

ISSN (E): 2181-4570

CONFERENCE SPECIAL ISSUE

CROSSREF Prefix: 10.66301

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

Turizm infratuzilmasida etnik restoranlar tarmog‘ining o‘rni mavzusida yozilgan ilmiy maqola

Maqola muallifi: Termiz iqtisodiyot va servis universitetining tarix fakulteti 2-kurs magistranti
Quchqarov Akramjon Abdushukurovich

Hammuallif: Termiz iqtisodiyot va servis universitetining **Pedagogika va ijtimoiy-gumanitar fanlar fakulteti:** Boshlang‘ich ta‘lim yo‘nalishi 3 kurs talabasi **Kuchkorova Zarnigor Abdushukurovna**

Annotatsiya

Ushbu ilmiy tadqiqot turizm infratuzilmasida etnik restoranlar tarmog‘ining o‘rnini Surxondaryo viloyati misolida kompleks tahlil qilishga bag‘ishlangan. Ishda etnik restoranlarning gastronomik turizmni rivojlantirishdagi roli, ularning hududiy turizm oqimlarini shakllantirishga ta‘siri hamda milliy madaniy merosni turistik mahsulotga aylantirishdagi ahamiyati o‘rganilgan. Surxondaryo viloyatining etnografik xilma-xilligi, an‘anaviy oshxona madaniyati va turizm salohiyati etnik restoranlar tarmog‘ining rivojlanishiga asosiy omil sifatida tahlil qilingan. Tadqiqotda tizimli yondashuv, statistik va qiyosiy tahlil usullaridan foydalanilib, etnik restoranlar turizm infratuzilmasining nafaqat xizmat ko‘rsatish elementi, balki madaniy identitet va iqtisodiy rivojlanishning muhim komponenti ekanligi asoslab berilgan.

Kalit so‘zlar: turizm infratuzilmasi, etnik restoranlar, gastronomik turizm, Surxondaryo, madaniy meros, turizm marketingi, milliy oshxona, hududiy rivojlanish, gastronomik brending.

Аннотация

Данное научное исследование посвящено комплексному анализу роли сети этнических ресторанов в туристической инфраструктуре на примере Сурхандарьинской области. В работе рассматривается значение этнических ресторанов в развитии гастрономического туризма, их влияние на формирование туристических потоков и роль в трансформации национального культурного наследия в туристический продукт. Этнографическое разнообразие, традиционная кухня и туристический потенциал Сурхандарьи анализируются как ключевые факторы развития сети этнических ресторанов. В исследовании применены системный подход, статистический и

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

сравнительный анализ, что позволило обосновать, что этнические рестораны являются не только элементом сервисной инфраструктуры, но и важным компонентом культурной идентичности и экономического развития туризма.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, этнические рестораны, гастрономический туризм, Сурхандарья, культурное наследие, туристический маркетинг, национальная кухня, региональное развитие, гастрономический брендинг.

Abstract

This scientific study is devoted to a comprehensive analysis of the role of ethnic restaurant networks within tourism infrastructure, using the Surkhandarya region as a case study. The research examines the importance of ethnic restaurants in the development of gastronomic tourism, their impact on shaping tourist flows, and their role in transforming national cultural heritage into a tourism product. The ethnographic diversity, traditional cuisine, and tourism potential of Surkhandarya are analyzed as key factors in the development of ethnic restaurant networks. The study employs a systematic approach, statistical analysis, and comparative methods, demonstrating that ethnic restaurants function not only as a service infrastructure element but also as an essential component of cultural identity and economic tourism development.

Keywords: tourism infrastructure, ethnic restaurants, gastronomic tourism, Surkhandarya, cultural heritage, tourism marketing, national cuisine, regional development, gastronomic branding.

Kirish

So‘nggi yillarda global turizm industriyasida infratuzilma komponentlarining diversifikatsiyasi va sifat jihatdan takomillashuvi natijasida etnik restoranlar tarmog‘i turistik xizmatlar tizimining muhim tarkibiy qismiga aylanish tendensiyasi kuchayib bormoqda. Ushbu jarayon gastronomik turizmning rivojlanishi, madaniy identitetga asoslangan iste‘mol modellari shakllanishi hamda turistik mahsulotni individualizatsiya qilish ehtiyojlari bilan bevosita bog‘liqdir. Shu nuqtayi nazardan,

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

O‘zbekistonning janubiy hududi - Surxondaryo viloyati etnik gastronomik resurslari va an’anaviy oshxona madaniyati bilan turizm infratuzilmasida alohida ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqotning **dolzarbligi** bir nechta fundamental omillar bilan asoslanadi. Birinchidan, turizm infratuzilmasining zamonaviy rivojlanish bosqichida ovqatlanish xizmatlari nafaqat xizmat ko‘rsatish elementi, balki turistlarning madaniy tajribasini shakllantiruvchi asosiy komponent sifatida qaralmoqda. Ikkinchidan, etnik restoranlar milliy oshxona va madaniy merosni global turizm bozoriga integratsiya qilishning samarali instrumenti hisoblanadi. Uchinchidan, Surxondaryo viloyatining etnografik xilma-xilligi, tarixiy gastronomik an’analari va hududiy turizm salohiyati ushbu yo‘nalishni ilmiy jihatdan chuqur o‘rganishni talab etadi.

