



BUXORO VILOYATIDA GASTRONOMIK TURIZMNING IJTIMOIY-IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING MARKETING VA RAQAMLI MEXANIZMLARI

Xalim-Zade Azizabonu Shuxratovna

Buxoro davlat texnika universiteti laborantni

E-mail: khalimzadeaziza@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada Buxoro viloyatida gastronomik turizmning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirishning marketing va raqamli mexanizmlari o'rganilgan. Tadqiqotning maqsadi hududiy gastronomik brend yaratish, gastro-festivallar o'tkazish, mahalliy mahsulotlarni geografik ko'rsatkich sifatida sertifikatlash va raqamli platformalar orqali ilgari surish mexanizmlarini asoslash hamda ularning mahalliy aholi bandligi va daromadiga ta'sirini baholashdan iborat. Normativ-huquqiy hujjatlar tahlili, rasmiy statistika, qiyosiy tahlil va modellashtirish usullaridan foydalanilgan. Natijalar shuni ko'rsatadiki, viloyatda gastronomik brendning uchta tayanchi, ya'ni huquqiy himoyalangan mahsulotlar, ko'p yillik festival an'anasi va davlat tomonidan yaratilayotgan raqamli infratuzilma mavjud, biroq ular yagona marketing tizimiga birlashtirilmagan. Muallif tomonidan brend, sertifikatlash, festival va raqamli platformani bog'lovchi marketing mexanizmi modeli hamda ijtimoiy-iqtisodiy samarani baholash ko'rsatkichlari tizimi taklif etilgan.

Kalit so'zlar: gastronomik turizm, hududiy brend, geografik ko'rsatkich, gastro-festival, raqamli platforma, marketing mexanizmi, bandlik, daromad, Buxoro viloyati.

Аннотация. В статье исследованы маркетинговые и цифровые механизмы повышения социально-экономической эффективности гастрономического туризма в Бухарской области. Цель исследования



состоит в обосновании механизмов создания регионального гастрономического бренда, проведения гастрофестивалей, сертификации местных продуктов в качестве географических указаний и продвижения через цифровые платформы, а также в оценке их влияния на занятость и доходы местного населения. Используются анализ нормативно-правовых актов, официальная статистика, сравнительный анализ и моделирование. Результаты показывают, что в области имеются три опоры гастрономического бренда, а именно юридически защищенные продукты, многолетняя фестивальная традиция и создаваемая государством цифровая инфраструктура, однако они не объединены в единую маркетинговую систему. Автором предложена модель маркетингового механизма, связывающая бренд, сертификацию, фестивали и цифровую платформу, а также система показателей оценки социально-экономического эффекта.

Ключевые слова: гастрономический туризм, региональный бренд, географическое указание, гастрофестиваль, цифровая платформа, маркетинговый механизм, занятость, доходы, Бухарская область.

Abstract. The article examines marketing and digital mechanisms for increasing the socio-economic efficiency of gastronomic tourism in the Bukhara region. The aim of the study is to substantiate mechanisms for creating a regional gastronomic brand, holding gastro-festivals, certifying local products as geographical indications and promoting them through digital platforms, and to assess their impact on employment and incomes of the local population. Legal analysis, official statistics, comparative analysis and modelling were used. The results show that the region has three pillars of a gastronomic brand, namely legally protected products, a long-standing festival tradition and state-built digital infrastructure, but they are not integrated into a single marketing system. The author proposes a model of a marketing mechanism linking the



brand, certification, festivals and a digital platform, as well as a system of indicators for assessing the socio-economic effect.

Keywords: gastronomic tourism, regional brand, geographical indication, gastro-festival, digital platform, marketing mechanism, employment, income, Bukhara region.

KIRISH

Gastronomik turizm soʻnggi oʻn yillikda jahon turizm bozorining eng tez oʻsayotgan yoʻnalishlaridan biriga aylandi. Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) va Bask kulinariya markazi tomonidan tayyorlangan yoʻriqnomada sayyoh sarf-xarajatlarining uchdan bir qismidan koʻprogʻi ovqatlanishga toʻgʻri kelishi va gastronomiya sayohatning asosiy sabablaridan biriga aylanib borayotgani qayd etilgan¹. Bu holat hududiy iqtisodiyot uchun muhim ahamiyatga ega, chunki taom sayyoh tashrif buyurgan joyda tayyorlanadi va isteʼmol qilinadi, demak, undan tushadigan daromad ham asosan shu joyda qoladi. Oʻzbekistonda ham gastronomiya turizm siyosatining ustuvor yoʻnalishlaridan biri sifatida tan olingan. 2019-2025-yillarda turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasida gastronomik turizm alohida yoʻnalish sifatida koʻrsatilgan². Prezident Shavkat Mirziyoyev Butunjahon turizm tashkiloti Bosh assambleyasining Samarqandda oʻtgan sessiyasidagi nutqida mamlakat AQShning “National Geographic Traveler Awards” roʻyxatida “Gastronomik turizm” nominatsiyasi gʻolibi boʻlganini taʼkidladi³. Statistika agentligi

¹ Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism / World Tourism Organization (UNWTO), Basque Culinary Center (BCC). – Madrid : UNWTO, 2019. – 44 p. – ISBN 978-92-844-2095-7.

² Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. Oʻzbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida : 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son // Qonunchilik maʼlumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-4143188> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

³ Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning BMT Butunjahon turizm tashkiloti Bosh assambleyasining 25-sessiyasidagi nutqi // Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy veb-sayti. – 2023. – 16 oktabr. – URL: <https://president.uz/oz/lists/view/6763> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda mamlakatga turistik maqsadlarda 8,2 million xorijiy fuqaro tashrif buyurgan, bu 2023-yildagi 6,6 million ko'rsatkichdan 1,6 millionga ko'p⁴. Sayyohlar oqimining bunday jadal o'sishi sharoitida asosiy masala endi sayyohni jalb qilish emas, balki uning sarfini mahalliy aholi daromadiga aylantirishdir.

Buxoro viloyati bu jihatdan alohida imkoniyatga ega. Viloyat qadimiy shahar sifatida jahonga tanilgan, shu bilan birga o'ziga xos taomlar merosiga ega. Buxoroning sofi oshi 2025-yil dekabr oyida geografik ko'rsatkich sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazildi, bundan oldin 2023-yil avgust oyida G'ijduvon shashligi ham shunday maqomga ega bo'lgan edi⁵. Buxoro taomlari haqidagi gastronomik qo'llanmalarda sofi osh, G'ijduvon shashligi, Buxoro halvosi, tuxumbarak, bichak kabi taomlar sayyohlar uchun alohida jozibadorlikka ega ekani qayd etiladi⁶. Viloyatda 2001-yildan beri har yili "Ipak va ziravorlar" xalqaro festivali o'tkaziladi, uning dasturida gastronomik degustatsiyalar va mahorat darslari ham bor⁷. Ammo bu boy meros hozircha tizimli marketing obyektiga aylantirilmagan. Sayyoh Buxoroga kelganda taomlarni tasodifiy tarzda tatib ko'radi, mahalliy ishlab chiqaruvchi esa turizm daromadidan deyarli ulush olmaydi. Boshqacha aytganda, viloyatda gastronomik resurs bor, lekin uni bozorga olib chiqadigan brend, sertifikatlash tizimi va raqamli kanal

⁴ 8.2 million tourists visited Uzbekistan in 2024 : O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida // Kun.uz : axborot sayti. – 2025. – 3 fevral. – URL: <https://kun.uz/en/news/2025/02/03/82-million-tourists-visited-uzbekistan-in-2024> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

⁵ Sofi Oshi geografik ko'rsatkich sifatida ro'yxatdan o'tkazildi // Spot.uz : biznes va IT yangiliklari. – 2025. – 24 dekabr. – URL: <https://www.spot.uz/oz/2025/12/24/sofi-oshi/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

⁶ Buxoro bo'yicha gastronomik qo'llanma. Nimani qayerda tatib ko'rish mumkin? // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2025. – 29 may. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2025/05/29/food-gid/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

⁷ Abdurahimova V. O'zbekistonda 2025-yili borishga arziydigan 10 festival / V. Abdurahimova // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2025. – 26 aprel. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2025/04/26/festivals/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



o'zaro bog'lanmagan. Aynan shu bo'shliq mazkur tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi.

