

Date: 27th March-2026

**OROL BO‘YI HUDUDIDA SAMARALI TURISTIK PAKETNI
SHAKLLANTIRISH USULLARI**

Naurizbaev A.R

iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa

doktori (PhD), dotsent

University of innovation technologies

akbarshox_9292@uit.uz

ORCID: 0009-0007-6728-4887

Annotatsiya. Qoraqalpog‘istondagi mintaqaviy turizm uchun ushbu soha rivojini jadallashtirishning samarali usullari zarur. Maqolada turlarning jozibadorligini va sayyohlarning qo‘shimcha oqimini jalb qilishni ta‘minlaydigan samarali turistik paketlarni shakllantirish yo‘nalishlari va tartib-taomillari ko‘rib chiqilgan.

Kalit so‘zlar: turizmni jadallashtirish va uning jozibadorligini oshirish, samarali turistik paketlarni shakllantirish, usullar va tartib-taomillar

Qoraqalpog‘iston Respublikasidagi turizm sohasi ulkan salohiyatga ega bo‘lib, uni jadal sur‘atlar bilan rivojlanayotgan soha sifatida tavsiflash mumkin. Ichki turizm bo‘yicha ham, xorijdan keladigan sayyohlar bo‘yicha ham maqsadli ko‘rsatkichlarga erishish uchun bir qator chora-tadbirlarni amalga oshirish zarur bo‘lib, ularning asosiy qismi salmoqli investitsiyalarni talab etadi. Kam xarajatli chora-tadbirlardan biri – bu samarali turistik paketlarni shakllantirish usullarini ishlab chiqish hisoblanadi.

Hozirgi turizm bozori mijozlarning turli ehtiyojlarini qondira oladigan, raqobatbardosh va jozibador turizm mahsulotlarini yaratishni talab qiladi. Turistik paket yoki turpaket — transport, turar joy, ovqatlanish, ekskursiya xizmati va boshqa xizmatlarni o‘z ichiga olgan yaxlit taklif sifatida birlashtirilgan xizmatlar majmuasidir. Bu masala maxsus adabiyotlarda har xil darajada yoritilgan.

Samarali turpaket ishlab chiqishning maqsadi — barqaror va mas‘uliyatli turizm tamoyillarini hisobga olgan holda, narx, sifat va taassurotlarning eng maqbul mutanosibligini ta‘minlashdan iborat. Paketni shakllantirishdan oldin bozor va maqsadli auditoriya tahlil qilinishi kerak, ya‘ni bu o‘rinda turizm bozorining muhim segmentlarini aniqlash va uning iste‘molchi talablarini o‘rganish talab etiladi. Shunday qilib, turpaketni shakllantirish bozorni tadqiq etishdan boshlanadi. Bu bosqichda quyidagi asosiy parametrlar aniqlanadi:

- maqsadli auditoriyaning talab va istaklarini tahlil qilish (yoshi, sayohat maqsadlari, byudjeti, mavsumiyligi);
- raqobatchilarni tahlil qilish: turlarning tuzilishi, narxlarning shakllanishi, o‘ziga xos takliflari;
- logistik, viza, iqlimiy va madaniy to‘siqlarni aniqlash;
- maqsadli segmentlar va salohiyatli yo‘nalishlarni belgilash.



Date: 27th March-2026

Ma'lumotlar ochiq manbalardagi ma'lumlardan, mijozlarning fikr-mulohazalaridan, tahliliy hisobotlar va marketing tadqiqotlaridan foydalanib, kabinet yoki dala tadqiqotlari orqali to'planadi.

Shundan so'ng turpaket konsepsiyasi ishlab chiqiladi. Bu bosqichda bo'lajak turning g'oyasi: uning yo'nalishi, davomiyligi, marshruti va qulaylik darajasi aniqlanadi. Konsepsiya quyidagilarni o'z ichiga olishi kerak:

- turning turi (tanishuv, gastronomik, diniy, ekoturizm, voqeaviy turizm va h.k.);
- marshrut va asosiy diqqatga sazovor nuqtalar;
- xizmat ko'rsatish darajasi (ekonom, standart, premium);
- turni raqobatchilar orasida ajratib turadigan o'ziga xos jihatlari.

Asosiy vazifa — maqsadli mijozning istaklariga mos keladigan qiziqarli g'oyani ishlab chiqish.

Keyingi bosqich marshrut va xizmatlarni loyihalashdan iborat. Bu yerda turning barcha tarkibiy qismlarini aniqlashtirish nazarda tutiladi:

- vaqt va masofalarni hisobga olgan holda bosqichma-bosqich marshrut tuzish;
- hamkorlarni tanlash: mehmonxonalar, transport kompaniyalari, gidlar, ovqatlanish va ko'ngilochar maskanlar;
- paketga kiradigan va qo'shimcha (ixtiyoriy) xizmatlar to'plamini belgilash;
- turpaketning tannaxsin, marjasini va yakuniy narxini hisoblash.

Marshrut mantiqan to'g'ri, mazmunga boy, biroq (jismonan ham, hissiy jihatdan ham) haddan tashqari tig'iz bo'lmasligi kerak.

