



MAMLAKTDA TURIZM VA MEHMONDO‘STLIKNING RIVOJLANISHI ORQALI OZIQ-OVQAT SANOATIDA DAROMAD OLISH IMKONIYATLARI

Abdirashidov Ashirali Abdirashidovich,
O‘zbekiston xalqaro islom akademiyasi, i.f.n. dots.
ORCID: 0000-0001-7737-0155
Email: ashirali.abdirashidov@gmail.com

Abdumannobova Gulnoz Akmaljon qizi,
O‘zbekiston Xalqaro islom akademiyasi magistanti
ORCID:0009-0008-2929-554X
E-mail: abdumannobovagulnoz7@gmail.com

INCOME OPPORTUNITIES IN THE FOOD INDUSTRY THROUGH THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND HOTEL INDUSTRY IN THE COUNTRY

Abdirashidov Ashirali Abdirashidovich,
Assoc. Prof., International Islamic Academy of Uzbekistan, Ph.D.
ORCID: 0000-0001-7737-0155
Email: ashirali.abdirashidov@gmail.com

Abdumannobova Gulnoz Akmaljon qizi,
Master’s student of the International Islamic Academy of Uzbekistan
ORCID:0009-0008-2929-554X
E-mail: abdumannobovagulnoz7@gmail.com

JEL Classification E2,E21,E22

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakatda qishloq xo‘jaligi mahsulotlari hamda oziq-ovqat sanoatini rivojlantirishda turizmning tutgan o‘rni haqida fikr-mulohaza yuritilgan. Turistlarning mamlakatga tashrifi, mavjud mexmonxona hamda ovqatlanish maskanlarining mavjudligi oziq-ovqat sanoatini qay darajada o‘rishga olib kelishi haqida qisqacha ma‘lumotlar keltirib o‘tilgan. Tadqiqotda oziq-ovqat mahsulotlarining rivojlanishi turizm bilan bog‘liq yo‘nalishlarning

rivojlanishiga qay tarzda bog‘liq ekanligi o‘rganilgan.

Abstract: This article discusses the role of tourism in the development of agricultural products and the food industry in the country. Brief information is provided on the extent to which tourist visits to the country, the availability of hotels and catering establishments lead to the growth of the food industry. The study examines how the development of food products is related to the development of tourism-related areas.

Kalit soʻzlar: qishloq xoʻjaligi, oziq-ovqat sanoati, turizm, rivojlantirish, mexmonxona, tushumlar, agro iqtisodiyot, turistlar

Keywords: agriculture, food industry, tourism, development, hotel, revenues, agro-economics, tourists

Kirish. Globallashuv davrida iqtisodiyotning har qanday tarmogʻini rivojlantirish uchun bugungi kunda juda koʻplab amaliyotlar amalga oshirilib kelinmoqda. Shu jumladan butun dunyoda global muammolardan biriga aylanib borayotgan ocharchilkni oldini olish maqsadida oziq-ovqat xavfsizligini mamlakatlarda taʼminlash asosiy maqsad va vazifa sifatida koʻrib kelinmoqda. Oziq-ovqat muammosini yaxshilash hamda agroiqtisodiyotni yanada rivojlantirish uchun turizmning ham ahamiyati keng eʼtiborga olinib kelinmoqda. Shu jumladan mamlakatimizda ham ishlab chiqarish va qayta ishlashga investitsiyalarni jalb etish, shuningdek, qishloq xoʻjaligi va oziq-ovqat mahsulotlarining qoʻshilgan qiymat zanjirini yaratish,[1] 2026-yilga borib oziq-ovqat mahsulotlari hajmini 7,4 mln tonnaga yetkazish,[2] oziq-ovqat xavfsizligini taʼminlash, ovqatlanish ratsionini yaxshilash hamda qishloq xoʻjaligini barqaror rivojlantirish[3] va shu kabi vazifalar ustuvor maqsad sifatida belgilab qoʻyilgan.

