

## **7-Мавзу. Туроператорлар ва турагентларнинг нарх сиёсати**

### **Режа**

**1. Туроператорларнинг нарх сиёсати.**

**2. Туроператорлар томонидан қўлланиладиган нархлар**

**3. Реклама харажатлари.**

**4. Турагентларга тўланадиган комиссиялар**

**5. Туроператорларнинг фойдаси.**

**6. Ўзгарувчан харажатлар**

# 1. Туроператорларнинг нарх сиёсати.

Турмаҳсулотнинг таннарни.



Турмаҳсулотни сотиш нархи (бозор)



Турмаҳсулотнинг келишилган нархи

## 2. Туроператорлар томонидан қўлланиладиган нархлар

Туризмда турмаршрутлар бўйича ва хизмат кўрсатиш тури, турмаҳсулот муомаласи шаклига қараб нархлар қуйидаги турларга бўлинади

*Кўтара нарх* – маршрутларни– туроператорлар ҳар хил фаолият тури билан шуғулланадиган турагентларга ва бошқа тадбиркорларга берадиган нархдир. У ўз йўлида турфирма кўтара нарх ва кўтара сотувчи ташкилотларнинг савдо қўшимчаларидан иборат.

*Чиқариш нархи* – бу турмаҳсулот ишлаб чиқарувчи туроператор томонидан турмаршрутни ишлаб чиқувчи фирмаларни ўз харидорларига аҳолидан ташқарида ҳисоб – китоб қиладиган нархдир. Бу нарх ҳар иккала томоннинг келишуви билан ёки нарх белгиловчилар томонидан тайинланади.



*Шартномавий нарх* – бу шартнома асосида сотувчи ва сотиб олувчи турмаршрут ишлаб чиқарувчи ва истеъмол қилувчи ёки ўртада турувчи ўртасидаги ўрнатилган нархдир.



