

САЁҲАТ ТУРИЗМИДА ГАСТРОНОМИК ХИЗМАТЛАР: КЕЧА, БУГУН ВА ЭРТА

Гавхарой Исроилжон қизи

Филология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) доцент
Ўзбекистон, Андижон давлат чет тиллари институти

Аннотация: Ушбу мақола туризм саноатидаги секторлардан бири гастрономик туризмнинг аҳамияти, тарихи, бугуни, ва истиқболларини ёритишга бағишланган. Бу билан бир қаторда унинг лингвистик жиҳатларинингсоциал-структурал, функционал-семантик жиҳатларига оид фикрлар берилган.

Калит сўзлар: туризм, саёҳат туризми, бизнес туризми, гастрономик туризм, ўзбек кулинарияси, миллий таом, овқатланиш хизмати, меҳмондўстлик, ресурслар, озиқ-овқат саноати.

Кириш. Европада 2020 йил туризм ривожланиш мақсадларига эришишда гастрономик шаҳарлар ҳал қилувчи рол ўйнади. Бу доирада гастрономия ва гастрономик туризм бош омил бўлиши мумкин. Турли хизматлар аралашмаси (меҳмондўстлик ва овқатланиш хизмати) ва ресурслардан фойдаланиш билан шаҳар мураккаблиги, хизмат сиёсати ва билим юқори ижтимоий бирдамлик ва иқтисодий юксалишнинг калитини беради. Турли тармоқлар ва ресурсларни сафарбар қилиш, шаҳарларнинг умумий ривожланишига ҳисса қўшиш имконияти билан тажриба ва унинг жозибadorлигини ошириши сир эмас.

Минтақавий туризмда маҳаллий таомлардан сайёҳнинг биологик ва функционал овқатланиш эҳтиёжларини қондиришдан тортиб, минтақавий туризмни тарғиб қилишда маҳсулотдан фойдаланиш учун йўналишларни фарқлаш ва минтақавий ўзига хослик орқали "жой" туйғусини яратишгача гастрономик тур бўлган кўплаб хизмат туридан фойдаланиш мавжуд. Озиқ-овқат, шунингдек, асосий туристик маҳсулотга қиймат қўшиши ва махсус тадбирларнинг диққат марказига айланиши мумкин. Бундан ташқари, озиқ-овқат алоҳида диққатга сазовор жой сифатида ишлатилиши мумкин (Жонес ва Женкинс, 2002, 115-бет), туризм муаллифлари томонидан гастрономик туризми, ошхона туризми, пазандачилик туризми ёки озиқ-овқат туризми (Окумус, Окумус ва МсКерчер 2007, 19).

Метод. Гастрономия (озиқ-овқат) туризми бўйича олдинги тадқиқотлар озиқ-овқат (ошхона)нинг диққатга сазовор жой, маданий ҳодиса ва тажриба сифатидаги аҳамиятига қаратилган усул услублардан ижтимоий сўровнома, интервью, аналитик таҳлил усулларида қўлланилади. Бундан ташқари, ишлаб чиқариш ва мотивацион нуқтаи назардан озиқ-овқат қисқача кўриб чиқилади.

Муҳокама. Гастрономик туризм ҳақида сўз юритишдан аввал гастром сўзини луғавий маъносини танишиб чиқсак, демак, XIX аср бошларида Француз тилидан кириб келган *"French gastronomie < Greek gastronomia, alteration of gastrologia study of the stomach"* – французча гастрономия, Грекча ошқазонни ўрганувчи гастрология билан узвий боғлиқ. Туризмда эса, инглиз тилида от сўз туркумига оид сўз *gas·tron·o·my [ga strónnəmeɪ]* (кўпликда *gas·tron·o·mies*) бўлиб қуйидаги маъноларда келади:

1. gourmet eating: the art and appreciation of preparing and eating good food – *кўча таомномаси: яхши таом тайёрлаш ва истеъмол қилиш санъати ва миллийликни (миллий таомлар қадрияти) қадрлаш.*

2. particular cuisine: a particular style of cooking or dining, e.g. one that is characteristic of a particular country or region – *алоҳида (махсус) ошхона: таом пишириш ёки овқатланишнинг маълум бир услуги, масалан. маълум бир мамлакат ёки минтақага хос бўлган таомланиш*

Гастрономик шаҳарлар лойиҳаси таклиф қуйидаги омилларга асосланган ҳолда амал қилади ва шаҳарларда гастрономик туризмни ривожлантиришда инновацион ёндашув қуйидаги мавзулар билан боғлиқ:

- Тадбиркорлик ва кичик ва ўрта бизнесни ривожлантиришга ёрдам берувчи меҳмондоўстлик сектори ва шаҳар ривожланиши учун восита сифатида меҳнат билан бандлик.