Agro-oziq-ovqat sektori va turizm oʻrtasidagi aloqalar mintaqada ikkala sohani rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar yaratadi. Ushbu aloqalar mamlakatdagi turistik mahsulotining barqarorligini taʼminlashga olib kelishi hamda oziq-ovqat sanoatida milliy brendni yaratilishiga turtki boʻlishi mumkin. Sayyohlar tarixiy joylarga tashrif buyurishdan tashqari, ixtisoslashgan fermer xoʻjaliklariga tashrif buyurishga ham katta qiziqish koʻrsatib kelmoqdalar. Bu esa aynan fermer xoʻjaligining yanada rivojlanishiga ijobiy taʼsir koʻrsata oladi deyish mumkin.

Material va metod. Turistlar oqimining mamlakatga koʻpayishi oziq-ovqat va mamlakatdagi qishloq xoʻjaligiga qay darajada ijobiy taʼsir qilishin haqida koʻplab fikrlar ham mavjud. Oziq-ovqat hamda turizmning bir-biriga bogʻlanishi haqida Belisle[4] oziq-ovqat va turizmni tadqiq qilganidan soʻng, oziq-ovqat va turizm mavzusi yoki oziq-ovqat va turizm oʻrtasidagi bogʻliqlik aloqalari soʻnggi yillarda eng koʻp tadqiq qilinadigan mavzulardan biri deb hisoblaydi. Oziq-ovqat turizmi turizmni tadqiq qilishning oʻsib borayotgan sohasini ifodalasa-da, bu hodisa nima ekanligi haqida koʻp munozaralar mavjud. Xususan, Xoll va Sharples (2003)[5] turizmdagi oziq-ovqat haqida ajoyib dastlabki tushunchani beradi, bu asosiy motivatsiya boʻlib, oziq-ovqat



turizmini "birlamchi va ikkilamchi oziq-ovqat ishlab chiqaruvchilarga tashrif buyurish, oziq-ovqat festivallari, restoranlar va oziq-ovqat tatib ko'rish yoki ixtisoslashgan oziq-ovqat ishlab chiqarish" mintaqadagi sayohat uchun asosiy rag'batlantirish omili sifatida qaralishini e'tiborga olishdi. Hamda Chang and Yuan (2011)[6], Park, Reisinger, and Kang (2008)[7], Presenza and Iocca (2012)[8], Sanches-Canizares and LopezGuzman (2012)[9] va Smith and Costello (2009)[10] kabi ko'plab mualliflar ushbu mulohazaga qo'shib, ularning bir-biriga aloqador ekanliklarini ko'rsatib o'tishdi. Xenderson (2009)[11] ning oziq-ovqat turizmi bo'yicha adabiyotlarning yagona sharhlarni berishiga qaramay, mualliflar uning yondashuvi o'ziga xos turizm tadqiqoti sohasi sifatida oziq-ovqat turizmiga yaxlit nuqtai nazardan mahrum ekanligini aniqlashgan. Oziq-ovqat turizm tadqiqot ob'ekti sifatida e'tiborni kuchaytirishi mumkin. Bundan tashqari, turli turizm va biznes kontekstlarida oziq-ovqatning madaniy, ijtimoiy, geografik va siyosiy ahamiyatini inobatga olgan holda tadqiqotlarda doimiy o'sish bo'ladi deb taxmin qilish mumkin. Shu munosabat nuqtayi nazaridan olinadigan bo'lsa, oziq-ovqatni rivojlantirishda turizmning hama hamiyatli jihatini ko'rish mumkin.

Mamlakatda bugungi kunda oziq-ovqat va qishloq xo'jaligi

sanoatini yanada takomillashtirish bo'yicha juda ko'plab chora-tadbirlar amalga oshirilib kelinmoqda. Qishloq xo'jaligi O'zbekiston iqtisodiyotining eng yirik tarmog'i va eng yirik ish beruvchisi bo'lib, ish o'rinlari yaratish orqali qashshoqlik va tengsizlikni kamaytirishda katta rol o'ynaydi. 2019-yilda qishloq xo'jaligi yalpi ichki mahsulotning 28 foizini va ishchi kuchining 27 foizini tashkil etdi. 2019-yilda O'zbekiston aholisining taxminan 9,6 foizi (3,2 million kishi) kuniga 3,2 AQSh dollari kambag'allik chegarasidan pastda yashagan, bu o'rtacha daromadi pastroq mamlakatlar uchun xalqaro ta'rifdir.[12]

