

O'ZBEK RESTORANLARINING XALQARO TARMOG'INI YARATISH YARATISH

Jumayev Shohjahon Shodmon O'g'li

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universteti Turizm Fakulteti Talabasi

Annotatsiya: *Ushbu tezisimizda O'zbek milliy taomlari bilan boyitilgan O'zbek milliy restoranlarining xalqaro tizimini yaratish va bu orqali milliy brendni shakllantirish bo'yicha o'z yondashuvimiz asosida ma'lumot beramiz.*

Kalit so'zlar: *O'zbek Milliy taomlari,Fransheza tizimi,Xalqaro restoranlar tarmog'i,Milliy brendni shakllantirish,Gastronomik turizm*

Abstract: *In this thesis, we provide information based on our own approach to creating an international system of Uzbek national restaurants enriched with Uzbek national dishes and thereby forming a national brand.*

Keywords: *Uzbek National Dishes, Franchise System, International Restaurant Network, Formation of a National Brand, Gastronomic Tourism.*

KIRISH(INTRODUCTION)

Globalizatsiya sharoitida milliy qadriyatlarni saqlab qolish va ularni dunyo miqyosida targ'ib etish har qachongidan ham dolzarb masalaga aylangan. Ayniqsa, xalqning madaniy merosi, urf-odatlar, taomlari orqali milliy brend yaratish va uni global bozorda tanitish bugungi kun talabidir. O'zbek milliy taomlari o'zining boy tarixi, betakror ta'mi va mehmondo'stlikka asoslangan falsafasi bilan jahonda katta e'tiborga loyiq. Shu nuqtai nazardan qaralganda, O'zbek restoranlarining xalqaro tarmog'ini yaratish nafaqat iqtisodiy foyda, balki milliy g'urur va madaniy diplomatiya vositasi sifatida ham ahamiyat kasb etadi.

Mazkur maqolada biz O'zbekistonning gastronomik boyligini dunyo miqyosida tanitish yo'llaridan biri sifatida fransheza asosidagi milliy restoranlar tarmog'ini shakllantirish, ularning samarali boshqaruv modeli va marketing strategiyalari, shuningdek, milliy brend yaratishdagi roli haqida tahliliy yondashuv asosida fikr yuritamiz. Shu orqali O'zbekistonning global gastronomik xaritada o'zni mustahkamlanishiga hissa qo'shish mumkin deb hisoblaymiz.²¹

ASOSIY QISM(The main part)

O'zbek milliy taomlari- O'zbek milliy taomlari asrlar davomida shakllangan boy an'anaviy madaniyatning ajralmas qismi bo'lib, nafaqat xalqimizning didi, balki tarixiy, diniy va ijtimoiy hayot tarzini ham aks ettiradi. Har bir viloyatning o'ziga xos taomlari mavjud bo'lib, bu xilma-xillik O'zbekiston gastronomiyasini o'ziga xos va jahon miqyosida raqobatbardosh qiladi. Masalan, osh, somsa, mastava, norin, chuchvara, shashlik kabi taomlar nafaqat ichki bozorda, balki xorijiy sayyohlar orasida ham mashhurlikka erishgan.

²¹UNESCO:<https://ich.unesco.org/en/RL/palov-culture-and-tradition-01472%20%0a>

Bu taomlarning asosiy afzalligi — tabiiy mahsulotlardan tayyorlanishi, mehmondo'stlikka asoslangan taqdimot madaniyati va har bir taom ortida yotgan falsafiy, tarixiy ma'no bilan boyitilganligidadir. O'zbek taomlarining zamonaviy gastronomik talablarga javob beradigan shaklda takomillashtirilishi esa ularning xalqaro miqyosga chiqishida muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

Bugungi kunda milliy oshxonamizni jahon bozoriga olib chiqish uchun uning nafaqat mazmuni, balki taqdim etish uslubi, xizmat ko'rsatish sifati va joylashuv strategiyasi ham dolzarb masala hisoblanadi. Shu ma'noda, O'zbek milliy restoranlarining xalqaro fransheza tarmog'ini yaratish orqali gastronomik turizmni rivojlantirish, mamlakat brendini shakllantirish va eksport salohiyatini kengaytirish mumkin.

