‘rganmagan “evropacha me’da”larga moslashtirilgan. To‘g‘ri, aksariyat mehmonxonalarda an’anaviy shved dasturxonida Oddiy piyoz esa bu yerda deyarli besh ming yil oldin o‘sgan. To‘g‘ri, zamonaviy arab mamlakatining qadimiy oshxonasidan deyarli hech narsa qolmagan. Mashhur ingliz arxeologi Govard Karter fir’avn Tutanhamon qabrini qaziganida, u yerda quritilgan sharob solingan ko‘plab idishlarni topdi. Shuningdek, papirusga yozilgan dunyodagi eng qadimgi oshpazlik reseptlaridan biri. Unga ko‘ra, fir’avnning sevimli taomlaridan biri quyidagicha tayyorlangan: bir nechta tuxumni sindirib, eritilgan asal va yangi uzum sharbati bilan aralashtirish kerak edi. So‘ngra bu aralashmaga qaynatilgan vino quyilib, ko‘pik hosil bo‘lguncha ko‘pirtirilgan. Oxiriga esa anor donalari qo‘shilgan. Qadimgi misrliklar ta’kidlaganidek, bunday taom-ichimliklar fir’avnning yoshligini uzaytirgan. O‘sha uzoq zamonlardan beri Misr zaminida ko‘p narsalar o‘zgardi. Bu yerga cho‘chqa go‘shti va sharob iste’mol qilmaydigan istilochi arablar kelgan. Arablar esa qadimgi reseptlardan foydalanib, mahalliy taomlarga o‘z hissalarini qo‘shdilar va shu bilan uni yaxshiladilar. Misol uchun, hozir Misrda deyarli har qadamda mayda to‘g‘ralgan piyoz bilan yosh loviya taklif qilinadi. Mamlakatning hozirgi aholisi uzoq ajdodlari kabi ovqatlanishni juda yaxshi ko‘rishadi. Ularga, boshqa ko‘plab sharq xalqlari singari, umumiy ziyofat, muloqot vositasi bo‘lgan taom yaqin va tushunarli,

milliy taomlar to‘plangan oshpazlik burchagi mavjud. Ammo bu orqali mahalliy gastronomiya haqida haqiqiy tasavvurga ega bo‘lish mumkin emas. Haqiqiy Misr oshxonasini his qilish uchun odatiy arab mahallasiga tashrif buyurish lozim.

Misrning an’anaviy xeftari (nonushta) quyidagilardan iborat: Ammo mahalliy gastronomiya haqida haqiqiy tasavvurga ega bo‘lishning iloji yo‘q. Ikkita asosiy taom: ful va filafil. Birinchisi-ziravorlar va ko‘katlar bilan nordon sousda qaynatilgan loviya, ko‘pincha mayda to‘g‘ralgan sabzavotlar qo‘shiladi. Filafillar esa dukkakli o‘simliklardan tayyorlangan vegetarian kotletlaridir. Odatda, nonushtada birinchi ikkita taomga texin sousi (maydalangan kunjut, ziravorlar, yong‘oqlar va zaytun moyi), aysh noni, yangi sabzavotli salat va salat-gebna (sabzavotlar bilan aralashtirilgan feta pishloq) beriladi. Bu mo‘l-ko‘l nonushta karkade-Sudan atirguli gulbarglaridan tayyorlangan sovuq choy bilan ichiladi. Uni ko‘pincha fir’avn choyi deb atashadi. Ish kunlari misrliklar unchalik to‘yib ovqatlanmaydilar. Eng mashhur taom koshari bo‘lib, u ko‘pincha ishchilar taomi deb ataladi. U qaynatilgan dukkaklilar (loviya, yasmiq) va qovurilgan piyoz bilan aralashtirilgan boshqa donlardan iborat. Bularning barchasi g‘oyat achchiq sous bilan qoplanadi. Misrliklar bunday taomni bemalol yeyishadi, tajribasiz yevropaliklar esa kosharini ko‘z yoshlarisiz yeya olmaydilar. Misrda kosharining katta porsiyasi atigi bir mahalliy funt (taxminan 30 sent) turadi.

Kechki ovqat har qanday misrlik uchun muqaddas ish hisoblanadi. U kun tartibida eng muhim o‘rinni egallaydi. Avvaliga turli xil sovuq-issiq gazaklar bilan boshlanishi mumkin. Masalan, gebna-pishloqli qovurilgan chuchvara tanavvul qilinadi. Keyin sabzavotlar, sabzavotli salatlar, basturma va sarimsoqli dimlangan baqlajonlar keladi. Shundan so‘ng, misrlik asosiy taomlarga o‘tadi, albatta go‘shtli taomlardan. Masalan, bo‘tqa bilan to‘ldirilgan qovurilgan kaptar go‘shtidan boshlash mumkin. Uni ko‘pincha fir’avn choyi deb atashadi. Ish kunlari misrliklar unchalik to‘yib ovqatlanmaydilar. Eng mashhur taom qo‘yxonalar bo‘lib, ular ko‘pincha ishchilar taomi deb ataladi. U qaynatilgan loviya (loviya, yasmiq) va qovurilgan piyoz bilan aralashtirilgan boshqa

donlardan iborat. Bularning barchasi noodatiy achchiq sous bilan to‘ldiriladi. Misrliklar bunday taomni xotirjam yeyishadi, tajribasiz yevropaliklar esa qo‘y go‘shtini yig‘lamasdan yeya olmaydilar. Misrda qo‘yxonaning katta qismi atigi bir funt (taxminan 30 sent) turadi. Kechki ovqat har qanday misrlik uchun muqaddas ish. U kun tartibida eng muhim o‘rinni egallaydi.

Shuni ta’kidlash kerakki, Misrda kabutarlar maxsus iste’mol qilish uchun ko‘paytiriladi. Hatto ba’zi misrliklar ularni suyaklari bilan birga iste’mol qilishadi. Keyingi issiq taom-bir piyola guruchli kafta-kabob. Kafta-mol go‘shtidan qilingan qiyma kolbasa, kabob esa xuddi shu kabob, lekin marinadlanmagan. An’anaviy usulda bu taom ochiq olovda pishiriladi va mayda to‘g‘ralgan ko‘katlar “yostiq”ida likopchada tortiladi (petrushka, selderey, momaqaymoq barglari). Qanchalik g‘alati tuyulmasin, misrlik oshpazlar aytishadi: Keyingi issiq taom-bir piyola guruchli kaftakebob. Kafta-mol go‘shtidan qilingan qiyma kolbasa, kabob esa xuddi shu kabob, lekin marinadlanmagan.

Bu qanchalik g‘alati bo‘lmasin, misrlik oshpazlar kafta-kabobni sho‘rva bilan, yaxshisi, yasmiqli sho‘rva bilan iste’mol qilish foydali ekanligini ta’kidlashadi. Desertga esa asal sharbati shimdirilgan, qirg‘ichdan o‘tkazilgan yong‘oqlar sepilgan turli xil pasbus pishiriqlari tortiladi. Kechki ovqatdan so‘ng ziyofatni Misrdagidek yakunlash uchun biror qahvaxonaga o‘tgan ma’qul-Qohirada ham, mamlakatning dengiz kurortlarida ham qahvaxonalar ko‘p. Ba’zilari juda g‘aroyib. Masalan, shirinlashtirilgan guruch qaynatmasi yoki qaynoq suv quyilgan ignabargli o‘simlik urug‘lari taklif etiladi. Qahvaning kamida 5-6 ta navi taklif etilishi shart. Spirtli ichimliklarning yo‘qligi alkogolsiz ichimliklarning xilma-xilligi bilan to‘ldiriladi.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Yaqin Sharq va Arab mamlakatlari xalqlarining ovqatlanish madaniyati haqida ma’lumot bering.
2. Yaqin Sharq va Arab mamlakatlari xalqlarining gastronomiyasiga nimalar kiritilgan?

3. Indoneziya oshxonasi boshqa davlatlar oshxonasi bilan qanday farq qiladi?

4. Hind oshxonasi tarkibini tavsiflang.

5. Hind xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlar nimalardan iborat?

6. Turkiya xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlar nimalardan iborat?

7. Saudiya Arabistoni va Yaman xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlarni tushuntirib bering.

8. Eron oshxonasiga tegishli milliy taomlari haqida ma’lumot bering.

9. Jazoir oshxonasiga tegishli milliy taomlari haqida ma’lumot bering.

10. Misr xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlar nimalardan iborat?

VI BOB. YEVROPA MAMLAKATLARI XALQLARINING OVQATLANISHIGA XOS XUSUSIYATLAR

6.1. Yevropa mamlakatlari xalqlarining ovqatlanish madaniyati

Gastronomik turizm yaxshi rivojlangan mamlakatlarning gastronomik turizm salohiyatini O‘zbekiston bilan taqqoslang. Birinchi bo‘lib italiyaliklar sayohatchilarni o‘zlarining mazali taomlari bilan mehmon qilishdi. Bugungi kunda har o‘ninchi mehmon Apenninaga mahalliy taomlardan tatib ko‘rish uchun ataylab keladi. Aytgancha, yaqinda aynan shu yerda dunyodagi birinchi gastronomik fanlar universiteti ochildi. Biroq Fransiya bu masalada eng tajribali mamlakat sifatida shuhrat qozondi. Uning qo‘zirlari pishloq va sharobdir. Fransuzlar ular haqida hikoya qilishga haftalab tayyor turishadi. Faqat shu yerda gastroturistlar pishloq tayyorlash sirlarini o‘rganishadi, konyakni armanyakdan farqlay boshlashadi, yuzlab vinolarni tatib ko‘rishadi va qurbaqa oyoqlari bilan gazak qilishadi. Fransiya-bir nechta viloyatlarning birlashishi natijasida paydo bo‘lgan davlat bo‘lib, ularning har birida aholi o‘zlarining gastronomik xususiyatlarini shu qadar hurmat qilganki, ular hozirgacha saqlanib qolgan. Oshpazlik uslublarining aralashuvi fransuz oshxonasini juda xilma-xil qildi. Shunday qilib, Elzas oshxonasi nemis oshxonasiga juda o‘xshaydi, janubiy viloyatlarning (Provans, Gaskon) oshxonasi italyan va ispan oshxonasiga yaqinroq, garchi o‘tkirroq. Sohilbo‘yi aholisi o‘z ratsionida ko‘proq baliq, qisqichbaqa, omar, langust, krevetka iste’mol qiladi. Fransuz oshxonasi uchun vino, konyak va likyorlardan keng foydalanish xosdir.

Bu ham yaxshi. Yaqinda aniqlanganidek: qizil sharobni o‘rtacha iste’mol qilish (kuniga taxminan bir qadah) ateroskleroz rivojlanishini sekinlashtiradi.

Yaxshi tomonlari: umuman olganda, mutaxassislar fransuz oshxonasini yetarlicha muvozanatli deb hisoblashadi. U, masalan, nemischa yoki inglizchaga qaraganda kamroq yog‘li. Gargantyua va Vatelning, shuningdek, “natyurmort”, “file”, “pyure” yoki “sufle”ning vatani aynan Fransiya ekanligini eslatishning hojati ham bo‘lmasa kerak.

Fransuz oshpazlik leksikasi allaqachon xalqaro miqyosga aylanganligi va bu mamlakat geografiyasini koʻpchilik chegaralarni kesib oʻtmasdan, AOS (Appellation d'Origine Kontrole-ishlab chiqarish joyi boʻyicha berilgan mahsulot nomi) tizimi tufayli oʻrgangan: Konyak, Kalvados, Shampan, Bordo, Burgundiya, Kamamber, Myurol, San-Nekter va boshqa mintaqalar. Amalda shu narsa aniqki, Fransiyadagi gastronomik madaniyat-xoh u gastronomik restoranlar yoki kichik bistrolar boʻlsin, yoki alohida mahsulotlar: vino, pishloqlar, ustritsalar, fua-gra va boshqalar boʻlsin.

Eyfel minorasi yoki Luvr maqomi. Shuni ham unutmaslik kerakki, Fransiya gastronomik-turistik adabiyotlar boʻyicha eng boy mamlakatlardan biri hisoblanadi. Birgina gastronomik gidlarning oʻzini oʻnlab sanash mumkin, bundan tashqari, ma'lum mintaqalarning oshxonasi yoki gastronomik xususiyatlariga bagʻishlangan uch-toʻrtta oʻnlab kitoblar mavjud. Bevosita restoranlarning oʻziga kelsak, ularning koʻpchiligi tarixiy yodgorliklarga biriktirilgan yoki oʻz tarixini afsona-rivoyatlar koʻrinishida taqdim etadi, buning natijasida ular oʻzlari shunday boʻlib qoladilarki, mijozlar mamnuniyat bilan tishlaydilar.

Bunga misol qilib Eyfel minorasida joylashgan "Jyul Vern" yoki mashhur "Kumush minora" restoranlarini keltirish mumkin. Yelisey maydonidagi "Fukes" (Fouquet's) restorani esa allaqachon oʻzining oshxonasi bilan emas, balki kinematograf bilan tarixiy aloqasi va bu yerda nufuzli "Sezar" mukofotini nishonlash an'anasi bilan mashhur. Fransiya hukumati huzuridagi Turizm direksiyasi ma'lumotlariga koʻra, mamlakatga tashrif buyuradigan 75 million sayyoh oʻz byudjetining toʻrtdan bir qismini ovqatlanishga sarflaydi, mamlakatda gastronomik harajatlar uchun 18 milliard yevro qoldiradi. Bu suvenirlar uchun harajatlarni hisobga olmaganda, ularning aksariyati ham gastronomik harakterga ega. Zero, Fransiyadagi oddiy ovqatlanish ham mamlakatni yaxshiroq bilishga, uning madaniyati va urf-odatlari bilan tanishishga yordam beradi. Fransuz oshxonasining oʻziga xosligi shundaki, u xilma-xil va zerikarli emas: mintaqadan mintaqaga mahalliy mahsulotlar va "produits de terroir" deb ataladigan an'anaviy taomlar oʻzgarib boradi. Kayfiyati va hamyoniga qarab, sayyoh har kuni gastronomik uslublarni

oʻzgartirishi mumkin: yuqori oshxona, mintaqaviy, shahar, burjua, ommabop va hokazo. Yuqoridagilarning barchasidan tashqari, Fransiyada yaqinda juda katta mashhurlikka erishgan narsa bevosita gastronomik turizmdir.

Gastronomiya orqali mamlakatni kashf etish maqsadida sayohatlarni tashkil etuvchi yangi-yangi sayyohlik agentliklari paydo boʻlmoqda. Shunchaki gastronomik-turistik tashriflardan tashqari koʻpchilik Fransiyaga ta'lim olish uchun keladi, bunda gap nafaqat mutaxassislar, balki oshpazlik san'atining choʻqqilarini egallashga intilayotgan havaskorlar haqida ham boradi. Shu munosabat bilan, viloyatdagi koʻplab mehmonxona egalari oʻz joylarida dam olish kunlarini tashkil etib, ularda yashash, mahalliy oshxona boʻyicha tatib koʻrish va ta'lim olish imkoniyatini taklif qilishadi.

Mashhur fransuz oshpazlik maktabi Le Kordon Bleu Four Seasons Hotel George V bilan hamkorlikda "fransuz oshxonasini kashf etish" deb nomlangan dasturni taklif qiladi-Parijning hashamatli mehmonxonasida 5 kecha tunash va maktabning oʻzida besh kunlik oshpazlik kurslarini oʻtash. Dasturga, kurslardan tashqari, Parij bozorlari va mashhur Poilane novvoyxonasining laboratoriyasiga tashrif buyurish ham kiritilgan.

Biroq bu borada eng noziktabiat mamlakat sifatida Fransiya shuhrat qozondi. Uning kozir kartalari-pishloq va sharob. Fransuzlar ular haqida haftalab soʻzlab berishga tayyor. Faqat shu yerda gastroturistlar pishloq tayyorlash sirlarini oʻrganadilar, konyakni armanyakdan ajrata boshlaydilar, yuzlab vinolarni tatib koʻradilar va qurbaqa oyoqchalari bilan gazak qiladilar. Fransiya-bir nechta viloyatlarning birlashishi natijasida vujudga kelgan davlat boʻlib, ularning har birida aholi oʻz gastronomik xususiyatlarini shu qadar e'zozlaganki, ular hozirgacha saqlanib qolgan. Oshpazlik uslublarining qorishishi fransuz oshxonasini juda xilma-xil qildi. Masalan, Elzas oshxonasi nemis oshxonasiga juda oʻxshaydi, janubiy viloyatlar (Provans, Gaskon) oshxonasi esa italyan va ispan oshxonasiga yaqinroq, ammo oʻtkirroq. Qirgʻoqboʻyi hududlari aholisi oʻz ratsionida koʻproq baliq, qisqichbaqa, omar, langust, krevetkalardan foydalanadi. Fransuz oshxonasi taomlar tayyorlashda

vino, konyak va likyorlardan keng foydalanish xosdir. Bu ham yaxshi. Yaqinda aniqlanganidek: qizil sharobni mo‘tadil iste’mol qilish (kuniga taxminan bir qadah) ateroskleroz rivojlanishini sekinlashtiradi.

Yaxshi tomonlari: umuman olganda, mutaxassislar fransuz oshxonasini yetarlicha muvozanatli deb hisoblashadi. U, masalan, nemis yoki ingliz oshxonasiga qaraganda kamroq yog‘li. Gargantyua va Vatelning, shuningdek, “natyurmort”, “file”, “pyure” yoki “sufle”ning vatani aynan Fransiya ekanligini eslatishning hojati ham yo‘q. Fransuz oshpazlik lug‘ati allaqachon xalqarolashgan, bu mamlakat geografiyasini ko‘pchilik AOS (Appellation d’Origine Kontrole-ishlab chiqarish joyi bo‘yicha berilgan mahsulot nomi) tizimi orqali chegaralarni kesib o‘tmasdan o‘rgangan: Konyak, Kalvados, Shampan, Bordo, Burgundiya mintaqalari, Kamamber, Myurol, San-Nekter qishloqlari va hokazo. Amalda shunday xulosa qilish mumkinki, Fransiyadagi gastronomik madaniyat-gastronomik restoranlar yoki kichik bistrolar bo‘ladimi yoki alohida mahsulotlar: vino, pishloq, ustritsa, fua-gra va boshqalar bo‘ladimi-maqomi jihatidan Eyfel minorasi yoki Luvrga teng bo‘lgan diqqatga sazovor joy hisoblanadi. Shuni ham unutmaslik kerakki, Fransiya gastronomik-turistik adabiyotlar bo‘yicha eng boy mamlakatlardan biri hisoblanadi. Faqatgina gastronomik yo‘l ko‘rsatkichlarning o‘zini o‘nlab sanash mumkin, bunga qo‘shimcha ravishda ma’lum hududlarning oshxonasi yoki gastronomik xususiyatlariga bag‘ishlangan uch-to‘rt o‘nlab kitoblar mavjud. Bevosita restoranlarning o‘ziga kelsak, ularning ko‘pchiligi tarixiy yodgorliklarga biriktirilgan yoki o‘z tarixini afsona-rivoyatlar ko‘rinishida taqdim etadi, natijada ular o‘zlari ham shunday maqomga ega bo‘lib qolishadi va mijozlar bunga qiziqish bilan munosabatda bo‘lishadi.

Sayohatchilarni o‘zlarining mazali taomlari bilan birinchi bo‘lib italiyaliklar jalb qila boshlagan. Bugungi kunda har o‘ninchi mehmon Apenninga mahalliy taomlardan tatib ko‘rish uchun maxsus keladi. Aytgancha, yaqinda aynan shu yerda dunyodagi birinchi gastronomik fanlar universiteti ochildi. Italiya oshxonasi (xitoy oshxonasi bilan bir qatorda) allaqachon o‘z milliy chegaralaridan chiqib, xalqaro

oshxonalardan biriga aylangan. Pitsa, lazanya, pasta kabi taomlar deyarli hamma uchun tanish. Italiya oshxonasi O‘rta yer dengizi oshxonasining yorqin namoyandasi hisoblanadi. Unda baliq, dengiz mahsulotlari, sabzavotlar, mevalar, pishloqlar, zaytun moyi, hamir mahsulotlari va vino ko‘p ishlatiladi. Italiya oshxonasida hayvon yog‘i nisbatan kam qo‘llaniladi. Yodning ko‘pligi (dengiz mahsulotlari tufayli) moddalar almashinuvini tezlashtiradi va yog‘ning parchalanishiga yordam beradi. Hozirgi vaqtda diyetologlar orasida aynan O‘rta yer dengizi ovqatlanish an’anasi aterosklerozni ushlab turadi va uzoq umr ko‘rishga yordam beradi degan fikr ustunlik qiladi. Italiya milliy turizm boshqarmasi ma’lumotlariga ko‘ra, turistlarning 30 foizi bu mamlakatga dengizda dam olish, 30 foizi muzeylar va yodgorliklarni ziyorat qilish, 5 foizi esa turli gastronomik va vino sayohatlarida ishtirok etish uchun tashrif buyuradi.

Italiyada 20 ta viloyat mavjud bo‘lib, ularning har biri o‘ziga xos pazandachilik an’analariga ega. Har yili sentyabr boshida Milanda “Yuqori lombard oshxonasi haftaligi” o‘tkaziladi. Italiyaning shimolida oshxona ancha og‘ir va unchalik nafis emas, degan fikr tarqalgan. Biroq, oddiy mahsulotlardan kutilmagan kombinatsiyalarni taklif qiluvchi Milan oshpazlari bu fikrni bemalol inkor etadilar. Aslida, Lombardiya ancha oldin Italiyaning gastronomik turizm markazlaridan biriga aylangan. Maxsus “ta’m marshrutlari” asosan fermer xo‘jaliklari va uzumzorlar orqali o‘tadi. Aynan shu yerda osso bukko (sousli mol go‘shti), rizotto alla milanese yoki yog‘li panettone bulochkalari kabi mashhur taomlar paydo bo‘lgan. Pishloqlar ham ajoyib, ular orasida eng mashhuri gorgonzola va maskarpone. Viloyat o‘zining vinolari bilan ham dong taratgan, shuningdek, mashhur “Amaretto di Saronno” likyori ham shu yerda tayyorlanadi.

Italiya go‘yo vino-gastronomik turizm uchun yaratilgandek. Kuzda Italiyani tomosha qilish va tatib ko‘rish yozga qaraganda qiziqarliroq va ancha qulay (issiqlik yo‘qligi tufayli). Istasangiz, gastronomik turni plyajdagi dam olish (masalan, Sitsiliyada) yoki ekskursiya dasturi bilan birlashtirishingiz mumkin. Oktyabr oyining oxirida Italiyada yangi vino bayrami nishonlanadi. Mamlakatning bir qismini mashinada kezib, turli

viloyatlarning taomlarini taqqoslash va turli-tuman vinolarni tatib koʻrish yanada maroqliroq boʻlardi.

Italiya gastronomik xaritasi haqida gapirganda, birinchi navbatda Toskana ajralib turadi-bu haqiqiy gurmanlar jannatiga oʻxshaydi. Bu yerda oʻtkir uchli sarv daraxtlari boʻlgan goʻzal tepaliklarni tomosha qilish, Toskana vinolarining oʻtkir va mast qiluvchi hidlaridan bahramand boʻlish mumkin. Kianti vodiysi Italiyaning eng muhim vinochilik hududidir. Shuningdek, Kiantining zaytun moyi ham yuqori baholanadi. Uzum Toskananing boshqa joylarida ham yetishtiriladi, ammo faqat Kiantidan olingan kianti navi albatta qora xoʻrozli “Gallo nero” yorligʻiga ega boʻladi. Geografik jihatdan, Florensiya va Siena viloyatlari oʻrtasidagi taxminan 70 ming gektar maydon bugungi kunda an’anaviy kianti zonasi sifatida saqlanib qolgan, ammo bu sharob ishlab chiqarish hududi asta-sekin kengayib bormoqda. Tarixiy kianti ikkita qizil uzum navini (Sangiovese va Kanaiolo Nero) va ikkita oq uzum navini (Trebbiano Toskano va Malvasia Bianka) oʻz ichiga olgan. Bugungi kun qoidalari esa faqat qizil navlardan foydalanishga ruxsat beradi.

Italiyada uzum uzish paytida ham, zaytun moyini siqish mavsumida ham, koʻpincha ochiq osmon ostidagi haqiqiy teatrga aylanadigan festivallar, koʻrgazmalar, konsertlar paytida ham doimo qiziqarli voqealar boʻlib turadi. Bu oʻlkalarda goʻyo vino-gastronomik turizm uchun yaratilgandek, vino, madaniyat va gastronomiya tushunchalariga yaqinlashish, oʻz didingizni anglash oson. Toskanada siz oshpazlik san’ati darslarini olishingiz mumkin. Ular standart dastur boʻyicha-kuniga 3 soat davomida dasturxon bezash, gazaklar, birinchi va ikkinchi taomlar, shuningdek, shirinliklar tayyorlashni oʻrganish, turli xil taomlarga mos vinolarni tanlash koʻnikmalarini egallashni oʻz ichiga oladi. Koʻplab qiziqarli vinolar va mahalliy mahsulotlar qoʻyilgan maxsus doʻkonlar-enotekalarga tashrif buyurish alohida e’tiborga loyiq. Eng mashhurlari qatoriga La Kantinetta va Bottega Del Chianti Klassiko kiradi. Hamma joyda sizga foydali maslahatlar berishadi, mahsulotlarni tatib koʻrishni taklif qilishadi. Neapol mashhur pitsaning vatani hisoblanadi. Aynan shu yerda ushbu ajoyib, dunyo boʻylab mashhur va

ayni paytda juda oddiy taomni tayyorlash sirlarini o‘rganish mumkin. Italiya bo‘ylab gastronomik sayohat, xuddi Fransiya bo‘ylab sayohat kabi, eng kamtarona hisob-kitoblarga ko‘ra, kishi boshiga haftasiga 1500 yevrodan kam bo‘lmasligi mumkin.

6.2. Yevropa mamlakatlari xalqlarining gastronomiyasi

Fransuz xalqining ovqatlanishga xos xususiyatlar. Fransuz pazandachiligi xitoy va rus pazandachiligi kabi dunyoda tan olingan. Fransuzlar taom tayyorlashni san’at, mohir oshpazlarni esa o‘z kasbining san’atkori deb hisoblaydilar. Shu boisdan ham oshpaz fransuzlarning fikricha faqat tayyor resepturalardan foydalanadigan va yangilik kiritmagan oshpazlar maqtovga sazovor emas deb bilishadi. Yana shuni ta’kidlash kerakki, fransuzlar uchun taom tayyorlash va uni iste’mol qilish, sevgi izhor etish va o‘zaro suhbatlashish san’atiga tengdir. Fransuzlar uchun pazandachilik inson ruhini ko‘taruvchi san’at turlaridan biri hisoblanadi. Shuning uchun ham salatlarga “Aida”, “Karmen”, “Toska”, “Minon” kabi san’at asarlari nomlari berilgan. Ko‘pchilik taomlar lirik nomlarga ega. Bundan tashqari ayrim taomlarning nomlari shaharlar, provinsiyalar va ma’lum regionlar nomiga qo‘yilgan. Ba’zi taomlar ayrim shaxslarning ismi bilan ataladi. Masalan, “beshamel” sousi Lyudovik XVI-ning metrdoteli ismi bilan ataladi. Subiz suyuq taomi, fransuz generali Sh.Subiz nomi bilan atalgan. Omlet, jo‘ja go‘shtidan tayyorlangan va suyuq taomlar turlarining ba’zilari Fransiyaga birinchi marta kartoshkani olib kelgan harbiy aptekachi Parmante nomi bilan yuritiladi.

Fransiyada nafaqat oshpazlar, har bir iste’molchi fransuz o‘zini taom shinavandasi (gurman) deb hisoblaydi va kelgan joylarida ham beriladigan taomlarga shu nuqtai nazardan baho beradilar. Fransuz pazandachiligi nafaqat dunyoda tan olingan, uning boshqa xalqlar pazandachiliklariga ham ta’siri katta. Bunga Yevropa mamlakatlari xalqlari pazandachiligidagi fransuz tilidan qabul qilingan “Omlet”, “Antrekot”, “Kotleta”, “Bulon” (julion), “Mayonez”, “Galantin” kabi taomlarning nomlari yaqqol misol bo‘la oladi. Bundan tashqari, ovqatlantirish korxonalari faoliyatida qo‘llaniladigan “Menyu”,

“Metrdotel”, “Gril” va “Gastronomiya” kabi atamalar ham fransuz tilidan olingan.

Fransuz taomlarining assortimenti shunchalik kattaki, barcha taomlarni tatib koʻrish uchun bir insonning umr davri kamlik qiladi. Masalan, fransuz pazandachiligida birgina pishloqning 900 ga yaqin turi tayyorlanadi.

Fransuzlar pishloqsiz pazandachilikni tasavvur qila olmaydi. Hech bir ovqatlanish desert sifatida pishloqsiz oʻtmaydi. “Rokfor” pishlogʻi qadimgi rimliklar vaqtida tayyorlangan boʻlib, uning resepturasiga 2000 yildan oshgan. Bu pishloqni tayyorlash texnologiyasi uzoq vaqtlar sir saqlanib kelingan. Fransuzlarning ta’kidlashicha: “Rokfor-pishloqlar shohi” hisoblanadi. Pishloq asosan desert sifatida beriladi. Lekin, gazak sifatida ham berilishi mumkin. Fransuz ayollari pishloqdan bebaho suyuq taom tayyorlaydilar.

Fransuz pazandachiligining rivojlanishida boshqa xalqlar pazandachiliklarining ham ta’siri juda katta boʻlgan. Ba’zi bir ispan va nemis taomlari resepturalari fransuz milliy an’analarini hisobga olgan holda oʻzgartirish kiritilishi natijasida bugungi kunda fransuz milliy taomlariga aylangan. Uning natijasida fransuz pazandachiligi boyib, taomlar assortimenti ham kengayib borgan. Shu sababli ham fransuz pazandachiligi taomlar turlarining koʻpligidan tashqari ularni tayyorlash uchun ishlatiladigan oziq-ovqat mahsulotlarining xilma-xilliga bilan ham ajralib turadi.

Yana shuni ta’kidlash kerak-ki, fransuz pazandachiligi taomlarining xilma-xilligida ularni tayyorlashda ishlatiladigan souslarning ahamiyati ham katta. Souslar turiga koʻra xilma-xilligi boʻlib, ularning soni 3000 dan ortiq. Oshpaz sous yordamida taomga ma’lum ta’m va xushboʻylik berish bilan birga, asosiy mahsulotlar tarkibini oʻzgartirmasdan taomning xilma-xilligiga erishadi. Fransuzlar goʻshtni rad etishi mumkin, lekin sousdan hech qachon bosh tortishmaydi. Chunki sous hamma taomlar uchun eng asosiysi hisoblanadi. Fransuzlarning ta’kidlashicha, qaynatish va qovurishni oʻrganish mumkin, lekin sousni tayyorlashni oʻrganish mumkin emas. Chunki buning uchun tugʻma talant kerak. “Bordelez”, “Beshamel” oq

vino yoki konyak bilan tayyorlangan “bernez” souslarini misol tariqasida aytish mumkin. Fransuzlarda sifatli vino va did bilan tayyorlangan sousdan yuz o‘girgan iste’molchi bo‘lmasa kerak.

Fransuz taomlarini tayyorlashda dunyo xalqlari pazandachiliklari tajribasida mavjud bo‘lgan barcha usullardan (qovurish, qaynatish, dimlab pishirish, toblab pishirish va shunga o‘xshashlar) keng foydalaniladi.

“Sparja” sabzavotlar malikasi hisoblanadi. Ayniqsa, beshamel sousi va maydalangan pishloq bilan aralashtirib, duxovkada ozroq qizdirib olingan sparja, haqiqatdan ham rohat bag‘ishlaydi. Parijliklar hayotdan zavq olib yashashni va turli xil taomlar tayyorlashni sevishadi. Lekin, qimmatbaho mahsulotlar ishlatishga intilishmaydi.

Fransuz ayollari azaldan omletni qovurishni o‘ziga xos usulini o‘rganganlar. Ular oshpaz bo‘lish uchun avval omlet pishirishni bilish kerak deyishadi.

Har bir viloyat o‘zida etishtiriladigan pazandachilik mahsulotlari mavjud. Tuluzda milliy taom hisoblangan kassuli, janubiy-g‘arb davlatlaridan tashqari boshqa regionlarda ham milliy taom hisoblanadi.

Tuzlangan karamning vatani Elzas va Lotaringiya hisoblanadi. Yosh kaklik va tuzlangan karam strasburg pivosi bilan Elzas va Lotaringiyaning milliy taomi hisoblanadi. Mazali taomlardan yana biri Kish Loren hisoblanadi. Bu taom Lotaringiyadan kelib chiqqan bo‘lib, so‘zning ildizi nemischa hisoblanadi. Kish Loren shirinlikning bir turi bo‘lib, tuxum, qaymoq, dumba va pishloqdan tayyorlanadi.

Oshpazning ziravorlari arsenali chaber, no‘sh piyoz, kerver, estragon, rozmarin va boshqa ziravorlar ishlatilishi bilan ajralib turadi. Keyingi paytlarda go‘sht va parranda go‘shtlarini olovda, elektr va gaz duxovkalarida, vertel yoki reshyotkalarda, katta bo‘lmagan maxsus elektrogrillarda tayyorlamoqdalar. Ochiq olovda tayyorlangan go‘shtning ta’mini yaxshilash uchun stolga uzatishdan oldin ustiga ozroq miqdorda konyak quyib keyin yondiriladi. Natijada taom o‘ziga xos xushbo‘ylik va ta’mga ega bo‘ladi.

Keng tarqalgan zaytun yog‘ini istalgan paytda tozalangan o‘simlik yog‘i va birinchi navbatda makkajo‘xori yog‘i bilan almashtirish

mumkin.

Turli xildagi sabzavotlar taom va garnir sifatida keng ishlatiladi. Ayniqsa, yangi uzilgan sabzavotlardan tayyorlangan salatlar qaynatilgan va konservalangan sabzavotlar, shuningdek, go‘sht, yovvoyi qush va parrandalardan tayyorlangan salatlar alohida o‘rin egallaydi. Haqiqiy ko‘katli salatni tayyorlash uchun uni tozalash va yuvishning o‘zi yetarli emas. Pazandachilikni yaxshi tushungan Russoning ta’kidlashicha, salat tayyorlash uchun yosh qizning nozik barmoqlari kerak bo‘lar ekan. Faqat shu holatdagina salat haqiqatan ham mazali bo‘lishiga ishonch hosil qilish mumkin.

Suyuq taomlardan tiniq, atalasimon, piyozli suyuq taomlar keng tarqalgan. Ikkinchi go‘shtli taomlarga karam, pomidor va bodringdan tayyorlangan salatlar beriladi.

Fransuz pazandachiligining o‘ziga xos xususiyatlaridan biri, ayniqsa ikkinchi taomlar garniri uchun artishok, sparja, salat-latuk ko‘p ishlatiladi. Sabzavotlarni qaynatish paytida uning texnologiyasiga to‘la rioya qilinadi: yashil sabzavotlarni qaynatish uchun, qaynayotgan tuzlangan suvga solib, og‘zi yopilmagan idishda pishiriladi, faqat quritilgan sabzavotlar sovuq suvga solinadi.

Fransiyaning janubiy tomonida yashovchi xalqlar pazandachiligi, taomning o‘tkir ta’mi, vino va ziravorlarning, ayniqsa piyoz va sarimsoqning ko‘p ishlatilishi bilan ajralib turadi. Elzas pazandachiligi ham taomlarning to‘yimliligi, cho‘chqa go‘shti va karamning ko‘p ishlatilishi bilan o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Dengiz bo‘yi tumanlari pazandachiligida ko‘p miqdorda dengiz mahsulotlaridan baliq, krab, omar, langust, krevetka va boshqalarni ko‘p ishlatishadi.

Fransuz pazandachiligining o‘ziga xos xususiyatlaridan yana biri, turli xildagi taomlar tayyorlashda uzum vinosi, konyak va liker ishlatilishi hisoblanadi. Taomni pishirish paytida issiqlik ta’sirida vino spirti bug‘lanadi va qolgan tarkibi taomga o‘ziga xos ta’m va xushbo‘ylik beradi. Pazandachilikda asosan kuchsiz vinolar ishlatiladi. Qizil vino ko‘pincha uy va yovvoyi hayvonlar go‘shtidan taom tayyorlashda, oq vino esa baliqdan taomlar tayyorlashda ishlatiladi. Chunki, qizil vino oq go‘shtli baliqlarga ko‘kimtir tusli rang beradi.

Bunda oq vino juda nordon bo‘lmasligi kerak. Vino, taom tayyorlashda ishlatilishi bilan birga, go‘sht va bulonlar uchun marinad tayyorlash va baliqni qaynatish uchun asosiy tarkibiy qismi hisoblanadi.

Fransuzlar kefir, smetana, smetanali suzma, slivkalarni sevib iste’mol etishadi.

Fransuz oshxonasining taomlari barcha turdagi go‘sht mahsulotlaridan tayyorlanadi: buzoq go‘shti, mol go‘shti, qo‘y go‘shti, parranda go‘shti, yovvoyi parrandalar go‘shti, kamroq cho‘chqa go‘shti-qaynatilgan, qovurilgan va dimlangan holda. Turli xil sabzavotlardan tayyorlangan taomlar va garnirlar keng taqdim etilgan.Yangi sabzavotlardan tayyorlangan salatlar (ko‘k salat, latuk, pomidor va bodringdan tayyorlangan salat) va qaynatilgan hamda konservalangan sabzavotlar, shuningdek, go‘sht, parranda va yovvoyi parrandalardan tayyorlangan salatlar alohida o‘rin tutadi. Ikkinchi go‘shtli taomlarga karam, pomidor va bodringdan tayyorlangan yashil salat alohida beriladi. Birinchi taomlardan tiniq sho‘rvalar, pyure sho‘rvalar, piyozli sho‘rva va boshqalar keng tarqalgan.

Fransuz oshxonasi har doim oshpazlik san’atida mukammallik namunasi bo‘lib kelgan va mashhur oshpazlarni fransuzlar o‘ziga xos shoirlar deb hisoblashadi. Ular tayyor reseptlar faqat taom tayyorlash uchun asos bo‘lib xizmat qiladi, deb aytishadi. Bu asosdan ijodiy foydalanib, har bir oshpaz o‘z taomlarini restoranlarda beriladigan yoki boshqa oshpazlar tomonidan tayyorlangan xuddi shu nomdagi taomlardan farqli qilib tayyorlashi mumkin.

Fransiyaning janubiy viloyatlari (Provans, Langedok, basklar o‘lkasi, Gaskon) oshxonasi taomlarning o‘tkirligi, vino va ziravorlarning, ayniqsa piyoz va sarimsoqning ko‘p ishlatilishi bilan keskin ajralib turadi. Elzas oshxonasi ham o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lib, to‘yimliligi, cho‘chqa go‘shti va karamni ko‘proq iste’mol qilishi bilan ajralib turadi. Qirg‘oqbo‘yi hududlari aholisi o‘z oshxonasida ko‘proq dengiz mahsulotlari-baliq, qisqichbaqa, omar, langust, krevetka va boshqalardan foydalanadi.

Fransuz oshxonasining o‘ziga xos xususiyatlaridan biri turli xil taomlarni tayyorlashda uzum vinosi, konyak va likyordan faol

foydalanishdir. Bunda, odatda, sharob sezilarli darajada qaynatiladi, natijada sharob spirti bug‘lanadi, qolgan tarkib esa taomga o‘ziga xos ta’m va yoqimli hid beradi. Uzoq vaqt pishirishni talab qilmaydigan har qanday taomda oxir-oqibat boshlang‘ich sharob hajmining yarmidan ko‘pi qolmaydi. Sharob taomlar tayyorlash uchun ishlatilishidan tashqari, u go‘sht marinadlari va baliq qaynatish uchun bulyonlarning asosiy tarkibiy qismi bo‘lib xizmat qiladi. Fransuz oshxonasida faqat uzumdan tayyorlangan quruq va yarim quruq (kuchaytirilmagan) vinolar ishlatiladi. Qizil vino ko‘proq uy va yovvoyi hayvonlar go‘shtidan taomlar tayyorlashda, oq vino baliqdan taomlar tayyorlashda ishlatiladi. Ba’zi taomlar, masalan, yeyiladigan chig‘anoqlar yoki oq go‘shtli baliq taomlari faqat oq sharob bilan tayyorlanadi, chunki qizil sharob ularga yoqimsiz ko‘kimtir rang beradi. Oq vino unchalik quruq (nordon) bo‘lmasligi kerak.

Klassik bo‘lib qolgan fransuz oshxonasining ko‘plab reseptlarida porto, xeres va boshqa fransuz bo‘lmagan vinolardan foydalanish tavsiya etiladi. Ammo fransuzlarning o‘zlari ko‘pincha bu vinolarni o‘zlarining shirin vinolari, masalan, frontinyan, muskat va boshqalar bilan almashtiradilar.

Shunday qilib, fransuz reseptlarida porto, xeres va boshqa vinolarni tvishi, tetra, rossiyalik yarim shirin vinolar bilan almashtirish fransuz oshxonasining an’anaviy reseptlarini buzmasligi mumkin. Masalan, Fransiyaning shimolida konyak o‘rniga ko‘pincha kalvados (olma arog‘i), Gaskoniyada esa armanyak ishlatiladi. Sovet konyaklarini fransuz konyaklari o‘rniga vinolarga qo‘shimcha sifatida yoki to‘g‘ridan-to‘g‘ri ovqatga, masalan, go‘shtga o‘t qo‘yish uchun bemalol ishlatsa bo‘ladi.

So‘nggi paytlarda parranda va go‘sht taomlari ko‘proq elektr (yoki hatto gaz) pechda, vertelda yoki panjarada, maxsus kichik elektr grillarda olov yoki issiqlikda tayyorlanadigan bo‘ldi. Ta’mini yaxshilash uchun ochiq olovda pishirilgan go‘shtga dasturxonga tortishdan oldin ozgina konyak sepib, yoqib yuborish mumkin. Bu ovqatga o‘ziga xos hid va ta’m beradi.

Fransuz oshxonasining yana bir xususiyati-souslarning xilma-xilligi. Ular 3000 dan ortiq. Souslar yordamida fransuz oshpazi taomga ma’lum bir ta’m va hid beradi hamda asosiy mahsulotlarning tarkibi o‘zgarmagan holda ovqatlanishni xilma-xil qiladi.

Fransuz oshpazining ziravorlar to‘plami chaber, piyozning porey turi, kervel, estragon, rozmarin va boshqa ziravorlarni keng qo‘llashi bilan ajralib turadi. Ko‘pgina taomlarni tayyorlashda fransuzlar qozonga petrushka, chaber, dafna yaprog‘idan iborat “yig‘ma guldasta” deb ataladigan kichik bog‘lam giyohlarni soladilar. Dasturxonga tortishdan oldin taomdan bu “guldasta” olib tashlanadi.

Fransiya va Belgiyada uzoq saqlangan ov parrandalaridan ham taomlar tayyorlanadi. Parrandalar bir necha kun davomida ochiq havoda (uy sharoitida-derazadan tashqarida) saqlanadi.

Fransiyada qimmatbaho osyotr baliqlari yo‘qligiga qaramay, oshpazlar arzon baliqlardan juda mazali taomlar tayyorlashda turli xil qayla va souslardan foydalanadilar. Fransuz oshxonasining o‘ziga xos xususiyati, ayniqsa, ikkinchi taomlarga garnir sifatida artishok, sarsabil, latuk salati kabi sabzavotlardan keng foydalanishdir. Sabzavotlarni qaynatishda quyidagi qoidaga qat’iy rioya qilinadi: qaynatish uchun ko‘k sabzavotlar qaynab turgan tuzli suvga solinadi va qopqog‘i ochiq idishda qaynatiladi; faqat quruq sabzavotlar oldindan sovuq suvga solinadi.

Fransuzlarning fikricha, yaxshi omlet tayyorlash alohida e’tibor talab qiladi. Buning uchun tubi juda tekis bo‘lgan og‘ir tovalar tanlanadi va Fransiya Gastronomlar Akademiyasining ayrim mutaxassislari tavsiya qilganidek, ularda boshqa hech narsa pishirilmaydi; omlet uchun tovani yuvmaslik, balki issiqligida toza qog‘oz va oz miqdordagi yirik tuz bilan artish, so‘ngra zang bosmasligi uchun biroz yog‘lash ma’qul.

Fransuz oshxonasidagi ko‘plab taomlarning nomlari shaharlar, viloyatlar, joylarning nomlari bilan bog‘liq. Ba’zi taomlar odamlar nomi bilan atalgan. Masalan, beshamel sousi badavlat moliyachi Beshamel, Lyudovik XVI ning metrdoteli va ushbu sous resepti muallifi nomini olgan. Subiz sho‘rva fransuz generali Sh.Subiz nomi bilan atalgan. Fransiyaga birinchi bo‘lib kartoshka tuganaklarini olib kirgan harbiy

dorixonachi Parmante nomi bilan bir nechta taom-shoʻrva, quymoq, joʻja va boshqalar nomlangan. Nomida “ispancha”, “nemischa” va hokazo boʻlgan taomlar reseptlari shunchalik oʻzgarganki, endi ular fransuz oshxonasining asl reseptlariga aylangan.

Fransuz dasturxonining yana bir oʻziga xos xususiyati-kichik porsiyalarda iste’mol qilinadigan taomlarning xilma-xilligidir. Fransuzlar kefir, qaymoq, qaymoqli tvorog, qaymoqni ishtaha bilan iste’mol qiladilar. Tushlikdan keyin, shirinlikdan oldin, koʻpchilik pishloq yeyishni yaxshi koʻradi.

Fransiyadan kelgan turistlar uchun quyidagilarni tavsiya etish lozim: Sovuq gazaklardan: pishloqli sariyogʻ, barcha turdagi salatlar, goʻshtli assorti, sabzavotli garnir bilan qaynatilgan sovuq baliq, quyilgan baliq va marinadlangan, qaynatilgan yoki qovurilgan tovuq goʻshti.

Birinchi taomlardan: parranda goʻshti, turli sabzavotlar va koʻk noʻxatdan tayyorlangan pyuresimon shoʻrvalar va kremli shoʻrvalar, pirojkalar va turli garnirlar qoʻshilgan bulyonlar, shuningdek, schi va borshlar. Ikkinchi taomlardan: baliq, mol, qoʻy, parranda va ov parrandasi goʻshtidan tayyorlangan turli taomlar, qaynatilgan, qovurilgan va dimlangan sabzavotlar, tuxumdan tayyorlangan turli taomlar.

Desertga: yangi meva va rezavorlar, jele, kremlar, musslar, yangi mevalardan kompotlar va salatlar, suhari puddingi, tortlar, pirojniylar, murabbo bilan blinchiklar. Desertdan keyin qora qahva beriladi.

Italiya xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlari. Italiya pazandachiligining ajralib turadigan xususiyatlaridan asosiysi, ularning makaron mahsulotlarini koʻp istemol qilishadi. Makaron mahsulotlari spagetti, kapelodi, vermishel, fettuchine va turli xildagi taomlar tayyorlashadi. Spagettini vetchina, pishloq, qiymalangan goʻsht va tuxum bilan ham iste’mol qilishadi. Ular makaronlarni qaynatib va qovurib tayyorlashadi. Qaynatilgan makoron mahsulotlari bilan alohida sariyogʻ, qirgʻichdan oʻtkazilgan pishloq va turli xildagi souslar berishadi. Taom tayyorlashda zaytun moyini ishlatish odat tusiga kirgan. Dengiz boʻyida yashovchi aholi turli xildagi nobaliq dengiz mahsulotlaridan molyuska, krab, omar, krevetki, langust va

osminoglarni koʻp isteʼmol qilishadi.

Italiyaliklarga salat-latuk, oq ildizli va rangli karamlar, pomidor va baqlajon, kabachki, ismaloq kabi turli xil sabzavotlarni doim isteʼmol qilish odat tusiga kirgan. Sabzavotlar mustaqil taom sifatida hamda goʻshtli va baliqli taomlarga garnir sifatida beriladi. Sabzavotli garnirlar alohida beriladi.

Qiymalangan goʻsht va yogʻli choʻchqa goʻshtini italiyaliklar yoqtirishmaydi. Lekin, tabiiy goʻshtdan tayyorlangan taomlarni sevib isteʼmol qilishadi. Sovuq gazaklarni koʻp boʻlmagan miqdorda va oʻtkir taʼmli qilib tayyorlashadi. Shuni ham eʼtirof etish lozimki, italiyaliklar zaytun mevasini, maslinalarni juda yoqtirishadi.

Sovuq va issiq gazaklar ishtiyoq bilan turli variantlarda tayyorlanadi. Masalan, qoʻziqorinli salat garnir yoki asosiy taom (pitssa) sifatida berilishi mumkin. Italyancha gazaklar “antipasto” deyiladi. Taom va gazaklar tayyorlashda koʻp miqdorda ziravorlar, sarimsoqpiyoz, piyoz, maydalanmagan garimdori, selderey, tomat pyuresi va pishloqlar ishlatiladi. Italiyaliklar taomlar taʼmini juda oʻtkir va xushboʻy qilib tayyorlashadi. Ular turli xildagi aralashtirilgan gazaklar va baliqdan tashqari dengiz mahsulotlaridan tayyorlangan salatlarni sevib isteʼmol qilishadi.

Tiniq, goʻshtli atalasimon va makaronli suyuq taomlarni koʻp tayyorlashadi. “Dzupa di pepe”-baliq shoʻrva turi delikates hisoblanib, bir necha turdagi baliq va malyuskalardan (ustritsa, midii) tayyorlanadi. Koʻpchilik suyuq taomlar bilan qirgʻichdan oʻtkazilgan pishloq beriladi.

Suyuq taomlardan italiyaliklarga hamirli mahsulotlar, sabzavot, tovuq yoki mol goʻshtidan tayyorlangan suyuq taomlarni taklif etish mumkin. Italiyalik turistlar chuchvarali, gurunchli, choʻzmali, qiymali bulonlarni juda yoqtirishadi. Koʻpchilik yevropaliklar singari italiyaliklar ham pomidor, parranda, rangli karamdan tayyorlangan atalasimon suyuq taomlarni rad etishmaydi.

Italiyaliklar makaroni ezilmagan taomni maʼqul koʻrishadi. Lekin, guruchni toʻla ezulguncha pishirishadi. Italiyalik mehmonlarda vazni kichik, lekin sifatli tayyorlangan goʻshtli taomlarga talab yuqori boʻlib, turli hududlarda talab turlicha hisoblanadi. Masalan, Shimoliy Italiyada

buzoq va mol go‘shti qadrlanadi. Markaziy Italiyada yaxshi qovurilgan cho‘chqa go‘shtini xush ko‘rishadi. Shu bilan birga Italiyaliklar kolbasalarni juda yoqtirishadi.

Italyaliklar qora nonni iste’mol qilishmaydi. Tushlikda kichik bulochka beriladi. Italiyaliklarda turli xildagi pishloqsiz desertni tasavvur qilib bo‘lmaydi. Desertda turli xildagi mevalar ham beriladi. Italyaliklar ichimliklardan ko‘proq qahva ichishadi va uning turli xillarini tayyorlashadi.

Italyanlar qo‘y go‘shti, vetchina, sabzavot, guruch, qizil dasturxon vinosi, zaytun moyi, zaytun, sitrus mevalari, oq non, loviya, ayniqsa oq loviya, ismaloq, pomidor, baliq, shampinyon, pomidor va boshqa souslarni yaxshi ko‘radilar. Italiyada 50 ga yaqin sous turlari mavjud.

Italiya oshxonasi sabzavotlar tayyorlash san’ati bilan shuhrat qozongan. Ular qaynatilmaydi, balki o‘z sharbatida dimlanadi yoki qovuriladi. Italiya oshxonasining o‘ziga xos xususiyati-makaron mahsulotlarining keng assortimenti (spagetti, vermishel). Makaron (spagetti) italyanlarning milliy taomidir. Qaynatilgan makaronlarga alohida sariyog‘, pishloq va turli xil ziravorlar sous ko‘rinishida beriladi. Spagetti, shuningdek, vetchina, pishloq bilan yoki go‘sht va tuxum bilan to‘ldirilgan holda iste’mol qilinadi. Taom tayyorlash uchun, odatda, zaytun moyi ishlatiladi. Italyanlar sopol idishdagi sho‘rvani yaxshi ko‘rishadi. Ikkinchi taomlarga garnir sifatida barcha turdagi sabzavotlar va ziravorlar (latuk salati, artishok, bryussel karami) keng qo‘llaniladi. Dengiz bo‘yidagi shaharlarda dengiz mahsulotlarining barcha turlaridan (krablar, omarlar, langustlar, sakkizoyoqlar, karakatitsalar, krevetkalar va boshqalar) taomlar tayyorlanadi.

Desertga turli xil pishloqlar va mevalar beriladi; tushlik va kechki ovqatga, odatda, dasturxon sharoblari tortiladi.

Italyanlar qiymalangan go‘sht va yog‘li cho‘chqa go‘shtidan tayyorlangan taomlarni yoqtirmaydilar, ammo tabiiy go‘shtli taomlarni mamnuniyat bilan iste’mol qiladilar. Non faqat oq bo‘lishi kerak. Asosiy issiq ichimlik qora qahvadir.

Italiyadan kelgan turistlarga quyidagilarni tavsiya etish lozim:

Sovuq gazaklardan: sardina, qaynatilgan va jelatinli baliq, marinadlangan baliq, vetchina, qaynatilgan til, zaytun, qaynatilgan yoki qovurilgan tovuq.

Birinchi taomlardan: go‘sht mahsulotlari va sabzavotlardan tayyorlangan pyure-sho‘rvalar, tovuqli ugra, turli xil qo‘shimchalar solingan bulyonlar.

Ikkinchi taomlardan: sabzavotli garnir bilan qovurilgan mol, qo‘y va cho‘chqa go‘shtidan (yog‘siz) tayyorlangan tabiiy taomlar, qovurilgan tovuq yoki kurka, makaron yoki vermishel bilan gulyash va azu, kartoshka va sabzavotlar bilan qovurilgan baliq, sariyog‘ qo‘shilgan gulkaram. Ikkinchi taomlarga alohida ko‘k salat, pomidor va turli xil marinadlangan sabzavotlar hamda zaytunlar ilova qilinadi.

Desertga: yangi meva va rezavorlar, xurmo, kompotlar, muzqaymoq, biskvitli tort taqdim etiladi.

Shirinlikdan keyin, albatta, pishloq va qora qahva beriladi. Dasturxonga tortishda quyidagi ketma-ketlikka rioya qilish tavsiya etiladi: achchiq gazak, sho‘rva, go‘shtli taom, shirinlik, pishloq, qora qahva.

Nemis va Avstriya xalqlarining ovqatlanishiga xos xususiyatlar. Nemislar va avstriyaliklar pazandachilik taomlarini tayyorlashda cho‘chqa, buzoq, mol, baliq go‘shtlari, yovvoyi qush va hayvon go‘shtlarini ko‘p ishlatishadi. Lekin Germaniyada sabzavotlardan tayyorlanadigan taomlar ulushi Avstriyaga nisbatan ko‘proq. Ikkinchi taomlar uchun garnirlar sifatida qaynatilgan kartoshka, karam, gulkaram, ko‘k loviya, sabzidan foydalanishadi. Qaynatilgan kartoshka ba’zan non o‘rnida ham iste’mol qilinadi. Xuddi shuningdek, no‘xat va boshqa dukkakli don mahsulotlaridan tayyorlanadigan taomlar ulushi ham katta.

Sut va tuxum ham har kuni iste’mol qilinadigan mahsulotlardan hisoblanadi. Masalan, sut tabiiy holda va turli achitilgan sut mahsulotlari sifatida iste’mol qilinadi, tuxumdan esa turli xil an’anaviy taomlar tayyorlanadi.

Nemislar pazandachiligida buterbrodlar ham keng tarqalgan bo‘lib, ular sariyog‘, pishloq, pishloq massasi, baliq va shunga o‘xshagan mahsulotlar bilan tayyorlanadi.

Ular turli xildagi go‘shtlarni iste’mol qilishadi. Lekin, avstriyaliklar mol go‘shtini iloji boricha kam, cho‘chqa go‘shtini esa ko‘p iste’mol qilishadi. Avstriya pazandachiligida hamirli taomlar resepturasida xilma-xil.

Ko‘p mamlakatlarda avstriyaning yog‘li, jigarli, venacha torti keng tarqalgan. Ko‘pgina pazandachilik bellashuvlarida va ko‘rgazmalarida shu vaqtgacha venacha tort “Zaxer” yetakchi o‘rinni egallab kelgan.

Nemislar oshxonasida o‘ziga xos taomlar juda ko‘p. Lekin, tuzlangan karamni doimo birinchi o‘rinda deb hisoblash mumkin. Garnir sifatida nemislarda po‘sti bilan qaynatilgan kartoshka, salatlar, kartofelli oladi, pyure, qovurilgan kartoshka keng tarqalgan. Nemislar kartoshkani sevib iste’mol qilishadi.

Nemislar va Avstriyaliklarning taomlari assortimentida sabzavotlardan tayyorlanadigan, ayniqsa salatlar, go‘sht va baliq gastronomiya mahsulotlaridan gazaklar hamda seld balig‘idan tayyorlanadigan taomlar katta ulushga ega. Ayniqsa, turli xil souslar, mayonez bilan beriladigan go‘shtli va baliqli salatlar juda ham keng tarqalgan.

Nemislar va avstriyaliklar atalasimon suyuq taomlar va bulonlarni juda ham afzal ko‘rishadi va sevib iste’mol qilishadi. Bulonlar tuxum, guruch va pomidor bilan beriladi. No‘xat, gulkaram, tovuq va yovvoyi parranda go‘shtlaridan tayyorlangan sup-pyurelar va sup-ugra ham ko‘p iste’mol qilinadi. Germaniyaning ayrim mintaqalarida nondan ishlab chiqarilgan pivodan tayyorlangan suyuq taomi ham keng tarqalgan.

Nemislar va avstriyaliklar ta’mi va hidi uncha o‘tkir bo‘lmagan va me’yorida ziravorlar solingan taomlarni yaxshi ko‘rishadi. Nemislar va avstraliyaliklar pazandachiliklarida azaldan kolbasa va pishloq tayyorlash texnologiyasi juda ham yaxshi rivojlangan. Xuddi shuningdek, baliq va cho‘chqa go‘shtlarini ham azaldan iste’mol qilib kelishgan. Masalan, nemislarning shu mahsulotlardan tayyorlanadigan sevimli taomlari tuzlangan karam bilan dimlab pishirilgan sosiska, “Ralmoj” seldi, cho‘chqa yog‘i bilan tayyorlangan karam, qalampiri bilan tayyorlanadigan cho‘chqa bolasi va shunga o‘xshaganlar hisoblanadi.

Germaniya pirojniylar juda ommaviylashgan davlat hisoblanadi. Shirin taomlar sifatida turli mevali salatlar, souslar yoki sirop bilan toblab pishirilgan mevalar, ho‘l va konservalangan mevalardan tayyorlangan kompotlar, kisellar, jele, musslar, muzqaymoq, ho‘l mevalar iste’mol qilinadi.

Nemislar pivoni sevib ichishlari bilan ajralib turadilar. Germaniyaning vino tayyorlovchi viloyatlarida ham vinoni har kuni emas, faqat maxsus tantanali kunlarda ichishadi, shimoliy va janubiy Germaniyada esa o‘tkir pivoni afzal ko‘rishadi. U erda tayyorlanadigan vinolarning deyarli hammasi oq vino hisoblandi.

Issiq ichimliklardan nemislar ham avstraliyaliklar ham qora va sutli kofeni juda xush ko‘rishadi. Choy kofega o‘xshab katta talabga ega emas.

Nemis oshxonasi cho‘chqa, parranda va ilvasin, buzoq, mol go‘shti va baliqdan tayyorlangan taomlarning xilma-xilligi bilan ajralib turadi. Sabzavotlar, ayniqsa kartoshka va karamning turli navlari, asosan qaynatilgan holda ko‘p miqdorda iste’mol qilinadi. Birinchi taomlardan pyuresimon sho‘rvalar va bulyonlar keng tarqalgan. Taomlarni tayyorlashda ziravorlar va ziravorlar o‘rtacha qo‘llaniladi. Nemis oshxonasida to‘g‘ralgan go‘shtli taomlar unchalik ko‘p emas, lekin sosiska va kolbasalar, shuningdek, sutli mahsulotlar ko‘p. Turli xil mahsulotlar va pivo bilan buterbrodlar juda mashhur.

Germaniya va Avstriyadan kelgan turistlar uchun quyidagilarni tavsiya etish mumkin:

Dastlabki taomlardan: pyuresimon sho‘rvalar, bulyonlar, sho‘rva-lag‘mon.

Ikkinchi taomlardan: kartoshka va sabzavotlar bilan qaynatilgan baliq, karamli sosiskalar (unga pomidor qo‘shilmagan), sabzavotlar bilan qaynatilgan va qovurilgan cho‘chqa go‘shti, dimlangan va qovurilgan mol go‘shti, qovurilgan parranda va parranda go‘shti, cho‘chqa go‘shtidan tayyorlangan kotletlar, tovuq filesidan tayyorlangan kotletlar, maydalangan kotletlar va bitochkalar, tuxum, omletlar.

Desertga: kompotlar, kisellar, jele, musslar, meva qaylalari bilan turli xil zapekankalar, muzqaymoq, mevalar va turli xil qandolat

mahsulotlari. Nemislar tabiiy qora qahva va sutli qahvani yaxshi koʻrishadi.

6.3. Yevropa mamlakatlarida gastronomik turizmning rivojlanish holati

Gastronomik turizm rivojlanib borar ekan, faoliyatning davomli va muvaffaqiyatli rivojlanishi ma'lum tadqiqotlarni talab qiladi, agar u foydali ta'sirga ega boʻlsa, tegishli ravishda jamiyatga tarqatilishi mumkin. Gastronomik turizm zamonaviy tajribaning bir qismi sifatida rivojlanib, turli xil assortimentdagi mahsulotlarning muhim tarkibiy qismga aylanadi. Madaniyatlararo muloqot jarayonida taom va tanovul oʻzgani anglash vositasi hisoblangan. Jumladan, rus olimlaridan biri A.I.Kozlov: "jamiyatda ovqat "tabiiy" va "madaniy", "insoniy" va "ilohiy", "oʻzi" hamda "oʻzga" kabi tushunchalar orasida ramziy ma'no kasb etadi", deb ta'kidlab oʻtgan. Ba'zan odamlarning "maqbul" taomdan voz kechishi uning gʻayrinsoniy hislati sifatida qabul qilinishi ham mumkin. Umuman olganda, oshxona va taom "oʻzingniki"ni "oʻzga"dan farqlash, "ular" va "oʻzimiz" oramizdagi chegarani aniqlab olish vositasidir[11].

Turistik safarlar sonining ortishi, ular geografiyasining kengayishi, transport vositalarining rivojlanishi munosabati bilan xalqaro tashkilotlar davlatlar va hukumatlarning diqqat-e'tiborini turizmni rivojlantirish muammolari hamda milliy turizm tashkilotlarining yangi mavqeyiga qaratmoqdalar. 1921-yildan boshlab Millatlar ligasi, BMTning 1975-yildan boshlab esa Butunjahon turizm tashkilotining rahbarligi ostida turizm muammolariga bagʻishlangan 30 dan ortiq xalqaro anjumanlar, kongresslar va tadbirlar oʻtkazildi. 1995-yil mart oyida Kadis shahrida (Ispaniya) JTT rahbarligi ostida turizm boʻyicha xalqaro forum oʻtkazildi va unda jahonnning 52 mamlakatidan kelgan parlamentchilar ishtirok etdilar. Ushbu forumda shunday xulosa boʻldiki, davlatlar turizm rivoji uchun katta ahamiyatga molik quyidagi muammolarni yechishda yordam berishlari zarur:

[11] www.in-academy.uz. central asian journal of education and innovation

- turistik rasmiyatchilikni tartibga solish va turistlar xavfsizligini oshirish;
- turizm infratuzilmasi, shu jumladan, transport va kommunikatsiyalarni rivojlantirish;
- turistik tashkilotlar rahbarlari va xizmat koʻrsatuvchi xodimlarni oʻqitish uchun sharoitlar yaratish;
- turistik obyektlar va safar manzillarida ekologik me'yorlarga rioya qilishni ta'minlash;
- turistlar huquqlarini himoya qilish;
- turistik firmalar uchun imtiyozli soliq tizimini joriy qilish;
- turizmda qabul qilingan xalqaro mezonlar va me'yorlar asosida obyektiv statistika hisoboti va nazoratini amalga oshirish imkoniyatini beradigan iqtisodiy va statistik mexanizmlardan foydalanish;
- turizm uchun foydali boʻlgan mamlakat timsolini shakllantirish yoʻli bilan milliy turmahsulotlarni chet el bozorlariga realizatsiya qilish.

Quyidagilar bir qator xorijiy mamlakatlarda turizm rivojini qoʻllab-quvvatlashning iqtisodiy va ma'muriy mexanizmlari boʻlib xizmat qiladi:

- ✓ soliq imtiyozlari, subsidiya va dotatsiyalar;
- ✓ turizm rivojini va turistik xizmatlar iste'molchilarining huquqlarini himoya qilishni qoʻllab-quvvatlovchi milliy qonunchilik va me'yoriy hujjatlari;
- ✓ mamlakatga kirish va undan chiqish paytida pasport va viza cheklashlarini kamaytirish;
- ✓ narxlarni qisqartirish va boshqa turli xil imtiyozlar berish yoʻli bilan nomavsumiy turizmni ragʻbatlantirish;
- ✓ ijtimoiy turizmni rivojlantirish va qoʻllab-quvvatlash;
- ✓ turistlar xavfsizligiga qoʻyiladigan talablarni kuchaytirish;
- ✓ davlat tomonidan atrof-muhitni muhofaza qilish, madaniy va tarixiy merosni asrab-avaylash boʻyicha va boshqa chora-tadbirlarni kuchaytirish.

Bir qator mamlakatlar, shu jumladan, Ispaniya va Gretsiya soliqlar amortizatsiya ajratmalari va oborot uchun soliqlar toʻlash boʻyicha

sarmoyadorlarga imtiyozlar beradilar. Ba’zi mamlakatlarda korxonalar faoliyatining dastlabki yillarida ularni daromad solig‘idan ozod etish, shuningdek, qo‘shimcha qiymat solig‘ini to‘lashda imtiyozlar berish amaliyoti qo‘llaniladi. Bundan tashqari mehmonxonalar uchun asbob-uskunalar va sayohat uchun transport vositalarini import qilish paytida bojxona to‘lovlari bo‘yicha imtiyozlar (umuman ozod qilishgacha) beriladi.

Yevropa Ittifoqi mamlakatlari turizm va mehmonxona faoliyati uchun 6-25% atrofida bo‘lgan qo‘shimcha qiymat solig‘ini (QQS) tenglashtirishga yo‘naltirilgan siyosatni olib borishadi. Misol uchun, Germaniya va Lyuksemburgda o‘rtacha QQS miqdori 15% qilib belgilangan. Daniya va Shvetsiyada maksimal QQS miqdori 25% ga teng. Ispaniyada joylashtirish uchun QQS o‘rtacha 7% ni tashkil qiladi va mehmonxona darajasiga qarab o‘zgarishi mumkin, ovqatlanish (restoran xizmatlari), avtomobillarni ijaraga olish uchun QQS esa 16% gacha yetadi[12].

6.1-jadval

Fransiyaning gastronomik turizm bozoridagi tahlillar

Atributlar	**Fransiya gastronomik turizm bozori**
CAGR (2023-2033 yillar)	16,6%
Bozor qiymati 2023-yil	34,86 milliard AQSh dollari
O‘sish omili	Fransiya gastronomik turizmi bozoriga ta’sir ko‘rsatadigan asosiy elementlardan ba’zilari ma’lum fransuz delikateslarining mashhurligi va turistik sohaning o‘sishidir.
Kelajakdagi imkoniyatlar	Fransiyada gastronomik va pazandachilik sohasining mashhurligi oshib borayotganligi sababli oshpazlik kollejlari sonining ko‘payishi kuzatilmoqda.

[12] https://www.docsity.com/en/turizmni-rivojlantirishda-xorij-tajribasi/4639202/

Bozor tendentsiyalari	Mamlakatda talabalar sonining ortib borayotgani va mehmondo‘stlik sanoatidagi imkoniyatlarning ko‘pligi Fransiya gastronomik turizmi biznesining keyingi o‘n yil ichida rivojlanishiga yordam berishi kutilmoqda.

Shuningdek, boshqa turizm turlari kabi gastronomik turizmni rivojlantirish uchun ham xorijiy mamlakatlar ko‘pgina islohotlarni amalga oshirib kelmoqda. Buning uchun turli marketing va tadqiqotlar olib borilib, gastronimik turizm bozorida yuqori ko‘rsatgichlarga erishmoqdalar. Jumladan, Fransiya gastronimik turizm bozori 2022-yilda 29,9 milliard AQSH dollarini tashkil etdi va 2033-yilga kelib bozor qiymati 161,94 milliard AQSh dollariga yetishi kutilmoqda va 2023-yildan 2033-yilgacha CAGR (Compound annual growth rate-yillik o‘sish surati) darajasi 16,6 foizga oshadi. Har yili xorijiy turistlar yangi taomlar, odatiy ovqatlanish usullari, mahalliy taomlar va boy pazandachilik merosi bilan mashhur fransuz oshxonasidan mamnun. Eng yaxshi fransuz taomlarini tatib ko‘rish va zavqlanish uchun juda ko‘p ajoyib sabablar mavjud.

“Future Market Insights” (FMI) hisobotiga ko‘ra, Fransiyaning gastronomik turizm bozoriga global talab 2018-yilda 16,18 milliard AQSh dollarini tashkil qilishi taxmin qilingan edi. 2018-yildan 2022-yilgacha Fransiya gastronomik turizm bozorida sotuvlar sezilarli darajada o‘sdi va CAGR 9,5% ni qayd etdi.

Fransiya o‘zining gastronomiyasi va oshxona madaniyati bilan butun dunyoga mashhur. Fransuz oshxonasi o‘zining boy ta’mi, xilma-xilligi va mohirona tayyorlangan taomlari bilan dunyo e’tiborida. Fransuzcha oshxonaning mintaqaviy xilma-xilligi diqqatga sazovordir, har bir mintaqa o‘ziga xos retseptlar va mahalliy manbalardan tayyorlangan ingredientlar bilan faxrlanadi. Fransiyaning gastronomiyasi turizm butundunyo bo‘ylab oziq-ovqat ixlosmandlari va gurmanlarning ham doimo diqqat markazida bo‘lib kelgan. Fransiya shaharlari ko‘cha bozorlaridan tortib mashhur restoranlargacha bo‘lgan turli xil taomlarni

tatib koʻrish uchun ajoyib imkoniyatlarni taqdim etadi. Koʻpincha Fransiyaning gastronomik poytaxti hisoblangan Parijda jahon miqyosidagi taomlarni taklif qiluvchi va koʻpchilikning e'tiborini tortadigan restoranlar, shu jumladan, Mishlen yulduzli muassasalari joylashgan. Bundan tashqari, shaharning turli mahallalarida novvoyxonalar, kafelar va vino barlari mavjud boʻlib, ular gastronomik tadqiqotlar uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Fransiyaning boshqa shaharlari ham gastronomik turizm uchun jozibador joylar boʻlib xizmat qiladi. Fransiyaning gastronomik poytaxti sifatida tanilgan Lion oʻzining "Bouchons" deb nomlangan an'anaviy mahalliy restoranlari bilan mashhur boʻlib, ular haqiqiy mintaqaviy taomlarni taklif qiladi. Bordo vino ixlosmandlari uchun muhim joy, Burgundiya viloyati esa oʻzining sharoblari va mazali taomlari bilan mashhur.

Shuningdek, Oʻzbekistobda ham mashhur restoranlar mavjud boʻlib, ulardan biri "Besh qozon" deb nomlanib, u yerda eng mazali oʻzbek palovi tayyorlanadi. "Besh Qozon" nafaqat restoran, balki diqqatga sazovor joy sifatida tashrif buyurish shart boʻlgan maskan hisoblanadi. Kamdan-kam hollarda boshqa hududlarda bunday oʻlchamdagi oshxonani, katta qozon idishlari, pechlari va ochiq olovni koʻrish mumkin. Bu maskanning farqli jihati shundaki, har bir tashrif buyuruvchi erkin va qozonlarga yaqin borib, aylanib oʻtishga ruxsat beriladi. Bu esa har qanday turist uchun jozibali ovqatlanish tuygʻusini beradi.

Fransiyadagi gastronomik turizm tajribasi restoranlarda ovqatlanishdan tashqarida ham mavjud. Pazandachilik kurslari, sharob tatib koʻrish sayohatlari, pishloq tatib koʻrish tadbirlari va mahalliy bozorlarga tashriflar ham mashhur tadbirlar sirasiga kiradi.

Fransiya oʻzining boy pazandachilik merosi va gastronomik hudud sifatidagi obroʻsidan foydalangan holda gastronomik turizmni rivojlantirish uchun turli usullardan foydalanadi. Quyida butundunyo turistlari uchun yaratilgan asosiy strategiyalari va imkoniyatlardan ba'zilari keltirib oʻtilgan:

1. Pazandachilik tadbirlari va festivallari: Fransiya yil davomida koʻplab oshxona tadbirlari va festivallariga mezbonlik qiladi

va o‘zining turli mintaqaviy taomlarini nishonlaydi. Lion taomlari festivali (Les Nuits Sonores), Bordo vino festivali va Parijdagi Gastronomiya haftaligi kabi tadbirlar butundunyodan oziq-ovqat ixlosmandlarini jalb qiladi.

2. Pazandachilik mashg‘ulotlari va ustaxonalari: Fransiyaning ko‘plab mintaqalarida pazandachilik darslari va ustaxonalari taklif etiladi, ularda turistlar mutaxassis oshpazlardan an’anaviy fransuz pishirish usullarini o‘rganishlari mumkin. Ushbu mashg‘ulotlar ko‘pincha yangi ingredientlarni olish uchun mahalliy bozorlarga tashrif buyurishni o‘z ichiga oladi.

3. Gurmanlar va pazandachilik yo‘llari: Fransiyadagi turoperatorlar uzumzorlar, pishloq fermalari, zaytun bog‘lari va boshqa gastronomik diqqatga sazovor joylar bo‘ylab turistlarga yo‘l ko‘rsatuvchi turlar va pazandachilik yo‘llarini tashkil qiladi. Ushbu sayohatlar fransuz taomlarini ishlab chiqarish jarayonlari haqida tushuncha beradi va tashrif buyuruvchilarga mahalliy taomlarni tatib ko‘rish imkonini yaratadi.

4. Mishlen yulduzli restoranlarni targ‘ib qilish: Fransiya o‘zining Mishlen yulduzli restoranlari bilan mashhur bo‘lib, turistlarga mazali taomlarni tatib ko‘rish va ulardan bahramand bo‘lish istagini beradi. Dastlab yo‘l sayohatlarini rag‘batlantirish orqali turizmni rivojlantirish uchun yaratilgan Mishlen qo‘llanmasi keyinchalik pazandachilik mukammalligining ramziga aylandi.

5. Fermadan dasturxongacha tajriba: Fransiyaning ko‘plab hududlari qishloq xo‘jaligi tajribasini targ‘ib qiladi, bu turistlarga fermalar, bog‘lar va uzumzorlarga organik dehqonchilik amaliyotlari bilan tanishish va yangi hosildan namuna olish imkonini beradi.

6. Tarixiy joylardagi pazandachilik sayohatlari: Ba’zi shaharlar va viloyatlar tarixiy joylarga tashrif buyurishni oziq-ovqat tatib ko‘rish bilan birlashtiradigan pazandachilik turlarini taklif qiladi. Misol uchun, turistlar Les Halles bozori kabi diqqatga sazovor joylarga ekskursiya qilish orqali Parijning oshpazlik tarixi bilan tanishishlari va an’anaviy qandolatxonalar va shokoladxonalarga tashrif buyurib, mahsulotlardan tatib ko‘rishlari mumkin.

7. Eno turizmi: Fransiya dunyodagi yetakchi vino ishlab chiqaruvchilardan biri hisoblanadi va eno (vino) turizmi mamlakatdagi gastronomik turizmning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Turistlar uzumzorlarni o‘rganishlari, vinoni tatib ko‘rishda ishtirok etishlari va Bordo, Burgundiya, Shampan va Ron vodiysi kabi mintaqalarda vino ishlab chiqarish jarayonlari bilan tanishishlari mumkin.

8. Mahalliy oziq-ovqat bozorlarini targ‘ib qilish: Fransiyada turistlar fransuz oshxonasining diqqatga sazovor joylari, taom tayyorlashdagi jarayon va lazzatlariga sho‘ng‘ishlari mumkin bo‘lgan jonli oziq-ovqat bozorlari mavjud. Mahalliy hokimiyat organlari ko‘pincha bu bozorlarni turistik diqqatga sazovor joylar sifatida targ‘ib qiladi, tashrif buyuruvchilarni mintaqaviy maxsulotlardan namuna olishga va mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan muloqot qilishga undaydi.

Umuman olganda, Fransiyaning turli tajribalari orqali o‘z oshpazlik merosini targ‘ib qilishga qaratilgani turistlar uchun fransuz gastronomiyasi bilan shug‘ullanish va mamlakatning xilma-xil taom madaniyatini o‘rganish uchun ko‘plab imkoniyatlar yaratdi. Fransiya gastronomik turizm uchun ajoyib joyni taklif etadi. Uning boy pazandachilik madaniyati, xilma-xil lazzatlari va turli ichimliklari uni taomni yaxshi ko‘radiganlar uchun jannatga aylantiradi, uni qayta kashf qilish va lazzatlanish uchun ko‘plab qiziqarli tajribalarni taqdim etadi[13].

Fransiyada qo‘llanilgan muvaffaqiyatli strategiyalardan ilhom olish va O‘zbekistonning noyob pazandachilik an’analari va resurslarini o‘zida mujassamlashtirgan holda O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirishga yo‘l ochishi mumkin. Bunga erishishning ba’zi potentsial usullarini ko‘rib chiqamiz:

1. Pazandachilik bo‘yicha ta’lim va o‘qitish: O‘zbek oshxonasi va pishirish texnikasi bo‘yicha oshpazlik va mehmondo‘stlik yo‘nalishi mutaxassislarini o‘qitish uchun pazandachilik maktablari yoki o‘quv dasturlarini tashkil etish lozim. Bu turistlar uchun umumiy gastronomik tajribani yaxshilash, restoranlar va boshqa oziq-ovqat korxonalarida ovqatlanish va xizmat ko‘rsatish sifatini oshirishga yordam beradi.