2020-2030-yillarda

O'zbekistonda qishloq xo'jaligini rivojlantirish strategiyasi (keyingi o'rinlarda Qishloq xo'jaligi strategiyasi)ning qabul qilinishi qishloq xo'jaligi sohasiga yaqinda ijobiy ta'sir ko'rsatdi.[13]

Qishloq xo'jaligi strategiyasining istiqboli – fermer xo'jaliklari daromadlarini oshirish, yangi ish o'rinlari yaratish, oziq-ovqat xavfsizligini oshirish va tabiiy resurslardan barqaror foydalanishni ta'minlaydigan raqobatbardosh, bozorga asoslangan va eksportga yo'naltirilgan sektorini rivojlantirishga olib keladi.

Ko'pgina rasmiy prognozlar global uzoq muddatli pasayish tendentsiyalariga asoslanib, qishloq xo'jaligida bandlikning pasayishini

bashorat qilmoqda.[14] Kelgusida ish o‘rinlarining asosiy qismi O‘zbekistonning shaharlarida joylashgan ishlab chiqarish va xizmat ko‘rsatish sohaslarida yaratilishi prognoz qilinmoqda.[15] Birlamchi qishloq xo‘jaligi qanchalik kuchli bo‘lsa, qishloq joylarida munosib ish o‘rinlari bilan bog‘liq yuqori va quyi oqim tarmoqlari uchun ko‘proq biznes imkoniyatlari yaratilish hamda unga chet ellik qiziquvchi biznes vakillari va sayyohlarini jalb qilish hamda aynan ushbu yo‘nalish uchun investorlarni jalb qilish mumkin.

Munozara. Qishloq xo‘jaligi turizmi shaharlik sayyohlarni fermerlar duch kelayotgan muammolar va muammolar haqida ma‘lumot berishga xizmat qilishi mumkin. Aynan turizmni mamlakatda rivojlantirish orqali oziq-ovqat sanoatidagi ko‘plab muammolarni yechish imkoniyati yaratilishi mumkin. Chunki oziq-ovqat turizmining rivojlanishi mamlakatning tarixi, boy madaniyati va urf-odatlarini, oziq-ovqat va ichimliklarni qadrlash hissi xorijiy sayyohlarga ko‘rsata olishi hamda mamlakatning o‘ziga hos madaniy merosini hurmat qilish tuyg‘usini yoyish imkoniyatiga erishishi mumkin.

Turizmga bog‘liq bo‘lgan mexmonxona sanoatining qishloq xo‘jaligini rivojlantirishga bog‘liq tomonlari ham mavjud bo‘lib, bunda ularning aloqadorligini ijobiy

baholash mumkin. Chunki qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga turistlarning qiziqishi ularning sonini oshirishi, bu esa mexmonxonalar talabning ortishiga olib kelishini nazarda tutadi. Mahalliy qishloq-ozuq-ovqat qiymatlar zanjirida fermerlar va ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun imkoniyatlar juda katta. Turizm esa ovqatlanish manzillarining sifat darajasi hamda oshpazlarning mahorati talabning ortishida muhim ahamiyat kasb etadi. Ular mahalliy aholi va tashrif buyuruvchilarning ovqatlanish odatlariga ta'sir qilishi va mahalliy oshxonalarimizni targ‘ib qilish va sayyohlarning yangi turini - oziq-ovqat bilan shug‘ullanuvchi sayohatchilarni jalb qilish bilan birga mahalliy mahsulotlar bozorlarini yaratishi mumkin.