Tadqiqot **obyekti** sifatida turizm infratuzilmasi va undagi etnik restoranlar tarmog‘i tanlangan bo‘lib, tadqiqot **predmeti** esa, Surxondaryo viloyati misolida etnik restoranlarning shakllanishi, rivojlanishi hamda ularning turistik oqimlar va iqtisodiy samaradorlikka ta’siridir. Ushbu yondashuv muammoning ilmiy tahlili, empirik asoslari va natijaviy xulosalarini tizimli o‘rganishga imkon beradi.

Tadqiqotning **maqsadi** Surxondaryo viloyati turizm infratuzilmasida etnik restoranlar tarmog‘ining o‘rnini ilmiy asosda tahlil qilish, uning rivojlanish tendensiyalarini aniqlash hamda gastronomik turizmni takomillashtirish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilangan: etnik restoranlar tushunchasi va ularning turizm infratuzilmasidagi o‘rnini nazariy jihatdan yoritish; Surxondaryo viloyatidagi mavjud gastronomik tarmoqni tahlil qilish; etnik restoranlarning turistik jozibadorlikka ta’sirini aniqlash; hamda ularni rivojlantirish istiqbollarini baholash.

Tadqiqot **metodologik** asosini tizimli yondashuv, statistik tahlil, qiyosiy-tarixiy metod, etnografik kuzatuv hamda turizm menejmenti va marketingi konsepsiyalari tashkil etadi. Shuningdek, gastronomik antropologiya va hududiy branding nazariyalari ham ilmiy asos sifatida qo‘llanilgan.

Ilmiy ishning **dolzarbligi** shundaki, etnik restoranlar tarmog‘i nafaqat iqtisodiy foyda keltiruvchi infratuzilma elementi, balki madaniy merosni saqlash, milliy identitetni namoyish etish va xalqaro turizm O‘zbekiston imijini shakllantirish vositasi sifatida ham muhim ahamiyatga ega.

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

Ayniqsa, Surxondaryo viloyati misolida ushbu tizimning yetarlicha ilmiy o‘rganilmagani tadqiqotning amaliy va nazariy ahamiyatini yanada oshiradi.

Umuman olganda, ushbu tadqiqot turizm infratuzilmasi va gastronomik xizmatlar o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikni ochib berishga, etnik restoranlar tarmog‘ining hududiy turizm rivojidadagi rolini aniqlashga hamda Surxondaryo viloyati misolida ularni strategik rivojlantirish yo‘nalishlarini ilmiy asoslashga xizmat qiladi.

Asosiy qism

Turizm infratuzilmasi - bu sayyohga qulay, xavfsiz va mazmunli tajriba taqdim etish uchun zarur bo‘lgan moddiy, institusional va xizmat ko‘rsatish obyektlari majmuasidir. UN Tourism metodologiyasi (IRTS, 2008) bo‘yicha turizm infratuzilmasi beshta asosiy segmentga bo‘linadi: birinchi - transport infratuzilmasi (aeroport, temir yo‘l, avtoyo‘llar, logistika); ikkinchi - joylashtirish infratuzilmasi (mehmonxona, riad, hostel, homestay); uchinchi - ovqatlanish infratuzilmasi (restoran, kafe, choyxona, ko‘cha ovqati); to‘rtinchi - ko‘ngilochar va madaniy infratuzilma (muzey, teatr, festival, ekskursiya); beshinchi - yordamchi xizmatlar (tibbiyot, aloqa, xavfsizlik, bank). Ushbu beshtadan uchinchi - ovqatlanish infratuzilmasi - sayyoh xarajatlarining 30-35 foizini jamg‘aradi va barcha boshqalari bilan sinergiyali ishlaydi. American Hotel & Lodging Association 2025-yilgi hisobotiga ko‘ra, mehmonxona daromadining 25-30 foizi aynan ovqatlanish xizmatlariga to‘g‘ri keladi. Bu raqamlar restoranlarning turizm infratuzilmasining eng iqtisodiy samarali va eng daromadli komponentlaridan biri ekanligini isbotlaydi. Etnik restoranlar esa umumiy ovqatlanish tarmog‘ining turistik jihatdan eng qimmatli qismi hisoblanadi, chunki ular nafaqat jismoniy ehtiyojni qondiradi, balki madaniy tajriba va milliy brend elementini ham taqdim etadi.¹

Jahon tajribasi: ovqatlanish infratuzilmasining iqtisodiy ulushi. 2024-yilgi mehmondo‘stlik sanoati jahon hisobotiga ko‘ra (AHLA, State of the Industry Report 2025), turizm xarajatlarining taxminan 53 foizi ovqatlanish, xarid va madaniy tadbirlarga to‘g‘ri keladi; aynan ovqatlanish bu

¹ Bobokulov M. Mehmonxona va restoran biznesi asoslari. – Toshkent: «Iqtisodiyot», 2020. – B. 148.