[13] https://www.futuremarketinsights.com/reports/france-culinary-tourism-market

2. Gastronomik tadbirlar va festivallar: O‘zbekistonning rang-barang oshpazlik merosini namoyish etish uchun yil davomida taomlar festivallari, oshpazlik tanlovlari va mavzuli tadbirlar tashkil etilmoqda. Ushbu tadbirlarda an’anaviy taomlar, ko‘cha taomlari sotuvchilari, pazandachilik namoyishlari va tashrif buyuruvchilar uchun turli xil o‘zbek milliy taomlaridan tatib ko‘rish imkoniyati bo‘lishi mumkin.

3. Mintaqaviy mutaxassisliklarni targ‘ib qilish: O‘zbekistonning turli mintaqalarining o‘ziga xos oshpazlik an’analarini, masalan, Buxoro, Samarqand yoki Xivaning o‘ziga xos ta’miga ega taomlarni tayyorlovchi mutaxassisliklarni ko‘paytirish lozim. Bu esa mahalliy restoranlar va oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilar o‘zlarining mintaqaviy ixtisosliklarini namoyish etishga, mamlakatning oshxona xilma-xilligini o‘rganishga qiziqqan mehmonlarni jalb qilishga undaydi.

4. Fermadan dasturxongacha bo‘lgan tajribalar: O‘zbek oshxonasida qo‘llaniladigan yangi ingredientlarni ishlab chiqarish bilan tanishish uchun tashrif buyuruvchilar mahalliy fermer xo‘jaliklari, bog‘lar va uzumzorlarga tashrif buyurishlari mumkin bo‘lgan fermadan dasturxongacha bo‘lgan tajribalarni o‘rganishlari mumkin. Mehmonlarga mahalliy dehqonlar va ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash bilan birga mahalliy o‘stirilgan mevalar, sabzavotlar, ko‘katlar va ichimliklardan tatib ko‘rish imkonini beruvchi ekskursiyalar va tatib ko‘rish tadbirlari taklif etiladi.

5. Oshpazlik merosini saqlash: O‘zbekiston pazandachilik merosini, jumladan, an’anaviy retseptlar, pishirish usullari va ovqatlanish madaniyati, taom odatlarini hujjatlashtirishga qaratilgan tashabbuslarni qo‘llab-quvvatlaydi. O‘zbek oshxonasiga bag‘ishlangan muzeylar yoki madaniy markazlar tashkil etish, u yerda tashrif buyuruvchilar turli taomlar va ingredientlarning tarixi va ahamiyati bilan tanishishlari mumkin.

6. Ko‘cha taomlari madaniyati: Sotuvchilar an’anaviy gazaklar, shirinliklar va ichimliklar sotishi mumkin bo‘lgan joylar yoki bozorlarni belgilash orqali O‘zbekistonning jonli ko‘cha taomlari madaniyatini qabul qiladilar. Tashrif buyuruvchilarga xavfsiz va jozibali muhitda

mahalliy koʻcha taomlarini tatib koʻrish imkonini beruvchi koʻcha taomlari turlari yoki piyoda marshrutlarini taklif qilish mumkin.

7. Mahalliy aholi bilan hamkorlik: Haqiqiy va barqaror gastronomik tajribalarni yaratish uchun mahalliy aholi vakillari, hunarmandlar va oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilari bilan hamkorlikni rivojlantirish lozim. Mahalliy hokimiyat bilan turoperatorlar birgalikda pazandachilik turlari, pazandachilik darslari va madaniy tadbirlarni rejalashtirishi va amalga oshirishi uchun turizmdan olingan foyda mahalliy manfaatdor tashkilotlar oʻrtasida taqsimlanishga erishish mumkin.

8. Rag‘batlantirish va marketing: Mutaxassislar oshpazlik maskani sifatida targʻib qilishga qaratilgan maqsadli marketing tadbirlarini ishlab chiqishi, butundunyo boʻylab potentsial tashrif buyuruvchilarni jalb qilishi uchun raqamli platformalar, ijtimoiy media va oziq-ovqat bilan bogʻliq nashrlardan foydalanishlari mumkin. Bunda oziq-ovqat ixlosmandlari va gurmanlarni jalb etish uchun mamlakatning oʻziga xos taomlari, ziravorlari va oshpazlik an’analarini namoyish etish mumkin.

Ushbu strategiyalarni amalga oshirish orqali Oʻzbekiston oʻzining boy pazandachilik merosidan foydalanib, dunyoning turli burchaklaridan tashrif buyuradigan turistlarni jalb qilishi va ularga mamlakatning madaniy xilma-xilligi hamda pazandachilik ijodkorligini tarannum etuvchi unutilmas gastronomik tajribalarni taqdim etishi mumkin.

Soʻnggi yillarda gastronomik turizm turistlar uchun yangi yoʻnalishlarni kashf qilish, turli madaniyatlarga shoʻngʻish va mahalliy oshxona lazzatlaridan zavqlanishning mashhur va jozibali usuli sifatida paydo boʻldi. Turizmning bu shakli an’anaviy diqqatga sazovor joylar tajribasidan tashqarida boʻlib, turistlarga mahalliy aholi bilan muloqot qilish, oʻziga xos lazzatlardan bahramand boʻlish va taomning madaniy ahamiyatini chuqurroq tushunish imkoniyatini beradi. Italiya gastronomik turizmi dunyodagi eng sevimli oshxona yoʻnalishlaridan birining lazzatlari, an’analari va landshaftlari boʻylab qiziqarli sayohatni taklif qiladi. Italiyaning boy oshpazlik merosini nishonlash, mahalliy iqtisodiyotni qoʻllab-quvvatlash va madaniy almashinuvni rivojlantirish

orqali gastronomik turizm turistlari va mahalliy aholi hayotini boyitadi.

Italiya gastronomik turizm bozori 2022-yilda 34,903 million AQSh dollariga yetishi taxmin qilingan edi. Sotish 2022-yildan 2032-yilgacha bo‘lgan prognoz davrida 15,2% CAGR darajasida o‘sishi kutilmoqda. Italiyada gastronomik turizm har yili millionlab ixlosmandlarni o‘ziga tortadigan, mamlakatning boy oshpazlik merosi, turli mintaqaviy taomlari va yuqori sifatli ingredientlari bilan o‘ziga jalb etuvchi rivojlanayotgan sanoatdir.

Italiyada gastronomik turizmni o‘ziga xos jihatlari mavjud bo‘lib, ularni tahlil qilamiz:

1. Mintaqaviy xilma-xillik: Italiyaning pazandachilik geografiyasi nihoyatda xilma-xil, uning 20 ta mintaqasining har biri o‘ziga xos oshxonasi, lazzatlari va pishirish texnikasi bilan mashhur. Shimolning mazali makaron taomlaridan janubning yangi dengiz mahsulotlarigacha, gastroturistlar Italiyaning turli pazandachilik an’analari bo‘ylab sayohatga chiqishlari mumkin.

2. Mahalliy ingredientlar: Italiya oshxonasi yangi, mavsumiy va mahalliy ingredientlardan foydalanishga urg‘u berishi bilan mashhur. Kompaniyaning pishgan pomidoridan tortib, Pyemontning xushbo‘y truffellarigacha Italiyaning mintaqaviy o‘ziga xosliklari, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining mo‘lligi va sifatini namoyish etadi.

3. Sharob va uzumzorlar: Italiya dunyodagi eng yirik vino ishlab chiqaruvchi mamlakatlardan biri bo‘lib, mingyillar davom etgan boy uzumchilik merosiga ega. Gastroturistlar Italiyaning go‘zal uzumzorlarini o‘rganishlari, sayohat qilishlari, turli xil vinolardan tatib ko‘rishlari va Toskananing quyuq qizil rangli vinolaridan Friuli-Venesiya Giuliyaning tiniq oq vinolarigacha bo‘lgan mamlakatning vinochilik an’analari haqida ma’lumot olishlari mumkin.

4. Oziq-ovqat festivallari va tadbirlari: Italiyada yil davomida ko‘plab oziq-ovqat festivallari va tadbirlari o‘tkaziladi, ularda mintaqaviy taomlardan tortib mavsumiy ingredientlargacha nishonlanadi. Ushbu festivallar tashrif buyuruvchilarga asl taomlarni tatib ko‘rish, pazandachilik namoyishlarida qatnashish, Italiyaning madaniy va oshpazlik an’analariga sho‘ng‘ish imkoniyatini beradi.

5. Pazandachilik kurslari va pazandachilik turlari: Italiyadagi koʻplab turoperatorlar va pazandachilik maktablari Italiya oshxonasi haqida koʻproq maʼlumot olishni istagan tashrif buyuruvchilar uchun gastronomik turlar va pazandachilik kurslarini taklif etadi. Ushbu tajribalar koʻpincha mahalliy bozorlarga tashrif buyurish, professional oshpazlar bilan amaliy mashgʻulotlar va anʼanaviy trattorias va agroturizmi (fermer uylari)da ovqatlanishni oʻz ichiga oladi.

6. Mishlen yulduzli taomlar: Italiyada gastroturistlar klassik italyan taomlarining innovatsion taomlaridan iborat gurme taomlar taassurotlari bilan shugʻullanishlari mumkin boʻlgan Mishlen yulduzli restoranlarning koʻpligi bilan faxrlanadi. Oʻrta asr qishloqlarida joylashgan nafis taomxonalardan tortib, qulay trattoriyalargacha Italiya har qanday did va byudjetga mos keladigan keng qamrovli oshpazlik tajribalarini taklif etadi.

7. Madaniy va tarixiy ahamiyati: Italiya taomlari mamlakat tarixi, madaniyati va anʼanalari bilan chuqur bogʻlangan. Koʻplab gastronomik turistlar Italiyaga nafaqat mazali taomlari, balki avloddan-avlodga oʻtib kelayotgan taomlarning madaniy va tarixiy ahamiyatini oʻrganish imkoniyati uchun ham jalb qilinadi.

Xulosa qilib aytganda, Italiyadagi gastronomik turizm mazali taomlar, ajoyib manzaralar va jonli madaniy merosni oʻzida mujassam etgan boy va immersiv tajribani taklif etadi. Bu butundunyo boʻylab ovqat ixlosmandlari uchun tashrif buyurilishi shart hisoblanadi[14].

Oʻzining oshpazlik anʼanalari bilan mashhur boʻlgan Italiya soʻnggi yillarda gastronomik turizmni rivojlantirish uchun haqiqatan ham zamonaviy texnologiyalardan foydalanmoqda. Har bir mamlakat ushbu maqsadda quyidagicha texnologiyalardan foydalanadi:

1. Raqamli marketing va ijtimoiy media: Italiya ham oʻzining oshpazlik takliflarini namoyish qilish va gastronomik turistlarni jalb qilish uchun raqamli marketing va ijtimoiy media platformalaridan faol foydalanmoqda. Bunga esa vizual jihatdan jozibali kontent yaratish, oziq-ovqat va vino tajribalarini almashish, Instagram, Facebook hamda

[14] https://www.oliveoiltimes.com/business/italy-sees-significant-growth-in-culinary-tourism/121104

Twitter kabi platformalar orqali potentsial tashrif buyuruvchilar bilan muloqot qilish kiradi.

2. Mobil ilovalar va veb-saytlar: Italiyadagi koʻplab turistik tashkilotlar, restoranlar va vino zavodlari tashrif buyuruvchilarga mahalliy taomlar hamda vino tajribalari haqidagi ma'lumotlarga oson kirishni ta'minlash uchun mobil ilovalar va veb-saytlarni ishlab chiqishadi. Ushbu platformalar koʻpincha interaktiv xaritalar, restoran sharhlari, virtual sayohatlar va bronlash xizmatlarini oʻz ichiga oladi, bu turistlarga oʻzlarining gastronomik sarguzashtlarini rejalashtirish va shaxsiylashtirish imkonini beradi.

3. Kengaytirilgan haqiqat (AR) va virtual haqiqat (VR): AR va VR texnologiyalari gastroturistlarga ajoyib tajriba taklif qilish uchun qoʻllaniladi. Masalan, tashrif buyuruvchilar AR ilovalaridan yaqin atrofdagi restoranlar, bozorlar va taomlar festivallari haqidagi ma'lumotlarni smartfon ekranlariga joylashtirish uchun foydalanishlari mumkin. VR tajribasi esa foydalanuvchilarni uylaridan chiqmasdan virtual sharob tatib koʻrish yoki pazandachilik kurslariga qatnashishlari imkonini berishi mumkin.

4. Onlayn bron qilish platformalari: Onlayn bron qilish platformalaridan foydalanish Italiyaga gastronomik turlarni rejalashtirish jarayonini soddalashtirdi. Turistlar OpenTable, TripAdvisor va Airbnb Experiences kabi platformalar orqali restoranlarni bron qilish, vino ekskursiyalari, pazandachilik kurslari va boshqa pazandachilik tajribalarini osongina bron qilishlari mumkin, bu sayohatni rejalashtirish jarayonini soddalashtiradi va tashrif buyuruvchilar uchun uzluksiz tajribani ta'minlaydi.

5. Aqlli oshxona jihozlari va oziq-ovqat texnologiyalari: Italiyada oshxona tajribasini oshirishga qaratilgan aqlli oshxona jihozlari va oziq-ovqat texnologiyasiga qiziqish ortib bormoqda. Bunga uy oshpazlariga chinakam fransuz va italyancha taomlarni takror pishirishni osonlashtiradigan aqlli pechlar, sous-vide mashinalari va ulangan oshxona jihozlari kabi innovatsiyalar kiradi.

6. Sharob va oziq-ovqat mahsulotlarini birlashtirish ilovalari: sharob va taomlarni juftlashtirishga bagʻishlangan ilovalar va onlayn

platformalar Fransiya va Italiyadagi gastroturistlar orasida tobora ommalashib bormoqda. Ushbu vositalar tashrif buyuruvchilarga sharob va oziq-ovqatlarni to‘g‘ri tanlash uchun yordam beradi, shaxsiy imtiyozlar, mintaqaviy xususiyatlar va pazandachilik an’analariga asoslangan tavsiyalar beradi.

Umuman olganda, Italiya gastronomik turizmni rivojlantirish va targ‘ib qilish, tashrif buyuruvchilar tajribasini oshirish va mamlakatning boy oshpazlik merosini global auditoriyaga namoyish etish uchun zamonaviy texnologiyalarni o‘zlashtirmoqda.

O‘zbekistonning noyob pazandachilik an’analari va resurslarini o‘zida mujassam etgan holda Italiyada qo‘llanilgan muvaffaqiyatli strategiyalardan ilhom olish O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirishga katta yordam beradi. Bunga erishishning ba’zi potentsial usullariga quyidagilarni misol qilishimiz mumkin:

1. **Pazandachilik yo‘llari va marshrutlari**: O‘zbekistonning turli xil gastronomik takliflarini namoyish qiluvchi pazandachilik yo‘llari yoki marshrutlarini yaratish. Ushbu marshrutlar tashrif buyuruvchilarni bozorlar, an’anaviy ovqatlanish joylari va mahalliy oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilar bo‘ylab yo‘naltirishi mumkin, bu esa ularga mamlakatning madaniy diqqatga sazovor joylari va tabiiy go‘zalliklarini o‘rganish davomida o‘zbek oshxonasining asl ta’mini his qilish imkonini beradi.

2. **Mahalliy ingredientlar va mahsulotlarni targ‘ib qilish**: Restoranlar, kafelar va oziq-ovqat bilan bog‘liq korxonalarda mahalliy retseptlar va mahsulotlardan foydalanishga e’tibor berish. O‘zbekistonga xos bo‘lgan noyob ziravorlar, mevalar, sabzavotlar, go‘sht va sut mahsulotlarini ta’kidlab, oshpazlar va hunarmandlarni o‘z taomlari va oshpazlik ijodiga qo‘shishga undash.

3. **Pazandachilik mashg‘ulotlari va ustaxonalari**: tashrif buyuruvchilar mahalliy oshpazlar va oshpazlik mutaxassislari rahbarligida an’anaviy o‘zbek taomlarini tayyorlashni o‘rganishlari mumkin bo‘lgan pazandachilik kurslari va mahorat darslarini taklif qilish. Ushbu amaliy tajribalar o‘zbek taomlarini tayyorlash texnikasi, xushta’mligi va madaniy an’analari haqida qimmatli ma’lumotlarni

taqdim etishi mumkin, bu esa ishtirokchilarga O‘zbekiston taomlarini tatib ko‘rish imkonini beradi.

4. Oziq-ovqat va vino festivallari: O‘zbekistonning pazandachilik merosini ulug‘laydigan va uning mintaqaviy xususiyatlarini namoyish etuvchi taom va vino festivallarini tashkil etish. Ushbu festivallarda pazandachilik namoyishlari, tatib ko‘rish marosimlari, jonli musiqa va o‘yin-kulgilar, shuningdek, tashrif buyuruvchilar uchun mahalliy oshpazlar, vino ishlab chiqaruvchilar va oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilar bilan muloqot qilish imkoniyatlari mavjud bo‘ladi.

5. Pazandachilik tadbirlari va musobaqalari: O‘zbekistonning pazandachilik iste’dodi va innovatsiyalarini ta’kidlaydigan gastronomik tadbirlar va musobaqalarni o‘tkazish. Butundunyodan oshpazlar, restoratorlar va gurmanlarini o‘zbek oshxonasining xilma-xilligi va ijodkorligini nishonlaydigan oshpazlar, taomlarni pishirish musobaqalari va tanlovlarda ishtirok etish uchun taklif qilish mumkin bo‘ladi.

6. Gastronomik turpaketlar: Oziq-ovqat tajribasini dam olish va madaniy sayohatlar, ochiq havoda sarguzashtlar va sog‘lomlashtirish tadbirlari bilan birlashtirgan holda gastronomik turpaketlarni ishlab chiqish. Ushbu turpaketlar turli qiziqish va imtiyozlarga mos kelishi mumkin, bu esa tashrif buyuruvchilarga O‘zbekistonning tarixi, san’ati va tabiiy muhitiga sho‘ng‘ib, uning pazandachilik geografiyasini o‘rganish imkonini beradi.

7. Mehmondo‘stlik bo‘yicha trening va sertifikatlash: Mehmondo‘stlik bo‘yicha mutaxassislarning o‘zbek oshxonasi, odob-axloq qoidalari va xizmat ko‘rsatish standartlari haqidagi bilimlarini oshirish uchun o‘quv dasturlari va sertifikatlash kurslarini tashkil etish. Bu tashrif buyuruvchilarga yuqori sifatli ovqatlanish tajribasini olishlarini va o‘z uyidan olisda ovqatlanish yoki oshpazlik tadbirlarida ishtirok etib, shaxsiy tajribalarini oshirishlariga imkon beradi.

8. Raqamli marketing va ijtimoiy media tarmoqlari: O‘zbekistonning gastronomik turizm salohiyatini global auditoriyaga targ‘ib qilish uchun raqamli marketing strategiyalari va ijtimoiy media platformalaridan foydalanish. O‘zbek oshxonasining o‘ziga xos ta’mi,

an’analari va tajribalarini ta’kidlaydigan taomlar bloglari, retseptlar bo‘yicha videolar va virtual taomlar sayohatlari haqidagi ma’lumotlarni tarqatuvchi ijtimoiy media tarmoqlari qiziqarli kontentlar yaratishga turtki beradi.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Yevropa mamlakatlari xalqlarining ovqatlanishiga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
2. Fransuz xalqining ovqatlanishga xos xususiyatlar nimalardan iborat?
3. Fransuz xalqining ovqatlanish madaniyatini tushuntirib bering.
4. Fransuz xalqining milliy taomlari haqida ma’lumot bering.
5. Italiya xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlari
6. Italiya xalqining ovqatlanish madaniyatini tushuntirib bering.
7. Italiya xalqining milliy taomlari haqida ma’lumot bering.
8. Nemis va Avstriya xalqlarining ovqatlanishiga xos xususiyatlari
9. Nemis va Avstriya xalqlarining ovqatlanish madaniyatini tushuntirib bering.
10. Nemis va Avstriya xalqlarining milliy taomlari haqida ma’lumot bering.

VII BOB. AMERIKA MINTAQALARI XALQLARINING OVQATLANISHIGA XOS XUSUSIYATLAR

7.1. Amerika mintaqalari xalqlarining ovqatlanish madaniyati

Ingliz, Amerika va Kanada oshxonasi uchun koʻp miqdordagi gazaklar, ayniqsa baliq mahsulotlari, shuningdek, turli xil mahsulotlar bilan tayyorlangan sendvichlar va kanapelar xosdir. Inglizlar, amerikaliklar va kanadaliklar nonushtaga sut bilan grechka yoki suli boʻtqasi, qovoq bilan bugʻdoy boʻtqasi, qaymoq bilan makkajoʻxori yormasi, “xaltacha” tuxumi, bekon bilan qovurilgan tuxum, vetchina, yashil noʻxat yoki pomidor bilan quymoq, meva murabbosi va asal, meva yoki pomidor sharbati, sariyogʻ iste’mol qiladilar. Ular kolbasa va sosiska iste’mol qilmaydilar. Nonushta menyusida mevalar, choy yoki qora qahva boʻlishi kerak.

Tushlikda yoki kechki ovqatda-sut yoki qaymoq qoʻshilgan toʻyimli choy ichiladi. Birinchi taomlardan bulonlar yoki pyuresimon shoʻrvalar keng tarqalgan boʻlib, shoʻrva tarkibiga kiruvchi goʻsht mahsulotlari vilka va pichoqsiz yeyish uchun mayda boʻlaklarga boʻlinadi. Ikkinchi taomlar odatda mol va buzoq goʻshti, parranda yoki yovvoyi parranda goʻshti, yogʻsiz choʻchqa goʻshti, qoʻy goʻshti, baliq, sabzavotlar va tuxumdan tayyorlanadi.

Goʻshtli taomlarga sabzavot garnirlari, qovurilgan kartoshka tortiladi.

Amerikaliklar tabiiy meva sharbati yoki murabbo qoʻshilgan quymoq yoki quymoqlarni juda yaxshi koʻrishadi.

Nonushta paytida (birinchi va ikkinchi) va tushlikda non nihoyatda cheklangan miqdorda iste’mol qilinadi. U yupqa, biroz qovurilgan boʻlaklar (tostlar) koʻrinishida beriladi. Stollar ustida boʻlak-boʻlak qilib suv va oziq-ovqat muzi boʻlishi kerak. Amerikaliklar, inglizlar, kanadaliklar qizil ikra, quyma baliq, yorma garnirlari, shuningdek, qizil pomidor sousli ikkinchi taomlarni iste’mol qilmaydilar. Angliya, AQSH va Kanadadan kelgan turistlar uchun quyidagi taomlarni tavsiya etish mumkin.

Sovuq gazaklardan: sariyog‘, baliq gastronomiyasidan tayyorlangan taomlar, sabzavotlardan salat, parranda go‘shtidan salat, qovurilgan tovuq, go‘shtli assorti. Birinchi taomlardan: tovuq va go‘shtli sho‘rvalar, pirojkalar, grenkalar, tuxum, tovuq, gulkaram, pomidor, tovuq, parranda go‘shtidan tayyorlangan pyure-sho‘rvalar. Inglizlar qo‘shimcha sho‘rvalar, borshlar, rassolniklar, go‘sht va baliq solyankasi, tovuqli ugra-sho‘rvalarni sevib iste’mol qiladilar.

Ikkinchi taomlardan: qaynatilgan baliq bilan kartoshka, bifshteks, file, langet, rostbif, qovurilgan tovuq yoki kurka go‘shti bilan salat, kievcha kotletlar, gulkaram bilan yog‘li qayla, piyozli omletlar, kartoshka, vetchina. Desertga: konservalangan meva va rezavorlardan kompotlar, ko‘pirtirilgan qaymoqli meva-rezavor pyurelari, yangi mevalar va uzum, plombir, qulupnayli muzqaymoq, murabbo va pecheneli muzqaymoq, meva jelesi, musslar. Desertdan keyin qora qahva berish kerak.

7.2. Amerika mintaqalari xalqlarining gastronomiyasi

Janubiy Amerika xalqlari ovqatlanishiga xos xususiyatlari. Argentina, Braziliya, Chili, Peru, Urugvay, Paragvay va boshqa Lotin Amerikasi mamlakatlarining milliy taomlari go‘shtdan ko‘plab taomlarni tayyorlash usuli (ko‘mirda qovurish) bo‘yicha Kavkaz oshxonasiga o‘xshaydi. Maxsus panjaralarda, ko‘mirda qovurilgan tabiiy go‘shtning ko‘pligi Amerika oshxonasiga xosdir. Bu taomlar tushlik va kechki ovqatga tayyorlanadi. Birinchi taomlarni iste’mol qilish cheklangan.

Bu taomlar tushlik va kechki ovqatga tayyorlanadi. Birinchi taomlarni iste’mol qilish cheklangan.

Nonushta yengil bo‘lib, sariyog‘, jem yoki murabbo, qarsildoq qobiqli bulochkalar (yoki yog‘li), qovurilgan non va sutli qahvadan (shakar, bir finjon qahvaga kamida 3-4 bo‘lak va issiq sut alohida beriladi) iborat. Bundan tashqari, nonushtaga ko‘pincha meva sharbatlari, yangi mevalar, achchiq pishloq beriladi. Gazaklardan yashil no‘xat, sabzavotli salatlar, pomidor (butunligicha), xom dudlangan kolbasa (salomi tipidagi), vetchina haridorgir. Salatlarga faqat zaytun

moyi yoki salat masallig‘i qo‘shiladi. Buning uchun mayonez yoki smetana ishlatilmaydi. Ikkinchi taom sifatida ko‘pincha ko‘mirda qovurilgan mol go‘shti bo‘laklari va xuddi shu usulda parcha baliq tayyorlanadi. Taom tayyorlash uchun go‘sht sovutilgan yoki bug‘langan holda ishlatiladi. Bir porsiyaga 350-500 g ishlatiladi. Turistlarning xohishiga ko‘ra go‘sht to‘liq qovurilguncha yoki ko‘pincha o‘rtacha qovurilguncha qovuriladi. Gruzin kupatlari tipidagi go‘shtli kolbasalar keng tarqalgan.

Ular uchun qiyma pichoqda yaxshilab maydalangan mol go‘shtiga mayda cho‘chqa yog‘i bo‘laklari aralashtirilib, piyoz, qalampir, dolchin, chinnigul qo‘shib tayyorlanadi. Tayyor kolbasalar osilgan holda cho‘g‘da qovuriladi. Shpagada qovurilgan buyrak (butun), jigar bo‘laklari, mol va buzoq go‘shtlari 100 g dan issiq assorti ko‘rinishida (bir porsiyaga kamida 300 g) beriladi. Ikkinchi taom uchun go‘sht mahsulotlari, shuningdek, baliq nonlanmaydi. Lotin Amerikasi oshxonasida dimlangan taomlar ham keng tarqalgan. Masalan, mol yoki cho‘chqa go‘shti bo‘laklari dastlab qovuriladi, so‘ngra qizil loviya va dudlangan kolbasa bilan pomidor sousida murch qo‘shib tayyor holga kelguncha dimlanadi. Garnirga har xil sabzavotlar: ko‘k loviya, qovoqcha, gulkaram, sarsabil, lavlagi, ismaloq, qovurilgan kartoshka yoki kartoshka pyuresi beriladi. Yorma garnirlaridan guruch iste’mol qilinadi, u sochiluvchan bo‘tqa shaklida qaynatiladi. Garnirlar sariyog‘ bilan to‘ldiriladi va asosiy mahsulotdan alohida dasturxonga tortiladi.

Ommabop taom-achchiq pishloq yoki gulyashli ugra bo‘lib, tuzli suvda qaynatiladi. Lag‘mon go‘shtga garnir sifatida ham ishlatiladi. Tushlik va kechki ovqatdan so‘ng barcha Lotin Amerikasi mamlakatlarida milliy ichimlik hisoblangan qora qahva albatta tortiladi.

Janubiy Amerika mamlakatlaridan kelgan turistlarga quyidagi taomlarni tavsiya etish lozim. Gazaklardan: pishloq bilan sariyog‘, dudlangan kolbasalar, sabzavotli salat, qizil (bulg‘or) qalampir, sabzavotlar bilan to‘ldirilgan yoki yong‘oq sousida to‘ldirilgan qalampir, qaynatilgan yoki qovurilgan tovuq va kurka go‘shti, sabzavotli garnir va zaytun bilan sovuq rostbif. Dastlabki taomlardan: pyure-sho‘rvalar, shuningdek, borshlar, rassolniklar va harcho.

Ikkinchi taomlardan: tovuq-tamaki, kievcha kotletlar, rostbif, tabiiy bifshteks, kavkazcha yoki guruchli kabob, lyulya-kabob, kupatlar, qovurilgan buzoq go‘shti, hamirda qovurilgan baliq, chaxohbili, palov. Desertga: yangi meva va rezavorlar, yangi meva va rezavorlardan kompot, plombir, jele, musslar, kremlar, shirin piroglar, tortlar, pirojniylar, shirin pudinglar, muzqaymoqli qahva.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Amerika mintaqalari xalqlarining ovqatlanishiga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
2. Ingliz xalqining ovqatlanishga xos xususiyatlar nimalardan iborat?
3. Ingliz xalqining ovqatlanish madaniyatini tushuntirib bering.
4. Ingliz xalqining milliy taomlari haqida ma’lumot bering.
5. Amerika xalqining ovqatlanishiga xos xususiyatlarga izoh bering.
6. Amerika xalqining ovqatlanish madaniyatini tushuntirib bering.
7. Amerika xalqining milliy taomlari haqida ma’lumot bering.
8. Kanada xalqlarining ovqatlanishiga xos xususiyatlarini tavsiflang.
9. Kanada xalqlarining ovqatlanish madaniyatini tushuntirib bering.
10. Kanada xalqlarining milliy taomlari haqida ma’lumot bering.

VIII BOB. GASTRONOMIK TURIZM BO‘YICHA XALQARO TASHKILOTLAR FAOLIYATI VA ULARNING VAZIFALARI

8.1. Gastronomik turizmning rivojlanishida xalqaro tashkilotlarning o‘rni

O‘zbekiston Oshpazlar Uyushmasining asosiy faoliyati mamlakat gastronomiyasini xalqaro miqyosda targ‘ib etish hamda milliy taomlar orqali mamlakatning ijobiy imijini shakllantirishga qaratilgan. Ushbu maqsadni amalga oshirishda uyushma gastronomik turizmni rivojlantirish, milliy oshpazlik merosini keng jamoatchilikka tanitish va O‘zbekistonning kulinariya brendini mustahkamlash yo‘lida faoliyat olib bormoqda.

O‘zbekiston Oshpazlar Uyushmasining faoliyati milliy gastronomiyani global miqyosda tanitish, gastronomik turizm orqali mamlakatning brend qiymatini oshirish va xalqaro tajribalarni o‘zlashtirishga yo‘naltirilgan. Xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik esa nafaqat tajriba almashish, balki barqaror gastronomik siyosatni shakllantirish, innovatsion yondashuvlarni joriy etish hamda O‘zbekistonni jahon gastronomiya xaritasida munosib o‘ringa olib chiqishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Xalqaro gastronomik tashkilotlarning asosiy vazifasi milliy taomlar orqali insoniyatning madaniy merosini saqlash, turizmni rivojlantirish va global oziq-ovqat madaniyatini barqaror yo‘nalishga yo‘naltirishdir. O‘zbekiston ham bu jarayonlarda faol ishtirok etib, o‘zining boy gastronomik merosi bo’lgan palov, somsa, lag‘mon, non madaniyati kabi an’analarni xalqaro miqyosda targ‘ib etmoqda.

O‘zbekistonni gastronomik sayohatlar bozorida targ‘ib qilish uchun o‘zbek taomlari, gastronomik an’analari va urf-odatlari, o‘zbek kafe va restoranlari haqida teledasturlar tayyorlash va xalqaro kanallar orqali namoyish etish lozim.

Bizningcha, o‘zbek taomlari, vinolari, restoranlari, qahvaxonalari, choyxonalari haqida professionallar uchun filmlar yaratish kerak. Buning uchun oshpazlik obyektlarini qanday suratga olishni biladigan professional televizion jamoani jalb qilish kerak, boshlovchi “mavzuda”

bo‘lishi kerak va albatta, puxta o‘ylangan, professional ssenariy bo‘lishi kerak. Shuningdek, gastronomik turlarni ishlab chiqish uchun gastronomiya, pazandachilik, vino va restoran biznesi sohasidagi mutaxassislarni jalb qilish kerak. Bundan tashqari, gastronomik sayohatga kelgan turistlar o‘zini tutish uslubi bo‘yicha O‘zbekistonga tashrif buyurgan turistlardan ancha farq qilishini hisobga olish kerak.

Zamonaviy global turizm sohasida gastronomik turizm iqtisodiy, madaniy va ijtimoiy jihatdan strategik ahamiyat kasb etayotgan sohalardan biridir. Ushbu turizm turining samarali rivojlanishida xalqaro tashkilotlarning faoliyati, ularning tashabbuslari va qo‘llab-quvvatlovchi mexanizmlari muhim o‘rin tutadi. Xalqaro tashkilotlar gastronomik merosni saqlash, milliy oshxonalarni dunyo miqyosida targ‘ib etish hamda gastronomik turizmni turli davlarlarda rivojlan holatini hamda siyosatini shakllantirishda muhim vosita hisoblanadi.

Gastronomiya bu-nafaqat ovqat tayyorlash san’ati, balki millatning madaniy merosi, an’analari va turizm salohiyatini namoyon etuvchi soha hisoblanadi. Shu sababli, xalqaro darajada gastronomiyani rivojlantirish, uni madaniyat va turizm bilan uyg‘unlashtirishga qaratilgan ko‘plab xalqaro tashkilotlar faoliyat yuritadi. Ularning asosiy maqsadi-dunyo xalqlari o‘rtasida gastronomik merosni saqlash, rivojlantirish va ommalashtirishdir.

Xalqaro tashkilotlarning gastronomik turizmga ta’siri, birinchi navbatda, ilmiy-tadqiqot ishlari**,** ta’lim dasturlari**,** marketing tashabbuslari va hamkorlik platformalarini yaratish orqali namoyon bo‘ladi. Chunki ularning asosiy maqsadi o’zgacha ta’m va retseptga ega noan’anaviy va milliy taom hamda ichimliklarni dunyo miqiyosida keng tanitishdan iborat.

8.2. Gastronomiya bilan shug‘ullanadigan xalqaro tashkilotlar faoliyati va ularning vazifalari

“Ovqat-bu millatning eng muhim mohiyati, uning harakteri va tarixi”. Bu so‘zlar “Butunjahon gastronomiya turizmi assotsiatsiyasi”ning “Manifesti” hisoblanadi.

Erik Vulfning tashabbusi va rahbarligida 2003-yili “Xalqaro

kulinariya turizmi assotsiatsiyasi” (The International Culinary Tourism Association) tashkil qilindi. Bu tashkilotning shiori-“Ovqatga va ichimlikga ommaviy qiziqtirishga asoslangan, o‘zaro foydali munosabatlarni, o‘zaro hamkorlikni rivojlantirish yo‘llari bilan odamlarga, jamiyatga va korxonalarga yordam berish” deb belgilangan. Bu xalqaro tushkilotning yana bir shiori-“Mamlakatlarning madaniyatini, ularning milliy oshxonalari orqali bilish insonning qobiliyatini aks ettiradi”deyilgan.

“Xalqaro kulinariya turizmi instituti” 2006-yilda tashkil qilindi. Bu institut “Xalqaro gastronomiya turizmi assotsiatsiyasi”ning ta’lim dasturlari va o‘quv dasturlari bo‘yicha faoliyat yuritadi.

Gastronomik turizmda juda katta faoliyat ko‘rsatadigan va oziq-ovqat turizmida liderlik mavqeini egallab kelayotgan yana bir notijorat va hukumatsiz tashkilot-World Food Travel Association (WFTA)-“Butunjahon gastronomiya turizmi assotsiatsiyasi” hisoblanadi. Bu assotsiatsiya ovqatlar va ichimliklar uchun eng zamonaviy resurslarga ega bo‘lgan holda sayohatlar, shuningdek, mehmondorchilik va ommaviy axborot vositalarining kuchli vakillari uchun xizmatlar ko‘rsatish bo‘yicha gastronomiya turizmining rivojlanishida jahonda yetakchi-lider tashkilot hisoblanadi.

O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirishda xalqaro tashkilotlarning hamkorligi muhim o‘rin tutadi. Shunday tashkilotlardan, jumladan, **Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO)**, **YUNESKO**, **Butunjahon Oshpazlar Assotsiatsiyasi (WACS)** va **Amerika Pishloq Jamiyati (American Cheese Society-ACS)** kabi institutlar gastronomik merosni xalqaro miqyosda tanitish, turistik mahsulotlar xilma-xilligini oshirish hamda sifatli va tabiiy mahsulotlardan tayyorlangan oziq-ovqat tizimini rivojlantirishga xizmat qiladi.

Hozirgi zamon gastronomik tizimining shakllanishida xalqaro tashkilotlar, xususan, **Amerika Pazandachilik Federatsiyasi (American Culinary Federation-ACF)** muhim o‘rin tutadi. Ushbu tashkilot professional oshpazlik faoliyatini rivojlantirish, oshpazlarning malakasini oshirish hamda milliy va xalqaro miqyosda gastronomiya sohasining ijtimoiy nufuzini yuksaltirishga yo‘naltirilgan.

ACF 1929-yilda Nyu-York shahrida uchta professional oshpazlar uyushmasi-*Société Culinaire Philanthropique*, *Vatel Club* va *Chefs de Cuisine Association of America* tomonidan asos solingan.

Tashkilotning asosiy maqsadi-barcha darajadagi oshpazlarni o‘qitish, malakasini oshirish va amerikalik oshpazlarning professional imijini butun dunyoda targ‘ib qilishdan iborat.

1976-yilda ACF tashabbusi bilan AQSh Mehnat Departamenti “ijrochi oshpaz” lavozimini xizmat ko‘rsatish toifasidan professional kasb maqomiga ko‘tardi. Ushbu islohot pazandachilik sohasining iqtisodiy va ijtimoiy mavqeini sezilarli darajada oshirdi hamda oshpazlikni tan olingan kasb sifatida shakllantirdi.

Bugungi kunda ACF Shimoliy Amerikadagi eng yirik professional oshpazlar uyushmasi hisoblanadi. Tashkilot tarkibida 170 dan ortiq mintaqaviy bo‘limlar mavjud bo‘lib, ularning jami a’zolari soni 14 mingdan ortadi.

Federatsiya nafaqat professional oshpazlarni, balki qandolatchilik, xizmat ko‘rsatish va gastronomiya ta’limi sohasida faoliyat yuritayotgan mutaxassislarni ham birlashtiradi.

ACF nafaqat professional rivojlanish maydoni, balki madaniy va ijtimoiy integratsiya markazi sifatida ham faoliyat yuritadi. U jamiyatda sog‘lom ovqatlanish madaniyatini shakllantirish, yosh avlodni gastronomiya sohasiga qiziqtirish hamda milliy oshpazlik merosini saqlashga katta hissa qo‘shadi.

ACF faoliyati oshpazlik san’atini rivojlantirish va oshpazlarning malakasini oshirishga yo‘naltirilgan kompleks tizimga asoslangan. U quyidagi asosiy yo‘nalishlarda faoliyat yuritadi:

- Kasbiy ta’lim va treninglar: oshpazlar uchun amaliy va nazariy bilimlarni oshirish maqsadida treninglar, seminarlar va o‘quv kurslarini tashkil etadi.
- Shogirdlik tizimi (Apprenticeship): yosh mutaxassislarni tayyorlash va tajriba almashish imkonini beruvchi tizim.
- Sertifikatlash va akkreditatsiya: ACF dunyoda eng mukammal oshpazlik sertifikatlash tizimlaridan birini boshqaradi, bu esa oshpazlarning malakasini xalqaro darajada tan olish imkonini beradi.

- Musobaqalar va tanlovlar: ACF Culinary Team USA xalqaro miqyosda AQSh nomidan ishtirok etuvchi rasmiy oshpazlar jamoasidir.
- Nashriyot va axborot faoliyati: bosma va raqamli nashrlar orqali oshpazlikda ilmiy va amaliy yondashuvlarni targ‘ib etadi.

ACF Direktorlar kengashi tomonidan ishlab chiqilgan strategik reja tashkilotning 2023-2026-yillar mobaynida amalga oshiriladigan ustuvor yo‘nalishlarini belgilab beradi. Rejaning asosiy maqsadlari quyidagilardan iborat:

- Oshpazlar uchun zamonaviy ta’lim standartlarini ishlab chiqish;
- Innovatsion gastronomik dasturlarini joriy etish;
- Oshpazlik kasbining ijtimoiy maqomini mustahkamlash;
- Xilma-xillik, tenglik va inklyuzivlikni qo‘llab-quvvatlash;
- Ish va hayot muvozanatini ta’minlovchi kasbiy muhit yaratish.

Shuningdek, ACF o‘z a’zolari uchun:

- Milliy va mintaqaviy tadbirlar,
- Bosma va raqamli nashrlar,
- Professional oshpazlar o‘rtasida tajriba almashish platformalarini ham taqdim etadi.

ACF har bir mintaqadan va millatdan bo‘lgan oshpazlar uchun ochiq tashkilot bo‘lib, u:

- Kasbiy va shaxsiy rivojlanishni qo‘llab-quvvatlaydi;
- Oshpazlik tarixini saqlaydi va zamonaviy texnikalarni rivojlantiradi;
- Jamoatchilikda sog‘lom ovqatlanish va madaniyatni targ‘ib qiladi.

Amerika Sharob va Oziq-ovqat Instituti (American Institute of Wine and Food-AIWF) gastronomiya sohasida yetakchi xalqaro tashkilotlardan biri bo‘lib, oshpazlik va vino madaniyatini rivojlantirish, yosh mutaxassislarni tayyorlash va sog‘lom ovqatlanish g‘oyalarini targ‘ib qilishda muhim o‘rin tutadi. Tashkilotning bosh g‘oyasi “gastronomiya inson hayotining sifatini belgilovchi muhim omildir” tamoyiliga asoslanadi.

1981-yilda mashhur gastronomlar Robert Mondavi, Julia Child, Richard Graff va ularning hamkorlari tomonidan asos solingan.

Sharob va oziq-ovqat ixlosmandlari taniqli oshpazlar, vinochilar, mualliflar, oshpazlik tarixchilari va oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilari bilan uchrashib, ulardan o‘rganishadi, sanoat mutaxassislari esa ularning asosiy iste’molchilarini bilish va tushunish imkoniyatiga ega. Sharob ishlab chiqaruvchilarning kechki ovqatlari, eksklyuziv vino tatib ko‘rishlari, gala auktsionlar, pazandachilik kitoblariga imzo chekish, hunarmandlar yig‘ilishlari, pikniklar, bog‘ga sayohatlar, pazandachilik sayohatlari, golf turnirlari, shokolad tatib ko‘rish, qizil ikra baliq ovlash, barbekyu-qora galstuk va tantanali kechki ovqatlardan tortib kovboy etiklarigacha.

AIWF dasturxon atrofida birgalikda ovqatlanishdan kelib chiqadigan yaxshi ovqat va ichimliklardan zavqlanish orqali salomatlik va farovonlikni mustahkamlashga bag‘ishlangan. Amerika sharob va oziq-ovqat instituti sharob va oziq-ovqat ixlosmandlari va mutaxassislarining noyob kombinatsiyasiga ega kam sonli milliy tashkilotlardan biridir.

Mahalliy bo‘limlar va AIWF jamg‘armasi pazandachilik va vinoshunoslik stipendiyalarini taqdirlaydi va butun mamlakat bo‘ylab 20 000 dan ortiq kattalar va bolalar AIWF imzolangan Days of Taste® dasturi bilan bog‘langan bo‘lib, u kam ta’minlangan boshlang‘ich maktab o‘quvchilariga sog‘lom ovqatlanish yoqimli ta’mga ega ekanligini o‘rgatadi.

Pazandachilik tadqiqotchilari va oziq-ovqat ixlosmandlarini Kaliforniya universiteti, San-Diegodagi AIWF to‘plamiga tashrif buyurishlari mumkin, u 6384 jilddan ortiq bo‘lib, Mandevil maxsus to‘plamlar kutubxonasi va Radklif ilg‘or tadqiqotlar instituti, Garvard universiteti-Shlesinger kutubxonasi pazandachilik to‘plamiga yaqin 010 nomlarini o‘z ichiga oladi. Ikkala to‘plamda Julia Child, M.F.K. Fisher, Eleanor Louenshteyn va Andre Saymon nomlari keltirilgan.

AIWF Vashingtondagi Smitson institutining Amerika tarixi milliy muzeyidagi Julia Child oshxonasining homiysi hisoblanadi. Ko‘rgazmada Julianing haqiqiy oshxonasi, jumladan, shkaflar, maishiy texnika, oshxona kitoblari, oshxona stoli va yuzlab idishlar va jihozlar mavjud. Ko‘rgazma tashrif buyuruvchilarga dunyoning eng mashhur

oshpazlaridan birining ishchi oshxonasini ko‘rish imkonini beradi va uning bir qancha teleseriallar muallifi va boshlovchisi sifatidagi ta’siri Amerika pazandachilik uslubini qanday o‘zgartirganini o‘rganadi.

AIWF taom va vino ixlosmandlarini, shuningdek, professional oshpazlar, vinochilar, mualliflar va tarixchilarni birlashtiruvchi nodavlat notijorat tashkilot hisoblanadi. Uning asosiy faoliyat yo‘nalishlari quyidagilardan iborat:

- Pazandachilik va vinoshunoslik tadbirlarini tashkil etish: vino tatib ko‘rish marosimlari, pazandachilik festivallari, gala-auktsionlar, pazandachilik safarlari orqali gastronomiya madaniyatini targ‘ib etish.
- Madaniy va ta’limiy dasturlar: “Days of Taste®” loyihasi orqali bolalarga sog‘lom ovqatlanishning mazali va foydali tomonlarini o‘rgatish.
- Ilmiy va madaniy saqlash ishlari: Julia Child va boshqa mashhur oshpazlarning asarlari va oshxona jihozlarini saqlovchi maxsus kutubxona va ko‘rgazmalarni yuritish.

AIWF Vashingtondagi Smitson Instituti bilan hamkorlikda Julia Child oshxonasini saqlash va namoyish qilish orqali gastronomik merosni kelajak avlodlarga yetkazish vazifasini bajaradi. Bu tashabbus nafaqat gastronomiya tarixini asrashga, balki yosh avlodni oshpazlik san’atiga qiziqtirish va jamiyatda oshpazlik san’atiga bo‘lgan e’tiborni mustahkamlaydi.

Gastronomiya va vinoshunoslik zamonaviy madaniyatning muhim tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Ushbu sohada xalqaro miqyosda faoliyat yurituvchi tashkilotlar ichida **Amerika Vino Jamiyati (AWS)** alohida o‘rin egallaydi. U nafaqat vino ishlab chiqaruvchilarning balki, vino madaniyatini chuqur o‘rganishga qiziquvchi iste’molchilar, oshpazlar va ta’lim sohasi vakillarining ham birlashgan ijtimoiy-professional tarmog‘idir.

Sharob nafaqat oziq-ovqat mahsuloti, balki madaniyat, tarix va fan kesishmasidagi fenomen sifatida o‘rganiladi. AWS tadqiqotlari vino ishlab chiqarishning geografik, ijtimoiy va ilmiy jihatlariga e’tibor qaratadi

AWS vinochilikni insoniyat tsivilizatsiyasining eng qadimiy madaniy hodisalaridan biri sifatida ko‘radi. “Vinochilik insoniyat tarixidagi eng uzoq umr ko‘rgan tsivilizatsiyalar bilan bog‘liq faoliyatdir”,-deya ta’kidlaydi mashhur vino tarixchisi Xyu Jonson (*The World Atlas of Wine* muallifi).

Amerika Vino Jamiyati 1967-yil 7-oktabr kuni Nyu-York shtatining Hammondsport hududidagi doktor Konstantin Frank uzumzorida ilk yig‘ilishini o‘tkazgan. Dastlabki uchrashuvda 200 ga yaqin vino ishlab chiqaruvchilar, uy vinochilari va havaskorlar ishtirok etgan. Tashkilot qisqa vaqt ichida mahalliy guruhdan milliy miqyosdagi uyushmaga aylangan va bugungi kunda 7 000 dan ortiq a’zolarga ega bo‘lgan yirik nodavlat tashkilot sifatida faoliyat yuritmoqda.

Jamiyatning asosiy g‘oyasi-vino tayyorlash, uning tarixini, madaniyatini va ilmiy asoslarini o‘rganish orqali vinochilik madaniyatini saqlash va rivojlantirishdir.

Amerika Vino Jamiyati a’zolari tarkibiga turli kasb egalari kiradi: professional va havaskor vinochilar, oshpazlar, restoran egalari, ta’lim sohasi vakillari, jurnalistlar hamda vino ishlab chiqaruvchi korxonalar vakillari.

Jamiyatning faoliyati vino haqida chuqur bilim olishni istaganlar uchun doimiy o‘rganish va tadqiqot muhitini yaratadi. Har bir tadbir nafaqat bilim almashish, balki madaniy muloqotni kengaytirish imkonini beradi.

Amerika Vino Jamiyati nodavlat notijorat tashkilotlarining faoliyatini baholovchi GuideStar va Candid tizimlari tomonidan **“**Shaffoflikning oltin muhriga**”** sazovor bo‘lgan. Bu unvon jamiyatning ochiqlik, ishonchlilik va javobgarlik tamoyillariga sodiqligini ko‘rsatadi. Bunday maqomga AQShdagi 1,8 milliondan ortiq notijorat tashkilotlarning atigi 5 foizigina ega, bu esa AWS’ning yuqori darajadagi boshqaruv madaniyatini tasdiqlaydi.

8.4-jadval

Jamiyat a’zolarining faoliyat yo‘nalishlari

№	Faoliyat	Yo‘nalishlar
1.	**Vino madaniyatini o‘rganish va targ‘ib etish**	vino ishlab chiqarish, saqlash, tatib ko‘rish madaniyati bo‘yicha ilmiy-amaliy tadqiqotlar o‘tkazadi
2.	**Mahalliy va milliy tadbirlar**	180 dan ortiq bo‘lim orqali AQShning turli shtatlarida vino tatib ko‘rish marosimlari, o‘quv seminarlar va festivallar tashkil etiladi
3.	**Ta’limiy kurslar va treninglar**	vino tayyorlash texnologiyasi, terroir, uzum navlari, hamda vino tahlili bo‘yicha rasmiy o‘quv dasturlari o‘tkaziladi

Xalqaro Pazandachilik Mutaxassislari Uyushmasi (IACP)-bu oshpazlik sohasi mutaxassislarini jahon miqyosida birlashtiruvchi, ularning kasbiy rivojlanishi, tajriba almashuvi va hamkorlik faoliyatini qo‘llab-quvvatlovchi nufuzli xalqaro tashkilotdir. Tashkilotning asosiy maqsadi-global miqyosda oshpazlik sohasida ilg‘or tajribalarni targ‘ib qilish, a’zolarni zamonaviy bilim va amaliy ko‘nikmalar bilan ta’minlash, shuningdek, gastronomik madaniyatni rivojlantirishdir.

IACP 1978-yilda bir guruh oshpazlik ta’limi rahbarlari va mutaxassislari tomonidan tashkil etilgan. Tashkilotchilar orasida Bill Rays, Natali Dyupri, Julia Child, Jak Pepin va Ann Villan kabi mashhur shaxslar mavjud bo‘lgan. Dastlab bu tashkilot Pazandachilik maktablari uyushmasi nomi bilan faoliyat boshlagan bo‘lib, vaqt o‘tishi bilan uning faoliyat doirasi kengaygan va xalqaro miqyosga chiqqan. Shu tariqa, IACP nafaqat AQShda, balki jahon miqyosida ham gastronomik madaniyatning shakllanishiga katta hissa qo‘shgan.

IACPning asosiy faoliyati uchta yo‘nalishda amalga oshiriladi:

- Kasbiy ta’lim va rivojlanish: Tashkilot yil davomida turli o‘quv dasturlari, onlayn seminarlar (vebinarlar), treninglar va xalqaro konferensiyalar tashkil etadi. Ushbu tadbirlar oshpazlik sohasida faoliyat yurituvchi mutaxassislarning kasbiy malakasini oshirishga, zamonaviy gastronomik tendensiyalar bilan tanishtirishga xizmat qiladi. Mashhur

ekspertlar-Toni Tipton-Martin, Rut Reyxl, Tejal Rao, Per Tiam va Julia Turshen kabi shaxslar bu jarayonlarda faol ishtirok etadi.

- Professional tarmoq va mentorlik tizimi: IACP a'zolari o'zaro muloqot va tajriba almashuvi uchun maxsus tarmoqlarga birlashadilar. Bu platformalar orqali a'zolar kasbiy hamkorlikni yo'lga qo'yadilar, yangi loyihalar ishlab chiqadilar hamda yosh mutaxassislar uchun mentorlik dasturlarida ishtirok etadilar. A'zolik doirasida "Pazandachilik maktablari va o'qituvchilari", "Oziq-ovqat va sog'liqni saqlash mutaxassislari", "Oziq-ovqat mualliflari va nashriyotchilar" kabi bo'limlar mavjud.
- Mukofotlar va tan olinish tizimi: Har yili o'tkaziladigan IACP mukofotlari marosimi orqali dunyo miqyosida eng yaxshi oshpazlik kitoblari mualliflari, oziq-ovqat yozuvchilari, stilistlar va kontent yaratuvchilari taqdirlanadi. Ushbu mukofotlar xalqaro gastronomik jamoatchilikda yuqori obro'ga ega bo'lib, oshpazlik sohasida ijodiy faoliyatni rag'batlantiradi.

IACP a'zoligiga oshpazlik sohasida faoliyat boshlayotgan shaxslar ham, tajribali mutaxassislar ham qo'shilishi mumkin. A'zolar onlayn katalog orqali o'z profilini yaratish, hamkasblar bilan aloqa o'rnatish va xalqaro hamkorlik imkoniyatlaridan foydalanish huquqiga ega. A'zolik turlari oylik va yillik asosda taqdim etilib, ular avtomatik tarzda yangilanadi.

Tashkilot global oziq-ovqat sanoatining yetakchi kompaniyalari bilan hamkorlik aloqalarini yo'lga qo'ygan. IACP dunyo miqyosidagi nufuzli brendlarni gastronomik media sohasi hamda pazandachilik industriyasining asosiy vakillari bilan bog'lashda vositachilik qiladi.

IACP bugungi kunda gastronomiya sohasida faoliyat yurituvchi eng yirik professional uyushmalardan biri sifatida e'tirof etiladi. Uning asosiy vazifasi-oshpazlik san'ati va taom madaniyatini xalqaro darajada rivojlantirish, ta'lim, innovatsiya va professional hamkorlik orqali bu sohaning nufuzini yanada mustahkamlashdir.

Shimoliy Amerika Sommelier Assotsiatsiyasi (NASA) Kaliforniya shtatida tashkil etilgan, vino mutaxassislarini tayyorlash,

ularning kasbiy malakasini oshirish hamda vino madaniyatini rivojlantirishga qaratilgan notijorat ta’lim va tarmoq tashkilotidir.

NASA dastlab Los-Anjeles shahrida taniqli professional sommelier Alessandro Sbrendola (Valentino, L’Orangerie, Bartolotta) tomonidan “AIS California” nomi bilan asos solingan bo‘lib, keyinchalik u mustaqil uyushma sifatida shakllanib, Shimoliy Amerika miqyosida sommelierlik ta’limining yetakchisiga aylandi.

NASA WSAning global miqyosda tan olingan o‘quv dasturlari asosida faoliyat yuritadi. U vinochilik, xizmat ko‘rsatish, ta’lim, konsalting, va gastronomik tadbirlarni tashkil etish yo‘nalishlarida xizmat ko‘rsatadi. Assotsiatsiya tomonidan taqdim etiladigan sertifikatlar xalqaro darajada tan olingan bo‘lib, ular AQSh, Kanada, Meksika, Braziliya, Yaponiya, Germaniya, Italiya, Daniya, Buyuk Britaniya va boshqa 20 dan ortiq mamlakatlarda amal qiladi.

NASA o‘zining o‘quv jarayonida WSAning 3 bosqichli Certified Sommelier tizimini joriy etgan. Ushbu dastur quyidagi malaka darajalarini o‘z ichiga oladi:

- ✓ Silver-Pin Certified Sommelier-professional sommelierlikning asosiy bosqichi,
- ✓ Gold-Pin Certified Sommelier-ilg‘or daraja,
- ✓ Master Taster **va** Master of Service-eng yuqori darajadagi mutaxassislik bosqichlari.

Bu tizim boshqa xalqaro sommelier tashkilotlarining ilg‘or malaka standartlariga ekvivalent hisoblanadi.

Shimoliy Amerika Sommelier Assotsiatsiyasi o‘quv dasturlarida nazariy bilim va amaliy mashg‘ulotlarni uyg‘unlashtirishga katta e’tibor qaratadi. NASA kurslari o‘zining chuqur ilmiy asoslangan dars mazmuni, amaliy laboratoriya mashg‘ulotlari, tatib ko‘rish sinovlari va tarixiy-gastronomik tahlillari bilan ajralib turadi. Boshqa uyushmalardan farqli ravishda, NASA ta’lim jarayonida “test asosida baholash”dan ko‘ra “bilim berish va tafakkurni rivojlantirish”ga urg‘u beradi.

Assotsiatsiya o‘z a’zolariga yil davomida seminarlar, master-klasslar, tarmoq uchrashuvlari, kechki ovqatlar, vino simpoziumlari va ilmiy konferensiyalar orqali doimiy kasbiy rivojlanish imkonini yaratadi.

NASA o‘zining o‘quv merosi va tajribasini Italiya Sommelierlar Uyushmasi (AIS) bilan yaqin ilmiy-hamkorlik aloqalari orqali boyitgan. Shu sababli tashkilot italyan vinosi bo‘yicha eng malakali o‘quv markazlaridan biri sifatida tanilgan. Uning eksklyuziv dasturlaridan biri- “Italiya vinosi bo‘yicha mutaxassis” diplom dasturi bo‘lib, bu sertifikat xalqaro vino mutaxassislari va vino ixlosmandlari orasida yuqori e’tirofga sazovor bo‘lgan.

Assotsiatsiyaning rasmiy nizomida quyidagi vazifalar belgilangan:

1. Sommelier kasbining ijtimoiy-madaniy ahamiyatini aniqlash va mustahkamlash.
2. Oziq-ovqat va ichimliklar madaniyatini rivojlantirish, mas’uliyatli iste’mol madaniyatini targ‘ib etish.
3. Restoran va mehmonxona industriyasi bilan hamkorlikda gastronomiya, tarix, an’ana va ta’lim asosida vino madaniyatining barqaror rivojlanishini ta’minlash.
4. Sommelierlar va mehmondo‘stlik sohasidagi mutaxassislarning kasbiy tayyorgarligini qo‘llab-quvvatlash.

NASA vinoning ijtimoiy, madaniy va quvnoq qadriyat sifatidagi rolini qadrlaydi. Tashkilot vino va spirtli ichimliklar sanoatining doimiy o‘zgarib borayotgan sharoitida mutaxassislarni yangicha, keng dunyoqarashga ega bo‘lgan, global tafakkurdagi sommelierlar sifatida tayyorlashni maqsad qilgan.

NASA WSAning tarkibida bo‘lganligi bois, dunyo miqyosidagi “Eng yaxshi Sommelier” tanlovida ishtirok etish huquqiga ega. Bu musobaqa har ikki yilda bir marta o‘tkaziladi va unda dunyoning eng nufuzli vino mutaxassislari ishtirok etadilar. Assotsiatsiyaning bosh qarorgohi Los-Anjelesda joylashgan bo‘lib, hozirda AQSh va Kanadada bir nechta faol bo‘limlarga ega. Yangi filiallar muntazam ravishda ochilib, NASA dunyodagi eng faol sommelier tarmoqlaridan biri sifatida tan olingan.

Shimoliy Amerika Sommelier Assotsiatsiyasi zamonaviy vinochilik va gastronomiya ta’limida muhim o‘rin egallaydi. U nafaqat professional sommelierlarni tayyorlash, balki vino madaniyatining ijtimoiy va madaniy o‘rni haqida ilmiy tushunchalarni shakllantirishda

ham muhim rol o‘ynaydi. NASA bugungi kunda Shimoliy Amerikadagi eng yirik, dinamik va xalqaro akkreditatsiyaga ega sommelier uyushmasi sifatida tan olingan.

Amerika Pishloq Jamiyati (American Cheese Society-ACS) AQShda gastronomik ishlab chiqarishni, ayniqsa, pishloqchilikni rivojlantirishni maqsad qilgan yetakchi tashkilotlardan biridir.

ACSning bosh maqsadi-pishloq ishlab chiqarish sohasini ta’lim, innovatsiya va tarmoq resurslari bilan ta’minlash, shuningdek, sifat va xavfsizlik tamoyillariga asoslangan ishlab chiqarish standartlarini rivojlantirishdir. Tashkilot Amerika pishloqlarini xalqaro miqyosda targ‘ib etuvchi yetakchi markaz sifatida faoliyat yuritadi.

Mazkur tashkilot AQShda ishlab chiqarilayotgan hunarmandchilik, fermer xo‘jaliklari va maxsus pishloq mahsulotlarini anglash, qadrlash va targ‘ib etishga ko‘maklashuvchi yetakchi nodavlat tuzilma sanaladi. Amerika Pishloq Jamiyatining faoliyati pishloq ishlab chiqarishning ekologik xavfsizligi, innovatsion texnologiyalarni joriy etish hamda ta’lim dasturlarini diversifikatsiya qilishga yo‘naltirilgan bo‘lib, bu orqali milliy gastronomik brendlarning xalqaro raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Hozirda uning 2400 dan ortiq a’zolari mavjud bo‘lib, ta’lim resurslari, soha imkoniyatlari va sanoat standartlarini takomillashtirish orqali gastronomik turizmda sifat va barqarorlikni ta’minlashga hissa qo‘shadi. So‘nggi o‘n yillikda bu raqam deyarli ikki baravar oshgan. Tashkilot o‘z a’zolariga ta’lim resurslari, tarmoq imkoniyatlari, hamda barqaror va xavfsiz ishlab chiqarish standartlarini joriy etishda metodik yordam ko‘rsatadi. Shuningdek, gastronomik turizm sohasida faoliyat yurituvchi xalqaro tashkilotlar mamlakatlar o‘rtasida ta’lim, sertifikatlash, ilmiy almashinuv va marketing hamkorligini kuchaytiradi. Bu esa nafaqat milliy oshxonaning jahon gastronomik sahnasida o‘z o‘rnini mustahkamlashi, balki turizm sohasida yangi iqtisodiy imkoniyatlar yaratishi uchun zamin tayyorlaydi.

2023-yil oktabr holatiga ko’ra tahlil qiladigan bo’lsak, ACS a’zolik tarkibi quyidagilarni o’z ichiga qamrab olgan.

8.5-jadval

№	**ACS a’zolik tarkibi**	
1.	Pishloq ishlab chiqaruvchilar (jumladan, boshqa sut mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar)	41%
2.	Chakana savdo sub’yektlari	19%
3.	Distribyutorlar yoki brokerlar	9%
4.	Maslahatchilar, akademiklar va talabalar	7%
5.	Maxsus oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilari	5%
6.	Pishloq ishqibozlari va iste’molchilar	7%
7.	Restoranlar, oziq-ovqat xizmati operatorlari, oshpazlar	3%
8.	OAV vakillari, yozuvchilar, PR mutaxassislari	3%
9.	savdo uskunalari yetkazib beruvchilar	2%
10.	boshqa yo‘nalishlar vakillari	4%

8.6-jadval

ACSning 2021-2024-yillar uchun strategik yo‘nalishlari

№	**Yo‘nalishlar**	**Faoliyati**
1.	**Iqlim o‘zgarishiga moslashuv**	- Akademik hamkorlar bilan birgalikda sanoatning ekologik ta’sirini aniqlash va kamaytirish bo‘yicha amaliy choralar ishlab chiqish. - Atrof-muhitga salbiy ta’sirni kamaytirish yo‘nalishida a’zolarga davlat va xususiy resurslardan foydalanishda yordam berish. - Iste’molchilarni pishloq ishlab chiqarishning ekologik mas’uliyatli usullari haqida xabardor etuvchi kommunikatsiya tizimini yo‘lga qo‘yish.
2.	**Ta’lim dasturlarini diversifikatsiya**	- Mavjud ta’lim resurslarini tahlil qilib, sanoat ehtiyojlariga asoslangan yangi dasturlarni ishlab chiqish. - Turli auditoriyalar uchun mos ta’lim shakllari (onlayn, seminar, amaliy trening)ni

	qilish	yo‘lga qo‘yish. - Pishloq ishlab chiqarish sektorining muayyan segmentlariga yo‘naltirilgan kompleks ta’lim tizimini yaratish
3.	**Sanoat hamkorligini rivojlantirish**	- Advokatlik, marketing, texnologiya, sertifikatlashtirish sohalarida hamkorlik aloqalarini kengaytirish. - A’zolar va manfaatdor tomonlar o‘rtasida axborot almashinuvi uchun ma’lumotlar bazasi yaratish. - Hamkorlik samaradorligini baholash va natijalar haqida muntazam hisobotlar e’lon qilish.
4.	**Xilma-xillik, tenglik va inklyuziya (DEIB) siyosatini shakllantirish**	- Kam vakillik qilinayotgan jamoalar vakillarini faol ishtirok etishga jalb etish orqali tashkilotdagi ijtimoiy adolatni mustahkamlash. - Ichki siyosat va dasturlar tizimli auditi orqali inklyuziv muhitni ta’minlash. - Hamkorlik va qaror qabul qilish jarayonlarida xilma-xillik tamoyillarini strategik asos sifatida tatbiq etish

Bundan tashqari, xalqaro tashkilotlar gastronomik turizmni rivojlantirishda madaniy almashinuv, xalqaro tanlov va festivallar**,** sertifikatlashtirish tizimlari**,** barqaror oziq-ovqat ishlab chiqarish standartlarini joriy etish orqali ham faol rol o‘ynaydi. Xususan, YUNESKO tomonidan “Insoniyatning nomoddiy madaniy merosi” ro‘yxatiga kiritilgan milliy taomlar yoki oshpazlik an’analari ham gastronomik turizmni rivojlantirishga sezilarli turtki beradi.

Jahon Oshpazlar Jamiyatlari Assotsiatsiyasi (World Association of Chefs’ Societies) qisqacha **Worldchefs** deb ataladi. Ushbu tashkilot 1928-yil Fransiyaning Parij shahrida joylashgan. Bu tashkilot dunyo oshpazlari uyushmalarini birlashtiradi va ularning malakasini oshirish, gastronomik an’analarni rivojlantirish bilan

shug‘ullanadi.

Ular tadbirlar, musobaqalar, malaka oshirish dasturlari orqali professional standartlarni belgilaydi va gastronomiya sohasida tadqiqotlarni ham qo‘llab-quvvatlaydi.

Tashkilotning o’z oldiga qo’ygan maqsadi-oshpazlik san’atini rivojlantirish, professional oshpazlar o‘rtasida tajriba almashish va xalqaro standartlarni o‘rnatishdan iborat.

Uning a’zolari 100 dan ortiq mamlakatlardan 10 minglab oshpazlar va milliy oshpazlar uyushmalari hisoblanadi.

Uning faoliyati quyidagilardan iborat:

- Xalqaro oshpazlik musobaqalar, kongresslar va seminarlarni tashkil etadi (masalan, Culinary Olympics).
- Ta’lim va sertifikatlash dasturlarini ishlab chiqadi.
- Mahalliy oshpaz uyushmalariga metodik yordam beradi.
- Gastronomiya orqali turizmni rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlaydi.
- Xalqaro oshpazlik musobaqalari, Yosh oshpazlarni tayyorlash dasturlarini amalga oshiradi.
- Global gastronomik standartlarni ishlab chiqadi.
- Mahalliy oshxonalarni xalqaro miqyosda targ‘ib qiladi.

Worldchefs-kulinar maktablar va turizm tashkilotlari bilan hamkorlik qiladi.

“Sekin ovqat” xalqaro tashkiloti (Slow Food International**)** bu xalqaro gastronomik tashkilot bo‘lib, u sog‘lom, adolatli va barqaror oziq-ovqat madaniyatini targ‘ib qiladi. Ushbu tashkilotga 1989-yilda Italiyaning Turin shahrida italiyalik jurnalist va gastronom Carlo Petrini tomonidan asos solingan.

Ushbu tashkilotning nomidan ham ko’rininib turibdiki, faoliyati “tez emas, sog‘lom, adolatli” oziq-ovqat tamoyiliga asoslanadi. Fast food (tez tayyor ovqat) madaniyatiga qarshi, sog‘lom, tabiiy va milliy, an’anaviy taomlarni qo‘llab-quvvatlaydi.

Slow Food harakati “Good, Clean and Fair” tushunchasini ilgari surib, kichik fermerlar, an’anaviy mahsulotlar va mahalliy merosni qo‘llab-quvvatlaydi. Ular madaniy-biotexnologik tadqiqotlar va

mahalliy oziq-ovqat zanjirlarini tadqiq qilish orqali gastronomik merosni saqlashda faol hisoblanadi. Slow Food-UNWTO bilan gastronomik turizm sohasida hamkorlik qiladi.

8.7-jadval

Tashkilotning asosiy faoliyat yo‘nalishlari

№	Yo‘nalishlar	Faoliyati
1.	Terra Madre tarmog‘i	Dunyo bo‘ylab fermerlar, oshpazlar, talabalar va olimlarni birlashtiruvchi xalqaro platforma
2.	Slow Food Foundation for Biodiversity	Noyob oziq-ovqat mahsulotlari va urug‘larni himoya qiluvchi fond
3.	Ta’lim dasturlari	Maktablarda “Slow Food Education” loyihalari orqali sog‘lom ovqatlanish madaniyatini o‘rgatish
4.	Festival va yarmarkalar	“Salone del Gusto” kabi global gastronomik tadbirlar

Bugubgi kunda Slow Food International 160 dan ortiq mamlakatlarda faoliyat yuritadi. U nafaqat gastronomiyani, balki madaniyat, ekologiya va iqtisod sohalarida ham muhim rol o‘ynaydi. Tashkilot turizm bilan ham uzviy bog‘liq-gastronomik turizmning rivojlanishiga katta hissa qo‘shadi.

World Food Travel Association (WFTA)-gastronomik turizmni targ‘ib etuvchi yetakchi xalqaro tashkilotlardan biri. Gastronomik turizmni rivojlantirish, tadqiqotlar va treninglar tashkil etish bo’lib, mahalliy oshxonani xalqaro turizm brendiga aylantirish uning asosiy maqsadi hisoblanadi. Shuningdek, “Taste of place”-joy ta’mini yaratish orqali turizmni rivojlantirishga o’z hissasini qo’shadi.

Ular, shuningdek, jahon miqyosida tadqiqot va sertifikatlashtirish (misol: Culinary Tourism sertifikatlari) orqali mahalliy jamoalarga yordam beradi.

Uning vazifalariga quyidagilar kiradi:

- Turistik marketingda gastronomiyaning o‘rnini oshirish.
- Gastronomik yo‘nalishlar va brendlarni ishlab chiqish.

- Taomlar orqali hududiy identifikatsiyani yaratish.
- Mahalliy gastronomiyani xalqaro bozorlarga olib chiqish bo‘yicha tadqiqotlar o‘tkazish.

Tashkilot UNWTO**,** Slow Food va milliy turizm agentliklari bilan birgalikda faoliyat olib boradi.

Hamkorlikning asosiy yo‘nalishlari quyidagilardan iborat:

1. Qo‘shma loyihalar: UNESCO, UNWTO va FAO birgalikda “Barqaror gastronomiya” dasturlarini ishlab chiqadi.
2. Ilmiy tadqiqotlar: UNWTO va Basque Culinary Center gastronomik turizm bo‘yicha ilmiy izlanishlar olib boradi.
3. Tajribalar almashinuvi: Worldchefs yosh oshpazlarni xalqaro miqyosda o‘qitadi va amaliyot tashkil qiladi.
4. Madaniy merosni saqlash: Slow Food va UNESCO milliy taomlarni meros sifatida himoya qiladi.

BMTning Oziq-ovqat va qishloq xo‘jaligi tashkiloti (Food and Agriculture Organization-FAO) oziq-ovqat tizimini yaratish, sog‘lom ovqatlanish madaniyatini va bioxilma-xillikni ilmiy jihatdan targ‘ib qilish ushbu tashkilotning asosiy faoliyati sanaladi.

FAO tomonidan ta’riflangan “sustainable diets” tushunchasi madaniy qabul qilinuvchanlik, ekologik ta’sirni kamaytirish, iqtisodiy adolat va sog‘liq institutini birlashtiradi. Bu gastronomik turizm va mahalliy oziq-ovqat zanjirlarini barqaror rivojlantirishda ilmiy baza vazifasini o‘taydi.

FAO-UNESCO bilan “Sustainable Gastronomy Day” loyihasini amalga oshiradi.

Xalqaro tashkilotlar gastronomik turizmning institutsional asoslarini shakllantiruvchi**,** barqaror rivojlanishni qo‘llab-quvvatlovchi**,** ilmiy-innovatsion jarayonlarni rag‘batlantiruvchi **va** global miqyosda gastronomik merosni targ‘ib qiluvchi kuch sifatida alohida ahamiyat kasb etadi. Ularning hamkorlikdagi sa’y-harakatlari milliy gastronomiyani xalqaro brend sifatida tanitish, shu orqali mamlakatning turizm salohiyatini yanada oshirish imkonini beradi.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Gastronomik turizm bo‘yicha xalqaro tashkilotlar faoliyati haqida ma’lumot bering.
2. Gastronomik turizm bo‘yicha xalqaro tashkilotlar faoliyatining vazifalarini tushuntirib bering.
3. Gastronomik turizmning rivojlanishida xalqaro tashkilotlarning o‘rnini tavsiflang.
4. Gastronomik turizm bo‘yicha qanday xalqaro tashkilotlarni bilasiz?
5. Amerika pazandachilik federatsiyasining vazifalarini tushuntirib bering.
6. Amerika vino jamiyatining faoliyatini tushuntiring.
7. Xalqaro pazandachilik mutaxassislari uyushmasining asosiy maqsadi nimalardan iborat?

IX BOB. GASTRONOMIK TURIZM FESTIVALLARI

9.1. Markaziy Osiyo mamlakatlarida tashkil etiladigan gastronomik festivallar

O‘zbekiston Respublikasida turizimni rivojlanishida e’tiborni qaratish maqsadida qaror va farmonlar qabul qilingan. Xususan, 2019-yilda qabul qilingan yangi tahrirdagi O‘zbekiston Respublikasining “Turizim to‘g‘risida”gi Qonuni, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentning 13-avgust 2019-yildagi PF-5781-sonli “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirishga doir chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmoniga binoan Turizm Qo‘mitasi tomonidan har yili “Turizm sohasidagi biznes g‘oyalar fabrikasi” festivali tashkil etiladi. Ta’kidlanishicha, biznes g‘oyalar innovatsion yechimga ega zamonaviy turistik mahsulotlarni yaratishga yo‘naltirilgan bo‘lishi kerak. Kelib tushayotgan barcha takliflar tahlilidan keyin festivalning eng yaxshi loyihalar bo‘yicha g‘oliblari aniqlanadi[15].

Festival lotincha “festivus” ya’ni “quvonchli tadbir”, “bayram”, “marosim” degan ma’nolarni anglatib, musiqa, teatr, film, estrada, sirk san’ati yutuqlari ko‘rigidan iborat ommaviy bayram.

Bu so‘z keyinchalik fransuz tilidagi festival, keyin esa ingliz tilidagi festival shaklida kirib, butun dunyo tillariga tarqalgan. Ilk bor XVII asr boshlarida Buyuk Britaniyada yuzaga kelgan. XX asrdan boshlab milliy va xalqaro festivallar keng tarqalgan. Shu jumladan, rivojlanish bosqichida bo‘lgan oziq-ovqat festivali ham mavjud. Ushbu festivalni gastronomik turizmning bir bo‘lagi desak xato bo‘lmaydi.

Lotin tilidagi “festum” so‘zi esa qadimgi Rim va yunon jamiyatlaridagi diniy yoki hosil bayramlarini anglatgan. Bu davrda odamlar xudolarga qurbonliklar keltirgan, raqs, qo‘shiq va teatr tomoshalari uyushtirgan.

Antropologik tadqiqotlar (masalan, V. Tyorner, 1982; E. Djur, 1997) festivalni ijtimoiy kayfiyatni o‘zgartiruvchi “liminal” hodisa sifatida tavsiflaydi, ya’ni kundalik hayotdan chiqib, bayram, san’at va madaniyat olamiga sho‘ng‘ish jarayoni deyish mumkin.

[15] https://herald.kokanduni.uz/index.php/public_html/article/view/449/237

Dastlabki festival shakllari qadimgi Misrda Nil daryosining toshqin mavsumiga bag‘ishlab o‘tkazilgan diniy marosimlarda ko‘ringan (miloddan avvalgi III ming yillik).

Qadimgi Yunonistonda esa mashhur Dionis festivali (Dionysia) o‘tkazilgan. Bu uzum hosilining xudosi Dionis sharafiga o‘tkazilgan bayram bo‘lib, teatr, qo‘shiq, raqs va vino iste’molini o‘z ichiga olgan (mil. avv. VI asr). Bu festival keyinchalik teatr san’atining rivojlanishiga sabab bo‘lgan.

Qadimgi Rimda esa “Saturnaliya” va “Luperkaliya” kabi bayramlar mashhur bo‘lgan. Bu tadbirlar davomida qullar va xo‘jayinlar o‘rinlarini almashtirib, umumiy quvonch kayfiyatida nishonlashgan.

O‘rta asr Yevropasida festivallar xristian diniy bayramlari bilan bog‘langan (Masalan, Easter, Christmas, Corpus Christi). Shu davrda shahar yarmarkalari va xalq bazmlari (masalan, Germaniyada Oktoberfestning ilk shakli) gastronomik va madaniy festivalga aylangan.

XIX-XX asrlarda san’at va musiqa festivallari paydo bo‘ldi:

- Bayreuth (Germaniya, 1876)-Rixard Vagner musiqasiga bag‘ishlangan festival.
- Edinburgh Festival (Shotlandiya, 1947)-zamonaviy xalqaro san’at festivallarining boshlanishi sifatida tanilgan.
- XXI asrda esa festivallar turli yo‘nalishlarda kengaydi: gastronomik, ekologik**,** etnik, film, teatr, turizm va boshqalar.

Gastronomik festivallar yuqoridagi tarixiy ildizlardan kelib chiqib, avvaliga ular hosil bayramlari yoki xudolarga shukronalik marosimlari sifatida o‘tkazilgan (masalan, uzum, non, yog‘ bayramlari) bo’lsa, bugungi kunda esa gastronomik festivallar:

- milliy oshxonani tanitish,
- turistik brend yaratish,
- mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash maqsadida tashkil etiladi.