Ular an‘anaviy retseptlar va mahalliy mahsulotlar asosida sayyohlar uchun “yangi” taomlarni ishlab chiqishi va agroturizm sohasida yangi daromad manbaalarini yaratish uchun ajoyib imkoniyatlarni ishlab chiqishi mumkin. mexmonxonalar va restoranlar sifatli mahsulotlarni doimiy miqdorda yetkazib beradigan ishonchli ta‘minot zanjiriga muhtoj. Mahalliy ishlab chiqaruvchilarga tayanish hamda mavsumiy menyularni ham ishlab chiqish orqali qishloq xo‘jaligiga bir qancha ijobiy ta‘sir ko‘rsatish mumkin.[16]

Mamlakatimizda ham oziq-ovqat sanoatini yanada yaxshilash hamda turizmning unga bog‘lanishi



bo'yicha ko'plab amaliyotlar amalga oshirilihsining yagona sababi ham aynan yuqoridagilardan iborat. Bundan

tashqari oziq-ovqat sanoatiga bog'liq holda gastronomik turizmni rivojlantirish bo'yicha ham bir qator takliflar keltirib o'tilgan.

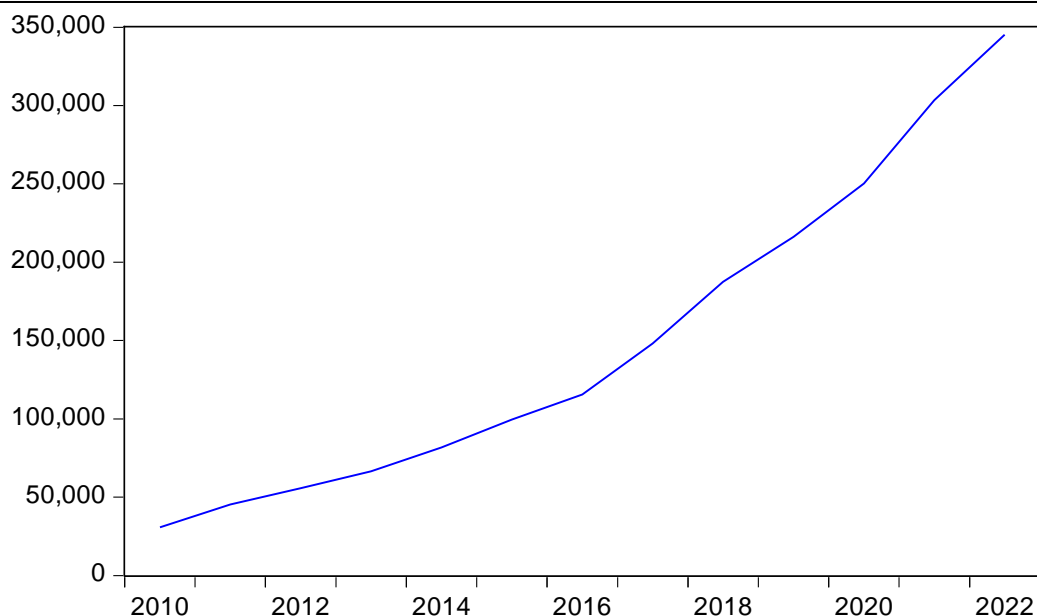
1-jadval

O'zbekistonning qishloq xo'jaligi va turizmdagi asosiy ko'rsatkichlari[17]

No	Yillar/ Yo'nalish	Qishloq xo'jaligi mahsuloti, <i>mlrd.</i> <i>so'm</i>	Xalqaro turizm, kelganlar soni <i>ming kishi</i>	Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari (obyektlar) soni	Yashash va ovqatlanish korxonalar soni
1	2010	30 856,7	975	434	8 627
2	2011	45 285,9	1393	500	9 481
3	2012	55 750,0	1895	483	10 435
4	2013	66 435,3	1969	541	11 437
5	2014	81 794,3	1862	613	12 547
6	2015	99 604,6	1918	661	13 861
7	2016	115 599,2	2027	750	15 375
8	2017	148 199,3	2690	816	17 247
9	2018	187 425,6	5346	916	19 415
10	2019	216 283,1	6749	1 051	22 930
11	2020	250 250,6	1504,1	1 156	28 866
12	2021	303 415,5	1881,3	1 085	33 563
13	2022	345 191,7	5232,8	1 167	36 109

