QORAQALPOG'ISTONDA GASTROTURIZM: MAZALI TAOM BOR, LEKIN "YO'L" HALI OCHILMAGAN

Bisenbaeva Nazira

Annotatsiya. Maqolada Qoraqalpog'iston Respublikasida gastroturizmni rivojlantirishga to'sqinlik qilayotgan asosiy muammolar tahlil qilinadi. Mintaqaning boy oshpazlik an'analari tayyor turistik mahsulotga aylanmagani, infratuzilma va malakali kadrlar yetishmasligi, Orol muammosi tufayli mahalliy xomashyo bazasining zaiflashgani hamda gastronomik brend shakllanmagani aniqlangan. Muammolarni hal etish bo'yicha amaliy takliflar berilgan.

Kalit so'zlar: gastroturizm, Qoraqalpog'iston, turistik mahsulot, mahalliy oshxona, turizm infratuzilmasi, Orol muammosi, gastronomik brend.

Annotation. The article analyzes the main problems hindering the development of gastronomic tourism in the Republic of Karakalpakstan. It shows that the region's rich culinary traditions have not yet become ready-to-sell tourism products, and that infrastructure, qualified personnel, and a regional gastronomic brand are lacking, while the Aral Sea crisis has weakened the local raw-material base. Practical recommendations are proposed.

Keywords: gastronomic tourism, Karakalpakstan, tourism product, local cuisine, tourism infrastructure, Aral Sea crisis, gastronomic branding.

Gastroturizm (oshpazlik turizmi) shunday sayohatki, unda odam asosan o'sha joyning taomini tatib ko'rish, tayyorlanishini ko'rish va oziq-ovqat madaniyatini tanish uchun boradi. Oddiy ovqatlanishda taom sayohatning ehtiyoji bo'ladi. Gastroturizmda esa taom sayohatning sababiga aylanadi (Long, 1998; Hall & Sharples, 2003). Masalan: Toshkentdan Samarqandga "palov yeyish uchun" borgan odam gastroturist. Yo'l-yo'lakay tushlik qilgan haydovchi esa gastroturist emas.

Qoraqalpog'iston bu yo'nalish uchun boy zaminga ega: Nukusdagi Savitskiy nomidagi san'at muzeyi, Ayoz-Qal'a va To'proq-Qal'a kabi qadimiy qal'alar, Mo'ynoqdagi kemalar qabristoni, Ustyurt platosi, ko'chmanchi chorvadorlar va

Amudaryo bo'yi dehqonlarining o'ziga xos oshxonasi. Shunga qaramay, mintaqada gastroturizm hali tizim bo'lib shakllanmagan, ya'ni alohida tashabbuslar bor, lekin ularni bog'lovchi yagona zanjir yo'q. Ushbu maqolada shu zanjirning qaysi halqalari yetishmayotganini ko'rib chiqamiz.

Turistik mahsulot sayyohga sotish mumkin bo'lgan tayyor to'plam: nima ko'rsatiladi, qayerda, qachon, qancha turadi, kim tashkil qiladi. Un va go'sht borligi tayyor taom borligini bildirmaganidek, an'anaviy taomlar borligi ham gastronomik mahsulot borligini bildirmaydi.

Qoraqalpoq oshxonasida beshbarmoq, qurt (quritilgan sho'r qatiq to'pchalari), boyirsoq, qatlama, sho'rva kabi taomlar keng tarqalgan. Ammo ular ko'proq oilaviy marosim va to'ylarda tayyorlanadi. Sayyoh uchun "kelib, ko'rib, o'zi qatnashib, sotib olib ketadigan" format kam. Masalan: Buxoroga borgan sayyoh oshpazlik master-klassiga yozilishi va "ertalab bozor, tushda tayyorlash, kechda birga ovqatlanish" dasturini oldindan band qilishi mumkin. Nukusga kelgan sayyoh esa muzeyni ko'rgach, "mahalliy oilada qurt va sho'rva tayyorlash darsi"ni internetdan topa olmasligi ehtimoli katta. Resurs bor, lekin sotiladigan tayyor tur yo'q.