Masalaning nazariy asosi hududiy marketing va gastronomik turizm nazariyalarida yotadi. A.M. Hjalager va G. Richards tahrir qilgan to'plamda gastronomiya turistik mahsulotning muhim tarkibiy qismi ekani va u hududning madaniy merosi sifatida iste'mol qilinishi ko'rsatilgan⁸. C.M. Hall va hammualliflar oziq-ovqat turizmining rivojlanishida ishlab chiqaruvchilar bilan turizm subyektlari o'rtasidagi tarmoq aloqalari hamda destinatsiya marketingida taomning jozibadorlik omili sifatidagi o'rni hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanini isbotlagan⁹. M. Porter esa hududiy raqobatbardoshlik bir joyda to'plangan o'zaro bog'liq korxonalar va institutlarning hamkorligi orqali yaratilishini asoslagan¹⁰. Ushbu nazariy qarashlar bir nuqtada kesishadi, ya'ni gastronomik mahsulotning qiymati faqat taomning o'zida emas, balki uning kelib chiqish hikoyasi, sifat kafolati va sayyohga yetkazilish usulida shakllanadi. Marketing va raqamli mexanizmlar aynan shu uchta unsumni boshqaradi.

O'zbekistonda bunday mexanizmlarni joriy etish uchun huquqiy zamin yaratilgan. "Turizm to'g'risida"gi Qonunda turizm sohasi subyektlarining birlashmalari va turistik mahsulotni ilgari surish masalalari tartibga solingan¹¹. 2022-yilda qabul qilingan "Geografik ko'rsatkichlar to'g'risida"gi Qonun kelib chiqish joyi bilan bog'liq an'anaviy mahsulotlarga intellektual mulk obyekti

⁸ Tourism and Gastronomy / ed. by A.-M. Hjalager, G. Richards. – London : Routledge, 2002. – 256 p. – (Routledge Advances in Tourism ; 11). – ISBN 0-415-27381-1.

⁹ Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets / ed. by C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, B. Cambourne. – Oxford : Butterworth-Heinemann, 2003. – 373 p. – ISBN 978-0-7506-5503-3.

¹⁰ Porter M. E. Clusters and the New Economics of Competition / M. E. Porter // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76, No. 6. – P. 77–90.

¹¹ O'zbekiston Respublikasining Qonuni. Turizm to'g'risida : 2019-yil 18-iyuldagi O'RQ-549-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/docs/-4428097> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



sifatida huquqiy himoya berish tartibini belgiladi¹². Ushbu qonun BMTning Oziq-ovqat va qishloq xo'jaligi tashkiloti (FAO) ko'magida ishlab chiqilgan bo'lib, FAO geografik ko'rsatkichlar uchun marketing strategiyasini ishlab chiqishga ham yordam bermoqda¹³. 2025-yilda qabul qilingan PF-87-sonli Farmonda esa turizm sohasiga oid barcha davlat elektron tizimlarini Milliy turizm yagona platformasi doirasida ishlab chiqish, mehmonxona va restoranlarning targ'ibot videomahsulotlari xarajatlarining bir qismini qoplash hamda Xalqaro turizm haftaligi doirasida har yili "Delicious Uzbekistan" xalqaro gastronomik festivalini o'tkazish nazarda tutilgan¹⁴. Shunga qaramay, ushbu vositalarni aynan bir viloyat darajasida gastronomik brend atrofida birlashtirish va ularning ijtimoiy-iqtisodiy samarasini o'lchash masalasi ilmiy adabiyotlarda yetarli ishlab chiqilmagan.

Tadqiqotning maqsadi Buxoro viloyatida gastronomik turizmning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirishning marketing va raqamli mexanizmlarini asoslash hamda ularning mahalliy aholi bandligi va daromadiga ta'sirini baholash usulini ishlab chiqishdan iborat. Maqsaddan kelib chiqib to'rtta vazifa belgilandi. Birinchidan, viloyatning gastronomik brend uchun mavjud resurslari va marketing holatini baholash. Ikkinchidan, geografik ko'rsatkich sifatida sertifikatlash va gastro-festivallarning brend yaratishdagi o'rnini aniqlash. Uchinchidan, raqamli platformalar orqali gastronomik mahsulotni ilgari surish mexanizmini ishlab chiqish.

¹² O'zbekiston Respublikasining Qonuni. Geografik ko'rsatkichlar to'g'risida : 2022-yil 3-martdagi O'RQ-757-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-5889882> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

¹³ "Gurvak" qovuni geografik ko'rsatkichlari ro'yxatdan o'tkaziladigan birinchi mahsulotga aylanishi mumkin // Yuz.uz : axborot sayti. – 2022. – 7 aprel. – URL: <https://yuz.uz/uz/news/gurvak-qovuni-geografik-korsatkichlari-royxatdan-otkaziladigan-birinchi-mahsulotga-aylanishi-mumkin> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

¹⁴ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. 2025–2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko'paytirish va turistik xizmatlar ko'lamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi o'rni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida : 2025-yil 15-maydagi PF-87-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-7531559> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



To'rtinchidan, ushbu mexanizmlarning bandlik va daromadga ta'sirini baholash ko'rsatkichlari tizimini taklif etish. Tadqiqot obyekti Buxoro viloyatining gastronomik turizm sohasi, predmeti esa ushbu sohadagi marketing va raqamli munosabatlar hisoblanadi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot 2024-2026-yillar davomida olib borildi va to'rt bosqichdan iborat bo'ldi. Birinchi bosqichda normativ-huquqiy hujjatlar tahlil qilindi. Bunda "Turizm to'g'risida"gi va "Geografik ko'rsatkichlar to'g'risida"gi qonunlar, Prezidentning PF-5611 va PF-87-sonli farmonlari Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasidagi amaldagi tahrirda o'rganildi. Tahlilning maqsadi brend yaratish, sertifikatlash, festival o'tkazish va raqamli ilgari surish uchun mavjud huquqiy vositalar va davlat ko'magi choralarini aniqlash edi. Ikkinchi bosqichda statistik ma'lumotlar to'plandi va qayta ishlendi. Asosiy manba sifatida O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi va Buxoro viloyati statistika boshqarmasining rasmiy ma'lumotlari, viloyat turizm boshqarmasi ma'lumotlariga tayangan rasmiy nashrlar hamda ommaviy axborot vositalarida e'lon qilingan rasmiy ko'rsatkichlar olindi. Har bir raqamli ko'rsatkich manba sahifasidan bevosita tekshirildi va imkon qadar ikkinchi manba bilan solishtirildi. Manbalar o'rtasida farq bo'lgan hollarda rasmiy hujjat yoki statistika organi ma'lumoti asos qilib olindi.