1-jadvalda mamlaktdagi oziq-ovqat saboatining rivojlanishi hamda tashrif buyurgan turistlar soni, ularga xizmat ko'rsatayotgan mexmonxonalar hamda ovqatlanish manzillari soni yillar kesimida qanday o'zgarganligi ko'rsatib o'tilgan. Jadval ma'lumotlariga ko'ra,

mamlakatdagi qishloq xo'jaligi, turistlar tashrifi, mamlakatdagi mexmonxona va ovqatlanish ob'ektlari soni yildan yilga o'sish sur'atini ko'rsatib kelmoqda. Ularni alohida alohida ko'radigan bo'lsak quyidagicha hisob-kitoblardan foydalanishimiz kerak bo'ladi.

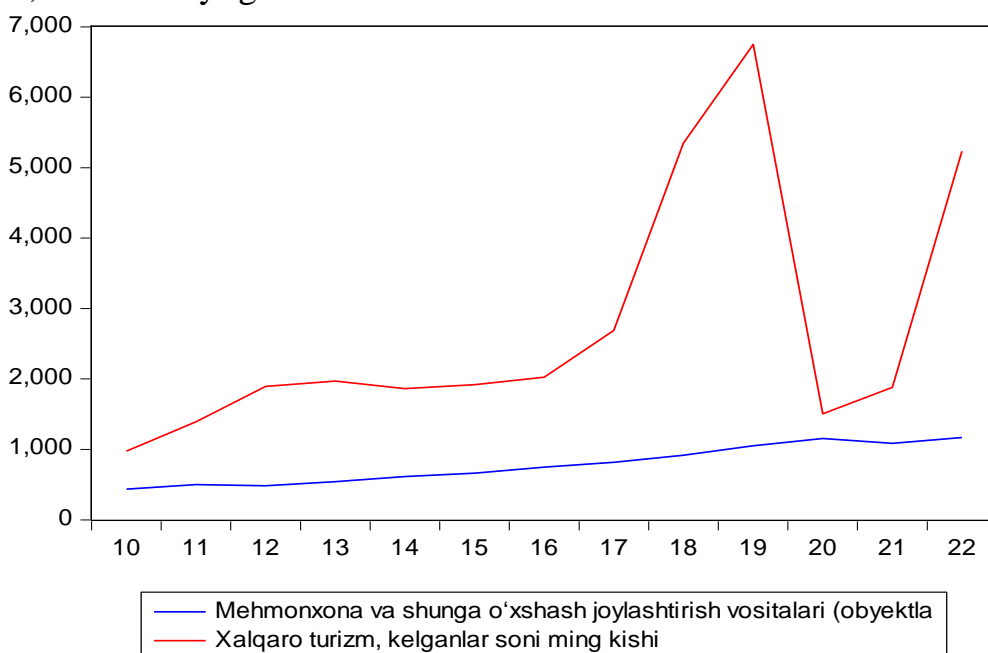


1-rasm. Qishloq xo'jaligi mahsuloti, mlrd so'm

Manbaa: "Eviews 9" dasturi orqali jadval ma'lumotlariga tayanib tayyorlandi.

Unga ko'ra mamlakatdagi qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtirish hamda ularni aholiga yetkazish, eksport qilish hamda oziq-ovqat muammolarini bartaraf etish bo'yicha keng ko'lamlim ishlar ijobiy natija bergan. Negaki, 2010-yildan boshlab, 2022-yilgacha ushbu

yo'nalish faqatgina o'sish ko'rsatkichini ko'rsatib kelmoqda. Aynan yillar kesimida ko'riladigan bo'lsa, o'rtacha hisobda qishloq xo'jaligi mahsulotlari va oziq-ovqat sanoati 15% o'sishni ko'rsatib kelmoqda.



2-rasm. Xalqaro turistlar va joylashtirish obyektlari soni

Manbaa: "Eviews 9" dasturi orqali jadval ma'lumotlariga tayanib tayyorlandi.