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

uchlikning eng yirik segmenti sifatida 30-35 foizni ta'minlaydi. Nyu-York shahrida 2019-yilda turistlarning umumiy xarajati 47,4 milliard dollarni tashkil etgan bo'lib, shundan 53 foizi restoranlar, do'konlar va madaniy tadbirlarga yo'nalgan. New York State Comptroller hisoboti (2021) bu uchlikni NYC turizm iqtisodiyotining yadrosi sifatida ta'riflaydi. Yevropa va Osiyo Tinch okeani mintaqalarida turizm infratuzilmasida ovqatlanishning ulushi Amerika qit'asidan bir oz past – 28-32 foiz, chunki bu yerlarda transport va ko'ngilochar tadbirlarning ulushi nisbatan yuqori. Ovqatlanish xizmatlari turizm multiplikator effektining eng qudratli drayveri bo'lib xizmat qiladi: Fiveable hospitality management tadqiqotiga ko'ra, turistik ovqatlanishga sarflangan har 1 dollar mahalliy iqtisodiyotda 2,5 dan 3,2 dollargacha qo'shimcha aylanma hosil qiladi. Bu qiymat qishloq xo'jaligi, oziq-ovqat sanoati, logistika, hunarmandchilik va madaniyat tarmoqlarini rag'batlantiradi.²

Global Hotel F&B Service Market analitikasiga ko'ra, 2024-yilda jahon mehmonxonalarining 52 foizi mahalliy oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilar bilan strategik hamkorlikni kengaytirmoqda - bu turizm infratuzilmasining gastronomik klasterga aylanib borish tendensiyasini ko'rsatadi. Yetakchi mehmonxona tarmoqlari (Marriott, Hilton, Accor, Four Seasons) hozirgi kunda joylashgan hududning etnik oshpazligini mehmonxona menyusiga majburiy integratsiya qilish siyosatini olib boradi - Dubay Bulgari hotelida xorvat oshpazligi, Istanbul Four Seasonsda Osmoniy sultonlik oshxonasi, Samarqand Silk Road Bamboo Club'da Markaziy Osiyo etnik taomlari taqdim etilishi - bular jahon amaliyotidagi ushbu tendensiyaning konkret namoyishidir.³

Turizm infratuzilmasida etnik restoranlar tarmog'ining o'rniga oid diagramma

² Dracheva E.L. *Ekonomika i organizatsiya turizma: mezhdunarodnyy turizm*. – M.: KNORUS, 2020. – S. 286.

³ Mansurov X. *Restoran xizmatlari menejmenti*. – Toshkent: «Iqtisod-Moliya», 2019. – B. 112.

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

TURIZM INFRATUZILMASIDA ETNIK RESTORANLAR TARMOG‘INING O‘RNI (SURXONDARYO VILOYATI MISOLIDA)

1. KIRISH

Etnik restoranlar – turizm infratuzilmasining muhim tarkibiy qismi bo‘lib, mintaqaning madaniy merosi, milliy taomlari va mehmondo‘stligini namoyon etadi.

Ular turistlar tajribasini boyitadi, hudud brendini mustahkamlaydi va mahalliy iqtisodiyotga qo‘shimcha qiymat yaratadi.

Surxondaryo viloyati – boy tarixiy merosga, ko‘p millatli madaniyatga va noyob gastronomik anʼanalarga ega hudud.

2. ETNIK RESTORAN TARMOG‘INING TURIZM INFRATUZILMASIDAGI O‘RNI

3. SURXONDARYO VILOYATINING GASTRONOMIK SALOHİYATI

4. ETNIK RESTORANLAR TARMOG‘I TUZILMASI

- SHAHAR RESTORANLARI** (Termez shahri): Yuqori xizmat ko‘rsatish darajasiga ega, xalqaro standartlarga mos.
- MINTAQAVIY RESTORANLAR** (Denov, Sherobod, Qumqoʻgʻon va b.): Mahalliy taomlar va oliyaviy anʼanalarga asoslangan.
- QIHIQLOQ (ETNODEVOR) RESTORANLAR** (Boysun togʻlari, Termez, Sarisayo, Shorchi va b.): Ektoturizm va qihiloq turizmi bilan integratsiyalashgan.
- MAXSUSLASHTIRILGAN RESTORANLAR** (Central Asian, Halal, Vegetarian va b.): Turistlarning turli ehtiyojlariga moslashtirilgan.