Uchinchi bosqichda qiyosiy tahlil va marketing tahlili usullari qo'llanildi. UNWTO yo'riqnomasida tavsiya etilgan gastronomik destinatsiyani rivojlantirish tamoyillari Buxoro viloyatining hozirgi holati bilan solishtirildi. Gastronomik brendning uchta tayanchi, ya'ni huquqiy himoyalangan mahsulotlar, festival tadbirlari va raqamli kanallar bo'yicha mavjud resurslar va bo'shliqlar aniqlandi. To'rtinchi bosqichda modellashtirish usuli qo'llanildi. Brend, sertifikatlash, festival va raqamli platformani bog'lovchi marketing mexanizmi modeli hamda raqamli gastro-portal



arxitekturasini ishlab chiqildi. Ijtimoiy-iqtisodiy samarani baholash uchun ko'rsatkichlar tizimi tuzildi va ularning har biri uchun ma'lumot manbai belgilandi. Tadqiqotning cheklovi shundaki, gastronomik turizm bo'yicha alohida rasmiy statistika yuritilmaydi, shu bois sayyohlarning taomga sarfi va gastronomik bandlik ko'rsatkichlari umumiy turizm va umumiy ovqatlanish statistikasi asosida bilvosita baholandi. Taklif etilgan ko'rsatkichlar tizimi aynan shu bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan.

NATIJALAR

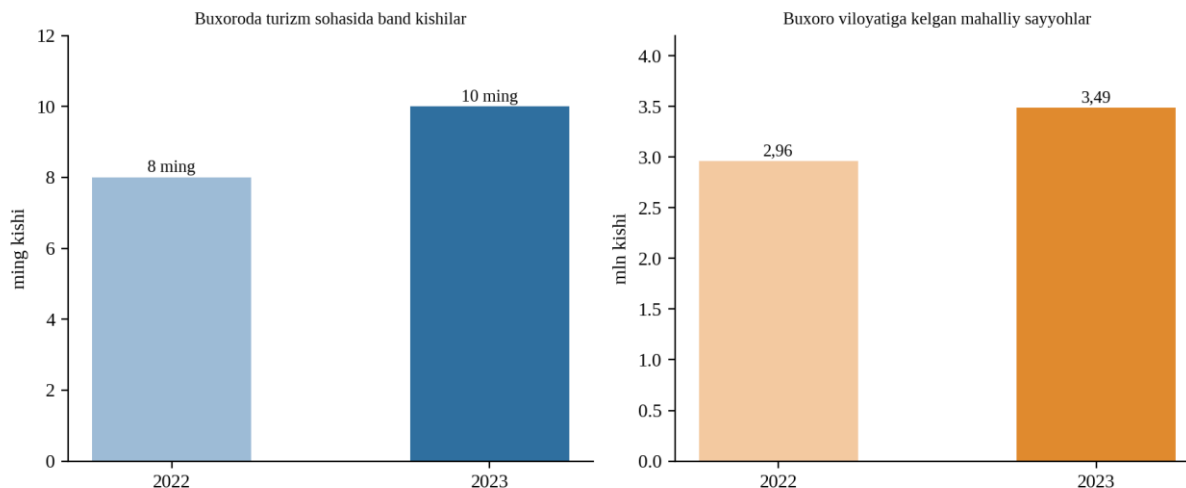
Tadqiqotning birinchi natijasi Buxoro viloyatida gastronomik turizmning iqtisodiy bazasiga tegishli. Rasmiy ma'lumotlarga ko'ra, 2023-yilda viloyatga MDH davlatlaridan 790,9 ming, Yevropadan 285,5 ming, Osiyodan 281,8 ming va Amerika qit'asidan 24,2 ming xorijiy mehmon tashrif buyurgan, mahalliy sayyohlar soni esa 2022-yildagi 2 million 961,1 mingdan 2023-yilda 3 million 490 mingga oshgan. 2024-yilning birinchi yarmida viloyatga 455,2 ming xorijlik kelgan va turizm eksporti 113,8 million dollarga yetgan. Buxoroda turizm sohasida band bo'lganlar soni 2022-yildagi 8 mingdan 2023-yilda 10 mingga oshgan, sayyohlarning bo'lish davomiyligi 3 kundan 3,5 kungacha bo'lgan¹⁵. 2024-yilning o'tgan davrida viloyatga 1,5 million xorijiy turist kelgani rasman qayd etilgan¹⁶. Umumiy ovqatlanish sohasi ham barqaror o'smoqda. Buxoro viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotiga ko'ra, 2025-yil 1-may holatiga viloyatda umumiy ovqatlanish sohasida 1 539 ta tijorat korxonasi faoliyat yuritgan, shundan 1 534 tasi kichik korxona va mikrofirmalardir. 2025-yilning yanvar-aprel oylarida ovqatlanish korxonalarining savdo aylanmasi 3 252,8 milliard so'mni tashkil etib, o'tgan

¹⁵ Ostonaqulov O. Buxoroga qaysi mamlakatdan eng ko'p sayyoh keladi? / O. Ostonaqulov // Yangi O'zbekiston. – 2024. – 15 iyun (№ 118). – URL: <https://iiu.uz/oz/news/3237> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

¹⁶ Buxoroda hokimlar va ularning o'rinbosarlari 6 oy favqulodda ish tartibiga o'tadi // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2024. – 29 noyabr. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2024/11/29/bukhara/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



yilning mos davriga nisbatan 7,4 foizga oshgan, aylanmaning 90,5 foizi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik hissasiga to'g'ri kelgan¹⁷. Ushbu ma'lumotlar 1-rasmda umumlashtirilgan.



1-rasm. Buxoroda turizm sohasidagi bandlik va mahalliy sayyohlar oqimi dinamikasi¹⁸

Rasmdan ko'rinib turibdiki, turizm bandligi bir yilda 25 foizga, mahalliy sayyohlar oqimi esa 18 foizga oshgan. Bu ikki ko'rsatkichning bir vaqtda o'sishi gastronomik turizm uchun qulay zamin yaratadi, chunki mahalliy sayyoh milliy taomlarni yaxshi biladi va ularning sifatiga talabchan. Umumiy ovqatlanish aylanmasining 90 foizdan ko'prog'i kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka to'g'ri kelishi esa gastronomik turizm daromadi aynan oilaviy korxonalar va yakka tartibdagi tadbirkorlarga tarqalishini bildiradi. Demak, gastronomik brendni rivojlantirish bevosita mayda tadbirkorlar daromadiga ta'sir qiladi. Shu bilan birga, bir xorijiy sayyohga o'rtacha 250 dollar atrofida

¹⁷ Umumiy ovqatlanish korxonalari savdo hajmi // Buxoro viloyati statistika boshqarmasi : rasmiy veb-sayt. – 2025. – 20 iyun. – URL: <https://buxstat.uz/uz/matbuot-markazi/buxoro-yangiliklar/13013-umumiy-ovqatlanish-korxonalari-savdo-hajmi> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

¹⁸ Muallif tomonidan quyidagi ma'lumotlar asosida tuzilgan: Ostonaqulov O. Buxoroga qaysi mamlakatdan eng ko'p sayyoh keladi? // Yangi O'zbekiston. – 2024. – 15 iyun (№ 118). – URL: <https://iaau.uz/oz/news/3237> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



sarf to'g'ri kelishi va UNWTO baholariga ko'ra sarfning uchdan bir qismi ovqatlanishga ketishini hisobga olsak, viloyatda faqat xorijiy sayyohlarning yillik gastronomik sarfi taxminan 100 million dollardan oshadi. Ushbu sarfning qanchasi mahalliy mahsulot va mahalliy oshpazlarga borishi aynan marketing va raqamli mexanizmlarga bog'liq.

Ikkinchi natija gastronomik brendning huquqiy tayanchi, ya'ni geografik ko'rsatkich sifatida sertifikatlangan mahsulotlarga tegishli. "Geografik ko'rsatkichlar to'g'risida"gi Qonunga muvofiq, geografik ko'rsatkichni ro'yxatdan o'tkazish va undan foydalanish huquqi to'g'risidagi guvohnoma berish Adliya vazirligi tomonidan amalga oshiriladi, talabnoma bitta geografik ko'rsatkichga taalluqli bo'lishi kerak¹⁹. Sofi oshi maqomi taomning nomi va an'anaviy tayyorlash texnologiyasini huquqiy jihatdan muhofaza qiladi, sifati va haqiqiylikni kafolatlaydi²⁰. O'zbekistonda so'nggi yillarda ro'yxatdan o'tkazilgan oziq-ovqat va hunarmandchilik geografik ko'rsatkichlari 1-jadvalda keltirilgan.