2-rasmdan ko‘rinib turganidek, yillar davomida mexmonxonalar sonini

o‘
 sish sur‘atida ko‘rish mumkin. Xalqaro turistlar soni esa pandemiya davrida chegaralarning yopilishi sababli keskin tushib, undan keyingi ikki yil mobaynida yana ko‘tarilish sur‘atini ko‘rsatib o‘tmoqda. Bu esa mamlakatda turistlar tashrifi kundan-kunga ko‘payayotganing guvohi bo‘lish mumkinliginin ko‘rsatadi. Bundan tashqari jadvaldagi ovqatlanish va joylashtirish ob‘ektlari soni ham yildan yilga o‘rta hisobda 1100 taga ko‘payayotganligini nazarda tutadi. Bu albatta aynan turizm rivojlangan hamda rivojlanayotgan hududlarda ovqatlanish – restoranlarga bo‘lgan talabning oshishi, gastronomik turizmga e‘tiborning yanada ko‘payishini nazarda tutadi.

1-jadvalni to‘plashdan asosiy yana bir maqsad shundan iboratki, mamlakatda qishloq xo‘jaligi va oziq-ovqat mahsulotlari sanoatini yanada rivojlantirishda turizm, mexmonxona hamda ovqatlanish ob‘ektlarining qanday ahamiyatli jihatlari mavjud

ekanligini ko‘rishdir. Tadqiqot ob‘ektini modellashtirishda ekonometrik metodologiyadan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Taqdim etiladigan gipoteza stoxastik – differensial tenglama shaklida ifoda etilib, bu yerda kiritilgan o‘zgaruvchilar haqidagi asosiy nazariy taxminlar aniqlangan. Modelni shakllantirishda shuni hiosbga olish kerakki, mavjud o‘zgaruvchilar logarifmda vaqt o‘tgani sari asosiy o‘zgaruvchining foiz o‘zgarishidagi bog‘liqlikni ko‘rsatadi. Olib borilgan tadqiqotda o‘zgaruvchilarning logarifmlarini olib model yaratilgan va gipotezaga ko‘ra, regressiya tenglamasi quyidagicha tuziladi:

$$\text{Log}(\text{Qishloq}/\text{Xo‘jaligi}) = a*\text{Log}(\text{Turistlar})+b*\text{Log}(\text{Restoran})+d*\text{Log}(\text{Mexmonxona}) +c$$

Bunda:

a, b, d - o‘zgaruvchi koefitsienti,

c - o‘zgaruvchi (constanta)

2-jadval

O‘zgaruvchilarning statsionarlik tekshiruvi

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
Log(xalqaro_turizm__kelganla)	0.125845	0.072311	1.740336	0.1158
Log(yashash_va_ovqatlanish_k)	0.742136	0.296298	2.504697	0.0336
Log(mehmonxona_va_shunga_o_x)	1.027639	0.427631	2.403100	0.0397
C	-3.302967	0.661529	-4.992932	0.0007

Manbaa: “Eviews 9” dasturi orqali jadval ma’lumotlariga tayanib tayyorlandi.

3-jadval

Regression tahlil natijasi

R-squared	0.985429	Mean dependent var	11.66969
Adjusted R-squared	0.980572	S.D. dependent var	0.764496
S.E. of regression	0.106559	Akaike info criterion	-1.392570
Sum squared resid	0.102194	Schwarz criterion	-1.218739
Log likelihood	13.05170	Hannan-Quinn criter.	-1.428300
F-statistic	202.8865	Durbin-Watson stat	0.999637
Prob(F-statistic)	0.000000		

Manbaa: "Eviews 9" dasturi orqali jadval ma'lumotlariga tayanib tayyorlandi.