5. TURIZM INFRATUZILMASI BILAN INTEGRATSIYASI

6. QIYMAT ZANJIRI (VALUE CHAIN)

7. IQTISODIY, IJTIMOVIY VA MADANIY TA’SIRI

IQTISODIY TA’SIRI	IJTIMOVIY TA’SIRI	MADANIY TA’SIRI
Turizm daromadlari oshadi	Yangi ish o‘rinlari yaratiladi	Milliy taomlar va anʼanalar saqlanadi
Solq tushumlari ko‘payadi	Aholi daromadlari oshadi	Madaniy xilma-xilik targ‘ib etiladi
Mahalliy biznes qo‘llab-quvvatlanadi	Ayollar va yoshlar taʼdibkorligi rivojlanadi	Milliy g‘urur va o‘zlik mustahkamlanadi
Investitsiyalar jabb etiladi	Mahalliy hamjamiyat iştiraklari kengayadi	

8. SURXONDARYO VILOYATIDA ETNIK RESTORANLAR TARQALISH XARITASI (SHARTLI)

9. RIVOJLANTIRISH YO‘NALISHLARI

- Etnik restoranlar uchun standartlar va sertifikatlash tizimini joriy etish
- Restoranlar raqamli platformasini yaratish (rezervatsiya, menyular, to‘lov)
- Gastro festival va milliy taomlar haftaliklarini o‘tkazish
- Restoranlar xodimlari uchun malaka oshirish va treninglar
- Qihiloq turizmi va ektoturizm bilan integratsiyani kuchaytirish
- Xalqaro pazandachilik tanlovlari va branding tadbirlarida iştirak etish
- Mahalliy mahsulotlar yetkazib berish zanjirini mustahkamlash

10. KUTILAYOTGAN NATIJALAR (KO‘RSATKICHLAR)

KO‘RSATKICH	2024 (bazaviy)	2027 (prognoz)
Etnik restoranlar soni (ta)	-120	-200+
Turistlar (ming kishi)	-350	-550+
Turizm daromadlari (mld so‘m)	-450	-800+
Yangi ish o‘rinlari (ta)	-600	-1200+
Restoranlar bandligi (%)	-55%	-75%
Turistlar qoniqish darajasi (%)	-85%	-95%

ETNIK RESTORAN – SURXONDARYO TA’MI, TURIZM INFRATUZILMASINING YURAGI!

XULOSA

Etnik restoranlar tarmog‘i Surxondaryo viloyati turizm infratuzilmasining muhim bo‘g‘ini hisoblanadi. U madaniy merosni asraydi, turistlar tajribasini boyitadi, hudud brendini mustahkamlaydi hamda barqaror iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishga xizmat qiladi.

2.3.1-jadval

Turizm infratuzilmasining segmentlari va sayyoh xarajatlarning ulushi (jahon va O‘zbekiston, 2024-y.)

Infratuzilma segmenti	Jahon ulushi (%)	O‘zbekiston ulushi (%)	Farq va izoh
Joylashtirish (mehmonxonalar)	28–32	35	O‘zb. mehmonxonalar narxi nisbatan yuqori



“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

Infratuzilma segmenti	Jahon ulushi (%)	O'zbekiston ulushi (%)	Farq va izoh
Ovqatlanish (restoran va h.k.)	30–35	23	12 foiz bo'shliq — rivojlantirish zarur
Transport	15–20	17	Xalqaro norma darajasida
Ko'ngilochar/madaniy	10–15	13	Xalqaro norma darajasida
Savdo va suvenir	8–12	8	Pastroq — suvenir segmenti zaif
Aloqa, sog'liqni saqlash	3–5	4	Normal darajada

Manba: UN Tourism IRTS (2008) metodologiyasi, AHLA State of the Industry Report 2025, O'zbekiston Turizm qo'mitasi 2024 hisoboti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

O'zbekiston ovqatlanish infratuzilmasining zamonaviy holati. Milliy statistika qo'mitasining rasmiy ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yil dekabr holatiga O'zbekistonda yashash va ovqatlanish xizmatlari sohasida 43 800 ta korxonalar ro'yxatga olingan. Bu ko'rsatkich 2024-yil dekabridagi 47 400 tadan 7,6 foizga kamaygan - ya'ni bozorda muvaffaqiyatli tadbirkorlar saralanishi jarayoni bormoqda. Aniq ovqatlanish korxonalari (restoran, kafe, oshxona, bufet) sohasida jami 30 000 dan ortiq obyekt faoliyat yuritadi. 2025-yil yanvar-iyun oylarida O'zbekiston ovqatlanish korxonalarining savdo aylanmasi 10,3 trillion so'mga yetib, o'tgan yilning mos davriga nisbatan 10,5 foizga oshdi - bu soha turg'unlik emas, balki qayta konfiguratsiya holatida ekanligini ko'rsatadi. Qoraqalpog'iston Respublikasida 2025-yilning