Ilk zamonaviy gastronomik festival sifatida Fransiyada (Paris Food Exhibition, 1900-yil), Italiyada (Turin Wine Fair, 1926-yil), Bayreuth (1876) va Edinburgh (1947) o‘tkazilgan tadbirlar qayd etilgan.

Oziq-ovqat festivali bu-taomlarni sevuvchilarni birlashtiradigan va

turli xil oshxonalarni namoyish etadigan tadbirdir. Bu oshpazlar, oziq-ovqat sotuvchilari va restoranlar uchun o‘zlarining oshpazlik mahoratini namoyish etish va yangi mijozlarni jalb qilish imkoniyatidir. Oziq-ovqat festivallari turli xil tomoshabinlarni jalb qiladi va odamlarni birlashtirishning ajoyib usuli hisoblanadi.

Oziq-ovqat festivallari jamiyat uchun ham, oziq-ovqat sanoati uchun ham bir qator afzalliklarga ega. Ular mahalliy iste’dodlarni namoyish etish, restoranlar va oziq-ovqat sotuvchilarga yangi mijozlarni jalb qilish hamda mahalliy oshxonani targ‘ib qilish imkoniyatini beradi. Oziq-ovqat festivallari ham odamlarni birlashtiradi va jamiyat tuyg‘usini kuchaytiradi[16].

Weekend taomlari festivali bu-dunyoning eng yaxshi oshpazlari, gastronomiya, oziq-ovqat sanoati va ovqatlanish sohasi mutaxassislaridan tortib gurmanlarigacha bo‘lgan taomlar ishining ajralmas qismi bo‘lgan barchani birlashtiradigan noyob tadbirdir. Rovinjda 2023-yil 14-16 aprel kunlari Eski tamaki fabrikasida bo‘lib o‘tdi.

Weekend taomlari festivali o‘z konsepsiyasida noyobdir, chunki u bir nechta elementlardan iborat:

- Jozibali va qiziqarli ma’ruzalar, taqdimotlar va eng yaxshi mutaxassislar ishtirokidagi panellar.
- Eng yaxshi xalqaro va mahalliy oshpazlar birgalikda har kuni kechqurun Rovinjdagi turli restoranlarda bo‘lib o‘tadigan noyob gala-kechki ovqatlarni tayyorlaydilar.
- Shou-pazandachilik bosqichi ijodiy taomlar qanday yaratilganligini o‘z ko‘zi bilan ko‘rishni istaganlarning barchasini qoniqtiradi.
- Ko‘plab mutaxassislar o‘zlarining vinolari, zaytun moylari, truffle va boshqa delikateslar, shuningdek, qahva, pivo va ichimliklar bilan ishtirok etadilar, tashrif buyuruvchilarga o‘z mahsulotlari, brendlarini taqdim etishdan tashqari, ular butun sanoatga o‘zlarini ko‘rsatish imkoniyatiga ega bo‘ladilar.

[16] https://www.ovationsquare.com/blog/steps-for-organizing-a-food-festival

- Keng assortimentdagi mahorat darslari festival ishtirokchilariga noyob tushuncha va bilim beradi[17].

Markaziy Osiyo mamlakatlarida gastronomik festivallar-mintaqaviy madaniy merosni saqlash, mahalliy iqtisodiyotni qo‘llab-quvvatlash va gastronomik turizmni rivojlantirish uchun samarali instrumentdir. Ammo maksimal ijobiy natija uchun tadbirlarni barqarorlik, ilmiy monitoring hamda global marketing strategiyalari bilan uyg‘un tashkil etish zarur. Masalan, Samarkand Plov va boshqa Samarkand tadbirlari, Buxoro Silk & Spices, Almaty Food Fest, hamda World Nomad Games kabi katta madaniy tadbirlar gastronomiyani keng auditoriyaga tanitishda muhim rol o‘ynaydi.

Gastronomik festival-mahalliy yoki mintaqaviy oshxona an’analarini, oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilarini va gastronomik turizmni targ‘ib qiluvchi madaniy-iqtisodiy tadbir hisoblanadi. Ilmiy tadqiqotlar shuni ko‘rsatmoqdaki, bunday festivallar:

- mahalliy brendni va nomini shakllantiradi;
- oziq-ovqat tarmog‘idagi kichik ishlab chiqaruvchilar uchun yangi bozorlar ochadi;
- turizm oqimini rag‘batlantiradi;

O’zbekistonda tashkil etiladigan festivallar:

- **An’anaviy taomlar festivallari**-plov, qurutob, somsa, non, meva (olma, tarvuz) kabi mahsulotlarga bag‘ishlangan (masalan, Samarkand Plov festivali tarixiy shaharda plov va boshqa mahalliy taomlarni targ‘ib qiluvchi xalqaro tadbirlar o‘tkaziladi). Bu turizm va shahar brendini mustahkamlashga xizmat qiladi.
- **Silk-Road tarixiy mavzudagi festivallar**-buyuk Ipak yo‘li madaniy merosini yorituvchi gastronomik tadbirlar (masalan, Buxoro-Silk and Spices (Silk & Spices) festivali Ipak yo‘li mavzusida ziravorlar, mahalliy maxsusliklar va hunarmandchilikni birlashtiruvchi biennal tipidagi tadbir). Bu festival hududiy tarix-madaniyatni gastronomiya orqali tiklashga xizmat qiladi.
- **Shahar va zamonaviy gastronomiya festivallari**-xalqaro oshpazlar ishtirokidagi “food fest”lar, restoranlar ko‘rgazmalari.

[17] https://weekendfoodfestival.com/about-us/?lang=en

- **Etnomadaniy va nomad an’analari bilan bog‘liq tadbirlar**-yurtda osh tayyorlash, chorvachilik mahsulotlari, an’anaviy konservatsiya usullari.

Qozog‘istonda tashkil etiladigan festivallardan biri bu Almaty Food Fest va boshqa shahardagi “food fest”lar-xalqaro oshpazlarni taklif qilib, mahalliy restoranlarni va fermerlarni birlashtiradi; shahar turizmini faollashtiradi. Bunday tadbirlar gastronomik tadbirkorlikni rivojlantirish va brend yaratishda samarali.

Qirg‘izistonda tashkil etiladigan festivallardan biri bu-Etnofestival va World Nomad Games (nomad madaniyati doirasida)-an’anaviy ovqat tayyorlash va bozorlarini o‘z ichiga oladi; katta xalqaro tadbirlar (masalan, World Nomad Games) mintaqaviy gastronomiyani global auditoriyaga tanitadi. Bu tadbirlar mahalliy oziq-ovqat madaniyati va turizm uchun platforma yaratadi.

Tojikistonda tashkil etiladigan festivallardan biri bu-Dushanbe va viloyatlardagi an’anaviy bayramlar (Navro‘z, meva-va uzum festivallari)-o‘tkaziladigan gastronomik bozorlar, qurutob, shashlik, turli madaniyviy tadbirlar orqali mahalliy taomlar targ‘ib qilinadi. Bunday tadbirlar mahalliy xususiyatlarni saqlash va turizmni jalb qilishda samarali.

Turkmaniston va qo‘shni mintaqalarda tashkil etiladigan festivallardan biri bu-rasmiy yoki maktab/jamoa darajasidagi **mahalliy “food festival”lar** (masalan, Ashgabat Xalqaro maktabining food festival) mavjud; davlat darajasida gastronomik tadbirlar nisbatan kamroq hujjatlashtirilgan, ammo milliy oshxona namoyishlari odatiy.

Oziq-ovqat festivalini o‘tkazish ketma-ketligi quyidagicha:

Oziq-ovqat festivalini o‘tkazishda birinchi qadam, tadbirni rejalashtirish guruhini yig‘ishdir. Jamoa tadbirlarni rejalashtirish, marketing va oziq-ovqat xizmati sohasida tajribaga ega bo‘lgan shaxslardan iborat bo‘lishi kerak. Jamoa tadbir operatsiyalarini boshqarish, sotuvchilar bilan muvofiqlashtirish va tadbirni marketing qilish uchun javobgar bo‘lishi kerak.

Keyingi qadam gastro festivali uchun mavzu va joy tanlashdir. Mavzu mahalliy madaniyat va oshxonani aks ettirishi kerak, shuningdek,

o‘tkaziladigan joy jamoatchilikka ochiq bo‘lishi va sotuvchilar mehmonlarni joylashtirish uchun yetarli hududga ega bo‘lishi kerak. Ijtimoiy tadbirlar o‘tkaziladigan joylar yoki tog‘ yon bag‘irlari tadbirlar o‘tkaziladigan joylar oziq-ovqat festivalini o‘tkazish uchun ajoyib imkoniyatdir, chunki ular keng joy taklif qiladi. Bundan tashqari elektr va suv kabi zarur qulayliklarga ham ega bo‘lishi kerak.

Mavzu va joy tanlanganidan so‘ng, jamoa oziq-ovqat sotuvchilarni festivalda ishtirok etishga taklif qilishi kerak. Sotuvchilar oshpazlik mahorati va obro‘siga qarab tanlanishi maqsadga muvofiqdir. Ularga oziq-ovqat tayyorlash, sog‘liq va xavfsizlik qoidalari va tadbirlarni o‘tkazish vaqti bo‘yicha aniq ko‘rsatmalar berish juda muhimdir.

Oziq-ovqat festivali tadbirlarini rejalashtirish. Tadbirni rejalashtirish oziq-ovqat festivalini tashkil etishning muhim tarkibiy qismidir. Tadbirni rejalashtirish guruhi festival bilan bog‘liq barcha xarajatlarni o‘z ichiga olgan byudjet va vaqt jadvalini yaratishi kerak, masalan, joy ijarasi, sotuvchi to‘lovlari va marketing xarajatlari. Vaqt jadvali sotuvchiga ariza topshirishning oxirgi muddati va festivalning ochilish sanasi kabi muhim muddatlarni o‘z ichiga olishi kerak.

Oziq-ovqat festivalining marketingi uning muvaffaqiyati uchun juda muhimdir. Marketing rejasi ijtimoiy media, elektron pochta marketingi va bosma reklama kabi onlayn va oflayn strategiyalarni o‘z ichiga olishi kerak. Marketing shuningdek, ishtirok etuvchi sotuvchilarni, oziq-ovqat takliflarini va festivalning har qanday o‘ziga xos xususiyatlarini ta’kidlashi lozim.

Festival kuni tadbirlarni rejalashtirish guruhi butun jamoani boshqarish, tadbirning uzluksiz o‘tishini ta’minlash va yuzaga keladigan muammolarni hal qilish uchun javobgar bo‘ladi. Ular, shuningdek, sotuvchilar bilan kelishib olishlari va oziq-ovqatning sog‘liq va xavfsizlik qoidalariga muvofiq tayyorlanishi hamda xizmat qilishini ta’minlashi lozim.

O‘zbekistonda turizmi rivojlantirish uchun bir nechta festivallar mavjud. Bu festivallarda gastronomik turizmni rivojlantirish uchun ham alohida e’tibor qaratilgan. Jumladan: **Navro‘z** bu bayram ko‘plab mamlakatlarda, jumladan, O‘zbekistonda ham nishonlanadigan

an’anaviy bayramdir. “Navro‘z” so‘zi fors tilida “Yangi kun” ma’nosini bildiradi va bu bayram forscha Yangi yilning boshlanishi va bahorning kelishini bildiradi. U 3000 yildan ortiq vaqtdan beri nishonlanadi, shuningdek, YUNESKO tomonidan tan olingan madaniy tadbirdir. Navro‘z odatda 21-mart kuni arafalarida bo‘lib o‘tadi, ya’ni bahorgi tengkunlik kuni, kun va tun uzunligi deyarli teng bo‘lgan kun. Sana biroz farq qilishi mumkin, lekin u doimo bahor boshlanishini bildiradi. Navro‘z yangilanish, yuksalish, yorug‘likning zulmat ustidan g‘alaba qozonish davri. Bu tabiatning yangilanishi va yangi qishloq xo‘jaligi siklining boshlanishini anglatadi. Odamlar faslni quvonch, umid va poklanish hissi bilan kutib olishadi. Bahor faslini odamlar Navro‘z bayrami bahorgi yangilanish bilan boshlaydi, yangi kiyim-kechaklar sotib oladilar, bayramona taomlar tayyorlaydilar. Bu vaqtda tayyorlanadigan an’anaviy taomlardan biri-unib chiqqan bug‘doydan tayyorlangan sumalak hisoblanadi.

Navro‘z bayrami turli tadbirlarni o‘z ichiga oladi, jumladan:

Ko‘cha festivallari: Ko‘pgina shaharlar musiqa, raqs va an’anaviy chiqishlar bilan ko‘cha festivallarini tashkil qiladi. Rangli liboslar, an’anaviy musiqa va xalq raqslaridan iborat paradlar keng namoyish etiladi.

Gulxanlar: gulxan yoqish-yorug‘likning zulmat ustidan g‘alabasini ramziy ma’nodagi an’anaviy usuli hisoblanadi. Odamlar olov atrofida to‘planib, qo‘shiqlar kuylashadi va marosimlarda qatnashadilar.

An’anaviy o‘yinlar: Navro‘zda turli an’anaviy o‘yinlar va sport o‘yinlari o‘ynalib, jamiyatning faolligini, bayramona muhitni targ‘ib etadi.

Navro‘z shunchaki diniy yoki etnik bayram emas, u madaniy va diniy chegaralardan oshib ketadi. Bu turli jamoalar tomonidan nishonlanadi va turli madaniyatlar, jumladan, fors, turkiy, Markaziy Osiyo va zardushtiylik an’analari uchun muhim ahamiyatga ega.

Samarqandda 2022-yil 7-8 oktabr kunlari Xalqaro gastronomik festival bo‘lib o‘tdi. Ikki kunlik festival mehmonlari mazali taomlar va bayramona o‘yin-kulgilardan bahramand bo‘lishdi. Shuningdek, festival doirasida ovqatlantirish korxonalari va oshpazlar o‘rtasida maxsus

tanlov o‘tkazildi.

Eng muhimi, tadbirga tashrif buyurgan mehmonlar va turistlar uchun xorijiy davlatlardan kelgan oshpazlar mahorat darslarini namoyish etishdi. Ular orasida Saudiya Arabistoni oshpazlarni rivojlantirish jamiyati asoschisi va raisi, Butunjahon oshpazlar jamiyati assotsiatsiyasining (WACS) akkreditatsiyadan o‘tgan usta oshpazi, barbekyu bo‘yicha taniqli mutaxassis, oshpazlik bo‘yicha xalqaro sudya, Rossiya Federatsiyasining faxriy a’zosi Nikolay Baratov shular jumlasidandir. Milliy oshpazlar gildiyasi va ko‘plab xorijiy professional uyushmalar, Shuhrat Sharipov, Qirg‘iziston oshpazlar uyushmasi raisi, xalqaro oshpazlik hakami. O‘zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi, Samarqand viloyati hokimligi va O‘zbekiston oshpazlar uyushmasi hamkorligida tashkil etilgan festivaldan ko‘zlangan maqsad O‘zbekistonning gastronomik salohiyatini keng targ‘ib qilish, oziq-ovqat sanoati sohasida xalqaro hamkorlikni rivojlantirish, hududlarda gastronomik turizm, milliy pazandachilik an’analarini ommalashtirish orqali turistlar oqimini ko‘paytirishdan iborat edi.

Oziq-ovqat festivalini tashkil etish puxta rejalashtirish va amalga oshirishni talab qiladi. Tegishli mavzu va joy tanlash, oziq-ovqat sotuvchilarni taklif qilish, byudjet va vaqt jadvalini yaratish va samarali marketing-bularning barchasi muvaffaqiyatli oziq-ovqat festivalining muhim tarkibiy qismlaridir. Tadbirni rejalashtirish bo‘yicha tajribali guruh bilan ishlash jarayonni yanada oson va samaraliroq tashkil etish mumkin.

Bundan tashqari Osiyo mamlakatlaridan biri bo’lgan **Kanamara Matsuri, Yaponiyada** ham bu kabi festivalar juda yaxshi tayyorgarlikda tashkil etiladi. Ushbu bayram Yaponiyaning mutlaqo g‘ayrioddiy mamlakat ekanligining yana bir tasdig‘i bo‘lib, uni umume’tirof etilgan me’yorlar nuqtai nazaridan baholashga arzimaydi. “Kanamara” festivalining nomi rus tiliga “temir jinsiy olat” deb tarjima qilinadi va umuman olganda, hech qanday yashirin ma’noga ega emas, balki to‘g‘ridan-to‘g‘ri nishonlash obyektini anglatadi. Biroq, bu shunchaki “hosildorlik va tug‘ilish bayrami” deyish mumkin.

Bayram Tokiodan uncha uzoq bo‘lmagan Kavasaki shahridagi kichik ibodatxonada boshlanadi. Ibodatxona Edo davrida fohishalarning xayr-ehsonlari uchun qurilgan va ular uchun mo‘ljallangan-bu qizlar sifilis va yuqtirish xavfi bo‘lgan boshqa kasalliklardan himoya qilish uchun ibodat qilish uchun.

Festival yetti kun davom etadi va yakshanba kuni, oxirgi kuni, shahar bo‘ylab turli xil rang va o‘lchamdagi ko‘plab falloslar (ularning ba’zilari shunchalik kattaki, ularni ko‘tarish uchun o‘ndan ortiq odam kerak bo‘ladi) o‘tkaziladi va yaqin atrofda tematik suvenirlar sotiladigan ko‘plab do‘konlarni topish mumkin.

9.2. Yevropa mamlakatlarida tashkil etiladigan gastronomik festivallar

Gastronomik festivallar bugungi kunda global turizm industriyasining muhim yo‘nalishlaridan biri sifatida e’tirof etilmoqda. Bunday tadbirlar nafaqat milliy oshxona madaniyatini keng targ‘ib etish, balki turizmning mavsumiylik muammosini kamaytirish, yangi gastronomik brendlarni yaratish hamda mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlashda muhim o‘rin tutadi.

Dunyoning turli mamlakatlarida o‘tkaziladigan taomlar festivali gastronomiyaga qiziquvchi, taomlarni tatib ko‘rish, ularni tayyorlash jarayonlari bilan tanishish va xalqaro oshpazlik tendensiyalarini o‘rganishga intiluvchi yuz minglab turistlarni bir joyga jamlaydi.

Yevropa gastronomik festivallari nafaqat madaniy bayramlar, balki innovatsion tadqiqot, turizm rivoji va iqtisodiy o‘sishning muhim omillaridir. Ular orqali:

- mahalliy ishlab chiqaruvchilar xalqaro bozorga chiqish imkoniga ega bo‘ladi,
- ekologik toza oziq-ovqat mahsulotlari va ekoturizmga oid g‘oyalar ilmiy asosda keng yoritiladi,
- gastronomik ta’lim va fan rivojlanadi.

Yevropa mamlakatlarida o‘tkaziladigan gastronomik festivallar nafaqat milliy taomlar madaniyatini ommalashtiradi, balki turizmning yangi shakllarini shakllantiradi, transmilliy madaniy muloqotni

rivojlantiradi va mintaqaviy iqtisodiy faollikka hissa qo‘shadi. Ular orqali gastronomiya san’ati global miqyosda ijtimoiy, ilmiy va madaniy fenomen sifatida shakllanib bormoqda.

So‘nggi yillarda gastronomik festivallar Yevropa madaniyatining muhim elementi sifatida shakllanib, turizm industriyasining strategik yo‘nalishiga aylanmoqda. Bunday tadbirlar milliy oshxona an’analarini saqlash, mintaqaviy mahsulotlarni ommalashtirish va gastronomik merosni global miqyosda tanitishda muhim rol o‘ynaydi. Quyida Yevropaning bir qator mashhur gastronomik festivallari va ularning xususiyatlari haqida ma’lumotlar keltirilgan.

Bocuse d’Or festivali (Lion, Fransiya).

“Bocuse d’Or” festivali bu shunchaki oshpazlik bayrami emas, balki 1987-yildan beri har ikki yilda bir marta o‘tkaziladigan nufuzli xalqaro gastronomik tanlovdir. Uni zamonaviy oshpazlik san’atining “Olimpiadasi” deb ham atash mumkin. Tanlovda 60 dan ortiq mamlakatlardan saralangan eng iqtidorli oshpazlar ishtirok etadi. Har bir ishtirokchi besh soat ichida baliq va go‘shtdan iborat ikkita yuqori darajadagi taom tayyorlashi kerak. Eng yuqori natijaga erishgan oshpaz “oltin haykalcha” va “Dunyoning eng yaxshi oshpazi” unvoniga ega bo‘ladi. Tadbir Fransiya gastronomik diplomatiyasining muhim vositasidir.

Shokolad festivali (Salon du Chocolat, Fransiya)

Fransiyaning Parij shahrida har yili 31-oktyabrdan 4-noyabrgacha o‘tkaziladigan ushbu festival dunyoning eng yirik shirinlik va shokolad tadbirlaridan biridir. Festival ilk bor 1922-yilda tashkil etilgan bo‘lib, hozirgi kunda 9 mingdan ortiq ishlab chiqaruvchi va 7 milliondan ortiq tashrif buyuruvchini jalb qiladi. U Fransiyani global gastronomik markaz sifatida mustahkamlaydi.

Festivalning asosiy maqsadi-shokoladni san’at va ilm bilan uyg‘unlashtirishdir. Tadbirda shokolad ishlab chiqarish texnologiyalari, dizayn, moda va madaniyatning o‘zaro bog‘liqligi namoyish etiladi. Festivalda:

- shokolad kutubxonasi, degustatsiya maydonchalari, professional mahorat darslari mavjud;

- moda ko‘rgazmasi o‘tkaziladi, unda kiyimlarning barcha elementlari shokoladdan tayyorlanadi;
- ko‘cha shirinliklari va yangi texnologiyalar taqdim etiladi.

Festival gastronomik innovatsiyalar, ijodiy dizayn va oziq-ovqat sanoati integratsiyasining o‘ziga xos namunasidir. Odatda, ko‘rgazma joyi ikki qismga bo‘linadi. Birinchisida degustatorlar, ikkinchisida esa professionallar bor. Bu yerda turistlar shokolad kutubxonasiga tashrif buyurishi, ko‘cha taomlarini tatib ko‘rishi, turli mavzularda mahorat darslarini o‘tishi mumkin. Bir vaqtning o‘zida xuddi shu davrda modalar namoyishi bo‘lib o‘tadi, har bir detal shokoladdan tayyorlanadi.

Gastronomik festivallar qiziqarli bo‘lib, bunday tadbirni deyarli har bir mamlakatda topish mumkin[18].

O-Grov dengiz mahsulotlari festivali (O Grove Seafood Festival, Ispaniya)

Ushbu festival har yili Ispaniyaning Galisiya mintaqasida joylashgan O-Grov shahrida 4-14 oktyabr kunlari o‘tkaziladi. Tadbir 1960-yillardan buyon o‘tkazilib kelinmoqda va bugungi kunda yarim asrdan ortiq tarixga ega gastronomik voqea hisoblanadi. Festivalning asosiy maqsadi-Ispaniya dengiz mahsulotlari madaniyatini saqlab qolish, mahalliy baliqchilarning mehnatini qadrlash va mintaqaviy gastronomiyani rivojlantirishdir. O-Grov shahri baliq ovlash va dengiz mahsulotlarini qayta ishlash sohalarida yetakchi hisoblanadi, shuning uchun festival bu hududning iqtisodiy va madaniy brendiga aylangan.

Festival doirasida oshpazlar ochiq havoda, an’anaviy usullarda qisqichbaqa, ustritsa, krevetka, kalmar kabi mahsulotlardan taomlar tayyorlaydi. Retseptlarda faqat mahalliy ingredientlar va hududga xos vinolar ishlatiladi. Tadbir jonli musiqa, raqslar va san’at dasturlari bilan boyitilib, madaniyat va gastronomiya uyg‘unligini namoyish etadi.

Gastronomika festivali (San-Sebastyan, Ispaniya).

San-Sebastyan shahrida har yili o‘tkaziladigan “Gastronomika” festivali Ispaniyaning eng yirik gastronomik tadbirlaridan biridir. Festival birinchi bor 1999-yilda tashkil etilgan bo‘lib, xalqaro oshpazlik

[18] https://veter-s.ru/luchshie-gastronomicheskie-festivali-mira/

sohasida innovatsiyalar, texnologiyalar va an’anaviy bask oshxonasi tajribasini birlashtirishni maqsad qiladi. Tadbirda “Mishlen” yulduziga ega oshpazlar, restoran egalari va gastronomik jurnalistlar ishtirok etadilar.

Festivalning ijtimoiy vazifasi San-Sebastyan va Gipuskoa provinsiyasida gastronomik madaniyatni ommalashtirish hamda mahalliy aholi va turistlar o‘rtasida oshpazlik san’atiga bo‘lgan qiziqishni oshirishdan iborat.

Neapol pitsasi festivali (Pizzafest, Italiya)

Dunyodagi eng mashhur pitsaning vatani bo‘lgan Neapol shahrida har yili 16-24 iyun kunlari o‘tkaziladigan Pizzafest festivali-bu italyan gastronomik merosining ramzidir. Festival 1990-yillarda yo‘lga qo‘yilgan bo‘lib, hozirda har yili yarim milliondan ortiq pitsa ustalari, pazandalar va sayyohlarni birlashtiradi. Bayram o‘z mahoratini baham ko‘rishga tayyor bo‘lgan 500 mingdan ortiq professional pitsseriyalarni to‘playdi.

Tadbirning asosiy maqsadi-italyan pitsasining milliy brendi sifatidagi o‘rnini mustahkamlash, pitsa tayyorlashning an’anaviy va innovatsion texnologiyalarini targ‘ib qilishdir. Festival davomida:

- 100 mingdan ortiq turdagi pitsa tayyorlanadi,
- mahorat darslari va pitsa tayyorlash bo‘yicha seminarlar o‘tkaziladi,
- teatr tomoshalari va madaniy dasturlar namoyish etiladi.

Bu festival gastronomik turizm, brend menejmenti va xalqaro pazandachilik diplomatiyasining yorqin misoli hisoblanadi. Neapol pitsasi esa UNESCO tomonidan nomoddiy madaniy meros sifatida e’tirof etilgan bo‘lib, Pizzafest bu maqomni yanada mustahkamlaydi.

Festa a Vico festivali (Viko-Ekuense, Italiya)

Festa a Vico-Italiya gastronomiyasining eng jonli festivallaridan biri bo‘lib, u har yili Neapol yaqinidagi Viko-Ekuense shahrida o‘tkaziladi. Tadbir taniqli italiyalik oshpaz Gennaro Esposito tashabbusi bilan boshlangan. Festival atigi uch kun davom etishiga qaramay, gastronomiya sohasida yosh iste’dodlarni qo‘llab-quvvatlash, yangi oshpazlik g‘oyalarini ilgari surish va ijtimoiy loyihalarni

moliyalashtirishda muhim o‘rin tutadi. Festival davomida plyajdagi degustatsiyalar, pissa tayyorlash bo‘yicha mahorat darslari, shuningdek, shahar ko‘chalarida oshpazlarning sahnaviy chiqishlari tashkil etiladi. Bu holat festivalni ommabop madaniy tadbirga aylantirgan.

Alba xalqaro oq truffle yarmarkasi (Italiya, Pemont)

Faqat estetik zavq olish uchungina sayohat qilish mumkin emas. Dunyo bo‘ylab gastronomik sayohatlar juda mashhur. Ba’zi joylarda festivallar ma’lum bir taomga bag‘ishlanadi, masalan, pitssa, lekin faqat yo‘nalish berilganlari ham bor, shuning uchun taomlar ham xilma-xil bo‘ladi. Bu nafaqat tajriba orttirishni istagan oshpazlar, balki dunyoning boshqa xalqlari taomlarini tatib ko‘rishni orzu qiladigan oddiy odamlar uchun ham ajoyib ta’til variantidir. Rossiya bo‘ylab ham, Yevropa bo‘ylab ham sayohat qilish mumkin.

Alba shahrida o‘tkaziladigan “Xalqaro Oq Tryufel festivali” (Fiera Internazionale del Tartufo Bianco d’Alba)-dunyodagi eng qadimiy va nufuzli gastronomik yarmarkalardan biridir. U ilk bor 1929-yilda tashkil etilgan bo‘lib, Italiya oshxonasining eng noyob mahsuloti-oq tryufelni markazga qo‘yadi. Bu ajablanarli emas, chunki bu yerda asosiy degustatsiya mahsuloti oq tryufel hisoblanadi. Festival doirasida mehmonlar Pemont mintaqasidan gastronomik va vino mahsulotlari ko‘rgazmasi va boshqa ko‘plab shahar tadbirlarini tomosha qilishlari mumkin.

Festival doirasida tryufel savdolari, vino degustatsiyalari, gastronomik ko‘rgazmalar, seminarlar va madaniy tadbirlar o‘tkaziladi. Tadbir nafaqat gastronomik tajriba, balki mintaqaviy iqtisodiyot uchun ham muhim bo‘lib, u turizm oqimini ko‘paytiradi va mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlaydi.

Muzqaymoq festivali (Florensiya, Italiya)

Florensiyada har yili bahor oylarida (aprel-may) o‘tkaziladigan “Gelato Festival” butun dunyodagi muzqaymoq ishlab chiqaruvchilarni birlashtiruvchi xalqaro gastronomik tadbirdir. Festival 2010-yildan buyon o‘tkazilib kelinadi va “jelato”ni italiyalik milliy brend sifatida targ‘ib etish maqsadida tashkil etilgan. Besh kun davomida yarim millionga yaqin odam muzqaymoqqa bag‘ishlangan turli anjumanlar,

taqdimotlar va tanlovlarga tashrif buyuradi. Tadbir davomida yuzlab “muzqaymoq laboratoriyalari” faoliyat yuritadi, maxsus “laboratoriyalar”da faqat yangi mahsulotlardan foydalanib, granit va sorbe tayyorlash bo‘yicha mahorat darslari o‘tkaziladi. Shuningdek, tabiiy ingredientlardan foydalangan holda turli xil muzqaymoq turlari (qulupnay mevasi, pivo, tryufel, mirt, yalpiz va greypfrut bilan) tayyorlanadi. Festival nafaqat gastronomik, balki madaniy va iqtisodiy ahamiyatga ham ega bo‘lib, har yili yarim millionga yaqin sayyohni jalb etadi.

Flemish Food Fest festivali (Gent, Belgiya).

Belgiya gastronomiyasining o‘ziga xosligi “Flemish Food Fest” festivalida yaqqol namoyon bo‘ladi. Ushbu festival noodatiy formatda-ochiq piknik shaklida o‘tkaziladi, biroq taomlarni oddiy ishtirokchilar emas, balki professional flamand oshpazlari tayyorlaydi. Festivalni uch nafar yosh belgiyalik oshpazlar tashkil etgan bo‘lib, ularning maqsadi-gastronomiyani oddiy xalq uchun ham yaqinlashtirishdir. Tadbir odatda tashlandiq sanoat pavilyonlarida tashkil etilib, ekologik dizayn, barqaror oziqlanish va ijodiy yondashuv g‘oyalarini targ‘ib etadi.

Bryussel ko‘cha taomlari festivali (Brussels Food Truck Festival)

Har yili 1-3 iyun kunlari Belgiyaning Bryussel shahrida o‘tkaziladigan ushbu festival Yevropadagi eng yirik ko‘cha taomlari festivali hisoblanadi. Unda mingdan ortiq ishtirokchi ariza topshiradi, yakunida eng yaxshi ko‘cha taomi mukofotlanadi. Uch kunlik festivalda 150 mingdan ortiq mehmon qatnashadi. Bu tadbir global gastronomik xilma-xillik, ya’ni Belgiya, Fransiya, Meksika, Yaponiya va Xitoy oshxonalarini birlashtiradi. Shu orqali festival multimadaniy oziq-ovqat tarmog‘ining shakllanishi va gastronomik turizmning iqtisodiy samaradorligini oshiradi.

MAD festivali (Kopengagen, Daniya).

Daniyaning mashhur “Noma” restoranining asoschisi Rene Redzepi tomonidan tashkil etilgan “MAD” festivali gastronomiyani madaniyat va ilm bilan uyg‘unlashtirishga qaratilgan. Tadbir ikki hafta davom etadi va unda nafaqat oshpazlar, balki taniqli olimlar,

san’atkorlar, tanqidchilar, ekologlar va tadqiqotchilar ham ishtirok etadi. “MAD” festivali innovatsion gastronomik ta’lim maydoniga aylangan bo‘lib, u oziq-ovqatning ijtimoiy, ekologik va madaniy ahamiyatini chuqur tahlil etishga imkon beradi.

St.Moritz Gourmet festivali (Sankt-Morits, Shveysariya). Mazkur festival har yili yanvar oyining oxirida Shveysariyaning eng hashamatli tog‘-kurortlaridan biri Sankt-Morits shahrida o‘tkaziladi. Festival sovuq faslda o‘tkazilishiga qaramay, undagi muhit o‘ziga xos iliqlik va quvonch bilan ajralib turadi. Tadbirga “Mishlen” yulduziga ega oshpazlar taklif etiladi. Ular o‘z bilim va tajribalarini ishtirokchilar bilan baham ko‘rib, zamonaviy gastronomiyaning ilmiy-texnik jihatlari haqida mahorat darslari o‘tkazadilar. Festival Shveysariya gastronomik imidjini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Xalqaro qora ovqat festivali (Black Food Festival)

Xalqaro qora ovqat festivali ilk bor 2016-yilda Vengriya poytaxti Budapesht shahrida tashkil etilgan. Keyinchalik bu g‘oya tezda ommalashib, Tel-Aviv (Isroil), Berlin (Germaniya) va Xelsinki (Finlyandiya) shaharlarida ham o‘tkazila boshlandi. Festivalning asosiy g‘oyasi gastronomiyada estetik yondashuvni yangi shaklda namoyon etish, ya’ni taomlarning rangi orqali ularning ta’mini va hissiy idrokini o‘zgartirish g‘oyasiga asoslanadi.

“Black Food Festival” nafaqat noodatiy rangli taomlarni taqdim etish, balki oshpazlikda ijodkorlik va tajriba o‘tkazish imkoniyatini yaratish maqsadida tashkil etilgan. Festival qatnashchilari uchun yagona talab-tayyorlanadigan taomlar tabiiy bo‘lishi, lekin bo‘yoq qo‘shilmagan holda qora rangda tayyorlanishidir.

Qora rang gastronomik madaniyatda odatda “murakkab ta’m”, “chuqurlik” va “misteriya” bilan bog‘lanadi. Shuning uchun bu festival zamonaviy oshpazlikni san’at shakli sifatida talqin qilishga xizmat qiladi. Qora non, qora burgerlar, qora tortlar, qora kokteyllar, qora sabzavotlar -bularning barchasi estetik va ilmiy jihatdan taomlarning idrokini qayta baholashga undaydi.

Finlyandiya singari sovuq iqlimli mamlakatlarda qora rangga bo‘lgan ijobiy estetik munosabat chuqur ildizga ega. Masalan, qizilmiya

(lakritsa), qatronli muzqaymoq, kofe va boshqa qora mahsulotlar shu mintaqa gastronomiyasida keng tarqalgan. Shu bois festival bu madaniy o‘ziga xoslikni xalqaro darajada targ‘ib qilishda muhim vositaga aylangan.

Festivalda ishtirok etish uchun ariza topshirishni istagan har bir kishi o‘zining yangi oshpazlik yutuqlarini mehmonlarga ko‘rsatishi (sinab ko‘rishi) mumkin. Shart bitta-taom bo‘yoq qo‘shilmagan qora rangda bo‘lishi kerak. Qora quymoqlar, qora tortlar, qora kokteyllar, qora meva va sabzavotlar, qora fast-fud-bularning barchasi va boshqa ko‘plab qora shedevrlarni festivalda tatib ko‘rish mumkin. Qora taomlar festivalida hatto qulupnay ham qorayib ketadi.

Lissabon baliq festivali (Lisbon Fish & Flavors Festival)

Har yili Portugaliyaning Lissabon shahrida 5-15 aprel kunlari o‘tkaziladi. Tadbirning maqsadi-dengiz mahsulotlari gastronomiyasiga bag‘ishlangan bo‘lib, bu Portugaliya oshxonasining asosiy yo‘nalishlaridan biridir. Festivalda baliq, krab, ustritsa, midiya va langust kabi mahsulotlardan tayyorlangan taomlar taqdim etiladi. Shuningdek, festival gastronomik raqobat, restoranlararo hamkorlik va dengiz mahsulotlari eksport salohiyatini oshirishga xizmat qiladi. Bundan tashqari festivalda shirinliklar ham tortiladi.

Melburndagi ovqat va vino festivali

Melburn ovqat va vino festivali ilk bor 1993-yilda Avstraliyada o‘tkazilgan bo‘lib, bugungi kunda u dunyoning eng yirik gastronomik tadbirlaridan biri sifatida tan olinadi. Festival har yili mart oyida o‘tkaziladi va o‘rtacha 14 kun davom etadi. Tadbirning asosiy tashkilotchisi-Melbourne Food and Wine Association bo‘lib, u Avstraliya gastronomik brendini xalqaro miqyosda targ‘ib etishga xizmat qiladi.

Festivalning asosiy yo‘nalishlari:

- mashhur oshpazlar ishtirokidagi mahorat darslari,
- vino degustatsiyalari va vino yarmarkalari,
- ko‘cha taomlari festivallari,
- gastronomik seminarlar va taqdimotlar o‘tkaziladi.

Tadbir butun Melburn shahrini o‘ziga xos “oshxona poytaxti”ga

aylantiradi. Restoranlar, kichik kafelar va ochiq maydonlardagi pavilonlar yagona gastronomik makon sifatida faoliyat yuritadi.

Melburn festivali yiliga o‘rtacha 250 mingdan ortiq turistni jalb qiladi. U nafaqat pazandachilik tajribasini ommalashtiradi, balki vino ishlab chiqarish sanoatini, qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini eksport qilishni va ichki turizmni rivojlantirishga hissa qo‘shadi.

Shuningdek, festival Avstraliya gastronomiyasining o‘ziga xosliklarini-masalan, dengiz mahsulotlari, mahalliy uzum navlari, milliy desertlar-xalqaro miqyosda tanitadi.

Melburn festivali global gastronomik jarayonlarda “tajriba va iste’mol” sintezini ifodalaydi. Bu jarayonda taom nafaqat oziq-ovqat sifatida, balki ijtimoiy-madaniy muloqot vositasi sifatida talqin etiladi. Shu bois u UNESCO tomonidan ilgari surilgan “Nomoddiy madaniy meros” tamoyillariga mos holda, milliy oshxona madaniyatini saqlash va rivojlantirishda muhim platforma hisoblanadi.

9.3. Amerika mintaqalarida tashkil etiladigan gastronomik festivallar

Amerika qit’asi dunyodagi eng boy gastronomik meroslarga ega mintaqalardan biridir. Bu hududda turli etnik guruhlar, migratsiya jarayonlari, mahalliy xalq (indeyslik) madaniyati va zamonaviy kulinariya yo‘nalishlarining uyg‘unlashuvi natijasida o‘ziga xos gastronomik an’analar shakllangan. Shuning uchun gastronomik festivallar bu qit’ada nafaqat taom san’ati, balki madaniy diplomatiya va turizm vositasi sifatida ham katta ahamiyat kasb etadi.

Amerika qit’asi (Shimoliy, Janubiy va Markaziy Amerika hamda Karib havzasi) gastronomik madaniyat jihatidan dunyoda eng boy va xilma-xil hududlardan biridir. Bu mintaqalarda o‘tkaziladigan gastronomik festivallar milliy taomlar, mahalliy mahsulotlar, an’anaviy pishirish usullari va madaniy qadriyatlarni targ‘ib etishda muhim o‘rin tutadi. Ular nafaqat ovqat tayyorlash san’atining nufuzli tadbirlari, balki turizm, iqtisodiyot va madaniyatlararo almashinuvning muhim vositasi ham hisoblanadi.

Mardi Gra festivali, AQSH.

Mardi Gras (fransuzcha tarjimasi-*“yog‘li seshanba”*) AQShning eng mashhur gastronomik va madaniy festivallaridan biridir. U har yili Luiziana shtatining Nyu-Orlean (New Orleans) shahrida keng nishonlanadi. Festival asosan Katolik an’anasidagi Pasxa oldidan 40 kunlik ro‘za (Lent) boshlanishidan avvalgi so‘nggi ziyofat kunini bildiradi.

Uning boshlangan davri: XVII asrning oxiri-Fransuz mustamlakachilari davrida bo’lgan. Hozirgi shakli: har yili fevral yoki mart oyining boshlarida o‘tkaziladi va Pasxa sanasiga qarab o‘zgaradi. Davomiyligi: taxminan ikki hafta davom etadi, yakuniy kuni “Fat Tuesday” hisoblanadi. U dunyo bo‘ylab katta karnavallar bilan bir qatorda turadi va katolik an’analariga asoslangan bo‘lib, “Fat Tuesday” (Yog‘li seshanba) deb ham ataladi.

Mardi Gras festivali Fransiya va Rim katolik an’analaridan kelib chiqqan. 1699-yilda fransuz tadqiqotchilari Pierre Le Moyne d’Iberville va Jean-Baptiste Le Moyne de Bienville Luizianaga kelib, Missisipi daryosi bo‘yida birinchi Mardi Grasni nishonlaganlar. 1718-yilda Nyu-Orlean shahri asos solinganidan keyin Mardi Gras u yerda muntazam ravishda nishonlana boshlagan. Keyinchalik, Nyu-Orlean shahrining tashkil topishi bilan festival Fransuz-Karib madaniyati (madaniy qatlamlarini birlashtiruvchi ramz), afro-amerikalik urf-odatlar va Amerika bayram madaniyati bilan uyg‘unlashib, o‘ziga xos milliy ko‘rinish kasb etdi. XIX asrda esa bu festival maskaradlar, paradlar, aravachalar (floats) va rangli boncuklar (beads) bilan to‘la ommaviy bayramga aylandi.

Mardi Gra AQSH va ko‘plab Yevropa mamlakatlarida nishonlanadi va umuman olganda, aksariyat hollarda bu Maslenitsa bayramining dunyodagi muqobili-ammo Yangi Orleanda emas. Bu yerda beozor diniy bayram dunyodagi eng shovqinli va rang-barang karnavallardan biriga aylandi. Bayram davomida libosli ballar, bazmlar, paradlar, libosli yurishlar o‘tkaziladi. Ulardan eng qiziqarlisi Baxus paradi bo‘lib, uning har bir platformasi qandaydir zararli o‘yin-kulgi (Jazz, blues, brass band musiqasi festivallarning ajralmas qismi bo‘lib,

Nyu-Orleanni “jazz vatani” sifatida mashhur qilgan), uchrashuvlar, ichimliklar, kartalar yoki boshqa narsalarga bag‘ishlangan va Mardi Gras Indians paradi bo‘lib, uning platformalarida tashrif buyuruvchilar ajoyib kostyumlarni ko‘rishlari mumkin.

Mardi Gras festivali Amerika nafaqat diniy, balki gastronomik madaniyatining markaziy hodisasi sifatida tanilgan.

Asosiy o’tkaziladigan an’analari:

Paraddar (karnavallar): Har kuni turli “Krewe” deb ataluvchi guruhlar (turli ijtimoiy guruhlarni birlashtiradi, barcha ishtirokchilar teng huquqda qatnashadi) tomonidan ko‘chalarda yuzlab aravachalar, orkestrlar, raqqosalar va tantanali mashinalar namoyishlari o‘tkaziladi. Eng mashhur “Krewe”lar: Rex, Zulu, Bacchus, Endymion.

Niqob va kostyumlar: Ishtirokchilar rang-barang niqoblar kiyib, yashil, binafsha va oltin ranglarda bezanadilar. Binafsha (purple)-adolat, yashil (green)-ishonch, oOltin (gold)-kuch degan ma’noni bildiradigan o’ziga xos ranglar ramzi hisoblanadi.

Boncuk va sovg‘alar sochish: Paraddagi qatnashchilar tomoshabinlarga boncuklar, tilla tangachalar (dubloonlar) va kichik sovg‘alar sochadi. Bu odat festivalni yanada quvnoq va interaktiv qiladi.

King Cake (Qirol keki): Maxsus rangli shakar bilan bezatilgan, ichida kichik “bebek” (bolacha) yashirilgan Mardi Grasning ramziy shirinligi. Ichida yashirilgan kichik figura (bola)ni topgan kishi keyingi bayramni tashkil etuvchi “qirol” yoki “malika” bo‘ladi.

Mahalliy oshxona taomlari: *Gumbo, jambalaya, po’boy sendvichlari, crayfish étouffée* kabi Luiziana kreol va kajun oshxonalari asosiy gastronomik ramzlar hisoblanib, fransuz, ispan, afrika va mahalliy ta’sirlarni uyg‘unlashtiradi va ommalashtiradi.

Festival davrida Nyu-Orleanga 1,4-1,6 million tomoshabin turistlar tashrif buyurishi natijasida xalqaro gastronomik turizmni rivojlanishiga turtki bo’ladi. Birgina King Cake eksporti orqali festival brendi Luiziana iqtisodiyotiga yillik millionlab dollar foyda keltiradi. Natijada ushbu festival har yili festival taxminan 1 milliard AQSh dollari miqdorida iqtisodiy daromad keltiradi. 25 mingdan ortiq vaqtinchalik ish o‘rinlari yaratiladi (restoranlar, mehmonxonalar, transport, xavfsizlik xizmatlari).

Shuningdek, Nyu-Orlean shahrining xalqaro brendini kuchaytiradi va shaharni “Cultural Food Capital of America” sifatida tanitadi.

Mardi Gras festivali bu-diniy ildizlarga ega, ammo zamonaviy madaniy, gastronomik va turistik hodisaga aylangan noyob voqeadir. AQShda boshqa shaharlarda ham (Mobile, Galveston, St.Louis) o‘ziga xos Mardi Graslar o‘tkaziladi, lekin Nyu-Orlean varianti eng mashhuri hisoblanadi.

Mardi Gras bu-diniy ildizlarga ega, ammo hozirda dunyoviy va madaniy festivalga aylangan voqea. U rang-baranglik, quvonch, musiqa, san’at va ozodlik ruhini birlashtiradi.

Original Lobster festivali (Los-Anjeles, AQSH).

Los-Anjeles Lobster Festival AQShning Kaliforniya shtati, Los-Anjeles shahrida o‘tkaziladigan eng mashhur dengiz mahsulotlariga bag‘ishlangan gastronomik festival hisoblanadi.

1999-yildan beri har yili sentyabr oyida Los-Anjeles, Kaliforniyada 3 kun davom etadigan “Qizil lobster” (dengiz qisqichbaqasi) taomlari, dengiz oshxonasi madaniyati va gastronomik innovatsiyalarga bagi’shlangan festival AQShdagi eng yirik lobster bayrami hisoblanadi.

2009-yilda bu bayram “Dunyoning eng katta lobster festivali” sifatida “Ochiq havoda dengiz mahsulotlari bilan eng ko‘p taomlar” nominatsiyasida rekordchi sifatida *Guinness World Records* tomonidan e’tirof etilgan. 2010-yilda festival “Eng yaxshi gastronomik voqea” sifatida *Southern California Tourism Awards* mukofotini olgan.

Ushbu Lobsterlar festivalining yuragi San-Pedro portida bo‘ladi, ammo, ajablanarlisi shundaki, bu yerda lobsterlar ovlanmaydi, balki yangi ov Men shahridan keladi. Eng mazali va arzon lobsterlar va boshqa ko‘plab dengiz mahsulotlari, musiqa va qaroqchilar shoularidan tashqari, tashrif buyuruvchilarga eng kutilmagan ko‘ngilochar tadbirlar tasgkil etiladi. Masalan, “Lobsterlar parade” unutilmas tomosha: baxtli va mag‘rur xo‘jayinlar qisqichbaqasimonlar kiyimidagi uy hayvonlari bilan ko‘chada yurishadi, tomoshabinlar esa zavq va mehrdan bilan tomosha qilishadi.

Los-Anjeles Lobster Festival dastlab mahalliy baliqchilar birlashmasi va restoran egalari tomonidan tashkil etilgan. Bundan ko’zlangan maqsad dengiz mahsulotlarini targ‘ib qilish, Los-Anjeles porti gastronomik salohiyatini ko‘rsatish, shaharni “Kaliforniyaning dengiz gastronomiyasi markazi” sifatida tanitish hisoblanadi.

Lobster festivalida ko‘plab tadbirlar o‘tkaziladi:

- 50 dan ortiq restoran va oshpazlar lobster asosidagi taomlarni taqdim etadi, masalan, lobster burger, lobster tacos, lobster mac’n’cheese, qaynatilgan lobster (“boiled lobster feast”). Festivalda Kanada, Yevropa, Meksika va Osiyodan kelgan oshpazlar ham ishtirok etadi.
- “Live Cooking Show”-taniqli oshpazlar jonli mahorat darslarini o‘tkazadi.
- “Lobster Eating Contest”-qulay sharoitda eng ko‘p lobster yegan ishtirokchiga sovrin.
- Jonli musiqiy chiqishlar, jazz va rok konsertlari
- Bolalar uchun “Sea Adventure Park” o‘yin maydoni
- Mahalliy san’at yarmarkalari va hunarmandchilik ko‘rgazmalari va b.

Ushbu tashkil etiladigan festival daromadining bir qismi dengiz ekotizimini saqlash loyihalariga yo‘naltiriladi.va “Sustainable Seafood Program” orqali ishtirokchi restoranlar faqat barqaror baliqchilik manbalaridan foydalanadi.

AQShning boshqa shaharlarida Nyu-York, Boston, Meyn ham lobster festivallari bor, biroq Los-Anjeles festivali ko‘lami, tashkiliy darajasi va xalqaro ishtirokchilari bilan ajralib turadi. Har yili uzluksiz o‘tkazilib kelinadigan festivalda 30-40 mingdan ortiq mehmon tashrif buyuradi. Los-Anjeles turizm boshqarmasi ma’lumotlariga ko‘ra, festival davrida shahar mehmonxonalarining bandlik darajasi 80-90% gacha oshadi. Festival davomida mahalliy restoranlar va oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilarning savdosi ikki barobar ortadi. Xususan, har yili festival Los-Anjeles iqtisodiyotiga 10 million dollardan ortiq daromad keltiradi.

So‘nggi yillarda festival ekologik barqarorlik tamoyillarini faol qo‘llab-quvvatlamoqda. Jumladan, plastik idishlar o‘rniga bioparchalanadigan idishlar ishlatiladi. Qolgan taomlar mahalliy xayriya tashkilotlariga topshiriladi. “Green Port” loyihasi bilan hamkorlikda chiqindilarni qayta ishlash tizimi yo‘lga qo‘yilgan.

Los-Anjeles Lobster Festivali-bu shunchaki gastronomik tadbir emas, balki dengiz mahsulotlari madaniyatini saqlovchi**,** turizm va iqtisodiyotni rivojlantiruvchi**,** mahalliy gastronomiya va ekologiyani uyg‘unlashtiruvchi festivaldir.

Taste of Chicago festivali (Chikago, AQSh).

Bu yozgi xalqaro festival bo‘lib, 1980-yildab beri har yili 4-8 iyun kunlari AQShning Illinoys shtati Chikago shahridagi Grant Parkda o‘tkaziladigan O‘rta G‘arbdagi eng yirik gastronomik tadbirlardan biri sanaladi va nufuziga ko‘ra “Dunyoning eng yirik gastronomik festivali” sifatida tan olingan. 2005-yilda *Guinness World Records* tomonidan “Eng ko‘p tashrif buyurilgan oziq-ovqat festivali” sifatida tan olingan.

“Taste of Chicago” g‘oyasi 1980-yilda Alderman Lois Klein tomonidan ilgari surilgan. U milliy mustaqillik kuni (4-iyul) arafasida shahar restoranlarini bir joyda jamlab, aholiga turli taomlarni taqdim etish orqali Chikago gastronomik merosini targ‘ib qilishni maqsad qilgan. Birinchi festivalda 50 ta restoran ishtirok etgan bo‘lib, 250 ming kishi tashrif buyurgan. Ushbu muvaffaqiyatdan so‘ng tadbir har yili o‘tkaziladigan an’anaviy festivalga aylangan.

Ushbu festival asosan shahar gastronomiyasi, madaniy xilma-xilligi va turizm salohiyatini namoyish etadi. Besh kun ichida o‘tkaziladigan tadbirda Chikagoda minglab mazali taomlarni sevuvchilar to‘planadi. Shuningdek, millionlab sayyohlarni jalb etuvchi bu tadbirda pazandachilik, qandolatchilik, musiqiy chiqishlar va o‘quv seminarlar birlashtirilgan. Tadbir ishtirokchilari Chikago, Nyu-York, Los-Anjeles va boshqa shaharlardagi restoran biznesi vakillaridir. Festivalning ilmiy va iqtisodiy ahamiyati shundaki, u urbanistik gastronomik madaniyatni shakllantiradi, shaharni brendlash vositasi sifatida xizmat qiladi hamda gastronomik xizmatlar bozorini kengaytiradi.

Bundan tashqari, shahar markazida kattalar va bolalar uchun mahorat darslari o‘tkaziladi. Barcha xohlovchilar restoran taomlarini tatib ko‘rishlari mumkin. Gastronomik festivaldagi eng mashhur taomlar qatoriga pissa, barbekyu, hot-dog, muzqaymoq, tako va chizkeykni kiritish mumkin. Ustalarning taomlari ko‘rgazmasi jonli musiqa va pazandachilik yutuqlari va nafosati haqidagi ma’ruzalar bilan boyitiladi.

“Taste of Chicago” festivali nafaqat ovqatlanish, balki madaniy, musiqiy va oilaviy hordiq tadbirlarini ham o‘z ichiga oladi.

Jumladan:

- 70 dan ortiq restoran, kafe va oziq-ovqat brendlari qatnashadi. Asosiy taomlar: Chikago uslubidagi pitsa (Deep Dish Pizza), Hot-dog (Chicago-Style Hotdog), Barbekyu taomlari, Italiya uslubidagi sendvichlar va Vegetarian va vegan taomlari;
- Har bir ishtirokchi kichik porsiyalarda o‘z taomlarini taklif etadi (“Taste Portion” tizimi);
- Festivalda etnik xilma-xillik yaqqol aks etadi-meksikalik, italyan, koreys, hind, yapon va afro-amerikalik oshxonalar ishtirok etadi;
- “Chikago-madaniyatlar tutashgan gastronomik markaz” degan imij mustahkamlanadi;
- “Taste Stage” sahnasida mashhur qo‘shiqchilar, jazz va rok guruhlari chiqish qiladi;
- Bolalar uchun “Kids Zone” o‘yin hududi;
- Mahalliy san’at va qo‘l mehnati yarmarkalari;
- Jonli oshpazlik ko‘rgazmalari (“Live Cooking Show”).

“Taste of Chicago” nafaqat Chikago oshxonasining ramzi, balki AQShdagi gastronomik turizmning eng muhim hodisalaridan biridir.

Gastronomik festivalning ahamiyati shundaki, Chikago oshxonasining mashhur taomlari deep dish pizza, hotdog, popcorn xalqaro darajada tanitiladi. Har yili 2000 tonnadan ortiq oziq-ovqat sarflanadi, bu esa festivalni dunyo miqyosida eng yirik oshxona tadbiriga aylantirgan.

Uning statistikasini tahlil qiladigan bo’lsak, har yili “Taste of Chicago” shahar iqtisodiyotiga 60 million dollardan ortiq daromad keltiradi. 7000 ga yaqin vaqtinchalik ish o‘rinlari yaratiladi. Mahalliy

fermerlar, oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilar va transport xizmatlari uchun yirik iqtisodiy imkoniyat yaratadi. Shahar turizm boshqarmasining bergan ma’lumotlariga ga ko‘ra, festival davrida mehmonxonalar bandligi 90% dan oshadi.

“Taste of Chicago” festivalining mashhurligi tufayli BBC, CNN, National Geographic kabi OAV tomonidan yoritiladi va dunyoning 20 dan ortiq shahrida (Toronto, Dushanbe, Parij, Tokio va boshqalar) o‘xshash “Taste of…” formatidagi festivallar uchun namuna bo‘lib xizmat qiladi.

So‘nggi yillarda festival barqaror ovqatlanish siyosatini qo‘llab-quvvatlamoqda. Jumladan, plastiksiz idishlar va qayta ishlanadigan materiallar ishlatiladi. Ortiqcha oziq-ovqat mahalliy xayriya tashkilotlariga topshiriladi. Shuningdek, festivalda “Green Chicago” nomli ekologik ta’lim dasturi orqali ishtirokchilar chiqindilarni ajratish, oziq-ovqat isrofi va barqaror mahsulot iste’moli haqida ma’lumot oladi.

Bekon Fest festivali (Bacon Fest, Sakramento)

AQShning Kaliforniya shtatida, Sakramento shahrida 2018-yildan buyon o‘tkaziladigan bu festival cho‘chqa go‘shti mahsulotlariga ixtisoslashgan. Festivalning o‘ziga xos jihati shundaki, har bir taomda bekon komponenti mavjudligidir. Bu orqali festival maxsus gastronomik brend yaratish, hududiy oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash va pazandachilik innovatsiyalarini targ‘ib qilish vazifasini bajaradi. Shuningdek, kraft pivosi, jonli musiqa va gastronomik raqobat muhiti uni turistik jihatdan jozibador qiladi.

Rio-de-Janeyrodagi karnavali (Braziliya)

Rio-de-Janeyro karnavali dunyodagi eng mashhur, eng katta va eng rang-barang xalqaro madaniy va gastronomik festival hisoblanadi. Uning boshlangan davri: XVIII asrda Portugaliya mustamlakachilari davrida 5 kun odatda juma kunidan seshanbagacha davom etadi.

Riodagi karnaval har yili sayyoraning turli burchaklaridan yarim milliondan ortiq tashrif buyuruvchilarni o‘ziga jalb qiladi va haqli ravishda Braziliyaning eng yirik karnavali hisoblanadi. Ushbu festival UNESCOning “Nomoddiy madaniy meros” sifatida e’tirof etilgan. Karnaval Braziliyaning “madaniyat elchisi” sifatida dunyoda tanilgan.

Karnavalning ildizlari Yevropa va Afrikadagi diniy hamda xalq bayramlari bilan bog‘liq. Portugaliyaliklar Braziliyaga “Entrudo” nomli ro‘za oldi bayramini olib kelishgan. Vaqt o‘tishi bilan bu an’ana afrikancha ritmlar, samba musiqasi, mahalliy braziliyaliklar madaniyati bilan uyg‘unlashib, zamonaviy Rio karnavaliga aylandi. U har yili Braziliyaning Rio-de-Janeyro shahrida**,** odatda fevral oyida**,** Katolik ro‘za (Lent) davridan oldin o‘tkaziladi. Karnaval Buyuk ro‘za boshlanishidan oldin bo‘lib o‘tadi va odamlarga uzoq kunlar davomida o‘zini tiyish va tavba qilishdan oldin so‘nggi marta shovqinli xursandchilik qilish imkoniyatini berish uchun mo‘ljallangan.

Karnaval “tojdorlik marosimi” bilan boshlanadi, unda shahar meri og‘irligi (hech qachon yuz kilogrammdan kam bo‘lmagan) va karnavalning asosiy raqsi bo‘lgan “samba” raqsini ijro etish qobiliyati uchun barcha Rio aholisidan tanlangan Qirol Momoga boshqaruv tizginini topshiradi.

XX asr boshlarida samba raqsi va samba maktablari (Escolas de Samba) tashkil etilishi festivalni professional va milliy darajaga ko‘tardi.

Karnavalning besh kuni davomida shahar haqiqatan ham yangi qirolga bo‘ysunadi-politsiyadan tashqari. Karnavalning o‘zi esa besh kun davomida baland musiqa, o‘ta ochiq va g‘oyat go‘zal liboslarda samba raqsini ijro etayotgan ko‘plab qizlar, ko‘cha bayramlari, chiroyli bezatilgan paradlar, sirklar va maskaradlarga to‘la bo‘ladi.

Festivalning asosiy tarkibi va an’analari:

- Karnavalning markaziy voqeasi-Sambadrom Marques de Sapucaída o‘tadigan samba maktablarining yurishlaridir. Har bir maktab (ko‘pincha 3000-5000 ishtirokchi) bir mavzuda chiqish qiladi. Ularning liboslari, musiqasi, raqslari va dekoratsiyasi maxsus hay’at tomonidan baholanadi. Eng yuqori ball to‘plagan maktab “Karnaval g‘olibi” unvonini oladi.
- Ko‘cha karnavallari (Blocos de Rua)-shahar bo‘ylab 400 dan ortiq ko‘cha guruhlari o‘z yurishlarini o‘tkazadi. Har bir “bloko”ning o‘z musiqasi, mavzusi va libos uslubi bor. Turistlar ham bevosita ishtirok etishlari mumkin.

- Gastronomik an’analar-Rio karnavali davrida mahalliy braziliya oshxonasiga xos taomlar keng iste’mol qilinadi. Asosan, Feijoada-qora loviya, kolbasa va go‘shtdan tayyorlangan milliy taomi, Coxinha**,** Pão de queijo (pishloqli non), pastel**,** acarajé (afrikancha taom), tropik ichimliklar: caipirinha (milliy kokteyl), shakarqamish sharbati, tropik meva sharbatlari.

- “Gastro-turizm” yo‘nalishida festival ishtirokchilari milliy taomlar, tropik ichimliklar va ularni tayyorlash usullari bilan tanishadilar.

- Karnaval vaqtida ko‘plab restoranlar maxsus menyular va milliy oshpazlik ko‘rgazmalari tashkil etiladi.

- Mahalliy gastronomik brendlar (masalan, feijoada, caipirinha) xalqaro darajada tanitiladi.

Bundan tashqari karnaval turli irq, millat va ijtimoiy tabaqalarga mansub insonlarni birlashtiradi. Braziliya madaniyati, raqsi, musiqasi, san’ati, liboslari va taomlari orqali braziliyaliklarning hayotiy quvonchi va ijodkorligi namoyon bo‘ladi. Bu libos dizaynerlari, rassomlar, musiqachilar, raqqosalar va oshpazlar uchun ijodiy maydon hisoblanadi.

Har yili 1,5-2 million tashrif buyuruvchi (shu jumladan 500 mingga yaqin xorijiy turist) turistlar Rio karnavalini tomosha qilish uchun keladi. Festival mamlakat iqtisodiyotiga o‘rtacha 1 milliard AQSh dollari miqdorida daromad keltiradi. 25-30 ming vaqtinchalik ish o‘rni yaratiladi (kostyum tikuvchilari, texniklar, oshpazlar, gidlar va b.). Restoranlar, mehmonxonalar, transport va savdo tarmoqlari faoliyati sezilarli darajada jonlanadi.

So‘nggi yillarda Rio karnavali kostyum va dekorlarda qayta ishlanadigan materiallardan foydalanish, atrof-muhit ifloslanishini kamaytirish, ijtimoiy inklyuziya dasturlari-kambag‘al mahallalardagi yoshlarni festivalga jalb qilish va ayollar va etnik guruhlarning ishtirokini kengaytirish kabi tamoyillarga asoslanmoqda.

Noche de Rábanos-Rediska kechasi festivali (Oaxaka, Meksika)

“Noche de Rábanos” (“Rediska kechasi”) bu-Meksikaning eng noodatiy gastronomik va madaniy festivallaridan biri bo‘lib, har yili 23-

dekabr kuni, Rojdestvo bayrami arafasida Janubiy Meksikaning Oaxaka shahrida o‘tkaziladi. Oaxaca shahri Meksikaning 31 shtatidan birining poytaxtidir.

Meksikaning UNESCO nomoddiy madaniy merosi ro‘yxatiga kiritilgan mintaqaviy an’analar qatorida turadi. 2019-yilda *UNESCO* uni “madaniy xilma-xillikni ifodalovchi festival” sifatida e’tirof etgan.

Bu festival Meksikaning xalq hunarmandchiligi, diniy an’analari va gastronomiyasini uyg‘unlashtirgan noyob bayram bo’lib, Oaxaka shahri o‘zining yog‘och o‘ymakorligi ustalari bilan mashhur va 23-dekabr kuni esa tomoshabinlar uchun rediskalardan (rabanos) yasalgan turli haykallar, badiiy kompozitsiyalar va diniy manzaralar yasash orqali ajoyib o‘yma haykallarni tomosha qilishning noyob imkoniyati taqdim etiladi.

“Noche de Rábanos” an’anasi XIX asr oxirida paydo bo‘lgan. O‘sha davrda Oaxaka fermerlari Rojdestvo bozorida o‘z mahsulotlarini sotish uchun qiziqarli shakllarga keltirilgan rediskalarni namoyish etishgan. 1897-yilda shahar meri Francisco Vasconcelos bu g‘oyani qo‘llab-quvvatlab, rasmiy tanlov shaklida festivalni tashkil etgan. Shundan buyon u har yili o‘tkazilib kelinadigan ushbu festival vaqt o‘tishi bilan tadbir tobora ommalashib bordi.

Rediska kechasida bu yerda hayvonlar, odamlar, turli me’moriy inshootlar, liboslar, rediskadan kesilgan mevalarni ko‘rish mumkin. Ko‘rgazmada professional yog‘och o‘ymakorlarining rediskadan yasalgan durdonalari ham, ushbu ildiz mevaning oddiy ishqibozlari tomonidan yasalgan haykallar ham namoyish etilmoqda.

“Noche de Rábanos” kechasi bu-badiiy, gastronomik va diniy an’analarni o‘zida mujassam etgan murakkab tadbirda:

- rediskalardan miniatura haykallar, hayvonlar, diniy manzaralar, xalq ertaklari sahnalari yasash musobaqasi o‘tkaziladi;
- mahalliy fermerlar, hunarmandlar, o‘quvchilar va san’at ustalari ishtirok etadilar. Har bir ishtirokchiga faqat 3 soat beriladi va hakamlar eng ijodiy ishlarni baholaydi. G‘oliblarga Oaxaka hokimligi tomonidan mukofot va pul sovg‘alari topshiriladi;

- Festival davomida rediskadan tayyorlangan turli taomlar (salatlar, sho‘rvalar, souslar) taqdim etiladi;
- Mahalliy taomlar-tlayudas, tamales, mole negro, pozole va boshqa an’anaviy Oaxaka oshxonasi mahsulotlari sotuvi yo’la qo’yiladi;
- Mahalliy fermerlar o‘z organik sabzavotlarini reklama qiladilar;
- Folklor raqslari, milliy musiqalar, mariachilar chiqishi, Oaxaka xalqining katolik Rojdestvo marosimlari va diniy yurishlari namoyish etiladi;
- Mahalliy hunarmandchilik yarmarkasi (o‘yinchoqlar, sopol buyumlar, to‘qimachilik mahsulotlari) tashkil etiladi.

Rediska-Meksika xalqida yer, hosildorlik va farovonlik ramzi sifatida qadrlanadi. Festivalda rediskalardan Madonna, Iso, farishtalar, xalq qahramonlari haykallari yasalgani tufayli u diniy va badiiy ahamiyat kasb etadi. Rediska-hayotiylik va mehnatsevarlik timsoli. Bu festival orqali dehqonchilik, diniy e’tiqod va ijodkorlik bir butun madaniy qadriyat sifatida namoyon bo‘ladi.

“Noche de Rábanos” Meksikaning eng mashhur turistik va iqtisodiy voqealaridan biri hisoblanadi. Har yili festivalga 30-40 ming nafar turistlar tashrif buyuradi. Oaxaka shahri uchun bu voqea Rojdestvo turizmining markaziy qismi hisoblanadi. Mahalliy iqtisodiyotga festival davomida millionlab peso daromad kiradi. Shahar restoranlari, hunarmandlar bozorlari va mehmonxonalar uchun bu eng faol mavsumdir.

“Noche de Rábanos” Meksikaning eng o‘ziga xos va ijodiy festivali sifatida BBC, National Geographic, CNN kabi xalqaro OAVlarda yoritiladi. Har yili festival mavzusida xalqaro fototanlovlar va hujjatli filmlar yaratiladi.

Olney Pancake Race-Quymoq poygasi festivali (Olney, London, Buyuk Britaniya)

Quymoq poygasi Buyuk Britaniyaning Olney shaharchasida Bakingemshir grafligi har yili katolik ro‘zasidan oldingi seshanba “Shrove Tuesday” kuni o‘tkaziladigan an’anaviy gastronomik va sport bayramidir. Har yili “Yog’li seshanba” kuni butun London aholisini

shahar bo‘ylab tarqaladigan yangi pishirilgan quymoq hidi ohangrabodek o‘ziga tortadi.

Shrove Tuesday nasroniylikda “Ro‘za boshlanishidan oldingi so‘nggi kun” bo‘lib, bu kuni odamlar sut, tuxum, sariyog‘ va un kabi mahsulotlardan tayyorlangan shirinliklarni iste’mol qilib, ortiqcha oziq-ovqatni tugatishgan. Shu sababli quymoq-bu kunning asosiy taomi hisoblanadi.

Rivoyatlarga ko’ra, 1445-yilda Angliyaning janubi-sharqidagi Olney shaharchasida bir ayol, cherkov a’zolaridan biri yog’li seshanba kuni ro‘za qoidalariga zid ravishda quymoq pishirayotgan paytda cherkov qo‘ng‘irog‘ini eshitadi. U ibodatga kechikmaslik uchun qo‘lida tova bilan yugurib cherkovga borgani aytiladi. Shu voqea asosida keyinchalik bu holat an’anaviy xalq poygasiga aylangan.

Olney aholisini bu tomosha shunchalik xursand qildiki, ular buni an’anaga aylantirganlar. Ular yugurib poyga o’ynaydilar. Ishtirokchilardan kimdir tez yugurib, yo‘l-yo‘lakay tova ustidagi quymoqni (pancake) bir necha marta osmonga irg‘itib tutilishi kerak va eng ko‘p marta ag‘darib yuborgan kishi, qo‘ng‘iroq chaluvchining bo‘sasiga sazovor bo‘ladi.

Darvoqe, Vestminsterda bunday poygalar parlament a’zolari va lordlar o‘rtasida ham o‘tkaziladi. Bu poyga Buyuk Britaniya tarixidagi eng qadimiy gastronomik sport an’anasidir.

Poyganing o‘tkazilish tartibiga ko’ra, ishtirokchilar faqat Olney shahrining 18 yoshdan oshgan ayollari qatnashadi (an’anaga ko‘ra, oilali ayollar). Poyganing masofasi 415 yard (taxminan 380 metr) bo’lib, qoidaga ko’ra, ishtirokchi tovada qaynab turgan quymoq bilan yuguradi va yo‘l davomida uni kamida bir marta osmonga otib tutib olish kerak. Bundan maqsad cherkov darvozasiga birinchi bo‘lib yetib borish va ibodat so‘ngida maxsus g‘olib duosi (Shriving Service) o‘qiladi. Go’lib bo’lgan ayolga maxsus quymoq medali va “Kriket Club” tomonidan sovrinlar topshiriladi.

Quymoq poygasi nafaqat kulgili sport musobaqasi, balki Britaniya gastronomik merosining timsolidir. Bugungi kunda quymoq Buyuk Britaniyada eng ommabop taomdir. Bu bayram an’anaviy oziq-ovqat

madaniyatini saqlab qoladi. Quymoq tayyorlash-bu ijtimoiy birlik va oila qadriyatlarini ifodalovchi ramzga aylangan.

Tadbir turizm manbai sifatida ham ahamiyatli: har yili minglab mehmonlar Olneyga aynan shu poygani tomosha qilish uchun tashrif buyuradi.

Olney Pancake Race xalqaro darajada ham mashhur bo‘lib, 1950-yillardan boshlab AQShning Kanzas shtati, Liberal shahri bilan “International Pancake Race” nomi ostida do‘stlik musobaqasi o‘tkaziladi. Har ikki shahar bir vaqtda poyga o‘tkazadi. Natijalar telefon yoki internet orqali solishtiriladi. Bu hamkorlik Britaniya-AQSh xalq diplomatiyasining ramziga aylangan.

Olney Pancake Race festival davrida kichik gastronomik yarmarkalar, pancake pishirish ko‘rgazmalari **va** mahalliy mahsulotlar bozori tashkil etiladi. Bu kun mahalliy mehmonxona va restoranlar uchun eng daromadli mavsum hisoblanadi. Festival Olney shahrining turistik brendi sifatida tanilgan va ingliz gastronomik turizmining bir qismi sifatida reklama qilinadi.

Har yili BBC, CNN, National Geographic kabi xalqaro OAV tomonidan yoritiladi.

Olney Pancake Race bu-oddiy quymoq poygasi emas, balki Buyuk Britaniya xalqining diniy, madaniy va gastronomik merosini aks ettiruvchi tarixiy bayramdir.

Cooper’s Hill Cheese-Rolling-Kupersxild pishloq Festivali (Brokvors, Angliya)

Kupersxild pishloq poygasi har yili may oyining so‘nggi dushanba kuni mahalliy vaqt bilan soat 12:00da bahor bayrami doirasida Angliyaning Gloster (Gloucester) shahri yaqinidagi Brokvors (Brockworth) qishlog‘i Kuper tepaligida an’anaviy o‘tkaziladigan mashhur xalqona festivaldir. Ushbu tadbirda ishtirokchilar tik tepalikdan Gloster pishlog‘i (Double Gloucester cheese) g‘ildiraginini quvib tushishadi. Poyga juda xavfli bo‘lishiga qaramay, har yili yuzlab ishtirokchilar va minglab tomoshabinlar bu festivalni kuzatish uchun tashrif buyurishadi.

Brokvors qishlog‘i aholisi uchun bu tadbir an’anaviy bo‘lib, so‘nggi yillarda pishloq uchun yugurish maqsadida butundunyodan odamlar kelmoqda. Bu odat yuzlab yillardan beri davom etib kelmoqda. Ma’lumotlarga ko’ra, odamlar o‘z podalarini boqish uchun jamoa yerlaridan foydalanish huquqini shu tarzda tasdiqlashgan.

Bu an’ana XIX asrdan oldin, ya’ni taxminan XV asrdan beri mavjud. Dastlab bu marosim bahorgi hosil mavsumini nishonlash va jamoani birlashtirish maqsadida o‘tkazilgan. Keyinchalik u ingliz xalq madaniyatining ajralmas qismiga aylangan.

Ishtirokchilar tepalikning tepasiga chiqib, signalni kutishadi. Keyin Gloster pishlog‘ining boshi qiyalikdan pastga tushadi, ishtirokchilar esa orqasidan yugurib, uni qo‘lga kiritishga harakat qilishadi. Marra chizig‘ini birinchi bo‘lib kesib o‘tib, pishloqni ushlab olgan kishi sovrin sifatida unga ega bo‘ladi.

Festival ingliz madaniy merosi va xalq an’analarini saqlashda muhim rol o‘ynaydi. U mahalliy turizmni rivojlantirish, kichik biznes va restoranlarning faoliyatini jonlantirishga xizmat qiladi. Tadbir xalqaro darajada mashhurlikka ega bo‘lib, har yili turli davlatlardan ishtirokchilarni jalb etadi. Festival, shuningdek, milliy gastronomik mahsulot-pishloqni targ‘ib qilish va Britaniya gastronomiya turizmini kuchaytirishda ham muhim o‘rin tutadi.

Qizig’i shundaki, tepalik etagida bir nechta tez yordam mashinalari va qutqaruvchilar brigadasi navbatchilik qiladi. Yuguruvchilar jiddiy jarohat olgan holatlar ham bo‘lgan: bel, bo‘yin, qo‘l, oyoq, qovurg‘alar singan va ko‘pincha miya chayqalishi sodir bo‘lgan. Ba’zan ishtirokchilar yiqilganlarida tomoshabinlarni ham jarohatlaganlar. Shuning uchun so‘nggi yillarda poygalar uchun og‘irligi 5 kilogrammdan oshmaydigan pishloq boshchalari ishlatilmoqda.

Kupersxild pishloq poygasi nafaqat kulgili va noodatiy ko‘rinishga ega, balki u an’anaviy taomlar va jamoaviy ruhni nishonlovchi gastronomik voqea hisoblanadi. Bugungi kunda u Buyuk Britaniyaning eng mashhur gastronomik festivallaridan biri sifatida tanilgan.

The Galway International Oyster-Xalqaro ustritsa festivali (Goluey, Irlandiya).

Xalqaro ustritsa festivali Irlandiyaning Goluey (Galway) shahrida har yili sentyabr oyining oxirgi dam olish kunlarida o‘tkaziladigan mashhur gastronomik bayramdir. Bu festival 1954-yildan beri o‘tkazib kelinadi va u dunyodagi eng qadimiy hamda eng nufuzli dengiz mahsulotlari festivallaridan biri hisoblanadi.

1954-yilda Brayan Kollinz Golueydagi mehmonxona ma’muriyati sentyabr oyida bo‘sh qolmasligi haqida o‘ylab, mehmonxona hududida joylashgan restoranning bosh oshpazi unga taomnomaga sentyabr oyida mavsumi boshlanadigan ustritsalarni qo‘shish g‘oyasini taklif qiladi. Shunday qilib, ustritsa mavsumining ochilishini nishonlash an’anasi paydo bo‘ldi.

Festivalning tadbirlar dasturi yillar davomida kengayib bordi va bugun sentyabr oyining oxirida Goluey ustritsa yeyayotgan mahalliy aholi va turistlar bilan gavjum. Shahar meriga mavsumning birinchi ustritsasi topshirilganidan so‘ng, shahar ko‘chalari bo‘ylab yorqin karnaval namoyishi boshlanadi. Quloqni qomatga keltiruvchi musiqa sadolari va jo‘shqin irlandiyacha raqs tushayotgan oyoq dupurlari ostida odamlar limon sharbati sepilgan eng yangi va mazali ustritsalarni tatib ko‘rish va ularni eng yaxshi Ginnesdan ichish uchun pablar va restoranlarga tarqalishadi.

Festivalning asosiy qismi ustritsalarni ochish bo‘yicha xalqaro chempionat bi’lib, hakamlar hay’ati nafaqat ustritsalarning ochilish va yutilish tezligiga, balki go‘shtni ajratib olish san’atiga va uni yeyishning go‘zalligi hamda tartibliligiga ham e’tibor qaratadi[19].

Bundan maqsad -ustritsani (oyster) nishonlash, dengiz mahsulotlari madaniyatini rivojlantirish va Irlandiya gastronomiyasining noyob an’analarini butun dunyoga tanitishdir.

Tadbirning asosiy tarkibi:

- Ustritsa tozalash (shucking) bo‘yicha jahon chempionati-festivalning eng mashhur qismi. Turli davlatlardan kelgan oshpazlar va ustritsa ixlosmandlari eng tez va toza tarzda ustritsa ochish bo‘yicha bellashadilar;

[19] https://www.gastronom.ru/text/10-festivalej-edy-so-vsego-mira-1011444

- Ustritsa tatib ko‘rish marosimlari-turli pishirish usullari, souslar, vino va dengiz mahsulotlari bilan uyg‘unlikda tatib ko‘riladi;

- Ko‘chma paradlar**,** jonli musiqa**,** xalq raqslari va Irlandiya an’analari festivalga bayramona kayfiyat bag‘ishlaydi.