Parametrlar "Eviews 9" dasturiy paketi yordamida baholandi va hisoblandi. 3-jadvalda model parametrlari, haqiqiylik testlari va boshqa modelni tahlil qilish mezonlari ko'rsatilgan. Tahlil natijalariga ko'ra, koeffitsientlar qiymati R-squared (0.985429) va koeffitsient (0.999637) olingan prognoz ko'rsatkichlaridan kam va bu ularning ishonchli ekanligini tasdiqlaydi hamda R-squared=0.98 koeffitsienti asosiy o'zgaruvchining 98 foizini aks ettiradi. Bundan tashqari ehtimollik ham 0.00 ga teng. Asosiy mustaqil o'zgaruvchilar qiymati esa 11.66969ni tashkil etib, bu yuqori ko'rsatkich demaktir. Hamda Durbin-Watson statistikasi bo'yicha ko'rsatkich musbat (0.999637), Schwarz (-1.218739), Hannan-Quinn (-1.428300), Akaike info (-1.392570) kriteriyalari bo'yicha ushbu ko'rsatkich manfiyni ko'rsatib turibdi. Ammo R-squared natijasi 98 % ekanligi natijaning haqiqatga yaqin ekanligini bildirishini hisobga olish kerak. Tahlilning asosiy natijalariga ko'ra esa, xatoli darajasi asosiy

koeffitsientlar miqdoridan kam (2-jadval). Ehtimollik ko'rsatkichlari esa musbat ya'ni noldan katta bo'lganligi tufayli ekonometrik hisob-kitoblar natijasi quyidagi formulada o'z aksini topadi.

$$\text{Log}(\text{Qishloq}/\text{Xo'jaligi}) = 0.12\text{Log}(\text{Turistlar}) + 0.74\text{Log}(\text{Restoran}) + 1,02\text{Log}(\text{Mexmonxonona}) - 3.30$$

Aynan ushbu formulaga tayaniladigan bo'lsa, mamlakatda qishloq xo'jaligining rivojlanishi uchun xalqaro sayyohlar, ularni ovqatlantirish va joylashtirish ob'ektlari ham o'z ta'sirini ko'rsatmay qolmasligini ko'rish mumkin. Unga ko'ra, qishloq xo'jalik mahsulotlari va oziq-ovqat sanoatining 1%ga o'sishi uchun turistlar soni 12% ga, ovqatlanish joylari 74% ga, mexmonxonalar esa 102%ga o'sishga erishishi zarurligini ko'rsatadi. Qishloq xo'jaligining yanada rivojlantirish uchun yuqorida ko'rsatilgan uchta omildan tashqari boshqa omillarning ta'siri esa, 330%ni tashkil qiladi. Aynan hisob-kitoblarning ijobiy natija

ko'rsatganligi mamlakatda turizmni rivojlantirish hamda qishloq xo'jaligini rivojlantirish bir-biriga ma'lum bir miqdorda bog'liq ekanligini ko'rsatib o'tadi. Qishloq xo'jaligi hamda turizmni bog'lagan holda izlanishlar olib borish va ularda ijobiy natijalarga erishish mamlakatda yangi ishchi o'rinlarini yaratish, kambag'allikni oldini olish, soha bo'yicha mavjud muammolarni hal qilishga erishishni, yalpi ichki mahsulotning o'sish sur'atiga ijobiy ta'sir ko'rsatishini ko'rish mumkin.

Xulosa. Mazkur maqolada oziq-ovqat turizmi yangi biznes va daromad manbaalari uchun yangi eshiklarni ochish va fermer xo'jaliklari va oziq-ovqat mahsulotlarini qayta ishlovchi korxonalar uchun daromad oqimlarini diversifikatsiya qilish imkoniyatini berishi o'rganildi.

Yana bir jihati shundaki, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini eksport qilish uchun milliy va xalqaro ko'rgazmalar joriy qilish asosiy usullardan biri edi. Agroturizmni rivojlantirish orqali oziq-ovqat mahsulotlariga xalqaro talabni oshirish imkoniyatini yaratadi va bozorni yaxshilashga yordam beradi.[18]

Eng asosiysi mamlakatda oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarishdan tashqari turizm hamda mexmonxona tiziming yuqori daromad kelturivchi potensial kanal bo'lishiga ham olib keladi. Bu esa mamlakatda aholi daromadining oshishiga va ishsizlikning kamayishiga turtki bo'ladigan yana bir diversifikatsion yo'ldir.