Infratuzilma turizmning "qon tomirlari"dir: yo'l, aeroport, mehmonxona, suv, kanalizatsiya, aloqa, sifatli hojatxona. Qoraqalpog'iston O'zbekistonning mashhur turistik uchburchagi (Toshkent–Samarqand–Buxoro) dan uzoqda. Mintaqa ichida ham qal'alar, Mo'ynoq va Ustyurt orasida masofalar katta.

Gastroturizmda bu masala muhimroq, chunki taom tajribasi butun sayohat taassurotining bir qismi. Yo'lda charchagan yoki xizmatdan norozi sayyoh eng mazali taomdan ham quvonmaydi (Kivela & Crotts, 2006). Masalan: Sayyoh Mo'ynoqda dengiz o'rnidagi qumni ko'rgach, shu yerning o'zida toza va xavfsiz joyda tushlik qilmoqchi. Bunday joy bo'lmasa, tajriba noqulaylik bilan tugaydi va taassurot yo'qoladi.

Orol dengizining qurishi mintaqaning suv, tuproq va iqlim sharoitiga jiddiy ta'sir qildi (Micklin, 1988; 2007). Bir paytlar baliqchilik bilan mashhur bo'lgan

joylarda baliq ovlash va u bilan bog'liq taomlar madaniyati susaydi. Suv tanqisligi va tuproq sho'rlanishi ba'zi hududlarda dehqonchilikni ham qiyinlashtiradi.

Buning gastroturizmga ta'siri bevosita. Sayyoh mahalliy mahsulotni kutadi. Agar restoran xomashyoni boshqa viloyatdan olib kelsa, "mahalliylik" (autentiklik) bo'shab qoladi (Sims, 2009). Ikkinchi tomondan, pul hududda qolmay tashqariga chiqib ketadi. Buni tadqiqotchilar sizib chiqish (leakage) deb ataydi (Telfer & Wall, 1996; Torres, 2003).Masalan: "Qoraqalpoq baliq taomlari" menyusi ochilsa-yu, baliq boshqa hududdan tashib keltirilsa, sayyoh buni tez sezadi. Mahalliy baliqchi, chorvador va dehqondan xarid qilinsa, sayyoh puli shu hududning oilalariga tegadi.

Gastroturizm faqat oshpaz emas, gid, hikoyachi, ustaxona yetakchisi, mehmon uyi egasi, xavfsizlik bo'yicha mutaxassis va tarjimonni ham talab qiladi. An'anaviy taomni juda yaxshi tayyorlaydigan onalar ko'p, ammo ular xorijiy sayyoh bilan muloqot, narx belgilash, gigiyena standartlari va bron qilish tizimi bo'yicha o'qitilmagan bo'lishi mumkin. Masalan: Xiva va Buxorodagi oilaviy mehmon uylari nonushta, non yopish va choy marosimi bilan sayyohni o'ziga tortadi, chunki oilalar "mehmon kutish"ni xizmat sifatida rasmiylashtirgan. Qoraqalpog'istonda shunga o'xshash tayyorgarlik modeli kerak.

Brend mahsulot nomi emas, odam xotirasida qoladigan yaxlit obrazdir. Hozir Qoraqalpog'iston sayyoh xayolida ko'proq Orol fojiasi va Savitskiy kolleksiyasi bilan bog'lanadi. Taom bu obrazning bir qismiga aylanmagan. Hududiy oshxona kuchli brendga aylanishi uchun uning hikoyasi, "imzo taomi" va tanilgan joyi bo'lishi kerak (Everett & Aitchison, 2008). Masalan: Samarqand deganda non va plov, Farg'ona deganda qovurma va lag'mon xayolga keladi. Qoraqalpog'iston uchun "bir so'zda esga tushadigan" gastronomik obraz hali shakllanmagan.