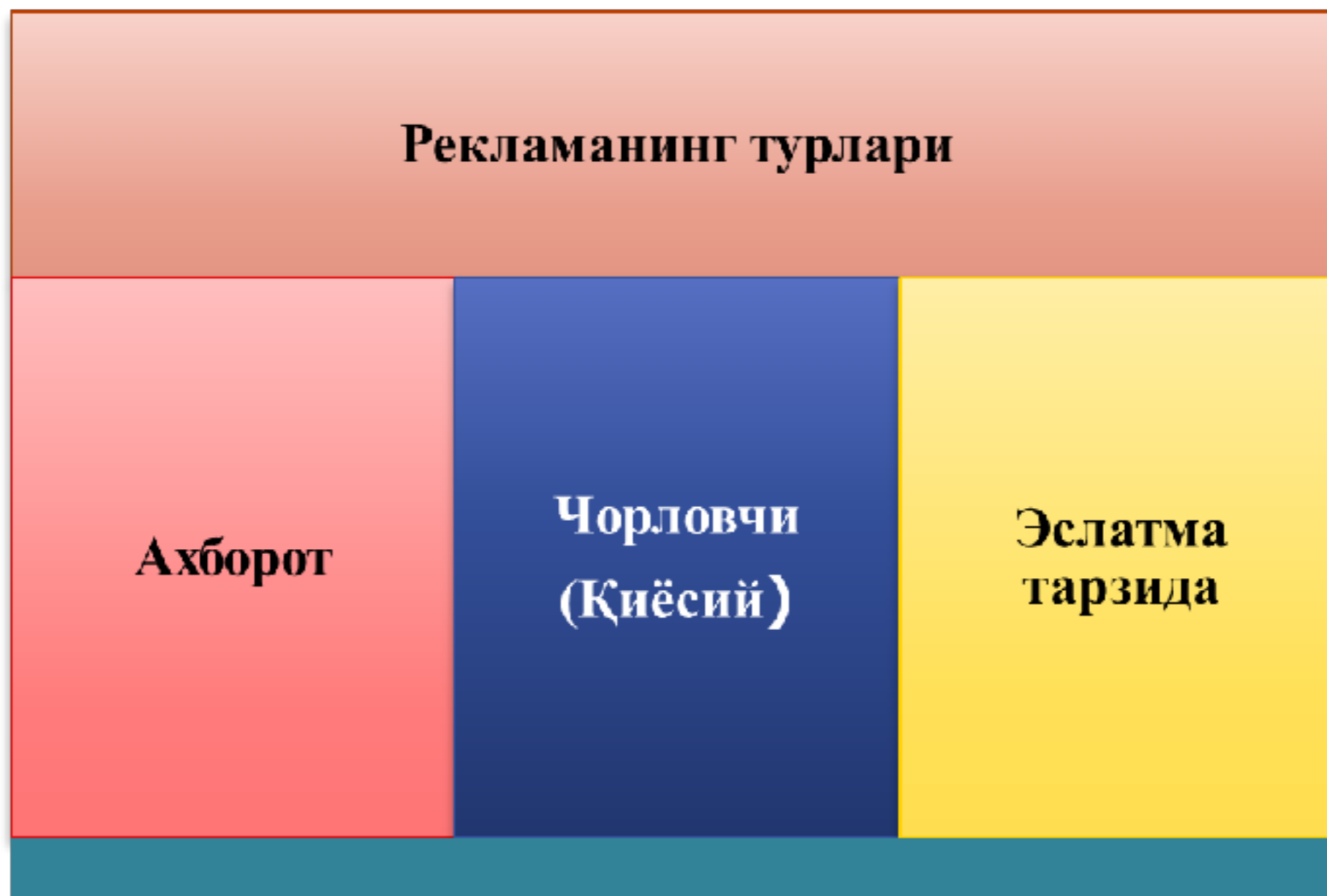
*Чакана нарх* – бу нарх бўйича чакана савдо турташкилотлари турмаршрутларни туристларга сотади. У чекланган ва эркин бўлиши мумкин. Чекланган чакана нарх- нарх белгиловчи идоралар орқали ўрнатилди. Эркин нарх ҳар хил туристик фирмалар, хўжалик юритувчи субъектлар томонидан чекланади, уни чиқариш нархи асосида ва савдо ҳамда чиқарувчи звено қўшимчасини қўшиш билан белгиланади.

Турмаршрутларни ишлаб чиқарувчилар (туроператорлар) ҳар хил савиядаги нархларни бир турдаги турмаршрут бўйича келишиш ҳуқуқига эга, бунга турмахсулот етказиб бериш, пул тўлаш, бозор номенклатураси, мавсумий талаб кабилар таъсир кўрсатади.