Ushbu festival Irlandiyaning gastronomik madaniyatini xalqaro miqyosda targ‘ib qiladi. U mahalliy iqtisodiyot va turizm sohasiga katta hissa qo‘shadi-har yili minglab sayyohlar Golueyga aynan shu tadbir uchun tashrif buyuradilar. Shuningdek, festival Irlandiya oshpazlik san’atini global gastronomik brend sifatida mustahkamlashda muhim o‘rin tutadi.

Bugungi kunda Goluey ustritsa festivali “Dunyoning eng mashhur dengiz mahsulotlari festivali” sifatida tanilgan hamda BBC va National Geographic nashrlarida e’tirof etilgan. Tadbirga 20 dan ortiq mamlakatlardan mehmonlar, oshpazlar va jurnalistlar tashrif buyuradi.

Golueydagi Xalqaro ustritsa festivali-bu gastronomiya, san’at va an’anaviy irlandcha kayfiyatning uyg‘unlashuvidir. U Yevropa va butun dunyo gastronomik turizmining muhim markazlaridan biri sifatida e’tirof etiladi.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Qanday gastronomik turizm festivallarini bilasiz?
2. Markaziy Osiyo mamlakatlarida tashkil etiladigan gastronomik festivallar haqida ma’lumot bering.
3. Markaziy Osiyo mamlakatlarida qanday mavzudagi gastronomik festivallar tashkil etiladi?
4. Yevropa mamlakatlarida tashkil etiladigan gastronomik festivallar haqida ma’lumot bering.
5. Yevropa mamlakatlarida qanday mavzudagi gastronomik festivallar tashkil etiladi?
6. Amerika mintaqalarida tashkil etiladigan gastronomik festivallar haqida ma’lumot bering.
7. Amerika mamlakatlarida qanday mavzudagi gastronomik festivallar tashkil etiladi?

X BOB. O‘ZBEKISTONDA ENOTURIZMNING RIVOJLANISH HOLATI VA ISTIQBOLLARI

10.1. Enoturizm tushunchasining mazmun va mohiyati

Dunyoning boshqa mamlakatlarida bir necha yillardan buyon bemalol mavjud bo‘lgan vino-gastronomik turlar modasi O‘zbekistonda endigina sekin va jur’atsiz qadam tashlamoqda. Nemislar, inglizlar, amerikaliklar va yaponlar allaqachon bu o‘ziga xos o‘yin-kulgining eng katta ishqibozlari sifatida o‘zlarini ko‘rsatishgan. Ammo vatandoshlarimiz vinochilik va pazandachilikda o‘z aksini topgan gastronomik an’analar va marosimlar bilan tanishish orqali boshqa mamlakatlarni o‘rganish arxitektura va rassomchilik shaklidagi madaniyat izlari bilan tanishishdan kam bo‘lmagan darajada qiziqarli degan g‘oyani hali yetarli darajada o‘zlashtirmaganlar. Biroq, vino bozorining faol rivojlanishi, shuningdek, sevimli vinoni ishlab chiqarish jarayonini o‘z ko‘zlari bilan ko‘rishga yoki bir vaqtlar o‘qilgan ichimlikni mulkda tatib ko‘rishga yoki restoranga tashrif buyurishga qiziqish bildirgan ayrim fuqarolarning xabardorligi va qiziquvchanligi bu mavzuni tobora faol muhokama qilishga majbur qilmoqda.

Vino turizmi-bu turizmning bir turi bo‘lib, uning maqsadi bevosita vino zavodida vinoni tatib ko‘rish, iste’mol qilish, sotib olishdir (yoki o‘z ichiga oladi). Vino turizmi vino zavodlari, uzumzorlar, mashhur restoranlar, vino festivallari va boshqa maxsus tadbirlarga tashrif buyurishni o‘z ichiga olishi mumkin.

Vinochilik va pazandachilikda o‘z izini qoldirgan gastronomik an’analar va marosimlar bilan tanishish orqali mamlakatlarning gastronomik an’analari va marosimlari bilan tanishish naqshlar bilan tanishishdan kam bo‘lmagan darajada qiziqarlidir.

Biroq, vino bozorining faol rivojlanishi, shuningdek, sevimli vinoni ishlab chiqarish jarayonini o‘z ko‘zlari bilan ko‘rishga yoki bir vaqtlar o‘qilgan ichimlikni xonadonda tatib ko‘rishga yoki restoranga tashrif buyurishga qiziqish bildirgan ayrim fuqarolarning xabardorligi va qiziquvchanligi bu mavzuni tobora faol muhokama qilishga undaydi.

Talab taklifni keltirib chiqaradi va hoziroq Toshkentda ham individual gastronomik turlar, ham guruhli sayohatlarni taklif qiluvchi turagentliklar topiladi. Deyarli har bir sayyoh boshqa mamlakatga borganda, uning milliy taomlarini tatib koʻrishni oʻz burchi deb biladi. Mashhur vino ishlab chiqaruvchi mamlakatlarda esa, ma’lumki, aynan ishlab chiqarish mintaqasida oʻz ta’mi va guldastasini toʻliq namoyon etadigan vinolar ham mavjud. Uzum novdasidan tayyorlangan ichimlik shinavandasi uchun vino turizmi uzumzorlar oʻsadigan hudud muhitiga toʻliq shoʻngʻish, tertuarning oʻziga xos xususiyatlarini his qilish, vino ishlab chiqaruvchilar bilan shaxsan muloqot qilish va hatto sevimli vinoni tayyorlash jarayonini koʻrish imkonini beradi. Bugungi kunda vino turizmi tobora ommalashib bormoqda. Axir, vino zavodlariga sayohat qilish yoki butun dunyo boʻylab yilning iliq faslida oʻtkaziladigan turli xil vino festivallaridan biriga tashrif buyurish, vino turini diqqatga sazovor joylarni tomosha qilish bilan birlashtirib, oddiy sayohat jarayonida ham mumkin. Bugungi kunda sayyoramizning turli nuqtalariga koʻplab turli xil vino marshrutlari va sayohatlari mavjud.

10.2. Enoturizm geografiyasi

Oʻzbekistonda vino turizmining asosiy markazi Parkent hisoblanadi. Oʻtgan yili unga turistlar tashrif buyurib, vinochilik xoʻjaliklari orasida turistlar soni boʻyicha birinchi oʻrinni egalladi. Vino zavodida Vino turizmi markazi tashkil etilgan boʻlib, u vino zavodi boʻylab ekskursiyalardan tashqari dam oluvchilarga keng koʻlamli koʻngilochar xizmatlarni taqdim etadi. Vino turizmining tamoyillari juda oddiy: oʻz xotirangizda va tasavvuringizda ichimlikning guldastasi va ta’mini uning kelib chiqish sirlari, tabiati, tarixi va joyning ruhi bilan mustahkam bogʻlash uchun faqat ishlab chiqarilgan joylarda vinolarni tatib koʻrish.

Ishlab chiqarishning texnologik madaniyatiga baho berish, vino tayyorlovchilar bilan shaxsan tanishish, xoʻjalikning asriy an’analari bilan tanishish ham uning uchun foydali boʻladi. Vino turizmi bir qator juda muhim xususiyatlarga ega:

- bu havaskorlar yoki professionallar (vinofurushlar, restoran egalari va shu kabilar) uyushgan guruhlarining maxsus sayohatlari;
- ushbu sayohatlar vaqti sayyohlik mavsumini uzaytiradi, bu vino ishlab chiqaruvchilar va sayyohlik firmalari uchun qulay;
- marshrutlarni makon va zamonda tashkil etish;
- madaniy dastur bo‘yicha juda arzon bo‘lgan qishloq bayramlari tizimini taqdim etadi (havaskor mahalliy jamoalar, birinchi navbatda bolalar jamoalari chiqish qiladi). Vinochilar uchun juda yiliga faqat bir marta ishlab chiqarishdan chalg‘ib, darhol sezilarli foyda olish qulay;
- turistik firmalar uchun qulay bo‘lgan o‘zingizning bir haftalik yoki ikki haftalik dasturingizni. Turistlarni bir bayramdan ikkinchisiga olib boradi, yo‘l-yo‘lakay tabiiy va tarixiy diqqatga sazovor joylarni ko‘rsatadi. O‘zbekistonda vino turizmi respublikaning vinochilik mintaqalari hayoti bilan tanishish uchun noyob imkoniyatdir. Vino turizmini tanlagan sayyohning asosiy mashg‘uloti atrofdagi vino zavodlari va degustatsiya zallari bo‘ylab vino sayohatlari-eng yaxshi vinolarni ular yaratilgan joyda tatib ko‘rish kerak.

Vino turizmini rivojlantirishning kamchiliklari quyidagilardan iborat:

- vino sayohati-bu arzon bo‘lmagan lazzat. Hozirda Fransiyaga 5-7 kunlik o‘rtacha vino sayohati 3,5-4,5 ming yevroga tushadi;
- vino sayohatiga kiritilgan 5-7 kunlik sayohat juda kam. Shunday vaqt oralig‘ida O‘zbekiston haqida nimalarni bilib olish mumkin? Bundan tashqari, yo‘lga qo‘yilgan tirbandlik va gid bilan an’anaviy ommaviy ekskursiyalar turistlarni bir necha kun ichida tez sur’atda olib boradi va uyga qaytgandan so‘ng, sayyoh ba’zi ahmoqona ma’lumotlardan boshqa hech narsani eslay olmaydi;
- standart mavzuli sayohatlar taassurotlar bo‘yicha cheklangan. Shuning uchun ularni Parkent, Samarqand va O‘zbekiston Respublikasining boshqa viloyatlariga vino turlari bilan diversifikatsiya qilish imkoniyati mavjud.

Biz 18 kundan 25 kungacha davom etadigan vino turini ishlab chiqdik, chunki bundan kam vaqt ichida butun respublikani aylanib chiqishga ulgurmaysiz.

O‘zbekistondagi ob-havo sharoiti shu qadar qulayki, tokni yerga suqib qo‘yishning o‘zi yetarli va u hosilga kiradi. Ko‘plab xorijiy mutaxassislar ta’kidlaganidek, yurtimizda uzum yetishtirish va parvarishlash harajatlari boshqa hududlarga nisbatan bir necha barobar kam. Ko‘plab xususiy fermer (yoki mahalliy tilda aytganda, dehqon) xo‘jaliklari uzum yetishtirish bilan shug‘ullanmoqda, ammo so‘nggi paytlarda bozor sharoitlari o‘z qonunlarini talab qilmoqda. Buning natijasida ko‘plab fermerlar uzumning vinobop navlarini qabul qilish punktlariga vinobop navlarni topshirish rejasini bajarish sharti bilan bir qator hollarda xo‘raki navlar bilan almashtirmoqdalar. Ba’zi hollarda, fermer uzumzorlaridan uzum xususiy havaskorlar tomonidan sotib olinadi, garchi qo‘lda ishlab chiqarilgan bunday sharobning sifati ko‘pincha sanoat namunalaridan past bo‘lmasa ham.

Vino O‘zbekistonning butun hududida ishlab chiqariladi, ammo mintaqaga qarab shakar miqdori, quvvati va boshqa ko‘rsatkichlar sezilarli darajada farq qilishi mumkin:

✓ Toshkent viloyati iste’molchiga Yangi-Yo‘l va Parkent tumanlarining desert vinolarini va Chinoz mintaqasining oshxonalarini taklif qiladi, bu yerda mevalardagi shakar ulushi birinchi holatga qaraganda ancha past.

✓ Andijonlik vinochilar mayizbop va xo‘raki navlarni yetishtiradi. Bu yerda vinochilik yaxshi rivojlanmagan, muskat vinolari harakteriga ega.

✓ Samarqand viloyatining Jomboy tumani O‘zbekiston vinolarining vatani bo‘lib, unga yuksak mustahkamlik xosdir. Bu yerdagi Kaberne, Saperavi va Rkatsiteli navlari o‘ziga xos qanddorlikka ega.

✓ Buxoro viloyati mahalliy bozorga Bishti navli xo‘raki vinolar yetkazib beradi.

Hozirgi vaqtda vino ishlab chiqarish korxonalariga, potensial va iste’molchilarga va shu kabi ekskursiyalarni shu sohada band bo‘lgan professionallar ham, vino ishqibozlari ham tashkil etishlari mumkin. Masalan, Andijon, Farg‘ona, Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xorazm va Surxondaryo viloyatlarining uzumchilik va vinochilik mahsulotlarini

namoyish etgan quyidagi yetakchi eksportga yo‘naltirilgan vinochilik korxonalari: “Dacha” YOAJ, “Mastona” AJ, “Toshkentvino kombinati” AJ, “O‘zbekiston shampani” AJ, “Mehnat” Agrofirmasi, “Mevasharbat” EIZ, “Hamkor” MCHJ, “Xovrenko nomidagi Samvinkombinat” AJ, “Bog‘izag‘on” MCHJ, “Samarqand Jomboysharob” MCHJ, “Shohrud” AJ, “Urganch sharob” AJ va “Sultonsharbati” MCHJlarga ana shunday ekskursiyalarni tashkil etish mumkin.

Psixologlarning fikricha, faqat bir haftadan keyin o‘z sayohatidan odam o‘z muammolaridan uziladi va quvnoq sayyohning erkin parvozi eyforiyasiga sho‘ng‘iydi. Bundan tashqari, eng qimmat harajatlardan biri-bu aviaparvoz. 5-7 kun uchun ko‘p pul sarflash alam qiladi.

Nihoyat, O‘zbekistonga yetib keldingmi, demak, bu sayohatdan iloji boricha ko‘proq foyda olishing va hammasini ko‘rmaguncha ketmasliging kerak. Odatda, vino turlari uchun eng yaxshi vaqt kuz faslidir. Aynan shu paytda uzum yig‘im-terimida ishtirok etish, uni shaxsan siqib ko‘rish va «o‘z sharobini tayyorlash» mumkin. Odatda kuzda Toshkentda Xalqaro turizm yarmarkasi o‘tkaziladi va ko‘plab turistik obektlarda ochiq eshiklar kunlari bo‘lib o‘tadi. Ushbu tadbirda mahalliy aholi ham ishtirok etishi mumkin, ular turistlarni jalb qilish uchun quvnoq tanlovlar, sayillar, o‘yinlar bilan bayramlar va vino festivallarini tashkil etishlari mumkin.

10.3. O‘zbekistonga enoturizmni rivojlanishiga ta’sir etuvchi omillar

Vino turizmini rivojlantirishning kamchiliklari quyidagilardan iborat:

✓ vinniy tur-bu arzon bo‘lmagan lazzat. Hozirda Fransiyaga 5-7 kunlik o‘rtacha vino sayohati 3,5-4,5 ming yevroga tushadi;

✓ vino sayohatiga kiritilganlarning 5-7 kunlik safari juda kam. Bunday vaqt oralig‘ida O‘zbekiston haqida nimalarni bilib olish mumkin? Bundan tashqari, yo‘lga qo‘yilgan tirbandlik va gid bilan an’anaviy ommaviy ekskursiyalar turistlarni bir necha kun ichida tez sur’atda olib o‘tadi va uyga qaytgandan so‘ng, sayyoh ba’zi ahmoqona ma’lumotlardan boshqa hech narsani eslay olmaydi;

✓ standart mavzuli sayohatlar taassurotlarga koʻra cheklangan. Shuning uchun ularni Parkent, Samarqand va Oʻzbekiston Respublikasining boshqa viloyatlariga vino turlari bilan diversifikatsiya qilish imkoniyati mavjud. Biz 18 kundan 25 kungacha davom etadigan vino turini ishlab chiqdik, chunki bundan kam vaqt ichida butun respublikani aylanib chiqishga ulgurmaysiz. Psixologlarning fikricha, bir haftalik sayohatdan keyingina inson oʻz muammolaridan xalos boʻladi va quvnoq sayyohning erkin parvozi kayfiyatiga beriladi. Bundan tashqari, eng qimmat harajatlardan biri bu aviaqatnovdir. 5-7 kun uchun pulning katta qismini sarflash achinarli sayohatlar. Nihoyat, Oʻzbekistonga kelgan ekansan, bu sayohatdan iloji boricha koʻproq foyda olishing va hammasini koʻrmaguncha ketmasliging kerak. Odatda, vino turlari uchun eng yaxshi vaqt-kuz. Aynan shu vaqtda uzum yigʻim-terimida ishtirok etish, uni shaxsan ezib koʻrish va “oʻz sharobingizni tayyorlash” mumkin. Odatda kuzda Toshkentda Xalqaro turizm yarmarkasi oʻtkaziladi va koʻplab turistik obyektlarga ochiq eshiklar kunlari oʻtkaziladi. Ushbu tadbirda mahalliy aholi ham ishtirok etishi mumkin, ular turistlarni jalb qilish uchun quvnoq tanlovlar, saillar, oʻyinlar bilan bayramlar va vino festivallarini oʻtkazishlari mumkin.

Oʻzbekistonda ham ba’zan juda yaxshi vino tayyorlaydigan joylar topiladi. Masalan, Parkent tumanidagi Toshkent viloyatlarda oʻz uzum plantatsiyalaridan xoʻraki vinolar tayyorlaydigan vino ishlab chiqaruvchilar mavjud. Parkent tumanida 26 ming gektar uzumzor bor. Bu vinochilik xoʻjaliklari soni 9 mingga yaqin boʻlgan Bordo bilan taqqoslanadi. Mayda ishlab chiqaruvchilarning yoʻqligi vino turizmining rivojlanishiga toʻsqinlik qiluvchi asosiy omillardan biri hisoblanadi. Bu yerga “Hamkor” vinochilik xoʻjaligi tomonidan sayohat uyushtirilmoqda. Bu yerda yetti xil vinoni tatib koʻrish 100 000 soʻm turadi. Agar biror narsa yoqib qolsa, vinoni toʻgʻridan-toʻgʻri degustatsiya zalidan sotib olish mumkin. “Vino Parkent” vino sayohati vino zavodi boʻylab ekskursiyalar, tushlik, vino va uzum degustatsiyasini oʻz ichiga oladi. Samarqand viloyatida ham vino turlarini tashkil etish imkoniyatlari mavjud, xususan, Jomboy tumanida mahalliy aholi uzumchilik bilan shugʻullanadi. Monografiya muallifi har

yili turistlar va vino ixlosmandlari uchun vino yarmarkasini o‘tkazishni taklif qiladi. Vino yarmarkasini tashkil qilish mumkin. Kuzda, sentyabr oyida, uzum hosili yig‘ishtirilganda va bevosita vino tayyorlash jarayonida ishtirok etish imkoniyati mavjud bo‘lganda.

Vino turizmida turistlarga xizmat ko‘rsatish texnologiyasi

Uzoq ziyofat va banketlar uchun idishlar. Umumiy qoida:

Ichimlik qancha kuchli bo‘lsa, sig‘im shuncha kam bo‘ladi. Idish-tovoqlar o‘ng qo‘l ostiga qo‘yiladi va oxirgi navbatda ishlatiladigan narsalar yaqinroq bo‘lishi uchun oshxona anjomlari kabi tartibda joylashtiriladi. Agar ziyofatni kattalardek o‘ynaydigan bo‘lsak, unda keraksiz anjomlar va idish-tovoqlarni qandaydir ofitsiantlar armiyasi o‘ynashi kerak.

Ammo degustatsiyalardagi yorug‘lik va yoritish maxsus fantaziyalar va xilma-xillikka yo‘l qo‘ymaydi. Faqat oq fon (agar rangli dasturxonlar yoki yog‘och stollar bo‘lsa-oq salfetkalar kerak) va faqat tabiiy kunduzgi yorug‘lik yoki (yerto‘lalar va kechki paytlar uchun) shamlar chirog‘i. Agar aperitiv sifatida vermut berilsa, unda u uchun qadahlar baland oyoqda bo‘ladi, undan kichik hajmdagi oddiy konus ochiladi (martini bokali deb ataladi). Shampan vinosi uchun baland tor (fleytalar) yoki baland oyoqli keng fujerlar ishlatiladi. Pufakchalar yaxshiroq o‘ynashi uchun ular hajmining % iga ikki marta to‘ldiriladi. Oq oshxona vinosi uchun 100 ml sig‘imli Reynveyn qadahlari; qizil oshxona vinosi uchun-lafit bokallari (125 ml);

Kuchli va desert vinolar uchun-hajmi 75 ml bo‘lgan madera ryumkalari. Odatda desert va kofega qo‘shib beriladigan o‘tkir likyor va balzamlar uchun esa to‘g‘ri konussimon yoki bir oz yumaloq devorli juda mayin ryumkachalar (“bochkachalar”): 25-30 ml. Aroq va shunga o‘xshash o‘tkir ichimliklar uchun sig‘imi atigi 50 ml bo‘lgan klassik aroq taxlamlari beriladi. Konyak har xil kattalikdagi sharsimon ryumkalardan ichiladi-past va yo‘g‘on oyoqda 75 dan 250 ml gacha. Bunda shuni yodda tutish kerakki, keyingi holatda qadah hajmining faqat chorak qismiga to‘ldiriladi. Umuman olganda, spirtli ichimliklar uchun har qanday idishni limmo-lim to‘ldirish yaramaydi. Degustatsiyalarda esa vinoning o‘yini va xushbo‘yligini baholash uchun

qadahning uchdan bir qismidan ortiq to‘ldirilmaydi. Qadahlar faqat toza suv bilan yuviladi va zig‘ir tolali salfetka bilan artiladi.

Yuvish vositalari joiz. Idish-tovoqlarni ovqat pishiriladigan yoki tamaki chekiladigan joyda saqlamaydilar, boshqa kuchli hid manbalari ham bor. Idish-tovoqlarning shakli va hajmi an’analarga ko‘r-ko‘rona amal qilish emas, balki ko‘p asrlik tajriba natijasidir.

Tabiiy vinolar (raynveyn, lafit, shardone, bojole, sotern, ermitaj va boshqalar) uchun lola shaklidagi qadahlar ichish uchun unchalik qulay emas, lekin sharobning xushbo‘y hidini kuchaytiradi. Kuchli o‘t hidiga ega bo‘lgan vermutlar va balzamlar devorlarning torayishiga muhtoj emas, ammo muskat yoki likyorga o‘xshash kuchli va shirin ichimliklar faqat juda kichik dozalarda yaxshi, ularning hidi esa aniq va oddiy qulay “oprokidonchiklar”da. Balzamlar kamdan-kam hollarda chiroyli rang o‘yinini beradi, ammo ularning ta’mini qalin sopol taxlamlarni nozik yumaloqlash orqali o‘zgartirishingiz mumkin. Barcha bokallar, ryumkalar va pachkalar barmoqlar bilan yon tomondan ushlanadi, konyak bokallari bundan mustasno, ular pastdan o‘rab olinadi.

Konyakni kaft bilan bir oz isitish uchun bokal oyoqchasi o‘rta va nomsiz barmoqlar orasidan o‘tkaziladi. Ryumka va bokallar bir tomondan bosh barmoq bilan, ikkinchi tomondan ko‘rsatkich va o‘rta barmoq bilan ushlanadi. Shampan vinosi uchun mo‘ljallangan keng va hajmdor fujerlarning oyog‘idan yana nomsiz barmoq bilan ushlab, ko‘rsatkich barmoq bilan esa kosani ushlab turiladi.

Darvoqe, poxod sharoitida faqat bitta idish bilan kifoyalanish mumkin. Sharobning ta’mi har doim chiroyli qadahda yaxshiroq, sevimli qadahda esa yanada yaxshiroq tuyuladi. Poxod sharoitlari uchun biz yo‘g‘on oyoqli sharsimon konyak ryumkasini tavsiya etamiz. Oyoqning uzunligi baribir bo‘lishi kerak shunday bo‘lsinki, zarurat bo‘lmasa barmoqlar bokalni isitmasin. Musallas uchun mo‘ljallangan juda mo‘rt va to‘g‘ri qadahlar sayohat paytida osongina sinib ketishi mumkin. G‘arbdagi degustatorlar klublarida odatda kumush yoki shaffof shishadan yasalgan shaxsiy idish bilan sayohat qilish odatiy holdir.

Poxod va professional sharoitlarda sharob rangini baholash uchun fon sifatida yetarli har bir ishtirokchining oldidagi stolda yotgan oq salfetka yoki oddiy oq qog‘oz.

Qadah ko‘tarish va qadah urishtirish, shubhasiz, alohida zavq bag‘ishlaydi, biroq har qanday zavq kabi u ham mahorat talab qiladi. Tostni tayyorlab, ichingizda bir-ikki marta aytishingiz kerak, shunda sizni hurmat qilish uchun emas, balki stol atrofida va to‘ldirilgan qadahlar bilan uzoq davom etishi mumkin bo‘lmagan so‘zlaringizga qiziqish tufayli tinglashadi. Agar qadahlar uch barmoq bilan oyog‘idan ushlab turilsa, ularning devorlariga urilishi ikki hissa va yengil bo‘lsa, qadahlarning jarangi yaxshi va yoqimli eshitiladi, va shu paytda hamtovoqning ko‘zlariga tabassum bilan qaraydilar, uning qadahini zo‘rg‘a nishonga olmaydilar. Vino sayohatlari paytida degustatsiyalarda tostlar va do‘stlarga e’tibor berish o‘rinlimi? Nega endi yo‘q, axir siz dam olyapsiz-ku (agar professional bo‘lsangiz, unda sevimli ishingiz bilan shug‘ullanyapsiz), stol atrofidagi kayfiyat-vino haqidagi taassurotning eng muhim tarkibiy qismidir.

Turli xil sharoblar iste’mol qilinadigan harorat muhim. Oq oshxonalar uchun eng yaxshi harorat 12-14°C; qizil oshxonalar uchun 16-18°C. Yorliqda necha gradus qattiqlik ko‘rsatilgan, bunday haroratda vino va ichimlik ichish yaxshiroq deb hisoblanadi. Kuchli vinolar xona haroratida, shirin vinolar biroz sovutilgan holda, shampan vinosi esa xona haroratida ichiladi.

6-8°C daraja issiq (lekin hech qachon muzlamagan). Umuman olganda, vinoni muzlatgichlarda 20 daqiqadan ortiq ushlab turish mumkin emas, bu yerda harorat sharob yerto‘lalaridan (12°C) pastroq. Qimmat restoranlarda vinoga muz solingan chelakni ham (shampanskiyni shampanskiyda olib kelishadi), qizil vinolar uchun iliq suv solingan chelakni ham, kolleksiya qilinadigan eski vinolar uchun esa ularni cho‘kmadan ajratish uchun ehtiyotkorlik bilan quyish uchun grafinlarni ham berishlari kerak. Har qanday vinoni, agar uning butilkalari ochiq bo‘lsa, faqat kichikroq idishga quyib va og‘zini mahkam berkitib bir necha kun saqlash mumkin. Havo faqat xeres va

marsalga zarar yetkazmaydi. Vino va muz, vino va suv, kokteyllar va “kupajlar”.

Muzni vermut va balzamlarga qo‘shish odat tusiga kirgan, ammo boshqa ko‘plab vinolar, shuningdek, issiqda konyakning ta’mini faqat yaxshilaydi.Umuman olganda, barcha Qrim vinolarini issiq havoda ichimlik suvi bilan aralashtirib ichgan ma’qul, salqin havoda va shamollashda esa bir stakan choyga 15-20 gramm kagor yoki qizil portveyn yetarli bo‘ladi, bu esa yoqimli shifobaxsh issiqlik tanaga qanday tarqalayotganini darhol his qilish uchun yetarli. Aytganday, degustatsiyalarda, albatta, vino suyultirilmaydi. Shuni ham unutmaslik kerakki, mineral va gazli suv tarkibidagi karbonat kislota alkogol ta’sirini tezlashtiradi. Bir tomondan, bu darhol stol atrofida bayramona kayfiyatni yaratadi, boshqa tomondan, agar siz biznes vazifalariga qaytishga shoshilsangiz, sarxushlikdan tezroq xalos bo‘lish imkonini beradi. Kokteyllar borasida tajriba qilmaslikni va sinalgan klassik reseptlar hamda tajribali barmenlarga ishonishni maslahat beramiz. Vino turizmi uchun kokteyllar umuman ma’noga ega emas.Ajoyib to‘q yoqut rang, kuch va boy ifor hamda ta’mga ega bo‘ling.

Aristokratizm baxmalga aylanadi va nafis; shirinlik unchalik yopishqoq emas; behi-asal ohanglari esa qadimgilar va rimliklar juda yaxshi ko‘rgan tutun, dudlangan olxo‘ri ohanglarini to‘ldiradi. Juda shirin sharoblarni quruq sharoblar bilan, juda quyuq qizil sharoblarni oq sharoblar bilan to‘ldirish mumkin. Biroq, yana bir marta: faqat siz uchun tanish va tushunarli bo‘lgan navli vinolar va faqat juda oz miqdorda, masalan, 20 grammdan. Salomatlik va ta’mni baholash uchun eng muhimi-ichimlikning ketma-ketligi. U nafaqat degustatsiya uchun, balki umuman vino iste’moli uchun ham muhimdir. Yengil sharoblar kuchli sharoblardan, kuchli sharoblar shirin sharoblardan oldin bo‘lishi kerak, oqlar-qizillarga, yoshlar-vazminlarga. Kam shakarli oq shampan vinosi (brut, quruq yoki yarim quruq) katta ziyofat boshida, pushti yoki qizil yarim shirin va muskat vinosi esa mevalar, muzqaymoq, shokoladga tortiladi.

Koʻpgina ichimliklar inson organizmini spirtli ichimliklarni oʻzlashtirishga ham, ovqatlanishga ham oldindan tayyorlash xususiyatiga ega.

Shampan, madera, xeres, vermut yengil oʻtkir boʻlmagan gazak ostida aperitiv sifatida beriladi. Agar siz sharobning ta’mini totib koʻrsangiz, shu bilan birga kuchingizni mustahkamlab olsangiz, baliq va parranda goʻshtiga oq sharob, goʻshtga esa qizil sharob tortiladi. Sabzavotli taomlar yarim quruq sharoblar bilan yaxshi, yogʻli va oʻtkir taomlar, ayniqsa qovurilgan, kuchli toʻyingan sharoblarni talab qiladi. Asosiy qoida: vinoni gazak qilib yemaydilar, balki ovqatni vino bilan ichadilar. Gap shundaki, har bir taom oʻziga xos tarzda vino ta’mini namoyon qiladi. Va bu ta’m ovqatlanish oʻrtasidagi tanaffuslarda qoladi, muloqot, suhbat, bayramni his qilish uchun oʻziga xos fon yaratadi. Qimmatbaho taomlar noyob kolleksiyali, mashhur va sharoblar bilan birga keladi. Biroq, ovqatning murakkab va mazali ta’mi boy sharob guldastasi bilan darhol yoʻq qilinmasligi kerak, shuning uchun hamma narsa ham unchalik oddiy va aniq emas, masalan, ugor qizil sharobda tayyorlanadi, demak, uni xuddi shu sharob bilan tortiladi. Deyarli barcha taomlarga sharoblarni muvaffaqiyatli tanlash mumkin. Faqat tuzlangan va yogʻli baliqlar bundan mustasno, ular vinolarga yoqimsiz metall ta’mini beradi. Agar shunday baliqni juda xohlab qolsangiz, uni tomat sharbati bilan ichib, keyin vinoga qaytishingiz mumkin-baribir oq va quruq boʻladi.

10.4. Oʻzbekistonda enoturizmni rivojlanishining xorij tajribasi

Bugungi kunda sayyoramizning turli nuqtalariga turli xil vino marshrutlari va turlari mavjud-ham guruhli, ham individual, ular sizga har qanday sayyohlik agentligida taklif etiladi. Agar xohlasangiz, bunday turni oʻzingiz rejalashtirishingiz va amalga oshirishingiz mumkin. Odatda, vino turlarining aksariyati yirik vino turlaridan uncha uzoq boʻlmagan (100-150 km oraligʻida) joylarga amalga oshiriladi, shaharlar va turistik markazlarni qamrab oladi hamda, ayrim istisnolarni hisobga olmaganda, koʻpi bilan bir kunni egallaydi.

Ayniqsa, Fransiya va Italiya vino turizmi bilan mashhur boʻlib, oʻziga xos rivojlangan vino madaniyatiga ega. Bu yerda uzumchilik bilan bogʻliq barcha narsalarga alohida e'tibor qaratiladi va mahalliy uzumzorlarni haqli ravishda sayyohlik faxri deb atash mumkin.

Dunyoda vino ishlab chiqarish boʻyicha yetakchi boʻlgan Fransiya vino turizmi boʻyicha ham birinchi oʻrinni egallaydi. Rona vodiysi, Bordo, Burgundiya uchun koʻplab zavq bagʻishlaydi, goʻzal landshaftlari, shonli tarixi va bu yerda ishlab chiqarilgan vinolarning tan olingan sifati bilan turistlarni oʻziga jalb qiladi.

Sharob ishlab chiqaruvchi Burgundiya boʻylab mashhur sayyohlik yoʻnalishi an'anaviy ravishda Burgundiya gersoglarining qadimiy poytaxti-Dijonadan boshlanadi, yoʻl mashhur Bon shahri orqali oʻtadi va mashhur La Montrashe uzumzorini ziyorat qilishni oʻz ichiga oladi. Turistlar orasida mashhur organik qoʻrgʻonlari boʻlgan Shampan, Elzas va Provans vino mintaqalari ham mashhur. Parij mehmonlari Fransiya poytaxti yaqinidagi Luara vodiysiga tashrif buyurishlari mumkin. Italiyada koʻplab turistlar va vino ixlosmandlari har yili aprel oyida boʻlib oʻtadigan "Vinitalia" sharob yarmarkasida toʻplanishadi. Shuningdek, Torgianodagi vino muzeyi va xushmanzara Toskana viloyati Kyanti boʻylab vino sayohati turistlar uchun jozibador. Viloyatda tez-tez yorqin vino bayramlari va shoular oʻtkaziladi.

Oʻzining qadimiy va vinochilik an'analari bilan mashhur Ispaniya mamlakatning eng yirik va mashhur vinochilik hududi boʻlgan mashhur Rioxa boʻylab vino sayohatlarini taklif etadi.

Riohining koʻplab vino zavodlaridan tashqari mintaqada joylashgan vino muzeyiga, mashhur vino festivallariga tashrif buyurish kerak. Turistik vinolar bilan cheklanib qolmaslik kerak.

Yevropa yoʻnalishlari-vino turizmi uchun qiziqarli imkoniyatlarni barcha beshta qit'adagi deyarli barcha vino ishlab chiqaruvchi mamlakatlar taqdim etadi. Agar Eski Dunyo asosan tarixiy yodgorliklari bilan mashhur boʻlsa, Yangi Dunyo tabiatning gʻayrioddiyligi va turli xil oʻyin-kulgilarning katta tanlovi bilan oʻziga jalb qiladi. Ayniqsa, Janubiy Afrika Respublikasining Kap yarim orolida joylashgan Stellenbosh okrugi oʻzining chiroyli uzumzorlari bilan mashhur.

Atrofdagi landshaft go‘zalliklarini ko‘rishni avgust oyida Stellenboshda bo‘lib o‘tadigan vino festivallariga tashrif buyurish bilan birlashtirish mumkin. AQShda turizm sohasi juda rivojlangan, shuning uchun Napa mintaqasi bo‘ylab mashhur vino sayohati yorqin va esda qolarli bo‘lishi kutilmoqda.

Sharob va ulug‘vor tabiat ishqibozlari uchun Nyu-York shtatidagi xushmanzara Finger ko‘li va Gudzon vodiysiga tashrif buyurish ajoyib tur bo‘ladi. Bu hudud chekinayotgan muzlik qoldirgan ko‘llar orasida joylashgan bo‘lib, mukammal romantik tabiat uchun joy Chilida vino turistlarining sevimli joyi Kolchagua vodiysi bo‘lib, agar omadingiz kelib Avstraliyaning Sidney shahrida bo‘lsangiz, mashhur Hunter vodiysiga albatta sayohat qiling. Qat’iy aytganda, milliy ichimlik va oshxona madaniyatiga ega bo‘lish uchun ko‘plab usullar o‘ylab topilgan.

Fransiyada martdan noyabrgacha oyiga ikki marta birinchi yarmida qayta tiklangan poyezdda sayr qilish mumkin. XX asr, Bordo va Tuluza o‘rtasida qatnovchi. Sayohat 4 kun davom etadi, mijozlarga tunash uchun “Rele va Shato” zanjiridagi mehmonxonalarga ko‘chib o‘tish taklif etiladi. Ikki vagonda poyezdlar joylashadi, charm kreslo va stollarga ega keng hashamatli salon, bar, eng zamonaviy audio va video uskunalar bilan jihozlangan kutubxona. Sayohat davomida dasturxonga mashhur fransuz delikateslari va elita vinolari tortiladi.

Bordo. Gid-tarjimonning sharhlari mintaqaning o‘ziga xos xususiyatlari, ichimliklar va taomlarni birlashtirish odatlari va qoidalari bilan tanishtiradi. Poyezdda atigi 22 ta joy bor va agar xohlasangiz, uni to‘liq ijaraga olishingiz mumkin, masalan, original o‘tkazish uchun ziyofatlar, biznes-seminar yoki to‘y sayohati. Kaliforniya, Kanada, Yangi Zelandiya va Avstraliyada soliq “Gurman” poyezdlari mavjud. Shveysariyada hatto ayrim “pishloqli” va “shokoladli” tarkiblar qatnaydi, ular qimmatbaho mehmonxonalarda va taomlarni tatib ko‘rish mumkin bo‘lgan joylarda to‘xtaydi. Uzum yetishtiriladigan va vino tayyorlanadigan O‘zbekistonda ishlab chiqarish jarayonlari ko‘plab qiziquvchilarni jalb qiladi. Vino turistlari uzumzorlarni ko‘rish, “birinchi qo‘l” vinosidan tatib ko‘rish uchun xo‘jaliklarga tashrif buyurishadi, taassurotlarga to‘yib, o‘zingizga yoqqan vinoni sotib oling.

Sharob yarmarkasini kuzda, uzum hosili yig‘ishtirib olinayotgan sentyabr oyida tashkil etish mumkin, bevosita vino tayyorlash jarayonida ishtirok etish imkoniyati. Vino turizmining tamoyillari juda oddiy: vinolarni faqat ular ishlab chiqarilgan joylarda tatib ko‘rish, ularni mustahkam bog‘lash uchun o‘z xotirasi va tasavvuri bilan ichimlikning kelib chiqish siri, tabiati, tarixi va joyning ruhi bilan bog‘liq bo‘lgan guldasta va ta’mi. Ishlab chiqarishning texnologik madaniyatiga baho berish, vino tayyorlovchilar bilan shaxsan tanishish, xo‘jalikning asriy an’analari bilan tanishish ham uning uchun foydali bo‘ladi. O‘zbekistonda tashkil etish mumkin bo‘lgan vino turizmi bir qator juda muhim xususiyatlarga ega.

Havaskorlar yoki vino sotuvchilarning uyushgan guruhlarining maxsus sayohatlari, shuningdek, bu sayohatlarning vaqti sayyohlik mavsumini uzaytiradi, bu sayyohlik firmalari uchun qulay, bundan tashqari, vino marshrutlarini tashkil etish tizimni ifodalaydi, madaniy dastur bo‘yicha juda arzon bayramlar. Turistik firmalar o‘zlari uchun qulay bo‘lgan dasturni ishlab chiqishlari mumkin. Shuningdek, turistlarni bir tadbirdan boshqasiga olib borish, yo‘l-yo‘lakay tabiiy va tarixiy diqqatga sazovor joylarni ko‘rsatish imkoniyati mavjud.

Deyarli har bir sayyoh boshqa mamlakatga borganda, uning milliy taomlarini tatib ko‘rishni o‘z burchi deb biladi. Mashhur vino ishlab chiqaruvchi mamlakatlarda esa, ma’lumki, o‘z vinolarini to‘liq namoyish etadigan vinolar ham mavjud.

O‘zbekiston aholisi vino turizmini xorijiy turistlar uchun o‘ziga xos xususiyatga aylantirishni rejalashtirmoqda. O‘zbek vinolari butun dunyoda katta shuhrat qozonib, ko‘rgazma va degustatsiyalarda namoyish etilmoqda. Tanlovlarda ular 120 dan ortiq oltin, kumush va bronza medallarini qo‘lga kiritib, ijobiy baho va mukofotlarga sazovor bo‘lmoqda. Biroq, o‘zbek vinolarini faqat mutaxassislar va bilimdonlar tushunadi. 2018-yilda “O‘zvinosanoatxolding” XK xorijga qariyb 5,25 mln dollarlik vino materiallari, 3,124 mln dollarlik uzum konsentrati, 0,192 mln dollarlik vino yetkazib berdi. Eksportdan tushgan jami yillik daromad 12,842 mln dollarni tashkil etdi.

O‘zbekiston mahsulotlarining eng yirik importchilari uchligiga Qozog‘iston (59,2%), Rossiya (29,8) va Qirg‘iziston (3,8) kiradi. Turkmaniston va Gruziyaga ham eksport qilinmoqda. Uzoq xorij bozorlari qatorida Buyuk Britaniya, Polsha, Germaniya, Fransiya va Yaponiya ko‘rsatilgan. Hozirgi vaqtda O‘zbekistonda uzumning 900 dan ortiq navi yetishtiriladi, ulardan 450 dan ortig‘i o‘zbek uzumchilari tomonidan mahalliy iqlimga moslashtirilgan.

O‘zbekistonda ob-havo sharoiti shu qadar qulayki, tokni yerga suqib qo‘yishning o‘zi kifoya, u hosilga kiradi. Ko‘plab xorijiy mutaxassislar ta’kidlaganidek, yurtimizda uzum yetishtirish va parvarishlash harajatlari boshqa hududlarga nisbatan bir necha barobar kam. Ko‘plab xususiy fermer (mahalliy tilda aytganda, dehqon) xo‘jaliklari uzum yetishtirish bilan shug‘ullanmoqda, biroq so‘nggi paytlarda bozor konyunkturasi o‘z qonuniyatlarini joriy etmoqda.

Natijada ko‘plab fermerlar uzumning vinobop navlarini qabul qiluvchi vino punktlariga topshirish rejasini bajarish sharti bilan bir qator hollarda xo‘raki navlar bilan almashtirmoqdalar. Ba’zi hollarda, fermer uzumzorlaridan uzumlar uy sharobini ishlab chiqaruvchi xususiy havaskorlar tomonidan sotib olinadi, garchi bunday qo‘lda yasalgan sharobning sifati ko‘pincha sanoat namunalaridan past bo‘lmasa ham. O‘zbekiston vinolari butun respublika bo‘ylab ishlab chiqariladi, ammo mintaqaga qarab shakar miqdori, quvvati va boshqa ko‘rsatkichlar sezilarli darajada farq qilishi mumkin.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Enoturizm tushunchasining mazmun va mohiyatini izohlang.
2. O‘zbekistonda enoturizmning rivojlanish holatini tushuntirib bering.
3. Enoturizm geografiyasini tavsiflang.
4. O‘zbekistonda enoturizmni rivojlanishining xorij tajribasiga misollar asosida izoh bering.

XI BOB. O‘ZBEKISTONDA GASTRONOMIK TURIZMNING RIVOJLANISH HOLATI VA ISTIQBOLLARI

11.1. O‘zbekiston hududlarida gastronomik turizmning rivojlanish holati

O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirishdagi muammolar haqida ilk bor O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 2-dekabr 2016-yildagi PF-4861 sonli Farmonida[20] birinchi marotaba tilga olindi. Bu qisqa muddatda vatanimizda gastronomik turizmni rivojlantirishning muammolarini aniqlash albatta, ancha qiyinchiliklarni hosil qiladi.

Bugungi kunda barcha sohalarda bo‘lgani kabi turizm, xususan, gastronomik turizm sohasida ham ko‘plab amaliy ishlar amalga oshirilib kelinmoqda. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012-yil 10-oktyabrda “Umumiy ovqatlanish tashkilotlari faoliyatini takomillashtirish va xodimlar malakasini oshirish bo‘yicha” qaroriga asosan O‘zbekiston oshpazlar uyushmasi qoshida milliy oshpazlik san’ati xalqaro Markazi tashkil etildi. Ushbu qaror bilan uning vakolati kengaytirildi hamda mustahkamlandi. Uzoq tarixga ega an’analarning borligi va milliy taomlarning turlitumanligi o‘zbek oshpazchiligining xorijiy mamlakatlarda keng ommalashishiga olib kelishi ushbu hujjatda o‘z aksini topgan. Buning uchun bizda mavjud qadimdan shakllangan, ekologik toza va inson organizmini tetik qiladigan milliy taomlarimiz degustatsiyasini tashkil qilish lozim bo‘lmoqda. Bunda antiqa milliy taomlarimiz orqali gastronomiya turizmini qishloq turizmi bilan bog‘lash imkoniyati yaratilmoqda.

Darhaqiqat, viloyatlarda joylashgan qishloqlarda faqat shu joyga xos bo‘lgan milliy taomlar mavjud bo‘lib, uning mazasi va tarkibi boshqa viloyat qishloqlarida takrorlanmaydi. Aynan shu jihati bilan bunday taomlar xorijiy turistlar va mahalliy aholi uchun ham mazali hisoblanadi. Yurtimizda yilning turt fasliga mos keladigan, o‘ziga xos

[20] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-4861-sonli Farmoni. 2016-yil 2-dekabr.

qadimiy tarixiga ega bo‘lgan, shuningdek, insonlar hayoti uchun zarur bo‘lgan barcha taomlar va ichimliklar mavjud, masalan, bahorda qaymoq qo‘shilgan rediskali gazak, shovul sho‘rva, sumalak, xalim, 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. Ayozli 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.

O‘zbekiston gastronomik turizm yo‘nalishida MDH va yaqin chet el mamlakatlari reytingida kuchli beshlikdan joy olgan mamlakat hisoblanadi. Bilamizki, milliy taomlarning tayyorlanish jarayoni bilan o‘sha taomlarning vatanida tanishish turistlar uchun doim qiziqarli bo‘lib kelgan. Uning bugungi kundagi ommalashishiga bir qator omillar ta’sir ko‘rsatadi:

- hozirda oziq-ovqatga bo‘lgan ehtiyoj insonning birlamchi fiziologik ehtiyojidir;
- aholi daromadlarining o‘sishi va ovqatlanish, dam olish narxlarining oshishi;
- oziq-ovqat bu-turizm va mehmondo‘stlik sanoatining asosiy xizmat ko‘rsatuvchi sohasi;
- sog‘lom ovqatlanish va organik mahsulotlarning mashhurligi.

Shu bois “O‘zbekiston oshxonasi” brendini jahon miqyosida ommalashtirishda jamoat tashkilotlari, xususan, 2008-yilda tashkil topgan O‘zbekiston oshpazlar uyushmasining o‘rni alohida ahamiyat kasb etadi. O‘zbek milliy taomlarini dunyoga tanitish, mamlakatimizga turistlar 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. Natijada, ko‘plab xorijiy festivallar, sammit va musobaqalarda o‘zaro tajriba almashib, yuksak marralarga erishmoqda.

Xususan, 2018-yilda “National Geographis” jurnali o‘tkazgan “National Geographis Traveler” mukofotida “Gastronomik turizm” nominatsiyasi bo‘yicha O‘zbekiston birinchi o‘rinni egalladi. 2019-yil avgust oyida Turkiyada bo‘lib o‘tgan 33-Xalqaro “Mengen” festivalida, 13 ta davlat, jumladan, Germaniya, Niderlandiya, Kipr, Ozarbayjon, Malayziya, Ukraina, Misr, Bosniya va Gersogovina, Saudiya Arabistoni va boshqa davlatlar qatorida “O‘zbekiston” milliy oshxonasi stendi tashkil etildi va musobaqada 3-o‘ringa sazovor bo‘ldi. 2019-yil 6-avgustda O‘zbekiston Gastronomik turizm assotsiatsiyasi tashkil etildi.

Assotsiatsiya har yilning noyabr oyida muntazam ravishda “Lazzatli O‘zbekiston” xalqaro milliy taomlar festivaliga mezbonlik qiladi. Ushbu tashkilot tomonidan hozirgi kungacha ko‘plab ilmiy seminarlar, davra suhbatlari, turli xil tadbirlar o‘tkazilib kelinmoqda, jumladan pandemiya bo‘lishiga qaramasdan 2020-yilning 26-mayidan 2020-yilning 15-iyunigacha bo‘lgan vaqtda O‘zbekiston turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi va O‘zbekiston gastronomik turizm assotsiatsiyasi tomonidan yurtimizning turistik salohiyatini yanada yaxshilash, yuqolib borayotgan noyob taomlarni qayta tiklash va ularni dunyoga tanitish maqsadida “O‘zbekistonning noyob taomlari” tanlovi e’lon qilindi. Tanlov, uning jarayoni va ishtirokchilari haqida ma’lumotlar berib borish uchun maxsus onlineturizm.uz va gastroturizm.uz saytlari tashkil etildi.

2020-yil 14-aprel kuni Liviya va Tunisdan 20 ga yaqin mehmon yurtimizga keldi va Buxoroda bo‘lgan tashrif davomida viloyat turizmni rivojlantirish departamenti tashabbusi bilan shahardagi “Xo‘ja Nasriddin” choyxonasida mehmonlar mashhur buxorocha “Oshi sofi” hamda “Qozon kabob” taomlarini tayyorlash jarayonida bevosita ishtirok etishdi va milliy taomlarimizga juda yuqori baho berishdi.

2021-yil 7-aprel kuni Rossiya Federatsiyasining Dog‘iston Respublikasida “Imomlar yurtiga sayohat” yo‘nalishidagi targ‘ibot

ishlari boshlandi. Jumladan, Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi, Xalqaro islom akademiyasi, Oshpazlar uyushmasi vakillaridan iborat delegatsiya mamlakatning Rossiya Federatsiyasidagi elchixonasi hamda Rostov-Dondagi bosh konsulligi ko‘magida Dog‘istonning Mahachqal’a shahriga tashrif buyurdi. O‘zbekiston oshpazlar uyushmasining mohir oshpazlari tomonidan milliy taomimiz bo‘lmish palov tayyorlandi va dog‘istonliklar palov ta’mini yuqori baholashdi.

Yevropa davlatlaridagi va Rossiya davlatidagi gastronomik turizmga bag‘ishlangan adabiyotlarni o‘rganishdan ma’lum bo‘ldiki, gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirishda aniq tavsiyalar, metodlar yoki mexanizmlar jahon gastronomik turizmda lider hisoblangan Italiya, Fransiya kabi davlatlarda ham yaratilgan emas.

Yevropa davlatlari o‘zlarida gastronomik turizmni rivojlantirish uchun dastlab gastronomik turizmning infratuzilmalarini yaratishgan va bu turizm turi bilan bog‘liq barcha xizmatlarga milliylik talablarini kiritishgan[21]. Ularning bu yo‘nalishda ikkinchi to‘g‘ri yo‘li kulinariya maktablarini ochish va bu maktablarga o‘z davlatlaridagi nomdor oshpazlarni to‘plab gastronomik turizmga yangi mutaxassislarni tayyorlash bo‘ldi. Uchinchi yo‘nalish o‘z xalqi orasida gastronomiya turizmni rivojlantirishdagi tadbirkorlikni tashkil qilishning ham uddasidan chiqdi.

Mahalliy xalqlar esa ko‘plab unutilgan taomlarni tavsiflab berishdi. Natijada yangi taomlar tayyorlandi. Bu taomlarning reklamalari va marshrutlari tezda gastronomiya turizm bozori shiorida tashviq qilina boshlandi. Xullas Yevropa davlatlari o‘z xalqlarining taomlariga o‘zlarining aholisini qiziqtira bildi, keyinchalik xalqaro gastroturistlarni taomlariga qiziqtirishning maxsus dasturlarini tayyorlashdi. Jahonda gastronomik turizm shu amaliyotlar tariqasida kelib chiqdi.

Yevropa davlatlari gastronomik turizmni ikki: qishloq gastronomiya turizm va shahar gastronomik turizm yo‘nalishda rivojlantirmoqdalar. Gastronomik turizmning bu ikki destinatsiyadagi

[21] *Food and Wine Events in Europe.* AStakeholder Approach Alessio Cavicchi, Cristina Santini. Routledge-2014.-236p; Djandjugazova Ye.A. “Literaturniy traktir ili natsionalnie osobennosti trapezi”. Sovremennie problemi servisa i turizma. № 3, 2010. -97-102 s.

infratuzilmalariga kelsak, shaharlarda so‘nggi dizayn usulida qurilgan yuqori darajadagi qulaylikka ega restoranlarni gastrotur markazlariga aylantirishdi. Qishloq gastronomiyasida zamonaviy qulaylikdan voz kechishdi va ekologik sahnlarga, ekologik joylashuvlarga ega bo‘lgan qishloq gastronomiya uylarini qurishdi. Shuning uchun ham Yevropada ekologik turizm, qishloq turizmi va qishloq gastronomiyasi turizmlari bir-biri bilan bog‘langan holda rivojlanmoqda.

Fransiya, Italiya, Germaniya, Angliya, Shveysariya kabi davlatlarda bu usulda xalqaro gastroturistlarni jalb qilishning maxsus dasturlari ishlab chiqilgan. Bu davlatlarda ichimliklar bilan bog‘liq barcha turlar, ichki va xalqaro gastronomiya festivallari faqat qishloqlarda o‘tkazilib kelinmoqda. Shuning uchun ham bu davlatlardagi qishloqlarning aholisi gastroturistlarga joylashtirish va ekologik toza ovqatlantirishdan juda katta daromad olishadi[22].

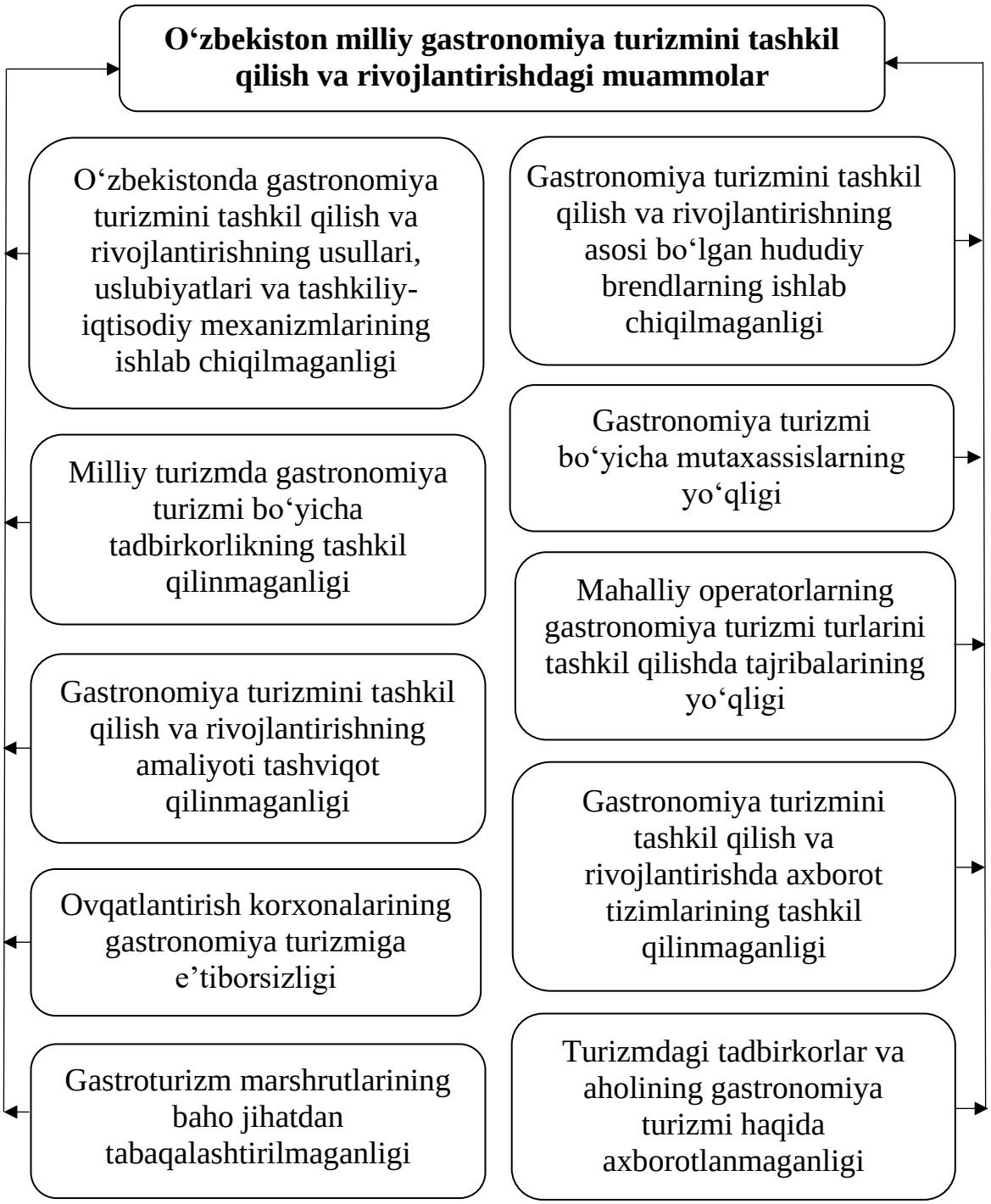
Gastronomik turizm rivojlangan Yevropa davlatlaridagi qayd qilingan amaliyotlarga to‘xtalganimizda biz birinchi navbatda gastronomik turizmning milliy infratuzilmalarini yaratishimiz lozim. Ikkinchi navbatda kulinariya maktablarini tashkil qilib, gastronomiya mutaxassislarini tayyorlashimiz kerak. Navbatdagi vazifa O‘zbekistonda milliy gastronomik turizmni rivojlantirishning dasturlarini ishlab chiqishimiz kerak.

O‘zbekistonning milliy gastronomik turizmda birgina xalqaro gastroturistlarga xizmat qiluvchi gid-ofitsiantlarni tayyorlash ancha qiyin muammolar qatorida turibdi. Ikkinchidan, milliy dasturxonimiz qanday bo‘lishi kerak? Xontaxta dasturxonmi yoki naqshinkor karavotlarga qo‘yiladigan dasturxonmi yoki Yevropacha usul stol-stulmi? Gastronomik turizmni, ayniqsa, xalqaro gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirishda milliylikka e’tibor berishimiz lozim.

O‘zbekiston milliy gastronomik turizmda ishlovchilar vatanimizda tayyorlanadigan milliy taomlarimizning barcha xususiyatlarini mukammal darajalarda o‘zlashtirishi lozim. Samarqand shahridagi

[22] Sicheva V.O., Shpenkova K.S. Usloviya razvitiya gastronomicheskogo turizma V Rossi i v mire. J. “Konsept”, -№ 7, Saratov, 2014.-126-130 s.; Katelo Y. Methodical approach to the analysis of the preconditions ofstrategic development of gastronomic tourism, Danish Scientific Journal 2018. - № 17.-R. 8-12.

restoranlarning ofitsiantlari bilan o‘tkazilgan suhbatlardan ma’lum bo‘ldiki, yevropaliklar, yaponiyaliklar taomlarimizning, ziravor o‘tlarimizning hatto kaloriyasigacha, mevalarimizning tarkibidagi shakar moddalarining foizlarigacha savollar berishgan.



11.1-rasm. O‘zbekistonda gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirishdagi muammolar

Yevropa gastronomik turizmni o‘rganishdan ma’lum bo‘ldiki, Yevropadagi davlatlar gastronomik turizmda faqat o‘zlarida ishlab chiqarilgan kosa-tovoqlardan va boshqa chinni idishlardan foydalanishar ekan[23]. Bizda mashhur chinni idish tovoqlarimiz bo‘lishiga qaramasdan chet elnikiga intilish kuchli. Chet ellik turistlar bilan bo‘lgan suhbatlar natijasida eshitdik-ki, ular faqat milliylikka ko‘proq qiziqishadi.

Yevropa davlatlaridagi qishloq gastronomi turizmini tashkil qilish va rivojlantirishidagi yana bir muhim va e’tibor beriladigan jihatlari shundaki, ular qishloq gastronomik turizmni qishloq va ekoturizmga qo‘shib yuborishgan. Gastroturistlar qishloq xonadonlariga joylashadilar va o‘sha xonadon egalari bilan qishloqning milliy ovqatlarini tayyorlashni va oddiy ovqatlanishni xush ko‘rishadi.

Gastroturistlarning ko‘pchiligi oilalari bilan qishloq fermerlarining uylariga joylashib, ko‘pchiligi ta’til davomida fermerlarning xo‘jaliklarida ishlashadi va buning uchun ham yaxshi haq oladilar. Keltirilgan tahlillarning natijalari asosida O‘zbekistonda gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirishdagi muammolar 11.1-rasmda keltirildi.

11.2. O‘zbekiston hududlarida gastronomik turizmning rivojlanishi imkoniyatlari

Bu turizm turi yangi infratuzilmalarni, yangi ish o‘rinlarini yaratishini, milliy madaniyat va an’analarni saqlashiga, davlatning ijtimoiy-iqtisodiy darajalari past hududlarining ham iqtisodiyotini ko‘tara olishligiga jiddiy e’tibor bermoqda.

Shu o‘rinda, turizmning har bir yangi turini tashkil qilish va rivojlantirishda dastlab bu turni rivojlantirish imkoniyatlarini mukammal ko‘rib chiqish lozim. O‘zbekistonda gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirishda juda katta, salohiyatlari imkoniyatlar mavjud (2-rasm). Chunki, qadimiy taraqqiyotning ilk madaniyatlarini yaratgan xalqimiz, o‘tgan davrlar mobaynida shifobaxsh, o‘zining madaniyati, mentaliteti va etiketini ifodalovchi milliy oshxona, milliy choyxona va

[23] Myasnikova Ye.N. Traditsii i kulturi pitaniya narodov mira. Rossiyskiy ekonomicheskiy universitet im. G.V.Plexanova, Moskva. 2018.-67 s.

milliy taomlarini ham ixtiro qilishgan[24].



11.2-rasm. O‘zbekistonda gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirishning imkoniyatlari

Bu turizm turi yangi infratuzilmalarni, yangi ish o‘rinlarini

[24] World Tourism Organization UNWTO. http://media.unwto.org/ru/press-release/2016-01\19

yaratishini, milliy madaniyat va an’analarni saqlashiga, davlatning ijtimoiy-iqtisodiy darajalari past hududlarining ham iqtisodiyotini ko‘tara olishligiga jiddiy e’tibor bermoqda.

O‘zbekistonda gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirishdagi imkoniyatlarning, muammolarning aniqlanishi o‘rganilayotgan gastronomik turizmga tavsiyalar ishlab chiqish uchun ilmiy tadqiqotlarning aniq yo‘nalishlarini belgilab beradi.

O‘zbekistonda gastroturizm imkoniyatlari, muammolari va ularning yechimlarini aniqlashda o‘ziga xos zaruriy tashkiliy-iqtisodiy vazifalarni amalga oshirishda quyidagicha shart-sharoitlarni nazarda tutadi:

- gastroturizmning O‘zbekiston turizm sohasidagi roli va vazifalarini aniqlash;
- turistik markazlar va yangi yaratilgan turistik qishloqlar hamda mahallarda gastronomik turizm turini tashkil etishda uning o‘rnini belgilash va amalga oshirishda aniq strategik rejalarini ishlab chiqish;
- turistik shaharlarda va chekka qishloq hududlarida gastronomik turizmni tashkillashtirishda turli yo‘nalishdagi amaliy va fundamental loyihalar, qolaversa, maqsadli mavzularda startap dasturlarini ishlab chiqishdagi omillarini aniqlash;
- gastronomik turizmga oid bo‘lgan resurslar va destinatsiyalarini o‘rganish, tavsif berish hamda turli tadqiqotlarni o‘tkazish;
- turistik hududlarda mavjud turizmning turlari bilan gastronomik turizm yo‘nalishini bog‘lagan holda o‘rganish va tavsiyalar ishlab chiqish;
- turistik qishloq va mahallalarda gastronomik turizmni joriy qilish uchun uning tashkiliy hamda iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish;
- gastronomik turizmga oid zamonaviy marshrutlari va reklamalari yaratish;

- gastronomik turizmda gastronomiya bilimini egallagan malakali mutaxassislar tayyorlash;
- O‘zbekiston milliy gastronomik turizmda raqobatbardosh gastronomiya mahsulotlari yaratish.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. O‘zbekistonda gastronomik turizmning rivojlanish holatini tushuntirib bering.
2. O‘zbekiston hududlarida gastronomik turizmning rivojlanishi istiqbollarini izohlang?
3. O‘zbekiston hududlarida gastronomik turizmning rivojlanishi imkoniyatlari nimalardan iborat?
4. O‘zbekistonning qaysi viloyatlarida gastronomik turizmning rivojlanish holati yaxshi deyish munkin?
5. O‘zbekistonning gastronomik turizm resurslari nimalar bo‘lishi mumkin?
6. Qaysi davlatlar tajribasi asosida O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirish mumkin?

XII BOB. O‘ZBEKISTONNING GASTRONOMIK TURIZM GEOGRAFIYASI

12.1. Toshkent shahar va Toshkent viloyatlarida gastronomiyaning rivojlanishi

Bugungi kunda dunyoning rivojlangan juda ko‘plab davlatlarida turizmning asosiy turi sifatida gastronomik turizm etirof etilmoqda. Gastronomik turizm sohasini jadal rivojlantirish iqtisodiy o‘sishning muhim omili hisoblanadi, chunki turizm turlarining barchasi ham gastronomik turizm kabi bashqa turlar bilan bevosita bog‘lanmaydi. Gastronomik turizm bundan mustasno negaki, har qanday sayyoh o‘zi istasa ham, istamasa ham bevosita oziq-ovqat va ichimlik bilan kundalik ehtiyoj yuzasidan bog‘lanadilar.

Biz turistlarni gastronomik jihatdan ikki turga ajratishimiz lozim bo‘ladi:

- birinchi turda turistlar to‘g‘ridan-to‘g‘ri gastronomik turizm sayohatini uyushtiradi;

Gastronomik turizm-bu biror bir shaxs yoki jamoaning milliy taomlar va ichimliklarni tatib ko‘rib, undan bahramand bo‘lish yoki shifo topish uchun hamda ushbu mahsulotni ishlab chiqarish usullari, oshpazlik sirlari, pishirish texnologiyalarini o‘zlashtirish, taomlarning o‘ziga xos xususiyatlari va kelib chiqish tarixi bilan tanishish maqsadida bir hududdan ikkinchi hududga yoki bir davlatdan ikkinchi davlatga tashrif buyurishni anglatadi.

- ikkinchi turda tashrif buyuruvchining maqsadi boshqa bo‘lishi mumkin, masalan: sport musobaqasi, muqaddas joylarni ziyorat qilish, savdo hamkorlik va boshqalar, lekin mehmon kundalik ovqatlanish ehtiyojidan kelib chiqib bevosita gastronomik turizmni chetlab o‘tmaydi.

Hamma vaqt ovqatlanish nafaqat tanani boqish vositasi balki ovqat tana sog‘lig‘i, kayfiyat va insonning dunyoqarashi hatto borib-borib uning tashqi ko‘rinishining mutlaqo o‘zgarib borishiga ham ta’sir ko‘rsatadigan muhim vosita ekanligi barchamizga sir emas. Shundan kelib chiqib, gastronomik turizmga e’tibor turizmning boshqa turlarini ham rivojlantirishga zamin yaratmoqda.

Toshkent viloyatining tarixi uzoq oʻtmishga borib taqaladi. Bu yerda tosh davri odamlari manzilgohlarining izlari, bronza davri manzilgohlarining qoldiqlari va koʻhna qal'a, qoʻrgonlarning harobalari, hamda qoyatoshga uyilgan rasmlar topilgan. Ammo bu oʻlka nafaqat qadimiy tarixi bilan balki, boy togʻ va togʻoldi tabiati bilan oʻziga jalb etadi. Bu yerda dam oluvchilar uchun barcha sharoitlarga ega Chorvoq suv ombori qirgʻoqlarida quyoshda toblanishingiz, Ugam-Chotqol tabiiy bogʻi boʻylab sayohat qilishingiz, sirli gʻorlar, togʻli sharsharalar va koʻllarni oʻzingiz uchun kashf etishingiz, shunindek Ugam, Chotqol va Pskom tezoqar soylarida koʻrishingiz mumkin.

Turizmning boshqa turlaridan Zangota tumanida-Zangiota qadimiy ziyoratgohi va shunga oʻxshash ziyorat turizmining boshq obyektlariga sayohst qilishingiz mumkin. Qishki mavsumda esa viloyatning Amirsoy, Chimyon, Bildirsoy va Yangiobod togʻ-changʻi dam olish maskanlarida dam olishning imkoniyatlari yaratilgan. Shuningdek, viloyat gastranomik turizmni tashkil etish boʻyicha ham keng imkoniyatlarga ega. Ta'kidlash zarurki, gastranomik turizmga aholi orasida qiziqishlar koʻpayib bormoqda. Toshkent viloyatida gastranomik turizm respublikamizning boshqa viloyatlariga nisbatan yaxshi rivojlangan. Buning sababi oʻlaroq viloyat mamlakatimiz poytaxti atrofida joylashganligidir. Aynan Toshkent shahridan viloyatga turistlar va mazzali taom istab yoʻlga chiqguvchilar yildan-yilga koʻpayib bormoqda. Shundan kelib chiqqan holda, Toshkent viloyatida keyingi yillarda gastranomik turizm holatini yaxshilash va uning imkoniyatlaridan samarali foydalanish borasida keng qamrovli choratadbirlar amalga oshirilmoqda.

Toshkent viloyatining gastranomik rayonlari:

Rayon tarkibiga kiruvchi tuman va shaharlar

1. Shimoliy-Qibray tumani, Toshkent tumani, Chirchiq shahri
2. Gʻarbiy-Chinoz tumani, Yangiyoʻl tumani, Yangiyoʻl shahi, Zangota tumani
3. Markaziy-Yuqorichirchiq tumani, Oʻrtachirchiq tumani, Quyichirchiq tumani, Nurafshon shahri

4. Janubiy-sharqiy-Ohangaron tumani, Piskent tumani, Angren shahri, Ohangaron shahri, Olmaliq shahri

5. Janubiy-Bekobod tumani, Boʻka tumani, Oqqoʻrgʻon tumani, Bekobod shahri

6. Shimoliy-sharqiy-Boʻstonliq tumani, Parkent tumani

Toshkent viloyatlarini 6 ta gastranomik turizm rayonlariga ajratish mumkin.

Birinchisi Shimoliy gastroturistik rayon, u viloyatning shimolida Chirchiq daryosining oʻrta oqimining oʻng sohilida joylashgan.

Turistik imkoniyatlari: Toshkent shahriga yaqin va juda kichik hududlarni egallagani hamda asosan aholisi shahar sharoitlariga monand yashashi bois bularning gastranomik oʻzgachaligi shahar gastranomiyasiga yaqinroq. Qibray, hududda asosan suvga bogʻliq gastranomiya yaxshi rivojlangan. Aynan suvga boyligi va bu hududni yil davomida undan samarali foydalanib gastranomik turizmni rivojlantirish imkonini beradi. Hududning asosiy taomlari osh, shoʻrva, manti, xasip, shovla va boshqalardan tashqari, beshbarmoq, baliqli taomlar va salqin ichimliklardan ayron, goʻja, mevali tabiiy sharbatlar asosiy oʻrinni egallaydi.

Ushbu hududda alohida takidlash mumkin boʻlgan ichimlik tayyorlash markazi bu Qibray tumanida joylashgan-Qibray pivo zavodidir. Bu zavod bitun viloyat va unga tutash viloyatlarni ham pivo ichimlik mahsuloti bilan ta’minlab keladi.

Ikkinchisi Gʻarbiy gastronomik rayon Toshkent viloyatining gʻarbida Chirchiq daryosining quyilish qismini oʻz ichiga olgan.

Turistik imkoniyatlari: Chinoz tumani baliqchilik bilan alohida ajralib turadi, Chinoz baliq bozori viloyatdagi eng yirik bozorlardan biri hisoblanadi. Chinozda baliqli taomlar tayyorlash markazi ham bor. Kelajakda ushbu sohani rivojlantirish maqsadida Vazirlar Mahkamasi tomonidan Toshkent vilyatida turizmni rivojlantirish-Oltin xalqa doirasida aynan Chinoz tumani markazida baliq bozori va baliqli taomlar faoliyati takomillashtirib kelinmoqda. Yangiyoʻl tumani va Yangiyoʻl shahri tovuq goʻshtidan taomlar tayyorlashda oʻzining qadimiy uslubiga egadir. Zangiota tumani Toshkent shahriga aylana

chegara bo‘lib joylashgani bois aynan ushbu tumanga poytaxt dasturxoniga sifatli meva va sabzavot yetishtirishda yetakchi. Zangota tumani yilning har bir mavsumiga qarab taomlar va salqin ichimliklar menyusini o‘zgartirib boradi, bahorda vitaminlarga boy ko‘katli somsadan boshlandi, yoz oylari issiqdan qizigan va muzdek ichimlik talab qiluvchi turistlarga turli tabiiy mevali sharbatlar tayyorlab kelishadi.

Yilning sovuq falida beshbarmoq, baliqli taomlar tayyorlanadi. Toshkent viloyatining markazini o‘z ichiga olgan gastranomik rayon yer yuzasi tuzilishi asosan tekisliklardan iborat, o‘rtacha balandligi 400-500 m. ni tashkil qiladi. Turistik imkoniyatlari: Juda ham ko‘p xilma hil turdagi taomlari bilan ajralib turadi. Masalan, Yuqorichirchiq tumanida koreys milliy taomlari bo‘lgan kuksi va kaja taomlari tayyorlanadi. Bunday hududlar tumanning Ahmad Yasaviy MFY hududidagi Sverlov qishlog‘i hamda Hvan Mangim hududidagi Do‘stlik mahalasida uzoq yillardan buyon ushbu turdagi taomlar pishiriladi. Yuqorichirchiq tumanida bundan tashqari boshqa turdagi milliy taomlar ham tayyorlanadi. O‘rtachirchiq hamda viloyat markazi bo‘lgan Nurafshon shaharlari asosan boshqa tumanlarga o‘tuvchi yo‘l yoqasida joylashgani boisdan salqin ichimliklar va yengil tamaddixonalarga boy. Tumanning turizm markazi Tuyabo‘g‘iz suv ombori atroflari bo‘ylab joylashgan dam olish hududlari hisoblanadi. Aynan shu hududda yilning issiq davrida ayron, go‘ja mahsulotlar ko‘plab tayyorlanib xo‘randalarga yetkaziladi. Quyichirchiq tumani asosan baliq mahsulotlari va turli xil turdagi baliqni qovurilgan holda tayyorlash markazlaridan biridir.

Uchunchi Janubiy-sharqiy gastranomik rayon hududi viloyatning janubiy sharqida joylashgan. Hududi tekislikdan tog‘oldi va tog‘li hududga o‘zgarib boradi. Gastranoik rayonning eng chekka tog‘li hududlari Angren shahri va Ohangaron tuanidir. Ohangaron tumanidan Toshkent shahrini Vodiy (Farg‘ona, Andijon, Namangan) viloyatlari bilan bo‘glovchi asosiy yo‘l o‘tganligi boisdan turli hil taomlarga bo‘lgan talab yuqori. Masalan, Ohangaron shahrida juda katta choyxona va restoranlar yo‘lovchilarga hizmat qiladi. Bu choyxona va restoranlar milliy taomlar va yevropa taomlarini zamonaviy usullarda tayyorlashga

moslashgan. Katta yo‘lning chekka qisimlarida salqin ichimliklar ayron, go‘ja, qimiz va turli tabiiy sharbatlar yilning issiq fasllarida gavjum bo‘ladi. Oxirgi yillarda Ohangaron tumani uchun bahorda ko‘k somsa tayyorlash va uni istemolchi ko‘z o‘ngida pishirib tayyorlash urfga kirib bormoqda. Somsaning ko‘k somsa, ismaloqli somsa va mador somsa turlari tayyorlanadi. Angren shahri bir necha yillardan buyon keng turistik imkoniyatlaridan samarali foydalanilmagan. Ayniqsa, Yangobod kabi yirik Turbazasi mavjud ushbu hududning turizmda o‘rni pasayib barayotgan edi, lekin keyingi yillarga ushbu hududga davlat darajasidagi e’tibor berilishi tufayli jadallik bilan rivojlanib bormoqda. Mavjud turistik zaxiralar ishga tushurilib atrofida yirik gastranomik obyektlar ham shakllanmoqda.

To‘rtinchi Janubiy gastranomik rayon ham keyingi yillarda jadallik bilan rivojlanayotgan hududdir. Ushbu hudud maydoni aslida o‘zlashtirilgan yerlar asosan paxta ekishga mo‘ljallangan bo‘lsada keying yillarda turizmning turli yo‘nalishlari rivojlanmoqda. Bo‘ka tumani aynan-Oltin halqadoirasida gastranomik markaz sifatida rivojlanishi belgilab qo‘yilgan. Bunda Bo‘ka tumaning markazida tayyorlanuvchi-Choyxona oshi yetakchi sabab bo‘lib kelmoqda. Tuman markazi bugungi kunda viloyat va respublikaning turli hududlaridan osh izlab keluvchilar ko‘paymoqda. Bo‘ka tumanida yana baliq taomlar turli usulda tayyorlanadi. Bekobod tumani va Bekobod shaharlari ham asosan baliq taomlari tayyorlash bilan mashhur.

Beshinchi Shimoliy-sharqiy gastronomik rayon Toshkent viloyatining shimoli-sharqida G‘arbiy Tyan-Shan togoldi va baland tog‘larini o‘z ichiga olgan. Turistik imkoniyatlari: Shimoliy-sharqiy gastranomik rayon eng katta va eng yirik potensiyalga ega hudud. Bo‘stonliq tumani baland tog‘lari sersuv daryolari va albatta go‘zal tabiati bilan turistlarni o‘ziga maftun etadi. Chorvoq suv ombori eng yirik turistik markaz. Shulardan kelib chiqib, bu hududdda gastranomik turizmga bo‘lgan talab har doim yuqori. Bo‘stonliq o‘zining qadimiy taomlariga ega bo‘lib, uning ba’zi taomlari faqat shu yergagina hos. Asosiy taomlari o‘zbek milliy taomlari bilan o‘xshash. Mastava Xojikent qishlog‘ida o‘zgacha usulda tayyorlanadi, shuning uchun uzoq

masofadan bo‘lsa ham ushbu taomni iste’mol qilishga keluvchilar yildan-yilga ortib bormoqda. Aynan shu hududda turli hil turdagi qurtlarni ham topsa bo‘ladi. Yog‘li qurt, yog‘siz qurt, echki sutidan tayyorlangan qurt va boshqa turdagi qurtlar mavjud. Bo‘stonliq hududiga so‘nggi yillarda turistlar o‘limi oshib ularning sifati ha ko‘tarilayotganligi boisdan zamonaviy yevropa taomlarini milliy usulda tayyorlash ham urfga kirib bormoqda.