O'zbekistonda "Turizm to'g'risida"gi Qonunning yangi tahriri (2019) va turizmni qo'llab-quvvatlashga oid qator hukumat hujjatlari mavjud. Ammo ular umumiy turizmga qaratilgan, gastroturizm uchun alohida standart, marshrut sertifikati yoki reja kam. Bundan tashqari, bir loyihada turizm, qishloq xo'jaligi, sanitariya-epidemiologiya va mahalliy hokimiyat qatnashishi kerak, ular o'rtasida

kelishuvni ta'minlash oson emas. Masalan: Qishloqdagi oila uyida sayyohlarga taom tayyorlab bermoqchi bo'lsa, qanday ruxsatnoma kerakligi, qaysi sanitariya talabi qo'llanishi va soliq qanday hisoblanishi ko'pincha aniq emas. Noaniqlik odamni boshlashdan to'xtatadi.

Muammolarni qadamma-qadam hal qilish mumkin:

Gastronomik xarita tuzish. Har bir tumanning taomlari, ustalari, mavsumiy mahsulotlari va ularni xarid qilish joylarini ro'yxatga olish.

Kichik pilot marshrut. Masalan, "Nukus – Mo'ynoq – Ustyurt" yo'nalishida 2–3 kunlik taom va madaniyat turini sinovdan o'tkazish.

Oilaviy xizmatni qo'llab-quvvatlash. Qisqa o'quv kurslari, gigiyena sertifikatlari, kichik grantlar.

Mahalliy ta'minot zanjiri. Restoranlar va mehmon uylarini mahalliy dehqon, chorvador va baliqchi bilan shartnoma orqali bog'lash.

Brend yaratish. Bitta-ikkita "imzo taom" va hikoya tanlab, izchil targ'ib qilish.

Qoidalarni soddalashtirish. Kichik oilaviy gastronomik xizmat uchun tushunarli, qisqa ro'yxatdan o'tish tartibi.

Umumiy tamoyil shu: katta va qimmat loyihadan ko'ra, bitta ishlaydigan marshrut va bitta ishonchli oila-xizmat qadrliroq. Ular ishlaganda, qolganlari ham ergashadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Everett, S., & Aitchison, C. (2008). The role of food tourism in sustaining regional identity: A case study of Cornwall, South West England. Journal of Sustainable Tourism, 16(2), 150–167.
2. Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall et al. (Eds.), Food Tourism Around the World (pp. 1–24). Butterworth-Heinemann.

3. Kivela, J., & Crotts, J. C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. Journal of Hospitality & Tourism Research, 30(3), 354–377.
4. Long, L. M. (1998). Culinary tourism: A folkloristic perspective on eating and otherness. Southern Folklore, 55(3), 181–204.
5. Micklin, P. (1988). Desiccation of the Aral Sea: A water management disaster in the Soviet Union. Science, 241(4870), 1170–1176.
6. Micklin, P. (2007). The Aral Sea disaster. Annual Review of Earth and Planetary Sciences, 35, 47–72.
7. Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. Journal of Sustainable Tourism, 17(3), 321–336.
8. Telfer, D. J., & Wall, G. (1996). Linkages between tourism and food production. Annals of Tourism Research, 23(3), 635–653.
9. Torres, R. (2003). Linkages between tourism and agriculture in Mexico. Annals of Tourism Research, 30(3), 546–566.
10. UNWTO. (2012). Global Report on Food Tourism (AM Reports, Vol. 4). World Tourism Organization.
11. UNWTO. (2017). Second Global Report on Gastronomy Tourism (AM Reports, Vol. 16). World Tourism Organization.
12. O'zbekiston Respublikasi (2019). "Turizm to'g'risida"gi Qonun (yangi tahrir). lex.uz