¹⁹ O'zbekiston Respublikasining Qonuni. Geografik ko'rsatkichlar to'g'risida : 2022-yil 3-martdagi O'RQ-757-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-5889882> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

²⁰ Sofi Oshi geografik ko'rsatkich sifatida ro'yxatdan o'tkazildi // Spot.uz : biznes va IT yangiliklari. – 2025. – 24 dekabr. – URL: <https://www.spot.uz/oz/2025/12/24/sofi-oshi/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



1-jadval.

**O'zbekistonda ro'yxatdan o'tkazilgan ayrim geografik
ko'rsatkichlar va ularning brend uchun ahamiyati²¹**

Mahsulot	Hudud	Ro'yxatdan o'tgan davr	Brend uchun ahamiyati
G'ijduvon shashligi	Buxoro viloyati, G'ijduvon tumani	2023-yil avgust	Viloyatning birinchi gastronomik geografik ko'rsatkichi, agrogastronomik marshrut uchun asos
Samarqand noni	Samarqand viloyati	2025-yil boshi	Qo'shni hududning tajribasi, Buxoro noni uchun namuna
Xorazm tuxum baragi	Xorazm viloyati	2025-yil iyun	Taom turi bo'yicha himoya tajribasi
So'qoq somsasi	Toshkent viloyati	2025-yil iyun	Kichik hudud mahsulotini brendga aylantirish tajribasi
Sofi oshi	Buxoro viloyati	2025-yil dekabr	Buxoro gastronomik brendining markaziy mahsuloti, tayyorlash texnologiyasi himoyalangan

Jadvaldan ko'rinadiki, Buxoro viloyati hozirda ikkita huquqiy himoyalangan gastronomik mahsulotga ega va bu ko'rsatkich bo'yicha

²¹ Manba: muallif tomonidan quyidagi ma'lumotlar asosida tuzilgan: Sofi Oshi geografik ko'rsatkich sifatida ro'yxatdan o'tkazildi // Spot.uz. – 2025. – 24 dekabr. – URL: <https://www.spot.uz/oz/2025/12/24/sofi-oshi/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



mamlakatda yetakchi hududlardan biridir. Biroq tadqiqot davomida aniqlanishicha, geografik ko'rsatkichdan foydalanish huquqi qaysi restoran va ishlab chiqaruvchilarga berilgani, ular sifatni qanday nazorat qilishi va sayyoh sertifikatlangan mahsulotni qanday tanib olishi masalalari amaliyotda hal etilmagan. Sertifikat sayyoh ko'radigan belgi, menyu va qadoqqa aylanmaguncha marketing vositasi sifatida ishlamaydi. Bundan tashqari, Buxoro halvosi, Buxoro noni va quritilgan mevalar kabi mahsulotlar hali ro'yxatdan o'tkazilmagan, holbuki ular sovg'alik mahsulot sifatida eng katta sotuv salohiyatiga ega. Demak, sertifikatlash bo'yicha ikki yo'nalishda ish olib borish kerak, ya'ni mavjud ko'rsatkichlardan foydalanish tartibini yo'lga qo'yish va yangi mahsulotlarni ro'yxatdan o'tkazish.

Uchinchi natija gastro-festivallar bilan bog'liq. Buxoroda 2001-yildan beri o'tkaziladigan "Ipak va ziravorlar" xalqaro festivali Eski shahar ko'chalarida savdo, musiqa, milliy liboslar namoyishi, gastronomik degustatsiyalar va mahorat mashg'ulotlarini o'z ichiga oladi²². 2025-yil 6–8-iyun kunlari o'tkazilgan XXI festivalda 10 ga yaqin xorijiy davlatdan 50 nafardan ortiq va respublika hududlaridan 350 nafardan ortiq hunarmand ishtirok etdi, festivalga 50 mingdan ortiq xorijiy va mahalliy sayyoh tashrif buyurdi, uning doirasida "Palov sayli" milliy taomlar tanlovi o'tkazilib, viloyatning turli hududlaridan kelgan oshpazlar o'z hududiga xos taomlarni tayyorlab, mehmonlar va hakamlar hay'atiga taqdim etdi²³. 2025-yil sentabrdan noyabrgacha o'tkazilgan birinchi Buxoro biyennalesida esa "Oshqozon" gastronomik loyihasi tashkil etilib, har hafta oxirida xalqaro va o'zbek

²² Abdurahimova V. O'zbekistonda 2025-yili borishga arziydigan 10 festival / V. Abdurahimova // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2025. – 26 aprel. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2025/04/26/festivals/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

²³ Buxoroda XXI an'anaviy xalqaro "Ipak va ziravorlar" festivali bo'lib o'tdi // Aniq.uz : axborot sayti. – 2025. – 9 iyun. – URL: <https://aniq.uz/uz/yangiliklar/buxoroda-xxi-ananaviy-xalqaro-ipak-va-ziravorlar-festivali-bulib-utdi-fotogalereya> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



oshpazlari qo'shma menyular yaratdi, dastur noyabr oyida Buxoroning eski an'analari ruhidagi don ekinlari festivali bilan yakunlandi²⁴. Milliy darajada esa PF-87-sonli Farmonga muvofiq har yili noyabr oyining uchinchi haftasida Xalqaro turizm haftaligi va uning doirasida "Delicious Uzbekistan" xalqaro gastronomik festivali o'tkaziladi²⁵. Shunday qilib, viloyatda festival an'anasi mustahkam, ammo festivallar bir-biridan ajralgan holda va asosan bahor va kuz oylarida o'tkaziladi. Yozgi mavsumda, sayyohlar oqimi kamaygan davrda, gastronomik tadbir yo'q. Festivallarning natijasi ham o'lchanmaydi, ya'ni tashrif buyuruvchilar soni, ularning sarfi va ishtirokchi ishlab chiqaruvchilar daromadi haqida tizimli ma'lumot to'planmaydi.

To'rtinchi natija raqamli kanallarga tegishli. 2024-yilning 9 oyida Buxoroga kelgan xorijiy turistlarning 95 foizi poyezd yoki avtomobilda kelgan²⁶. Bu Buxoroning Samarqand va Toshkent bilan bog'langan marshrutning bir qismi ekanini va sayyoh Buxoroga kelishdan oldin dasturini raqamli kanallar orqali rejalashtirishini bildiradi. PF-87-sonli Farmonga ko'ra, 2025-yil 1-iyundan turizm sohasiga oid barcha davlat elektron tizim va platformalari Milliy turizm yagona platformasi doirasida ishlab chiqiladi, platforma orqali joylashtirish vositalarini band qilgan fuqarolar MyID tizimi orqali identifikatsiyadan o'tadi, shuningdek, madaniy meros obyektlariga kirish imkonini beradigan "O'zbekiston bo'ylab sayohat" kartasi joriy etiladi²⁷.