- Туризм шаҳарнинг умумий тажрибаси ва унинг ҳаётини кўпайтирувчи эффектлар сифатида маданият, савдо, урбанизм, қўшимча хизматлар,

- Стратегик ҳамкорлик келишувлари талабга асосланган ва интеграциялашган ёндашув, инновациялар ва билимлар иқтисодийетини такомиллаштириш, Лиссабон кун тартиби тамойилларига риоя қилиш.

- Гастрономия иқтисодий фаолиятнинг шаҳар кластери сифатида ҳисса қўшади ва қўшимча иш ўринлари ва рақобатбардошлик.

- Маҳаллий хомашё ишлаб чиқарувчилари, асосан, асосий секторни қўллаб-қувватлаш учун асос, кучли ва барқарор қишлоқ хўжалиги ва озиқ-овқат саноатини ривожлантириш, глобал миқёсда рақобатлаша оладиган база.

- Гастрономия “Инновациялар иттифоқи асосини такомиллаштириш учун флагмани сифатида таъминлаш учун тадқиқот ва инновациялар учун шароитлар ва молиядан фойдаланиш имконияти, инновацион ғояларни яратадиган маҳсулот ва хизматларга айлантириш мумкин.

-Гастрономик туризм мутахассисларини (тур оператор, менежер, гид ва ошпазлари ва бошқалар) тайёрлашда соҳа мутахассислари билан ишлаш, масалан таржимонлар ва гид ҳамроҳлиги кабилар билан ҳамкорликда ишлаш ва хорижий тилларни ўзлаштириш ҳамда таомномани муаммосиз коррекция қилиш каби хизматлар ҳам энг зарур ва ўринли ҳисобланади.

Натижа. Маълумки, 2019 йилнинг 6 август куни Ўзбекистон Ошпазлар уюшмаси анжуманлар залида тегишли идоралар ҳамда оммавий ахборот воситалари (ОАВ) вакиллари иштирокида Гастрономик туризм ассоциациясининг очилиш маросими бўлиб ўтди. Тадбирда йиғилганларга ассоциациянинг мақсади, фаолияти ва аъзолик шартлари бўйича тақдимот ташкил қилинди.

Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси хабарига кўра, ассоциация фаолиятини йўлга қўйишдан мақсад гастрономик туризм йўналишида турли тадбирлар, жумладан кўргазма, фестивал, форум, семинар, илмий анжуман, давра суҳбати, танлов ва шу каби бошқа тадбирларни ташкил этиш, ассоциация қошида халқаро грантлар ҳомийлигида

Ўзбек миллий кулинарияси тарихи, бугуни ва келажаги бўйича гастрономик туризм тараққиёти учун хизмат қилувчи турли лойиҳаларни амалга оширишдан иборатдир.

Мутасаддиларнинг маълум қилишича, ассоциация Ўзбекистонда сайёҳлик мавсумини узайтириш мақсадида ҳар йилнинг ноябрь ойида мунтазам равишда “Лаззатли Ўзбекистон” халқаро миллий таомлар фестивалига мезбонлик қилади, фестивалга халқаро туристик агентликларини мунтазам жалб этиб боради ва тадбир доирасида Ўзбекистон бўйлаб ҳудудий гастрономик турларни ташкил этади. Шунингдек, ассоциацияга аъзо ресторанлар ва уларнинг ходимлари орасида “Хорижликлар эътирофига сазовор бўлган йилнинг энг яхши ресторани, “Йил официанти”, “Йил ресторан менежери”, “Йил бош ошпази” номинациялари бўйича тақдирлаш маросимлари ўтказилиши назарда тутилган ва шу бугунга қадар бир қатор тадбирлар мувафаққиятли тарзда ўтказилди.

Бу соҳада тилшуносларга ҳам анчагина юмуш пайдо бўлиши табиий ҳол. Гастрономик анъаналар ҳақида хабардорликни ошириш; Пазандачилик қўлланмаси” тайёрлаш ва нашр этиш; минтақада ошпазлик туризмни ривожлантириш; У веб-саҳифа билан тўлдирилади, пазандалик йўллари, у билан боғлиқ ресторанлар ҳақида маълумот беради; ташкилий тадбирлар ва минтақавий таомлар; Маҳаллий маҳсулотларни туристик активларга айлантириш; табиий миллий маҳсулот, (чойни, шароб, айрон, қимиз каби миллий ичимликлар) миллий ва халқаро даражадаги нуфузли сайёҳлик фаоллашувига олиб чиқиш; унинг муваффақиятли эко-туризм модели гастрономик туризмга ҳам қўлланилиши мумкин бўлган маълумотномаларни асраш каби йўналишларда тилшунос сифатида кўмаклашишдан иборат.

Европада фаол туристик ҳаракат сифатида гастрономияга комплекс ёндашувни ишлаб чиқдилар. Бу қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг ажойиб сифати ва таъмидан келиб чиқади. Бизнес туризм ривожини туфайли, озиқ –овқат маҳсулотларни яхшилаш учун келиб чиқишини белгилаш билан пазандалик анъаналари, истеъдоди ва Ўзбек ошпазлари ва ошхоналарининг инновацияси каби фаол ҳаракатлар тизимли йўлга қўйилиши режалаштирилди.

