

9. Туроператорларнинг турмаршрутларни режалаштиришда башоратлаш усуллари

Режа

1. Туроператорлар ишини ташкил қилишда талаб ва таклифни башоратлаш усуллари

2. Туроператорларнинг маршрутларни ишлаб чиқиш нархларини белгилашдаги муаммолар ечими

3. Туроператорлар томонидан ишлаб чиқилган маршрутларни реклама қилишда ахборот технологияларидан фойдаланиш.

4. Туроператорлар томонидан экскурсион маршрутларни ишлаб чиқиш шарт-шароитлари

5. Туроператорларнинг экскурсион дастурларни ишлаб чиқишда миллий мерослардан самарали фойдаланиш йўллари.

6. Туризм ва экскурсиянинг бир –бирига боғлиқлигини янада ошириш.

1. Туроператорлар ишини ташкил қилишда талаб ва таклифни башоратлаш усуллари

Халқаро бозорда туристларнинг турмахсулотга (товарлар ва хизматлар ишлаб чиқаришга) бўлган талаби белгиланган омиллар билан талаб килинган миқдор орасидаги алоканинг талаб функцияси ёрдамида ҳисобланади.

$Y_k = (BPA, PC, PR, TK)$

BPA - турмахсулот (товарнинг) баҳоси;

PC - яқунловчи турмахсулотларнинг баҳоси;

PR - рақиб турмахсулотнинг баҳоси;

Y_k - туристларнинг даромадлари;

TK - туристларнинг мослашганлик курсаткичи.

Агар туризмда бошқа узгарувчилар узгармас деб ҳисобланса, турмахсулотнинг баҳосидаги ортиш (РА) талаб килинган миқдорни камайтиради. Турмахсулотга бўлган талаб эгри чизиги товарнинг бозор баҳоси билан талаб килинган миқдор орасидаги алокани курсатадиган эгри чизик шаклида бўлади. Талабнинг, яъни махсулотнинг уз баҳосига қура эластиклигига талаб эластиклиги деб юритилади. Бошқача қилиб айтганда, мавжуд хусусиятларга мос турист қидириш керак бўлади. Хар икки ҳолатда ҳам туристнинг саёҳатга бўлган эҳтиёжини оптимал қондиришни таъминлаш кузда тутилади

Алоҳида турмахсулот бўйича бозор улушини ҳисоблаш формуласи:

бу ерда: q_a - турмахсулот улуши;

K_a - турмахсулотнинг рақобатга лаёқати;

m - талаб ва таклиф орасидаги нисбат кўрсаткич;

b_i - турфирманинг обрўси кўрсаткичи;

b_a - рақобатчи турфирма обрўси кўрсаткичи.

2. Туроператорларнинг маршрутларни ишлаб чиқиш нархларини белгилашдаги муаммолар ечими

Туроператорларнинг маршрутларни ишлаб чиқиб нархларни белгилашда ва миллий турмахсулотларни сотувини амалга оширишдаги ҳисоб-китобларда турли хизматлар йигими олинади.

$$Y_t = fA_0 (K_t + L_t R_t)$$

Y_t - сотилган турмахсулотлар узиш (млн сум) динамикаси;

K_t - меҳмонхоналар инфраструктураси (асосий ишлаб чиқариш фондлари) қиймати динамикаси;

L_t - кадрлар тайёрлашга йуналтирилган инсон капитали қиймати динамикаси;

R_t - маркетинг тадбирлари (реклама, ярмарка ва х.к.) қийматининг динамикаси;

A_0 - регрессия коэффиценти

**Солиқлар ставкасининг
ўзгариб туриши**

**Валюталарнинг
қадри тушиб
кетиши**



**Аҳоли
даромадлари-
нинг пасайиши**

**Хизматлар кўрсатиш
сифати**

Масалан туристларнинг жойлаштириш воситаларига бўлган эҳтиёжини ҳисоблаб чиқиш учун бир ўрин-койка ва жойлашиш пунктларидаги номерларга бўлган талаб ҳисоблаб чиқилади. Ҳисоб-китоблар қуйидаги формула бўйича амалга оширилади:

1) бир ўрин-койкага бўлган ўртача йиллик талаб ($n_1^{с.к}$)

бу ерда N_1 – туристларнинг дам олиш жойига йиллик ўртача келиши (бир жойга бир одам ҳисобида). Ўртача статистик маълумотлар ёки башорат қилинаётган (режалаштирилаётган) маълумотлар бўйича аниқланади;

t_1 – турист дам олиш жойида бўлишининг ўртача давомийлиги (кунларда ҳисобланади);

t_T – бир йилдаги кунлар сони ($t_T = 365-366$ кун);

K_1 – дам олиш жойи бандлигининг ўртача йиллик коэффиценти. Ҳақиқий (ўртача статистик) ёки башорат маълумотлари бўйича аниқланади;

2) мавсум қизиган паллада бир ўрин-койкага бўлган талаб ($n_2^{с.к}$)

бу ерда N_2 – мавсум қизиган паллада дам олиш жойига келадиган туристларнинг умумий сони, одам ҳисобида;

t_2 – туристнинг мавсум қизиган паллада дам олиш жойида бўлиш давомийлиги, кун ҳисобида;

t_c – мавсумнинг умумий давомийлиги, кун ҳисобида;

K_2 – мавсум қизиган паллада дам олиш жойининг бандлиги коэффиценти;

3) номерга бўлган ўртача йиллик талаб ($n_1^{с.н}$)

бу ерда z_1 – номернинг ўртача йиллик бандлиги одам/номер;

4) мавсум қизиган паллада номерларга бўлган талаб ($n_2^{с.н}$)

бу ерда z_2 – мавсум қизиган паллада номернинг бандлиги, одам/номер.

Келтирилган методикани тегишли минтақада туристларни жойлаштириш воситаларининг умумий сонини режалаштиришда қўллаш зарур. Мавсум қизиган паллада талабни ҳисоб-китоб қилиш муҳим аҳамият касб этади, чунки айнан шу вақтжойлашиш воситаларига бўлган макимал эҳтиёжларни белгилаб беради

Бозор сиғими берилган баҳо шароитида маълум давр мобайнида бозорда сотилиши мумкин бўлган турмахсулот ва хизматларнинг умумий ҳажмини ифодалайди ва қуйидагича аниқланади:

$$E_p \text{ қ } П \text{ қ } P_n - P_e$$

бунда, E_p - бозор сиғими;