Toshkent viloyatining gastronomik rayonlari. Parkent tumani agar biz Bo‘stonliqni g‘o‘zal tabiati deb maqtasak Parkentni gastranomik turizmni viloyatdagi markazi deb alohida e’tirof etsak bo‘ladi. Tuman kabob va mador (mator) somsasi bilan rrespublikaga mashxur. Kabob tuman markazi va So‘qoq qishlog‘ida yil davomida tayyorlanadi. Aslida kabob respublikada barcha hududlarda tayyorlanadi, lekin Parkent kabobining o‘ni bo‘lakcha. Mador somsasi bahorda tayyorlanuvchi taom bo‘lib uni asosan aprel va may oylarida istemol qilinadi. Alohida belgisi faqat Parkent tumanining barcha qishloqlarida uzoq yillardan beri tayyorlanishi, vitaminlarga juda boyligi va albatta boshqa joyga borib tayyorlansa ham shu joydagidek chiqmasligi. Tayyorlanish usuli mador o‘simligini mayda somoncha shaklida to‘g‘rab unga piyoz, tuz va paxta yog‘i qoshib tayyorlanadi. Tayyor somsani qizigan tandirda 10-12 minutda pishiriladi. Ushbu somsa ham tumanning tuli hududlarida turli shaklda yopiladi, masalan, So‘qoq, Sanganak, Nevich, Zarkent va yana ayrim qishloqlarda yarim oy shaklida, tuman markazi bo‘lgan Parkent shahri va unga tutash hududlarda to‘rtburchak shaklda tayyorlanishidir. Bulardan tashqari Parkent tumani keng uzumzorlarga ega ekanligi bois vinochilik yaxshi rivojlangan. Viloyat milliy taomlari yildan-yilga yangilanib kengayib bormoqda yevropa taomlari, turk taomlari va albatta respublikamizning boshqa viloyatlarning taomlari ham keyingi yillarda viloyatda tayyorlanmoqda. Bularga misol qilib, Vodiy taomlari, Qashqadaryo jizi, G‘ijduvon kabobi kabi turdagi tamaddixonalar soni oshib bormoqda. Barchaga ma’lumki, respublikamiz hududidan qadimda Buyuk Ipak Yo‘li o‘tgan bo‘lib yo‘l bo‘ylarida karvonlar uchun maxsus karvonsaroylar va suv ichish joylari mavjud bo‘lgan. Viloyatda so‘nggi yillarda gastranomik turizmning qadimiy turlarini yangidan barpo

etishning zamonaviy usullari qo‘llanmoqda. Bunda, viloyat bo‘ylab joylashgan katta magistral yo‘l yoqalarida ovqatlanish shahobchalari va salqin ichimliklar tayyorlanadigan alohida hududlar kengayib borayotganini ko‘rish mumkin. Misol uchun viloyatdan o‘tuvchi va poytaxtimizni boshqa viloyat va qo‘shni respublikalar bilan bog‘lovchi yo‘l yoqalarida mavsumga qarab salqin ichimlik va yengil tamaddixonalar kengayib bormoqda. Salqin ichimliklarga yilning issiq fasllariga talabning yuqoriligi bois ushbu hududlarda shu turdagi taomlar tayyorlanuvchi maskanlar ko‘paymoqda. Salqin ichimliklar odiy ichimlik suvidan tortib, ayron, go‘ja, qatiq, qimiz, qimron va boshqa turdagi ichimliklar shu yerlik mahalliy aholi tomonidan tayyorlanib yo‘lovchi va turistlarga yetkazilmoqda. Xulosa Toshkent viloyatining suv resurlaga boy tuman va shaharlarida va unga tutash hududlarda baliq taomlari va baliq go‘shtli taomlar turini ham kengayib borayotganini ko‘rish mumkin. Viloyatda joylashgan Chinoz tumanidagi baliq boozoriga tutash joylarda baliqni turli hil usulda pishiriladi. Bundan tashqari, Bo‘ka tumanida ham baliqni alohida usulda qovurilmoqda. Bo‘ka tumanida qovurilgan baliqni pamidor sousiga dimlash orqali uning mazasini oshirib unga bo‘lgan qiziqish yildan-yilga ortib bormoqda. Natijada, ushbu hududga tashrif buyuruvchilar nafaqat choyxona osh uchun, balki qovurilib dimlangan baliq iste’mol qilishga ham tashrif buyurishmoqda. Baliqli taomlar tayyorlashning o‘zgacha uslubini viloyatning Qibray tumanida ham ko‘rish mumkin, bu yerda tayyorlanayotgan baliqli taomlar boshqa hududlarda tayyorlanuvchi turidan farq qiladi. Qibray tumaning hududida tayyorlanadigan baliqli tomlar baliqni suyak va tog‘aylaridan to‘liq tozalanib qovuriladi. Bulardan tashqari, Yangiyo‘l tumanida hozirda birzoz o‘rni kamaygan bo‘lsa ham tovuqli taomlardan-Qovurilgan jo‘ja, Bekobod tumaning Oybek mahallasi Qolg‘onsir mahallasida tandirda pishirilgan Baliq va boshqa hududlarda turli hil usuldagi taomlar tayyorlab kelinmoqda. Umuman olganda, Toshkent viloyati boy gastroturistik salohiyatga ega, viloyatda turizmning mazkur tarmog‘ini rivojlantirish bo‘yicha ilmiy asoslangan amaliy takliflar ishlab chiqish maqsadga muvofiq.

12.2 Samarqand viloyatida gastronomiyaning rivojlanishi

O‘zbek oshxonasi Markaziy Osiyodagi eng rang-barang taomlardan biridir. Bu yerda haqiqiy gurmeler va sharqona mehmondo‘stlikni biluvchilar uchun taomlar tayyorlanadi. Mintaqaning o‘troq va ko‘chmanchi xalqlarining asrlar davomida yig‘ilgan oshpazlik an’analari bugungi kunda barchamiz uchun o‘zbek oshxonasining mazali taomlaridan yagona va tushunarli retsept boshqotirmasiga jamlangan.



12.2-rasm. O‘zbek nonushtasi

Qadimdan o‘zbeklar erta tongdan dastarxonga yangi pishiriq va qaymoq berib kelishgan. Yangi qaymoqli tandirdan tayyorlangan issiq tort, asal yoki tozalangan shakar qo‘shilgan issiq choy, mevalar yoki quritilgan mevalar har qanday o‘zbek oilasida ertalabki taomning asosidir. O‘zbek nonushtasi italyan, frantsuz yoki turk taomlari bilan bir qatorda gastronomik brend sifatida tan olingan. O‘zbek nonushtasi nafaqat ta’mi, balki muvozanati va foydali xususiyatlari bilan ham ajralib turadi. An’anaviy nonushta menyusida parvarda, holva, pashmak, xashtak, nisholda, mo‘yqalam, sherbet, urama, navat shakar, tulumba, paxlava kabi milliy shirinliklar ham mavjud. Nonushta uchun

ichimliklardan yashil yoki qora choy, shuningdek, shircha an’anaviy ravishda afzallik beriladi. Yoz va kuzda nonushtaning asosiy elementlari issiq kek bilan iste’mol qilinadigan mazali mevalardir. Uzum va kek dueti ayniqsa mashhur. Shunday qilib, o‘zbek nonushtasi xalqning mentaliteti va madaniyatini aks ettiradi, o‘zbek dastarxonining bir qismidir.



12.2-rasm. O‘zbek milliy taomi

O‘zbek taomlarida sho‘rvalar va bulyonlar muhim o‘rin tutadi. Milliy oshlar juda boy va qalin. Sho‘rvalarning asosiy tarkibiy qismlari bapran yoki mol go‘shti, sabzavotlar-piyoz, kartoshka, pomidor va boshqalar va, albatta, an’anaviy ziravorlar-zira (zirk), qizil yoki qora qalampir, koriander, dafna yaprog‘i va boshqalar. O‘zbeklar orasida sho‘rpa, mastava, mashxurda va boshqalar mashhur.

Ko‘cha bo‘ylab tarqalgan mazali panjara go‘shtining ta’riflab bo‘lmaydigan hidi hammaga tanish. Go‘sht O‘zbekistonda juda mashhur va bu erda uning ko‘p qismi tayyorlanadi. Va hamma biladiki, eng mazali go‘sht shish kebab, shishlarda go‘sht, yaxshi marinadlangan va ochiq olovda pishirilgan.



12.3-rasm. O‘zbek milliy taomi

O‘zbek kaboblari-bu nafis va suvli go‘sht nimani anglatishini bilish uchun noyob imkoniyat. Hech bo‘lmaganda bir marta xushbo‘y kabobning erigan bo‘lagini tatib ko‘rgan bo‘lsangiz, to‘xtab qolishning iloji yo‘q. O‘zbekistonda kabobning ko‘p turlari pishiriladi. Klassik o‘zbek kabobi-ziravorlar va ziravorlar bilan to‘g‘ri marinadlangan, dumbaning kichik bo‘laklari (qo‘zichoq yog‘i) bilan to‘ldirilgan eng yumshoq go‘sht. Bu kabob, qoida tariqasida, qo‘zichoqdan tayyorlanadi. Ammo kabobning boshqa turlari ham bor: jigar kabob (mol jigari kabobi), tovuq kabobi (tovuq), Beshpanja (bir vaqtning o‘zida beshta shish paydo bo‘ladi), chorvi kabob (eritilgan yog‘ bilan qoplangan go‘sht). Lekin eng keng tarqalgan shish kebab va mahalliy aholining sevimlisi-Kiyma shish kebab. Bu maydalangan qo‘zichoq shishi. Go‘sht og‘izda eriydi va yoqimli ta’m qoldiradi. Qattiq qovurilgan qobiqdagi elastik go‘sht tilda miltillaydi, pishirilgan dumbaning ajoyib ta’mi va ajoyib ziravorlar guldastasiga ega.

Palov. O‘zbekistonning an’anaviy taomidir. Bu mazali taom juda oddiy ingredientlardan tayyorlanadi: guruch, go‘sht, ziravorlar, sabzi va piyoz. Palov kundalik va bayram taomi sifatida-ayniqsa to‘y, ziyoratdan qaytish, bola tug‘ilishi, yubiley, dafn marosimi kabi tadbirlarda, shuningdek, muhtojlarga yordam sifatida taqdim etiladi. O‘zbek palovi sharqona taomlarni biluvchilar va haqiqiy gurmelerning taomidir.

Dunyoda 100 dan ortiq palov retseptlari mavjud bo‘lib, O‘zbekiston o‘zining imzo versiyalari bilan maqtanishi mumkin.



12.4-rasm. O‘zbek milliy taomi

O‘zbekistonning har bir hududida palov o‘ziga xos retsept bo‘yicha tayyorlanadi. Masalan, Toshkentda bayramona “Bayram osh” palovini tayyorlashsa, Andijonda palovga uzum bargidan “Qovatok palov” karam bulonini qo‘shishni yaxshi ko‘radilar, Xivada palovning eng deistik variantini Xorazmdagi “Chalov” tayyorlaydilar. 2016-yilda palov tayyorlash madaniyati va an’analari UNESCOning Nomoddiy madaniy merosi Reprezentativ ro‘yxatiga kiritilgan.

O‘zbek somsasi kabi noziklikka qarshi turishning iloji yo‘q. Somsani bemalol o‘zbek xalqining faxri deb atash mumkin. Mazali, xushbo‘y, issiq, mehr bilan pishirilgan somsa o‘zbek dasturxonida alohida o‘rin tutadi. Somsaning bir necha o‘nlab navlari mavjud bo‘lib, ular bir-biridan nafaqat retsept va to‘ldirishda, balki xarakterli pishirish texnologiyasida ham farqlanadi. Odatda u mayda to‘g‘ralgan go‘sht yoki qiyma go‘sht bilan tayyorlanadi, ammo plomba sifatida qovoq, ismaloq, kartoshka, tovuq go‘shti ishlatiladigan original variantlar ham mavjud.

Somsa, kek kabi, maxsus loydan tayyorlangan pechda-tandirda pishiriladi. Bunday pech un mahsulotlariga beqiyos ta’m va xushbo‘ylikni beradi, shuningdek, barcha foydali xususiyatlarni saqlashga imkon beradi.



12.5-rasm. O‘zbek milliy taomi

Tandirning bir nechta turlari mavjud, eng keng tarqalganlari vertikal va gorizontaldir. Somsa uchun shakllar, o‘lchamlar, xamir turlarini tanlash hayratlanarli. Ana shunday damlarda o‘zbek xalqining gastronomiya san’atida naqadar ijodkor va mahoratli ekanini anglab yetasiz. Bu yerda siz yarim sharsimon somsa, ikki juft somsa, puf va qovurilgan somsa, pishirilgan somsadan tanlashingiz mumkin. Mamlakatning har bir mintaqasida somsa o‘ziga xos tarzda yashirin ingredientlar va katta mahorat talab qiladigan maxsus mahorat bilan pishiriladi.



12.6-rasm. O‘zbek milliy taomi

Masalan, bunday somsa Jizzax somsasi kabi mashhur-katta, go‘shtli; Buxoro somsasi-pishirilgan va uchburchak; Alatskaya somsa-eng nozik xamir va suvli to‘ldirish bilan; Qarshi somsasi-barmoq shaklidagi va ko‘rinishi nafis; Xorazm somsasi-qovurilgan, qiyma bilan, kuk-somsa-ko‘katlar va ismaloq bilan. O‘zbekistonning har bir hududi o‘ziga xos go‘sha, go‘zal va betakror tabiatga ega o‘ziga xos zamindir. O‘zbek dehqonlarining sa’y-harakatlari va g‘amxo‘rligi tufayli o‘zbek unumdor zaminida tasavvur qilib bo‘lmaydigan ildiz mevalari yetishtirilib, undan eng mazali va foydali salatlar tayyorlash mumkin.

O‘zbekistonda sabzavotlarning xilma-xilligi hayratlanarli. Ammo, ehtimol, hamma uchun eng sevimli va taniqli salat-bu pomidor va piyozning an’anaviy salatasi bo‘lib, unga bolgar va achchiq qalampir qo‘shiladi. O‘zbekistonda bunday salat Achchik-chuchuk deb ataladi. Achchik-chuchuk salatasi eng yaxshi sovuq taom sifatida xizmat qiladi va issiq palov yoki barbekyu bilan xizmat qiladi.

O‘zbekistonliklar sovuq mavsumda Marg‘ilon turpidan salat tayyorlashni yaxshi ko‘radilar. Eng mashhur salatlardan biri anor urug‘i bilan turp salatasi yoki Anor va turp salatidir. Salat uchun turp ingichka chiziqlar bilan kesiladi va anor urug‘lari qo‘shiladi. Natijada, salat yoqimli bog‘lovchi va anorning engil nordonligi bilan olinadi. Ushbu salat foydali vitaminlar va minerallarning haqiqiy omboridir. Erta bahorda o‘zbekistonliklar turp va tuxumdan salat-Turp va tuxum salatini tayyorlashni yaxshi ko‘radilar. Qoida tariqasida, pushti-qizil rangdagi Bolgarskaya navining turplari salat uchun ishlatiladi, shuningdek, Maiskaya navi ham salat uchun juda yaxshi. Natijada, salat turp va tuxumning kichik bo‘laklaridan olinadi, o‘tlar bilan sepiladi va smetana bilan ziravorlanadi. Yana bir vitaminli salat karam va bulg‘or qalampiri salatasi-Karam va qalampir salatidir. Yog‘ bilan sug‘orilgan to‘g‘ralgan karam va bolgar qalampir aralashmasi asosiy taomga qo‘shimcha sifatida ajoyib tanlov bo‘ladi.

Albatta, bularning barchasi O‘zbekistonda tatib ko‘rishga arziydigan salatlar emas. Ko‘rinishidan oddiy ko‘rinadigan salatlarning o‘ziga xos ta’mi va xushbo‘yligi bor. Gap shundaki, O‘zbekistondagi sabzavotlar ekologik toza mahsulot hisoblanadi. Iqlim, tuproq va

suvning tarkibi tufayli mevalar juda boy va mazali. O‘zbekistonda esa ziravorlar iste’mol qilishning qadimiy madaniyati mavjud. Ziravorlar va o‘tlarni qo‘shib, xushbo‘y moddalar ishtahani oshiradi va idishlarni juda ishtahani qiladi[25]

12.3. Buxoro viloyatida gastronomiyaning rivojlanishi

Turizm tarmog‘ining barcha yo‘nalishlari kabi gastronomik turizm ham so‘nggi yillarda butun dunyo bo‘ylab jadal rivojlanayotgan bo‘lib, bunga sabab, gastronomik turmahsulot takliflarining ko‘payishi, xalqaro gastronomik festivallarning o‘tqazilishi, odamlarning uyda emas, ko‘proq ko‘chada ovqatlanish odatlarining ortib borishidir.

Gastronomik turizm (“culinary tourism”) atamasi birinchi marta 1998-yili AQShning Ogayo shtatidagi Bovling Grin (Bowling Green) universitetining xalqlar madaniyati kafedrasi dotsenti L.Long tomonidan kiritilgan bo‘lib, odamlar boshqa xalqlar madaniyatini o‘sha xalqning milliy taomlari orqali o‘rganishi mumkinligi haqidagi fikrni ilgari surgan.

Gastronomik turizm-bu, ma’lum bir mamlakatning milliy oshxonasi, mahsulot va taomlarini tayyorlashning o‘ziga xos xususiyatlari bilan tanishish maqsadida o‘sha mamlakatga turistik sayohatni amalga oshirishdir. Gastronomik turizmning tarixi uzoq davrlar davomida shakllanganligiga qaramay, Butunjahon Turizm Tashkiloti (JTT) tomonidan faqatgina 2015-yilda alohida tarmoq sifatida ajratildi. JTT mutaxassislari 156 ta mamlakatda gastronomik turizm bo‘yicha o‘tkazilgan so‘rovnoma natijalariga ko‘ra, respondentlar 88,2% bilan gastronomik turizm o‘z mamlakatlari turizm industriyasining strategik elementi sifatida ko‘rishlarini ta’kidlaganlar.

Hozirda turistlarning oziq-ovqat va ichimliklar uchun harajatlari, jami sayohat harajatining taxminan 25%ni tashkil qiladi, ya’ni talab doim mavjud. Shu va quyidagi sabablar, gastronomik turizmning rivojlanishi uchun asos bo‘lmoqda:

- ✓ global gastronomik tendensiyasi hisoblangan-sog‘lom ovqatlanishning rivojlanishi;

[25] https://gov.uz/oz/pages/national_foods

✓ ovqat tayyorlanadigan hududda yetishtiriladigan tabiiy mahalliy mevasabzavotlardan foydalanish;

✓ aholi orasida tez tamaddi qilishning (fast food) keng miqyosda rivojlanishiga javoban sekin ovqatlanish (slow food) harakatining paydo boʻlishi;

✓ odamlar nima iste'mol qilayotgani va oziq-ovqat tayyorlash jarayonida ishlatilgan mahsulotlar qayerda yetishtirilganiga qiziqishning tiklanishi hamda mintaqaviy gastronomik an'analarning saqlab qolinishi tarafdorlarining jahon miqyosida ortib borishi;

✓ oʻgʻitlar, GMO va turli kimyoviy aralashmalardan foydalanmaslik, ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarishga e'tibor qaratish;

✓ televideniyada oshpazlik boʻyicha shou dasturlarni keng namoyish etish, gastronomik mavzuda kino va telefilmlarning tasvirga olinishi va ommalashtirilishidir.

Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdagi PF-4861-sonli "Oʻzbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari toʻgʻrisida"gi Farmonining qabul qilinishi bilan, turizm tarmogʻini iqtisodiyotning strategik yoʻnalishlaridan biri sifatida rivojlantirish boshlandi. Shu oʻrinda gastronomik turizmga ham katta e'tibor qaratilib, Gastronomik turizm assotsiatsiyasi, Barista assotsiatsiyasi kabi qoʻllab-quvvatlovchi tashkilotlarning tashkil etilishi va ular koʻmagida agroturizm, gastronomik festival va mahorat darslarining tashkil etilishi sohaning rivoji uchun ulkan turtki boʻldi. Shunga qaramay, gastronomik turizmni viloyatlar kesimida alohida bir soha sifatida klaster yondashuvi asosida rivojlantirishga boʻlgan talab ortmoqda.

Gastronomik turizm sohasida jahondagi yetakchi tashkilotlardan yana biri bu, Jahon oziq-ovqat sayohatlari assotsiatsiyasi boʻlib (World Food Travel Association), assotsiatsiya 2003-yilda notijorat va nodavlat tashkilot sifatida tashkil topgan. Assotsiatsiya har yili 150 mamlakatdan 200 000 ga yaqin aholiga xizmat koʻrsatadi hamda gastronomik turizm klasterini tashkil qilish boʻyicha oʻz tavsiyalarini ishlab chiqqan.

Klaster 3 qismdan, sayohat va mehmondoʻstlik (turoperator, gid,

transport, mehmonxonalar va boshq.), oziq-ovqat (restoran, bar, kafe, fermerlar va boshq.) hamda boshqa turdosh tarmoqlardan (davlat, OTMlar, ta’minotchilar va boshq.) tashkil topishi ta’kidlangan. Assotsiatsiyaning xalqaro mutaxassislari pazandachilik, gastronomik turizm sohasida tadqiqotlar olib borish, ma’lum bir destinatsiyada oshpazlik tarixi, madaniyati va sirlariga asoslangan yangi gastronomik mahsulotlarni yaratish orqali turistlar oqimini ko‘paytirish, destinatsiyaning gastronomik brendini va xaritasini shakllantirish, xalqaro gastronomik festivallarni tashkil qilish bo‘yicha ko‘mak beradi.

Gastronomik turizmning boshqa turlardan sezilarli farqi shundaki, uning rivojlanishi uchun barcha mamlakatlar to‘liq sharoitlarga ega, u mavsumiy dam olish xususiyatiga ega emas, yilning istalgan fasli uchun mos turni tanlash mumkin.

Butunjahon turistik tashkilotining Gastronomik turizm bo‘yicha VI-jahon forumi 2-noyabr 2021-yil Belgiyaning Bruj shahrida bo‘lib o‘tib, unda gastronomik turizm qishloq tumanlarini rivojlantiruvchi drayver sohalardan biri sifatida shakllanishi uchun, quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirishga kelishilgan:

1. Global, milliy va mahalliy darajada turizm, qishloq xo‘jaligi va qishloq hududlarini rivojlantirish bo‘yicha olib boriladigan siyosatni muvofiqlashtirish va mustahkamlash;

2. Turizm sohasini tiklash strategiyasida gastronomik turizmning rolini oshirish, multiplikator samaradorligini hisobga olgan holda ishchi o‘rinlari va inklyuziv iqtisodiyotni qo‘llab-quvvatlashni ta’minlash.

Gastronomik turizmni qishloq joylarida sayyohlik oqimini vaqt va makon bo‘yicha vositasi sifatida targ‘ib qilish orqali, gavjum turistik destinatsiyalarga bo‘lgan yuqori talabni diversifikatsiya qilish; Qishloq joylarida gastronomik turizmni rivojlantirish orqali, sohaga innovatsiyalar, zamonaviy texnika-texnologiyalar, yangi tashabbuslar hamda yosh kadrlar jozibali mehnat sharoitlarini yaratib, iqtidorli yoshlarni jalb qilish.

Respublikamiz o‘zining milliy taomlari, pishiriqlari, ichimliklar va tabiiy toza meva-sabzavotlari bilan dunyoga mashhur bo‘lib, yuqorida keltirilgan fikr va tavsiyalar asosida, gastronomik turizmni klaster

asosida tashkil qilish va rivojlantirish zamon talabiga aylanmoqda.

Gastronomik turizmni klaster usulida shakllantirish xususiyatlari, afzal va sayoz tomonlari, ovqatlar assortimenti, narxining arzonlashishi va xizmat koʻrsatish sifatining oshishi, klaster ishtirokchilari oʻrtasida kooperatsiyaning rivojlanishi, qoʻshilgan qiymat zanjirini yaratish yoʻllari va shu kabi boshqa savollarga javob olish maqsadida soʻrovnoma oʻtkazildi.

Soʻrovnoma obyekti sifatida Buxoro shahrida mehmonxonalar ichidagi va mustaqil faoliyat olib boradigan restoran, oshxona, bar, kafe va boshqa ovqatlanish maskanlari, turistlar (mahalliy va xorijiy), oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlovchi xoʻjalik va tashkilotlar, turfirma va turoperatorlar, turizmni boshqarish organlari, gastronomik turizmining infratuzilma tashkilotlari (transport, OTM, bank, sugʻurta va boshqalar) tanlab olindi. Soʻrovnomada jami 200 nafar koʻngillilar ishtirok etishdi (12.1-jadval).

12.1-jadval

Buxoro viloyatida gastronomik turizm klasterini shakllantirish imkoniyatlari boʻyicha oʻtkazilgan soʻrovnoma natijalari

№	Respondentlarga berilgan savollar	Respondentlarning javoblari	Kishi va foiz hisobida
1.	Gastronomik turizmni klaster usulida tashkil etishda Siz uchun muhim xususiyatlardan qaysi biri hisoblanadi?	Harajatlarni kamaytirish va daromadni oshirish	80 (40%)
2.	Gastronomik turizmni klaster usulida tashkil etish orqali turistlar uchun qanday afzalliklarga erishish mumkin deb oʻylaysiz?	Xizmat narxlarining pasayishi va sifatining oshishi	120 (60%)
3.	Gastronomik turizm klasterini shakllantirishning tashkiliy mexanizmi qanday boʻlgani Siz uchun maʼqul?	Klaster davlat tomonidan tashkil qilinsa maqsadga muvofiq boʻladi	100 (50%)
4.	Gastronomik turizm klasterini shakllantirishning iqtisodiy	Klasterni shakllantirishdagi	80 (40%)

	mexanizmi qanday bo‘lsa, muvaffaqiyatli hisoblanadi?	barcha harajatlar davlat tomonidan qoplansa	
5.	Gastronomik turizm klasterining boshqaruv organi kim tomonidan boshqarilsa, samarali va maqsadga muvofiq bo‘ladi?	Davlat boshqaruv organlari tomonidan	100 (50%)
6.	Gastronomik turizm klasterini tashkil qilishda qo‘shilgan qiymat zanjiri (turistik xizmatni yaratish jarayonida o‘z hissasini qo‘shadigan har bir turistik sub’ekt) qanday qilib yaratilishi kerak deb o‘ylaysiz?	Xizmatni tashkil qilishdan uni sayyohga yetkazib berishgacha bo‘lgan davr mobaynida	60 (30%)
7.	Buxoro gastronomik turizm klasterining brendini qanday nomlagan ma’qul?	Yammy Bukhara Cuisine (Yammi Buhara Kuzin)	90 (45%)
8.	Klaster tizimida qanday asosiy gastronomik turizm xizmatlarni taklif qilish mumkin deb o‘ylaysiz?	Milliy taomlarni tayyorlash jarayonida qatnashish va tatib ko‘rish	80 (40%)
9.	Gastronomik turizm klasterida qanday qo‘shimcha xizmatlarni taklif qilish mumkin deb o‘ylaysiz?	Ko‘hna Buxoro shahri bo‘ylab sayohat	80 (40%)
10.	Gastronomik turizm klasterining reklamasini qanday tashkil qilish maqsadga muvofiq bo‘ladi?	Gazeta, jurnal, broshyura, plakatlar va boshqa bosma tarqatma materiallar, internet, ijtimoiy tarmoqlar orqali	140 (70%)

12.4. Xorazm viloyatida gastronomiyaning rivojlanishi

O‘zbek milliy taomlarini tayyorlanish jarayoni va ovqatlanish madaniyati juda uzoq tarixga ega va xalqning ko‘p yillik tajribasiga asoslanadi. Urf-odat va an’nalar hududning iqlim sharoitidan va

mahalliy aholining turmush tarzidan kelib chiqqan holda shakllangan. Har bir hudud aholisi milliy taomlar tayyorlash borasida o‘z uslubiga ega. Ayniqsa Xorazm viloyati o‘zining taomlari va ularni tayyorlashning maxsus uslubi bilan mashhur. Har bir taom o‘zining maxsus ta’miga ega ayniqsa, “Xorazm palovi”, “Tuxum barak”, “Ushoq barak”, “Shivit oshi”, qovurilgan baliq va boshqalar.

Xorazm milliy taomlari O‘zbekistonning boshqa hududlarida tayyorlanadigan taomlardan farq qiladi. Agar siz faqat shu hududga xos Xorazm milliy taomlarini tatib ko‘rishni istasangiz o‘zingiz to‘xtagan mehmonxonaning restoranida yoki atrofda joylashgan boshqa choyxonalarda va mahalliy aholining xonadonlarida tatib ko‘rishingiz mumkin. Menyu odatga ko‘ra qadimiy retseptga asosan tayyorlanadigan milliy taomlardan iborat. Agar choy ichishni istasangiz, albatta choyning navini ayting chunki mahalliy aholi asosan ko‘k choy iste’mol qiladi.



12.7-rasm. O‘zbek milliy taomi

Shivit oshi. Xorazmcha lag‘mon, yashil lag‘mon nomlari bilan dunyo taomnomasiga kiritilgan bu taom voha ahlining yozning jazirama kunlaridagi eng tansiq ovqatlaridan biri hisoblanadi. Shivit oshi o‘zining chiroyli yashil ko‘rinishi va darmondorilarga boyligi bilan boshqa shu turdagi ovqatlardan farq qiladi.

Shu o‘rinda taomning o‘ziga xosligini ta’minlovchi shivit haqida to‘xtalib o‘tamiz. Bu o‘simlik tarkibida temir, kaltsiy, karotin, efir moyi, flavonoidlar, A, V1, V2, RR vitaminlari, fitontsitlar, mineral tuzlar va boshqa moddalar mavjud. U kletchatkaga boy bo‘lgani bois ichaklarni tozalaydi. Shuning uchun ham go‘shtli taomlarga shivit qo‘shiladi. U hazm qilishga yordam beradi va hazm bo‘lmagan taomlar qoldig‘ini tanadan chiqarib tashlaydi.

Qadimdan tabobatda tinchlantiruvchi, el, siydik haydovchi, yo‘tal va yallig‘lanishga qarshi, emizikli onalar sutini ko‘paytiruvchi vosita sifatida tavsiya etilgan. Zamonaviy tibbiyotda shivit o‘tining damlamasi qon bosimini tushiruvchi, yurak-qon tomirlarini kengaytiruvchi xusussiyatga ega ekanligi ilmiy tadqiqotlarda isbotlangan. Shivitdan ko‘kat sifatida foydalanilganda me’da shirasi ajralishi, o‘t haydalishi yaxshilanadi.

Shivit oshi uchun kerakli masalliqlar:

Qaylasiga	**Xamiriga**	**Sousiga**
500 gr go‘sht	1 ta tuxum	100 gr qatiq
2 bosh piyoz	200 gr suv	100 gr smetana
2 ta qizil qalampir	300 gr un	ozroq tuz
2 ta ko‘k qalampir	100 gr yangi uzilgan shivit	
2 ta kartoshka		
2 bo‘lak sarimsoq piyoz		
1 ta kattaroq pomidor		

Oldin xamir tayyorlanadi. Buning uchun shivit yaxshilab yuvilib, go‘shtmaydalagichdan chiqariladi va ustidan bir piyola suv quyiladi. Yoki shivitni mayda qilib to‘g‘rab, ustiga suv quyib blendr yordamida aralashtirish ham mumkin. Tayyor aralashmaga tuxum, tuz va un solinib xamir qilinadi. Xamir yashil va plastilinga o‘xshash shaklda bo‘ladi. 20-30 daqiqa tindirib qo‘yilgach, lag‘mon qalinligida yoyiladi. Yoyilgan xamir rulet qilinib, 1 sm kattalikda kesiladi va qaynab turgan sho‘r suvda 2-3 daqiqa qaynatib olinib, ustidan sovuq suv o‘tiriladi. Alohida idishga qatiq, smetana va ozroq tuz solib yaxshilab aralashtiramiz. Hosil bo‘lgan sous ustiga pishib chiqqan “yashil lag‘mon”ni solib qoramiz.

Shivit oshining qaylasi ham har xil tayyorlashi mumkin. Biz sizga Xorazmda eng koʻp qoʻllaniladigan retseptni taqdim qilmoqdamiz.

Goʻsht maydaroq qilib toʻgʻraladi. Piyoz odatdagiday yarim oy shaklida. Kartoshka, qizil va yashil qalampirlar esa kubikcha qilib. Pomidor qirgʻichdan oʻtkaziladi. Sarimsoqpiyoz maydalanadi. Tavaga oldin goʻsht, goʻsht pishgach piyoz, ustidan pomidor solinadi. Birozdan soʻng kartoshka, sal oʻtib qalampir, sarimsoqpiyoz va ziravorlar solinib, kartoshka pishgunicha dimlab qoʻyiladi. Har bir masalliqdan keyin ozroq tuz solib turishni unutmang.

Qayla tayyor boʻlgach, laganga oldin lagʻmon, ustidan qayla solinib dasturxonga tortiladi.

Ushoq barak. Xorazm taomlari orasida ushoq barak alohida oʻrin tutadi. Bu taom ruslardagi pelmeni, Oʻzbekistonning boshqa viloyatlarida chuchvara nomi bilan mashhur boʻlgan taomga juda oʻxshab ketadi. Ammo ushoq barak tayyorlanish usuli bilan yuqoridagi taomlardan ajralib turadi. Nomidan ham ma’lumki, ushoq barak ushoq, ya’ni mayda, kichkina qilib tugiladi. Ayni shu jihati bilan rus pelmenidan farq qiladi.

Xorazm chuchvarasi-ushoq barak, odatda, chopqida chopilgan qiymadan (Xorazmchasiga “ijjon”dan) tayyorlanadi. Vohada taomning qotiqa barak va shoʻrva barak deb nomlanuvchi ikki turi mashhur. Qotiqa barak, ya’ni qatiqli barakda barakchalar suvda qaynatib olinib, choʻlpida turgan joyida ustidan sovuq suv oʻtkaziladi. Soʻng qatiqqa aralashtirib, sovuq holda iste’mol qilinadi. Shoʻrva barakda esa alohida idishda suyakli goʻsht yoki suyakning oʻzidan qaynatma shoʻrva qilinib, suvda qaynatib olingan baraklar ustiga shu shoʻrvadan solinadi yoki baraklar oldindan tayyorlangan qaynatma shoʻrvada pishiriladi.



12.7-rasm. O‘zbek milliy taomlari

Ushoq barak tayyorlash uchun kerakli masalliqlar:

Xamiriga	**Qiymasiga**
500 gr un	500 gr yog‘li go‘sht (mol yoki qo‘y)
1 ta tuxum	3-4 dona o‘rtacha piyoz
100 gr suv	Tuz, ziravorlar
Tuz	3-4 qoshiq o‘simlik yog‘i

Tayyorlanishi:

Idishga oldin tuxum, suv, tuz, so‘ngra un solinib xamir qilinadi. Xamir sho‘rroq va qattiqroq, ayni paytda cho‘ziluvchan bo‘lgani ma’qul. So‘ngra uni zuvala qilib, sochiq yoki salafan paket bilan yopib 20-30 minutga tindirib qo‘yiladi.

Xamir tingunicha qiyma tayyorlanadi. Qiyma tayyorlash uchun go‘sht o‘rtacha kattalikdagi bo‘laklarga bo‘linadi. So‘ngra 4-5 bo‘lagi chopqiga qo‘yib chopiladi. Go‘sht sal maydalangach, yana 2-3 bo‘lagi solinadi va maydalash jarayoni shu yo‘sinda davom qildiriladi. Maydalash davomida qiymaga oz miqdorda namakob solib turiladi. Shundan so‘ng piyoz ham go‘shtga qo‘shib chopiladi. Bu jarayon 10-15 minut davom qildiriladi.

Agar sizda vaqt kam bo‘lsa go‘sht va piyozni go‘shtmaydalagichdan chiqarishingiz ham mumkin. Maydalangan go‘sht

va piyoz idishga solinib, ta’bga koʻra tuz va ziravorlar qoʻshiladi. 3-4 osh qoshiq oʻsimlik yogʻi ham qiymaga aralashtiriladi.

Shundan soʻng xamir yoyilib, 3x3 sm kattalikda kesib chiqiladi. Ichiga qiyma solinib, baraklar tugiladi. Tugilgan baraklar qaynab turgan tuzli suvga solinib, suv yuzasiga chiqqunicha qaynatiladi. Yuqorida aytilganidek, tayyor baraklar qatiq yoki qaynatma shoʻrva bilan aralashtirib dasturxonga tortiladi.

Osh (Palov)-haqiqiy shinavandalar, omadli kishilar, jangchilar va faylasuflar taomi. Bu taomni sevuvchilarning erkaklardan iboratligi bekorgamas. Umuman haqiqiy oshni faqat erkaklar tayyorlashi mumkin.

Osh toʻgʻridagi ilk ma’lumotlar eramizdan oldingi I-II asrga oid qoʻlyozmalarda keltirilgan. Ayni shu davrda Hindistonda va yaqin sharqda guruch ekib olish madaniyati shakllangan. Umuman olganda, osh taom sifatida yaqin sharqdan kirib kelgan, ammo Oʻrta Osiyoda, xususan, Oʻzbekistonda maxalliy aholining va oshpazlarning kashfiyotchiligi, yangiliklarga oʻchligi hamda oʻz bilim va koʻnikmalarini avloddan-avlodga oʻrgatib kelayotganliklari tufayli osh alohida bir an’anaga va milliy fahrga aylangan.



12.9-rasm. Xorazmcha osh (Palov)

Agar butun kuningizni bir taomni tayyorlashga sarflashga qarshi boʻlmasangiz bu retsept siz uchun.

Tarkibi: 1kg guruch, 1kg go‘sht, 500gr sabzi, 300gr yog‘, 300gr piyoz, tuz va murch.

Go‘shtni katta bo‘laklarga bo‘lib qattiq qizdirilgan yog‘da qovuriladi, keyin yarim parrak holida kesilgan piyoz go‘sht bilan birga tilla rangga kirguncha qovuriladi. So‘ng qozonga biroz suv solib qaynatiladi.

Sabzi tozalanib 1sm kenglik va 5mm qalinlikda kesiladi. Sabzi tuz va ziravorlar bilan birgalikda qozonga solinadi va qozon qopqog‘i mahkam yopilib past olovda 8-10 soat qaynatiladi.

Guruch solingandan so‘ng odatiy oshlarga o‘xshab dimlanadi.

Agar vaqtingiz kam bo‘lsa mol go‘shti o‘rniga tovuq go‘shti solishingiz xam mumkin u holda jarayon 2-3 soat vaqt oladi.

Tuxum barak, qadimiy Xorazm taomi

Xamiriga	Qiymasiga
Yuqori sifatli un-500-600 gr	Tuxum-8 dona
Tuxum-1 dona	O‘simlmk moyi-150 ml
Suv-250 ml	Sut-200-250 ml
	Tuz-tabga ko‘ra

250 gramm sovuq suvga tuxum solinadi, bir choy qoshiq tuz va keraklicha un aralashtirgan holda qattiq xamir qoriladi. Dumaloq holga keltirib 10-15 daqiqa tindiramiz. Bu vaqtda qiymasini tayyorlaymiz, laganchaga tuxumlarni chaqib aralashtiramiz. Aloxida laganchada sut va o‘simlik moyini aralashtiramiz.

Aralashtirilgan tuxumga yog‘ va sutni qo‘shamiz, tuz va tabga ko‘ra ziravorlarni qo‘shib ma’lum muddatgacha aralashtiramiz. Qozonga suv to‘ldirib olovga qo‘yamiz, suv qaynagandan so‘ng tuz solinadi.

Xamirga qaytamiz, uni 1,5-2 mm qalinlikda katta qilib yoyamiz va kerakli shaklda kesamiz. So‘ng bizga sovuq, sho‘r suv kerak bo‘ladi. Sho‘r suv yordamida xamirni ikki cheti mahkam qotirilib konvertlar yasaladi. Qolgan barcha harakatlar suv qaynayotgan qozon yoniga ko‘chiriladi.

Osh qoshiq yordamida qiymani konvert ichiga solamiz ochiq qismini ham biriktirib konvertni qaynab turgan suvga solamiz. Qaynoq suvda tuxum darhol qota boshlaydi 3-4 daqiqa qaynatilgandan so‘ng laganga olamiz va bir-biriga yopishib qolmasligi uchun oldindan tayyorlangan yog‘ni quyamiz.

Bahorda va yozda turli xil ko‘katlar aralashtirishimiz mumkin ya’ni, ismaloqdan tortib ko‘k piyozgacha.

Mazkur taom parxez taom hisoblanib inson organizmi hazm qilish organlari kasalliklarida juda foydali.

O‘zbek milliy taomlarini tayyorlanish jarayoni va ovqatlanish madaniyati juda uzoq tarixga ega va xalqning ko‘p yillik tajribasiga asoslanadi. Urf-odat va an’analar hududning iqlim sharoitidan va mahalliy aholining turmush tarzidan kelib chiqqan holda shakllanadi. Har bir hudud aholisi milliy taomlar tayyorlash borasida o‘z uslubiga ega.

Ayniqsa Xorazm viloyati o‘zining taomlari va ularni tayyorlashning maxsus uslubi bilan mashhur. Har bir taom o‘zining maxsus ta’miga ega. “Xorazm palovi”, “Tuxum barak”, “Ushoq barak”, “Shivit oshi”, qovurilgan baliq va hatto noni ham o‘zgacha. Xorazm milliy taomlari O‘zbekistonning boshqa hududlarida tayyorlanadigan taomlardan farq qiladi[26].

12.5. Qoraqalpoq Respublikasida gastronomiyaning rivojlanishi

So‘nggi yillarda gastronomik turizm dunyo bo‘ylab katta e’tiborga sazovor bo‘lib, turistlar orasida o‘ziga xos trendga aylanib bormoqda. Ushbu turizm turi orqali nafaqat mazali taomlar tatib ko‘riladi, balki milliy madaniyat, urf-odatlar va hayot tarzining chuqur qatlamlari bilan tanishish imkoniyati yuzaga keladi.

Qoraqalpog‘iston Respublikasi boshqa hududlardan o‘zining qal’alari, boy tarixiy va madaniy merosga ega bo‘lishi bilan bir qatorda, o‘ziga xos oshxonasi bilan ham ajralib turadi. Qoraqalpog‘iston gastronomik turizm bo‘yicha hali o‘zining to‘liq imkoniyatlarini ochmagan hududlardan biri hisoblanadi. Faqatgina Ayozqal’a,

[26] https://gujum.uz/salomatlik/qadimiy-xorazmning-milliy-taomlari/?imlo=l

Tuproqqal’a, Qoyqirqilganqal’a va Qizilqal’a kabilar joylashgan hududlardagina turizm faoliyati mavjudligini ko‘rishumiz mumkin.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida” 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-sonli Farmonida belgilangan ko‘rsatkichlarga erishish hamda Qoraqalpog‘iston Respublikasining turizm salohiyatidan samarali foydalanish, ichki va xorijiy turizm bozorlari uchun hududning jozibadorligini oshirish, turizm, madaniy meros, madaniyat va san’at sohalari infratuzilmasini yaxshilash, yangi turizm xizmatlarini joriy qilish, milliy hunarmandchilik mahsulotlari turlarini ko‘paytirish, sohada yangi ish o‘rinlarini yaratish maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qaror qiladi. Ushbu qarorga asosan gastranomik turizmni rivojlantirish uchun turli ko‘rgazmalar va tadbirlar amalga oshirildi[27].

Qoraqalpog‘iston Respublikasi Madaniyat va turizm vazirligi Germaniyaning “Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit-GIZ” tashkiloti bilan yaqindan hamkorlikda Qoraqalpog‘iston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish yuzasidan bir qator ishlar tashkil etilmoqda. Jumladan, ikki tashkilot hamkorligida Qoraqalpog‘iston Respublikasini noyob sayyohlik yo‘nalishi sifatida namoyon etuvchi “2023-2026-yillarda Qoraqalpog‘iston Respublikasida turizmni barqaror rivojlantirish” strategiyasi ishlab chiqildi. Qoraqalpog‘iston Respublikasining strategik maqsadi-turizm mahsulotlarini diversifikatsiya qilish va xizmatlar sifatini ko‘tarish, infratuzilmani yaxshilash, yangi sayyohlik yo‘nalishlarini yaratish, eksportni oshirish va tashqi turizm bozorlarida targ‘ibot ishlarini olib borish, yangi ish o‘rinlarini yaratishga yo‘naltirilgan.

Shuningdek, Qoraqalpog‘iston hududida mehmonxonalar tizimini diversifikatsiya qilish, ya’ni hududda yulduz toifali, shu jumladan, 4 va 5 yulduzli mehmonxonalarni tashkil etish, mahalliy va xorijiy turistlar uchun transport-logistika tizimini yaxshilash, xususan, mahalliy hamda xorijiy avia/temir yo‘l qatnovlarni tashkil etish hisoblanadi. Kelgusida Qoraqalpog‘istonni mamlakatning turizm shaharlari, jumladan, Xiva,

[27] https://lex.uz/uz/docs/-6212913

Buxoro va Samarqand shaharlari bilan transport aloqalarini o‘rnatish belgilandi. Bundan tashqari, tajriba va bilimga ega bo‘lgan ingliz, rus, nemis, fransuz, italyan, turk, ispan tillarida so‘zlashuvchi gidlarni tayyorlash, turizm sohasida kasb-hunar va oliy ta’lim sifatini oshirish, ushbu hududda turistlarning qolish davomiyligi (tunash) va ular tomonidan sarflanadigan xarajatlarni yiliga o‘rtacha 7-10%ga oshirish, 2026-yilga kelib esa Qoraqalpog‘istonga keluvchi xorijiy turistlar sonini 180000 (2022-yilda 50 ming) va mahalliy turistlar sonini 1 million nafarga yetkazish (2022-yilda 552 ming), turizm xizmatlari eksportini 13,5 dan 60 million dollarga yetkazish, joylashtirish vositalarida xonalar sonini 1005 tadan 1905 taga yetkazish rejalashtirilgan. Xususan, eko, etno, madaniy-tarixiy, ziyorat, arxeologik, gastronomik va safari turizm yo‘nalishida yangi mahsulotlar yaratish hamda turistik dasturlar ishlab chiqish, Xorazm viloyati bilan qadimiy qal’alar bo‘ylab turizm marshrutini rivojlantirish, Sovetsky muzeyi, Orol dengizi, Sudochye ko‘li va Ustyurt platosi imkoniyatlaridan samarali foydalanib, marketing choralarni ko‘rish va xalqaro sayyohlik platformalarida Qoraqalpog‘iston turizm mahsulotlarini joylashtirish ko‘zda tutilgan [28].

Ushbu imkoniyatlardan kelib chiqib, Qoraqalpog‘istonda boshqa turizm turlari kabi gastronomik turizmni ham rivojlantirish ushbu hudud uchun yana bir imkoniyatlar eshigini ochadi deb hisoblaymiz. Ma’lum bir hududda gastronomik turizmni rivojlantirishdan maqsad, turistlarning ma’lum bir mamlakat yoki hududga sayohat qilishi asnosida, o‘sha hududning milliy oshxonasi va ovqatlanish madaniyati bilan ham yaqindan tanishishidir. Gastroturistlar birinchi navbatda, madaniyatning ajralmas qismi hisoblangan milliy va an’anaviy taomlarni, uning tayyorlanish jarayonini, dasturxonga tortish usullari-yu, madaniyatini, ovqatlantirish tartib-qoidalarini ko‘rish va bilish barobarida, sayohat qilayotgan davlatining tarixi, urf-odatini hamda mahalliy aholining e’tiqodlarini o‘rganishadi. Turistlar o‘zga yurtdagi yoki mintaqadagi an’anaviy taomlar, milliy oshxonasining pishirish usullari, texnologiyasi, taom uchun ishlatiladigan masalliqlar va ovqatlanish madaniyatini o‘rganishni xohlashadi.

[28] https://yuz.uz/uz/news/qoraqalpogiston-turizmini-rivojlantirish-strategiyasi-taqdim-etildi

Qolaversa, gastronomik turizm orqali o‘sha joyning tarixiy, diniy va madaniy qadriyatlarini chuqurroq anglashlari, klassik turistik joylardan tashqari, chekka qishloqlar, fermer xo‘jaliklari, mahalliy bozorlarga borish orqali o‘ziga xos sayohatni kashf qilishlari, mahalliy oshpazlar, fermerlar, kichik oshxonalar faoliyati bilan tanishishlari hamda turli millat vakillarining bir hududda yashashlari natijasida oshxona madaniyatining uylashlashgani, turli urf-odatlarni gastronomik turizm orqali bilishlari har bir turistga katta taassurot qoldira oladi.

Hozirda O‘zbekiston Respublikasida turizmning yangi tarmoqlarini rivojlantirishga katta e’tibor qaratilmoqda. Ayniqsa, gastronomik turizm, ya’ni turistlarning milliy taomlar, ovqatlanish madaniyati va pazandachilik an’analari bilan tanishish istagi tobora ortmoqda. Bu borada Qoraqalpog‘iston Respublikasi o‘zining betakror oshxona madaniyati, ekologik toza mahsulotlari va qadimiy an’analari bilan ajralib turadi. Chunki Qoraqalpog‘iston Markaziy Osiyoning boy tarixi, madaniyati va an’analariga ega qiziqarli mintaqasi hisoblanadi.

Bugungi kunda respublikaning turizm bozorida 67 turoperatorlar, turli yo‘nalishlar va qiziqarli ekskursiyalarni taklif qiluvchi 13 turagentlik muvaffaqiyatli faoliyat yuritmoqda. 112 ta joylashtirish punkti turizm infratuzilmasining muhim qismi bo‘lib, ular orasida 30 ta zamonaviy mehmonxona, 28 ta shinam xostel, 3 ta mehmon uyi va 51 ta xususiy uylar tashrif buyurgan turistlarga xizmat qilmoqda. Ushbu xizmat ko‘rsatuvchi korxonalarning har biri mahalliy va xorijiy turistlar uchun iliq qabul va qulay dam olishni ta’minlashga tayyor. Bu esa ushbu mintaqa mehmonlariga qoraqalpoq mehmondo‘stligining haqiqiy haroratini his qilish uchun noyob imkoniyat bera oladi.

2024-yilda Qoraqalpog‘iston Respublikasi 200,7 ming xorijiy turist va 2 milliondan ortiq o‘zbekistonliklarni qabul qildi, bu esa ushbu ajoyib olis hududga qiziqish ortib borayotganini ta’kidlaydi. Turistik toifasidagi transport vositalari soni 123 taga yetdi, bu esa mintaqaning chekka hududlari bo‘ylab sayohatning mobilligi va qulayligini sezilarli darajada oshiradi. Ichki turizmni tashkil etish doirasida 240 mingta turistik safari amalga oshirilgan bo‘lib, bu mamlakat aholisi ona

yurtining milliy merosi va go‘zalligini kashf etish istagidan dalolat beradi.

Madaniy boylik uchun hududda 94 ta madaniy meros obyekti, 35 ta ziyoratgoh, 12 ta muzey va 3 ta teatr mavjud bo‘lib, ular turistlarga Qoraqalpog‘iston tarixi va madaniyati haqida so‘zlaydi.

So‘nggi yillarda respublikada turizm sohasi jadal rivojlanib, 2024-yil bu jarayonda muhim bosqich bo‘ldi. Yilning yutuqlarini bir nechta asosiy yo‘nalishlarga kiritish mumkin. Avvalo, ekoturizm va madaniy merosga e’tibor kuchaydi. Respublika mahobatli kanonlar va bepoyon qumtepalardan bahramand bo‘lishni xohlovchi turistlarni o‘ziga jalb qiladi. Yangi turistik marshrutlar ishlab chiqilib, turistlar e’tiborini jalb qilish bilan birga, mahalliy aholiga o‘z an’ana va urf-odatlarini taqdim etish imkonini berdi. Yarmarkalar, festivallar va ko‘rgazmalar mehmonlarni qoraqalpoqlarning an’anaviy madaniyati muhitiga kiritish, hudud hunarmandchiligi, milliy taomlari va folklori bilan yaqindan tanishish imkonini berdi. Ushbu sa’y-harakatlar Qoraqalpog‘istonga yangi kashfiyotlar va hamkorlik uchun eshiklarni ochadigan jozibador turistik yo‘nalish sifatida qiziqishning ortishiga yordam berdi.

Xalqaro aloqalar va turizm salohiyatini targ‘ib qilish sohasida ko‘plab muhim tadbirlar amalga oshirildi. Qoraqalpog‘iston Respublikasi delegatsiyasi Germaniyaning Berlin shahrida bo‘lib o‘tgan “ITB Berlin-2024” xalqaro turistik yarmarkasida ishtirok etdi. Ushbu nufuzli tadbirda mamlakatimizdagi bir qancha turistik korxonalari o‘z imkoniyatlarini namoyish etdi. Germaniya xalqaro hamkorlik jamiyati (GIZ) bilan hamkorlik doirasida mintaqaning turizm sohasini rivojlantirish uchun yangi ufqlarni ochadigan muhim xalqaro aloqalar o‘rnatildi.

“Mo‘ynoq ralli-2024” avtomobil musobaqasi Mo‘ynoq tumani va Ustyurt platosining xushmanzara kengliklarida bo‘lib o‘tdi. Tadbir davomida ishtirokchilar uchun press-turlar tashkil etilib, ommaviy axborot vositalarida faol yoritilishiga xizmat qildi. Musobaqa nafaqat poygachilarning mahoratini namoyish etdi, balki mintaqaning noyob tabiiy landshaftlariga e’tiborni qaratdi.

“STIXIYA” festivali Mo‘ynoq tumanida bo‘lib o‘tdi va unda 5 mingdan ziyod mahalliy va xorijiy mehmonlar ishtirok etdi. Ushbu yorqin musiqiy tadbirda O‘zbekiston, Qozog‘iston, Qirg‘iziston, Yevropa (asosan, Germaniya, Angliya va Fransiya), shuningdek, Gruziya, Tojikiston, Xitoydan 70 nafar iste’dodli musiqachi ishtirok etdi. Festival turli musiqiy yo‘nalishlar va an’analarni birlashtirgan ko‘p madaniyatli platformaga aylandi va tomoshabinlarga unutilmas taassurotlarni taqdim etdi[29].

Qoraqalpog‘iston poytaxti Nukus shahrida hududning madaniy va turistik merosi ramziga aylangan “Oq qush” noyob turistik majmuasi ochildi. Majmua hududida eng katta diametri 40,5 metr bo‘lgan “qoraqalpoq o‘tovi” qurilgan bo‘lib, u rasman Ginnesning rekordlar kitobiga kiritilgan. Ushbu ta’sirchan me’moriy loyiha nafaqat mehmonlar e’tiborini tortadi, balki qoraqalpoq xalqining an’anaviy merosining yorqin madaniy ramzi bo‘lib xizmat qiladi, uning urf-odatlari va an’analarini aks ettiradi, shuningdek, zamonaviy realiyalar va asriy an’analar o‘rtasidagi uyg‘unlikni namoyish etadi.

Venetsiyada mashhur rossiyalik teleboshlovchi Valdis Pelshning “Quyosh ovchilari” hujjatli filmi ijaraga berildi. Film Yevropa tomoshabinlari uchun haqiqiy kashfiyot bo‘lib, I.V.Savitskiy nomidagi Qoraqalpog‘iston davlat san’at muzeyiga e’tibor qaratdi. Har kuni minglab turistlarni quvontiradigan ushbu muzey mintaqaning noyob san’at asarlari va madaniy merosini saqlab qolgan haqiqiy xazinadir. Shuningdek, filmda Qoraqalpog‘iston badiiy merosini asrab-avaylash va ommalashtirishga beqiyos hissa qo‘shgan, shu tariqa san’at ixlosmandlarining ko‘plab avlodlari uchun san’at olamiga eshik ochgan uning asoschisi Igor Savitskiy shaxsi ham yorqin yoritilgan.

Respublikada turizm infratuzilmasini rivojlantirish va yangi qiziqarli yo‘nalishlarni yaratish maqsadida respublikaning xushmanzara Taxtako‘pir tumanida “Karateren” ekoturistik majmuasi o‘z eshiklarini ochdi. Majmua mehmonlarga yuqori darajadagi qulaylik va unutilmas taassurotlarni ta’minlaydigan 15 turdagi sifatli xizmatlarni taklif etadi. “Karateren”da turistlar nafaqat tabiat go‘zalligidan, balki mintaqaning

[29] https://karakalpakstan.travel/media-and-resources-22/?lang=uz

boy madaniy merosidan bahramand boʻlishlari mumkin boʻlgan, shinamlik va mehmondoʻstlik muhitiga choʻmgan dam olish maskaniga aylandi.

2024-yildagi muvaffaqiyatlar oldinga dadil harakatlanish uchun mustahkam asos boʻlib, 2025-yil uchun yorqin istiqbollarni ochib berdi. Ellikqal'a tumanidagi koʻrkam Oqchakoʻl koʻli boʻyida turistik-rekreatsion zona tashkil etish boʻyicha keng koʻlamli ishlar davom ettirilmoqda. Ushbu loyiha nafaqat mintaqaning turizm salohiyatini sezilarli darajada mustahkamlashda, balki tashrif buyuruvchilar uchun dam olish va hordiq chiqarish uchun keng imkoniyatlar ochishda ham katta ahamiyatga ega. Yangi majmua tabiatni sevuvchilar va faol dam oluvchilar uchun diqqatga sazovor joy boʻlib, unutilmas taassurotlar va atrof-muhitda toʻlaqonli tiklanish uchun turli imkoniyatlarni taqdim etadi. Shuningdek, bu yerda madaniy boyish va mahalliy an'analarning boy merosi bilan tanishish uchun qulay sharoitlar yaratiladi. Tashrif buyuruvchilar mahalliy xalq urf-odatlari, hunarmandchiligi va san'atini kashf etib, mintaqaning noyob madaniyati muhitiga shoʻngʻib ketishlari mumkin, bu esa ularning bu yerda boʻlishini haqiqatan ham unutilmas qiladi.

Nukus shahrida yangi 5 yulduzli mehmonxonaning qurilishi turistlar oqimini koʻpaytirish va xizmat koʻrsatish sifatini oshirishga qaratilgan asosiy loyihalardan biridir. Ushbu ulkan loyiha mintaqaning zamonaviy turistik qiyofasini yaratishga hissa qoʻshadigan jozibador turizm infratuzilmasini yaratish yoʻlida yana bir qadam boʻlib, respublika mehmonlariga yuqori sifatli xizmat koʻrsatishni ta'minlaydi. Xalqaro standartlarga javob beradigan yuqori sifatli xizmat va qulayliklarni taklif qila oladigan zamonaviy mehmonxona majmualarini ishlab chiqish rejalashtirilgan.

Ichki turizmni faol rivojlantirishga ham alohida e'tibor qaratilib, respublika aholisiga oʻz mamlakatining ajoyib goʻshalarini oʻrganish uchun imkoniyatlar yaratiladi. Oʻzining noyob madaniy an'analari va tabiiy boyliklarini asrab-avaylagan holda, respublika Markaziy Osiyodagi eng jozibador turistik yoʻnalishlaridan biriga aylanishga ishonch bilan harakat qilmoqda, har bir turistga ushbu ajoyib

mintaqaning betakror muhiti bilan tanishish imkoniyatini taklif qilmoqda.

Bugungi kunda O‘zbekiston va Qoraqalpog‘iston Respublikalarida turizm faoliyatiga jiddiy e’tibor qaratilayotganligi va jadal rivojlanayotganligini yuqoridagi ma’lumotlar orqali bilish mumkin. Hududlarda tarixiy-madaniy turizm, ziyorat turizmi, ekologik turizm, safari turizmi kabi gastronomik turizm turiga ham e’tibor kuchayib bormoqda. Ayniqsa, qoraqalpoq gastronomiyasi boshqa hududlardan milliy taomlarining turlari, pishirish texnologiyasi, ishlatiladigan mahsulotlari, o‘z an’analariga sodiq qolgan holda dasturxonga tortiq qilishi bilan ajralib turadi. Qoraqalpoq oshxonasi o‘zi kabi sirli va jozibalidir, shuning uchun ham qoraqalpoq oshxonasi o‘ziga xosligi bilan ajralib turadi. Ayniqsa, ko‘plab xorijlik turistlar uchun ushbu hudud tabiiy go‘sht mahsulotlari va shubatsifat ichimliklarni sinab ko‘rishga xizmat qiladigan nuqtalardan biridir. Mintaqada yetishtiriladigan sabzavotlar, go‘sht va sut mahsulotlari sun’iy o‘g‘itlarsiz yetishtiriladi. Bu esa sog‘lom ovqatlanishga e’tibor beradigan turistlar uchun muhim hisoblanadi.

Qoraqalpog‘iston hududida gastronomik turizmni rivojlantirishga Orolbo‘yi mintaqasining tabiiy iqlimi, xalqning yashash tarzi va tarixiy omillari bilan uzviy bog‘liqligi alohida ahamiyat kasb etadi. Mahalliy aholining taomnomasida shubat, qo‘y go‘shtidan tayyorlangan dimlama, beshbarmoq, qovurdoq va bug‘lama baliq kabi maxsus taomlari mavjud. Jumladan, har yili Nukusda va boshqa tumanlarda o‘tkaziladigan pazandachilik festivallari, masalan, “Oshning ko‘rki” yoki “Qoraqalpoq taomlari haftaligi” turistlar oqimini oshiruvchi asosiy yo‘nalish deyish mumkin. Shunga qaramasdan, gastronomik turizm rivojiga ba’zi omillarning ta’sirini alohida ajratib ko‘rsatish muhim:

- Mahalliy aholining mehmondo‘stligi, milliy an’analarga hurmati va urf-odatlari turistlar uchun muhim jihat hisoblanadi. Ammo ayrim hollarda pazandachilik sirlarining faqat oilaviy doirada saqlanishi tajriba almashishga to‘sqinlik qilishi mumkin. Orol dengizining qurib borishi va uning atrof-muhitga salbiy ta’siri Qoraqalpog‘iston gastronomik resurslariga ham ma’lum darajada salbiy ta’sir

koʻrsatmoqda. Ayniqsa, baliq mahsulotlarining kamayishi natijasida mahalliy taomlarni xorijiy auditoriyaga tanishtirilishi yetarlicha tashkil etilmayapti;

- Gastronomik sayohatlarni samarali tashkil etilishi uchun maxsus marshrutlar va an’anaviy tadbirlarning kamligi yana bir omil sifatida aytish mumkin. “Qoraqalpoq taomlari yoʻli” Nukusdan Moʻynoqgacha boʻlgan gastronomik yoʻnalish, har yili oʻtkaziladigan taomlar festivali: “Kespe kuni”, “Shalma sayli” kabi tadbirlarda turistlar uchun master-klasslar, milliy taomlar tayyorlash tanlovlari oʻtkazilishiga qaramay hududning butun salohiyatini namoyish qila olmayapti.

Bundan tashqari, hozirgi yoshlar orasida milliy taomlarga nisbatan qiziqish susayib borayotgani hayratlanarli, albatta. Har bir tumanda kichik gastronomik yoʻnalishlar tashkil qilinsa, turistlar oʻsha joyda qolib, mahalliy aholi bilan birga taom tayyorlashni, uni tatib koʻrishni istashadi. Bu esa aholi uchun qoʻshimcha daromad, yoshlar uchun esa ish oʻrinlari degani. Bundan tashqari, ekologik jihatdan toza, mahalliy mahsulotlardan foydalanish zamonaviy turistlar uchun muhim. Hozirda dunyo boʻylab “organik taomlar” trendlari bor, biz esa buni allaqachon qishloqlarda sinab koʻrganmiz, faqat uni toʻgʻri koʻrsata olishimiz lozim. Gastronomik festivallar, pazandachilik ustaxonalari, hatto ijtimoiy tarmoqlarda milliy oshxonamizni targʻib qilish orqali biz juda katta auditoriyani qamrab olsak boʻladi. Lekin bunga faqat davlat emas, xalq ham ishtirokchi boʻlishi kerak. Hamma birlashsa, Qoraqalpogʻiston gastronomiyasi Oʻzbekistonning eng qiziqarli turistik yoʻnalishlaridan biriga aylanishi mumkin.

Bugungi kunda Qoraqolpogʻiston Respublikasi hududlariga turistlarning tashrifi hududning madaniyati, tarixi va hayot tarzini chuqurroq oʻrganish imkonini beradi. Ayniqsa, koʻplab turistlar nafaqat takrorlanmas qoraqolpoq qal’alari-yu tarixiy yodgorliklarini koʻrishni istaydi, balki oʻsha hududning oʻziga xos betakror taomlarini tatib koʻrishni, pazandachilik an’analarini oʻrganishni va mahalliy oshpazlar bilan bevosita muloqot qilishni, shu bilan birga animatsion dasturlarni gastronomik turizm turi bilan bevosita bogʻlashlarini xohlashadi.

Qoraqalpoq xalqining oshxonasi asosan ekologik toza, tabiiy

mahsulotlarga asoslangan boʻlib, asrlar davomida shakllangan an’analarga tayanadi. Qoraqalpoq milliy oshxonasi boshqa hududlar oshxonasidan taomlarning keng assortimenti, nomlanishi, koʻrinishi, tayyorlanish texnologiyasi, ishlatiladigan masalliqlari hamda qoraqalpoqcha nomlanishi bilan ajralib turadi.

Qoraqalpoq oshxonasi Amudaryo va Orolboʻyi mintaqasining tabiiy iqlimi, xalqning yashash tarzi va tarixiy omillari bilan uzviy bogʻliqdir. Mahalliy aholining taomnomasida qoʻy, tuya, qoramol goʻshtlaridan tayyorlanadigan taomlardan shubat, qoʻy goʻshtidan tayyorlangan dimlama, beshbarmaq, qovurdoq kabi maxsus taomlar, qoʻlda tayyorlanadigan nonlar, masalan, tandir nonlari, qoraqalpoq baliqli taomlaridan boʻlgan buglama kabi taomlar hamda sut mahsulotlaridan tayyorlanadigan qaymoq, ayron, qurut, suzma, mahalliy oʻsimliklar va ziravorlardan, masalan, shuvoq, yantoq, bargli choylar muhim oʻrin tutadi. Qazi, qurt, boʻrek, kuymaq kabi taomlar esa allaqachon mehmonnavozlik ramziga aylangan.

Goʻshtli taomlar uchun asosan mol goʻshti, qoʻzichoq, tuya, ot goʻshti, quyon va parranda goʻshtlaridan foydalaniladi. Qoʻzi va mol goʻshtidan tayyorlangan taomlari esa juda mashhur. Qoraqalpoqlar musulmon xalq boʻlganligi sababli choʻchqa goʻshti tanovul qilishmaydi. Taom tayyorlash uchun ishlatiladigan don, bugʻdoy uni, tariq, guruch, loviya, joʻxori kabi masalliqlar qoraqolpoq oshxonasining ajralmas mahsulotlari sifatida e’tirof etiladi. Taomlarida kartoshka va sabzavotlar koʻproq ishlatiladi. Taomlari asosan qovurish va pishirish yoʻli bilan tayyorlanadi.

Qoraqalpoq oshxonasining asosini koʻproq qovurilgan goʻsht va qaynatilgan xamir aralashmasidan iborat taomlar tashkil etadi. Deyarli barcha taomlar bugʻdoy va joʻxori unidan tayyorlangan dumaloq nonlar bilan birga iste’mol qilinadi. Ovqatlanish davomida choy tortiq qilinadi. Bular asosan sutli, yashil yoki qora choy turlaridir. Bu odat oʻrta asrlarda koʻchmanchilar orasida keng tarqalgan boʻlib, bugungi kunda u nafaqat qoraqalpoqlar, balki oʻzbek, qozoq, turkmanlar va qirgʻizlar orasida ham mavjud.

Qoraqalpoq oshxonasi koʻplab Oʻrta Osiyo xalqlari: oʻzbeklar, turkmanlar, qozoqlar oshpazlik san'atining qiziqarli aralashmasidir. Markaziy Osiyoning boshqa koʻplab xalqlari qatori qoraqalpoqlar ham palov, shoʻrva, manti, kabob, somsa, lagʻmon, moshkichiri, moshxoʻrda, chuchvara kabi boshqa koʻplab sharq xalqlariga oid boʻlgan milliy taomlarni pishirib keladilar. Albatta, qoraqalpoq oshxonasining oʻziga xos xususiyatlari ham inobatga olinadi. Masalan, an'anaviy taomlaridan gurtik, shaule (shavla), kespas, boʻrek (chuchvara), aksaulak, karma, goʻje, qovurdoq, qatiqli shoʻrva, ugra (lapsha), chalop qatiq asosidagi sovuq shoʻrva, shavlakirmish, goʻsh nan, zagara nan (zogʻora non) va boshqalarni aytish mumkin[30].

Qoraqalpoqlarning eng keng tarqalgan milliy taomlaridan biri juveri gurtik (joʻxori unidan tayyorlangan beshbarmoq) va may gurtik (sariyogʻli beshbarmoq)dir. Bu taomlar qadimiy taom boʻlsa-da, uni hozirgacha koʻplab qoraqalpoq ayollari tayyorlashadi. Shunisi ma'lumki, koʻpchilik ushbu taomni odatda beshbarmoq bilan adashtirib yuborishadi[31].

Bugʻdoy unidan katta xamirli chuchvara tayyorlash faqat qoraqalpoq oshxonasiga xos boʻlib, boshqa turkiy xalqlarda, xususan, qozoq, qirgʻiz va boshqirdlarda uchramaydi.

Qimiz-ot sutidan olinadigan an'anaviy ichimlik turi hisoblanadi. Tuya suti juda mazali va toʻyimli sut mahsulotidir. Oppoq, bir oz shirinroq ta'mga ega boʻlgan tuya suti jonzotning qanday ozuqa bilan oziqlangani va ichgan suvining sifatiga qarab uning mazasi oʻzgarib turishi mumkin.

Izlanishlarimiz asosida quyidagi 12.3-jadvalda qoraqalpoqlarga xos boʻlgan milliy taomlaining ayrimlari bilan tanishish maqsadida taomlar roʻyxatini tuzib chiqdik. Ushbu jadvaldagi ma'lumotlarda milliy taomlarning nomi va tayyorlanish jarayonlari haqidagi ma'lumotlar keltirib oʻtilgan.

[30] https://uz.wikipedia.org/wiki/Qoraqalpoq_oshxonasi
[31] https://uz.wikipedia.org/wiki/Jo%CA%BBxori_gurtik

12.3-jadval

Qoraqalpoq milliy oshxonasida tayyorlanadigan milliy taomlar[32]

№	Taomlar nomi	Tayyorlanish texnologiyasi
1.	**Shalma**	Bug‘doy va go‘shtdan tayyorlanadigan sho‘rva turlaridan biri bo‘lib, ko‘pincha bayramlarda tayyorlanadi va iste’mol qilinadi.
2.	**Kespe**	Qo‘l bilan yoyiladigan lapshali sho‘rva bo‘lib, ayniqsa, qish oylarida sevib iste’mol qilinadigan taomlardan biridir.
3.	**Juveri gurtik**	Qoraqalpoq oshxonasining jo‘xori unidan tayyorlanadigan milliy taomi. U Qoraqalpoq oshxonasida keng tayyorlanadigan taom sirasiga kiradi. Taomni odatda beshbarmoq bilan adashtirib yuborishadi. Jo‘xori gurtikni tayyorlashda asosan un va maxsus yormadan foydalaniladi. Un Qoraqolpog‘iston hududida barqaror o‘simlik bo‘lgan jo‘xori donidan tayyorlanadi. Taom uchun maydalanib yumaloq shaklga keltirilgan piyoz, kartoshka va sabzi qo‘shilgan go‘sht aralashmasi kerak bo‘ladi. Bu taom bir qarashda chuchvaraga o‘xshab ketadi. Jo‘xori gurtik asosan qo‘zichoq yoki kurka go‘shti aralashmasidan hozir bo‘lgan masalliqni jo‘xori unidan tayyorlangan tanga shaklidagi xamirni tugish orqali pishiriladi[33].
4.	**May gurtik**	Sariyog‘li beshbarmoq
5.	**Palau**	Qoraqalpoqcha palov, o‘ziga xos yog‘, guruch va go‘sht bilan tayyorlanadi
6.	**Dimlama**	Qo‘y go‘shtidan tayyorlangan

[32] Muallif tomonidan ma’lumotlar asosida qayta ishlangan.
[33] https://uz.wikipedia.org/wiki/Gurtik

7.	**Beshbarmak**	Beshbarmoq atamasi pazandachilik bilan bog‘liq ekzotik so‘zlarning katta guruhidan olingan tushuncha bo‘lib, “besh barmoq” degan ma’noni anglatadi, chunki ko‘chmanchilar an’anaviy ravishda bu taomni qo‘llari bilan iste’mol qilganlar. Bu taom qirg‘iz, qozoq va boshqa ba’zi xalqlarda keng tarqalgan, “mayda tug‘ralgan go‘sht bo‘laklari va bulondan quyilgan xamir” ma’nosini bildiradi. Beshbarmoq qozoqchada narin, qoraqalpoqchada turama, qirg‘izlarda beshbarmak, Markaziy Osiyo oshxonasiga mansub taomdir. U Shinjon, O‘zbekiston, Qirg‘iziston va Qozog‘istonda norin, Qoraqalpog‘iston, Shimoliy Kavkaz va Turkmanistonda turama yoki dograma, Boshqirdiston va Tataristonda kullama nomlari bilan ham tanilgan. Bu Qirg‘iziston, Qoraqalpog‘iston va Qozog‘istonning asosiy milliy taomlaridan biridir[34].
8.	**Durama**	Qoraqalpoqlarning eng mashhur an’anaviy go‘shtli taomi durama (turama-maydalash so‘zidan olingan) bo‘lib, u mayda to‘g‘ralgan ko‘p go‘shtli taomlar sirasiga kiradi. Taom uchun asosan bug‘doy unidan foydalaniladi. Qaynatilgan go‘shtni odatda katta yoshli erkaklar, ichaklarni esa boshqa ishtirokchilar maydalaydilar. Shundan so‘ng, mayda to‘g‘ralgan go‘sht va ichaklar aralashtiriladi. Uch va undan ortiq kishiga bir kosadan durama tortiladi, ustiga sho‘rva quyiladi. Turamaga bulondan tashqari, ba’zan duzliq ziravori beriladi. Bu maydalangan piyozning sho‘rva yog‘i bilan aralashmasi hisoblanadi.

[34] https://uz.wikipedia.org/wiki/Beshbarmoq

		Durama boshqa O‘rta Osiyo mamlakatlari pazandachiligiga xos bo‘lmagan noyob qoraqalpoq taomidir. Ushbu taom boshqa xalqlarda masalan, no‘g‘ay turamasi, qozoq norini, o‘zbek norini kabilarga o‘xshatish mumkin. Bu taom o‘z navbatida beshbarmoqning boshqa turi hisoblanadi[35].
9.	**Shurpa (go‘shtli sho‘rva)**	Qoraqalpoqcha tayyorlanadigan sabzavotli, go‘shtli mazali sho‘rva
10.	**Kuyrdak**	Jigar, yurak va boshqa ichki organlardan tayyorlanadigan issiq taom.
11.	**Baqsima**	Go‘shtli guruchli taom, sovuq shaklda ham tortiladi
12.	**Do‘lma**	Do‘lma turkiy so‘z bo‘lib “to‘ldirilgan” yoki “biror bo‘shliqni egalla” degan ma’noni anglatadi. Mol yoki qo‘y go‘shtining lahm joyidan kesib olinib, mayda to‘g‘rab yoki qiymalab, ba’zida guruch qo‘shib, karam, bolgar qalampiri, qovoq, pomidor, tok bargi, baqlajon, charvi do‘lma, ismaloq do‘lma, tuxum do‘lma, bedana do‘lma, jigar do‘lma, sabzavotli do‘lma kabilardan birining ichiga qiymani solib, bug‘lab yoki dimlab tayyorlanadigan quyuq taom hisoblanadi. Asosan Yaqin Sharqda va uning atrofida Bolqon, Kavkaz, Rossiya va Markaziy Osiyo kabi hududlarda iste’mol qilinadi. 2017-yilda Ozarbayjon Respublikasi do‘lmani YuNESKOning nomoddiy madaniy merosi ro‘yxatiga kiritdi. Aslida bu taom bulg‘or, rumin, venger oshpazligiga taalluqli bo‘lib, bizga rus va Kavkaz oshxonasi ta’sirida XX asrning 30-40-

[35] https://uz.wikipedia.org/wiki/Qoraqalpoq_oshxonasi

		yillarida rus pazandaligi orqali kirib kelgan va o‘sha yillardan e’tiboran O‘zbekistonda bulg‘or garmdorisi ham ekila boshlangan. Tansiq taomligi shundaki, u yoz va kuz oylarida to‘ylarda, bayramlarda aziz mehmon dasturxoniga atab tayyorlanadi[36].

Birlashgan Arab Amirliklari va O‘rta Osiyoda tuya suti shifobaxsh xususiyati bilan qadimdan mashhur. Arablar tuya sutini har kuni iste’mol qilishadi. Undan qimiz, pishloq, hatto muzqaymoq va kakao tayyorlanadi.

Eramizdan 2000 yil avval Arabistonda tuyalar qo‘lga o‘rgatilib, xonakilashtirilgan. Shundan beri uzoq vaqt suvsizlikka chidamli, beminnat yuk tashuvchi, go‘shti va suti, juni bilan qadrlanadigan ikki yoki bir o‘rkachli tuyalar insonning eng yaqin hamrohiga aylandi. Cho‘lu biyobonda savdogarlar karvonini betalofat qum bo‘ronlari va qishning izg‘irini, yozning jaziramasidan bepisand manzilga etkazgani uchun tuyani odamzod “sahro kemasi” ham deb atay boshladi. Sahroda asosan tuyalar yantoq bilan oziqlanishadi. Bu cho‘l o‘simligi ham shifobaxsh xususiyatga ega. Uning tarkibida juda ko‘p miqdorda mineral va biologik faol moddalar mavjud[37].

Marketing ishlari yetarli bo‘lmaganidan gastronomik turizm salohiyati to‘liq ochilmayapti. Masalan, shubat yoki qovurdoq haqida xorijliklar bilmaydi. Yaxshi fotosuratlar, videolar va ingliz tilidagi broshyuralar bilan bu muammoni hal qilish mumkin. Turistlar uchun qulay transport vositalari va logistika xizmatlari yetarlicha rivojlanmagan. Ayrim gastronomik joylarga borish uchun katta masofa bosib o‘tishga to‘g‘ri keladi, bu esa turizm oqimini kamaytiradi.