²⁴ Foto: Buxorodagi birinchi zamonaviy san'at biyennalesi // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2025. – 10 sentabr. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2025/09/10/bukhara-biennale/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

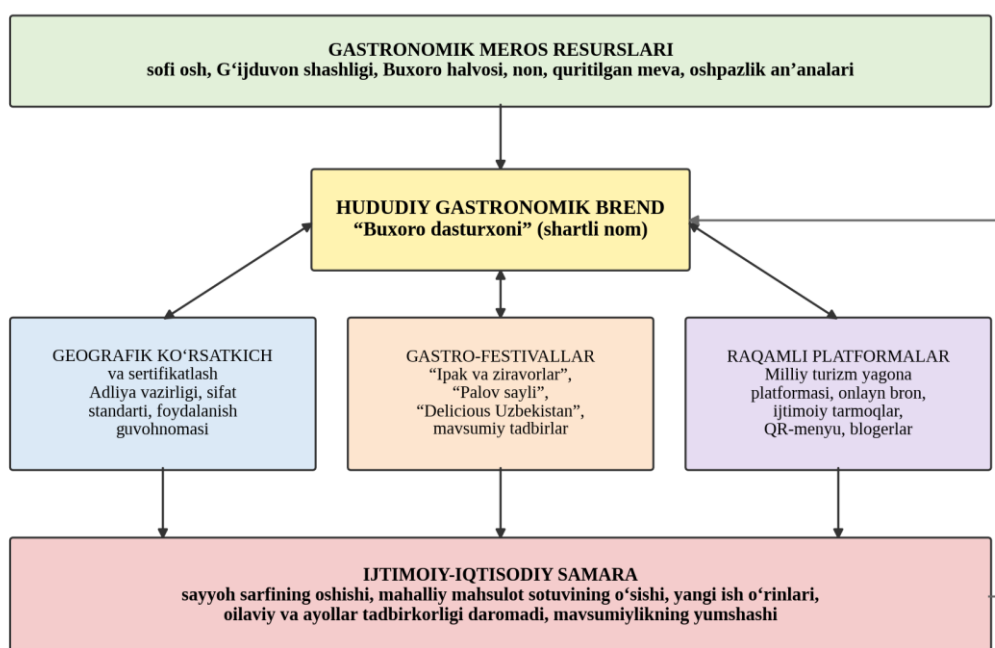
²⁵ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. 2025–2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko'paytirish va turistik xizmatlar ko'lamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi o'rni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida : 2025-yil 15-maydagi PF-87-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-7531559> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

²⁶ Buxorodagi yangi xalqaro aeroport o'tkazuvchanligi ikki baravar oshiriladi // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2024. – 10 oktabr. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2024/10/10/aeroport/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

²⁷ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. 2025–2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko'paytirish va turistik xizmatlar ko'lamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi o'rni va ahamiyatini oshirish



Demak, davlat darajasida raqamli infratuzilma yaratilmoqda, biroq unda gastronomik mahsulot alohida bo'lim sifatida mavjud emas. Buxoroning restoranlari, ishlab chiqaruvchilari va gastronomik marshrutlari haqidagi ma'lumot tarqoq, ko'pincha faqat ijtimoiy tarmoqlarda va xorijiy agregatorlarda joylashgan. Ushbu holat mahalliy ishlab chiqaruvchini sayyohdan uzoqlashtiradi va daromadning bir qismini vositachilarga o'tkazadi. Beshinchi va asosiy natija taklif etilayotgan marketing mexanizmi modelidir. Model gastronomik meros resurslaridan boshlanadi, ular hududiy brendga jamlanadi, brend esa uchta mexanizm, ya'ni geografik ko'rsatkich va sertifikatlash, gastro-festivallar hamda raqamli platformalar orqali bozorga yetkaziladi. Har uchala mexanizm ijtimoiy-iqtisodiy samaraga olib keladi, samaraning bir qismi esa brendga qayta investitsiya qilinadi. Modelning tuzilmasi 2-rasmda keltirilgan.



chora-tadbirlari to'g'risida : 2025-yil 15-maydagi PF-87-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-7531559> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



2-rasm. Buxoro viloyati gastronomik brendining marketing mexanizmi modeli²⁸

Modelda brend markaziy o'rinni egallaydi va u shartli ravishda "Buxoro dasturxoni" deb nomlangan. Brendning mazmuni uchta va'dadan iborat, ya'ni haqiqiylik (taom an'anaviy texnologiya bo'yicha tayyorlangan), kelib chiqish (mahsulot Buxoro fermerlari va ustalaridan olingan) va tajriba (sayyoh taomni tatib ko'ribgina qolmay, uning tayyorlanishida qatnashadi). Sertifikatlash mexanizmi birinchi va ikkinchi va'dani kafolatlaydi, festival mexanizmi uchinchi va'dani amalga oshiradi, raqamli platforma esa uchala va'dani sayyohga yetkazadi va sotuvga aylantiradi. Model brendni boshqaradigan subyekt sifatida turizm sohasi subyektlarining birlashmasini nazarda tutadi, chunki "Turizm to'g'risida"gi Qonun bunday birlashmalarni tashkil etishga yo'l qo'yadi. Birlashma brend belgisidan foydalanish tartibini belgilaydi, sertifikatlangan menyu talablarini tasdiqlaydi va festival taqvimini muvofiqlashtiradi.

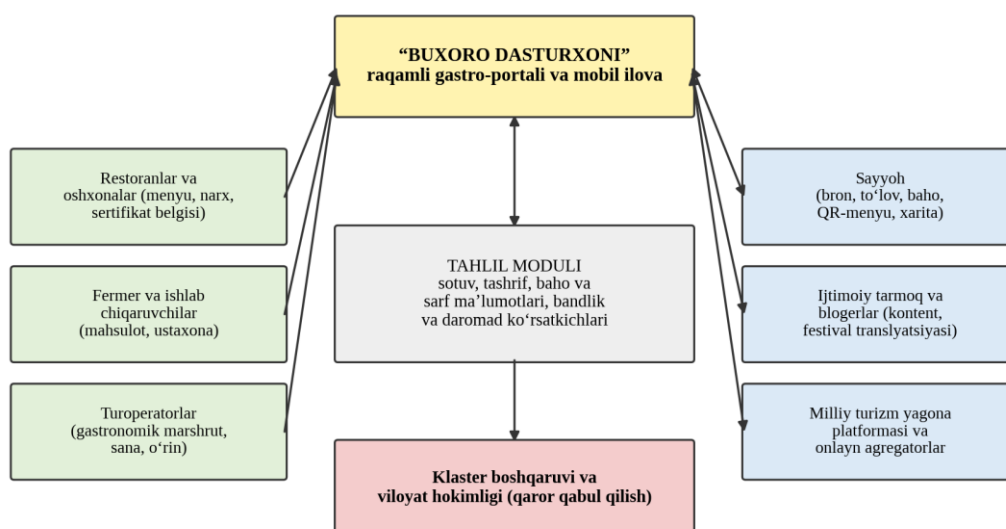
TAHLIL

Taklif etilayotgan modelning amaliy qiymati uning raqamli tarkibiy qismiga bog'liq, chunki aynan raqamli platforma brend, sertifikat va festivalni sayyoh uchun bitta qulay interfeysga birlashtiradi. Shu bois tahlil qismida raqamli gastro-portal arxitekturasini va uning ijtimoiy-iqtisodiy samarani o'lchash imkoniyati batafsil ko'rib chiqiladi. Portal arxitekturasini 3-rasmda keltirilgan. Portalning markazida "Buxoro dasturxoni" veb-sayti va mobil ilovasi turadi. Chap tomondan unga uch guruh ma'lumot yetkazib beruvchilar ulanadi. Restoranlar va oshxonalar menyu, narx va sertifikat belgisini joylashtiradi. Fermerlar va ishlab chiqaruvchilar mahsulot va ustaxona tashrifi haqidagi ma'lumotni beradi. Turoperatorlar gastronomik marshrutlar, sanalar

²⁸ Muallif ishlanmasi.



va bo'sh o'rinlarni kiritadi. O'ng tomondan portal sayyoh, ijtimoiy tarmoqlar va Milliy turizm yagona platformasi bilan bog'lanadi. Sayyoh portal orqali bron qiladi, to'laydi, QR-menyu orqali taom haqida ma'lumot oladi va baho qo'yadi. Ijtimoiy tarmoq va blogerlar orqali festival translyatsiyalari va kontent tarqatiladi. Milliy platforma bilan integratsiya esa Buxoro gastronomik mahsulotini mamlakat darajasidagi bron tizimiga olib chiqadi.