Хулоса. Маҳаллий тушуниш орқали етакчи туристик йўналишларни яратиш ҳам гастрономик туризмни ривожланиш омилларидан биридир. Масалан, тахминан ўн йил олдин, иккита виночилик - энг яхши ишлаб чиқарувчилардан бири Австрияда кўпикли шароб ва шаробга асосланган етакчи сайёҳлик йўналишлари яратилди. Ўша пайтда, бу қишлоқ Лангенлуа барча туманларда қишлоқ хўжалиги (узумчилик) ишларининг энг кўп сонига эга эди. Қуйи Австрия бугунги кунда, Вачау минтақаси билан бир қаторда, *шароб дунёси* билан Австриянинг энг муҳим винога асосланган туристик жойларидан бирига айланди. Ҳар йили 55 000 га яқин ташриф буюрувчилар вино тотиб кўриш учун саёҳат қиладилар. Инновациялар орқали маҳаллий корхоналарни ривожлантириш ҳам гастрономик туризмнинг энг етакчи омилларидан биридир.

Янги маҳсулотлар ва озиқ-овқат билан боғлиқ тадбирларни ишлаб чиқариш учун бир қатор имкониятларни аниқлашга ёрдам беради. Сухбатлар шунингдек, озиқ-овқат ва туризм ўртасидаги яқин алоқаларга тўсқинлик қилувчи бир қатор муҳим чекловларни ҳам аниқлади. Сифатли маҳаллий озиқ-овқатга бўлган талабнинг ортиб бориши минтақаларга

маҳаллий ва минтақавий ривожланишни яхшилаш ва мақсадни фарқлашга ҳисса қўшиш учун потенциал восита билан таъминлади: бу минтақа яхлитлигини бузмасдан ташриф буюрувчилар даромадини оширади. Ушбу тадқиқотимизда озиқ-овқатнинг қийматини ва унинг жозибадорлигини ошириш қобилиятини кўрсатди. Туризмда озиқ-овқатдан фойдаланиш минтақавий иқтисодий ва ижтимоий барқарорликка ҳисса қўшиши мумкин ва унинг потенциал ролини эътибордан четда қолдирмаслик керак ва гастронмик туризм сиёсатини ишлаб чиқувчилар, режалаштирувчилар ва бошқа манфаатдор томонлар томонидан озиқланиши керак.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Мирзиёев Ш.М. lex.uz [http://uza.uz/posts/56454].
2. Alonso, A. D. (2010). Olives, hospitality and tourism: a Western Australia perspective. *British Food Journal*, 55 - 68.
3. Bird, A. (2011). "Wine + food= record year: Event's economic impact highest ever, analysis finds.", *Post and Courier*, 21. October 2011.
4. Qizi, G. I., (Gavharoy Isroiljon qizi.) (2023). CONCEPTIVE PECULIARITIES OF TOURISM TERMINOLOGY IN UZBEK AND ENGLISH. *European journal of literature and linguistics*, (1), 2023, -P. 8-15.
5. Qizi, G. I., (Gavharoy Isroiljon qizi.) & Ulikova, M. (2021). DESCRIPTION OF THE CONCEPT OF LOVE AND FAMILY RELATIONSHIP. *JOURNAL of Academic research in educational sciences*, 2(10), 601-606.
6. Qizi, G. I., (Gavharoy Isroiljon qizi.), (2022). SOCIAL FORMATION OF THE TERMS OF BUSINESS TOURISM IN UZBEKISTAN. *Herald pedagogiki. Nauka i Praktyka*, 2(3).
7. Qizi, G. I., (Gavharoy Isroiljon qizi.) & Amersheibani, M. (2024). TURIZM TERMINOLOGIYASI TRANSFORMATSIYASIDAGI KOMMUNIKATIV-PRAGMATIK JIHATLARI TAHLILI. *Science and innovation*, 3(Special Issue 28), 744-750.
8. Lin, Y-C., Pearson, T.E. and Cai, L. (2011), Food as a form of destination identity: A tourism destination brand perspective. *Tourism and Hospitality Research* 11, 30 – 48.
9. Mak, A. H.N., Lumbers, M. and Eves, A. (2011), Globalisation and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, Article in Press, doi:10.1016/j.annals.2011.05.010.
10. Hall, C.M. & Sharples L. (2003). "The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste" in *Food tourism around the world*. Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford, pp. 1-24
11. Henderson, Joan C.(2009) "Food tourism reviewed", *British Food Journal*, 111(4), pp.317-326
12. Tikkanen, I. (2007). Maslow's hierarchy and food tourism in Finland. *British Food Journal*, 721 – 734