Qoraqalpog‘iston Respublikasida gastronomik turizmni rivojlantirish uchun quyidagilarni xulosa qilish mumkin:

- Mahalliy taomlarni xalqaro darajada targ‘ib qilish, pazandachilik maktablarini ochish hamda gastronomik marshrutlarni

[36] https://uz.wikipedia.org/wiki/Do%CA%BBlma
[37] https://shifo.uz/article/tuya-suti-tabiatning-tansiq-ne-mati-yoki-uning-turli-xastaliklarda-qo-llanishi-xususida

yaratish. Har bir taomning tarixi, tayyorlanish jarayoni va madaniy kontentini tavsiflovchi broshyuralarni ishlab chiqish;

- Gastronomik turizmning barqaror rivojlanishi uchun mahalliy aholining faol ishtiroki juda muhim bo‘lib, aholining ayollar qatlami, ayniqsa, pazandachilik san’atiga ega bo‘lgan uy bekalari turistik xizmatlar ko‘rsatishda faol ishtirok etishlari mumkin. Bu esa bir tomondan iqtisodiy mustaqillikni kuchaytirsa, boshqa tomondan an’anaviy oshxonani asrab qolinishini ta’minlaydi;
- Zamonaviy texnologiyalar yordamida gastronomik turizmni raqamli platformalarda ilgari surish mumkin. Masalan, maxsus mobil ilova orqali qoraqalpoq taomlarining tayyorlanish usuli, tarkibi va restoran manzillari haqida ma’lumot berish mumkin. QR-kodlar yordamida restoranlarda yoki bozorlarda organic toza oziq-ovqat mahsulotlari haqida ko‘p tilli tavsiflar taqdim etilishi mumkin. Bunday raqamli yondashuv xorijiy turistlar uchun axborotga tez va qulay kirish imkonini yaratadi va ularning qiziqishini oshiradi;
- Qoraqalpog‘iston gastronomik turizmini ekoturizm bilan integratsiyalash orqali yangi turistik yo‘nalishlarni tashkil etish mumkin. Masalan: “Ekologik fermer xo‘jaligiga sayohat + milliy taom tayyorlash darsi” yoki “Orol qirg‘oqlarida baliq ovlash + qovurma baliq master-klassi”. Bu kabi majmuali va mavzuli marshrutlar turistlarga nafaqat taom, balki taom manbai ya’ni, mahsulot qanday yetishtirilganini ham ko‘rsatadi. Bunday tajriba turistlar uchun interaktiv va esda qolarli bo‘ladi.
- Qoraqalpog‘iston Respublikasida gastronomik turizmni rivojlantirish orqali nafaqat iqtisodiy foyda olish, balki milliy madaniyatni targ‘ib qilish, yoshlar ishtirokini ta’minlash va xalqaro maydonda qoraqalpoq oshxonasini tanitish mumkin. Bu borada maxsus loyiha va dasturlar, davlat hamda xususiy sektor hamkorligi orqali samarali natijalarga erishish mumkin. Shunday ekan, gastronomik merosni asrab-avaylab, uni turizm orqali ommalashtirish kelajak uchun to‘g‘ri yo‘l bo‘ladi.

Yuqoridagi tavsiyalardan kelib chiqib quyidagi takliflarni aytish mumkin:

1. Hududiy gastronomik xarita yaratish har bir tuman va shahar uchun o‘ziga xos taomlar xaritasini tuzish, bu orqali turistlar qaysi hududda qanday taomni topishini bilib oladilar;

2. Mahalliy oshpazlar malakasini oshirish kurslarini tashkil qilish, mahalliy oshpazlar uchun xalqaro standartlarga mos, ingliz tilida xizmat ko‘rsatish va zamonaviy xizmat ko‘nikmalari bo‘yicha treninglar o‘tkazish;

3. Gastronomik festival va yarmarkalar sonini ko‘paytirish, har chorakda bir marta hududiy miqyosdagi festivallar tashkil etish, “Osh haftaligi”, “Milliy taomlar kuni” kabi brendga aylantirilgan tadbirlar orqali turistlarni jalb qilish;

4. Mahalliy taomlar brendini yaratish, “Qoraqalpoq oshxonasi” degan yagona brend ostida barcha mashhur taomlarni yagona identitetga birlashtirish va targ‘ib qilish;

5. Turistlar uchun gastronomik marshrutlar ishlab chiqish, masalan: “Shubatdan shirinliklargacha” nomli 2 kunlik tur paket, bunda shubat zavodi, bozorlardagi taomlar, va uyda tayyorlanadigan taomlar ko‘rsatiladi.

6. Taomlar tarixini o‘rgatuvchi interaktiv muzey ochish, Nukus yoki Mo‘ynoqda “Qoraqalpoq oshxonasi tarixi muzeyi”ni ochish bu nafaqat turizmni, balki tarixiy va madaniy merosni saqlashni ham kuchaytiradi;

7. Raqamli platformalar va ijtimoiy tarmoqlarda faol kontent yuritish, Instagram, YouTube va TikTok kabi platformalarda qoraqalpoq oshxonasiga oid kontent yaratish: retseptlar, vloglar, intervyular.

8. Restoran va kafe tarmoqlarida ingliz tilidagi menyular joriy qilish, xorijlik turistlar uchun qulaylik yaratish maqsadida barcha turistik ovqatlanish joylarida ikki tilli menyu (o‘zbekcha / inglizcha) bo‘lishi shart.

9. Uy-mehmonxona (guest house) modellarida ovqat tayyorlash tajribasi, turistlar mahalliy oilalar bilan birga taom tayyorlab ko‘rishlari uchun sharoitlar yaratish, bu nafaqat tajriba, balki turizm daromadini oshiradi;

10. Gastronomik mahsulotlarni suvenir sifatida eksport qilish, qadoqlangan shubat, qurut, baliq kabi mahsulotlarni suvenir sifatida ichki va xalqaro bozorda realizatsiya qilish;

11. Yosh tadbirkorlar uchun grant va subsidiya dasturlarini kengaytirish, oshxona biznesini boshlamoqchi bo‘lgan yoshlar uchun moliyaviy yordam dasturlari, ayniqsa, gastronomik loyihalar uchun alohida yo‘nalishlar tashkil etish;

12. Gastronomik turizm va ekologik turizmni integratsiya qilish. Masalan, baliq “ovlash safari + ovlangan baliqdan taom tayyorlash master-klassi” bu turistlar uchun eksklyuziv tajriba bo‘ladi.

12.6. Surxondaryo va Qashqadaryo viloyatlarida gastronomiyaning rivojlanishi

O‘zbekiston xalqlarining madaniy merosi tizimida o‘ziga xos o‘rinni egallovchi, insoniyat moddiy madaniyatining qadimiy va mustahkam komponentlaridan biri an’anaviy taomlar va tanovul madaniyati tabiiy geografik muhit, ijtimoiy-iqtisodiy, etnikmadaniy omillar ta’sirida shakllangan. Jumladan, madaniy etnografik makon hisoblangan Surxondaryo vohasi aholisining azaliy turmush tarzi va xo‘jalik faoliyatiga xos betakror milliy xususiyatlarni an’anaviy taomlar va tanovulida ko‘rish mumkin. So‘nggi yillarda o‘zbek milliy oshxonasi an’analari va mashhur o‘zbek mehmondo‘stligi hamda tanovul madaniyatiga ko‘ra, jahonda ham juda ahamiyatli bo‘lib, ma’naviy merosning adabiyot, musiqa, rasm ko‘rinishlari kabi yuksak qadriyatga aylangan. O‘zbek xalqi moddiy madaniyatining tarkibiy qismi bo‘lgan taomlar, turlari, tarkibi, tayyorlanish usullari va taomlarni tanovul qilish, ovqatlanish madaniyatini o‘rganish bilan birga taomlar bilan bog‘liq an’ana, odat va marosimlari Surxondaryo vohasi aholisi an’anaviy taomlari misolida antropologik yondashuv asosida tahlil va tadqiq qilish zaruratini tug‘diradi.

Tarixiy ma’lumotlarga e’tibor qaratadigan bo‘lsak, vohada XVI-XVII asrlarda etnik joylashuv ancha kengayib turkiy va tojik xalqlari bilan yaqin etnik, iqtisodiy va madaniy aloqalar kengayib borib, aholi kelib chiqishi, lahjalari, antropologik tarkibi, turmush tarzi, xo‘jaligi,

urf-odatlari va urug‘ qarindoshchilik an’analarining o‘ziga xos xususiyatlari nuqtai nazaridan uch guruhga bo‘lish mumkin:

- qadimiy o‘troq aholi bo‘lib, urug‘-qabilachilik an’analariga ega bo‘lmagan: xo‘jalar, chig‘atoylar, harduriylar va boshqalar;
- o‘troq aholiga aralashib ketmagan, yarim o‘troqlashgan hamda urug‘-qabilachilik tartiblarini saqlab qolgan, mug‘ullar bosqinidan ilgari va undan keyingi davrlarda kelgan turkiy qabilalar: qorluqlar, barloslar, kaltatoylar, turklar, qatog‘onlar;
- Shayboniyxon istilosi davridan, ya’ni XV asr oxiri-XVI asr boshlarida kela boshlagan Dashti qipchoq o‘zbeklari-yuzlar, qo‘ng‘irotlar, do‘rmonlar va boshqalar.

Taomlanish antropologiyasi-zamonaviy etnologlar, ijtimoiy va Madaniy antropologlar tomonidan dinamik tarzda tadqiq etib boriladi. An’anaviy etnografiyada, taomlar, qoidaga ko‘ra, doimo moddiy madaniyatning etnografik uchligi: taomlar, kiyim kechaklar va turar joylarning bir muhim komponenti sifatida o‘rganilib kelgan. Biroq, avval ham etnograflar insoniyat moddiy madaniyatining mana shu tomonini o‘rganishda faqat tavsifiy yo‘nalish bilan cheklanib qolmaganlar. Masalan, G.G.Gromovning etnografiyaga oid risolasida taomlarning tarkibi va tayyorlanishiga tabiiy-geografik, xo‘jalik, tarixiymadaniy va kundalik turmush tarzidagi odatiy omillar o‘z ta’sirini ko‘rsatishi keltirib o‘tilgan. U taom va taomlanishning belgi, marosimiyligi, taomlanishdagi ta’qiq va cheklovlarga alohida e’tibor qaratadi.

O‘zbekiston mustaqilikka erishgandan so‘ng milliy qadriyat va an’analari ko‘p yoritilgan etnografiya yo‘nalishida yaratilgan ishlar turli mavzularni qamrab olganligi bilan ajralib turadi. Xususan, etnolog olim I.M.Jabborov o‘zbek xalqining milliy taomlari va pazandachiligiga ma’naviy madaniyatning bir qismi sifatida qaraydi.

Vohada taomlarni tayyorlash va ularni iste’mol qilishda o‘ziga xos jarayonlar shakllangan. Va bu alohida tartib va mahalliy uslub asosida tashkil etilgan. Mehnatning taqsimlanishi, ayollarning huquq va majburiyatlari bevosita taom tayyorlash va taomlanishga o‘z ta’sirini o‘tkazadi. Shuningdek, sut mahsulotlarini tayyorlash, sog‘ish, pishirish,

qatiq uyutish, sariyog‘ olish, kuvi pishish kabi vazifalar ayollar zimmasida bo‘lgani uchun uni oila a’zolari o‘rtasidagi taqsimot ham, ya’ni dasturxonga qo‘yish, ishga ketayotgan erkakka solib tayyorlab berish ham ayollarning ham zimmasida ham huquqi bo‘lgan. Masalan, go‘sht mahsulotlarini tayyorlashda erkaklar bilan birgalikda ayollar ham teng ishlaganlar.

Erkaklar qo‘yni so‘yib, maydalab bersa, ayollar uni qaynatgan, qovurib olib qo‘ygan va har kungi taqsimotni bajargan. Ayol yil davomida taom tayyorlash uchun to‘planadigan mahsulotlarga ega bo‘lgan va qaysi mahsulotni qachon ishlatish kerakligini yaxshi bilgan. Hatto, qo‘ni-qo‘shnilar bilan ham oldi berdilarni bajargan, chunki mahsulotning qayerda saqlanishidan tortib, uyda zahira yetish-yetmasligini yaxshi bilgan. Ona o‘zi dasturxon yozib, taomni ham kimga qanday suzish kerakligi bilgan. O‘z o‘rnida ta’kidlasak, dasturxon odobi va uni bezatish, ovqatni taqsim qilish, taom bilan ta’minlashda gender tenglikni joriy etish hamda tayyorlangan taomni tortiq etishda uning nafaqat mahorati, ahloqi, odobi, ta’bi, kayfiyati, salomatligi muhim o‘rin tutadi.

Surxon vohasining o‘ziga xos tabiiy-geografik xususiyatlari qadimdan ixtisoslashgan ikki xo‘jalik madaniy muhit-sersuv buloq, daryo va uning irmoqlari bo‘yida sug‘orma dehqonchilik va shuningdek, yarim dasht va tog‘ yonbag‘irlarida chorvachilikni barobar rivojlanishiga imkon berdi.

Voha aholisi qo‘y go‘shtini sof holda iste’mol qilishga o‘ch bo‘lib, “*go‘sht tolli (totli, mazali)ligini qo‘ysin, men ham yemayman”,* degan maqolni ko‘p ishlatishadi. O‘ziga to‘q xonadonlarda bozordan go‘sht sotib olishdan ko‘ra vaqti vaqti bilan uyda boqilgan qo‘yini yoki yakshanba kuni mol bozordan qo‘y sotib olib, so‘yib yeyishni ma’qul ko‘radilar. Umuman, shahar aholisining ko‘pchilik hovlida yashaydiganlari “baraka keltiradi”, “jannat jonivori” deb, uyda qo‘y boqadi. Qishloqlarda esa deyarli hamma xonadonda qo‘y boqiladi.

Ilgari hamma xonadon erkagi qo‘y so‘yishni bilgan, bugungi kunda esa, hamma ham qo‘y so‘yishni bilmaydi, shuning uchun qassob chaqiradilar va so‘yilgan qo‘yning biror bo‘lagidan qassob haqi beriladi.

Odatda, go‘sht bo‘laklari holatga qarab taqsimlanadi. Turli xil go‘sht bo‘laklari har xil ma’noga ega. Aziz mehmonga eng qimmatli bo‘laklarni berish muhimdir. Ayniqsa, Surxondaryoda ilikli go‘shtni nikoh to‘yida kelinnikida kuyovga *ilikli go‘sht* qo‘yilishidan ham ko‘rish mumkin. Shuningdek, kelin-kuyovning ota-onasi, bobobuvisiga ham, farzand o‘stirganliklari uchun sho‘rva suzilganda, albatta, ilikli go‘sht solinadi. Surxondaryoda ilikli go‘sht bilan mehmon qilish, alohida hurmat ko‘rsatish deganidir.

Qo‘y so‘yilgandan keyin albatta, asosiy taom pishguncha, birinchi navbatda jigar (bovur), buyrak, o‘pka, peshnab (biqin) go‘shti va quyruq (dumba)ni to‘g‘rab, qovurib, yumshoq go‘sht yoki cho‘poncha qilib pishirib oila davrasida yeyiladi, yoki mehmon uchun so‘yilgan bo‘lsa mehmonni siylaydilar.

Shuni ham aytish kerakki, pishgan go‘shtning “hurmatli” qismlari bo‘lib, ya’ni hurmatli mehmonga ilikli suyagi (to‘qmaloq), to‘shi va qovurg‘asini qo‘yish an’anaga aylangan. Oila davrasida o‘tirganda ham o‘z kosasidagi ilikli go‘shtni mehr ko‘rsatish maqsadida bir-birlariga ilinadilar. Yoki o‘rtadagi umumiy lagandagi ilikli go‘shtni oila boshlig‘i oila a’zolariga tortiq qilib chiqadi. Bu orqali oila a’zolariga o‘z mehrini namoyish etadi. Katta ilikli bo‘lak oiladagi erkaklarga, katta bo‘lib qolgan o‘g‘illariga berilsa, ayollar va qizlar ko‘proq to‘shi va qovurg‘asi, peshnabidan bahramand bo‘ladi.

Albatta, ilik ichidagi yog‘ini qoqib olib, oila boshlig‘i oilaning eng kichik a’zosiga “iligi to‘lsin” deb ilinadi. Voha qo‘ng‘irotlari orasida “*o‘mirtqani oma, peshnab go‘shtdan qoma”*, degan maqol ham bor. Chorvachilik bilan shug‘ullanadigan boshqa xalqlar ham qo‘yning ichki organlarini pishirib, mustaqil taom sifatida yeganlar. Jumladan, mo‘g‘ullarda bunday taom alohida ramziy ahamiyat kasb etib, *“yuragini yesa-botir, jigarini yesa-kuchli bo‘ladi*”, deb ishonishgan. *Bavur quvirdaq*, ya’ni, *jigar qovurdoq* hozir ham butun Osiyo xalqlarida sevib iste’mol qilinadigan taom sifatida qadrlanadi.

Vohada go‘shtli suyuq taomlardan keng tarqalgani sho‘rva bo‘lib, uning *qaynatma sho‘rva, qovurma sho‘rva, biqtirma, kalla-pocha sho‘rva* kabi turlari bor. Sho‘rva juda qadimiy taomlardan biri bo‘lib, u

mashhur tilshunos Mahmud Qoshg‘ariyning “Devonu lug‘atit turk” asarida tilga olinganligi, Sh. Somiyning “Qomusi turk” asarida (Stanbul 1917-yil) esa bu taomni *churpa,* deb ataganligi ta’kidlanadi. *Qaynatma sho‘rva* Markaziy Osiyo xalqlari tomonidan an’anaviy ravishda tayyorlab kelingan taom bo‘lib, go‘sht yaxlit solingani uchun sabzavotlar ham yaxlit qilib solinadi. Va bu udum bugungi kungacha voha aholisi orasida saqlanib qolgan va albatta mehmondorchilikda birinchi ovqat uchun sho‘rva qilinadi. Qaynatma sho‘rva to‘y, ziyofat va kundalik turmushda qilinadigan obro‘li taomlardan sanaladi.

Surxon vohasi qishloqlarining ba’zi oilalarida qaynatma sho‘rva suzishning o‘ziga xos usuli saqlanib qolganligi kuzatish mumkin. Bu usul “pushtalab” suzish bo‘lib, tovoqqa to‘g‘rab qo‘yilgan patirning ustidan sho‘rva quyilgan, birozdan keyin, ya’ni patir ivib yumshagandan keyin sho‘rva qozonga qaytarib solingan. Tovoqdagi patir pushtalab chiqilgandan so‘ng, ustidan sho‘rva quyilib dasturxonga tortiladi. Ko‘rinib turibdiki, qaynatma sho‘rva tayyorlanayotgan vaqtda, albatta, tandirga patir ham yopiladi. Axborotchilarning aytishicha, ularning onasini sog‘inganligi, tandirda yopilgan patirning sho‘rvada pushtalab suzgani va hamon bu takrorlanmas ta’mning og‘zidan ketmasligini eslashadi. Qolaversa, oilada ona mehri shu taom orqali farzandlar qalbiga singigan. Qo‘shni Turkmanistonda sho‘rva chorpa deb atalib, unga non (churek) to‘g‘rab *dog‘rama* (to‘g‘rama) tayyorlash, Tojikistonda ham idishga non to‘g‘rab, ustidan sho‘rva yoki qovurilgan go‘sht suzish an’anaga aylangan.

Vohada yana bostirma taomi ham bo‘lib, pomidor sharbatidan tayyorlangan qaylaga (pomidor sousiga piyoz, tuz, murch, zira qo‘shiladi) qo‘y yoki mol go‘shti 2-3 soat botirib qo‘yilgandan keyin qozonga solib, ustidan pomidor va to‘g‘ralgan obi non solinib, dimlab pishiriladi. Tayyor taom laganga suzib yeyiladi. Xorazm va Qoraqalpog‘iston o‘zbeklarida *dog‘rama, tuvrama* deb ataladigan taomsho‘rvaga patir to‘g‘ralib, asosan katta yig‘inlarda tayyorlangan. Shuningdek, oila davrasida tayyorlanadigani esa, bug‘doy yoki jo‘xori unidan hamir qorilib, bug‘doy kurtik, yoki juvari kurtik tayyorlanadi va sho‘rvada qaynatib olingan hamirlar alohida to‘g‘raladi va ustiga

shoʻrvaning sabzavotlari ham toʻgʻrab solinib, hammasi aralashtiriladi. Toʻgʻrash vositasida tayyorlanadigan bu taom qoraqalpoqlar orasida keng tarqalqalgan.

Kalla-pocha shoʻrva keksalarning aytishicha, oshqozon va ichaklarni tozalaydigan eng yaxshi taomligi uchun vaqti-vaqti bilan iste'mol qilishni maslahat beradilar. Shuning uchun bu taom xondonda har jonliq soʻyilganda tayyorlanadi. Hattoki, goʻsht doʻkonidan ataylab mol va qoʻyning kalla va pochasi sotib olinadi. Vohada hozirda hatto, kalla pocha shoʻrva tayyorlaydigan markazlar ham bor. U juda foydali boʻlgani uchun haridori koʻp, asosan, bomdod vaqtidan keyin kun chiqquncha ushbu taomni iste'mol qilishga boradilar, uydagi oila a'zolarini ham yoddan chiqarmaydilar. Bugungi kunda taomga boʻlgan talabning ortib borayotganligi tufayli, vohaning har bir tuman markazlarida kalla-pocha pishirish markazlari koʻpayib borayotganligi odamni quvontiradi. Ayniqsa, oxirgi yillarda, pandemiya sharoitida bu taom immunitetni oshiradigan, kuchli boʻlgani uchun asosan erkaklar boradi. Vohaning Sariosiyo, Uzun va Denov tumanlarida kalla goʻshti eng kuchli goʻsht, uning kuchini faqat erkaklargina koʻtara oladi, deb tushunilgan.

Ma'lumki, vohaning eng qadimiy an'anaviy taomlaridan biri *tandir goʻsht* (*tandir kabob*) dir. Avvalo tandir goʻsht uchun osiladigan qoʻy yoki echki tanlangan. Buning uchun koʻpincha qoʻylardan: shirvoz qoʻzi, saroyoq qoʻzi, toʻqli tanlangan boʻlsa, echkilardan: qirqilmagan uloq va bir yashar sarka (sarkach) tanlanadi. Tandir goʻshtning yaxshi va mazali chiqishi birinchidan tanlangan mol-qoʻyga hamda ikkinchidan tandir goʻsht osuvchi ustaga bogʻliqdir.

Bugungi kunda tandir goʻsht nafaqat Surxondaryo, balki butun jahonda brend taomga aylanib ulgurgan. Vohaga kelgan har qanday xorijlik mehmon albatta, bu taomdan bahramand boʻlmay ketmaydi. Ayniqsa, toʻy va ziyofatlarning koʻrki, yaxna taomi sifatida alohida dasturxonda tandir goʻshtga urgʻu beriladi. Qolaversa, voha aholisi orasida ziyofat dasturxonida tandir goʻsht boʻlmasa, risoladagiday mehmondorchilik hisoblanmaydi. Voha aholisi tandir goʻshtni koʻrganda, oʻzaro gapirishganda, eslashganda odamlarning kayfiyati

koʻtariladi, bu taom bilan faxrlanadilar. Vohada hozirda juda koʻplab tandir goʻsht markazlari odamlarga xizmat qiladi. Togʻ va togʻ oldi qishloqlarida tandir goʻshtga tabiiy togʻ archasi va ob-havosi ijobiy taʼsir koʻrsatadi, shuvoq oʻsadigan yaylovlarda oʻtlagani uchun, togʻ oʻsimliklarining xushboʻy hidi taomni unutilmas qilishi ham tabiiy holdir.

Xulosa qilib aytish mumkinki, gastronomik tarix sohasida har qanday milliy oziqovqat uni isteʼmol qiluvchi xalqning tarixi va madaniyati bilan uzviy bogʻliq. Bundan tashqari, milliy harakterning oʻziga xos xususiyatlarini aks ettiradi, milliy didni rivojlantiradi. Surxon vohasi aholisining ijtimoiy hayotida taom tayyorlash, yaʼni pazandachilik va u bilan bogʻliq boʻlgan urf-odat, marosimlar oʻziga xos xususiyatlarga ega boʻlib, ular etnik tarkibining turli-tumanligi bilan harakterlanadi. Vohada istiqomat qilayotgan turli xil etnik guruhlar kichik guruh, daha va shaxobchalarga boʻlinib ketishi, oʻz navbatida ularning moddiy madaniyati hamda kundalik turmush tarzida ayniqsa, taomlar, uning tayyorlanishi, tanovul qilinishida ham oʻz ifodasini topgan.

Qashqadaryo mintaqasi ob-havosi ekologik jihatdan eng toza boʻlgan Qashqadaryo vohasida joylashgan eng sara manzillardan biridir. Qashqadaryo nomi bir necha maʼnolarni anglatadi, jumladan, “qumda yoʻqolayotgan daryo”, shaffof va toza daryo” kabilar. Toza ob-havo, chiroyli tabiat bilan birga hudud qadimiy shahar va arxitektura yodgorliklari bilan boydir.

Respublika turizm rivojida ham Qashqadaryo zamini oʻzining boy tarixi, qadimiy osori-atiqalari, oʻtmish yodgorliklari bilan muhim oʻrin tutadi. Viloyatda bugungi kunda 1311 madaniy meros obyekti roʻyxatga olingan boʻlib, ularning 1041 tasi arxeologiya, 200 tasi arxitektura, 43 tasi haykal va 27 tasi diqqatga sazovor joylardir. Kitob, Shahrisabz, Yakkabogʻ, Dehqonobod, Qamashi, Gʻuzor va Qarshi tumanlarida bu kabi milliy merosimiz namunalari juda koʻp. Shahrisabz, Kitob, Yakkabogʻ, Dehqonobod tumanidagi ajoyib sharsharalar, yashil vodiylar, Qamashi, Qarshi, Gʻuzor tumanidagi muqaddas qadamjolar, Nishon, Mirishkor va Muborakdagi obod boʻlayotgan choʻl-u

biyobonlar, qum barxanlari, saksovulzorlar, ajdodlarimizning buyuk va betakror madaniyati haqida so‘zlovchi ziyoratgohlar, sardobalar xorijlik turistlarni maftun etadi.

Qashqadaryo viloyat sayyohlik va ekskursiya byurosining qachon tashkil etilganligi haqida hujjatlarda ko‘rsatilmagan. Gastronom so‘zining kelib chiqishi quydagicha talqin etiladi (yunonchadan “Gastros”-oshqozon, “nomos” qonun, ta’limot,) degan ma’noni anglatib, bugungi kunda bu atama ma’nosi faqat uning etimologik kelib chiqishi bilan bog’lanadi. Shundan kelib chiqib, gastronomik turizmni fan sifatida oladigan bo‘lsak, “Oziq-ovqat do‘koni”, ovqatlanish va madaniyat o‘rtasidagi bog’liqlikni o‘rganadigan fan deb tarif berishimiz mumkin. Gastronomik turizm atamasi ham soha mutaxassislari tomonidan bir qancha tariflar bilan keltirilgan:

- bu milliy taomlar, mahsulotlar, ichimliklar bilan tanishish uchun turli mamlakatlarga sayohat qilish bu mamlakatning milliy oshxonasi, oshpazlik xususiyatlari an’analari, ishlab chiqarish va tayyorlash xususiyatlari ovqatlar va idishlar, shuningdek, kasbiy bilimlarni o‘qitish va takomillashtirish uchun sayohat qilish
- bu asosiy maqsadi mamlakat yoki mintaqaning milliy taomlari bilan tanishish, mahsulotlar xususiyatlari, texnologiya, pishirish, shuningdek, oshpazlik bilim darajasini oshirish bo‘lgan faoliyatdir
- bu hududlar, dunyo bo‘ylab sayohat qilish va mahalliy taomlar bilan tanishish, oshpazlik urf-odatlari, shuningdek, o‘ziga xos ta’mini ko‘rish uchun tashrib buyurish.

Yuqoridagi ta’riflardan kelib chiqib, gastronomik turizm bu biror bir shaxs yoki jamoaning milliy taomlar va ichimliklarni tatib ko‘rib, undan rohatlanish yoki shifo topish uchun hamda ushbu mahsulotni ishlab chiqarish usullari, oshpazlik sirlari, pishirish texnologiyalarini o‘zlashtirish shuningdek, har bir hududga xos bo‘lgan taom yoki ichimliklarni farqlash va ularni taqqoslash maqsadida bir hududdan ikkinchi hududga yoki bir davlatdan ikkinchi davlatga tashrif buyurish degan umumiy tarifni berishimiz mumkin bo‘ladi. Shuningdek, gastronomik turizmning asosiy maqsadlaridan biri bu-u yoki bu mamlakat oshxonasining xususiyatlari bilan tanishishdan iborat bo‘lib,

bunda bir nechta tansiq taomlarni tatib koʻrish yoxud koʻplab taomlarni isteʼmol qilish bilan birga, balki asrlar davomida saqlanib kelingan mahalliy retseptlarni va urfodatlarni oʻzida jamlagan milliy gastronomik turizm, shuningdek, oziq-ovqat turizmi deb ham ataladi, bu yerda asosiy maqsad maʼlum bir manzilning mahalliy oshxonasi va ovqatlanish madaniyatini oʻrganishdir. Turizmning bu turi odatda anʼanaviy taomlarni tatib koʻrish, mahalliy taomlardan namuna olish, oziq-ovqat bozorlari va festivallarga tashrif buyurish, oziq ovqat tarixi va anʼanalarini oʻrganishni oʻz ichiga oladi. Gastronomik turizm, odatda ikki turga boʻlinadi:

1. Agroturizm, dala (qishloq) gastronomik turizmi; Sayohat qilinayotgan davlatning, ekologik toza mahsulotlari (meva va sabzavotlar, poliz mahsulotlari, uzumchilik) ni, hosilini yigʻish yoki qadoqlashni oʻz koʻzi bilan koʻrish va mahsulotlarni taʼtib koʻrish tushiniladi.

2. Shahar gastronimik turizmi, mahalliy mahsulotlarni qayta ishlaydigan va ishlab chiqaradigan korxonalar, milliy taomlar tayyorlaydigan ovqatlanish shaxobchalarida, oziq-ovqat doʻkonlariga va boshqa obyektlarga, tashrif buyurib, ularni oʻrganish va taʼtib koʻrishni oʻz ichiga oladi.

Gastronomik turizm turli shakllarda boʻlishi mumkin, yaxshi ovqatlanish tajribasidan tortib koʻcha taomlari sayohatlarigacha va shaxslar ham, guruhlar ham zavqlanishlari mumkin. Shuningdek, u madaniy turizm, sarguzasht turizmi yoki ekoturizm kabi boshqa turizm turlari bilan birlashtirilishi mumkin.

Soʻnggi yillarda gastronomik turizm tobora ommalashib bormoqda, chunki odamlar sayohat paytida haqiqiy va noyob oziq-ovqat tajribalarini izlashmoqda. Shuningdek, u koʻplab yoʻnalishlar uchun muhim iqtisodiy manbaga aylandi, chunki tashrif buyuruvchilar yuqori sifatli oziq-ovqat tajribalari va mahalliy oziq-ovqat mahsulotlari uchun katta mablag` toʻlashga tayyor.

Prezidentimizning 2019-yil 5-yanvardagi Oʻzbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qoʻshimcha chora tadbirlar toʻgʻrisidagi 5611-sonli farmonida diyorimiz hududlarida

turizmning istiqbolli tunlari, shu jumladan gastronmik turizm salohiyatini hisobga olgan holda yangi turizm dasturlarini ishlab chiqish vazifasi belgilangan. Bizning yurtimizning gastronomik sayohati koʻplab xorijlik turistlarimiz tomonidan doim yuqori baholanib kelinadi.

Shu bilan birga mamlakatimiz “National geographic” tanlovida eng yaxshi gastronomik yoʻnalish gʻolibi sifatida e’tirof qilingan. Bundan tashqari Oʻzbekiston Butunjahon Turizm tashkiloti tashabbusi bilan tashkil etilgan gastronomik sayohatlarda faol qatnashmoqda. Bularning barchasi Oʻzbekistonda gastronomik turizm rivojlanishiga katta hissa qoʻshganidan darak beradi. Oʻzbek oshxonalarida koʻproq qoʻy goʻshtidan foydalanish, mol va ot goʻshtiga qaraganda kamroq qoʻllaniladi.

Choʻchqa goʻshtidan Islom dini an’analariga binoan taomlarda qoʻllanilmaydi. Bizning oshxonalarimizda eng mashhur taomlardan palov, manti, doʻlma, hasip, tandir nondir. Shu bilan birga respublikamizning har bir viloyati oʻzining milliy taomlari bilan mashhurdir. Rossiyaning “Tusr Stat” tahliliy agentligining ma’lumotlariga koʻra Davlatimiz gastronomik turizm yoʻnalishida MDH va yaqin chet el mamlakatlari reytingida kuchli 5 likdan joy olgan. Bu davlatlar Gruziya, Ozarbayjon, Armaniston, Qozoqiston va Oʻzbekistondir. Xususan 2018-yilda National Geographic jurnali oʻtkazgan “National geographic traveler” mukofotida gastronomik turizm naminatsiyasi boʻyicha Oʻzbekiston birinchi oʻrinni egallagan

Shuningdek, Qashqadaryoda ham turistlarni jalb etuvchi milliy taomlar bor: Oʻzbekiston boʻylab sayohat qilgayotganingizda Qarshini oʻz gastronomik xaritangizdan hech qanday holatda chiqarib tashlamang. Bu yerda eng ajoyib taomlardan biri, qadimgi zamonlardan bizgacha etib kelgan retseptlar asosida tayyorlanadigan zira bilan pishirilgan qoʻy goʻshti-tandir goʻsht hisoblanadi. Sizni befarq qoldirmaydigan mahalliy oshxonaning yana bir taomi-somsadir! Tandirdan yangi uzilgan somsaning sehrli hidini soʻz ta’riflashga ojiz. Somsa odatda pomidorli achchiq sous bilan dasturxonga tortiladi. Bu yerda tayyorlangan rang-barang taomlar orasida Qashqadaryo palovi, togʻ saryogʻli patir, chiyal yaxnasi, chuchvara va noʻxat shoʻrvani

alohida ajratib koʻrsatish mumkin. Shuningdek, qatiqdan tayyorlangan betakror ichimlik chalop ham shu yerda tayyorlanadi.

Gʻuzor tandir kabob kabobning bir turi. Qadimiy tansiq taomlardan biri. Tayyorlash usuli: qoʻy va mol goʻshtining yogʻsizroq qismidan qalinligi 2-3 sm, enibo‘yi 5-10 sm li 100- 150 g li boʻlaklar kesilib 0,5% li namakobga 30 min. botirib qoʻyiladi. Betiga un, murch va tuyilgan zira aralashmasidan tayyorlangan urvoq sepiladi va tandirga yopib, qizarguncha pishiriladi. Goʻsht qizargach, choʻgʻni tandirning oʻrtasiga toʻplab, betiga kul tortiladi va tandirning qopqogʻi yopilib, 10-15 daqiqa dimlanadi. Ayniqsa turistlar sevib iste’mol qiladilar. Bu Gʻuzor va Chiroqchi tumanlarida pishiriladi. Shashlik yoki kabob choʻgʻda pishirib (kuydirib) tayyorlanadigan goʻshtli taom. An’anaviy shashlik tindiriligan va oʻrtacha kattalikda toʻgʻralgan goʻshtdan tayyorlanadi.

Shashlikni Qashqadaryoning hamma hududlarida yaxshi tayyorlanadi.

Oʻzbek palovi-ya’ni oʻsh nomi bilan ham tanilgan, Oʻzbekistonning milliy taomi boʻlgan guruchli va mazali palovdir. Bu butun Markaziy Osiyo boʻylab mashhur taom boʻlib, uni qoniqarli va mazali ta’mi bilan koʻpchilik yoqtiradi.

Omuxta yogʻ: qoʻyni charvi (ichak va pochka yoni) yogʻlari eritiladi. 100 gramm erigan qoʻy yogʻiga 50 gr qizdirilgan paxta yogʻi qoʻshiladi. Undan oʻrtacha yumshoqlikda shoʻr suvga oddiy xamir qilinadi va biroz tindirib qoʻyiladi. Qovoq, kartoshka, piyoz va dumba yogʻi kubik qilib toʻgʻraladi. Tuzi rostlanadi. Tingan xamir yupqa yoyilib, omuxta yogʻ surtiladi. Xamir rulet holiga keltirilib oʻraladi, uni muzlatkichga 1 soatga qoʻyiladi. Xamir muzlatkichdan olinib, boʻlaklarga boʻlinadi. Va boʻlakchalar cheti joʻvalanib, dumaloq shakl beriladi.

Bunda dumaloq shakl oʻrtasini joʻvalamaslikka harakat qilish lozim. Soʻngra qiyma solinib, somsa tugiladi.

12.6. Navoiy viloyatida gastronomiyaning rivojlanishi

Hududda gastronomik turizmni rivojlantirish uchun uning xususiyatlari, madaniyati va turizm salohiyatiga qarab har xil boʻlishi mumkin. Gastronomik turizmni rivojlantirish boʻyicha takliflar:

✓ Turistik qishloqlar, turistik ovullarda mahalliy oshxonani targʻib qilish. Mintaqada mahalliy oshxonani rivojlantirish va targʻib qilish. An’anaviy reseptlar, mahalliy ingrediyentlar va odatiy taomlarni oʻrganish. Turistlarga asl mahalliy taomlarni tatib koʻrish va oziq-ovqat bilan bogʻliq madaniy an’analarni oʻrganish imkonini beradigan marshrutlar va ekskursiyalar tashkil etish; Bozorlar va festivallarni tashkil etish orqali gastronomiyaga bagʻishlangan bozorlar, festivallar va tadbirlarni tashkil etish. Bu turistlar yangi mahalliy mahsulotlarni sotib olishlari mumkin boʻlgan mahalliy fermerlar bozori yoki ma’lum bir taom yoki oshxonaga bagʻishlangan festival boʻlishi mumkin. Bu hududning pazandachilik merosining boyligini namoyish etish va koʻproq turistlarni jalb qilish imkoniyatini yaratish;

✓ Etnografik hududlarda va turistik qioʻloqlarda oziq-ovqat sayohatlari va pazandachilik kurslarini tashkil etish. Turistlarga oziq-ovqat sayohatlari va pazandachilik kurslarida qatnashish imkoniyatini taqdim etish. Bu ularga nafaqat mahalliy taomlardan tatib koʻrish, balki tajribali oshpazlar rahbarligida an’anaviy taomlarni tayyorlashni ham oʻrganish imkonini beradi. Bunday tajriba turistlarga taomlar orqali mahalliy madaniyatni ham oʻrganish hamda taassurotga ega boʻlish imkonini beradi.

Restoranlar va mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan hamkorlik qilish. Restoranlar, mehmonxonalar va mahalliy oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilari bilan hamkorlikni rivojlantirish. Mahalliy oshxona va ingrediyentlarni targʻib qilishga yordam beradigan dasturlar ishlab chiqish. Turistlar asl taomlar va taomlarni tatib koʻrishlari mumkin boʻladi, mahalliy korxonalar esa qoʻshimcha xizmatlar koʻrsatadi.

✓ Oziq-ovqat mahsulotlarini yetishtiradigan dala va shiyponlarga marshrutlar ishlab chiqish. Noyob va qiziqarli taomlarni taklif qiluvchi turli xil restoranlar, kafelar va novvoyxonalarni oʻz ichiga olgan

gastronomik marshrutlarni ishlab chiqish. Ushbu marshrutlar fermalarga, vinochilik korxonalariga, turli xil meva bog‘lari va ularni qayta ishlaydigan zavodlariga, oziq-ovqat ishlab chiqarish hamda qayta ishlash bilan bog‘liq boshqa joylarga tashrif buyurishni ham o‘z ichiga olishi mumkin.

✓ Sog‘lom va organik oziq-ovqat mahsulotlarini targ‘ib qilish. mahalliy organik mahsulotlardan foydalangan holda sog‘lom va tabiiy taomlarni taklif qiluvchi restoran va kafelar rivojlanishini qo‘llab-quvvatlash. Ularni turistlar orasida keng targ‘ib qilish, ularni iste’mol qilishning afzalliklari va ekologik barqarorlikka qo‘shgan hissasiga e’tiborni qaratish.





✓ Vino turizmini rivojlantirish. Vino ishlab chiqaradigan zavodlarga, ta’mga va vino tadbirlariga tashrif buyurishni tashkil qilish. Turistlarga vino ishlab chiqarish jarayoni, uning tarixi va xususiyatlari haqida ko‘proq ma’lumot olish imkoniyatini berish.

✓ Uzumzorlarga turmarshrutlar ishlab chiqish. Turistlar uzum dalalariga tashrif buyurib, savatlarga ularni terib, joylashtirib, o‘zlari xohlaganlaricha daladan iste’mol qilish imkoniyatini yaratish;

✓ Turizm axborot resurslari va bazalarini yaratish orqali hududdagi gastronomik turizmga bag‘ishlangan ma’lumotlar beruvchi broshyuralar, veb-saytlar yoki mobil ilovalarni ishlab chiqish. Restoranlar, pazandachilik tadbirlari, marshrutlar va boshqa gastronomik diqqatga sazovor joylar haqida ma’lumotlarni joylashtirish. Turistik xaritalarni yaratish natijasida turistlarga mintaqaning gastronomik imkoniyatlarini osongina topish va o‘rganishga yordam beradi.

✓ Mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish. Sifatli va noyob mahalliy mahsulotlardan foydalanishni ta’minlash uchun mahalliy fermerlar, ishlab chiqaruvchilar va baliqchilarni rivojlantirishga sarmoya kiritish.

✓ Hududlarda gastronomik turizm rivojlanish maqsadida turistlarga an’anaviy taomlari va mahsulotlarini sinab ko‘rish va bahramand bo‘lish imkoniyatini taklif qilish orqali mahalliy taomlarini faol ravishda targ‘ib qilish. Turistik qishloqlarda gastronomik marshrutlarni yaratish, festivallar, pazandachilik mahorat darslari va vino degustatsiyalari o‘tkazish.

✓ Hududlarda boy madaniy merosi va gastronomik turizmni muvaffaqiyatli rivojlantirish maqsadida taom va oziq-ovqatlarning o‘ziga xos turlariga bag‘ishlangan maxsus turlarni yaratish;

✓ Hududlarda mahalliy taom va ichimliklarnig turli xil ta’m va aromatlarni topish maqsadida taomlarini tatib ko‘rishlari mumkin bo‘lgan gastronomik ko‘chalarga, bozorlariga borishni, shuningdek, an’anaviy taomlarni tayyorlashni o‘rganish uchun pazandachilik mahorat darslarida qatnashishni taklif qilish;

✓ Turistlarga noyob taom turizmini taklif qilish maqsadida oshpazlar yordamida mazali taomlar turini yaratish, milliy reseptlar asosida qadimiy taomlarni tayyorlash va turistlarga keng taqdim etish, choyxonalar foaliyatini yanada kengaytirish;

✓ Hududlarda oshpazlik kurslarini tashkil qilish va kadrlarni qayta o‘qitish ishlarini jonlantirish.

12.7. Farg‘ona vodiysida gastronomiyaning rivojlanishi

O‘zbekiston gavhari sifatida e’tirof qilinadigan Farg‘ona viloyati go‘zal tabiati, mehmondo‘st, samimiy insonlari bilan tanilgan. Birgina o‘tgan yilda viloyatga 475 mingdan ziyod xorijlik turistlar kelgani ham turizm rivojiga qaratilayotgan e’tibor samarasidir.

Aynan gastronomik turizm xususida gap ketganda, ushbu viloyatda har bir hududning o‘ziga xos mashhur taomlari, shirinlik va yeguliklari borligini alohida e’tirof etish o‘rinlidir.

Aytish joiz, har bir taomning o‘ziga xos resepti, tayyorlanish

jarayoni va mehmonlarga tortiq qilish udumi bor. Bu mahalliy va xorijlik turistlarga ular bilan tanishish hamda mazasini his qilish imkonini beradi.

Bu borada keyingi yillarda Farg‘ona viloyatining har bir shahar-tumanga xos bo‘lgan gastronomik brendlari yaratilgani e’tiborga sazovordir. Xususan, Farg‘ona shahrida shirinliklar savdosi bo‘yicha qandolat uyi tashkil etilgan. Marg‘ilon shahrida Ketibog‘ shavlasi, shirmoy non, O‘ram choyxonasi taomlari, Qo‘qon shahrida esa Xo‘qandi latif patiri va holvasi haridorlarga juda ham manzur.

Oltiariq tumani tandirda yopiladigan somsalari (go‘sht kuydi), Rishton tumani yuzlab choyxonalarda damlanadigan Cho‘ng‘ara guruchi oshi bilan tanilgan. O‘zbekiston tumanida Qo‘shqo‘noq mastavasi, Quva tumanida polvon sho‘rva va shirinliklari (chak-chakka, pechak qand va “Quva qandolat“ mahsulotlari) mashhur bo‘lib ulgurgan.

Beshariq tumani six kaboblari, Buvayda tumani ovlanadigan qushlar asosida tayyorlanadigan taomlar, Yozyovon tumani baliq ovqatlari hamda Farg‘ona tumani Chimyon sopaki oshi va Chimyon patiri bilan turistlarni o‘ziga keng jalb etadi.

Viloyatdagi bu kabi gastronomik hududlar turoperatorlar tomonidan mahalliy va xorijiy turistlar uchun turizm marshrutiga kiritilgan bo‘lib, doimiy ravishda bir, uch kunlik hamda haftalik sayohatlar tashkil etiladi. O‘z navbatida, mehmonlar uchun ekoturizm, agroturizm tarmoqlari bo‘yicha ham sharoitlar muhayyo qilingan. Turistlar gilos, qulupnay, uzum, anor, qovun-tarvuz sayli hamda so‘lim tabiat maskanlari, mevazor bog‘lar, suv bo‘ylarida hordiq chiqarish, meva-sabzavotlardan bahramand bo‘lish, o‘z qo‘li bilan ovqat tayyorlab iste’mol qilish imkoniga ega.

O‘z navbatida, Farg‘onada gastronomik turizmga xizmat ko‘rsatish uchun zarur bo‘lgan infratuzilma tobora rivojlantirib borilmoqda.

2025-yili viloyatda “Farg‘ona gastronomik festivali” o‘tkazilishi rejalashtirilgan. Festival kunlari mamlakatimiz va Farg‘ona vodiysining ko‘p yillik an’analari hamda zamonaviy urf-odatlarini uyg‘unlashtiradigan mahalliy, dunyoga tanilgan oshpazlar, pazandachilik san’ati targ‘ibotchilari, bu boradagi kitoblar mualliflari, gastronomiya madaniy merosi qiziquvchilari va turistlarni bir joyga jamlash ko‘zda tutilgan. Maqsad yurtimizning boy va murakkab oshpazlik san’ati

an’analarini targ‘ib qilish hamda dunyoga tanitishdan iborat. Festivalda odatiy taomlar va taniqli oshpazlar ishtirokida pazandachilik mahorati namoyish qilinadi. Mahorat darslari, turli ko‘rik-tanlovlar, teatrlashtirilgan tomoshalar o‘tkaziladi.

Mamlakatimizda, xususan, Andijon viloyatida turizmni rivojlantirish, yangi turistik maskanlar barpo etish, turizm zonalari hamda turistik yo‘nalishlarni tashkil etish orqali hududga kelayotgan xorijiy turistlar hamda mahalliy turistlar sonini oshirish borasida keng ko‘lamli ishlar olib borilmoqda.

Andijon shahar hokimligi, viloyat madaniyat va turizm boshqarmasi hamkorligida Andijon shahridagi EKOparkda tashkil etilgan “Gastro food” respublika gastronomik festivali ana shu yo‘nalishdagi ishlardan biri bo‘ldi.

Ma’lumot o‘rnida aytish kerakki, gastronomik-oshxona turizmi turizm sohasining asosiy turlaridan biri bo‘lib, keyingi yilarda dunyo miqyosida rivojlanib bormoqda. Gastronomik turizm turistlarning ma’lum bir hudud yoki mamlakatga sayohat qilishi asnosida o‘sha davlatning milliy taomlari, ovqatlanish madaniyati, shuningdek, milliy oshxonaning tarixi, an’analari, asrlar davomida shakllangan o‘ziga xos jihatlari bilan yaqindan tanishish imkonini beradi.

Viloyatdagi taniqli gastronomik brendlar, mohir oshpazlar va turizm sohasida faoliyat olib borayotgan korxona, tashkilot, turoperatorlar, mehmonxonalar, shuningdek, Uyg‘ur, Qirg‘iz, Koreys va Arman milliy markazlarining viloyat bo‘limlari vakillari ishtirok etgan “Gastro food” festivali viloyatning gastronomik turizm salohiyati va imkoniyatlarini namoyish etdi.

Festivalda gastronomik turizm yo‘lga qo‘yilgan turistik obyektlarning faoliyati aks etgan ko‘rgazmalar ko‘pchilikda katta qiziqish uyg‘otdi. Ishtirokchilar va mehmonlar turli milliy taomlarning tayyorlanish jarayonlari bilan yaqindan tanishdi. Mohir oshpazlar tomonidan mahorat darslari o‘tkazildi. San’atkorlar ijrosidagi jozibali kuy, qo‘shiq va raqslar, ommaviy o‘yinlar festival ishtirokchi va mehmonlarida unutilmas taassurot qoldirdi.

Ma’lumki, keyingi yillarda viloyatimizda iqtisodiyotning muhim

tarmoqlaridan biri sifatida turizm sohasini rivojlantirishga jiddiy e’tibor qaratilmoqda. Bu borada dunyoning ilg‘or davlatlari tajribasi asosida ko‘plab istiqbolli loyihalar amalga oshirilib, turizm infratuzilmasini yaxshilash, xorijiy va mahalliy turistlarni jalb etishda keng ko‘lamli sa’y-harakatlar olib borilmoqda. Xususan, Farg‘ona, Qo‘qon va Marg‘ilon shahri, Rishton tumanida o‘tkazilayotgan turli festivallar ushbu yo‘nalishdagi natijalar salmog‘ini yanada oshirmoqda.

Prezidentimizning 2025-yil 12-yanvarda “Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni bu boradagi ishlar ko‘lamini sifat jihatdan yangi bosqichga ko‘tarishga xizmat qiladi. Bugun viloyat hokimligida farmon ijrosi doirasida turizm sohasidagi tadbirkorlik sub’ektlari bilan ochiq muloqot o‘tkazildi.

Muloqotda viloyat hokimi Xayrullo Bozorov so‘nggi yillarda viloyatimizga xorijiy va mahalliy turistlarni jalb qilish bo‘yicha olib borilayotgan ishlarga to‘xtalib o‘tdi. Dunyo brendlari, xorijiy sarmoyadorlar bilan o‘tkazilayotgan uchrashuvlar samarasi sifatida yangi xalqaro aviayo‘nalishlar ochilgani hamda turistlar oqimi tobora ortib borayotgani ta’kidlandi.

Shu yilning sentyabr oyi oxirlarida dunyoning yetakchi turizm kompaniyalari rahbarlari, ekspertlarining viloyatimizga tashrifi rejalashtirilgan bo‘lib, ular tomonidan mahalliy tadbirkorlar uchun mahorat darslari tashkil etilishi ko‘zda tutilgan. Tadbir doirasida Farg‘ona viloyatini mamlakatimizning turizm salohiyati yuqori manzili sifatida rivojlantirish uchun global bilim almashinuvi hamda xalqaro hamkorlik aloqalarini rivojlantirish ustuvor vazifa sifatida belgilangan.

Shuningdek, joriy yilning noyabr oyida Farg‘onada gastronomik festivalini o‘tkazish rejalashtirilgan. Undan ko‘zlangan asosiy maqsad mamlakatimiz hamda Farg‘ona vodiysining boy va rang-barang oshpazlik merosini namoyish etish, mahalliy va xalqaro oshpazlar, pazandachilik ustalari, madaniyat ixlosmandlari va turistlarni birlashtirishga qaratilgan. Festival an’anaviy milliy taomlar va pazandachilik tajribasini ommalashtirish hamda viloyatning gastronomik turizm sohasidagi salohiyatini oshirishga yordam berishi e’tirof etildi.

Uchrashuvda ushbu forumlarda turizm sohasi bo‘yicha faoliyat olib boruvchi tadbirkorlarimiz ham faol ishtirok etishi, bu Farg‘ona turizmi imkoniyatlarini dunyoga ko‘rsatishda qulay muloqot maydoni bo‘lishi ta’kidlandi.

Muloqotda tadbirkorlar ham turizmni rivojlantirish bo‘yicha taklif va tashabbuslarni ilgari surib, mushtarak maqsadlar yo‘lida faol hamkorlikka tayyor ekanligini bildirdilar.

O‘zbekiston-turizm salohiyati ulkan yurt, undan oqilona foydalanish esa har qachongidan ham dolzarbdir. Mamlakatimiz iqtisodiyotida muhim o‘rin tutadigan bu tarmoqni yanada rivojlantirish uchun barcha sharoit va imkoniyat mavjud.

Farg‘ona viloyatida ham xorijlik va mahalliy turistlarga qulay sharoit yaratish, ko‘rsatilayotgan servis xizmatlari sifatini yanada yaxshilash borasida keng ko‘lamli ishlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, uchta turistik markaz-Qo‘qon, Marg‘ilon shaharlari va Rishton tumanida zarur qulayliklar yaratilayotir. Nufuzli xalqaro festivallar o‘tkazilayotgan bu hududlarda turistik infrastrukturani rivojlantirish, katta-kichik mehmonxonalar qurilishiga alohida e’tibor qaratilmoqda. Ayni kunlarda Marg‘ilonda an’anaviy xalqaro “Atlas” bayramiga, Qo‘qonda xalqaro hunarmandchilik festivaliga qizg‘in hozirlik ko‘rilmoqda.

Prezident Shavkat Mirziyoev raisligida 19-sentyabrda mamlakatimizning ichki va tashqi turizm salohiyatini yanada oshirish chora-tadbirlari yuzasidan o‘tkazilgan videoselektor yig‘ilishida aniq vazifalar belgilab berildi. Farg‘ona viloyatida 5 ta tuman va 3 ta shaharni qamrab olgan “Oltin vodiy sayyohlik halqasi”ni tashkil etish borasidagi ishlar ham bu borada muhim ahamiyatga ega. Davlatimiz rahbari bunday loyihalarni boshqa hududlarda ham amalga oshirish, tashabbuskorlarni moliyaviy va tashkiliy qo‘llab-quvvatlash zarurligini ta’kidladi.

Viloyatga tashrif buyurgan turistlarni aniq marshrut asosida kutib olishni belgilab oldik,-deydi viloyat hokimi o‘rinbosari Xurshidjon Ahmedov. To‘rt kun mobaynida turistlarga qiziqarli manzillar taqdim etiladi. Dastlabki kuni turistlarni Qo‘qonda kutib olib, “Xudoyorxon saroyi”, “Dahmai shohon” maqbarasi, “Norbo‘tabek” madrasasi va Qo‘qon hunarmandlar markazi, “Qo‘qon Maroqand” savdo-ko‘ngilochar

markazlariga olib boriladi. Birgina yangi tashkil etilayotgan Qo‘qon hunarmandlar majmuasidagi “Hunarmandlar uyi”, 80 o‘rinli mehmonxona, gipermarket, restoran, masjidlar kuniga o‘rtacha 550 nafar (yiliga 200 ming nafar) mehmonni jalb qilishi kutilmoqda. Dang‘ara va Beshariq tumanida ov va safari turizmi taklif qilinadi.

Ikkinchi kuni mehmonlarni Rishtondagi “Xalqaro kulollar markazi”, “Hunarmandlar markazi” turizm kompleksiga olib boramiz. Undan keyin Oltiariqdagi agroturizm obyektlari bilan tanishtiramiz. Mavsumga qarab Quvadagi gulchilik, anor bog‘lari, Uchko‘prikdagi lavandazor, Quvasoydagi meva bog‘larimiz, Farg‘ona tumanidagi malina plantatsiyalarini mehmonlarga taklif qilish mumkin.

Uchinchi kuni Farg‘ona tumani, Chimyon qishlog‘idagi sanatoriyda sanator-kurort hamda Vodil shaharchasida gastronomik turizm bilan tanishtiriladi. Birgina, Farg‘ona tumanining o‘zida 10 ta sanatoriya mavjud. Yakinda “Chimyon shabbodasi” yangi turizm va eko dam olish maskani tashkil etildi. Imkon bo‘lsa turistlarni Shohimardonga ham olib chiqiladi.

To‘rtinchi kuni Farg‘ona shahridagi “Vayn-garden” uzumchilik-vino korxonasiga ekskursiya uyushtirib korxonaning dam olish maskaniga olib boriladi. Korxonada alohida vino degustatsiyasi ombori ham tashkil etilgan. Shu kuni Marg‘ilon shahrida etno va gastronomik turizm taklif etiladi. Marg‘ilon shahridagi “Hunarmandlar markazi” hozirgi kunda asosiy turizm obyektlarimizdan biriga aylangan.

Tashrif buyuruvchilarga sharoitlar yaratish, ularni shahrimizda ko‘proq olib qolish maqsadida Hunarmandlar markazi rahbari Ibrohim Sultonov tomonidan tarixiy ko‘rinishdagi “Karvonsaroy” loyihasi amalga oshirilmoqda. Hozirda hunarmandlar markazining o‘ziga yiliga 55 ming nafar (kuniga 150 nafar) sayyoh tashrif buyurmoqda.

“Oltin vodiy sayyohlik halqasi” yaratilishi natijasida yiliga kamida qo‘shimcha 500 ming turistni jalb etib, ular hisobidan 200 million dollar qoldirish imkoni mavjud[38].

[38] https://uza.uz/uz/posts/fargonada-oltin-vodiy-sayyohlik-halqasi-tashkil-etilmoqda409632?q=%2Fposts%2F fargonada-oltin-vodiy-sayyohlik-halqasi-tashkil-etilmoqda_409632

Farg‘ona viloyati hokimi Xayrullo Bozorov Turkiyadagi World Tourism Forum Institute xalqaro turizm tashkiloti rahbari Bulut Bag‘ji hamda turizm sohasida faoliyat ko‘rsatuvchi ishbilarmon Muattar Ergen bilan uchrashdi.

Uchrashuvda Farg‘ona viloyatida turizmni yanada rivojlantirish, viloyat imijini xalqaro miqyosda tanitish, turizm infratuzilmasi sohasiga xorijiy investorlarni jalb etish masalalari muhokama qilindi.

Muzokaralar natijasida Farg‘onada 2024-yilning oktyabr-noyabr oylarida Michelin Guide xalqaro restoranlarni baholash tizimi tomonidan e’tirof etilgan dunyoning taniqli oshpazlari hamda gastronomik sohaga ixtisoslashgan bloger-inflyuyenserlarni ham jalb etgan holda «Farg‘ona gastronomik festivali»ni hamkorlikda tashkil etish kelishib olingan[39].

Shuningdek, sentyabr oyida xalqaro turizm hamda servis kompaniyalari, aviakompaniyalar rahbarlari ishtirokida master-klass o‘tkaziladi. Shuningdek, Farg‘ona viloyatiga xalqaro mehmonxona brendlarini jalb etish bo‘yicha ham hamkorlikda ish tashkil etiladigan bo‘ldi.

Ma’lumki, keyingi yillarda viloyatimizda iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri sifatida turizm sohasini rivojlantirishga jiddiy e’tibor qaratilmoqda. Bu borada dunyoning ilg‘or davlatlari tajribasi asosida ko‘plab istiqbolli loyihalar amalga oshirilib, turizm infratuzilmasini yaxshilash, xorijiy va mahalliy turistlarni jalb etishda keng ko‘lamli sa’y-harakatlar olib borilmoqda. Xususan, Farg‘ona, Qo‘qon va Marg‘ilon shahri, Rishton tumanida o‘tkazilayotgan turli festivallar ushbu yo‘nalishdagi natijalar salmog‘ini yanada oshirmoqda.

Prezidentimizning joriy yil 12-yanvarda “Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni bu boradagi ishlar ko‘lamini sifat jihatdan yangi bosqichga ko‘tarishga xizmat qiladi. Bugun viloyat hokimligida farmon ijrosi doirasida turizm sohasidagi tadbirkorlik sub’ektlari bilan ochiq muloqot o‘tkazildi.

Muloqotda viloyat hokimi Xayrullo Bozorov so‘nggi yillarda

[39] https://nova24.uz/uz/ozbekiston/oktyabr-noyabr-ojlarida-far-ona-gastronomik-festivali-tkaziladi/

viloyatimizga xorijiy va mahalliy turistlarni jalb qilish boʻyicha olib borilayotgan ishlarga toʻxtalib oʻtdi. Dunyo brendlari, xorijiy sarmoyadorlar bilan oʻtkazilayotgan uchrashuvlar samarasi sifatida yangi xalqaro aviayoʻnalishlar ochilgani hamda turistlar oqimi tobora ortib borayotgani ta’kidlandi.

Shu yilning sentyabr oyi oxirlarida dunyoning yetakchi turizm kompaniyalari rahbarlari, ekspertlarining viloyatimizga tashrifi rejalashtirilgan boʻlib, ular tomonidan mahalliy tadbirkorlar uchun mahorat darslari tashkil etilishi koʻzda tutilgan. Tadbir doirasida Fargʻona viloyatini mamlakatimizning turizm salohiyati yuqori manzili sifatida rivojlantirish uchun global bilim almashinuvi hamda xalqaro hamkorlik aloqalarini rivojlantirish ustuvor vazifa sifatida belgilangan.

Shuningdek, joriy yilning noyabr oyida Fargʻonada gastronomik festivalini oʻtkazish rejalashtirilgan. Undan koʻzlangan asosiy maqsad mamlakatimiz hamda Fargʻona vodiysining boy va rang-barang oshpazlik merosini namoyish etish, mahalliy va xalqaro oshpazlar, pazandachilik ustalari, madaniyat ixlosmandlari va turistlarni birlashtirishga qaratilgan. Festival an’anaviy milliy taomlar va pazandachilik tajribasini ommalashtirish hamda viloyatning gastronomik turizm sohasidagi salohiyatini oshirishga yordam berishi e’tirof etildi.

Uchrashuvda ushbu forumlarda turizm sohasi boʻyicha faoliyat olib boruvchi tadbirkorlarimiz ham faol ishtirok etishi, bu Fargʻona turizmi imkoniyatlarini dunyoga koʻrsatishda qulay muloqot maydoni boʻlishi ta’kidlandi.

Muloqotda tadbirkorlar ham turizmni rivojlantirish boʻyicha taklif va tashabbuslarni ilgari surib, mushtarak maqsadlar yoʻlida faol hamkorlikka tayyor ekanligini bildirdilar.

Oʻzbekiston Markaziy Osiyo mamlakatlari ichida juda katta sayyohlik imkoniyatlarga ega mamlakat hisoblanadi. Hozirda sayyohlik sohasi dunyo iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Ushbu sohaning taraqqiyoti koʻplab mamlakatlar uchun katta daromad manbaiga aylanib ulgurdi.

Yurtimizdagi, xususan, Fargʻona viloyatidagi mavjud tarixiy yodgorliklar, tabiiy iqlim sharoiti, goʻzal va betakror tabiati, hayvonot

va o‘simlik dunyosi hamda millatimizning o‘ziga xos madaniyati, urf-odatlari, an’analari, o‘z navbatida, tarixiy-madaniy, arxeologik, ekologik, qishloq turizmi kabi xizmat turlarini rivojlantirish imkoniyatini beradi.

Masalan, 2021-yilda viloyat bo‘yicha jami sayyohlik tashkilotlari soni 47 tani tashkil qilgan bo‘lsa, ularning soni 2022-yilga kelib, 76 taga yetdi.

Hozirda viloyatda mehmonxonalarining umumiy soni 303 taga yetib, bu raqam 2021-yilning shu kungi ko‘rsatkichiga nisbatan 52 taga ko‘paydi. Bunda jami joylashtirish vositasidagi o‘rinlar sig‘imi qamrovi 4786 taga yetib, 2021-yilga nisbatan 824 taga ko‘payishiga erishildi. Shuningdek, viloyatimizga turistlar oqimining oshganligini hisobga olib, soha xodimlari bir qator rejalar, vazifalar belgilab olganlar. Joriy yil davomida joylashtirish vositalarining soni 386 taga va ulardagi mehmonlar qamrovi esa 7281 taga yetkazilishi rejalashtirilmoqda.

Viloyatimizda turizmning 15 ta turi mavjud bo‘lib, ulardan ziyorat, madaniy-tarixiy, ommaviy tadbirlar, ekskursion, gastronomik, biznes (MICE) ekoturizm, etnoturizm, tog‘-ekstremal, sport, agro, hunarmandchilik turizmi, ta’lim, tibbiyot turizmi kabi turlari rivojlangan. Biz turizm sohasini rivojlantirish, turistlar oqimini yanada ko‘paytirish, ularga qulay shart-sharoitlar yaratib berish, barcha turdagi xizmatlarni yanada takomillashtirish borasida bor bilimimizni, mavjud imkoniyatlarimizni ishga solyapmiz. Albatta, bu borada ko‘plab ishlar bajarildi.

2022-yil davomida turizm infratuzilmasi bo‘yicha umumiy qiymati 88,3 mlrd. so‘m investitsiya mablag‘lari hisobidan jami 29 ta loyiha, shundan 12 ta mehmonxona, 13 ta kafe va restoran xizmatlari hamda 2 ta dam olish maskani, 2 ta transport xizmati loyihalari amalga oshirildi.

Viloyatimizda sayyohlik xizmatlar soni ham yil davomida sezilarli ravishda ko‘paydi. Turoperatorlar soni 2022-yil davomida 76 taga yetib, bu ko‘rsatkich 2021-yilga nisbatan 29 taga ko‘payganini ko‘rish mumkin.

Bundan tashqari, turizm axborot markazlari, WI-FI zonalari, turistlar uchun transport va gid hamda qo‘shimcha sayyohlik xizmatlarni 2023-yil davomida 30 foiz oshirish ko‘zda tutilgan.

Shuni alohida qayd etish kerakki, Farg‘ona viloyatiga 2022-yilda 256 ming nafardan ziyod xorijiy turistlar tashrifi kuzatildi va turizm eksporti hajmi 2022-yilda 46,5 million AQSH dollarini tashkil etdi. Shundan kelib chiqib, 2023-yilda viloyatimizga tashrif buyuradigan turistlar sonini jami 1 million 800 ming nafarga yetkazish belgilab olindi. Shundan 300 ming nafarini xorijiy turistlar tashkil etadi.

Yil boshida Batken viloyati va Farg‘ona viloyati rahbarlari 2023-2025-yillar davomida ikki tomonlama hamkorlikni kengaytirish “Yo‘l xarita”siga asosan Qadamjoy tumanida bo‘ldi.

Uchrashuv davomida Batken va Farg‘ona viloyatlari turizm imkoniyatlari bo‘yicha reklama materiallari bilan axborot almashinuvini tashkil etish bo‘yicha 2023-2024-yillar davomida 6 ta (Dilrabo Tourizm and logistics-OOO Travel experts (Kirgizstan), Dilrabo Tourizm and logistics-OOO Pamir tour (Kirgizstan), Fargona vodiy sayox-OOO Aksu kent (Kirgizstan), “Farg‘ona vodiy sayyoh”-OOO Kadamjay tur (Kirgizstan), Dilrabo travel SP-OOO Norin 30 (Kirgizstan), Kokand Turism agency-OOO Issiq kol tur (Kirgizstan)) sayyohlik korxonalar orqali 5 mln AQSH dollarilik qiymatidagi turistlarni jalb qilish, xizmat ko‘rsatish bo‘yicha shartnomalarni imzolashga kelishib olindi.

Shuningdek, Batken viloyati gubernatorining birinchi o‘rinbosari Marufxan Tulayev boshchiligidagi delegatsiya Farg‘ona shahrida ish boshlagan hududiy tarmoqlararo sanoat yarmarkasida ishtirok etib, viloyatimizdagi turistik manzillar faoliyati bilan tanishdi.

Qolaversa yaqinda Qirg‘izistonning Cho‘lpon-ota shahrida Farg‘ona, Qirg‘izistonning Batken hamda Tojikistonning So‘g‘d viloyatlari rahbarlarining mintaqaviy uchrashuvi bo‘lib o‘tdi.

Kengaytirilgan tartibda o‘tkazilgan uch tomonlama uchrashuv davomida turizm va boshqa sohalarda hududlararo hamkorlikning bugungi holati va uni kengaytirish istiqbollari muhokama qilindi.

Xabaringiz bor, Qo‘qon shahri 2022-yilda “Turkiy dunyoning turizm poytaxti” deb e’lon qilingan edi. Shu munosabat bilan 2022-

2023-yillarda amalga oshiriladigan madaniy-ma’rifiy tadbirlar dasturi ishlab chiqilgan. Bu yildan boshlab, har ikki yilda bir marotaba Marg‘ilon shahrida “Marg‘ilon ipak matolarining xalqaro bozordagi ahamiyati” mavzusida ko‘rgazma va ilmiy-konferensiya, iyun oyida “Lavanda” festivali, iyul oyida “Turkiy tilli yoshlar” xalqaro festivali, shuningdek, avgust oyining uchinchi haftasida “Tabarruk ziyorat” xalqaro mediaturi va uning doirasida “B2B” formatida uchrashuvlar tashkil etilishi belgilangan.

Turizm iqtisodiyot tarmoqlari rivoji, qo‘shimcha ish o‘rinlari yaratish, shuningdek, xalqaro aloqalarni mustahkamlash kabi o‘ta dolzarb masalalar yechimida muhim rol o‘ynaydi. Mamlakatimiz bu borada ulkan salohiyat va imkoniyatlarga ega.

Prezidentimiz tashabbusi bilan turizm sanoatini rivojlantirishga qaratilayotgan alohida e’tibor samarasida mamlakatimizning go‘zal tabiati, muqaddas qadamjolari, noyob me’moriy obidalari hamda fayzli go‘shalari dunyo ahlini tobora o‘ziga maftun etmoqda.

Mustahkam tinchlik va barqarorlik, o‘zaro mehr-oqibat, hamjihatlik muhiti, dunyoga mashhur o‘zbekona mehmondo‘stlik, shuningdek, zamonaviy mehmonxonalar va dam olish maskanlari, ularda ko‘rsatilayotgan yuksak sifatli xizmat turlari bu borada muhim omil bo‘layotir.

Ayni paytda yurtimizda sayyohlikning ekoturizm, geoturizm, ekstremal, tibbiy va madaniy yo‘nalishlari, otda, tuyada, avtomobilda sayohat qilish, alpinizm, baliq ovi, rafting kabi ko‘plab turlari rivojlanib bormoqda.

Azaldan mehmondo‘stlikni joyiga qo‘yib, ko‘pchilikka o‘rnak bo‘lgan xalqimiz istiqlol yillarida ana shu ajoyib fazilatini sayyohlik industriyasi, xizmat ko‘rsatish sohasini takomillashtirish orqali yanada yaqqolroq namoyon etayotir. Bunda O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi qonuni, Prezidentimizning 2016-yil 2-dekabrdagi “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni muhim dasturilamal bo‘lmoqda.

Farg‘ona viloyati tarixiy obidalari, tabarruk qadamjolari,

zamonaviy inshootlari bilan turistlar e’tiborini tortmoqda. Xususan, viloyat markazi, qadimiy Qo‘qon, Marg‘ilon shaharlari va Rishton tumani uzoq-yaqindan kelgan mehmonlar bilan doimo gavjum. Viloyatda yangi sayyohlik yo‘nalishlarini ochish, mehmonlarni tarixiy obidalar, milliy hunarmandlik va xalq amaliy san’ati namunalari bilan tanishtirish uchun qulay sharoit yaratishga alohida e’tibor qaratilmoqda.

Viloyatdagi 30 ga yaqin zamonaviy mehmonxona turistlar ixtiyorida. Burhoniddin Marg‘inoniy, Said Ahmad Eshon majmualari, Pirsiddiq Hazrat chillaxonasi va maqbarasi, Uvaysiy uy-muzeyi, hunarmandlar ustaxonalari, Qo‘qon shahridagi Xudoyorxon saroyi va unda joylashgan o‘lkani o‘rganish muzeyi, Jome’, Kamolqozi masjidlari, Norbutabiy majmuasi, Dahmai Shohon va Madalixon tarixiy yodgorliklari, Farg‘ona shahri hamda Quvadagi Ahmad Al-Farg‘oniy majmualari bo‘ylab uyushtirilayotgan sayohatlar turistlarda yurtimiz tarixi haqida katta taassurot qoldirmoqda.

Viloyatdagi tabiiy suv havzalari bilan bog‘liq yodgorliklar, adir geokomplekslaridagi ekoturistik obyekt va hududlar ham o‘ziga xos. O‘zbekiston, Uchko‘prik va Rishton tumanlaridagi tabiiy buloqlar, Oltiariq tumanidagi asriy qayrag‘och va sharq chinori, Akbarobod va Zilha qumlari, Sariqo‘rg‘on tepaligi, Kitkontepa, Saurbuloq, Yomonjar jarlari, qadimiy pistazorlar, Oqbilol g‘ori kabi tabiat yodgorliklari har qanday kishini o‘ziga maftun etadi.

Viloyatda turizm sohasida gastronomik, ekologik va agroturizm turlarini shakllantirish va ushbu yo‘nalishlar bo‘yicha aniq turistik obyektlar va transport-logistikasi tizimi ishlab chiqilgan. Unga ko‘ra, Farg‘ona, Marg‘ilon va Qo‘qon shaharlarida “Osh markazlari” tashkil etildi. Rishton tumanida Tohirjon Haydarovning kulolchilik maktabi va uy-muzeyi ish boshladi.

12.8. Jizzax va Sirdaryo viloyatlarida gastronomiyaning rivojlanishi

Jizzax viloyatining tog‘li Zomin, Baxmal, Forish va Yangiobod tumanlarida turizm va ziyorat turizmini, Sharof Rashidov, G‘allaorol, qisman Do‘stlik va Paxtakor tumanlarida gastronomik, Aydar-Arnasoy

koʻllar tizimi atrofidagi Arnasoy, Forish tumanlari va vohada oʻzining alohida oʻrniga ega Jizzax shahrida eko, gastronomik hamda ziyorat turizmini rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar mavjud.

Davlatimiz rahbarining 2023-yil 26-apreldagi “Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi qarori ijrosi doirasida viloyatda turizm xizmatlari, turistlar oqimi, infratuzilma yuksalib bormoqda.

Joriy yilda viloyatda turizm xizmatlari eksportini 50 million AQSH dollaridan oshirish maqsad qilingan. 2021-yilda 170 ta 4 ming 959 oʻrinli mehmonxona, oilaviy mehmon uylari mavjud boʻlgan boʻlsa, bugungi kunda ularning soni 258 taga, oʻrinlar soni 6 ming 614 taga yetgan. Bu viloyatga kelayotgan xorijiy sayohlarni toʻliq joylashtirish imkoni yaratilganidan dalolat.

Shu bugungi kunda, viloyatda 12 ta turkompaniya faoliyati yoʻlga qoʻyilgan boʻlib, 30 ga yaqin yangi marshrut ishlab chiqilgan. Turizm salohiyati yuqori boʻlgan hududlarda hamda boshqa ekoturizm manzillari boʻylab 3-5 kunlik turizm marshrutlari yaratilgani ham tahsinga loyiq.

Joriy yilda viloyat boʻyicha turizm sohasida 30 ta loyiha ishga tushirilishi rejalashtirilgan. Shundan 4 ta mehmonxona, 12 ta turizm dam olish va xizmat koʻrsatish maskani, 2 ta turistik davolash-sogʻlomlashtirish majmuasi, 2 ta “Hostel”, 2 ta oilaviy mehmon uyi, 1 ta ijara yotoqxona, 7 ta umumiy ovqatlanish va 1 ta “Motel” faoliyati yoʻlga qoʻyiladi.

Prezidentimizning 2021-yil 9-fevraldagi “Oʻzbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi farmoni hamda 2021-yil 24-fevraldagi “Ichki va ziyorat turizmini rivojlantirish boʻyicha qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”gi qarori ijrosi doirasida birgina Baxmal tumanining Oʻrmonchi qishlogʻida turizm sohasini rivojlantirish borasida ham keng koʻlamli ishlar amalga oshirildi.

Ammo shu oʻrinda tadbirkorlarni qiynab kelayotgan muammolar yoʻq emas. Jumladan, tabiati goʻzalligi beqiyos boʻlgan Oʻrmonchi qishlogʻiga eltuvchi yoʻl qoniqarsiz ahvolda.

-Turistlar bu baland qorli tog‘larni, ko‘p yillik archazorlarni ko‘rish uchun nafaqat yozning jaziramasida, balki qish kunlarida ham dam olishga kelayotir. Ularning soni yildan yilga ortib bormoqda, -deydi tadbirkor Sobir Zokirov. Lekin qish kunlarida keladiganlarning kayfiyatini buzadigan jihati, bu-issiqlik masalasi. Issiqlik bilan ta’minlash esa asosan elektr energiyasi bilan bog‘liq. To‘g‘ri, biz muqobil energiyadan ham foydalanyapmiz, ammo u faqat hudud va xonalarni yoritish quvvatiga yetadi, xolos. Kempenglarni issiqlik bilan ta’minlash, suv chiqarishda yuqori kuchlanishli elektr energiyasi talab qilinadi. Qolaversa, aloqa xizmatining sifati ham turistlarning kelishida muhim ahamiyat kasb etadi.

Afsuski, viloyatning turizm salohiyati yuqori bo‘lgan Forish, Arnosoy, Sharof Rashidov va Yangiobod tumanlarida ham ziyoratgohlar, turistik va madaniy meros obyektlariga olib boruvchi yo‘llarning ta’mirlashga muhtojligi, bu hududlarga keluvchi turistlar oqimining yanada ko‘payishiga o‘zining salbiy ta’sirini ko‘rsatmoqda.

Viloyat turizm boshqarmasi ma’lumotlariga ko‘ra, joriy yil aynan turizm manzillari hududidagi 104,4 kilometr uzunlikdagi yo‘llarni ta’mirlash, 18 kilometr masofadagi elektr energiyasi tarmog‘ini yaxshilash va 3 dona yangi transformator o‘rnatish hamda 13 kilometr uzunlikdagi yangi aloqa tarmoqlarini tortish, 10 dona aloqa ustuni o‘rnatish rejalashtirilgan.

Joriy yilning 12-yanvarida imzolangan “O‘zbekiston Respublikasida to‘siqsiz turizm infratuzilmasini rivojlantirish va uni rag‘batlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorga hali ko‘p vaqt bo‘lmadi. Ammo turizmni rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etuvchi ushbu hujjat ijrosi borasida viloyatda xayrli ishlar boshlab yuborilgan.

Jizzax shahrining S.Hamroqulov ko‘chasida kafe, “Fast-fud”, supermarket, avtoturargoh, piyodalar va velosiped yo‘lakchalari, bepul “Wi-Fi” zonasi, turistlar uchun axborot markazi tashkil etilib, imkoniyati cheklangan turistlar uchun to‘siqsiz turizm holatlari inobatga olinib, uzunligi 600 metrdan iborat turizm ko‘chasining bunyod etilishi viloyatimiz uchun o‘ziga xos yangilik bo‘ldi,-deydi Jizzax viloyat turizm boshqarmasi boshlig‘ining o‘rinbosari Azizbek Egamberdiyev.-Galdagi

eng muhim vazifa to‘siqsiz turizmga alohida e’tibor qaratish, ichki va tashqi turistlar sonini oshirishdan iboratdir.