### 3. Реклама харажатлари.



## Туризмда қўлланадиган рекламанинг асосий турлари



## Реклама фаолиятини режалаштириш босқичлари

Реклама объектини аниқлаш

Реклама субъектини еки адресини аниқлаш

Реклама мотивини аниқлаш

Реклама воситаларини аниқлаш

Реклама ахборотини тузиш

Реклама чиқишларининг жадвалини тузиш

Харажатлар сметасини тузиш

Реклама самарадорлигини ҳисоблаш

## 4. Турагентларга тўланадиган комиссиялар

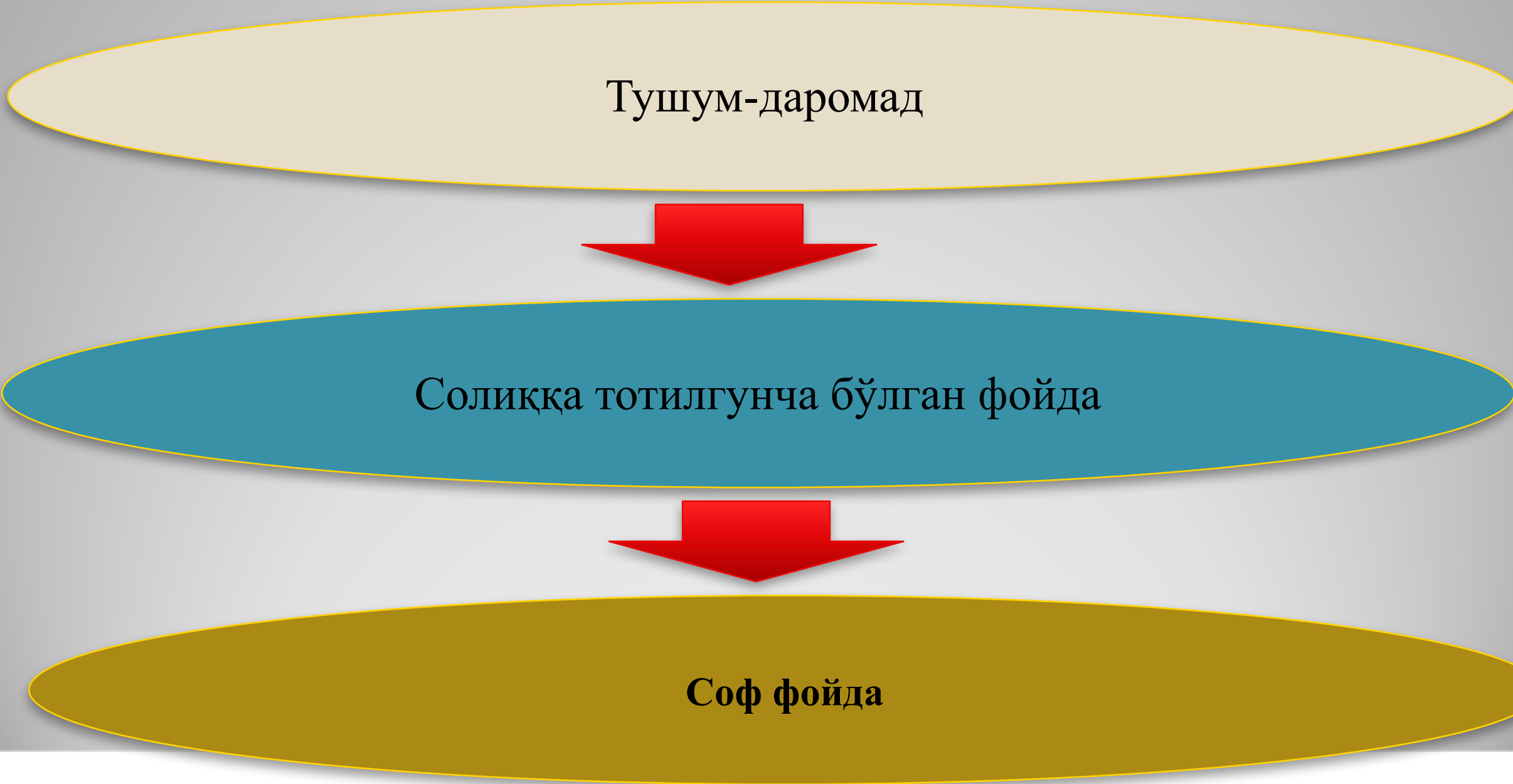
**Меҳмонхона  
хўжалигидан**

**Транспорт  
корхоналаридан**

**Умумий  
овқатланиш ва  
ресторанлардан**

## 5. Туроператорларнинг фойдаси

Тушум-даромад



```
graph TD; A[Тушум-даромад] --> B[Солиққа тотилгунча бўлган фойда]; B --> C[Соф фойда]
```

Солиққа тотилгунча бўлган фойда

Соф фойда

## 6. Ўзгарувчан харажатлар

Туроператор ишлаб чиққан турларга асосий харажатлардан ташқари ўзгарувчан харажатлар ҳам жиддий таъсир кўрсатади. Буларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

Қонунчиликдаги ўзгаришлар

Валюта сиёсатидаги ўзгаришлар

Бозордаги ўзгаришлар

Давлатлар ўртасидаги ўзаро келишув

Солиқ ставкасининг ўзгариши

Туристтик хизматлар таърифлар

Аҳолининг даромадига қараб