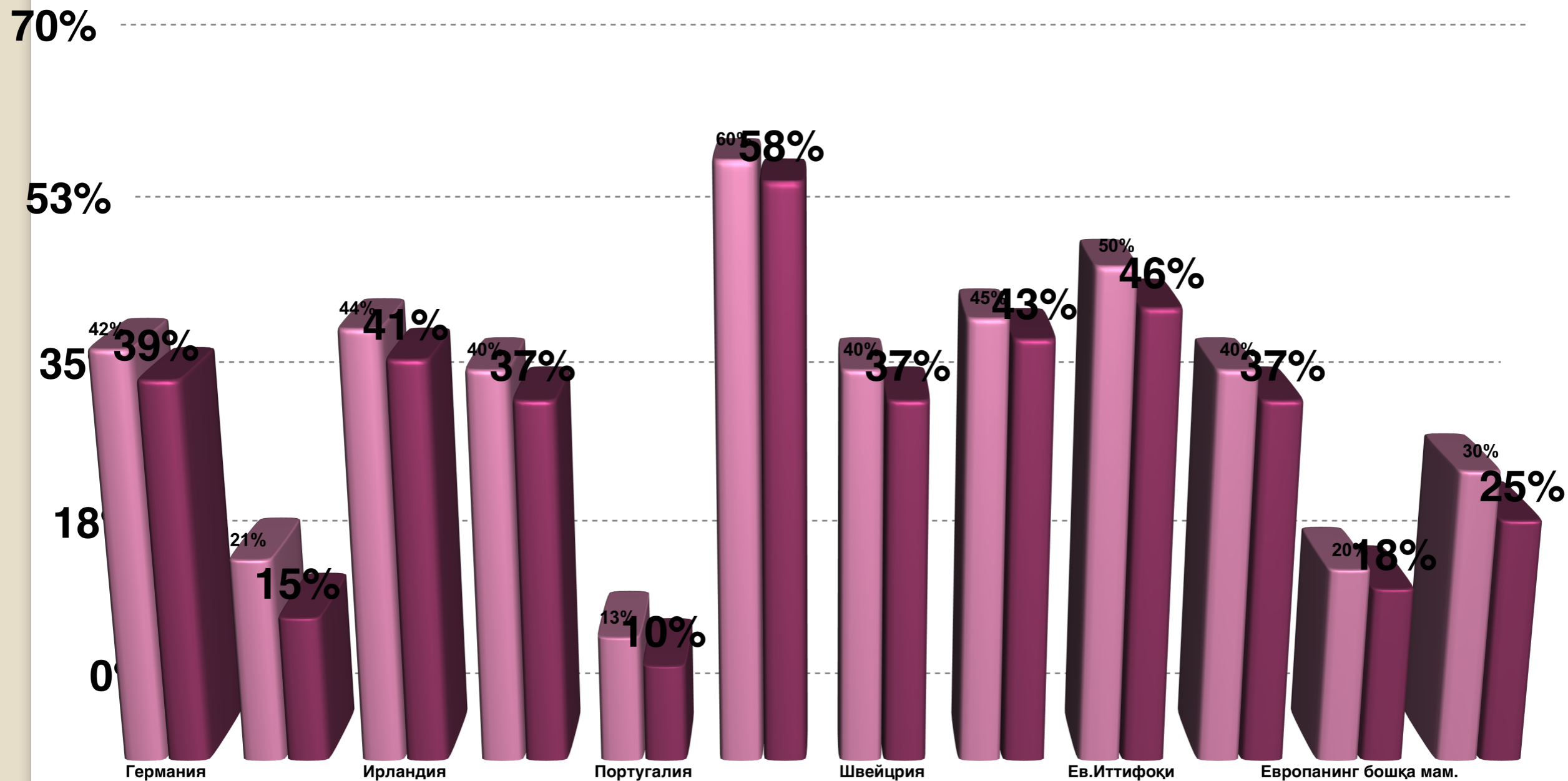
$П$ - ишлаб чиқариш томонидан бозорга таклиф қилинган турмахсулотлар ва хизматларнинг умумий ҳажми;

P_n - импорт ҳажми;

P_e - экспорт ҳажми.

Ички бозор сиғимини ҳисоблашда бошқа омиллар ҳам ҳисобга олинади: тўлов қобилиятига эга талаб, турмахсулотлар бозорининг умуман (рақобатчилар маҳсулоти билан ҳам) тўйинганлиги, турист бошига ўртача истеъмол, турфирмалар, ташкилотлар эҳтиёжлари.

3. Туроператорлар томонидан ишлаб чиқилган маршрутларни реклама қилишда ахборот технологияларидан фойдаланиш.



Ривожланган мамлакатларда оmmовий ахборот воситалари оркали реклама

	TV	Радио	Матбуот	Бошқалари
АҚШ	22%	70%	35%	36%
Канада	52%	25%	23%	

4. Туроператорлар томонидан экскурсион маршрутларни ишлаб чиқиш шарт-шароитлари

Экскурсион маршрутлар, бошқа ҳар қандай маҳсулот сингари, ҳаёт циклига эга. Бу цикл қуйидаги босқичлар билан тавсифланади:

1. Ишлаб чиқиш (тадқиқ қилиш даври) – маҳсулотни тавсифлаш, унинг қийматини ҳисоблаш ва янги маҳсулот ҳақида ахборот бериш усулини танлаш.

2. Бозорга чиқариш – сотиш кўрсаткичлари жадал суръатларда ўсиши. Маҳсулот ҳали мукамал эмас, унинг нархи ва сотиш ҳажмлари ҳали барқарорлашгани йўқ.

Ривожланиш босқичи – маҳсулотга қизиқиш билдирувчи истеъмолчиларнинг аксарият қисми у ҳақда маълумотга эга бўлган ва унинг энг муҳим эҳтиёжлари қондирилган босқич. Мазкур босқичда ўсиш суръатлари секинлашади, аммо сотувлар ҳажми ошишда давом этади.