Bugungi global bozor sharoitida milliy restoranlarning xorijiy davlatlarda muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun samarali biznes modeli zarur. Ana shunday model — bu fransheza tizimi. Fransheza — bu muayyan brend, taom menyusi, xizmat ko'rsatish standarti va boshqaruv tizimiga ega restoran faoliyatini boshqa shaxs yoki kompaniyaga litsenziya asosida o'tkazish tizimi. Bu model yordamida O'zbekistonda sinovdan o'tgan muvaffaqiyatli restoranlar xorijiy mamlakatlarda qisqa vaqt ichida ochilishi, bir xil sifat va taqdimot bilan ishlashi mumkin.

Masalan, Toshkentda muvaffaqiyatli faoliyat yuritayotgan biror milliy restoran tarmog'i — "Choyxona Samarkand" yoki "Osh Markazi" — o'zining tayyor biznes paketini (interyer dizayni, retseptlar, brend logotipi, trening dasturlari va boshqalar) Malayziya, Turkiya yoki Germaniyadagi sarmoyadorlarga taklif etishi mumkin. Sarmoyador esa o'sha franshezani sotib olib, mahalliy bozorda O'zbek milliy restoranini ochadi.

Eng asosiysi, bu tizimda:

Ishlab chiqilgan bir xil sifatli retseptlar asosida taom tayyorlanadi;

Brend identikasi (logotip, menyu dizayni, liboslar) saqlanadi;

Sifat nazorati va xizmat ko'rsatish standarti O'zbekistondan turib boshqariladi.

Bu model orqali nafaqat restoranlar soni ortadi, balki har bir filialda O'zbek madaniyati, oshxonasi va xizmat ko'rsatish madaniyati xorijliklarga bevosita tanishtiriladi. Eng muhimi – bu ishni boshlash katta mablag' talab qilmaydi. Yaxshi ishlab chiqilgan bitta restoran konsepti asosida fransheza orqali ko'plab davlatlarda tarqalish mumkin.

Restoranlar tarmog'i muvaffaqiyatining asosi – bu kuchli va yodda qoladigan brend. Brend orqali xaridor nafaqat taomni, balki madaniyat, urf-odat va mehmondo'stlikni "tatib ko'radi". Shuning uchun brend nomi, logotipi, ranglari va slogani o'zbeklikni anglatuvchi, ammo xalqaro bozorda tushunarli va jozibali bo'lishi kerak. Masalan, "Oshnoma", "Choyxona", yoki "Samarkand" kabi nomlar xalqaro mijozlar uchun qiziq va esda qoladigan bo'lishi mumkin.

Marketing strategiyasiga kelsak, asosiy e'tibor quyidagilarga qaratiladi:

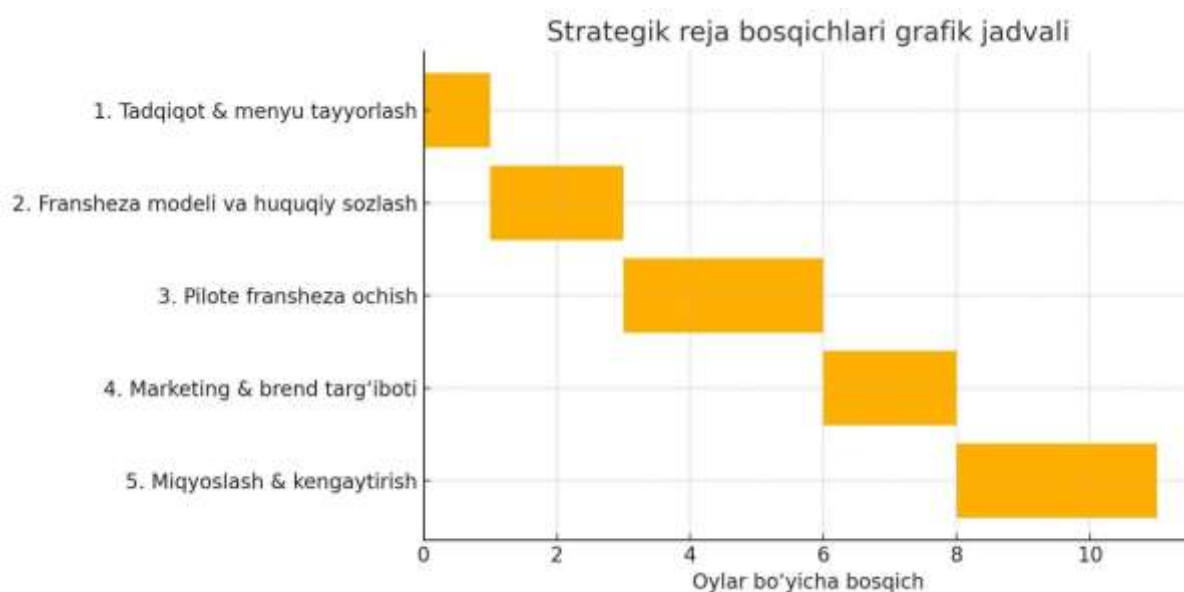
Ijtimoiy tarmoqlar orqali milliy taomlar haqida vizual kontent tarqatish (reels, bloglar, TikTok);