Shuningdek, viloyatda turizm qishloqlari sonini ko‘paytirish ham rejalashtirilgan. Ayni paytda Zomin tumanidagi Duoba qishlog‘iga “Turizm mahallasi” maqomi berilgan. Joriy yilda Forish tumanidagi Uxum hamda Baxmal tumanidagi O‘rmonchi qishloqlariga ham “Turizm mahallasi” maqomini berish uchun amaliy ishlar boshlab yuborilgan[40].

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. O‘zbekistonda gastronomik turizm geografiyasini izohlang.
2. Toshkent shahar gastronomiyasining rivojlanishiga izoh bering.
3. Toshkent viloyatlarining qaysi tumanlarida gastronomik turizmni rivojlantirish mumkin?
4. Jizzax va Sirdaryo viloyatlari gastronomiyasiga ta’sir etuvchi omillarni izohlang.
5. Samarqand viloyatida gastronomik turizmning rivojlanishini tushuntirib bering.
6. Buxoro va Navoiy viloyatlarida gastronomik turizmning rivojlanishini tushuntirib bering.
7. Xorazm viloyatida gastronomik turizmning rivojlanishini tushuntirib bering.
8. Qoraqalpog‘iston Respublikasida gastronomik turizmning rivojlanishini tushuntirib bering.
9. Surxondaryo va Qashqadaryo viloyatlarida gastronomik turizmning rivojlanishini tushuntirib bering.
10. Farg‘ona vodiysida gastronomik turizmning rivojlanishini tushuntirib bering.

[40] https://uza.uz/oz/posts/jizzaxda-turizmni-rivojlantirish-imkoniyatlari_571433

XIII BOB. GASTRONOMIK TURIZM BO‘YICHA KADRLAR SIYOSATI

13.1. Gastronomiyani rivojlantirishda kadrlar masalasi

O‘zbekiston oshpazlar uyushmasining gastronomik turizmni rivojlantirish, O‘zbekiston gastronomiyasini imijdan foydalangan holda targ‘ib qilish bo‘yicha faoliyati bilan shug‘ullanadi.

O‘zbekiston oshpazlar uyushmasi faoliyatining muhim yo‘nalishlaridan biri-milliy taomlarni xorijda ommalashtirishdir. Uyushma tashabbusi bilan har yili palov festivali, kabob bayrami va boshqa gastronomik tadbirlar o‘tkaziladi, O‘zbekiston milliy pazandachilik san’atining o‘ziga xos xususiyatlariga bag‘ishlangan kitoblar nashr etiladi.Respublikada gastronomik turizmni rivojlantirish uchun Oshpazlar uyushmasi milliy va xalqaro hamkorlar bilan hamkorlik qilmoqda. Bular jumlasiga Davlat O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish qo‘mitasi va uning hududiy bo‘linmalari; Xususiy sayyohlik tashkilotlari uyushmasi; mahalliy turizmni qabul qilish va rivojlantirish bo‘yicha turoperatorlar; O‘zbek pazandachilik san’ati xalqaro markazi; OAV vakillari va blogerlar; mahalliy fermerlar va oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar; milliy taomlar tayyorlash bo‘yicha mutaxassislar; xorijiy mamlakatlar elchixonalari va vakolatxonalari; suvenir mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar; turizm va mehmondo‘stlik bo‘yicha oliy va o‘rta maxsus professional ta’lim muassasalari;

Turizm tarmog‘ining yangi yo‘nalishlarini, xususan, zamon talablariga javob beradigan gastronomik turizm klasterini shakllantirish ishiga hissa qo‘shayotgan O‘zbekiston Oshpazlar uyushmasi

Toshkent shahrining eng diqqatga sazovor va qiziqarli umumiy ovqatlanish joylarini o‘z ichiga olgan Gastronomik xaritani tuzish ishlarini boshlaydi. 2019-yilning 9-fevral kuni Toshkent shahrida Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi va O‘zbekiston Oshpazlar uyushmasi vakillari ishtirokida davra suhbati bo‘lib o‘tdi. Yig‘ilishda Toshkent shahrining gastronomik xaritasini shakllantirish to‘g‘risidagi nizom muhokama qilindi. O‘zbekiston turizmining gastronomik

xaritasini ishlab chiqish va targ‘ib qilish O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdagi “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-4861-sonli Farmoni ijrosini ta’minlash maqsadida amalga oshirilmoqda. Gastronomik xarita-bu Toshkent shahrida nafaqat o‘zbek milliy taomlari, balki mamlakatimizda yashovchi barcha xalqlar, shuningdek, dunyoning deyarli barcha mamlakatlari oshxonalari tomonidan taqdim etilgan O‘zbekistonning eng boy oshxonalari haqida ma’lumot beruvchi o‘ziga xos yo‘l ko‘rsatkichidir. Gastronomik xaritani tuzishning asosiy vazifalari gastronomik turizmni jadal rivojlantirish, o‘z taomlari, xizmat ko‘rsatish darajasi, sanitariya-gigiyena holati va boshqa parametrlari bilan oshpazlik san’atining u yoki bu yo‘nalishini ifodalashga munosib bo‘lgan umumiy ovqatlanish korxonalarini aniqlash, umumiy ovqatlanish muassasalarida xizmat ko‘rsatish va servis darajasini oshirish, ularni jahon standartlariga yaqinlashtirishdan iborat.

Gastronomik xaritani tuzish doirasida quyidagilar rejalashtirilgan:

- taftish taqdimnomasini shu jumladan turizm va pazandachilik mahorati sohasidagi yetakchi mutaxassislarni jalb etgan holda boshqa umumiy ovqatlanish muassasasida amalga oshiriladi. Xalq ommasining eng ko‘p foizini olgan muassasa ovozga qo‘yilgan va o‘z taqdimotidan muvaffaqiyatli o‘tgan shaxslar Gastronomik xaritaga kiritiladi;
- Toshkent shahrida oshpazlik san’atining boyligi va nozik jihatlari mavjudligining butun manzarasini birlashtirish va uni poytaxt mehmonlariga namoyish etish uchun har yili oshpazlik festivali-tanlovini o‘tkazish;
- oshpazlik san’ati sohasidagi eng yaxshi mutaxassislarni ma’naviy va moddiy rag‘batlantirish.

Umumiy ovqatlanish korxonalariga qo‘yiladigan talablar:

Gastronomik xaritaga kiritishga talabgorlar:

✓ zamonaviy umumiy ovqatlanish muassasasiga qo‘yiladigan barcha parametrlarga muvofiqligi, masalan-muassasaning tashqi va ichki ko‘rinishi, sanitariya-gigiyena holati va oshxona va zalning texnik

jihozlanishi, servis darajasi, taqdim etilayotgan taomlarning ta’m sifati, muassasaning narx siyosati;

- ✓ umumiy ovqatlanish muassasasining maqomi O‘zbekiston oshpazlar uyushmasiga a’zolik;
- ✓ oshpazlar tarkibida sertifikatlangan diplomlarning mavjudligi;
- ✓ xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarda maxsus ma’lumotning mavjudligi.

Gastronomik xaritani shakllantirish usuli myday.uz, arba.uz, chef.uz, Restoran biznesi akademiyasi, Xususiy sayyohlik tashkilotlari uyushmasi, Restoranlar va mehmonxonalar uyushmasi veb-saytlarida u yoki bu yoqtirgan muassasa uchun xalq ovoz berishidir. Taftish taqdimnomasi yakunlarini belgilovchi hakamlar hay’ati tarkibi VAKS, shuningdek, Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi va O‘zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligining Diplomatik servis xizmati vakillari ishtirok etadi.

Respublikaning gastronomiya targ‘iboti sohasidagi yana bir yutug‘i shundaki, “Toshkentcha palov” yarim tayyor mahsuloti konservalangan holda xorijga eksport qilina boshlandi. Ya’ni, O‘zbekiston Oshpazlar uyushmasi oshpazlari ushbu yarim tayyor mahsulotga patent olishga qaror qilishdi.

Ularning resepti bo‘yicha tayyorlangan taom yorqin to‘yingan qahrabo rangga ega bo‘lib, eng yaxshi ta’m xususiyatlariga ega

O‘zbek pazandachilik an’analariga qiziqish ortib borayotgan bir sharoitda ularni qo‘llab-quvvatlash, rivojlantirish va ommalashtirish juda muhimdir. Respublika Vazirlar Mahkamasining qarori O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Umumiy ovqatlanish tashkilotlari faoliyatini yanada takomillashtirish va sifatini oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” o‘zbek pazandachilik san’atining jahon miqyosida yanada keng tarqalishiga va ijodkor yoshlarni oshpazlik kasbiga jalb etishga xizmat qilmoqda. O‘tgan yili O‘zbekiston oshpazlar uyushmasi o‘zbek oshxonasiga bag‘ishlangan to‘rtta pazandachilik kitobi taqdimotini o‘tkazdi. Bu o‘zbek pazandachilik san’atini ommalashtirishda katta qadam bo‘ldi. “Palov-nozik ish” va Hakim G‘aniyev bilan sharqona ziyofat. “O‘zbek oshxonasi” loyihasi o‘zbek oshxonasi sohasidagi

ekspert va oshpaz Hakim G‘aniyev qalamiga mansub. Liliya Nikolenko-taniqli o‘zbek blogeri, o‘zining www.azu.uz saytiga ega bo‘lgan “O‘zbek uy oshxonasi” va “Halol uy oshxonasi” nomli kitoblar muallifi hisoblanadi.

“Palov-nozik ish” bu ham noyob amaliy qo‘llanma, ham qiziqarli tarixiy ma’lumotnoma, ham reseptlar kitobi. Unda turli xil palovlarni tayyorlash bo‘yicha reseptlar jamlangan. “O‘zbek oshxonasi” o‘zbek taomlarini tayyorlash san’ati haqidagi kitob bo‘lib, muallifning oshpaz va shoir sifatidagi ko‘p yillik tajribasi natijasidir.

“O‘zbek uy oshxonasi” 100 ta oddiy va murakkab taomlarni tayyorlash texnologiyasini o‘z ichiga oladi. Ularning reseptlari maqolalar va hikoyalar bilan birga keladi, ularning asosiy leytmotivi “Muhabbat bilan O‘zbekiston haqida” “Halol uy oshxonasi” oila uchun tavsiyalar shaklida yozilgan uyda o‘qish kitobi. Shuni ta’kidlash kerakki, ushbu kitoblarning har biri o‘z uyida haqiqiy oshpazlik durdonasini yaratishga yordam beradigan murakkab taomlarni tayyorlashning bosqichma-bosqich fotosuratlarini o‘z ichiga oladi. Bugungi kunda respublikada gastronomik va, xususan, vino turlarini targ‘ib qilish bilan kam sonli sayyohlik kompaniyalari shug‘ullanadi. Masalan, “Yasmina tur” 2014-yildan beri yangi mahsulot “Aliy vosxod, beloye solnse” vino turini taklif qilmoqda. O‘zbekistonda uzumning 10 dan ortiq turdagi vinobop va 20 dan ortiq turdagi desert xo‘raki navlari yetishtiriladi. Uzumning asosiy vino navlari: qizil-Kaberne Sovinon, Pino Nuar, Aleatika, Saperavi va oq-Bayan-Shirey, Risling, Kuljinskiy, Krimskiy, Rkatsiteli, Soyaki, Buvaki. Ushbu gastronomik turni amalga oshirish 2014-yil may oyida boshlangan. Tur turistlarning Toshkent viloyatining Parkent tumaniga borishini nazarda tutadi, u yerda 250 gektar maydonda yuqorida sanab o‘tilgan vino navlarining deyarli barchasiga ega bo‘lgan “Hamkor” xo‘jaligi joylashgan. “Hamkor” o‘z vinolarini Fransiya, Rossiya, Xitoy va Yaponiyaga eksport qiladi. Turistlarga 20000 litrli vino yerto‘lasi va tayyor mahsulotlarni quyish korxonasi ko‘rsatilmoqda. Mehmonlar uchun ot va kvadrotsikllarda uzumzorlarga sayohatlar taklif etiladi. Va, albatta, milliy cholg‘ular ansambli jo‘rligida vino kartasi bilan tushlik. Shuningdek, qurilish ham rejalashtirilgan. U yerda 300

kishiga mo‘ljallangan degustatsiya zali va Tyan-Shan tog‘lari manzaralari aks etgan tomosha maydoni mavjud bo‘ladi.

Mahalliy turfirmalar tomonidan gastronomik turlar taklifi tahlili shuni ko‘rsatadiki, taklif hajmi katta emas, ya’ni ular quyidagi turlarni taklif qilishadi: “Qovunli O‘zbekiston”, “Ipak yo‘li ta’mi” yoga-ekspeditsiya va gastronomik tur “Asab tizimini uyg‘unlashtirish”, “Mayizli tur” (uzumli tur). Shunday qilib, O‘zbekiston bo‘ylab gastronomik turlarni tanlash unchalik katta emas va ularning turlarini kengaytirish nafaqat turoperatorlarga bog‘liq. Bizga ma’lumki, gastronomik turistlar uchun mamlakatga kelish uchun yaxshi sabablar kerak. Ko‘pincha ular festivallar, oshpazlik mahorat darslari yoki sayyohlik yarmarkalari kabi tadbirlarda ishtirok etish uchun kelishadi. Bunday tadbirlarni targ‘ib qilish, qoida tariqasida, O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi va uning hududiy bo‘linmalari, mahalliy hokimliklar vakolatiga kiradi, ular o‘zlarining ma’muriy resurslaridan foydalanib, nafaqat tantanalarning “aybdorlari”ni jalb qiladilar.

Ma’lumki, turizm sub’ektlarining faol ishisiz mahalliy diqqatga sazovor joylarni ommalashtirish mumkin emas. Shunday qilib, gastronomik turizmni rivojlantirish konsepsiyasi respublika xo‘jalik organlarining gastronomik tadbirlarni tashkil etishda faol ishtirok etishini nazarda tutadi.

Kichik ekspress so‘rovnoma davomida gastronomiya va turizm masalalari bilan professional shug‘ullanuvchi ba’zi mutaxassislardan so‘rovnomalar o‘tkazildi, ular quyidagilarni ta’kidladilar:

O‘zbekistonni gastronomik sayohatlar bozorida targ‘ib qilish uchun o‘zbek taomlari, gastronomik an’analari va urf-odatlari, o‘zbek kafe va restoranlari haqida teledasturlar tayyorlash va xalqaro kanallar orqali namoyish etish lozim.

Darhaqiqat, mazkur tadbir O‘zbekistonga gastroturistlarni jalb qilishda ham o‘z samarasini beradi. Bundan tashqari, biz chet eldan ixtisoslashgan nashrlarning yetakchi jurnalistlari, pazandachilik blogerlari guruhini muntazam ravishda taklif qilishni va ular uchun

shunchaki infoturlar emas, balki haqiqatda mavjud boʻlgan gastronomik sayohatlar yoʻnalishlari boʻylab sayohat qilishni tavsiya etamiz.

Bizningcha, oʻzbek taomlari, vinolari, restoranlari, qahvaxonalari, choyxonalari haqida professionallar uchun filmlar yaratish kerak. Buning uchun oshpazlik obyektlarini qanday suratga olishni biladigan professional televizion jamoani jalb qilish kerak, boshlovchi “mavzuda” boʻlishi kerak va albatta, puxta oʻylangan, professional ssenariy boʻlishi kerak. Shuningdek, gastronomik turlarni ishlab chiqish uchun gastronomiya, pazandachilik, vino va restoran biznesi sohasidagi mutaxassislarni jalb qilish kerak. Bundan tashqari, gastronomik sayohatga kelgan turistlar oʻzini tutish uslubi boʻyicha Oʻzbekistonga tashrif buyurgan turistlardan ancha farq qilishini hisobga olish kerak.

Xususan, gidlar milliy taomlar boʻyicha yetarlicha tayyorgarlikka ega boʻlishi kerak.

13.2. Oʻzbek milliy taomlari boʻyicha malakali oshpazlarni tayyorlash

Gastronomik turlarni ishlab chiqishda pazandachilik, gastronomiya, vinochilik hamda restoran biznesi sohasida yetuk mutaxassislarning ishtiroki zarur. Chunki bu yoʻnalishlar bir-biri bilan uzviy bogʻliq boʻlib, ular gastronomik tajribani sifat jihatidan boyitadi. Shu bilan birga, gastronomik turizm bilan shugʻullanuvchi sayyohlarning xulq-atvori, ehtiyojlari va xoʻsh koʻrishlari an’anaviy madaniy turizm ishtirokchilariga nisbatan sezilarli darajada farq qiladi. Bu omil marketing strategiyalarini ishlab chiqishda va xizmat koʻrsatish standartlarini belgilashda hisobga olinishi lozim.

Oʻzbekiston oshpazlar uyushmasining gastronomik turizmni rivojlantirish boʻyicha faoliyati Oshpazlar imijidan foydalangan holda Oʻzbekiston gastronomiyasini targʻib qilish va milliy taomlarni xorijda ommalashtirish Oʻzbekiston oshpazlar uyushmasi faoliyatining muhim yoʻnalishlaridan biridir. Assotsiatsiya tashabbusi bilan har yili palov festivali, kabob bayrami va boshqa gastronomik tadbirlar oʻtkaziladi, oʻziga xos xususiyatlarga oid kitoblar nashr etiladi.

Respublikada gastronomik turizmni rivojlantirish uchun Oshpazlar uyushmasi milliy va xalqaro hamkorlar bilan hamkorlik qilmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi va uning hududiy bo‘linmalari shular jumlasidandir; Xususiy sayyohlik tashkilotlari uyushmasi; mahalliy turizmni qabul qilish va rivojlantirish bo‘yicha turoperatorlar; O‘zbek pazandachilik san’ati xalqaro markazi; OAV vakillari va blogerlar; mahalliy fermerlar va oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar; milliy taomlar tayyorlash bo‘yicha mutaxassislar; xorijiy mamlakatlarning elchixonalari va vakolatxonalari; suvenir mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar; turizm va mehmondo‘stlik bo‘yicha oliy va o‘rta maxsus kasb-hunar ta’limi muassasalari; UNVTO, UNESKO va IKTA (Xalqaro kulinariya turizmi assotsiatsiyasi a) kabi ixtisoslashgan xalqaro tashkilotlar. Turizm tarmog‘ining yangi yo‘nalishlarini, xususan, zamon talablariga javob beradigan gastronomik turizm klasterini shakllantirishga hissa qo‘shayotgan O‘zbekiston Oshpazlar uyushmasi Toshkent shahridagi eng diqqatga sazovor va qiziqarli umumiy ovqatlanish muassasalarini o‘z ichiga olgan Gastronomik xaritani tuzish ishlarini boshlaydi.2019-yilning 9-fevral kuni Toshkent shahrida Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi va Oshpazlar uyushmasi vakillari ishtirokida davra suhbati bo‘lib o‘tdi. Yig‘ilish davomida Toshkent shahrining gastronomik xaritasini shakllantirish to‘g‘risidagi nizom muhokama qilindi.

O‘zbekiston turizmining gastronomik xaritasini ishlab chiqish va targ‘ib qilish O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdagi “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-4861-sonli Farmoni ijrosini ta’minlash maqsadida amalga oshirilmoqda. Gastronomik xarita-bu o‘ziga xos yo‘l ko‘rsatkich bo‘lib, Toshkent shahrida nafaqat o‘zbek milliy taomlari, balki mamlakatimizda yashovchi barcha xalqlar, shuningdek, dunyoning deyarli barcha mamlakatlari oshxonalarining yetakchi pazandachilik san’ati ustalari tomonidan taqdim etilgan O‘zbekistonning boy taomlari haqida ma’lumot olish imkonini beradi. Gastronomik xaritani tuzishning asosiy vazifalari gastronomik turizmni jadal rivojlantirishdan iborat bo‘lib, siz

oʻz taomlari, xizmat koʻrsatish darajasi, sanitariya-gigiyena holati va boshqa parametrlar oshpazlik san’atining u yoki bu yoʻnalishi, umumiy ovqatlanish muassasalarida xizmat koʻrsatish va servis darajasini oshirish, ularni jahon standartlariga yaqinlashtirish.

“Hamkor” oʻz vinolarini Fransiyaga eksport qiladi, Rossiya, Xitoy va Yaponiya. Turistlarga 20000 litrli vino yertoʻlasi va tayyor mahsulotlarni quyish korxonasi koʻrsatilmoqda. Mehmonlar uchun uzumzorlarga ot va kvadrosikllarda sayohatlar taklif etiladi. Va, albatta, milliy cholgʻular ansambli joʻrligida vino xaritasi bilan tushlik. Shuningdek, 300 kishiga moʻljallangan degustatsiya zali va Tyan-Shan togʻlari manzaralari aks etgan kuzatuv maydonchasi qurilishi rejalashtirilgan. Mahalliy sayyohlik firmalari tomonidan gastronomik turlar taklifini tahlil qilish shuni koʻrsatadiki, taklif hajmi katta emas, ya’ni ular “Qovunli Oʻzbekiston”, “Ipak yoʻli ta’mi” yoga-yekspeditsiya va “Asab tizimini uygʻunlashtirish” gastronomik sayohati, “Sizyuminkoy sayohati” (uzum sayohati) kabi turlarni taklif etadi. Shunday qilib, Oʻzbekiston boʻylab gastronomik turlar soni koʻp emas va ularning turlarini kengaytirish nafaqat turoperatorlarga bogʻliq. Bizga ma’lumki, gastronomik turistlar uchun mamlakatga kelish uchun yaxshi sabablar kerak.

Koʻpincha ular festivallar, oshpazlik mahorat darslari yoki sayyohlik yarmarkalari kabi tadbirlarda ishtirok etish uchun kelishadi. Tashkilot va bunday tadbirlarni targʻib qilish, qoida tariqasida, Oʻzbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qoʻmitasi va uning hududiy boʻlinmalari, mahalliy hokimliklar vakolatiga kiradi, ular oʻzlarining ma’muriy resurslaridan foydalangan holda nafaqat bayram yoki tadbirlarning “aybdorlari”ni, balki ommaviy axborot vositalarini ham jalb qiladilar. Turizm subektlarining faol ishisiz esa, ma’lumki, mahalliy diqqatga sazovor joylarni ommalashtirish mumkin emas. Shunday qilib, gastronomik turizmni rivojlantirish konsepsiyasi respublika xoʻjalik boshqaruvi organlari, viloyatlar, tumanlar va shaharlar hokimliklarining gastronomik tadbirlarni tashkil etishda faol ishtirok etishini nazarda tutadi. Kichik ekspress soʻrovlar davomida gastronomiya va turizm masalalari bilan professional shugʻullanuvchi

ba’zi mutaxassislardan O‘zbekistonni targ‘ib qilish uchun O‘zbekistonning gastronomik sayohatlar bozorida o‘zbek taomlari, gastronomik an’analari va urf-odatlari, o‘zbek qahvaxonalari, restoranlari haqida teledasturlar tayyorlash va ularni xalqaro kanallar orqali namoyish etish lozim.

Darhaqiqat, mazkur tadbir O‘zbekistonga gastroturistlarni jalb qilishda ham o‘z samarasini beradi. Bundan tashqari, biz chet eldan muntazam ravishda ixtisoslashgan nashrlarning yetakchi jurnalistlari, pazandachilik blogerlari guruhini taklif qilishni va ular uchun shunchaki infoturlar emas, balki haqiqiy mavjud yo‘nalishlar bo‘yicha gastronomik sayohatlarni amalga oshirishni tavsiya qilamiz. Bizningcha, o‘zbek taomlari, vinolari, restoranlari, qahvaxonalari, choyxonalari haqida professionallar tomonidan filmlar suratga olinishi kerak. Buning uchun oshpazlik obektlarini suratga olishni biladigan professional televideniye jamoasini, “mavzuda” bo‘lishi kerak bo‘lgan va, albatta, puxta o‘ylangan, professional ssenariyga ega bo‘lgan boshlovchini jalb qilish kerak.

Shuningdek, gastronomik turlarni ishlab chiqish uchun gastronomiya, pazandachilik, vino va restoran biznesi sohasidagi mutaxassislarni jalb qilish kerak. Bundan tashqari, gastronomik sayohatga kelgan turistlar O‘zbekistonga tashrif buyurgan turistlardan xulq-atvori jihatidan ancha farq qilishini hisobga olish lozim.

13.4. Gastronomik turizm turi bo‘yicha gid-tarjimonlarni tayyorlash

Gastronomik turizm bo‘yicha *gid-ekskursiyachilarini tayyorlash.* Har qanday kasb mehnat faoliyat bilan bog‘liq bo‘lib, shu kasbning asosiy xususiyatlarini belgilaydigan bilim va tajribaga ega bo‘lishni talab qiladi. Bunday bilimlar ushbu kasb yo‘nalishidagi ta’limni o‘rganishdan, tajribalar esa mehnat faoliyati davomida o‘zlashtiriladi. Turizmdagi gid faoliyati-gid kasbi yuqorida qayd qilingan bilimlar, tajribalar, ta’limni mukammal egallashni talab qiluvchi kasb. Hozir O‘zbekiston turizmidagi gid faoliyatini, uning o‘zini gid-ekskursovod, gid-yetakchi, gid-ekskursiyachi, gid-boshlovchi deb atashmoqda va gid

atamasi faqat turizm sohasiga taalluqli emas.

Turizmdagi gid faoliyati va uning kasbiy talablarini Rossiyalik taniqli olimlarning asarlaridan o‘rganganmiz[41]. Ularning darsliklari va o‘quv qo‘llanmalari mukammalligi uchun turizmda asosiy mutaxassislik fanlari sifatida o‘qitiladi. O‘zbekistonda chop qilingan lug‘atlarda gid va gid-tarjimon-ekskursiyachining izohlari Rossiyalik olimlarning asarlarini tarjima qilish bilan quyidagicha berilgan[42].

Gid farang tilida “guide” boshlovchi-sayrbon, turistik firmaning rasmiy vakili, turistlar va sayohatchilarga turistik obyektni ko‘rsatadi, tarixini so‘zlab beradi, shahar yoki hududning tarixiy va madaniy diqqatga sazovor joylari bilan tanishtiradi.

Gid-tarjimon-ekskursiyachi-xorijliklarga ularning mamlakat bo‘ylab turistik safarida kuzatib boradi. Marshrutda ularga xizmatlar ko‘rsatishda bevosita ishtirok etadi, xizmatlar uchun moliyaviy hisob kitoblarni olib boradi. Gid-tarjimon-ekskursiyachi bir nechta chet tillarda erkin so‘zlashadi, ekskursiya va marshrutlarni mustaqil o‘tkazadi, turistlarning savollariga javoblar, maslahatlar beradi. Gid-tarjimon ning ish staji, kasbiy mahorati qarab uch darajali toifa (uchinchidan birinchigacha beriladi)[43].

Gid-tarjimon-turizmga bog‘liq bo‘lmagan ishlab chiqarish jarayonlarida, har-xil tillardagi odamlarning o‘zaro muloqatlarida, hamkorlik faoliyatlarida, qo‘shma korxonalarning ish faoliyatlarida shartnomalar va hakozolarda tarjimonlik qiluvchi shaxs. Biz milliy turizmimizda bitta *gid-ekskursiyachi nomini* qabul qilishimiz va uning faoliyatiga o‘rganishimiz lozim. Chunki ichki turizmda gidning tarjimonligi talab qilinmaydi. Gid-yetakchi, gid-boshlovchi, atamalari turizmda gid-ekskursiyachi atamasiga nisbatan ancha noaniqroq tushunchalarni keltirib chiqaradi.

Turizm sohasida, turistik firma rivojida gid-ekskursiyachining ma’suliyati juda katta. U ekskursiyachilar va turistlar qiziqib tanlagan, ular uchun noaniq va birinchi ko‘rishi bo‘lgan turistik obyektni ularni

[41] Yemelyanov B.V. Osnovi ekskursovedeniye. Uchebnoye posobiye, SRIB, “Turist”, Moskva, 1985, -s. 218. Doljenko G.P., Ekskursionnoye delo, Uchebnoye posobiye, Izd., sentr MarT-M.: -Rostov- na-Donu,2006. -s. 304.
[42] Mamatqulov X. M., Turizm va servisga oid izohli lug‘at. Samarqand, SamISI, 2010.-362 b.
[43].Mamatqulov X. M., Turizm va servisga oid izohli lug‘at. Samarqand, SamISI, 2010. -362 b.

qoniqtiradigan koʻrsatuvni va maʼlumotlarni berishi, ularning savollariga toʻliq javob berishi kerak. Shuning uchun ham gid-ekskursiyachilarga quyidagi talablar qoʻyilgan:

1. Intellektuallik;
2. Oʻz-oʻziga ishonchliligi, qatʼiyligi;
3. Kommunikativlik;
4. Kasbiy mahoratiga ishonishi yuzasidan yuqori pogʻonalarda turishini his qilish.
5. Tashkilotchilik;
6. Har tomonlama dunyoqarashga ega boʻlish;
7. Madaniyatlilik;
8. Bilimililik
9. Tahlil qila bilish.

Oʻzbekistonlik olimlar gid-ekskursiyachi quyidagi mezonlar bilan baholanishini tavsiya qilishgan[44]:

1. Tashqi koʻrinishi, tajriba, zamonaviy asbob-uskunalarni ishlata olish;
2. Puxta bilimlilik, kasbiy professionallik;
3. Axborotlanganlik va oʻzaro hamkorlik;
4. Ijtimoiy xulq-atvorining yuqoriligi;
5. Yoshi 20 yosh va undan yuqori boʻlishi, 3 yil tajribaga ega gid-ekskursiyachining yoshi 50 yoshdan yuqori boʻlmasligi.

Gid-ekskursiyachining shaxsiy fazilatlariga qoʻyiladigan talablar quyidagilardan iborat boʻladi:

- yoqimli tashqi koʻrinish;
- eʼtiborli;
- kuchli xotira;
- ishda ijodiy yondashuv;
- tez qaror qabul qilish qobiliyati;
- tashkilotchi;
- oʻziga ishonuvchan;
- dunyoqarashi keng;

[44].Tuxliyev N., Abdullayeva A. Ekologicheskiy turizm: sushnost, tendensii i strategiya razvitiya. Oʻquv qoʻllanma. Gos.izd. “Oʻzbekiston milliy ensiklopediyasi”. -T.: 2006.-415 s.

- nutq madaniyati,
- to‘g‘ri talaffuzga ega bo‘lish,
- so‘z boyligiga ega bo‘lishi kerak.

Shaxsiy fazilatlarga to‘g‘ri kelmaydigan ko‘rsatmalar:

- yurak qon-tomiri kasalliklari bilan og‘riganlarga,
- ruhiy va asab tizimlari buzilganlarga,
- nutqida va jismoniy kamchiligi borlarga bu ish tavsiya etilmaydi.

O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirishdagi muammolar haqida ilk bor O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 2-dekabr 2016-yildagi PF-4861-sonli Farmonida[45] birinchi marotaba tilga olindi. Bu qisqa muddatda vatanimizda gastronomik turizmni rivojlantirishning muammolarini aniqlash albatta, ancha qiyinchiliklarni hosil qiladi. Yevropa davlatlaridagi va Rossiya davlatidagi gastronomik turizmga bag‘ishlangan adabiyotlarni o‘rganishdan ma’lum bo‘ldiki, gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirishda aniq tavsiyalar, metodlar yoki mexanizmlar jahon gastronomik turizmda lider hisoblangan Italiya, Fransiya kabi davlatlarda ham yaratilgan emas.

Yevropa davlatlari o‘zlarida gastronomik turizmni rivojlantirish uchun dastlab gastronomik turizmning infratuzilmalarini yaratishgan va bu turizm turi bilan bog‘liq barcha xizmatlarga milliylik talablarini kiritishgan[46]. Ularning bu yo‘nalishda ikkinchi to‘g‘ri yo‘li kulinariya maktablarini ochish va bu maktablarga o‘z davlatlaridagi nomdor oshpazlarni to‘plab gastronomik turizmga yangi mutaxassislarni tayyorlash bo‘ldi. Uchinchi yo‘nalish o‘z xalqi orasida gastronomiya turizmni rivojlantirishdagi tadbirkorlikni tashkil qilishning ham uddasidan chiqdi.

Mahalliy xalqlar esa ko‘plab unutilgan taomlarni tavsiflab berishdi.

---

[45] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-4861-sonli Farmoni. 2016-yil 2-dekabr.

[46] *Food and Wine Events in Europe.* AStakeholder Approach Alessio Cavicchi, Cristina Santini. Routledge-2014.-236 p; Djandjugazova Ye.A. “Literaturniy traktir ili natsionalnie osobennosti trapezi”. Sovremennie problemi servisa i turizma. № 3, 2010. -97-102 s.

Natijada yangi taomlar tayyorlandi. Bu taomlarning reklamalari va marshrutlari tezda gastronomiya turizm bozori shiorida tashviq qilina boshlandi. Xullas Yevropa davlatlari o‘z xalqlarining taomlariga o‘zlarining aholisini qiziqtira bildi, keyinchalik xalqaro gastroturistlarni taomlariga qiziqtirishning maxsus dasturlarini tayyorlashdi. Jahonda gastronomik turizm shu amaliyotlar tariqasida kelib chiqdi.

Yevropa davlatlari gastronomik turizmni ikki: qishloq gastronomiya turizm va shahar gastronomik turizm yo‘nalishda rivojlantirmoqdalar. Gastronomik turizmning bu ikki destinatsiyadagi infratuzilmalariga kelsak, shaharlarda so‘nggi dizayn usulida qurilgan yuqori darajadagi qulaylikka ega restoranlarni gastrotur markazlariga aylantirishdi. Qishloq gastronomiyasida zamonaviy qulaylikdan voz kechishdi va ekologik sahnlarga, ekologik joylashuvlarga ega bo‘lgan qishloq gastronomiya uylarini qurishdi. Shuning uchun ham Yevropada ekologik turizm, qishloq turizmi va qishloq gastronomiyasi turizmlari bir-biri bilan bog‘langan holda rivojlanmoqda.

Fransiya, Italiya, Germaniya, Angliya, Shveysariya kabi davlatlarda bu usulda xalqaro gastroturistlarni jalb qilishning maxsus dasturlari ishlab chiqilgan. Bu davlatlarda ichimliklar bilan bog‘liq barcha turlar, ichki va xalqaro gastronomiya festivallari faqat qishloqlarda o‘tkazilib kelinmoqda. Shuning uchun ham bu davlatlardagi qishloqlarning aholisi gastroturistlarga joylashtirish va ekologik toza ovqatlantirishdan juda katta daromad olishadi[47].

Gastronomik turizm rivojlangan Yevropa davlatlaridagi qayd qilingan amaliyotlarga to‘xtalganimizda biz birinchi navbatda gastronomik turizmning milliy infratuzilmalarini yaratishimiz lozim. Ikkinchi navbatda kulinariya maktablarini tashkil qilib, gastronomiya mutaxassislarini tayyorlashimiz kerak. Navbatdagi vazifa O‘zbekistonda milliy gastronomik turizmni rivojlantirishning dasturlarini ishlab chiqishimiz kerak.

O‘zbekistonning milliy gastronomik turizmda birgina xalqaro

[47] Sicheva V.O., Shpenkova K.S. Usloviya razvitiya gastronomicheskogo turizma v Rossi i v mire. J. Konsept, -№ 7, Saratov, 2014. -126-130 s.; Katelo Y. Methodical approach to the analysis of the preconditions ofstrategic development of gastronomic tourism, Danish Scientific Journal 2018. - № 17.-R. 8-12.

gastroturistlarga xizmat qiluvchi gid-ofitsiantlarni tayyorlash ancha qiyin muammolar qatorida turibdi. Ikkinchidan, milliy dasturxonimiz qanday bo‘lishi kerak? Xontaxta dasturxonmi yoki naqshinkor karavotlarga qo‘yiladigan dasturxonmi yoki Yevropacha usul stol-stulmi? Gastronomik turizmni, ayniqsa, xalqaro gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirishda milliylikka e’tibor berishimiz lozim.

O‘zbekiston milliy gastronomik turizmda ishlovchilar vatanimizda tayyorlanadigan milliy taomlarimizning barcha xususiyatlarini mukammal darajalarda o‘zlashtirishi lozim. Samarqand shahridagi restoranlarning ofitsiantlari bilan o‘tkazilgan suhbatlardan ma’lum bo‘ldiki, yevropaliklar, yaponiyaliklar taomlarimizning, ziravor o‘tlarimizning hatto kaloriyasigacha, mevalarimizning tarkibidagi shakar moddalarining foizlarigacha savollar berishgan.

Yevropa gastronomik turizmni o‘rganishdan ma’lum bo‘ldiki, Yevropadagi davlatlar gastronomik turizmda faqat o‘zlarida ishlab chiqarilgan kosa-tovoqlardan va boshqa chinni idishlardan foydalanishar ekan[48]. Bizda mashhur chinni idish tovoqlarimiz bo‘lishiga qaramasdan chet elnikiga intilish kuchli. Chet ellik turistlar bilan bo‘lgan suhbatlar natijasida eshitdik-ki, ular faqat milliylikka ko‘proq qiziqishadi.

Yevropa davlatlaridagi qishloq gastronomi turizmini tashkil qilish va rivojlantirishidagi yana bir muhim va e’tibor beriladigan jihatlari shundaki, ular qishloq gastronomik turizmni qishloq va ekoturizmga qo‘shib yuborishgan. Gastroturistlar qishloq xonadonlariga joylashadilar va o‘sha xonadon egalari bilan qishloqning milliy ovqatlarini tayyorlashni va oddiy ovqatlanishni xush ko‘rishadi.

Gastroturistlarning ko‘pchiligi oilalari bilan qishloq fermerlarining uylariga joylashib, ko‘pchiligi ta’til davomida fermerlarning xo‘jaliklarida ishlashadi va buning uchun ham yaxshi haq oladilar.

O‘zbekistonda gastronomik turizmni tashkil qilish va rivojlantirishdagi imkoniyatlarning, muammolarning aniqlanishi o‘rganilayotgan gastronomik turizmga tavsiyalar ishlab chiqish uchun ilmiy tadqiqotlarning aniq yo‘nalishlarini belgilab beradi.

[48] Myasnikova Ye.N. Traditsii i kulturi pitaniya narodov mira. Rossiyskiy ekonomicheskiy universitet im. G.V.Plexanova, Moskva. 2018. – s. 67.

O‘zbekistonda gastroturizm imkoniyatlari, muammolari va ularning yechimlarini aniqlashda o‘ziga xos zaruriy tashkiliy-iqtisodiy vazifalarni amalga oshirishda quyidagicha shart-sharoitlarni nazarda tutadi:

- gastroturizmning O‘zbekiston turizm sohasidagi roli va vazifalarini aniqlash;
- turistik markazlar va yangi yaratilgan turistik qishloqlar hamda mahallarda gastronomik turizm turini tashkil etishda uning o‘rnini belgilash va amalga oshirishda aniq strategik rejalarini ishlab chiqish;
- turistik shaharlarda va chekka qishloq hududlarida gastronomik turizmni tashkillashtirishda turli yo‘nalishdagi amaliy va fundamental loyihalar, qolaversa, maqsadli mavzularda startap dasturlarini ishlab chiqishdagi omillarini aniqlash;
- gastronomik turizmga oid bo‘lgan resurslar va destinatsiyalarini o‘rganish, tavsif berish hamda turli tadqiqotlarni o‘tkazish;
- turistik hududlarda mavjud turizmning turlari bilan gastronomik turizm yo‘nalishini bog‘lagan holda o‘rganish va tavsiyalar ishlab chiqish;
- turistik qishloq va mahallalarda gastronomik turizmni joriy qilish uchun uning tashkiliy hamda iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish;
- gastronomik turizmga oid zamonaviy marshrutlari va reklamalari yaratish;
- gastronomik turizmda gastronomiya bilimini egallagan malakali mutaxassislar tayyorlash;
- O‘zbekiston milliy gastronomik turizmda raqobatbardosh gastronomiya mahsulotlari yaratish.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Gastronomik turizm bo‘yicha kadrlar siyosati haqida ma’lumot bering.

2. Gastronomik turizmni rivojlantirishda kadrlarning o‘rni va ahamiyatini tushuntirib bering.

3. O‘zbek milliy taomlari bo‘yicha malakali oshpazlarni tayyorlash masalasi qanday hal qilingan?

4. Gastronomik turizm turi bo‘yicha gid-tarjimonlarni tayyorlash masalasi qanday hal qilingan?

XIV BOB. GASTRONOMIK TURIZM BO‘YICHA YANGI TURLARNI ISHLAB CHIQISH

14.1. Gastronomik turizm turiga ekskursiya ishlab chiqish

O‘zbekistonni xalqaro gastronomik turizm bozorida tanitish uchun o‘zbek milliy taomlari, pazandachilik an’analari, milliy urf-odatlar, shuningdek, mahalliy kafe va restoranlar faoliyati haqida sifatli teledasturlar tayyorlash zarur. Ushbu dasturlarni xalqaro telekanallar orqali namoyish etish mamlakatning gastronomik turizm sohasidagi salohiyatini keng auditoriyaga yetkazishga xizmat qiladi.

Shuningdek, o‘zbek oshxonasi, vinochilik, restoranlar, choyxonalar va qahvaxonalar madaniyatini yorituvchi hujjatli yoki reklama-axborot filmlarini yaratish muhim ahamiyatga ega. Bunday loyihalar uchun oshpazlik jarayonlarini badiiy va texnik jihatdan to‘g‘ri aks ettira oladigan professional telejurnalistlar jamoasi, tajribali boshlovchi va puxta o‘ylangan ssenariy talab etiladi. Shu orqali O‘zbekiston gastronomik merosining o‘ziga xos jihatlarini xalqaro miqyosda taqdim etish imkoniyati yaratiladi.

Gastronomik turizmning turlari quyidagicha ta’riflanadi:

1. Restoran gastroturi milliy yo‘nalishlarga ega, eksklyuziv oshxonalari bo‘lgan, keng assortimentli taomlarining yuqori sifatliligi bilan ajralib turadigan, mashhur restoranlarga sayohat. Masalan, mashhur restoran shaharlarning birinchi o‘rnini Parij egallab turibdi. Faranglar “Parij moda va kulinariya poytaxti” deyishni juda yoqtirishadi.

2. Ta’lim gastroturlarning maqsadi-maxsus ta’lim muassasalarida kulinariya mutaxassisligiga va master-klass kurslarida o‘qish. Masalan, Fransiyaning mashhur kulinariya maktabi “Le Cordon Bleu” yanada mashhur mehmonxona “Four Seasons Hotel George V” bilan birgalikda “Fransiya oshxonalarining ochilishi”, “5 tun va 5 kun Parij mehmonxonasida” mavzularidagi kulinariya kurslari va dasturlarini doimo taklif qilishadi.

3. Ekologik gastrotur bu-turda gastroturistlar ekologik toza ishlovchi xo‘jaliklarda va ishlab chiqarish korxonalarida bo‘lishadi,

ekologik toza, organik mahsulotlar va ularning ishlab chiqarilishi bilan tanishadi. Ekologik gastrotur yo‘nalishi Fransiyada, Germaniyada, Angliyada, Shveysariyada va AQSh da juda rivojlangan.

4. Qishloqlarga gastrotur xalqaro gastronomik turizmda eng kuchli rivojlangan va rivojlanayotgan yo‘nalish hisoblanadi. Yevropa davlatlarining gastronomik turizmda bu yo‘nalishni shaharliklar uchun maxsus yo‘nalish deb qabul qilishadi va “Gastroturlar+qishloq turizmi+ekologik turizm” dasturi asosida rivojlantirishadi. Qisqacha izoh berganimizda, shahar ob-havosi va “zo‘riqishdan, stressdan” charchagan shaharlik turistlar (ko‘p hollarda oilali) fermerning dalalarida butun yozi bilan mehnat qilganidan xursand bo‘lishadi. Yana ham muhimi, o‘zlari yetishtirgan mahsulotlarning bir qismini o‘zlari bilan olib ketishadi. Shuning uchun ham, shaharlik amerikaliklar asosan uzoq chet el mamlakatlariga kamroq chiqishadi. Buning asosiy sabablaridan biri mehnat qilish orqali dam olishsa, jismoniy jihatdan kuch to‘playdi, bolalar qishloq hayotidan mamnun bo‘lishadi, qishlik qishloq xo‘jalik mahsulotlarini g‘amlab olishadi.

Amerika Qo‘shma Shtatlarida qishloq turizmining eng ko‘p turistik oqimini tashkil qiluvchilari 17% (ichki turizmning umumiy ko‘rsatkichidan) asosan Amerika fermer xo‘jaliklarida turistik faoliyatda bo‘lishadi. Ular Amerika fermer xo‘jaliklarining turli (dehqonchilik, chorvachilik, yilqichilik va boshqalar) sohalarga ixtisoslashgan “rancho”larida oylab fermerlar ish uslublarini o‘rganishadi, ular bilan birga ovqatlanishadi. Bular asosan shaharlik, oilali yoki “guruhli” turistlardir. Yevropa davlatlari qishloq gastronomik turizmda dunyoda eng kuchli davlatlar hisoblanishadi.

5. Voqeali gastrotur turistlar gastronomik turizm bo‘yicha tashkil etilgan tadbirlar: ko‘rgazmalar, yarmarkalar, festivallar, gastronomiya bazmlari va gastronomiya bayramlariga qatnashishni xush ko‘rishadi. Masalan, birgina pivo festivallarini keltirish mumkin:

- Osiyo pivo festivali (Singapur, iyunning oxiri);
- Dunyoda eng katta va hozirda afsonalarga aylangan Oktoberfest festivali (1810-yildan boshlab sentyabrning oxirida 6-7 mln. gastroturist);

- Pivoli yoz festivali (Tallin, Estoniya, iyulning boshlarida);
- Pivo birjasi festivali (Firzen, Dyulken, Germaniya, iyulning boshlarida);
- Pivoli milya festivali (har yili avgust oyining oxirida);
- Xalqaro pivo festivali (Sietl, AQSh iyulning birinchi dekadasi);
- Chexiyaning Jatese shahridagi xmel va pivo festivali;
- Buyuk Britaniyaning pivo festivali;
- Xalqaro pivo festivali (Portlend, AQSh, iyunning oxiri).

6. Kombinatsiyalashgan gastroturlar dasturlariga yuqoridagi gastroturlarning barchasi kiritilgan yo‘nalishi. Kombinatsiyalashgan turlarni ba’zi bir davlatlarning gastronomiyasi bilan tanish bo‘lgan, gastronomiyada ancha tajriba orttirgan gastroturistlar tashkil qilishadi. Masalan, gastroturistlar birinchi ikki kunlikda Parij restoranlarida bo‘lishadi, keyingi ikki kunda kulinariya maktabining mashhur, malakali oshpazlaridan bilimlar olishadi, uchinchi ikki kunlikda Fransiyaning shifobaxsh, ziravor o‘tlarini yetishtiruvchi chekka hududlarda bo‘lishadi yoki olmadan tayyorlanadigan vinoni ichish uchun Normandiyaga yo‘l olishadi.

Gastronomik turizmdagi sayyohlik turlarini tahlil qilganimizda shu narsaga amin bo‘ldikki, ushbu turizm turi barcha turistik xizmatlarni qamrab olishidan tashqari boshqa turizm turlari bilan birgalikda majmuali turlarni yaratish mumkin. Chunki, turizmning har qanday turi bilan vatanimizga kelgan xalqaro turistlar albatta, milliy oshxonamizga, milliy taomlarimizga, milliy ichimliklarimizga qiziqishadi.

Gastronomik turizm, gastrotur bu-boshqa davlatlarning milliy oshxonasidagi asosiy xususiyatlar bilan tanishish, milliy taomlari va milliy ichimliklarini iste’mol qilish, tatib ko‘rish bilan bog‘liq turistik faoliyatlarning, rejalar va tadbirlarning butun bir majmuasi hisoblanadi. Shuning uchun ham biz gastroturistlardagi asosiy xususiyatlarni yaxshilab o‘rganishimiz zarur.

Gastronomik turizmda gastroturistlar o‘zlarining taomlarini tanlash bo‘yicha quyidagi xususiyatlarga ajratiladi:

- Milliy taomlar va milliy oshxonalar gastroturistik sayohatga chiqishning dastlabki omili;
- Milliy taomlar bilan ovqatlanish va milliy ichimliklarni ichish unutilmas sayohat ekanligi;
- Yangi taomlarni tayyorlash tajribalarini olganligi;
- Yangi mahalliy oziq-ovqatlarni iste'mol qilishning yaxshi kayfiyatlar keltirganligi va boshqalar.

Gastronomik turizmning tavsifiga koʻra, birinchidan, gurmanlar (8,6%), ya'ni mazali taom istovchilar uchun jozibador boʻlib, ularga tansiq taom, bu nafaqat yegulik balki, koʻtarinki kayfiyat bagʻishlovchi lahzalar hisoblanadi Ikkinchidan, gastronomik sayohatlar ish faoliyati ovqat tayyorlash va tanovul qilishga bevosita bogʻliq boʻlgan kasb egalarini, xususan restoran boshqaruvchilarini, tatib koʻruvchilar, restoran tanqidchilari, gastronomiya havaskorlari, yangi taomlarga qiziquvchi oshpazlar, hatto taom tayyorlashni miriqib tomosha qiluvchilar kabi insonlarni oʻziga jalb qiladi.

Hozircha gastroturlarning yoʻnalishlarini gastroturistlarning tasnifi bilan chalkashtirilmoqda. Gastroturlar turizm firmalarining gastroturlar boʻyicha ishlab chiqilgan turlari hisoblanadi. Gastroturistlarning tasnifidan ma'lum boʻladiki, gastroturlarning faoliyatlari bir-biriga yaqin boʻlganligidan gastronomik turizmda alohida, katta quyidagi yoʻnalishlarni ham tashkil qiladi:

- gastronomik turizmi faqat tansiq va mazali taomlarga qiziquvchilar turizmi;
- gastronomik turizm boshqa davlatlarning milliy ovqatlari va milliy ichimliklariga qiziquvchilar turizmi;
- oshxona turizmi boshqa davlatlarning milliy oshxonalariga (taomlar va ularning tayyorlanishi) qiziquvchilar turizmi;
- kulinariya turizmi boshqa davlatlarida gastronomik turizmga mutaxassislar tayyorlash, mashhur oshpazlarda tajriba orttirish, milliy kulinariya maktablarida oʻqish, kulinariya festivallariga, koʻrgazmalariga, konferensiyalariga qatnashish;

- degustatsiya turizmi yangi taomlarni va yangi ichimliklarni tatib koʻrishga qiziquvchilar.

14.2. Gastronomik turizm turiga marshrutlar va turpaketlar ishlab chiqish

Bozor iqtisodiyotini integratiyalash sharoitida gastronomik dasturlarni baholash uchun quyidagi koʻrsatkichlar tavsiya etiladi:

- Turistning ovqatga sarflagan oʻrtacha harajati (spending)-iqtisodiy ta'sir.
- Mahalliy ish oʻrinlari va qoʻshilgan qiymat (value added)-qishloq va shahar darajasida.
- Mahalliy mahsulotdan foydalanish nisbati (lokal kontent)-zanjir integratsiyasining koʻrsatkichi.
- Bio-xillik va uglerod izi/suv foydalanishi-ekologik barqarorlik.
- mahalliy jamoaning qasabaligi va ishtirok darajasi-ijtimoiy barqarorlik.
- Madaniy muhofaza jarayonlari uchun monitoring (misol: ICH saqlash rejalarining amalga oshirilishi)-UNESCO standartlari boʻyicha.

Turizm oziq-ovqat sanoatining hozirgi holatini, dunyoda va ayrim mamlakatlarda kulinariya turizmini tashkil etishning oʻziga xos xususiyatlarini oʻrganib va tahlil qilib, bunday turlarni tashkil etish uchun zarur boʻlgan kulinariya-rekreatsion resurslarni aniqlab, Oʻzbekistonda shakllangan gastronomik an'analarni oʻrganib, monografiya muallifi tomonidan oshpazlik turining quyidagi yoʻnalishi ishlab chiqildi. U nafaqat oʻzining goʻzal landshaftlari va xushmanzara atrofi, balki ajoyib pazandachilik an'analari bilan ham mashhur boʻlgan Toshkent shahridan boshlanadi. Tur doirasida Toshkent boʻylab umumiy ekskursiya, shaharning eng yaxshi restoranlariga tashrif buyurish, vino-aroq zavodiga tashrif va boshqa tadbirlar rejalashtirilgan.

Ugom Chotqol milliy bogʻiga tashrif buyurish ham tur dasturiga kiritilgan boʻlib, u yerda turistlar togʻ echkilarini ovlashlari mumkin, soʻngra ularga ochiq havoda piknik va ovlangan yovvoyi parrandadan taom tayyorlash tashkil etiladi. Keyin tur dasturida Chimyonga tashrif buyurish, u yerda oʻzbek milliy taomlarini tatib koʻrish, ot sporti

musobaqalari va xalq oʻyinlarida ishtirok etish koʻzda tutilgan. Keyingi, tur dasturining yakuniy bosqichi Oʻzbekistonning eng goʻzal koʻllaridan biri-Jizzax viloyatidagi Aydarkoʻlga tashrif buyurish, baliq ovini tashkil etish, yoʻl-yoʻriq koʻrsatish, mashhur baliq shoʻrvasini tayyorlashni oʻrgatish va keyinchalik uni tatib koʻrishdan iborat boʻladi. Oxirida Toshkentga qaytish, xayrlashuv tantanali kechki ovqatida ishtirok etish va samolyot parvoziga chiqish, ularni uylariga olib ketadi.

Quyida Oʻzbekistonda oʻtkazish tavsiya etiladigan gurmanlar uchun tur taklif etiladi. Turizm turi: kulinariya yoki gastronomik.

Tur nomi: “Oʻzbekistondagi gurmanlar”. Rekreatsiya mashgʻulotlari sikllari: bilim olish, koʻngil ochish, milliy taomlarni tatib koʻrish, ovda qatnashish, baliq tutish, milliy oʻyinlar va musobaqalarda qatnashish. Sayohat haqida ma’lumot (mintaqa va uning oʻziga xos xususiyatlari): sayohat Oʻzbekistonning turistik jihatdan eng oʻzlashtirilgan mintaqasiga taklif etiladi, u boy va oʻziga xos oshpazlik an’analariga ega.

Yanada rivojlangan umumiy ovqatlanish korxonalari tarmogʻi ham ushbu mintaqani respublikaning boshqa hududlariga qaraganda turizmning bu turini rivojlantirish nuqtai nazaridan istiqbolli qiladi. Toshkent shahrida mamlakatning eng sara restoranlari joylashgan boʻlib, ular hatto eng talabchan taom ixlosmandlariga ham xizmat koʻrsata oladi. Ugom Chotqol milliy tabiat bogʻi, Aydarkoʻl va boshqa tabiiy hamda madaniy diqqatga sazovor joylarga sayohatlar rejalashtirilgan. Turda ishtirok etishi mumkin boʻlgan turistlar doirasi: turda jinsidan va yoshidan qat’i nazar, koʻp miqdorda goʻsht va yogʻ iste’mol qilish taqiqlangan shaxslardan tashqari barcha xohlovchilar ishtirok etishi mumkin. Yoʻnalish sxemasi (toʻxtash joylari va xizmatlar koʻrsatilgan holda): Toshkent (mehmonxona, restoranlar, umumiy ekskursiya, atrofi), Chimyon, hunarmandlar qishlogʻi, Ugom Chotqol milliy tabiat bogʻi, Aydarkoʻl. Xizmatlar tarkibi: yashash joyi, ovqatlanish, ekskursiyalar, transfer, turistlar xohishiga koʻra qoʻshimcha haq evaziga boshqa xizmatlar. Yuridik hujjatlar: shartnomalar, litsenziyalar, ruxsatnomalar, yoʻllanmalar va chiptalar paketga ilova qilinadi.

Kunlar va soatlar boʻyicha xizmat koʻrsatish dasturi.

1-kun

Toshkentga kelish. Aeroportdan mehmonxonaga transfer. Mehmonxonaga joylashtirish. O‘zbekiston poytaxtiga tashrif buyurish munosabati bilan tantanali qutlov tushlik. Tushlik “Bahor” restoranining banket zalida tashkil etiladi.

17:30-19:30 Toshkent bo‘ylab umumiy ekskursiya.

20:30 “Dasturxon” restoranida kechki ovqat. An’anaviy o‘zbek taomlari, mos jihozlangan ichki qism, o‘zbek milliy an’ana va urf-odatlarini namoyish etgan holda mehmonlarni qabul qilishning libosli taqlidi. Menyu turli xil go‘shtlardan iborat: qimiz, ayron, sho‘rva va boshqa milliy taomlar bilan birga ot go‘shti, qo‘y go‘shti, mehmonlarga maxsus tayyorlangan qo‘y kallasi taklif etiladi.

2-kun

9:00 Mehmonxona restoranida nonushta. Tanlovingizga ko‘ra evropa, amerika, rus yoki o‘zbek milliy nonushtasi taklif etiladi. O‘zbek nonushtasi tanlansa, sizga qatiq mahsulotlari, bo‘g‘irsoq, yog‘siz sho‘rva, salatlar va boshqalar taklif etiladi.

10:00-13:00 “Fauna” tuyaqush fermasiga tashrif, ferma mahsulotlaridan tayyorlangan maxsus omlet va steyklarni tatib ko‘rish.

14:00 Restoranda tushlik. Sharq taomlari, uyg‘ur va o‘zbek milliy taomlari.

15:00 “Sharq bozori”ga tashrif, turli ziravorlar, meva va sabzavotlar harid qilish.

16:00 Toshkent yaqinidagi “Ustalar qishlog‘i”ga tashrif: o‘zbek xalqining turmush tarzi, madaniyati, etnografiyasi bilan tanishish. O‘zbek ustalarining musiqa asboblari, oshxona anjomlari, zargarlik buyumlari bilan tanishish. O‘tov jihozlarini ko‘zdan kechirish, unda mehmonlar uchun dasturxon yoziladi va teatrlashtirilgan tadbir-milliy taomlarni tatib ko‘rish bilan “mehmon kutib olish” tashkil etiladi. Shu yerning o‘zida hovlida mehmonlarga qo‘chqor so‘yish va yangi go‘shtdan “beshbarmoq” tayyorlash jarayoni namoyish etiladi.

19:30 Kechki ovqatdan oldin dam olish.

20:30 “Dasturxon” restoranida kechki ovqat. O‘zbek ustalarining musiqa asboblari, oshxona anjomlari, zargarlik buyumlari bilan

tanishtirish. O‘tov jihozlarini ko‘zdan kechirish, unda mehmonlar uchun dasturxon yoziladi va teatrlashtirilgan harakat-milliy taomlarni tatib ko‘rish bilan “mehmonni kutib olish” tashkil etiladi.

3-kun

9:00 Nonushta.

10:00-19:00 Chimyonga tashrif. O‘tovda ovqatlanish,

ekskursiya rahbarining o‘zbek oshxonasining o‘ziga xos xususiyatlari haqida ma’ruzasi, ot poygasida ishtirok etish, biyani sog‘ish mahoratini o‘rganish, bosh oshpaz rahbarligida qimiz tayyorlash.

20:00 Kechki ovqatdan oldin dam olish.

21:00 Restoranda kechki ovqat.

4-kun

9:00 Nonushta.

10:00-13:00 “Mavis” qandolat fabrikasiga ekskursiya. Eng sara qandolat mahsulotlarini tatib ko‘rish.

14:00 dan boshlab Keytering xizmati yordamida tushlik tashkil etish: Chimyonni tomosha qilish paytida ochiq havoda piknik.

20:30 Restoranda kechki ovqat.

5-kun

9:00 Nonushta.

10:00 Ugom Chotqol milliy bog‘iga tashrif. Tog‘ echkilari ovi. Ovlangan o‘ljani (agar bo‘lsa) tayyorlash va uni butun guruh bilan gulxanda pishirish, ovqatlanish. Kechki ovqatdan oldin dam olish.

21:00 Restoran, ko‘ngilochar dastur.

6-kun

Tog‘ echkilari ovi. Otilgan parranda go‘shtini (agar bo‘lsa) tayyorlash va uni butun guruh bilan gulxanda pishirish, ovqatlanish.

Aydarko‘l ko‘liga sayohat (vertolyotda uchish). Cho‘milish, baliq ovlash. Maxsus baliq sho‘rva tayyorlash. Diqqatga sazovor joylarni ko‘rish. Shinam kottejlarga joylashtirish. Ovqatni uyga yetkazib berish.

7-kun

Toshkentga qaytish. Mehmonxona-aEroport transferi. Firma qulog‘ini tayyorlash. Diqqatga sazovor joylarni ko‘rish. Shinam kottejlarga joylashtirish.

Yuqorida ishlab chiqilgan gastronomik turga mavsumiylik omili ta’sir ko‘rsatmaydi. Demak, turizmni yil davomida rivojlantirish imkoniyati mavjud. Mehmondo‘st O‘zbekistonga tashrif buyurib, nafaqat ta’m bilish qobiliyatingizni quvontiradigan, balki dunyoqarashingizni sezilarli darajada kengaytiradigan unutilmas gastronomik sayohatga chiqishingiz mumkin. Tur davomida o‘zbek milliy oshxonasining ko‘plab sirlari bilan tanishish va uning asosiy durdonalari qanday tayyorlanishini ko‘rish imkoniyati mavjud: yog‘li o‘zbek noni, haqiqiy to‘yimli palov, xushbo‘y sho‘rva. Bundan tashqari, siz eng qiziqarli oshpazlik mahorat darslarida bevosita ishtirok etishingiz, keyin esa tayyorlangan taomlardan tatib ko‘rishingiz mumkin. O‘zbek oshxonasining boshqa maftunkor ta’mlari ham e’tibordan chetda qolmaydi: Sharq bozorlarida sizni kabob, lag‘mon, sho‘rva, somsa, xonim issig‘i bilan kutmoqda; qo‘shimcha ravishda-sersuv mevalar, yong‘oqlar, ziravorlar, shirinliklar va boshqalar. Ammo bu hali hammasi emas, sayohat faqat gastronomik hashamat bilan cheklanib qolmaydi.

Tur davomida Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xivaning asosiy diqqatga sazovor joylari bilan ham tanishish imkoniyati mavjud.

“Dasturxon tur” gastronomik turining dasturi mehmondo‘st O‘zbekistonga tashrif buyurib, nafaqat ta’m bilish qobiliyatingizni quvontiradigan, balki dunyoqarashingizni sezilarli darajada kengaytiradigan unutilmas gastronomik sayohatga chiqishingiz mumkin. Tur davomida o‘zbek milliy oshxonasining ko‘plab sirlari bilan tanishish va uning asosiy durdonalari qanday tayyorlanishini ko‘rish imkoniyati mavjud: yog‘li o‘zbek noni, haqiqiy to‘yimli palov, to‘yimli xushbo‘y sho‘rva. Bundan tashqari, siz eng qiziqarli oshpazlik mahorat darslarida bevosita ishtirok etishingiz, keyin esa tayyorlangan taomlardan tatib ko‘rishingiz mumkin.

1-kun: Toshkentga yetib kelish. Ammo bu hali hammasi emas, sayohat gastronomik hashamat bilan cheklanib qolmaydi.

Toshkentga kelish. Sizni haydovchi kutib oladi va mehmonxonaga olib boradi. Mehmonxonaga joylashish soat 12:00 da. Sizni O‘zbekiston

poytaxti va O‘rta Osiyodagi eng katta shahar-Toshkent bo‘ylab gid bilan ekskursiya kutmoqda. Shu kuni tashrif rejalashtirilgan.

Toshkentning diniy markazi-Xast Imom majmuasi joylashgan Eski shahar. Aynan shu yerda xalifa Usmonning mashhur Qur’oni (VII asr) saqlanadi. Xast Imomda Baroqxon madrasasi, Tilla Shayx masjidi, Qaffol Shoshiy maqbarasi va Imom al-Buxoriy nomidagi Islom institutini ziyorat qilasiz. Eski shaharning diqqatga sazovor joylarini ko‘zdan kechirganingizdan so‘ng, sizni Toshkent metrosida Amir Temur maydoni, Mustaqillik maydoni, Amaliy san’at muzeyi joylashgan markazga sayohat kutmoqda. Mehmonxonaga kirish soat 12:00 da. Sizni O‘zbekiston poytaxti va O‘rta Osiyodagi eng katta shahar-Toshkent bo‘ylab gid bilan ekskursiya kutmoqda.

Mehmonxonada tunash. Ekskursiyaning davomiyligi: 4-5 soat.

2-kun: Toshkent-Samarqand.

Soat 07:00 da mehmonxonadan vokzalga transfer. “Afrosiyob” tezyurar poyezdi Toshkentdan soat 08:00 da jo‘nab ketadi va Samarqandga soat 10:10 da (300 km) yetib keladi. Bu yerda sizni gid va haydovchi kutib oladi, ular sizga ekskursiya paytida hamrohlik qiladi.

Soat 07:00 da mehmonxonadan vokzalga transfer. “Afrosiyob” tezyurar poyezdi Toshkentdan soat 08:00 da jo‘nab ketadi va Samarqandga soat 10:10 da (300 km) yetib boradi. Bu yerda sizni yo‘lboshlovchi va haydovchi kutib oladi.

Ular sizga ekskursiya paytida hamrohlik qiladi.

Mashhur Registon maydoniga, so‘ngra Bibixonim masjidiga borasiz. Keyin sizni Siyob bozorida Samarqand palovini tayyorlash bo‘yicha mahorat darsini o‘tkazadigan oshpaz bilan uchrashuv kutmoqda. Siyob bozori Samarqandning eng yirik va qadimiy bozoridir. Bozordagi savdo rastalari ularda sotiladigan tovarlar turlari bo‘yicha ajratiladi: sabzavotlar, mevalar, yong‘oqlar, sharq shirinliklari, ziravorlar, yormalar. Bozorning ba’zi qatorlarida bevosita o‘tin ustida turli xil milliy taomlar tayyorlanadi, ularni shu yerning o‘zida tayyorlash mumkin.

Ular orasida kabob, palov, lag‘mon, sho‘rva, somsa, xonim bor. Tushlikdan so‘ng oshpaz bilan birgalikda bozordan mahsulotlarni tanlab,

master-klass tashkil etiladigan milliy xonadonda ovqatlanish. Soat 07:00 da mehmonxonadan vokzalga transfer.

Yekskursiyaning davomiyligi: 3-4 soat.

3-kun: Samarqand.

Shu kuni sizni Ulug‘bek rasadxonasidagi Avliyo Doniyor qabrini ziyorat qilish kutmoqda. Shuningdek, Samarqand zodagonlarining Shohi Zinda maqbaralari ansambli va Amir Temur va temuriylar maqbarasi-Go‘ri Amir maqbarasini ziyorat qilasiz. Keyin yo‘lga chiqasiz

Konigil qishlog‘ida qadimiy texnologiya asosida tut daraxtidan Samarqand qog‘ozi tayyorlash jarayonini ko‘rasiz. Ekskursiyadan so‘ng vinolarni tatib ko‘rish uchun Xovrenko nomidagi vino zavodiga borasiz. Bo‘sh vaqt. Mehmonxonada tunash.

Yekskursiyaning davomiyligi 3-4 soat.

4-kun: Samarqand-Buxoro.

Ertalab Samarqanddan Buxoroga “Afrosiyob” poyezdida jo‘nash (280 km, 2 soat). Buxoroga kelish, mehmonxonaga joylashish. Bu yerda sizni Ro‘yxatga kiritilgan Eski shahar bo‘ylab ekskursiya kutmoqda

YUNESKOning Butunjahon merosi. Minorai Kalon, Masjidi Kalon, Miri Arab madrasasi, Mag‘oki Attoriy masjidi, Ulug‘bek madrasasi, Abdulazizxon madrasasi, savdo gumbazlari, majmuani ziyorat qilish. Labi hovuz, Chor Minor madrasasi. Kechqurun Nodir Devonbegi madrasasida folklor shousi. Mehmonxonada tunash.

Yekskursiyaning davomiyligi: 3-4 soat.

5-kun: Buxoro.

Buxorodagi ikkinchi kun Ark qal’asini ziyorat qilish bilan boshlanadi. So‘ngra Bolohovuz masjidi, Somoniylar maqbarasi va Chashmai Ayub maqbarasini ziyorat qilasiz. Buxoro bo‘ylab ekskursiyalardan so‘ng sizni Buxoroning so‘nggi amiri Sitorai Mohi-Xosning yozgi qarorgohiga shahar tashqarisiga sayohat kutmoqda. Bu noyob bino, arxitekturasida sharq va rus bezak elementlari uyg‘unlashgan. Bahouddin Naqshband maqbarasiga ekskursiyaning davomi. Ekskursiyadan so‘ng sho‘rva (mampar) tayyorlash bo‘yicha master-klass. Mehmonxonada tunash.

Yekskursiyaning davomiyligi 5-6 soat.

6-kun: Buxoro.

Doston akaning milliy xonadonidagi tandirda o‘zbekcha «non» pishirish jarayonida ishtirok etish imkoniyati bor. Bo‘sh vaqt. Mehmonxonada tunash.

7-kun: Buxoro-Xiva.

Ertalab Buxorodan Xivaga borasiz (480 km, 7-8 soat 39). Zamonaviy avtomagistral Qizilqum cho‘lini kesib o‘tib, Buyuk Ipak yo‘lining qadimiy yo‘nalishini takrorlaydi. Safar davomida to‘xtab, cho‘l va Amudaryoning panoramik manzaralaridan bahramand bo‘lish imkoniyatiga ega bo‘lasiz. Kun oxirida Xivaga kelish, ro‘yxatdan o‘tish va mehmonxonada dam olish. Mehmonxonada tunash.

8-kun: Xiva.

Mehmonxonadan chiqish soat 12:00 gacha. YUNESKOning Butunjahon madaniy merosi ro‘yxatiga kiritilgan Ichan qal’aga tashrif. Muhammad Aminxon madrasasi, Muhammad Rahimxon madrasasi, Kalta Minor minorasi, Juma masjidi, Toshhovli saroyi, Pahlavon Mahmud maqbarasini ziyorat qilish. O‘zbekistondagi eng baland minora-Islomxo‘ja minorasiga chiqib ko‘ring. Ko‘hna Ark kuzatuv maydonchasidan qadimiy Xivaning maftunkor panoramali manzarasidan bahramand bo‘ling. Ekskursiyadan so‘ng Zarafshon opa milliy uyida tuxum barak tayyorlash bo‘yicha mahorat darsi. Mehmonxonada tunash.

Yekskursiya davomiyligi: 5 soat

9-kun: Xiva-Urganch-Toshkent.

Ertalab Urganch shahriga Toshkentga ertalabki reysga kuzatish. Toshkent shahrida uchrashuv. Shaharning eng qadimiy bozorlaridan biri-“Chorsu”da bo‘lasiz. Sharq bozorida nimalar yo‘q-ho‘l mevalar ham, sharq ziravorlari, ziravorlar ham, qahrabo qoqilar ham, qizil nonlar ham, bug‘langan go‘sht ham, qazi ham. Bularning barchasi peshtaxtalarda shunday bezatilganki, ularning yonidan o‘tib ketishning iloji yo‘q. Kechqurun aeroportga kuzatish. Mamlakatdan uchib ketish.

Narxga quyidagilar kiradi:

✓ “Sedan” rusumli avtomobilda 1-2 yo‘lovchi uchun barcha transferlar; Minivenda 3-7 yo‘lovchi; 20 o‘rinli avtobusda 8-13 nafar yo‘lovchi, 45 o‘rinli avtobusda 14 nafar va undan ortiq yo‘lovchi;

- ✓ ikki kishilik xonada joylashish, nonushta ham kiritilgan; kelish soat 14:00 da, ketish soat 12:00 da;
- ✓ har bir shaharda mahalliy gidlar bilan ekskursiya xizmati;
- ✓ dastur bo‘yicha ekskursiya obyektlariga kirish chiptalari;
- ✓ poyezdga biznes yoki ekonom klass chiptasi
- ✓ Toshkent-Samarqand (tanlangan yashash variantiga qarab);
- ✓ Urganch-Toshkent reysiga ekonom-klass aviachipta;
- ✓ dastur bo‘yicha to‘liq pansion va mahorat darslari;
- ✓ Samarqandda vinolar degustatsiyasi;
- ✓ Buxorodagi Nodir Devon Begi madrasasida folklor shousi.

10 va undan ortiq kishilik guruh uchun + 1 kishi bir kishilik xonada bepul joylashtiriladi.

Narxga kirmaydi:

- ➢ qo‘shimcha mehmonxona xizmatlari uchun to‘lov;
- ➢ o‘zbek turistik yig‘imlari uchun konsullik yig‘imlari viza;
- ➢ sug‘urta polisi.

Quyida **“QAL’ALAR SALTANATI-QOROQALPOG‘ISTON”** mavzusidagi 4 kecha 5 kunlik tur rossiyalik turistlar misolida ishlab chiqilgan. Turda turistik dastur va har bir kun uchun xizmatlar kalkulyatsiyasi alohida bajarilgan. Taklif etilgan narxlar taxminiy oldindan hisoblangan holda tuzilgan bo‘lib, bu narxlar mavsumga qarab hamda turistlar tashrif buyuradigan davlatiga qarab o‘zgarishi mumkin.

Sohillarini Amudaryo yuvib, qumli dashtlarida tarixning jarangli sadosi yangragan yurtdir Qoraqalpog‘iston. Beqiyos go‘zalliklar maskani, sahrosi sipo va tog‘li zebo diyor. Bu yerda har bir shamol qadim o‘tmishdan so‘zlaydi, har bir qum zarrasi asrlik hikmatlarni pichirlab turadi. Qoraqalpog‘iston Respublikasi bu nafaqat yerda, balki yuraklarda ham o‘chmas iz qoldirgan muqaddas makon. Uning zamini bugun zamonaviy taraqqiyot sari odimlayotgan bo‘lsa-da, undagi milliylik, o‘ziga xoslik, sha’n va g‘urur yo‘qolmagan, aksincha, yanada boyib bormoqda. Tabiatining go‘zalligi, xalqlarining mehmondo‘stligi va yoshlari qalbida porlagan orzular bilan Qoraqalpog‘iston Respublikasi kelajakka dadil qadam qo‘ymoqda. Uni sevish, ardoqlash, unga xizmat qilish har bir insonning or-nomusi, burchi hisoblanadi. Bu

beqiyos o‘lka haqida yozilajak satrlar ko‘p, aytilajak gaplar bitmas. Lekin har bir so‘z, har bir satr, har bir fikr faqat bitta haqiqatni anglatadi.

Turistik dasturning davomiyligi: 4 kecha 5 kun.

Turistlar soni: 10 kishi

Turistlar kelgan davlat: Rossiya

Turistlar yoshi: 30-35 yosh

Tashrif kuni va vaqti: 1-avgust soat 02:00

Jo‘nash kuni va vaqti: 5-avgust soat 15:15

Tur marshruti: Moskva-Xorazm-Qoraqolpog‘iston-Moskva.

Joylashtirish xizmatlari:

1. **“SAID ISLOM KHOJA”** Koy Darvaza, Xiva, Xorazm Viloyati
2. **“Aqchako‘l” oromgohi** EllikqalL’a tumani, Aqcha ko‘l OFI
3. **“Ayozqal’a” qal’asi** Ayozqal’a OFI
4. **“Mo‘ynoq” yurtalari** Mo‘ynoq tumanida
5. **“Ajiniyoz hotel”** Nukus shahrida

1-kun. TURISTIK DASTUR

Vaqti	Jarayon	Izoh
03:00 yetib kelish	“SAID ISLOM KHOJA” mehmonxonasi	Xorazm xalqaro aeroporti
07:00-08:00	Ertalabki nonushta	“SAID ISLOM KHOJA” mehmonxonasida
08:20-12:50	**“Sahro ichidagi mo‘jiza-Xorazm” mavzusidagi ekskursiya** (Kalta Minor, Ko‘hna Ark, Islom Xo‘ja maqbarasi va muzeyi, Juma masjidi)	Ichan qal’a
12:50 14:00	Tushlik	“Aka-Uka milliy taomlar” restoranida
14:00-18:00	**“Sahro ichidagi mo‘jiza-Xorazm” mavzusidagi ekskursiya** (Pahlavon Mahmud maqbarasi, Uzun Minor,	Ichan qal’a

	Qozi xona, Nurullaboy saroyi)	
18:00-20:00	Kechki ovqat	Shohruh Nur restaranida
20:00-21:30	**Xorazm lazgisi nomli** animatsion dastur	“SAID ISLOM KHOJA” mehmonxonasida
22:00	Tungi uyqu	“SAID ISLOM KHOJA” mehmonxonasida

1-kun. “Sahro ichidagi mo’jiza-Xorazm” mavzusidagi ekskursiya harajatlari:

(10 nafar turist uchun)

- Chipta narxi-95$
- Gid xizmati-30$
- Transport xizmati-100$
- Joylashtirish xizmati-350$
- Ovqatlantirish xizmati-250$
- Animatsion xizmat-100$

Hammasi bo‘lib: 925 $

2-kun. TURISTIK DASTUR

Vaqti	Jarayon	Izoh
07:00-08:00	Ertalabki nonushta	“SAID ISLOM KHOJA” mehmonxonasida
08:20-11:30	**“Sahro ichidagi mo‘jiza-Xorazm” mavzusidagi ekskursiya** (Dishan qal’a bo‘ylab sayohat)	Xiva
11:30 14:00	Tushlik	“Mo‘jiza” restoranida
14:00-17:00	**“Sahro ichidagi mo‘jiza-Xorazm” mavzusidagi ekskursiya**	Xiva

	(Xiva gipermarketiga, Xiva patirlar bozoriga, Ichan qala avto turargoh)	
17:00 19:30	Aqchakoʻl oromgohiga kelish, yurtada joylashish	Aqchakoʻlda
19:30 21:30	Kechki ovqat	Aqchakoʻlda
22:00	Tungi uyqu	Aqchakoʻl yurta

2-kun. “Sahro ichidagi mo’jiza-Xorazm” mavzusidagi ekskursiya harajatlari:

(10 nafar turist uchun)

- Gid xizmati-30$
- Transport xizmati-100$
- Joylashtirish xizmati-200$
- Ovqatlantirish xizmati-270$

Hammasi boʻlib: 600 $

3-kun. TURISTIK DASTUR

Vaqti	Jarayon	Izoh
07:00- 08:00	Ertalabki nonushta	“Aqchakoʻl” yurtada
08:20- 11:30	**“Qal’alar maskani-Qoraqalpoq” mavzusidagi ekskursiya** (Ayoz qal’a boʻylab sayohat)	Moʻynoq
11:30 14:00	Tushlik	“Ayoz qal’a” yurta restaranida
14:00 18:00	Moʻynoq oromgohiga yoʻl olish, yurtada joylshish	Moʻynoq yurtada
18:00 21:00	Kechki ovqat	Moʻynoq yurtada
22:00	Tungi uyqu	Moʻynoq yurta

3-kun. “Qal’alar maskani-Qoraqalpoq” mavzusidagi ekskursiya harajatlari:

(10 nafar turist uchun)

- Chipta narxi-20$
- Gid xizmati-30$
- Transport xizmati-100$
- Joylashtirish xizmati-200$
- Ovqatlantirish xizmati-200$

Hammasi bo‘lib: 550 $

4-kun. TURISTIK DASTUR

Vaqti	Jarayon	Izoh
07:00-08:00	Ertalabki nonushta	“Mo‘ynoq” yurtada
08:00-10:30	Orol bo‘yiga yo‘l olish	Nukus
10:30-13:00	**“Kemalar qabristoni-Qoraqalpoq” mavzusidagi ekskursiya** (Kemalar qabristoni bo‘ylab sayohat)	Nukus
13:00-15:00	Tushlik	Kemalar qabristonida
15:00 17:30	Nukusga qaytish	Nukus
17:30 21:00	Kechki ovqat	“Sho‘lpon” milliy taomlari restoranida
22:00	Tungi uyqu	Ajiniyoz hotel mehmonxonasida

4-kun. “Kemalar qabristoni-Qoraqalpoq” mavzusidagi ekskursiya harajatlari:

(10 nafar turist uchun)

- Chipta narxi-80$
- Gid xizmati-30$
- Transport xizmati-100$
- Joylashtirish xizmati-270$
- Ovqatlantirish xizmati-200$

Hammasi bo‘lib: 680 $

5-kun. TURISTIK DASTUR

Vaqti	Jarayon	Izoh
07:00-08:00	Ertalabki nonushta	“Ajiniyoz” mehmonxonasida
08:00-10:30	Orol bo‘yiga yo‘l olish	Nukus
10:30-13:00	**“Orol bo‘yidagi shahar-Qoraqalpoq” mavzusidagi ekskursiya** (I.V Sovetiskiy muzeyiga sayohat)	Nukus
13:00-15:00	Tushlik	“Berdaq” osxonasida
15:00 17:30	Nukus aeraportiga borish	Nukus

5-kun. “Orol bo’yidagi shahar-Qoraqalpoq” mavzusidagi ekskursiya harajatlari:

(10 nafar turist uchun)

- Chipta narxi-100$
- Gid xizmati-30$
- Transport xizmati-100$
- Ovqatlantirish xizmati-150$

Hammasi bo‘lib: 380 $

“QAL’ALAR SALTANATI-QOROQOLPOG‘ISTON” nomli 4 kecha 5 kunlik turning jami harajatlari 10 nafar turistlar uchun 3135$ dollarni tashkil qiladi. O‘rtacha hisobda firma foydasini 20% da hisoblaydigan bo‘lsak, har bir turist uchun Qoroqolpog‘iston Respublikasiga tashkil etilgan 4 kecha 5 kunlik turimiz qaryib 300$ dollardan to‘g‘ri kelmoqda. Bundan tashqari turistlarning talab va istaklariga binoan qo‘shimcha xizmatlarni ham tashkillashtirish mumkin.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Gastronomik turizm bo‘yicha yangi turlarni ishlab chiqish qaysi bosqichlarni o‘z ichiga oladi?
2. Gastronomik turizm turiga ekskursiya dasturini ishlab chiqishga nimalar kiradi?
3. Gastronomik turizm turiga marshrutlar ishlab chiqing.
4. Gastronomik turizm turiga turpaketlar ishlab chiqing.
5. O‘zbekiston bo‘yicha qaysi hududlar gastronomik turizm bo‘yicha turlarni shakllantirishda istiqbolli hisoblanadi?
6. Samarqand viloyatining qaysi tumanlarida gastronomik turizm resurslari mavjud?
7. Buxoro viloyatining qaysi tumanlarida gastronomik turizm resurslari mavjud?
8. Xorazm viloyatining qaysi tumanlarida gastronomik turizm resurslari mavjud?