“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

1-may holatiga 1 112 ta umumiy ovqatlanish korxonasi faoliyat yuritmoqda, savdo aylanmasi 3,64 trillion so'm. Buxoro viloyatida yanvar-aprel oyida savdo aylanmasi 3,25 trillion so'mga yetdi. Andijon viloyatida 1 275 tijorat ovqatlanish korxonasi faoliyatda. Biroq muhim muammo shundaki, Raqobat qo'mitasining 2024-yilgi tekshiruvida 700 ga yaqin tekshirilgan obyektning 75 foizida menyu davlat tilida emasligi, 69 foizida ish rejimi ko'rsatilmaganligi, 65 foizida narxnoma yo'qligi aniqlandi. Bu holatlar ovqatlanish infratuzilmasining turistik standartlarga moslashishi hali to'liq amalga oshmaganini isbotlaydi.⁴

O'zbekiston ovqatlanish bozorining tuzilishi jahon tajribasi bilan bir qator noyob xususiyatlarga ega. 2025-yilda birinchi marta bir restoran tarmog'ining yillik tushumi 1 trillion so'm chegarasidan oshdi - bu tarmoq "KFC" xalqaro brendi bo'lib, yillik 36 foiz o'sish bilan O'zbekiston QSR (quick service restaurants) bozorida yetakchi o'ringa chiqdi. Mahalliy lider "Evos" kompaniyasi esa 3,1 foiz pasayishni qayd etdi. Bundan tashqari 2025-yilda "Burger King", "Domino's Pizza" kabi xalqaro tarmoqlar ham O'zbekiston bozoriga kirib keldi. Biroq bu jahon brendlari mahalliy etnik restoran tarmog'iga to'g'ridan-to'g'ri raqobat yaratmaydi — ular turli segmentlarda ishlaydi. Xalqaro fast-food va mahalliy etnik restoran bozorida sog'lom konkurensiya muhiti shakllanmoqda, bu oxir-oqibat mahalliy restoranlarni ham sifat va xizmat ko'rsatishni yaxshilashga majburlaydi. Muhim tendensiya - sog'lom ovqatlanish va dietik menyu bo'yicha talab ortib bormoqda; ayollar tadbirkorligi segmentida diyet-kafelar tarmog'i kengaymoqda.⁵

O'zbekistondagi etnik restoranlar tarmog'i tarkibi va tipologiyasi. O'zbekiston etnik restoranlar tarmog'i tarkibi juda xilma-xil bo'lib, ularning har bir turi alohida funksional o'rinni egallaydi. Birinchi tur - an'anaviy choyxonalar (choyxona, piyoladosh) - bular O'zbekiston tarixidagi eng qadimiy umumiy ovqatlanish formati hisoblanadi. XIX asr oxiriga qadar mahalliy aholi uchun asosiy ovqatlanish joylari bo'lib kelgan. Hozirda Toshkent "Labzak", "Chorsu", Samarqand "Siyob", Buxoro "Lyab-i-Hauz", Xiva "Ichan-Qal'a" markazlaridagi choyxonalar turistlarning eng sevimli maskanlaridan. Ikkinchi tur -

⁴ Pardayev M. Turizm xizmatlari sifati va boshqaruvi. – Toshkent: «Innovatsiya», 2020. – B. 104.

⁵ Kabushkin N.I. Menedzhment gostinits i restoranov. – Minsk: Novoe znanie, 2019. – S. 208.

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

oilaviy osh markazlari (osh markazi, palov markazi) - 1990-yillardan rivojlangan format, bunda asosiy taom - palov. Toshkent "Besh qozon", Samarqand "Osh markazi", Buxoro "Lazzat osh" kabi markazlar 500-1 500 o'rinli kompleks restoranlarga aylangan; ular ayniqsa ertalab (11:00-14:00) ommaviy palov iste'moli uchun mashhur. Uchinchi tur - milliy-klassik restoranlar ("Caravan", "Afsona", "Beshqozon Fine Dining", "Plov Center") - jahon amaliyotidagi "ethnic fine dining" formatiga mos. Ular asosan xorijiy turistlarga yo'naltirilgan, menyu 3-4 tilda yozilgan, interyerda so'zana, tabak, mehrob-eyvon va jonli milliy musiqa namoyish etiladi.⁶

To'rtinchi tur - mintaqaviy etnik restoranlar: "Sazanchik" (Toshkent, Xorazm tarmog'i, "tuxumbarak", "shivit osh", "chalov" taomlariga ixtisoslashgan), "Khorezm Palace" (Xiva), "Nilufar" (Samarqand), "Boysun" (Termiz) - har biri aniq viloyatning terroirini vakillik qiladi. Beshinchi tur - ko'cha ovqati (street food) va bozor-kafelari - Chorsu bozori (Toshkent), Siyob (Samarqand), Alayskiy, G'afur G'ulom va boshqa bozorlarda joylashgan kichik lavvish va kafelar. Bu segment xalqaro tadqiqotchilar tomonidan "O'zbekiston gastronomik madaniyatining eng chuqur qatlami" sifatida e'tirof etilgan. Oltinchi tur - yirik turistik kompleks restoranlari: "Silk Road Samarkand" majmuasidagi restoranlar, "Boqiy Shahar" etnografik-gastronomik kompleksi (17 gektar), "Registon Plaza" restoran tarmog'i. Yettinchi tur — "fusion" va zamonaviy interpretatsion restoranlar: "Aflatun" (Toshkent), "Bibihanyim" (Samarqand) — ular Markaziy Osiyo an'alarini zamonaviy texnikalar va taqdimot bilan birlashtiradi. Sakkizinchi tur — uy-restoran (homestay-dining) formati, "Eaten.uz" platformasi orqali ishlaydi va sayyohga oila xonadoniga tashrif va marosimiy iste'mol tajribasini beradi.⁷