**3-rasm. "Buxoro dasturxon" raqamli gastro-portalinin
arxitekturas²⁹**

Portalning eng muhim qismi tahlil modulidir. U sotuv, tashrif, baho va sarf ma'lumotlarini to'playdi va ularni bandlik hamda daromad ko'rsatkichlariga aylantiradi. Aynan shu modul hozirgi kunda mavjud bo'lmagan gastronomik turizm statistikasini yaratadi. Masalan, portal orqali sotilgan har bir gastronomik dastur qaysi restoran, qaysi fermer va qaysi gid ishtirokida bajarilganini qayd etadi. Natijada har chorakda klaster boshqaruvi va viloyat hokimligi qancha sayyoh gastronomik xizmatdan foydalangani, ular qancha sarflangani va bu sarfning qanchasi mahalliy ishtirokchilarga yetib

²⁹ Manba: muallif ishlanmasi.



borganini aniq ko'radi. Bunday ma'lumot qaror qabul qilish uchun zarur, chunki u qaysi mexanizm ishlayotgani va qaysi biri qo'shimcha ko'mak talab qilishini ko'rsatadi. Portalni moliyalashtirish uchun PF-87-sonli Farmonda nazarda tutilgan davlat ko'magi vositalaridan foydalanish mumkin. Farmonga ko'ra, mehmonxona, umumiy ovqatlanish korxonalari va restoranlarning targ'ibot videomahsulotlari xarajatlarining 50 foizi, biroq 50 million so'mdan oshmagan qismi qoplab beriladi, Turizmni qo'llab-quvvatlash jamg'armasiga tushadigan turistik yig'imning kamida 10 foizi esa ichki turizm imkoniyatlarini targ'ib qilishga yo'naltiriladi³⁰. Portal ushbu vositalarni bitta hududiy loyihada jamlash imkonini beradi, ya'ni restoranlar olgan subsidiya hisobiga tayyorlangan videokontent portalda joylashtiriladi, turistik yig'imning targ'ibot ulushi esa portalni reklama qilishga sarflanadi.

Ijtimoiy-iqtisodiy samarani baholash uchun ko'rsatkichlar tizimi taklif etiladi. Ko'rsatkichlar to'rt guruhga bo'linadi va ularning har biri uchun ma'lumot manbai belgilangan. Birinchi guruh talab ko'rsatkichlari bo'lib, unga gastronomik dastur sotib olgan sayyohlar soni, bir sayyohning o'rtacha gastronomik sarfi va sertifikatlangan mahsulot sotuvi hajmi kiradi. Ikkinchi guruh taklif ko'rsatkichlari bo'lib, unga brend belgisidan foydalanish huquqini olgan restoranlar soni, geografik ko'rsatkich guvohnomasiga ega ishlab chiqaruvchilar soni va portalga ulangan fermer xo'jaliklari soni kiradi. Uchinchi guruh bandlik va daromad ko'rsatkichlari bo'lib, unga gastronomik xizmatlarda yaratilgan yangi ish o'rinlari, ayollar va yoshlar boshqaradigan xo'jaliklar ulushi hamda portal orqali mahalliy ishtirokchilarga to'langan mablag' hajmi kiradi. To'rtinchi guruh mavsumiylik va sifat ko'rsatkichlari bo'lib, unga yoz oylaridagi gastronomik tashriflar ulushi, sayyohlarning

³⁰ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. 2025–2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko'paytirish va turistik xizmatlar ko'lamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi o'rni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida : 2025-yil 15-maydagi PF-87-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-7531559> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



o'rtacha bahosi va takroriy tashriflar ulushi kiradi. Ko'rsatkichlar tizimi 2-jadvalda umumlashtirilgan.

2-jadval.

**Gastronomik turizmning ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini
baholash ko'rsatkichlari tizimi³¹**

Guruh	Ko'rsatkich	Ma'lumot manbai	Kutilayotgan ta'sir
Talab	Gastronomik dastur sotib olgan sayyohlar soni, o'rtacha gastronomik sarf, sertifikatlangan mahsulot sotuvi	Portal tahlil moduli, umumiy ovqatlanish statistikasi	Sayyoh sarfining oshishi va mahalliy mahsulotga yo'nalishi
Taklif	Brend belgisi olgan restoranlar, geografik ko'rsatkich guvohnomasiga ega ishlab chiqaruvchilar, portalga ulangan fermerlar soni	Turizm subyektlari birlashmasi reyestri, Adliya vazirligi reyestri	Sifatning oshishi va qiymat zanjirining kengayishi
Bandlik va daromad	Yangi ish o'rinlari, ayollar va yoshlar xo'jaliklari ulushi,	Portal to'lov ma'lumotlari, bandlik statistikasi	Daromadning oilaviy va qishloq xo'jaliklariga yetib borishi

³¹ Muallif ishlanmasi.



Guruh	Ko'rsatkich	Ma'lumot manbai	Kutilayotgan ta'sir
	mahalliy ishtirokchilarga to'langan mablag'		
Mavsumiylik va sifat	Yoz oylaridagi tashriflar ulushi, sayyohlar bahosi, takroriy tashriflar	Portal baholash tizimi, festival hisobotlari	Yil davomida barqaror daromad va obro'ning mustahkamlanishi

Ko'rsatkichlar tizimining afzalligi shundaki, u qo'shimcha statistik kuzatuv talab qilmaydi, chunki asosiy ma'lumotlar portalning o'zida to'planadi. Bu tizim asosida marketing mexanizmlarining kutilayotgan samarasini taxminiy hisoblash mumkin. Agar 2024-yildagi 1,5 million xorijiy sayyohning atigi 5 foizi, ya'ni 75 ming kishi, portal orqali o'rtacha 40 dollarlik gastronomik dastur sotib olsa, yillik tushum 3 million dollarga yetadi. Agar tushumning 70 foizi bevosita restoran, fermer va gidga to'lansa, mahalliy ishtirokchilar daromadi 2,1 million dollarni tashkil etadi. Bir gastronomik dastur o'rtacha bir kunlik ish o'rnini ta'minlasa, 75 ming dastur yiliga taxminan 300 ta to'liq bandlikka teng ish o'rni yaratadi. Bu hisobda mahalliy sayyohlar, sovg'alik mahsulot sotuvi va festival daromadi inobatga olinmagan, shu bois haqiqiy samara yuqoriroq bo'lishi mumkin. Muhimi, portal daromad taqsimotini shaffof qiladi va sayyoh sarfining mahalliy aholiga yetib borishini kafolatlaydi.

Tahlil marketing mexanizmlarining xavflarini ham aniqladi. Birinchi xavf brendning tarqoq boshqaruvi. Agar brend belgisini har kim istagancha ishlatlsa, sertifikat o'z qiymatini yo'qotadi va sayyoh ishonchi pasayadi. Shu



bois breddan foydalanish huquqi faqat sifat talablariga rioya qilgan ishtirokchilarga berilishi va buzilgan taqdirda vaqtincha to'xtatilishi lozim. Ikkinchi xavf raqamli platformaning ishtirokchilar tomonidan yetarli to'ldirilmasligi. Kichik oilaviy korxonalar ko'pincha raqamli ko'nikmaga ega emas, shu bois portalga ma'lumot kiritishda ularga yordam beradigan xizmat va o'quv dasturi zarur. Uchinchi xavf festivallarning faqat tomosha tadbiriga aylanib qolishi. Buning oldini olish uchun har bir festivalda mahalliy ishlab chiqaruvchilar uchun bepul savdo joylari ajratilishi va festival natijalari portal orqali hisoblanishi kerak. To'rtinchi xavf narxlarning oshishi natijasida mahalliy aholining o'z taomlaridan uzoqlashishi. Bu xavfni yumshatish uchun brend ostida mahalliy aholi uchun alohida narx siyosati va oshxona madaniyatini saqlash dasturlari ko'zda tutilishi maqsadga muvofiq.