XV BOB. GASTRONOMIK TURIZMNI RIVOJLANISHIDA IJTIMOIY MEDIA VA MARKETING XIZMATLARNING O‘RNI

15.1. Gastronomik turizmni targ‘ib qilishda mass-media va reklama vositalaridan foydalanish

Turizm turlariga ayniqsa, gastronomik turizmni reklama qilish turistik xizmatning iste’molchilari va ishlab chiqaruvchilari orasida aloqalar bajarilishining faol vositasidir. Reklama turizmning asosiy vositasi sifatida nafaqat turistning turistik marshruti paytida, balki keyinchalik, ya’ni sayohat nihoyasiga etgunicha dastak bo‘la oladi. Turizm reklamalari quyidagi talablar bo‘yicha ishlab chiqiladi:

1. Turistik korxonalar uchun.
2. Turoperatorlar uchun.
3. Mutaxassislar uchun.
4. Turistlar uchun.

Turizmda reklamalar talab darajasi bo‘yicha 2 guruhga bo‘linadi:

1. Ehtiyojlar reklamasi firmaning mavjudligi va uning biron-bir narsaga ehtiyojligi haqida mumkin bo‘lgan sheriklarini xabardor qilish uchun zarur bo‘lgan reklama turidir. Bunday ehtiyojlar quyidagicha bo‘lishi mumkin:

- ma’lum malaka va tajribaga ega bo‘lgan ishchilar, mutaxassislar, xizmatkorlarni vaqtincha yoki doimiy ishga qabul qilish haqida;
- material-texnik resurslarni qidirish haqida;
- material-texnik resurslarni sotish haqida.

2. Imkoniyatlar reklamasi turistik xizmatlar ko‘rsatish sohasida firmaning imkoniyatlari haqida qiziquvchi tomonlarni xabardor qiladigan reklama turi. Qiziqadigan tomonlar yuridik va jismoniy shaxslar bo‘lishi mumkin. Yuridik shaxslar mahalliy va chet el firmalari, jamoa tashkilotlari, har xil mulkchilik shaklidagi korxonalar. Imkoniyatlar reklamalari quyidagicha bo‘lishi mumkin:

- ma’lum davrda qaytariladigan yoki bir marotaba o‘tkaziladigan ommaviy tadbirlarni tashkil etish;
- o‘z xodimlari uchun dam olishni o‘tkazish;

- homiylik sayohatlarini amalga oshirish.

Reklama axborot faoliyati yo‘nalishiga ta’sir etuvchi turizm xususiyati bo‘lib, bitta tarmoq doirasida barcha yoki ko‘pchilik moddiy-texnika asosini birlashtirish imkoniyatini istisno qiladigan texnik-iqtisodiy ko‘rsatgichlari bo‘ladi.

Turizm boshqa tarmoqlarning tovar va xizmatlarini o‘tkazish bozori bo‘lib, reklama va axborot faoliyatining turli xil bozorlar va turistik mahsulotni ishlab chiquvchi vositachilar bilan faol ishlashga yo‘naltiradi. Ishbilarmon turizmga mo‘ljallangan turlar reklamasi ommaviy axborot vositalari va direkt-meyl yo‘li bilan tarqatilishi mumkin. Pochta orqali reklamani tarqatish ham yaxshi samara beradi.

Direkt-meyl reklamaning eng samarali turlaridan biri, uning mazmuni shundan iboratki, maxsus ajratilgan turistik korxonalar va xususiy shaxslar adreslari bo‘yicha belgilangan davrda reklama materiallari jo‘natiladi. Turistik firmalarning turli mamlakatlardagi turoperatorlik firmalari va ma’lum darajada salohiyatli va real maqsadlar (ishbilarmon turlardan doimiy foydalanishga majbur bo‘lgan firmalar) bilan keng aloqasi mavjudligida to‘g‘ri pochta orqali tarqatish samarali bo‘ladi.

Diniy, etnografik, tarixiy va qiziqish bo‘yicha turizmning ayrim turlarining reklamasini yoki bu turizm ishqibozlarining yig‘ilish joylarida, muzeylar, teatr markazlari yonida, qiziqish bo‘yicha klublarda, maxsus mollarni sotadigan do‘konlarda tarqatish maqsadli bo‘ladi. Shuningdek, ommaviy axborot vositalari, ko‘cha reklamasi, transparantlar, afishalarda reklama tarqatish yaxshi natija beradi. Turizmda reklamani tarqatish vositalari quyidagi manbalar bo‘lishi mumkin.

1. Matbuot reklamasi barcha davriy matbuot (gazetalar, jurnallar, ixtisoslashgan gazetalar va jurnallar).

2. Kitob reklamasi-reklamani nashriyotdan yangi chiqadigan kitoblar ichiga joylashtirish.

3. Bukletlar firma va uning xizmatlari, mahsulotlariga bag‘ishlangan maxsus nashr.

4. Reklama varaqalari bir varaqda chop etiladi, bir va koʻp rangli, matnlar bilan shakllantiriladi. Koʻpincha koʻrgazma, yarmarkalarda, yigʻilishlarda tarqatiladi.

5. Kataloglar qisqa tushuntirish va narxlari bilan mahsulot va xizmatlarning katta roʻyxatini reklama qiluvchi, chop etilgan nashr.

6. Afishalar katta illyustrasiyalardan foydalanadigan katta oʻlchamli nashrlar.

7. Kalendarlar, tamgʻalar, ruchkalar, kundalik ommaviy sotiladigan sellofan xaltachalar.

8. Telereklama reklamaning televideniyeda berib borilishi eng yuqori natijalarga erishadi.

Turistik marshrutlar alohida turlar uchun ishlab chiqilganligidan uning reklamasi ham turlar boʻyicha alohida reklama qilinadi. Bu reklama mazmuni reklama qilinayotgan turga bagʻishlanadi. Marshrutlarning reklama mazmuni tanlanganda va ishlab chiqilganda quyidagilarga e'tibor berish lozim boʻladi:

- ✓ reklamaga turning eng qiziqarli, asosiy resursi boʻlgan obyektni kiritish;
- ✓ reklamada marshrutning yoʻnalishi atrofida joylashgan (agar mavjud boʻlsa) diqqatga sazovor turistik obyektlarni rangli tasvirlash, reklamada marshrut davomida oʻtkaziladigan ekskursiyalarning qiziqarli obyektlarini rangli tasvirlash;
- ✓ reklamada marshrut davomida koʻrsatiladigan xizmatlarni tasvirlash[49].

Oʻzbekistonda hozirgi vaqtda tarixiy obidalar turizmiga reklamalar talab darajasida ishlab chiqilmoqda. Lekin bu ishlab chiqilgan reklamalar ham Samarqand, Toshkent, Buxoro, Xiva va Shahrisabz shaharlaridagi tarixiy obidalar haqida. E'tibor qilsak, bu shaharlardagi tarixiy, madaniy obidalarni dunyo mamlakatlaridagi xalqlar reklamasiz ham bilishadi, bu obidalarning moʻjizaviyligi haqida jahon matbuoti (UNESKO, BMT) axborotlarini oʻqishgan, eshitishgan.

Respublikamizdagi boshqa shaharlar, tumanlardagi tarixiy obidalar haqidachi? Bu obidalarni bizning oʻzimiz ham toʻliq bilmaymiz.

[49] Xaitboyev R. Ekologik turizm. O'quv qo'llanma. Barkamol fayz media. 2018.

Bilganlarimiz ham chala, savodsiz holatda. Islom olamida mashhur va taniqli avliyolar, shayxlar, xo‘ja va sayyidlar hayoti bilan bog‘liq joylar, ularning daxmalari va ziyoratgohlari to‘liq ro‘yxatga olingan bo‘lsa-da, turistik marshrutlar ishlab chiqilmaganligidan xalqaro turizmda ham mahalliy turizmda ham foydalanilmaydi.

Jizzax viloyatida Islom dini ta’limotida mashhur bo‘lgan 30 ta avliyolar, shayxlarning ziyoratgohlari ro‘yxatga olindi va bular haqida kitob ham chop qilindi. Bu ziyoratgohlarning birontasiga ham turistik marshrut ishlab chiqilmagan. Respublikamiz aholisi bir-biridan eshitib bu qadamjolarni ziyorat qilishmoqda, ko‘rib ketishmoqda. Respublikamizda turizmni, rivojlantirish uchun dastavval har bir turistik resursga turistik marshrut ishlab chiqilmog‘i zarur. Turizmdagi reklamada 3 ta zaruriy obyekt bo‘ladi. Birinchisi, turistik obyekt (makon, manzil) ikkinchisi, turistik marshrut, uchinchisi, turistik marshrutdagi xizmatlar.

Reklamaga turning eng qiziqarli, asosiy resursi bo‘lgan obyektni kiritish va izohlash. Bu talabda reklamaga barcha turlarning asosiy obyekti rangli tasvirda kiritiladi. Bu usul jahon turizmida eng qulay, natijali va tan olingan usul hisoblanadi. Respublikamizdagi tarixiy obidalar turizmida qayd qilingan usulda reklama mahsulotlari jahon andozalarida chop qilinib dunyo mamlakatlariga tarqatilmoqda[50].

Diniy turizmda hozirgacha jahon miqyosida nomlari mashhur bo‘lgan allomalarning qabrini ziyorat qiluvchilar turistik marshrut reklamasiz ham vatanimizga kelib ketmoqda. Turizmda reklama turistik obyektga turistik marshrut ishlab chiqilgandan keyin turizm bozoriga-iste’molchiga chiqarilishi lozim. Reklama falon joy yoki falon qiziqarli turistik obyekt falon joyda joylashgan degan axborotlar bilan reklama bo‘lib qolmaydi. Bunday reklamalar hozircha bizning mahalliy aholi talabini qondiradi.

Biz turistik obyekt yoki ziyoratgoh manzilini so‘rab-surishtirib borishga o‘rganganmiz. Reklamada turistni turistik obyektga chorlaydigan markaziy obyekt birinchi betda, ko‘rinarli holatda, rangli tasvirda, qisqacha izoh bilan berilishi lozim. Masalan, ekoturizm

[50] Xaitboyev R. Ekologik turizm. O’quv qo’llanma. Barkamol fayz media. 2018.

ishqibozlari xilma-xil hayvonot dunyosiga qiziqishadi, biri qushlarga, biri hayvonlarga. Bunday reklamalarga ma’lum joylarda (tog‘larda, qo‘riqxonalarda, buyurtmaxonalarda, suv havzalarida va hokazo.) yashayotgan, ko‘paytirilayotgan, asosiy diqqat-e’tibordagi yakka yoki o‘sha joyda yashayotgan hayvonot olamining vakillari birgalikda beriladi. Masalan, Nurota qo‘riqxonasida 600 tur o‘simliklar o‘sadi. Bu o‘simliklarning umumiy fondini rangli qilib berish reklamaning ta’sirchanligini oshiradi. Shuningdek, qo‘riqxonaning Osraf darasida tog‘ hayvonlari tasvirlangan qoyatoshlarni ham reklamaga kiritish reklama bilan tanishgan turistlarda qiziqish hosil qiladi. Qo‘riqxona hududidagi Majrum qishlog‘ida ming yoshli ulkan archa daraxti hozir ham ko‘karib turibdi, bu archani ham tayyorlanadigan reklamaga kiritish reklamaning ta’sirchanligini kuchaytiradi. Shuningdek, qo‘riqxonada burgut, lochin va qora kalxatlar ham reklamaga albatta, rangli tasvirda kiritilishi reklamaning jozibadorligini kuchaytiradi.

Reklamada marshrutning yo‘nalishi bo‘yicha joylashgan diqqatga sazovor turistik obyektlarni tasvirlash. Turizm reklamalarini ishlab chiqishda turoperatorning yetuk bilimli, malakali va qiziquvchanligi turistik firma uchun juda muhim omildir. Turistni belgilangan marshrut bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri u tanlangan turistik obyektga (makonga) olib borish mumkin. Turoperatorning bilimi, qiziquvchanligi va ustomonligi omilini ishlayotganimizda yoki undan talab qilganimizda turist tanlagan ma’lum bir turistik marshrut reklamasiga mazkur marshrut bo‘ylab joylashgan qiziqarli turistik obyektlarning rasmlarini qisqacha izohlash albatta, qiziqarli bo‘ladi. Masalan, Samarqand shahriga kelgan turist reklama bo‘yicha viloyatimizning eng so‘lim go‘shalaridan biri bo‘lgan Omonqo‘ton vohasida 1-2 kun dam olishni xohlaydi (rekreatsion va ekoturizm). Bunday buyurtmalarga turfirma va mehmonxonalarda ishlayotgan turoperatorlarda hamisha zaxirada qo‘shimcha turistik marshrut reklamalari bo‘lishi lozim va shunday bo‘lishi ham kerak. Omonqo‘ton vohasiga boradigan turistik marshrutning zaxiradagi reklamasiga marshrut bo‘ylab joylashgan ko‘plab yoki asosiy diqqatga sazovor turistik obyektlarni joylashtirish mumkin. Masalan, Samarqandga kelib Omonqo‘tonni ko‘rishni xohlagan turist va turistlar

albatta, birinchi kuni Samarqand shahridagi tarixiy obidalarni tomosha qilishadi va ikkinchi kundan boshlab Omonqo‘ton vohasiga turistik marshrut asosida yo‘lga tushadi. Ana shu turistik marshrut reklamasiga birinchi navbatda Samarqand shahridan chiqishda joylashgan, Naqshbandiya tariqatining jahonga mashhur allomasi Xoja Ahror Vali hazratlarining madrasasi binosini rangli tasvirda joylashtirish maqsadli bo‘ladi. Chunki, Xo‘ja Ahror Vali nomi ham Temuriylar davrida qurilgan Xo‘ja Ahror Vali madrasasining qurilishi, mahobati va rang-barangligi ham Temuriylar qurgan ulkan tarixiy binolardan kam emas.

Xuddi ana shu reklamaga shahardan chiqishdagi qadimiy Darg‘om kanalining rasmi va qisqacha tarixini berish ham turistni qiziqtiradi. Ushbu reklamaga Omonqo‘ton yo‘lidagi tosh haykallarning rasmlarini joylashtirish ham albatta, turistlarni o‘ziga jalb qiladi.

Ular tabiiy jarayonlar ta’sirida hayratomuz ko‘rinishni hosil qilgan tabiiy tosh haykallarni tomosha qilishadi, rasmlarga tushishadi, turistlar jozibadorlik, takrorlanmaslikni ko‘rib yaxshi kayfiyatda bo‘lishadi.

Har bir turistik marshrut reklamasida qayd qilingan usullarni qo‘llash mumkin. Turistik marshrut reklamasi faqat diqqatga sazovor turistik obyektlar bilan to‘ldirilishi mumkin. Ba’zi hollarda turistik makonga yetguncha bironta ham qiziqarli turistik obyektlar bo‘lmasligi ham mumkin. Bunday marshrutlarda tabiiy va antropogen landshaftlardagi so‘lim, rekreatsion obyektlarga ekskursiyalar uyushtirish lozim bo‘ladi.

Reklamada marshrut davomida o‘tkaziladigan ekskursiya obyektlarini tasvirlash. Turizmda ishlab chiqiladigan marshrutlarda ekskursiyalar (sayrlar) qanchalik ko‘p bo‘lsa, marshrutning betakrorligi, jozibadorligi, turli-tumanligi shunchalik kuchli bo‘ladi. Har qanday turistik obyektga turistik marshrutning reklamasini ishlab chiqilganda marshrut davomida nechta ekskursiya o‘tkazish rejalashtirilsa, barchasi haqida turistik marshrut reklamasida rangli rasm va qisqacha izoh bo‘lishi marshrutni tanlangan turist uchun yaxshi axborot bo‘ladi[51].

Ekoturizm, rekreatsion turizm va boshqa turizm turlari bo‘yicha shaharlardan uzoq masofadagi diqqatga sazovor joylar, arxitektura

[51] Xaitboyev R. Ekologik turizm. O’quv qo’llanma. Barkamol fayz media. 2018.

obidalari va shu hududdagi mashhur kishilar yashagan istehkomlar albatta, turistik marshrut reklamasida nazarda tutilishi kerak. Masalan, Samarqand shahridan Qashqadaryo tomon chiqilganda bu yo‘nalishdagi barcha turistik marshrut reklamasida albatta, yo‘l bo‘yidagi Oqsoy qishlog‘i tog‘laridagi Dovud payg‘ambar g‘origa ekskursiya uyushtirilishi va bu g‘orning jahonga mashhurligi, jahon miqyosidagi ziyoratgoh joyligi marshrut reklamasidan Albatta, joy olishi turistlarda katta taassurot qoldiradi. Qayd qilinganlardan xulosa qilish mumkinki, turistik marshrutni reklama qilganda marshrutni tuzuvchi va uning reklamasi bilan shug‘ullanuvchi xodimlar turistlar kelishidan oldin hududlar geografiyasi, yo‘llar, turistik joylar, markazlar, savdo do‘konlari va ularning ish vaqti, muzeylar, galereyalar va ularga kirish chiptalari haqidagi barcha ma’lumotlarni chuqur o‘rganib chiqishi lozim bo‘ladi.

Reklamada marshrut davomida ko‘rsatiladigan xizmatlarni tasvirlash. Turistik marshrut davomida turistlarga ko‘rsatiladigan xizmatlar haqida ushbu o‘quv qo‘llanmadagi mavzularda batafsil yozildi. Endi turistik marshrutdagi xizmatlarni ham marshrut reklamasida aks ettirish turistlar uchun talab qilinadigan axborotlar ro‘yxatida turadi. Turistik marshrutlardagi xizmatlar reklamada tasvirlaganda reklamadagi asosiy obyektlardan, qo‘shimcha obyektlardan va ekskursiya obyektlaridan keyin qo‘yilishi mumkin.

Bu holatda dastlab marshrutda xizmat qiladigan yuqori komfortli transport xillari, ovqatlanishdagi milliy taomlar, eng so‘nggida dam olishdagi sharoitlar kichik rangli rasmlarda ham berilishi turistlarni ancha xotirjam qiladi. Ular marshrut davomida yuqorida qayd qilingan xizmatlarni so‘rab-surishtirib yurmaydi. Respublikamizda hozirgi kunga kelib Chimyon tog‘-chang‘i sporti turizmi majmuasi, yirik, xalqaro kurortlarimiz jahon andozalari talabida reklama chiqarmoqda va xalqaro turizmda turistlar oqimining kelishiga yaxshi sharoitlar yaratmoqda.

Turizmda reklama ishlab chiqarish mutaxassislarining fikricha:

- rangli reklamalar oq-qora rangdagilarga nisbatan 65-70% ko‘proq ko‘zga yaxshi tashlanadi;

- sifatli ranglangan rasmlari bor reklama sifatsiz rasmli reklamaga qaraganda bir yarim barobar koʻp kishilarga oʻziga jalb qiladi;
- sariq hoshiyadagi qora rangdagi matn boshqa ranglarga qaraganda koʻproq kishilarni matnni oʻqishga jalb qiladi;
- reklamada ramkalangan tasvirlar, izohlar ramkalanmagan matnlarga nisbatan birinchi navbatda oʻqiladi;
- reklamadagi soʻz oʻyinlari uning oʻquvchanligini pasaytirib yuboradi;
- reklamada matn qanchalik qisqa boʻlsa, tez yodda qoladi;

Reklama turizmning doimiy yoʻldoshi boʻlib, turistlarga faqat sayohat vaqtida emas, balki undan soʻng ham xizmat koʻrsatadi. Bu esa reklamaga alohida mas'uliyat yuklaydi va turizmdagi tovar va xizmatlarni taklif qilishda turizm bozoridagi axborotlarga toʻla moddiy mahsulot vazifasini bajaradi. Yodda tutish lozimki, turistik marshrut qanchalik mukammal ishlab chiqilsa, uning reklamasi mazmuni shunchalik qiziqtiruvchi ma'lumotlarga boy boʻladi. Turizm bozorida reklama qanchalik koʻp boʻlsa, xalqaro miqyosda ham mahalliy miqyosida ham turistlar oqimining kuchayishiga ijobiy ta'sir qiladi.

Oʻzbekiston Respublikasining "Ommaviy axborot vositalari toʻgʻrisida"gi Qonunida shunday deyiladi: "OAVda, reklama axborotlari va materiallariga maxsuslashtirilgan sifatida roʻyxatga olinmagan reklama tarqatish hajmi davriy bosma nashrning alohida nomeri hajmining 40 foizidan; radio va teledasturlar uchun 25 foizdan oshmasligi lozim. Tahririyat ma'lumot, tahririyat va mualliflik materiallari koʻrinishda joylashtirilgan reklama uchun haq olish huquqiga ega emas".

Koʻpincha, bir reklama axborotida mahsulotni harakatlantiruvchi har uchala tashkil qiluvchini ham hisobga olish talab qilinadi (yoʻnalish, safarlar koʻrinishlari va iste'molchilar kategoriyalari boʻyicha ajratilgan takliflar). Bunda reklamaning quyidagi asosiy prinsiplarini hisobga olish zarur:

- reklama qisqa boʻlishi lozim, aks holda u oxirigacha qabul qilinmaydi;
- reklama mijozlarga tushunarli boʻlishi kerak, chunki ongli qabul qilingan narsalar odatda xotirada koʻproq saqlanib qoladi;
- axborotning boshidagi va oxiridagi xabarlar axborotning oʻrtasida keltiriladigan ma'lumotlarga qaraganda yaxshi esda qoladi. Reklama axboroti maketi va matnini tuzishda asosiy ma'lumot bilan boshlab, u bilan tugatish uchun uni oldindan ajratib olish lozim;
- ma'lumotlar odatiy tushunchalarga, ishonchlar, fikrlarga zid boʻlmasa, yengil qabul qilinadi va yaxshi eslab qolinadi;
- jamiyat hayotining asosiy tendensiyalari ruhiyatini ham hisobga olish zarur. Buning uchun aholi ichida ijtimoiy soʻrovlar, ya'ni marketing tadqiqotlarini oʻtkazish kerak. Faqat shu orqali mijozlarga nima yoqishini bilib olish mumkin.

Turistik firmadagi reklama boʻyicha taktik qarorlar oʻz ichiga 3 blok savollarni oladi:

- reklama vositalari yoki reklama tashuvchilarni tanlash;
- reklama e'lonlariga toʻlovlar va xarajatlarni nazorat qilish;
- reklama murojaatnomalarining chiqish grafigi[52].

Oʻzbekistonning davlat tabiat qoʻriqxonalarining reklamalarini ishlab chiqishda ekoturizm rivojlangan xorij davlatlarining tajribalariga amal qilishimiz mumkin. Ekoturizm rivojlangan Yevropa davlatlarida, AQShda va Kanada davlatida ekoturizmning asosiy resurslari alohida muhofazadagi hududlar hisoblanib, bularga tabiat qoʻriqxonalari, milliy parklar, tabiat buyurtmaxonalari va tabiat yodgorliklarini misol qilish mumkin. Bu davlatlarda ekoturizmning resurslarini reklama qilish maqsadida alohida muhofaza qilinadigan hududlardagi hamda xalqaro "Qizil kitob"ga kiritilgan ba'zi hayvon turlarining rasmlari va ular haqidagi ma'lumotlar beriladi.

Reklamada bu hayvonlarning noyobligi, qirilib ketishi arafasida turganligi, uni muhofaza qilishning va saqlab qolishning zarurligi, lozim topilsa uni muhofaza qilish va koʻpaytirishga moddiy yordam berishning

[52] Xaitboyev R. Ekologik turizm. O'quv qo'llanma. Barkamol fayz media. 2018.

vatandagi biologik resurslarni kelajak avlodlar uchun saqlab qolishdagi xayrli ishlar ekanligi ham, bunday kishilarning nomlari va yordam miqdorlari gazeta va jurnallarda e’lon qilinishi, ularning oilalari milliy parklarga va tabiat qo‘riqxonalariga bepul qo‘yishliklari ma’lum qilinadi. Shuning uchun ham, ekoturizm rivojlangan xorijiy davlatlarning aholisi o‘z vatanidagi milliy parklar, tabiat qo‘riqxonalarida muhofaza qilinayotgan yovvoyi hayvon va parrandalarni yaxshi bilishadi.

Ma’lumki, har qanday turistik harakatlar va faoliyatlar turistik marshrutlardan boshlanadi va turistik marshrutda turistni qiziqtiradigan asosiy rasmlar yoki axborotlar tasvirlanadi. Shuning uchun ham turistik marshrutlar ishlab chiqishda ramzlar va emblemalardan foydalanish turizm reklamasida muhim o‘rinni egallaydi.

Jahonning ekoturizmida dunyodagi eng katta Sahroyi Kabirda joylashgan arab davlatlari juda qiziqarli turlarni tashkil etgan va bu turlarning xalqaro turizmdagi ishqibozlari ham ko‘p. Xuddi shunday turlarni O‘zbekistonning cho‘llarida ham tashkil qilishning juda katta imkoniyatlari bor. Buning uchun turoperatorlarga Samarqand shahridagi O‘zbekiston qorako‘lchilik va cho‘llar ekologiyasi ilmiy-tadqiqot institutining olimlari samarali yordam berishlari mumkin. Bu institut 1930-yildan jahonda yagona Butunittifoq qorako‘lchilik ilmiy-tadqiqot instituti edi.

15.2. O‘zbek milliy gastronomiyasini takomillashtirishda startap va platformalarning ahamiyati

O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirish konsepsiyasi mamlakatimizda gastronomik turlarning asosiy yo‘nalishi kimga qaratilishi, ya’ni ichki yoki kiruvchi gastronomik turizmni rivojlantirish kerakligini tushunishni nazarda tutadi. Shundan kelib chiqib, bir qator muammolarni hal etish talab etiladi. Ichki gastronomik turizmga kelsak, quyidagi muammolar mavjud:

- respublika hududi juda katta va harakatlanish uchun sezilarli harajatlar talab qilinadi, yuqori tariflar gastroturlarni qimmatlashtiradi (masalan, Qoraqalpog‘istonga uchish imkoniyati hammada ham yo‘q);

- O‘zbekiston Respublikasining aksariyat mahalliy aholisi moliyaviy cheklovlar tufayli dam olish imkoniyatiga ega emas va dam olishning gastronomik turini tanlashi ehtimoldan uzoq;
- gastronomik turlar davrida joylashtirish narxi va sifatining mos kelmasligi.

O‘zbekistonda gastronomik turizmni rivojlantirishning afzalliklari mehmondo‘stlik an’analarining boyligi, urf-odatlar, madaniyatning o‘ziga xosligi, betakror milliy taomlarda namoyon bo‘ladi. Biz O‘zbekistonda dam olish kunlari gastronomik sayohatlarni rivojlantirishni tavsiya etamiz, bunda mahalliy aholi oilaviy tarzda gastronomiya maqsadida shahardan tashqariga ham chiqishi mumkin.

Kirish gastronomik turizmini rivojlantirish konsepsiyasiga kelsak, uni ekskursiya bilish, ishbilarmonlik, rekreatsion turizm bilan birgalikda rivojlantirish zarur.

Kirish turizmining muammolari juda ko‘p, ular orasida yuqori narxlar, chet elda reklamaning yo‘qligi, yangi turistlik yo‘nalishlarining kamdan-kam paydo bo‘lishi bor. Ammo boshqa tomondan, O‘zbekistonda juda boy va betakror taomlar mavjud bo‘lib, gastronomik turlarni ishlab chiqishda alohida e’tibor qaratishga arziydi. Turizmning ikki turini taqqoslagandan so‘ng, gastronomik turizmga nisbatan qo‘llanilganda, turizmning qaysi turi mamlakatimizda tezroq o‘rnashishini aytish mushkul. Ikki yo‘nalishda-ham mahalliy aholi, ham xorijiy turistlar talabini qondirish bo‘yicha ish olib borish zarur. Shunday qilib, O‘zbekistonda gastronomik turizm ikki asosiy yo‘nalishda rivojlanadi:

- ✓ kirish gastronomik turizmi;
- ✓ ichki gastronomik turizm.

Kiruvchi gastronomik turizmni rivojlantirish konsepsiyasini ishlab chiqishda shuni ta’kidlash kerakki, birinchi navbatda, turistlar orasida mashhur bo‘lgan shaharlar (Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkent) yaqinidagi qishloq joylarda qo‘shimcha infratuzilmani yaratish maqsadga muvofiqdir. Chet elliklarga o‘zbek mehmondo‘stligining urf-odatlari va an’analarini yaxshiroq o‘rganish, milliy ekologik toza taomlardan bahramand bo‘lish imkoniyatini beruvchi ma’rifiy yoki

ishbilarmonlik dam olishini gastronomik dam olish bilan uyg‘unlashtirish taklifiga urg‘u berish lozim. Buning uchun qishloqlardagi uylarni qurish yoki rekonstruksiya qilish, mehmonlarni ko‘ngilochish konsepsiyasini ishlab chiqish zarur: masalan, meva terish, Aydarko‘l yoki Chinozda baliq ovlash va keyin o‘zlari gulxanda taom tayyorlash.

Fikrimizcha, chet elliklarga xizmat ko‘rsatish va ularning ko‘ngliniochish bilan band bo‘lgan kishilarga o‘zbek madaniyatining o‘ziga xosligini saqlab qolish uchun chet tilini bilish shart emas, guruhga chet tilini mukammal biladigan gid hamrohlik qiladi. Gastronomik sayohat turistga mamlakatimiz haqida tasavvur hosil qilishga yordam berishi kerak. Taom o‘zbek xalqi ruhiyatining sirini ochishga, uning mentalitetini tushunishga ko‘maklashadi.

Ichki gastronomik turizmni rivojlantirishda shunga e’tibor qaratish kerakki, Termiz aholisi Nukusga va aksincha ovqatlanish uchun borishi dargumon. Har bir viloyat aholisi uchun o‘z hududida gastronomik turizmni rivojlantirish zarur. Buning uchun biz dam olish kuni turlarini ishlab chiqishni tavsiya qilamiz, bunda aholi oilalari bilan ushbu gastroturlarni sotib olishlari mumkin. Bundan tashqari, respublikada qishloq va shahar gastronomik turizmini rivojlantirish imkoniyati mavjud. Ularning farqi shundaki, turist qishloq joylarga borar ekan, hech qanday qo‘shimchalarsiz ekologik toza mahsulotni tatib ko‘rishga intiladi. Shahar gastroturlari qandolat fabrikasi yoki kichik kolbasa korxonasi va uning qoshidagi restoranga tashrif buyurishni o‘z ichiga olishi mumkin, bu yerda fabrikada ishlab chiqarilgan mahsulotdan tansiq taom tayyorlanadi.

O‘zbekistonda qishloq gastroturlarini rivojlantirish uchun salohiyat va imkoniyatlar mavjud. Hozirgi vaqtda shahar tashqarisidagi dam olish uylari, ayniqsa, Toshkent viloyatining Bo‘stonliq tumanida ham mashhur bo‘lib, ular joylashtirishdan tortib sport tadbirlarini tashkil etishgacha bo‘lgan keng ko‘lamli xizmatlarni taklif etadi. Biz ushbu xizmatlar qatoriga yana gastronomik xizmatlarni, ya’ni ma’lum bir hududda an’anaviy taomlarni, shuningdek, dunyoning boshqa hech qayerida uchramaydigan, o‘ziga xos ta’mga ega bo‘lgan alohida

ingrediyentlarni tatib koʻrish uchun tadbirlar majmuasini qoʻshishni taklif qilamiz.

Shuningdek, meva-sabzavotlar, asal yigʻish va keyinchalik dam olish uylari oshpazlari tomonidan tayyorlanishi yoki bu jarayonda turistlarning ishtirok etishi ham mumkin. Masalan, bunday sayohatlarga velosipedda chiqish mumkin. Toshkent viloyatining Parkent tumanida uzumzorlar boʻylab sayohatlar tashkil etishni taklif qilamiz. Ular mavjud, biroq yetarlicha yuqori va munosib darajada emas (bu xorijiy turistlar uchun ham mos keladi).

Uzum terish, “Hamkor” zavodining sharoblari degustatsiyasini oʻtkazish mumkin.

Gastronomik sayohatning keyingi turi-asal yigʻish va uni tatib koʻrish.

Uchinchi variant-Samarqandda choy yigʻish va uni tatib koʻrish.

Oʻzbekistonda bunday turlarni tashkil etish uchun infratuzilma mavjud, ammo uni rivojlantirish, toʻldirish, yaxshilash tegishli darajaga yetkazish kerak.

Aslida, bunday sayohatlarni tashkil etish uchun uzumzorlar, xonadonlar, asalarichilik xoʻjaliklari, choy fabrikalari mavjud. Bunday marshrutlar uchun yilning istalgan fasli mos keladi, chunki asalni yil davomida yigʻish mumkin. Ehtimol, gastronomik turizmni rivojlantirish turizmning mavsumiyligi muammosini hal qilishga yordam beradi, chunki yozgi mavsumda turistlar oqimi sezilarli darajada past, koʻplab turistlar xizmat koʻrsatish, sifat va narx mutanosib boʻlgan, dam olish va koʻngilochish uchun sharoitlar yaratilgan chet elda dam olish joylarini afzal koʻradilar. Biz taklif etayotgan gastronomik sayohatlar, birinchi navbatda, tarixiy turlarga keladigan turistlar uchun moʻljallangan boʻlishi va yangi turistlarni jalb qilishi kerak, bundan tashqari, biznes turistlar, shuningdek, xorijiy turistlar uchun ham mos keladi. Shunday qilib, agar gastronomik turizmni rivojlantirish konsepsiyasida koʻzda tutilgan harakatlar hozirdanoq amalga oshirilsa, kelajakda boshqa turizm turlari kabi gastronomik turizm ham rivojlanish darajasiga etadi.

15.3. Gastronomik turizmni rivojlantirishda marketing tadqiqotlari

O‘zbekistonda Yevropa mamlakatlaridagi gastroturizm darajasiga erishish va respublikamizning noodatiy gastronomik marshrutlarini namoyish etish imkoniyati mavjud. Turistlarning ovqatlanishi haqida gapirganda shuni nazarda tutish kerakki, ko‘pchilik turistlar ta’til paytida uncha foydali bo‘lmagan taomlarni iste’mol qilishni afzal ko‘radilar. Bunday xulosa 1600 nafar turist o‘rtasida o‘tkazilgan so‘rovdan keyin chiqarilgan.

Xizmatlar sohasi yo‘nalishi bo‘yicha aprel-may oylarida turistlar o‘rtasida so‘rovnoma o‘tkazildi. Ushbu so‘rovnoma natijalari shuni ko‘rsatadiki, so‘ralgan sayohatchilarning 67 foizi dam olish uchun qayergadir borganda nosog‘lom ovqatlanishni rad etmaydi. Shuningdek, barcha so‘ralganlarning 83% o‘zlari tashrif buyurgan mamlakat yoki mintaqaning eng mashhur taomini albatta tatib ko‘rishini ma’lum bo‘ldi. 25% Amerika taomlari sayohatchilar orasida eng mashhur bo‘lib chiqdi, undan keyin italyan taomlari 19%, O‘rta yer dengizi va Meksika taomlari 7% dan, oxirgi o‘rinda fransuz taomlari 4% ni tashkil etdi.

Bundan tashqari, kafe yoki restoranga borishdan oldin turistlarning 77% sharhlarni o‘qiydi, 66% mahalliy aholidan yordam so‘raydi, 56 foizi esa mehmonxona xodimlari yoki konserjlarga murojaat qiladi. Sayohatchilarning yana 44% do‘stlari yoki qarindoshlari fikri bilan qiziqadi.

Shu bilan birga, dam oluvchilarning aksariyati stolni oldindan band qilishni yoqtirmaydi, improvizatsiyani afzal ko‘radi. Bundan tashqari, so‘ralganlarning 11% ovqatni xonaga buyurtma berishni afzal ko‘radi.

Turistlar restoranga borganda nima ko‘proq yoqtilmaydi, degan savolga javob berar ekan, 22% turistlar dam olish paytida ularni hech narsa bezovta qilmasligini, 56% esa bezovta qilishini aytishdi, sifatsiz yoki sekin xizmat ko‘rsatish, 66 foizi esa o‘zlariga yoqmagan taomni muassasa oshxonasiga qaytarib berishlarini ma’lum qildi.

Restoranlar uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega bo‘lgan narsa-bu potensial iste’molchining xizmatlar bozorida sifatni qanday qabul

qilishi, ya’ni “sifat” tushunchasini ko‘rib chiqishda iste’molchi shaxsi diqqat markazida bo‘ladi. Xizmat sifatini baholashda iste’molchi o‘ziga taqdim etilgan narsani o‘zi olishni istagan narsa bilan taqqoslaydi. Kutilayotgan xizmat kutilgan sifatni ifodalaydi va iste’molchilarning xohish-istaklari va individual me’yorlari, kutilayotgan narsa haqidagi obyektiv tasavvurlari yoki boshqa taqqoslash standarti bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin. Xizmat bahosi bunday xizmatlarni ko‘rsatuvchi ishlab chiqaruvchilarga murojaat qilish tajribasi, xizmatni bilish, bozor kommunikatsiyalari (reklama, OAV, kataloglar, prospektlardagi ma’lumotlar), iste’molchining shaxsiy istaklari va ishlab chiqaruvchining imijiga bog‘liq.

Iste’mol qilinayotgan xizmat idrok etilayotgan sifat sifatida tanlab idrok etish, moslashish va tuzatish ta’sirlariga bo‘ysunadi. Idrokni doimiy ravishda tuzatish iste’molchi boshqalarning tajribasidan foydalanishga harakat qilganda sodir bo‘ladi-do‘stlar, hamkasblar, xizmat yoki uning alohida elementlari tanish bo‘lgan qo‘shnilar. Natijada ijobiy taassurotlar mustahkamlanib, salbiy taassurotlar siqib chiqariladi yoki aksincha. Hozirgi kunda ko‘plab turistlik yo‘nalishlari o‘z marketing strategiyalarini gastronomik turizm asosida qurmoqda. Biz gastronomik turizmni targ‘ib qilish sohasida quyidagi tadbirlarni taklif etamiz:

✓ gastronomik turizm brendini xalqaro miqyosda ilgari surish maqsadida davlat va xususiy biznes hamkorligining yangi modellaridan foydalanish;

✓ gastronomik bilimlarni saqlab qolish va ushbu turizm yo‘nalishini rivojlantirishga ko‘maklashish maqsadida oshpazlar va mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan hamkorlik qilish;

✓ barcha asosiy OAV kanallari, turistlik qo‘llanmalari, gastronomik bloglar va ijtimoiy tarmoqlarda imij yaratishda tashabbuskor yondashuvni namoyon etish;

✓ mahsulotlar va ichimliklar eksportini rivojlantirish hamda xorijda yuqori sifatli restoranlar tarmog‘ini yaratish;

✓ marketing sohasida realistik kutilmalarni shakllantiradigan halol va ishonchli siyosat olib borish.

Ta’kidlash joizki, gastronomik turizm turistlikning eng qiziqarli va ma’rifiy turlaridan biri bo‘lib, dunyo mamlakatlari o‘rtasidagi integratsiya jarayonlarini chuqurlashtirishning muhim vositasi hisoblanadi. Uni rivojlantirishda bozor sharoitida ushbu tez o‘suvchi sohaga yangi turtki bera oladigan yuqori malakali kadrlarni tayyorlash asosiy ahamiyatga ega. Xulosa o‘rnida shuni ta’kidlash joizki, insoniyat tarixidagi eng muhim san’atlardan biri ovqat tayyorlash va iste’mol qilish san’atidir. Asrlar davomida, milliy madaniyatning shakllanishi bilan bir qatorda, har bir xalqning o‘ziga xos gastronomik didi va qiziqishlari shakllangan bo‘lib, ular umumiy madaniyatning ajralmas qismiga aylangan.

Mavzuni mustaqil o‘zlashtirish uchun savollar:

1. Gastronomik turizmni rivojlanishida ijtimoiy media va marketing xizmatlarning o‘rnini tushuntirib bering.
2. Gastronomik turizmni targ‘ib qilishda qaysi mass-media va reklama vositalaridan foydalanish maqsadga muvofiq deb o‘ylaysiz?
3. O‘zbek milliy gastronomiyasini takomillashtirishda online platformalarning ahamiyatini izohlang.
4. Gastronomik turizmni rivojlantirishda qaysi marketing tadqiqotlari usullaridan foydalanish mumkin?
5. Gastronomik turizmni targ‘ib qilishda ijtimoiy media qanday ta’sir ko‘rsatadi?

GLASSARIY

AL-DENTE-Italyancha so‘zdan olingan bo‘lib, “tishga tegadigan” degan ma’noni anglatadi. Bu atama mahsulotlar tishlanganda sezilarli darajada qattiqligini saqlab qolgan holda pishirilganini bildiradi. Bu har qanday makaron mahsulotlarining “chala pishganlik” holatidir.

ARBORIO-kalta donli guruch navi bo‘lib, tarkibida ko‘p miqdorda kraxmal mavjud. Puding va rizotto tayyorlash uchun juda qulay hisoblanadi.

APERITIV-ishtahani ochish va kuchaytirish uchun ovqatdan oldin ichiladigan ichimlik. Spirtli yoki spirtsiz bo‘lishi mumkin.

ACHITISH-hamirturushli tayyor mahsulotning ko‘tarilish jarayoni. Odatda achitish uchun 30 daqiqa kifoya qiladi.

AG‘DARMA-go‘sht xomashyosini qayta ishlashning bir bosqichi bo‘lib, bunda go‘sht suyakdan to‘liq ajratiladi. Ag‘darma qo‘lda yoki maxsus uskunalar yordamida bajariladi.

BASMATI-mayda, uzun, nina shaklidagi donli guruch navi. Guruch donlari pishirish jarayonida ikki barobar kattalashadi, bunda ular ezilib ketmaydi va bir-biriga yopishib qolmaydi. Basmati bo‘tqa, rizotto va paelya tayyorlash uchun ishlatiladi.

BISKVIT-un, shakar va tuxumdan (bunda tuxum hajmi undan ancha ko‘p bo‘ladi) tayyorlanadigan qandolat hamiri va yarim tayyor mahsulot.

BITOSHKA-qizil nonga o‘ralgan, yassi-yumaloq shakldagi maydalangan kotletlar.

BIFSHTEKS-mol go‘shtining qovurilgan bo‘lagi (kesma).

BEFSTROGANOV-mol go‘shtidan kesilgan yoki qalin va ingichka chetlaridan tayyorlanadigan go‘shtli taom; go‘sht tolalariga

ko‘ndalang ravishda ingichka bo‘laklarga bo‘linadi, qovuriladi va smetana sousida qizdiriladi.

BITOK-go‘sht, baliq yoki manniy yormasidan tayyorlangan kichik kotletlar. To‘g‘ralgan go‘shtdan ham, butun bo‘lakdan ham tayyorlanadi.

BIR CHIMDIM-bir chimdim tuz, shakar, ziravor va boshqalarni olish uchun bosh, ko‘rsatkich va o‘rta barmoqlarni birlashtirgan holda qimslab olish jarayoni. Taqqoslash uchun-5 gramm tuz taxminan uch chimdimga teng.

BLANMANJE-qaymoq yoki bodom sutidan tayyorlangan jele.

BLANSHIRLASH-mahsulotga qisqa muddat qaynoq suv yoki bug‘ bilan ishlov berish, keyinchalik mahsulotlarni (osetr baliqlari, pomidor) yoki achchiqligini yo‘qotish (karam) uchun ularga mexanik qayta ishlashni osonlashtirish usuli. Blanshirlash tufayli sabzavotlar ta’mi va rangini saqlab qoladi, ularni tozalash esa ancha osonlashadi.

BRAKERAJ-namuna olish va taom sifatini organoleptik ko‘rsatkichlar: tashqi ko‘rinishi, konsistensiyasi, hidi, ta’mi bo‘yicha baholash.

BRIOSH-o‘ziga xos shakldagi (bir-biriga yopishib ketgan bir nechta sharchalardan iborat) yog‘li bulochka.

BRINZA-qo‘y sutidan tayyorlangan tuzlangan pishloq (Moldova, Ruminiya va Bolgariya oshxonasining milliy mahsuloti).

BRUTTO-mahsulotning o‘rami bilan birgalikdagi og‘irligi (shuningdek, dastlabki ishlov berilmagan mahsulotlar).

BUJENINA-cho‘chqa go‘shti (chanoq-son qismi), pishirilgan, qovurilgan yoki maxsus usulda qaynatilgan.

BULYON-go‘sht, suyak, parranda va baliqni suvda qaynatib tayyorlangan qaynatma.

BUG‘ QOBIG‘I-pishirish qozoni va tashqi qozon o‘rtasidagi yopiq bo‘shliq.

BUSHE-marmelad, jele yoki krem bilan to‘ldirilgan maxsus biskvitdan (bug‘doy va kartoshka uni aralashmasidan) tayyorlangan kichik dumaloq pirojniylar.

DIMLASH- bu aralash usul bo‘lib, ovqatni zich yopilgan qopqoq ostida sekin pishirish. Ideal sharoitda bu jarayon sekin-asta kuchaytirib boriladigan olovda uzoq vaqt davom etadi. Bu pishirish usulining asosiy xususiyati shundaki, uni rus pechida amalga oshirish maqsadga muvofiq bo‘ladi. Faqat shundagina dimlangan taom o‘ziga xos ta’mga ega bo‘ladi.

DIMLAB PISHIRISH- issiqlik bilan ishlov berish usuli bo‘lib, mahsulotlarni oz miqdordagi suvda yoki o‘z sharbatida yopiq qopqoq ostida pishirish.

DIJON XANTALI-butundunyoda mashhur fransuz ziravori. Qo‘ng‘ir va qora rangli xantal urug‘laridan tayyorlanadi. Qaylalar va ziravorlar, go‘sht va baliq marinadlari, burgerlar, sendvichlar, nachinkali nonlar uchun juda mos keladi.

DEGLASIROVKA-tayyor mahsulotlar yuzasidagi yoki tayyorlash jarayonidagi ortiqcha yog‘ni, shuningdek, kuygan ta’mni yo‘qotish usulini anglatadi.

DEGLASSIROVKA QILISH-yog‘da qovurilgan narsaga, kuygan ta’mni ketkazish yoki yog‘lilikni kamaytirish uchun pishirishning eng oxirida ozgina (choy yoki desert qoshiq) quruq qizil vino qo‘shish (qaymoq, smetana yoki bir necha tomchi sirka ham bo‘lishi mumkin).

DEGUSTATSIYA-tatib ko‘rish, taom yoki oziq-ovqat mahsulotining sifatini ta’mi bo‘yicha baholash.

DESSERT-yengil tetiklantiruvchi taom (mevalar, meva-rezavorli jele, musslar, choy, qahva).

ENCHILADA-meksikancha taom bo‘lib, uning asosini tortilya nonlari tashkil etadi. Tortilya makkajo‘xori unidan tayyorlanib, ichiga go‘shtli masalliq o‘raladi. Enchiladani tovada qovurish yoki duxovkada sous qo‘shib pishirish mumkin.

FLAMBIRLASH-oshpazlik tayyorgarligining yakuniy bosqichi bo‘lib, dasturxonga tortilgan taomlarga yakuniy ta’m berish va tegishli oshxona-dekorativ ta’sir ko‘rsatish uchun oz miqdorda spirt yoki konyak quyiladi va yoqiladi.

FILE- 1) go‘shtning bir qismi (kesiklari);

2) baliq eti umurtqa suyagisiz; yoki terisi va qovurg‘a suyaklari bilan; yoki terisi va qovurg‘a suyaklarisiz; yoki terisi qovurg‘a suyaklarisiz;

3) bir bo‘lakli filey kesmasidan tayyorlangan taom yoki xuddi shu ikki bo‘lakli taom (file minyon)

FRI-qovurilgan taom.

FRIKADELKA-kichik o‘lchamdagi go‘sht yoki baliq qiymalaridan tayyorlangan mahsulotlar bo‘lib, qaynatilgan, dimlab pishirilgan va dimlangan holda sho‘rvalarda ishlatiladi.

FRITYUR-mahsulotlarni qovurish uchun qattiq qizdirilgan hayvon yog‘i va o‘simlik moyi aralashmasi.

GAZAK (SOVUQ TAOM)-ovqatlanishning boshida beriladigan taom.

GALANTIN-jeledagi parranda go‘shti.

GARNIR-rus oshxonasida asosiy taomga qo‘shimcha.

GARNIRLASH-taomga yakuniy pardoz berish, chiroyli ko‘rinish berish.

GASTRONOMIYA-asosan gazaklar uchun mo‘ljallangan oziq-ovqat mahsulotlari (dudlangan mahsulotlar, ikra, pishloq, kolbasalar).

GLINTVEYN-uzum vinosi, meva sharbati, mayiz, mevalar, ziravorlar qo‘shilgan choy aralashmasidan tayyorlanadigan issiq ichimlik.

GRENKA-bug‘doy nonining qovurilgan yoki juda quritilgan mayda bo‘laklari.

ISTE’MOLGA NOLOYIQ-buzilgan taomlar, standartlarga javob bermaydigan mahsulotlar.

JELATIN-mol go‘shti tog‘aylari va suyaklarini qaynatib olingan, shaffof plastinkalar ko‘rinishidagi yopishqoq moddalar ekstraktidan iborat hayvon yelimi. Pazandachilikda studen, quyma, jele tayyorlash uchun ishlatiladi.

JELE-meva yoki rezavor meva sharbatlari va shakardan, jelelovchi modda yordamida tayyorlanadigan desert taom.

JILOVKA (GO‘SHT)-paylar, pardalar, tog‘aylarni olib tashlash.

JULEN-sho‘rva yoki souslar uchun sabzavotlarga sovuq ishlov berish usuli bo‘lib, taomning tayyor bo‘lishini tezlashtirish uchun somoncha yoki ingichka halqa shaklida to‘g‘rash; keyinchalik-smetanaga pishirilgan, somoncha shaklida to‘g‘ralgan qo‘ziqorinlar.

KARPACHCHO-zaytun yog‘i va limon asosidagi qaylama bilan xom mol go‘shti bo‘laklaridan tayyorlangan gazak shaklidagi taom.

KESISH-oziq-ovqat mahsulotlarini bo‘laklash, ovqatlanish uchun tayyorlangan mahsulotni porsiyali bo‘laklarga va yupqa tilimchalarga bo‘lish, turli shakldagi oziq-ovqat xomashyosidan teng qismlar (porsiyalar) kesish san’ati.

KLYAR-qovurishdan oldin mahsulotlar botirib olinadigan suyuq hamir. Ustida qarsildoq qobiq hosil bo‘ladi, ichida esa mahsulot shirali va yumshoqligicha qoladi. Klyar tayyorlash uchun unni tuxum bilan aralashtirib, sut yoki boshqa suyuqlik bilan qaymoqsimon holatga kelguncha suyultirish kerak.

KNEL MASSASI-qaymoq va tuxum oqi qo‘shilgan, maydalangan, ezilgan va ko‘pirtirilgan go‘sht, parranda yoki baliq eti.

KOKOTNITSA-uzun dastali, kichik cho‘mich shaklidagi issiqqa chidamli idish. Issiq porsiyali gazaklar (masalan, julen) tayyorlash va dasturxonga tortish uchun mos keladi.

KONFI-go‘shtni tayyorlash usuli bo‘lib, bunda u past haroratda o‘z sharbatida asta-sekin dimlanadi.

KOAGULYATSIYA-mahsulotlarga issiqlik bilan ishlov berishda oqsillarning ivishi.

KOKOTNITSA-issiq gazaklarni uzatish uchun tutqichli kichik kastryulka.

KOTLET MASSASI-non qo‘shib maydalangan go‘sht, parranda yoki baliq eti.

KRUTON-banket gazaklari va taomlarini taqdim etish uchun shirin bo‘lmagan hamirdan yasalgan yarim tayyor mahsulot.

KUYDIRILGAN SHAKAR-suv bilan suyultirilganda to‘q jigarrang eritma hosil qiladigan, oziq-ovqat bo‘yog‘i sifatida ishlatiladigan modda.

KULINARIYA CHIQINDILARI-mexanik kulinariya ishlovi berish jarayonida hosil bo‘ladigan oziq-ovqat va texnik qoldiqlar.

KO‘PIRTIRISH-mahsulotlarga yengil zarbalar bilan mexanik ishlov berib, yumshoq, g‘ovak, ko‘pikli konsistensiya hosil qilish.

LANGET-kesmaning dum qismidan kesiladigan ingichka tilsimon qovurilgan go‘sht bo‘lagi.

LANSPIG-jele holatigacha bug‘latilgan sho‘rva, shuningdek, quyma taomlar tayyorlash uchun sabzavotlar, ziravorlar va jelatinli sho‘rva.

LEZON-fransuzchadan “bog‘lanish” degan ma’noni anglatadi. Bu so‘zda butun jarayonning mohiyati mujassam ya’ni suyuq, yopishqoq aralashma bo‘lib, sous uchun ham, panirovka uchun tarkibiy qism sifatida ham ishlatilishi mumkin. Souslar uchun lezon tarkibiga tuxum va suv yoki qaymoq va suv bo‘lgan aralashmaga go‘sht va yarim tayyor mahsulotlar botiriladi, bu esa aralashmaning taomga yaxshiroq yopishishiga yordam beradi. Lezon ularga to‘yinganlik, ta’m va hid beradi. Panirovka uchun lezon tuxum va sutdan (yoki suvdan) tayyorlanadi. Bunday lezon bilan pirojkilarni ham yog‘lash mumkin.

LULA KABOB-so‘zma-so‘z, qiymadan tayyorlangan kabob (qo‘y go‘shtidan).

MAYDALASH-mahsulotlarni ingichka va mayda bo‘laklarga to‘g‘rash. Bu oddiy kesishdan farq qiladi. Oshpazlikda bu atama faqat sabzavotlar, ko‘katlar, mevalar, ildizlar va qo‘ziqorinlarga nisbatan qo‘llaniladi.

MAYDALANGAN BIFSHTEKS-yassi-yumaloq shakldagi maydalangan go‘sht mahsuloti.

MAYONEZ-ko‘pirtirilgan tuxum sarig‘i, limon sharbati va o‘simlik yog‘idan iborat sovuq sous.

MAYORAN-xushbo‘y, o‘tsimon o‘simlik. Yosh o‘simliklarning quritilgan barglari go‘shtli taomlarga ziravor sifatida ishlatiladi.

MASKARPONE-Italiyada ishlab chiqariladigan yumshoq pishloq bo‘lib, konsistensiyasi va ta’mi jihatidan sariyog‘ga o‘xshaydi. Maskarpone past kaloriyali qaymoqdan tayyorlanadi, ehtimol shu sababli bu pishloq ko‘pincha tiramisu va semifredo kabi shirinliklar tayyorlash uchun ishlatiladi. Shuningdek, maskarpone pudinglar, chizkeyklar, profitrollar, kremlar tayyorlash uchun asos sifatida qo‘llaniladi.

MARINAD-avvaliga kuchli namakob, keyinchalik sirka va ziravorlar qo‘shilgan suyuq sous: ziravorlar, pastalar, yog‘ va sirka qo‘shilgan sabzavotlardan tayyorlangan quyuq sovuq sous.

MARINADLASH-marinad ishlatiladigan taom tayyorlash usuli; baliq va go‘shtning biriktiruvchi to‘qimalarini yumshatish, shuningdek, tayyor mahsulotlarga o‘ziga xos ta’m va hid berish maqsadida mahsulotlarni oziq-ovqat organik kislotalari eritmalarida saqlashdan iborat kimyoviy pazandachilik ishlovi usuli.

MELANJ-tuxum oqi va sarig‘ining aniq nisbatiga rioya qilmasdan, ba’zan muzlatilgan va briketlarda saqlanadigan mexanik aralashmasi.

ME’YOR-biror narsaning belgilangan o‘lchovi, o‘rtacha miqdori.

MINERAL MODDALAR-tabiiy anorganik kimyoviy moddalar.

MUSKAT YONG‘OG‘I-muskat daraxti (Indoneziya) yong‘oqlariga maxsus ishlov berish orqali olinadigan ziravor. Qandolatchilikda, shuningdek, pazandachilikda souslar, shirin taomlar tayyorlashda ishlatiladi.

MUSS-jelesimon moddalar qo‘shilgan rezavor mevalar yoki mevalardan tayyorlanadigan g‘ovak konsistensiyali shirin sovuq taom.

NACHINKA-piroglar, pirojkalar va boshqalarni to‘ldirish uchun maxsus tayyorlangan mahsulotlar aralashmasi.

NALISTNIKLAR-turli xil masalliqli (go‘sht, qo‘ziqorin, murabbo va boshqalar) yupqa blinchiklar, Ukraina oshxonasining taomlaridan biri. Nalistniklar uchun hamirturushsiz, sut va suv aralashmasi asosidagi hamir ishlatiladi. Nalistniklar uchun eng mashhur nachinka-mayizli shirin tvorog.

NARSHARAB-Kavkaz oshxonasining sousi bo‘lib, tarjimasi “anor vinosi” degan ma’noni anglatadi. Qaylani tayyorlash uchun anor sharbati qaynatib quyuqlashtiriladi, unga limon kislotasi, shakar, murch

va ziravorlar qo‘shiladi. Narsharab go‘sht, baliq, parranda va sabzavotli taomlar uchun mos keladi. Bundan tashqari, shirinliklar tayyorlashda ham ishlatiladi.

NETTO-mahsulotning dastlabki sovuq ishlov berishdan keyingi sof og‘irligi, ya’ni porsiyalarga bo‘linishi kerak bo‘lgan yarim tayyor mahsulotning haqiqiy og‘irligi.

NIQOBLASH-tayyor taomni boshqa biror mahsulot bilan qoplash.

OZIQ-OVQAT YOG‘LARI-oshpazlikda xom, tabiiy holda yoki boshqa asosiy oziq-ovqat mahsulotlarini (go‘sht, baliq, qo‘ziqorin, sabzavotlar, hamir, mevalar) tayyorlash uchun muhit sifatida ishlatiladigan yog‘lar, yog‘ moddalari.

OVQATLANISH RATSIONI-ratsional ovqatlanish talablariga muvofiq ovqatlanish turlari bo‘yicha tuzilgan, iste’molchiga tavsiya etiladigan taomlar va mahsulotlar to‘plami.

OPARA-suyuq hamir bo‘lib, u suyuqlik me’yorining katta qismini, unning yarim me’yorini va hamirturushning to‘liq me’yorini hisobga olgan holda qoriladi.

PAZANDACHILIK MAHSULOTINING SIFATI (GOST BO‘YICHA)-uning keyingi ishlov berish va iste’mol qilish uchun yaroqliligi, iste’molchilar salomatligi uchun xavfsizligi, tarkibi va iste’mol xususiyatlarining barqarorligini belgilovchi xususiyatlar majmui.

PAZANDACHILIK-taom tayyorlash san’ati.

PAZANDACHILIK MAHSULOTI-pazandachilikka tayyor holga keltirilgan oziq-ovqat mahsuloti yoki mahsulotlar birikmasi.

PAZANDACHILIK YARIMFABRIKATI-oziq-ovqat mahsuloti yoki pazandachilik tayyorligiga yetkazilmasdan bir yoki bir necha

pazandachilik ishlovi berish bosqichlaridan o‘tgan oziq-ovqat mahsuloti yoki mahsulotlar kombinatsiyasi.

PANIROVKA-qovurishdan oldin mahsulotga sepiladigan un, maydalangan suhari.

PASSERLASH-maydalangan sabzavotlarni tovada qovurish. Sabzavotlar kuyib ketmasligi uchun doimiy ravishda aralashtirib, yumshoq holatga kelguncha qovuriladi.

PASSEROVKA-sabzavotlarni past olovda yog‘da qovurishni anglatadi. Issiqlik bilan ishlov berishning yordamchi usuli bo‘lib, mahsulotlarni 110-120°C haroratda yog‘li (sabzavot, tomat, un) yoki yog‘siz (un) holda qovurilgan qobiq hosil qilmasdan qovurish. Passerovka qilingan sabzavotlar qorayib ketmasligi, kuyib qolmasligi kerak. Ular faqat biroz yumshoqroq bo‘lishi lozim.

PARHEZ-maxsus belgilangan ovqatlanish tartibi.

PARHEZ OVQATLANISH-turli kasalliklarni davolash yoki oldini olish maqsadida tashkil etiladigan ovqatlanish.

PAPILOT-parranda yoki go‘shtdan chiqib turgan suyakni yashirish uchun kesilgan qog‘oz o‘ram.

PO‘STDAN AJRATISH-sitrus mevalar (limon, apelsin, greypfrut, mandarin, laym, pomerans) po‘stining ustki rangli qatlamini tozalash. Po‘stloqni pichoq bilan kesish yoki qirg‘ichdan o‘tkazish mumkin. Qandolat mahsulotlari va spirtli ichimliklar tayyorlashda qo‘llaniladi.

PISHIRISH-issiqlik bilan ishlov berishning kombinatsiyalangan usuli bo‘lib, qovurish maqsadida mahsulotni qizdirib, uni tayyor holga keltirish va qovurilgan qobiq hosil qilishdan iborat.

PORSIYA -1) biror narsaning muayyan ulushi, miqdori;

2) restoran yoki oshxonada bir kishilik taom. Ichak-chavoqlarni tozalash-ichak-chavoqlarni olib tashlash.

PROFITROLLAR-qaynatma hamirdan mayda sharchalar ko‘rinishida pishirilgan yarim tayyor mahsulot.

PYURE-maydalangan, asosan o‘simlik mahsulotlari (kartoshka, sabzi, no‘xat, loviya va boshqalar)dan tayyorlanadigan bir xil quyuq silliq massa.

RANGSIZLANTIRISH-toza yog‘ olish uchun yog‘li sho‘rva, margarin, sariyog‘dagi namlikni bug‘latish.

RAGU-qovurilgan, so‘ngra sousda piyoz va sabzi bilan dimlangan qo‘y yoki buzoq to‘shining mayda bo‘laklaridan tayyorlangan taom.

RESEPTURA-taomlarni tayyorlash va mahsulotlarni qo‘shish me’yorlari to‘g‘risidagi ma’lumotlar.

ROMSHTEKS-mol go‘shtining yupqa yoki qalin qismidan tayyorlangan nonli yarim tayyor mahsulot va undan tayyorlangan taom.

ROSTBIF-yirik bo‘lakli yarim tayyor mol go‘shti yoki mol go‘shtining butun bo‘lak qilib qovurilgan qismi.

QAYNATISH-mahsulotlarni suyuqlikda (suv, sut, bulyon, qaynatma) 100°C haroratda yoki to‘yingan suv bug‘i muhitida qizdirib, issiqlik bilan ishlov berish usuli.

QAYLAMA-salatlar va to‘g‘ralgan sabzavotlarga qo‘shiladigan sovuq sous. Asosiy tarkibiy qismlari: o‘simlik yog‘i, sirka va ziravorlar. Muzlatgichda taxminan bir hafta saqlash mumkin.

QANDLASH-qandlash bir necha ma’noga ega. Ulardan biri umuman qandolat san’ati va shirinliklar tayyorlashni anglatadi. Tor ma’noda qandlash murabbo pishirish demakdir. Aniqrog‘i, qaynayotgan shakarga meva yoki rezavorlarni solish jarayonidir.

QIYMA- 1) ovqat tayyorlash uchun maydalangan xom go‘sht (jumladan, parranda, baliq);

2) har qanday maydalangan masalliq.

QIYMALASH-masalliqlarni tayyorlash va ulardan taom va mahsulotlarda foydalanish.

QOVURISH-issiqlik bilan ishlov berish usuli bo‘lib, bunda mahsulot 130-180°C haroratda yog‘ bilan (yoki yog‘siz) qizdiriladi va tarkibidagi organik moddalarning o‘zgarishi hisobiga qovurilgan qobiq hosil bo‘ladi.

QOVURMA-duxovkada yoki rus pechida pishirilgan, bo‘laklarga bo‘linmagan hayvonning biron bir qismidan tayyorlangan taom.

QURITISH-mahsulotga oshpazlik ishlovi berish va bir vaqtning o‘zida konservalashning bir turi bo‘lib, uni ochiq havoda quritish orqali asta-sekin suvsizlantirishdan iborat. Tayyor mahsulot yumshoq konsistensiya va elastiklik bilan ajralib turadi.

SELDEREY-go‘shtli va sabzavotli taomlarga qo‘shiladigan xushbo‘y poliz o‘simligi.

SEMIFREDO-turli xil qo‘shimchalar: mevalar, rezavorlar, yong‘oqlar, shokolad bilan tayyorlangan an’anaviy italyancha muzqaymoq desserti.

SENDVICH-turli xil masalliqlarga ega yopiq buterbrodlar; ko‘p qatlamli bo‘lishi mumkin.

SIRLASH-qandolat mahsulotlarini shakar kukuni bilan qoplash.

SOUS-issiqlik bilan ishlov berilgan turli xil oziq-ovqat mahsulotlariga ta’m, hid, ba’zan rang va har doim o‘ziga xos nozik konsistensiya beradigan yordamchi ziravorlar guruhi.

SOVUQ TAOM-odatda gazak sifatida sovuq holda tortiladigan taom: buterbrod, salat, vinegret.

SUBMAHSULOT-ichak-chavoq (jigar), qon, ichak, bosh, dum, oyoq va boshqalarning nomi, shuningdek so‘yilgan parrandalarni dastlabki ishlov berish chiqindilari.

SUZIB OLISH-elak yoki durshlagdan o‘tkazib suzib olish.

SUHARIK-o‘simlik yog‘ida tovada qovurilgan qarsildoq non bo‘laklari. Suhariklarni salatlarga qo‘shish mumkin. Agar qovurish jarayonida ularga ko‘katlar, pishloq yoki sarimsoq qo‘shilsa, ajoyib gazak hosil bo‘ladi.

SUTKALIK RATSION-tushlik, nonushta, peshingi va kechki ovqatni o‘z ichiga olgan ovqatlanish ratsioni.

SUYAKSIZLANTIRISH-go‘shtni suyakdan ajratish.

SPIRTLI BIJG‘ISHNI KELTIRIB CHIQARADIGAN ACHITQI-hamirturushli bir hujayrali zamburug‘lar (saharomitsetlar); pazandachilikda asosan hamirni ko‘pirtiruvchi sifatida ishlatiladi.

TARTALETKA-gazaklarni tortish uchun shirin bo‘lmagan hamirdan tayyorlangan savatcha ko‘rinishidagi pishirilgan yarim tayyor mahsulot.

TAOM-oshpazlik ishlovidan o‘tgan va iste’mol qilishga tayyorlangan, porsiyalash va bezatishni hisobga olgan holda tayyorlangan oziq-ovqat mahsulotlari (xom ashyo) kombinatsiyasi.

TA’M-oziq-ovqat mahsulotlari sifatini baholashning to‘rtta organoleptik parametrlaridan biri (ta’m, rang, hid, konsistensiya); har qanday mahsulotning sifatini belgilovchi asosiy xususiyat.

TINDIRIB TOZALASH-bulon va jelelarni tiniqlashtirish usuli. Bu ancha murakkab jarayon. Agar tindirib tozalash qoidalarini yaxshi bilmaslik, sho‘rvaning ko‘rinishi yomonlashishi mumkin.

TEMPURA-yapon oshxonasining bir turi bo‘lib, unda baliq, dengiz mahsulotlari va sabzavotlar hamirga botirib, so‘ng qovuriladi. Maxsus souslar bilan tortiladi.

TEFTELI-go‘sht yoki baliq qiymalaridan tayyorlangan, unga bulangan, qovurilgan va sousda dimlangan sharsimon kotletlar.

TEXNOLOGIK JARAYON-xomashyoga mexanik va issiqlik bilan ishlov berishning ilmiy asoslangan ketma-ket operatsiyalari qatori bo‘lib, ularning natijasida yarim tayyor mahsulot, pazandachilik mahsuloti yoki pazandachilik mahsulotlari olinadi.

TO‘LDIRISH-butun parranda, baliq yoki ularning alohida qismlarini qiymalangan go‘sht bilan to‘ldirish oshpazlik usuli.

TO‘LDIRISH-mahsulotga boshqa mahsulotning kichik bo‘laklarini to‘ldirish. Ko‘pincha go‘shtga turli ziravorlar ham solinadi.

TORTISH-suyuqliklar (bulonlar, sharbatlar, spirtlar va boshqalar)ni tiniqlashtirish uchun qo‘llaniladigan usul.

USTRITSA SOUSI-sabzavotlar bilan ajoyib uyg‘unlashadi, cho‘chqa va mol go‘shtining ta’mini kuchaytiradi. Bulon, sho‘rvalarga va lag‘monlarga qo‘shiladi. Biroq, bu sous tovuq bilan yaxshi “kelishmaydi”.

VANILIN-sun’iy vanil o‘rnini bosuvchi modda.

VANIL-qandolatchilikda shirin taomlarga xushbo‘y hid berish sifatida ishlatiladigan nozik, mayin hidli tabiiy ziravor.

VARENES-achitilgan eritilgan sut (qizg‘ish rangga kirguncha eritiladi, smetana bilan ivitib olinadi).

VINEGRET-gazakka tortiladigan sovuq sabzavotli taom, sirka qo‘shilgan qaynatilgan sabzavotli salat.

VUSTERSHIR SOUSI-aytish ham, tayyorlash ham murakkab. Bu ingliz sousi o‘tkir, ziravorli va biroz nordon ta’mga ega. Ko‘p miqdordagi ingredientlardan tashqari (soya sousi, binafsha piyoz, pasta, guruch sirkasi, solod, qo‘shimcha ziravorlar) sousning yetilish vaqti muhim rol o‘ynaydi. Taomlarga oz miqdorda qo‘shiladi.

HAMIRTURUSH-spirtli bijg‘ishni keltirib chiqaradigan bir hujayrali zamburug‘lar (saharomitsetlar); pazandachilikda asosan hamirni ko‘pirtiruvchi sifatida ishlatiladi.

XOMASHYO-pazandachilik mahsulotlarini tayyorlash uchun mo‘ljallangan oziq-ovqat mahsulotlari.

XMELI-SUNELI-quritilgan va maydalangan o‘tlardan tayyorlangan yashil rangli ziravor. Tarkibiga quyidagilar kiradi: petrushka, rayhon, ukrop, selderey, kashnich, achchiq qizil qalampir, yalpiz, dafna bargi, mayoran, bog‘ jambuli, chambar o‘t, imeretin za’faroni, issop. Xmeli-suneli harcho, sativi, ajika tayyorlashda ishlatiladi.

YUMSHATISH-go‘sht (parranda, baliq)ning biriktiruvchi to‘qimasini yumshatish va bo‘lak qalinligini tekislash uchun mexanik ishlov berish.

YUSHKA-ilgari turli xil baliqlardan tayyorlangan sho‘rva shunday deb atalgan. Keyinchalik bu so‘z bilan oddiy sho‘rva atala boshlagan. Hozirda har qanday masalliqli oddiy sho‘rvani “yushka” deb atovchi reseptlarni uchratish mumkin.

YOG‘-hayvonlar yoki parrandalar tabiiy yog‘ining barcha turlarining oshxona nomi.

YOG‘DA QOVURISH-mahsulotlar ko‘p miqdordagi qizdirilgan yog‘da qovuriladigan tayyorlash usuli. Buning uchun issiq tova yoki frityurnitsa juda mos keladi. Mahsulot unga to‘liq botishi uchun yog‘ miqdori shunga qarab solinadi.

YOG‘SIZLANTIRISH-tayyor go‘sht, tovuq bulonlari yoki souslarning yog‘liligini taomni sovutish va yuzasidagi qotgan yog‘ni olib tashlash yo‘li bilan kamaytirish.

ZANJABIL-tropik o‘t o‘simligining ildizpoyasidan tayyorlanadigan ziravor. Maydalangan holda unsimon, kulrang-sarg‘ish rangli, ta’mi o‘tkir kukun. Pryaniklar, kulichlar, sdoblar, pudinglar, kompotlar va boshqalarga qo‘shimcha xushbo‘ylik berish sifatida ishlatiladi.

ZAYTUN-zaytun daraxtining tuzlangan mevalari, ikki turga bo‘linadi:

1) zaytunning o‘zi-tuzlangan pishgan, biroz achitilgan mevalar;

2) yashil zaytun yoki olivkalar, ular sirka bilan kuchli tuzlash orqali tayyorlanadi. Ular achchiq gazak sifatida yoki kalya, solyanka kabi taomlarning o‘tkirligini oshirish uchun ziravor sifatida ishlatiladi.

ZIRA (AJGON)-ziravor, hind zirasi; palov uchun asosiy ziravorlardan biri sifatida ishlatiladi.

ZIRAVOR-o‘tkir yoqimli ta’mga ega bo‘lgan, turli xil taomlar va marinadlar uchun qo‘shimchalar bilan yaxshi uyg‘unlashadigan mahsulot (xantal, xren, dafna bargi va b.).

SHARBAT-salqin ichimlik yoki yong‘oqli pomadka (sutli, shokoladli, mevali) ko‘rinishidagi shirinlik bo‘lib, u briket shaklida presslangan.

SHIRIN TAOM-meva-rezavor xomashyosi, sut va ularni qayta ishlash mahsulotlaridan shakar, tuxum, jelelovchi, ta’m beruvchi va xushbo‘y moddalar qo‘shib tayyorlanadigan taom.

SHO‘RVA-sho‘rva, qaynatma, kvas, sut va boshqalarda tayyorlanadigan suyuq taom bo‘lib, ikki qismdan iborat: suyuq (asos) va quyuq (garnir).

CHALA PISHGAN-qaynatish jarayonida tuxumning tayyor bo‘lish bosqichi bo‘lib, bunda oqsil qisman iviydi (faqat uning tashqi qismi) va sarig‘i ozgina quyuqlashadi.

CHATNI-xom yoki olovda pishirilgan mevalar, sabzavotlar va ziravorlar aralashmasidan iborat hind ziravori. Chatnining ta’mi shirin-nordon yoki o‘tkir-achchiq bo‘lishi mumkin.

YARIM TAYYOR MAHSULOT-qisman oshxona ishlovidan o‘tgan, ammo keyingi, yakuniy ishlovga muhtoj mahsulot.

G.R.TURSUNOVA

GASTRONOMIK TURIZM

DARSLIK

Muharrir: Z.N. Bobodustov
Musahhih: M.O. Mardiyeva
Texnik muharrir: N. Ergashev

Darslik institut Kengashining 2025-yil 27-noyabrdagi majlisida muhokama qilingan va nashrga tavsiya etilgan. (4-sonli majlis bayoni, Ro'xatga olish raqami 325-27/11).

"STAP-SEL" MChJ nashriyoti, Samarqand - 2026

ISBN: 978-9910-5269-0-9

Tasdiqnoma № 3278 (13.12.2021)
Nashrga ruxsat etildi: 26.05. 2026 y.
© "BUNYODKOR AVLOD MATBUOTI" MChJ nashriyoti.

4617

2026-yilda chop etildi.
Qog'oz bichimi A5, 60x84 1/16, Ofset qog'ozi.
"Times New Roman" garniturasi.
Nashr bosma tabog`i 22.12
Buyurtma № 0076A/26. Adadi 50 nusxa

Samarqand iqtisodiyot va servis institutining matbaa bo`limida chop etildi.
LICENSE № 025316.
REESTR № X-119112.
Manzil: Samarqand shahar, Shoxrux ko`chasi 60-uy.