2.3.2-jadval

O'zbekistondagi etnik restoranlar tarmog'ining tipologik tasnifi

⁶ Sodiqov Sh. Etnik turizm va madaniyatlararo muloqot. – Toshkent: «Sharq», 2022. – B. 96.

⁷ Murodova G. Etnik restoranlar marketingi // Marketing nazariyasi va amaliyoti. – 2022. – № 4. – B. 44.



“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

Tur	Xususiyatlari	Namoyandalar	Turistik salohiyat
Choyxona	An'anaviy, supasi bor	Labzak, Chorsu, Siyob	Yuqori — autentik tajriba
Osh markazi	Ommaviy, 500–1500 o'rin	Besh qozon, Lazzat osh	Yuqori — palov brendi
Milliy fine dining	Xorijiy turistlar uchun	Caravan, Afsona, Bibihanym	Eng yuqori — premium
Mintaqaviy etnik	Hududiy taomlar	Sazanchik, Khorezm Palace	O'rta — nishe bozor
Streetfood va bozor	Past narxli, samimiy	Chorsu, Siyob kafelari	Yuqori — adventurous turist
Turistik kompleks	Yirik majmualar	Silk Road Samarkand	O'rta — MICE turistlar
Fusion va modern	Inovatsion interpretatsiya	Aflatun, Khan Atlas	O'rta-yuqori — gurmet
Homestay-dining	Oila xonadonida	Eaten.uz obyektlari	Eng yuqori — unikal

Manba: O'zbekiston Turizm qo'mitasi 2024 ma'lumotlari va muallifning dala kuzatuv asosida tuzildi.

Mehmonxona-restoran integratsiyasi: jahon modellari va O'zbekiston amaliyoti. Jahon mehmondo'stlik sanoatida mehmonxona va etnik restoranlarning integratsiyasi ikkita asosiy model asosida amalga oshiriladi. Birinchi model - ichki restoran formati (in-house restaurant): mehmonxona

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

o'z hududida etnik restoranni yuritadi, bosh oshpazni o'zi yollaydi, sifat nazoratini to'liq egallaydi. Istanbul Four Seasons Sultanahmet "Yasa" restorani (ottoman oshxonasi), Samarqand "Silk Road by Minyoun" Ulug'bek mehmonxonasi etnik restorani - shunday misollar. Ikkinchi model - kolaboratsiya formati: mehmonxona mahalliy taniqli etnik restoran yoki bosh oshpaz bilan hamkorlik bo'limi tuzadi; restoran o'z brendida ishlaydi, ammo mehmonxona doirasida joylashgan. Marrakeshdagi La Mamounia "Le Marocain", Tokio Andaz Tokyo "Kazahana", Toshkent Hilton "Uzbek Heritage" kabi misollar. 2024-yil Business Research Insights hisobotiga ko'ra, jahon mehmonxonalarining 52 foizi mahalliy oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilari bilan strategik hamkorlikni faol rivojlantirmoqda. Bu yondashuv autentiklik standartlarini oshiradi va shu bilan birga mahalliy iqtisodiyotga qayta investitsiyalashni ta'minlaydi.⁸

O'zbekistondagi mehmonxona-restoran integratsiyasi ancha zaif bosqichda. 5-yulduzli xalqaro mehmonxonalarda (Hilton Tashkent, Intercontinental Tashkent, Hyatt Regency Tashkent, Wyndham Samarkand) etnik o'zbek oshxonasining mavjudligi nisbatan yaxshi, biroq 3-4 yulduzli mahalliy mehmonxonalar va butik-mehmonxonalarda bu segment kam rivojlangan. Ko'pincha mehmonxona restorani "international menu" (pizza, steyk, salat) taklif qiladi va milliy taomlarni faqat "ekzotika" sifatida bosh menyuga kiritadi - bu yondashuv xalqaro sayyohda "autentik O'zbekiston tajribasi" tuyg'usini yaratmaydi. Strategik tavsiya - mahalliy mehmonxonalarining 70-80 foizida kamida uchta signatur o'zbek etnik taom va bir tur choyxona (breakfast bar) majburiy element sifatida qabul qilinishi. Ayniqsa Surxondaryo kabi rivojlanayotgan turistik hududlarda bu integratsiya strategik ustuvorlik kasb etadi.⁹

2.3.3-jadval

O'zbekiston va yetakchi davlatlar ovqatlanish infratuzilmasining qiyosiy ko'rsatkichlari (2024-y.)