Turpaketni shakllantirishdagi navbatdagi bosqich — marketing va mahsulotni taqdim etish. Yaxshi marketingsiz jozibador turistik paketni yaratish mumkin emasligi aniq. Bu bosqichda:

- turning nomi, logotipi, vizual uslubi yaratiladi;
- reklama materiallari tayyorlanadi: bukletlar, sayt, videotaqdimotlar, suratlar;
- ilgari surish strategiyasi belgilanadi (ijtimoiy tarmoqlar, agentliklar, to'g'ridan-to'g'ri savdolar);
- aksiyalar va sodiqlik dasturlari ishlab chiqiladi.

Asosiy maqsad — turni hissiy va vizual jihatdan jozibador mahsulot sifatida taqdim etish.

Keyingi bosqich sayyohlarga xizmat ko'rsatish va ularni kuzatib borishni o'z ichiga oladi hamda quyidagi jarayonlardan iborat:

- barcha xizmatlarni bron qilish va hamkorlarni tekshirish;
- sayyohlar uchun axborot paketlarini (yo'nalish, aloqa ma'lumlari, tavsiyalar) tayyorlash;
- kuzatuvchi xodimlar va gidlarni o'qitish;
- sayohat davomida ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini nazorat qilish.

Turoperatorning mas'uliyati — yo'nalishning har bir bosqichida barqarorlik va xavfsizlikni kafolatlashdir.



Date: 27th March-2026

Tur yakunlangandan so'ng uning samaradorligi tahlil qilinadigan turpaket sifatini baholash va yaxshilash majburiy bosqich bo'lishi kerak. Muhim jihatlari:

- mijozlar va hamkorlarning fikr-mulohazalarini yig'ish;
- kutilgan natijalar bilan amaldagi taassurotlarning mosligini baholash;
- zaif tomonlarni va yaxshilash imkoniyatlarini aniqlash;
- moliyaviy tahlil o'tkazish va turning rentabelligini hisoblash.

Tahlil natijalari keyingi turlarni optimallashtirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Shu bilan birga, turpaketning barqarorligi va raqobatbardoshligini hisobga olish ham majburiydir.

Zamonaviy tendensiyalar tur-sayohatlarni shakllantirish va tashkil etishga barqaror rivojlanish tamoyillarini joriy etishni taqozo etadi:

- mahalliy resurslardan foydalanish va mahalliy hamjamiyatlarni jalb qilish;
- ekologik izni minimallashtirish (chiqindilarni kamaytirish, energiya samaradorligi);
- hududning madaniy va tabiiy merosini targ'ib qilish.

Turpaket sifatini yaxshilash uchun ekspertlarni jalb qilgan holda turpaket loyihasi taqdimotini (himoyasini) o'tkazishni taklif qilamiz.

Shu bilan birga, raqamli yechimlarni – onlayn band qilish, mobil ilovalar, virtual gidlarni joriy etish ham muhim, bu turning jozibadorligi va qulayligini oshiradi.

Shunday qilib, turistik paketni shakllantirish usuli bozorni tahlil qilishdan boshlab, yakuniy natijani baholashgacha bo'lgan tizimli va izchil yondashuvni talab etadi. Uning asosiy maqsadi – mijozlarning yuqori darajada qoniqishini, turistik kompaniyalar uchun foydalilikni va mintaqaning barqaror rivojlanishini ta'minlaydigan muvozanatli mahsulot yaratish. Biz, haqiqatan ham samarali turpaketning mavjudligi – mintaqada turizm sohasini barqaror rivojlantirishning asosi deb hisoblaymiz.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Benjamin, A. M., Abdullah, A. S., Abdul-Rahman, S., Nazri, E. M., & Yahaya, H. Z. *Developing a comprehensive tour package using an improved greedy algorithm with tourist preferences.* // Journal of Sustainability Science and Management. – 2019. – Vol. 14(4). – P. 93–104.
2. Tripathi, D., Singh, P. K. *Impact of Tourist Experiences in Tour Packages on Intention to Repeat.* // International Journal of Innovative Science and Research Technology. – 2024. – Vol. 9(7). – P. 4121–4130.
3. Kao, C.-C., Huang, Y.-H. *Tourist Preferences for Package Tour Attributes in Tourism Destination.* // Tourism Economics. – SAGE Publications, 2018. – J. 25(7). – B. 1352–1367.
4. Yang, X., Li, Z., Zhang, H. *A comprehensive analysis of package tour quality: A stochastic approach.* // Tourism Management Perspectives. – Elsevier, 2021. – J. 40. – Maqola 100897.



Date: 27th March-2026

5. Sarapang, V. C., Rante, M. W., Wahyuni, S. *Economic Potential Analysis of Tour Package Management for Sustainable Tourism Development.* // Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies. – 2024. – J. 5(4). – B. 568–580.
6. UNWTO. *Tourism for Development – Volume I: Key Areas for Action.* – Madrid: World Tourism Organization, 2017. – 126 b.
7. UNEP & UNWTO. *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers.* – Parij/Madrid: United Nations Environment Programme & World Tourism Organization, 2019. – 208 b.
8. Kunitskaya E. A. *Ekologiya va turizm: o'quv qo'llanma.* – SPb.: Gerda, 2021. – 240 b.
9. Trofimova G. S. *Turistik faoliyatni ekologiyalashtirish.* – M.: Infra-M, 2018. – 196 b.
10. Bogomolova E. V. *Turistik xizmatlar marketingi.* – M.: Yurayt, 2022. – 280 b.