Mahalliy ta'minotchilar bilan hamkorlik qilish va o'z mahsulotlarimizni reklama sifatida targ'ib qilish;

Sayyohlar va diaspora vakillariga yo'naltirilgan aksiya va chegirmalar;

"Taom orqali madaniyat" shiori ostida master-klasslar, konsertli kechalar yoki ko'rgazmalar tashkil qilish.

Shuningdek, har bir restoran filialida brend story wall – ya'ni O'zbekistondan kelgan milliy retseptlar va tarixiy faktlar yozilgan devor bezagi orqali mehmonlarda qiziqish uyg'otish mumkin²²



XULOSA(In conclusion)

Ushbu maqolada O'zbek milliy taomlarini – palov, somsa, lag'mon, manti kabi betakror gastronomik merosni – xalqaro maydonga olib chiqishning samarali yo'li sifatida fransheza modelini ko'rib chiqdik. Fransheza tizimi orqali boshqaruv markazidan aniq belgilangan retseptlar, xizmat standartlari va brend identifikatori asosida ochiladigan filiallar nafaqat sifat barqarorligini ta'minlaydi, balki O'zbek oshxonasining uyg'un madaniy muhitini butun dunyo bo'ylab tatbiq etadi.

Bundan tashqari, milliy brendni shakllantirish va kuchli marketing strategiyasi (ijtimoiy tarmoqlarda vizual kontent, diaspora va sayyohlar bilan hamkorlik, "Taom orqali madaniyat" shiori ostida madaniy tadbirlar) – tarmoq muvaffaqiyatining muhim omillari hisoblanadi. "Palov", "Somsa", "Lagman", "Manti" va "Navroz" kabi o'zbekcha nomlar xalqaro auditoriya uchun ham oson talaffuz qilinadi, brendga yangicha joziba va esda qolarlik xususiyat bag'ishlaydi.

²²Dentons Insight:<https://www.dentons.com/en/insights/articles/2024/august/27/franchising-the-route-to-international-expansion-for-restaurants>

Shunday qilib, globalashtirish davrida O'zbek milliy oshxonasi yo'lga qo'yiladigan fransheza tarmog'i orqali nafaqat iqtisodiy daromadni oshirish, balki madaniy diplomatiya vositalarini mustahkamlash, mamlakat brendini mustahkam holga keltirish va xalqaro hamjamiyatda iliq taassurot qoldirish mumkin. Bugungi sharoitda har bir tadbirkor, oshpaz va mutaxassisga juda katta imkoniyat ochilmoqda: ular O'zbekiston gastronomiyasining oltin qimmatini – mehmondo'stlik va ta'mni – butun dunyoga yetkazish mas'uliyatini o'z zimmalariga oladilar.

MANBALAR:

1. UNESCO. Palov Culture and Tradition (Intangible Cultural Heritage of Humanity).
2. Dentons. Franchising, the Route to International Expansion for Restaurants.
3. Global Franchise. 50 Exciting International Food and Drink Franchises to Watch in 2025.
4. Wikipedia. Franchising (Entry on franchising as an international business model).
5. Lonely Planet. What to Eat and Drink in Uzbekistan (Aug 8, 2024).