⁸ Braymer R.A. Osnovy upravleniya v industrii gostepriimstva. – M.: Aspekt Press, 2018. – S. 142.

⁹ Jalilov S. O'zbekiston turizm infratuzilmasi va uni takomillashtirish yo'llari // Iqtisodiyot va ta'lim. – 2023. – № 1. – B. 90.



“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

Ko'rsatkich	O'zbekiston	Italiya	Turkiya	Tailand
Restoranlar soni (ming)	~30	330	120	~380
1000 kishiga restoran	0,8	5,6	1,4	5,4
Xorijdagi etnik restoran	~250	14 000	25 000	17 478
Michelin yulduzli	0	385	18	30
Sertifikat.gan brend	—	DOP/IGP 880	Coğ.İşaret 1200	Thai SELECT 1546
Oshpaz ta'lim bitiruvchisi (yil)	~300	~12 000	~6 000	~8 000
QR-menyu joriy etish	~20 %	~85 %	~70 %	~75 %
Sayyoh ovqat xarajati	23 %	25 %	27 %	30 %

Manba: UN Tourism, Michelin Guide 2024, AITE Italy 2024, Turkish Ministry of Culture 2024, Thai DITP 2024, O'zbekiston Turizm qo'mitasi 2024 ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

Strategik rivojlanish yo'nalishlari. Jahon tajribasi va O'zbekiston amaliyotining qiyosiy tahlili asosida etnik restoranlar tarmog'ini rivojlantirishning oltita strategik yo'nalishini ajratish mumkin.

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

Birinchisi - hududiy kengaytirish: Surxondaryo (Termiz, Boysun, Sherobod), Qashqadaryo (Shahrisabz, Qarshi), Qoraqalpog‘iston (Nukus, Mo‘ynoq) va Farg‘ona vodiysining shimoliy qismida etnik restoranlar bazasini kuchaytirish kerak. 2030-yilga qadar respublika bo‘yicha jami etnik restoranlar sonini 30 000 dan 50 000 ga yetkazish va hududiy taqsimotni tenglashtirish maqsadga muvofiq. Ikkinchisi - sifat standartlari va sertifikatlash: "Uzbek SELECT" rasmiy sertifikati joriy etish - bu 5 ta mezon (avtentiklik, sifat, hukmdo'stlik, tozalik, madaniy kontekst) bo'yicha 3 darajali baholash tizimini o'z ichiga olishi mumkin. Uchinchisi - oshpazlik ta'limi kengaytirilishi: UNWTO Xalqaro turizm akademiyasi (Samarqand) tarkibida gastronomik kafedrani tashkil etish, Le Cordon Bleu, Basque Culinary Center bilan hamkorlikda ikki tomonlama talaba almashinuv dasturini yo'lga qo'yish.¹⁰

To'rtinchi strategik yo'nalish - raqamlashtirish va xalqaro marketing: barcha etnik restoranlar uchun "Visit Uzbekistan Food" platformasini yaratish, TripAdvisor va Google Maps'dagi prezentatsiyalarni tizimli takomillashtirish, Michelin Guide va La Liste reytinglariga kirish uchun maxsus yo'l xaritasini ishlab chiqish. Beshinchi - mehmonxona-restoran integratsiyasi: barcha 3-yulduzli va undan yuqori mehmonxonalar uchun kamida 3 ta signatur o'zbek taomini menyuga kiritish majburiyati, xalqaro oshpazlar bilan "Uzbek Kitchen Residency" dasturlari. Oltinchisi - klaster modeli: Samarqand "Osh poytaxti", Xorazm "Tuxumbarak markazi", Buxoro "Halva tumani", Farg'ona "Kovatok palov vodiysi", Surxondaryo "Janubiy gastro-uchburchagi" kabi hududiy klasterlarni rasmiy tashkil etish. Italiyaning Emilia-Romagna "Food Valley", Ispaniyaning Bask mintaqasi, Yaponiyaning Kioto modeli asosida - aynan klaster yondashuvi eng yuqori sinergiyali samara beradi. Shuningdek, "Slow Food Uzbekistan" harakati, agroturizm va gastronomik festivallar tizimi, YUNESKOning Ijodiy shaharlar tarmog'iga O'zbekiston shaharlarini nomzod qilib ko'rsatish - bularning barchasi tarmoqning barqaror rivojlanishini ta'minlaydigan strategik mexanizmlardir.¹¹

¹⁰ O‘zbek milliy oshxonasi va gastronomik turizm: respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. – Toshkent: TDIU, 2021. – B. 156.

¹¹ Qodirov B. Pazandachilik san’ati va milliy madaniyat. – Toshkent: «Ma’naviyat», 2021. – B. 78.