Етуклик (тўйиш) босқичи. Ушбу босқичда истеъмолчилар доираси деярли кенгаймайди, улар сонининг маълум даражада кўпайиши даромадларининг ошиши мазкур маҳсулотдан фойдаланиш имконини берувчи кишилар ҳисобига рўй бериши мумкин. “Содиқлик ҳодисаси” намоён бўлади (айни бир туристлар айтиши билан бир мамлакатга ёки айтиши билан бир курортга дам олгани билан бир неча марта ташриф буюради).

Таназзул босқичи туристик бозор мазкур маҳсулот билан тўла бошлаганини англатади. Бозорда янги, янада мукамал ва қизиқарлироқ товарлар пайдо бўлади ёки мазкур маҳсулотга талаб йўқолади (денгизда чўмилишни хуш кўрадиган одамларнинг мойиллиги ўзгарди ва энди уларни экзотика қизиқтира бошлади).

Туроператорлар томонидан экскурсион маршрутни баҳолаш ҳисоби (Тошкент –Самарқанд экскурсион маршрути бўйича, 2010 йилнинг ҳолати)

№	Турга киритилган хизматлар	Хизматлар қиймати	Жами
1.	Меҳмонхонада жойлаштириш, ваннали ёки душли номерларда	20000 сўм x 8 сутка	160000
2.	2 маҳал овқатланиш (нонушта, кечки овқат)	10000 сўм x 8 сутка	80000
3.	Трансферлар (учрашувлар ва кузатишлар, жами 4 марта)	Автобусни ижарага олиш 25000 сўм / соат x 4 соат 100000 сўм : 20 киши = 5000 сўм. Багажни ташиш – 1000 сўм. Жами: (5000 сўм + 1000 сўм) x 4 марта = 24000 сўм	24000
4.	Экскурсия хизматлари кўрсатиш (автобусда гид-таржимон билан 4 экскурсия)	Экскурсия хизматлари кўрсатиш (автобусда гид-таржимон билан 4 экскурсия)	8000
5.	Тошкент – Самарқанд маршрути бўйича темир йўл чиптаси билан таъминлаш (фирма поезда, купе вағони)	25000 сўм	

6.	Гуруҳнинг режадан ташқари кузатувчисини қабул қилиш	Меҳмонхона – 16000 Овқатланиш – 8000 сўм т/й чиптаси – 2000 сўм Жами: 26000 сўм : 20 киши = 1300	1300
7.	Ўз кузатувчисига харажатлар	Самарқанддаги меҳмонхона 20000 сўм x 4 кун = 80000 сўм Самарқандда овқатланиш 5000 сўм x 4 кун = 20000 сўм Йўлқира Тошкент-Самарқанд – Тошкент 20000 сўм x 2 дона = 40000 сўм	
8.	ЖАМИ		273300
9.	Операцион харажатлар (ижара, меҳнат ҳақи, алоқа, реклама) ва режалаштирилган даромад, жами 20% миқдорида		20000
10	Жами		293300

5. Туроператорларнинг экскурсион дастурларни ишлаб чиқишда миллий мерослардан самарали фойдаланиш йўллари.

**Халқ
оғзаки
ижоди**

**Наққошлик
санъати**

**Миллий
ўйинлар**

**Хаттотлик
санъати**

**Архитектура
санъати**

**Миллий урф-
одатлар**

Ананавий саноат маҳсулотлари

6. Туризм ва экскурсиянинг бир –бирига боғлиқлигини янада ошириш.

Туризм экскурсиясиз тассавур қилиш жуда қийин. Сабаби туризмнинг асосий мақсади бу экскурсия ҳисобланади.

Туризм қандай сабаблар билан экскурсияга боғланиб қолган

Биринчидан, ҳаракат мазмунига қараб, туристлар қайси экскурсион хизматларни кўпроқ сотиб олмоқда ва хизматга талаб ортиб бормоқда.

Иккинчидан, туристларни жалб этишнинг энг асоси экскурсион объектларнинг ҳолати ва уларнинг рақобатбордошлиги