Marketing mexanizmlarini joriy etish uch bosqichda amalga oshirilishi maqsadga muvofiq. Tayyorgarlik bosqichi taxminan olti oy davom etadi va unda turizm sohasi subyektlarining birlashmasi tuziladi, brend nomi va belgisi tasdiqlanadi, sofi oshi va G'ijduvon shashligi geografik ko'rsatkichlaridan foydalanish tartibi ishlab chiqiladi hamda portalning texnik topshirig'i tayyorlanadi. Pilot bosqichi bir yilga mo'ljallanadi va unda portal Buxoro shahri va G'ijduvon tumani doirasida ishga tushiriladi, kamida o'n restoran va yigirma ishlab chiqaruvchi brend belgisini oladi, yozgi mavsumga mo'ljallangan birinchi gastronomik festival o'tkaziladi va ko'rsatkichlar tizimi bo'yicha birinchi yillik hisobot tayyorlanadi. Kengaytirish bosqichi ikkinchi yildan boshlanadi va unda portal viloyatning barcha tumanlariga tarqatiladi, Milliy turizm yagona platformasi bilan to'liq integratsiya ta'minlanadi, Buxoro halvosi va Buxoro noni geografik ko'rsatkich sifatida ro'yxatdan o'tkaziladi hamda brend xorijdagi o'zbek milliy taomlari restoranlari orqali tashqi bozorga olib chiqiladi. Har bir bosqich yakunida ko'rsatkichlar tizimi asosida natijalar baholanadi va keyingi bosqichga o'tish to'g'risida qaror qabul qilinadi. Bunday



bosqichma-bosqich yondashuv xatolarni erta aniqlash va mablag'ni samarasiz sarflashdan saqlanish imkonini beradi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar mavjud ilmiy qarashlar bilan solishtirilganda bir necha muhim xulosa kelib chiqadi. Birinchidan, Buxoro misoli Hall va hammualliflar ta'kidlagan tarmoq yondashuvini tasdiqlaydi. Viloyatda ishlab chiqaruvchilar, restoranlar va turoperatorlar geografik jihatdan yaqin joylashgan, ammo ular o'rtasida marketing aloqasi yo'q. Taklif etilgan brend va raqamli portal aynan shu aloqani yaratadi. Ikkinchidan, Hjalager va Richards to'plamida ilgari surilgan gastronomik destinatsiya tipologiyasiga ko'ra, destinatsiya taom shunchaki mavjud bo'lgan darajadan taom tashkil etilgan turistik mahsulotga aylangan darajaga, so'ngra taom brend va identitetga aylangan darajaga o'tadi. Buxoro hozir ikkinchi darajaning boshida turibdi. Geografik ko'rsatkichlar uchinchi darajaga o'tish uchun huquqiy asos yaratdi, festivallar tajriba bazasini berdi, raqamli infratuzilma esa davlat tomonidan qurilmoqda. Yetishmayotgan narsa ularni birlashtiradigan brend boshqaruvidir. Uchinchidan, UNWTO yo'riqnomasida gastronomik turizm ayollar, yoshlar va qishloq jamoalarini iqtisodiy faollashtirishning samarali vositasi ekani ta'kidlangan³². Buxoro viloyatida umumiy ovqatlanish aylanmasining 90 foizdan ko'prog'i kichik biznesga to'g'ri kelishi ushbu xulosani tasdiqlaydi va gastronomik marketingni ijtimoiy siyosat vositasi sifatida qarash imkonini beradi.

To'rtinchidan, tadqiqot natijalari milliy turizm siyosatining hozirgi yo'nalishiga mos keladi. PF-87-sonli Farmonda har yili hududiy turizm dasturlarini ishlab chiqish, festival va tadbirlarni rivojlantirish bo'yicha tanlov o'tkazib, viloyat bosqichi g'oliblariga 50 million so'mdan, respublika bosqichi

³² Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism / World Tourism Organization (UNWTO), Basque Culinary Center (BCC). – Madrid : UNWTO, 2019. – 44 p. – ISBN 978-92-844-2095-7.



g'oliblariga 100 million soʻmdan mukofot berish hamda xorijda oʻzbek milliy taomlariga ixtisoslashgan restoranlar ochishni subsidiyalash nazarda tutilgan³³. Demak, Buxoro gastronomik brendi loyihasi hududiy dasturga kiritilishi, festival tanlovida ishtirok etishi va xorijdagi oʻzbek restoranlari orqali eksport kanaliga ega boʻlishi mumkin. Bu jihat muhim, chunki geografik koʻrsatkich bilan himoyalangan sofi oshi va Gʻijduvon shashligi xorijdagi restoranlar menyusida Buxoro brendi sifatida taqdim etilishi va shu orqali viloyatga sayyoh jalb qilishi mumkin. Beshinchidan, xorijiy tajriba tahlili shuni koʻrsatadiki, geografik koʻrsatkichlar Yevropada qishloq hududlari daromadini oshirishning asosiy vositalaridan biri hisoblanadi, Oʻzbekistonda esa bu institut endigina shakllanmoqda va FAO koʻmagida marketing strategiyasi ishlab chiqilmoqda³⁴. Buxoro tajribasi ushbu strategiya uchun amaliy sinov maydoni boʻlishi mumkin.

Shu bilan birga, tadqiqotning cheklovlarini tan olish lozim. Birinchidan, gastronomik turizm boʻyicha alohida statistika yoʻqligi sababli sayyohlarning taomga sarfi va gastronomik bandlik koʻrsatkichlari bilvosita baholandi. Ikkinchidan, marketing mexanizmi modeli va portal arxitekturasini ekspert baholash asosida ishlab chiqilgan va amaliy sinovdan oʻtmagan. Uchinchidan, sayyohlarning brendga munosabati va mahalliy ishlab chiqaruvchilarning portalga qoʻshilishga tayyorligi soʻrov orqali oʻrganilishi kerak. Ushbu masalalar keyingi tadqiqotlar yoʻnalishini belgilaydi. Xususan, portalning pilot versiyasini Buxoro shahri va Gʻijduvon tumanida ishga tushirish, bir yil davomida koʻrsatkichlar tizimi boʻyicha maʼlumot toʻplash va uning natijalari

³³ Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. 2025–2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin koʻpaytirish va turistik xizmatlar koʻlamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi oʻrni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida : 2025-yil 15-maydagi PF-87-son // Qonunchilik maʼlumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-7531559> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

³⁴ “Gurvak” qovuni geografik koʻrsatkichlari roʻyxatdan oʻtkaziladigan birinchi mahsulotga aylanishi mumkin // Yuz.uz : axborot sayti. – 2022. – 7 aprel. – URL: <https://yuz.uz/uz/news/gurvak-qovuni-geografik-korsatkichlari-royxatdan-otkaziladigan-birinchi-mahsulotga-aylanishi-mumkin> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



asosida modelga tuzatish kiritish maqsadga muvofiq. Shuningdek, Buxoro halvosi va Buxoro nonini geografik ko'rsatkich sifatida ro'yxatdan o'tkazishning iqtisodiy samarasini alohida o'rganish zarur.