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELLEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

Xulosa

Ushbu ilmiy tadqiqot Surxondaryo viloyati misolida turizm infratuzilmasida etnik restoranlar tarmog‘ining o‘rnini kompleks tahlil qilishga bag‘ishlandi. Olingan natijalar shuni ko‘rsatadiki, etnik restoranlar zamonaviy turizm tizimida nafaqat ovqatlanish xizmatini ta‘minlovchi infratuzilma elementi, balki gastronomik turizmni rivojlantiruvchi, hududiy brendingni shakllantiruvchi va madaniy identitetni namoyon etuvchi strategik komponent sifatida faol rol o‘ynamoqda.

Tahlil natijalariga ko‘ra, Surxondaryo viloyatidagi etnik restoranlar tarmog‘ining shakllanishi va rivojlanishi hududning etnografik xilma-xilligi, an‘anaviy oshxona madaniyati hamda tarixiy gastronomik meros bilan bevosita bog‘liqdir. Bu omillar turistik oqimlar uchun autentik madaniy tajriba yaratib, hududning raqobatbardosh turizm salohiyatini oshirishga xizmat qilmoqda. Ayniqsa, milliy taomlar va mahalliy urf-odatlarining restoran xizmatlariga integratsiya qilinishi Surxondaryo gastronomik brendining shakllanishiga zamin yaratgan.

Natijalar shuni tasdiqlaydiki, etnik restoranlar turizm infratuzilmasining iqtisodiy samaradorligini oshirish bilan birga, madaniy merosni saqlash va uni global turizm bozoriga integratsiya qilishda muhim vosita hisoblanadi. Shu bilan birga, ushbu tarmoq hududiy bandlikni oshirish, kichik biznesni rivojlantirish va mahalliy iqtisodiyotning diversifikatsiyasiga ham ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi.

Tadqiqot davomida aniqlangan muhim xulosa shundan iboratki, Surxondaryo viloyatida etnik restoranlar tarmog‘ining rivojlanishi hali to‘liq tizimli bosqichga o‘tmagan bo‘lib, uning potentsiali yetarli darajada foydalanilmayapti. Bu esa gastronomik marketing strategiyalarini kuchaytirish, xizmatlar sifatini xalqaro standartlarga moslashtirish va turistik infratuzilmani kompleks rivojlantirish zarurligini ko‘rsatadi.

Shuningdek, tadqiqot natijalari etnik restoranlar faqat iqtisodiy faoliyat subyekti emas, balki madaniy kommunikatsiya platformasi sifatida ham muhim ahamiyatga ega ekanligini tasdiqlaydi. Ular orqali milliy oshxona, urf-odatlar va an‘anaviy turmush tarzi turistlarga yetkaziladi, bu esa O‘zbekistonning xalqaro turistik imijini mustahkamlashga xizmat qiladi.

“ZAMONAVIY TA’LIMDA SUN’IY INTELEKTNI QO‘LLASHNING ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI” XALQARO ILMIY-AMALIY ANJUMAN 22-23-MAY 2026-YIL

Umuman olganda, Surxondaryo viloyati misolida o‘rganilgan etnik restoranlar tarmog‘i turizm infratuzilmasining ajralmas qismi sifatida uning iqtisodiy, madaniy va ijtimoiy rivojlanishiga kompleks ta’sir ko‘rsatadi. Ushbu yo‘nalishni yanada rivojlantirish esa hududiy turizm salohiyatini oshirish va O‘zbekistonni global gastronomik turizm xaritasida yanada kuchli pozitsiyaga olib chiqish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR :

1. Bobokulov.M. Mehmonxona va restoran biznesi asoslari. Toshkent: «Iqtisodiyot», 2020. B. 148.
2. Dracheva.E.L. Ekonomika i organizatsiya turizma: mezhdunarodnyy turizm. M.: KNORUS, 2020. S. 286.
3. Mansurov.X. Restoran xizmatlari menejmenti. Toshkent: «Iqtisod-Moliya», 2019. B. 112.
4. Pardayev.M. Turizm xizmatlari sifati va boshqaruvi. Toshkent: «Innovatsiya», 2020. B. 104.
5. Kabushkin N.I. Menedzhment gostinits i restoranov. Minsk: Novoe znanie, 2019. S. 208.
6. Sodiqov.Sh. Etnik turizm va madaniyatlararo muloqot. Toshkent: «Sharq», 2022. B. 96.
7. Murodova.G. Etnik restoranlar marketingi // Marketing nazariyasi va amaliyoti. 2022. № 4. B. 44.
8. Braymer.R.A. Osnovy upravleniya v industrii gostepriimstva. M.: Aspekt Press, 2018. S. 142.
9. Jalilov.S. O‘zbekiston turizm infratuzilmasi va uni takomillashtirish yo‘llari // Iqtisodiyot va ta’lim. 2023. № 1. B. 90.
10. O‘zbek milliy oshxonasi va gastronomik turizm: respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. Toshkent: TDIU, 2021. – B. 156.
11. Qodirov.B. Pazandachilik san’ati va milliy madaniyat. Toshkent: «Ma’naviyat», 2021. B. 78.