Oziq-ovqat turizmini rivojlantirish ko'pincha turli manfaatdor tomonlar, jumladan, mahalliy hukumatlar, qishloq xo'jaligi va oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar, sayyohlik agentliklari va hamjamiyatlari o'rtasidagi hamkorlikni o'z ichida mujassam etadi. Umumiy qilib olganda oziq-ovqat turizmi nazariyasi shuni ko'rsatadiki, oziq-ovqat nafaqat iste'mol qilinadigan mahsulot, balki turistning sayohatini boyitadigan, tashrif buyurilgan manzil bilanchuquqroq aloqalarni o'rnatadigan hamda barqaror turizm amaliyotini qo'llab-quvvatlaydigan hayotiy tajribalardan biridir. Turizm rivojlanib borar ekan, oziq-ovqat sayohat tendensiyalarini shakllantirishning asosiy omili bo'lib, uni global turizm sanoatining ajralmas qismiga aylantirmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2019 — 2030-yillar davrida O'zbekiston Respublikasining "yashil" iqtisodiyotga o'tish strategiyasi" 2019-



yil 4-oktabrdagi PQ-4477-son qarori, <https://lex.uz/docs/-4539502>

2. 2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan yangi o'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni Toshkent sh., 2022-yil 28-yanvar, PF-60-son <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>

3. Vazirlar Mahkamasining 2030-yilgacha bo'lgan davrda barqaror rivojlanish sohasidagi milliy maqsad va vazifalarni amalga oshirishni jadallashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida 2022-yil 21-fevraldagi 83-son qarori, <https://lex.uz/docs/-5870397>

4. Belisle, F. J. (1983). Tourism and food production in the Caribbean. *Annals of Tourism Research*, 10(4), 497–513.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738383900051>

5. C. Michael Hall, Liz Sharples, (2003) The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste 1-24p
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B978075065503350004X>

6. Chang, W., & Yuan, J. (2011). A taste of tourism: Visitors' motivations to attend a food festival. *Event Management*, 15(1), 13–23.

7. Kwang-Soo Park, Yvette Reisinger, Hyun-Jung Kang (2008), Visitors' Motivation for Attending the South Beach Wine and Food Festival, Miami Beach, Florida, *Journal of travel and Tourism*, 182-192

8. Presenza A. et al. High cuisine restaurants: Empirical evidences from a research in Italy // *European journal of tourism and hospitality research*. – 2012. – T. 3. – C. 69-85.

9. Sandra María Sánchez-Cañizares, Tomás López-Guzmán (2012), Gastronomy as a tourism resource: profile of the culinary tourist, *Current issues in tourism*, 229-245

10. Smith, S., & Costello, C. (2009). Culinary tourism: Satisfaction with a culinary event utilizing importance-performance grid analysis. *Journal of Vacation Marketing*, 15(2), 99–110.

11. Henderson J., C., 2009, Food tourism reviewed. *British food journal*, 317-326

12. [Uzbekistan-Agri-Food-Job-Diagnostic.pdf](#)

13. The Agriculture Strategy was approved by the Decree of the President of Uzbekistan No. PP-5853 on October 23, 2019

14. The Agricultural Strategy itself anticipates an increase in farm jobs to slow down from 2 percent in 2019-2021 to 1 percent in 2022-2030.

15. According to FAOSTAT, global farm employment in 1995 was 41



percent. In 2005 it declined to 35 percent, falling to 27 percent in 2016. Currently in high-income countries, farm employment rarely exceeds 5 percent

16. <https://hospitalityinstitute.com.ng/2018/02/27/the-role-of-agriculture-in-the-hospitality-industry/> role of agriculture in the Growth of the hospitality industry

17. <https://stat.uz/uz/ma'lumotlari>.

18. "Linking Farmers to the Tourism Market", Consolidated Responses for the PAFPNet (pacific agriculture policy project) Discussion for the month of May/June 2015, <https://pafpnet.spc.int/about-papp/pafpnet/e-discussion/257-linking-farmers-to-the-tourism-market>