XULOSA

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi xulosalarga kelindi. Birinchidan, Buxoro viloyati gastronomik brend yaratish uchun uchta mustahkam tayanchga ega. Sofi oshi va G'ijduvon shashligi geografik ko'rsatkich sifatida huquqiy himoyaga olingan, 2001-yildan beri o'tkazilayotgan "Ipak va ziravorlar" festivali va yangi tadbirlar festival an'anasini shakllantirgan, davlat esa Milliy turizm yagona platformasi ko'rinishida raqamli infratuzilma yaratmoqda. Ammo bu tayanchlar bir-biridan ajralgan va yagona marketing tizimiga birlashtirilmagan. Ikkinchidan, ushbu bo'shliqni to'ldirish uchun "Buxoro dasturxon" shartli nomi ostida hududiy gastronomik brend yaratish va uni turizm sohasi subyektlari birlashmasi orqali boshqarish taklif etiladi. Brend uchta mexanizm, ya'ni sertifikatlash, festival va raqamli platforma orqali ishlaydi va har biri sayyohga beriladigan aniq va'dani kafolatlaydi.

Uchinchidan, raqamli gastro-portal marketing mexanizmining markaziy bo'g'ini hisoblanadi, chunki u ishlab chiqaruvchi, restoran va turoperatorni sayyoh bilan bevosita bog'laydi, vositachilik xarajatini kamaytiradi va daromad taqsimotini shaffof qiladi. Portalning tahlil moduli hozirgi kunda mavjud bo'lmagan gastronomik turizm statistikasini yaratadi va taklif etilgan ko'rsatkichlar tizimi orqali bandlik va daromadga ta'sirni o'lchash imkonini beradi. Taxminiy hisoblar xorijiy sayyohlarning atigi 5 foizi gastronomik dastur sotib olganda yiliga 2 million dollardan ortiq mablag' mahalliy ishtirokchilarga yetib borishi va taxminan 300 ta to'liq bandlikka teng ish o'rni yaratilishi mumkinligini ko'rsatadi. To'rtinchidan, amaliy tavsiya sifatida viloyat hokimligi va Turizm qo'mitasining hududiy bo'linmasiga gastronomik brend loyihasini hududiy turizm dasturiga kiritish, geografik ko'rsatkichlardan



foydalanish tartibini tasdiqlash, Buxoro halvosi va Buxoro nonini ro'yxatdan o'tkazish uchun talabnoma tayyorlash, yozgi mavsumga mo'ljallangan gastronomik festival tashkil etish hamda portalning pilot versiyasini PF-87-sonli Farmonda nazarda tutilgan ko'mak vositalari hisobidan ishga tushirish taklif etiladi. Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundan iboratki, unda gastronomik turizmning marketing va raqamli mexanizmlari birinchi marta Buxoro viloyati misolida brend, sertifikatlash, festival va platforma birligida qaralgan hamda ularning ijtimoiy-iqtisodiy samarasini o'lchashning amaliy ko'rsatkichlar tizimi ishlab chiqilgan.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasining Qonuni. Turizm to'g'risida : 2019-yil 18-iyuldagi O'RQ-549-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/docs/-4428097> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

2. O'zbekiston Respublikasining Qonuni. Geografik ko'rsatkichlar to'g'risida : 2022-yil 3-martdagi O'RQ-757-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-5889882> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida : 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-4143188> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. 2025–2026-yillarda sayyohlar oqimini keskin ko'paytirish va turistik xizmatlar ko'lamini jadal kengaytirish orqali turizmning iqtisodiyotdagi o'rni va ahamiyatini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida : 2025-yil 15-maydagi PF-87-son //



Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. – URL: <https://lex.uz/uz/docs/-7531559> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

5. Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets / ed. by C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, B. Cambourne. – Oxford : Butterworth-Heinemann, 2003. – 373 p. – ISBN 978-0-7506-5503-3.

6. Tourism and Gastronomy / ed. by A.-M. Hjalager, G. Richards. – London : Routledge, 2002. – 256 p. – (Routledge Advances in Tourism ; 11). – ISBN 0-415-27381-1.

7. Porter M. E. Clusters and the New Economics of Competition / M. E. Porter // Harvard Business Review. – 1998. – Vol. 76, No. 6. – P. 77–90.

8. Guidelines for the Development of Gastronomy Tourism / World Tourism Organization (UNWTO), Basque Culinary Center (BCC). – Madrid : UNWTO, 2019. – 44 p. – ISBN 978-92-844-2095-7.

9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning BMT Butunjahon turizm tashkiloti Bosh assambleyasining 25-sessiyasidagi nutqi // O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining rasmiy veb-sayti. – 2023. – 16 oktabr. – URL: <https://president.uz/oz/lists/view/6763> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

10. 8.2 million tourists visited Uzbekistan in 2024 : O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma'lumotlari asosida // Kun.uz : axborot sayti. – 2025. – 3 fevral. – URL: <https://kun.uz/en/news/2025/02/03/82-million-tourists-visited-uzbekistan-in-2024> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

11. Ostonaqulov O. Buxoroga qaysi mamlakatdan eng ko‘p sayyoh keladi? / O. Ostonaqulov // Yangi O‘zbekiston. – 2024. – 15 iyun (№ 118). – URL: <https://iia.uz/oz/news/3237> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



12. Buxorodagi yangi xalqaro aeroport o'tkazuvchanligi ikki baravar oshiriladi // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2024. – 10 oktabr. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2024/10/10/aeroport/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

13. Buxoroda hokimlar va ularning o'rinbosarlari 6 oy favqulodda ish tartibiga o'tadi // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2024. – 29 noyabr. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2024/11/29/bukhara/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

14. Abdurahimova V. O'zbekistonda 2025-yili borishga arziydigan 10 festival / V. Abdurahimova // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2025. – 26 aprel. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2025/04/26/festivals/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

15. Buxoro bo'yicha gastronomik qo'llanma. Nimani qayerda tatib ko'rish mumkin? // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2025. – 29 may. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2025/05/29/food-gid/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

16. Foto: Buxorodagi birinchi zamonaviy san'at biyennalesi // Gazeta.uz : axborot sayti. – 2025. – 10 sentabr. – URL: <https://www.gazeta.uz/oz/2025/09/10/bukhara-biennale/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

17. Buxoroda XXI an'anaviy xalqaro "Ipak va ziravorlar" festivali bo'lib o'tdi // Aniq.uz : axborot sayti. – 2025. – 9 iyun. – URL: <https://aniq.uz/uz/yangiliklar/buxoroda-xxi-ananaviy-xalqaro-ipak-va-ziravorlar-festivali-bulib-utdi-fotogalereya> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

18. Umumiy ovqatlanish korxonalari savdo hajmi // Buxoro viloyati statistika boshqarmasi : rasmiy veb-sayt. – 2025. – 20 iyun. – URL: <https://buxstat.uz/uz/matbuot-markazi/buxoro-yangiliklar/13013-umumiy-ovqatlanish-korxonalari-savdo-hajmi> (murojaat sanasi: 27.08.2026).



19. Sofi Oshi geografik ko'rsatkich sifatida ro'yxatdan o'tkazildi // Spot.uz : biznes va IT yangiliklari. – 2025. – 24 dekabr. – URL: <https://www.spot.uz/oz/2025/12/24/sofi-oshi/> (murojaat sanasi: 27.08.2026).

20. “Gurvak” qovuni geografik ko'rsatkichlari ro'yxatdan o'tkaziladigan birinchi mahsulotga aylanishi mumkin // Yuz.uz : axborot sayti. – 2022. – 7 aprel. – URL: <https://yuz.uz/uz/news/gurvak-qovuni-geografik-korsatkichlari-royxatdan-otkaziladigan-birinchi-mahsulotga-aylanishi-mumkin> (murojaat sanasi: 27.08.2026).