

А. С. Ақтымбаева
Ж. М. Асипова

ТУРОПЕРЕЙТИНГ: ТҰЖЫРЫМДАМАЛЫҚ МЕХАНИЗМДЕРІ



ӘОЖ 379.8(035)

КБЖ 75.81

А 37

*Баспаға әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
Ғылыми кеңесі (№ 9 хаттама 25.05.2020 ж.) және
Редакциялық-баспа кеңесі (№ 4 хаттама 19.06.2020 ж.)
шешімімен ұсынылған*

Пікір жазғандар:

география ғылымдарының докторы, профессор **Қ.Т. Сапаров**
география ғылымдарының докторы, профессор **Б.Ш. Абдимананов**
география ғылымдарының докторы, профессор **Ш.М. Надыров**

Ақтымбаева А.С., Асипова Ж.М.

А 37 Туроперейтинг: тұжырымдамалық механизмдері: моно-
графия / А.С. Ақтымбаева, Ж.М. Асипова. – Алматы: Қазақ
университеті, 2020. – 320 б.

ISBN 978-601-04-4749-3

Бұл монография туризм мамандығы бойынша оқитын студенттерге, магистранттарға арналған. Осы монография 5В090200 – «Туризм» мамандығының «Туроперейтинг» пәнінің бағдарламасына сай құрастырылған.

Монографияда теориялық және практикалық негіздер, тулоперейтингтің қазіргі тенденциялары, туристік пакет қалыптастырудың түрлі тәсілдері, заманауи зерттеулер және зерттеу әдістері қамтылған. Алматы облысы және Алматы қаласы бойынша туризм саласына сипаттама беріліп, 2020 жылғы ковид пандемиясының туризм саласына әсері қарастырылды.

Бұл жұмыс магистранттарға, докторанттарға, ғалымдар мен туристік-рекреациялық қызмет саласындағыларға және туристік нарықты бағалау мен талдаумен айналысатындарға, туристік ұйымдарға, ішкі туристік нарықты дамыту үшін жоспарлау органдары үшін пайдалы болуы мүмкін.

ӘОЖ 379..8(035)

КБЖ 75.81

ISBN 978-601-04-4749-3

© Ақтымбаева А.С., Асипова Ж.М., 2020

© Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2020

МАЗМҰНЫ

АЛҒЫ СӨЗ	4
КІРІСПЕ	6
1 «ТУРОПЕРЕЙТИНГ» ҒЫЛЫМИ ЗЕРТТЕУДІҢ ЖҮЙЕЛІК ОБЪЕКТІСІ РЕТІНДЕ	8
1.1 Туроперейтингтің жалпы сипаттамасы және функциясы	14
1.2 Туристік қызмет нарығындағы туроператордың сипаттамасы мен функциясы	27
1.3 Туристік нарықтың түсінігі және ерекшеліктері	36
1.4 Туроперейтингтің шаруашылық және қоғамдық маңызы	45
1.5 Туроператорлардың қонақжайлылық индустриясы нарығына әсері	83
2 ТУРОПЕРЕЙТИНГТЕГІ ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТЕР КЕШЕНДЕРІН ІСКЕ АСЫРУ ТЕХНОЛОГИЯСЫ	116
2.1 Туроперейтингтегі баға қалыптастыру ерекшеліктері	116
2.2 Турларды іске асыру технологиялары	133
2.3 Маркетингтік этика мен корпоративтік әлеуметтік жауапкершілік	192
3 САПАЛЫ ЗЕРТТЕУЛЕР ӨТКІЗУ МЕТОДОЛОГИЯСЫ ЖӘНЕ НӘТИЖЕЛЕРІ	205
4. ҚАЗАҚСТАН МЕН АЛМАТЫ ҚАЛАСЫНДАҒЫ ТУРИЗМ ЖАҒДАЙЫНА СИПАТТАМА	222
4.1 Туризм саласының жалпы көрсеткіштері (Алматы қаласы мысалында)	222
4.2 ТМД және Қазақстан елдеріндегі халықаралық туроператорлардың тиімділігін салыстырмалы талдау нәтижелері	256
4.3 Туризм саласындағы құндылықтар тізбегін нығайтуға арналған басымдықтар	271
4.4 Пандемия, туризм және жаһандық өзгеріс: COVID-19 туризмге әсері	288
ӘДЕБИЕТТЕР	309

АЛҒЫ СӨЗ

Туроперейтинг – соңғы өнім (тур) түрінде туристік қызметтер кешенін құру және іске асыру бойынша туризм саласындағы кәсіпорындардың нарықта өнімді еркін сату жолымен туристік қызметтерді тұтынушылардың мұқтаждықтары мен қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған коммерциялық қызмет.

Туроперейтинг процесіне егжей-тегжейлі қарай отырып, бұл қызметпен негізінен туризмнің ерекше кәсіпорындары айналысатынын көруге болады, олар өз бетінше немесе басқа кәсіпорындардың қатысуымен турлар жасайды және жүзеге асырады. Бұл кәсіпорындар туризм жүйесінде маңызды орын алады. Өз қызметінің түрі бойынша туристік кәсіпорындар, бір жағынан, туристік қызмет көрсетуші кәсіпорындар үшін маркетингтік делдалдар (қонақ үйлер, әуекомпаниялар, мейрамханалар, туристік орталықтар және т.б.) болып табылады, екінші жағынан – жекелеген бастапқы туристік қызметтерді жинақтау процесінде олар нақты тұтынушыға нақты мерзімде ұсынылатын қызметтер кешені түрінде мүлде жаңа тұтынушылық құндылық жасайды.

Сондықтан, туроперейтингті осы тұрғыдан қарастыра отырып, оның өндірістік қызметін атап өту қажет. Осылайша, туроперейтингті туризмдегі арнайы өндірістік функциясы ретінде анықтауға болады.

Туристік индустрияны дамытудың қазіргі кезеңінде, туристік өнімдерді әзірлеу және табысты іске асыру үшін тек қана жалпы білім, тіпті тереңдетілген білім жеткіліксіз болған жағдайда, туризм саласының қызметкерлеріне туроперейтинг секілді мамандандырылған пән көмек береді.

Туроперейтинг – салыстырмалы түрде жас ғылым. Оның пайда болу себебі – заманауи туристік бизнестің одан әрі қызмет көрсете отырып, турпакетті әзірлеу, қалыптастыру және экономикалық тиімді іске асыру тұжырымдамасына ғылыми көзқарас тұрғысынан үнемі өсіп келе жатқан қажеттілігімен айқындалады.

Туроперейтинг – туристік индустрия мамандарының негізі. Бұл туристік нарықтағы сұранысты талдау; серіктестерді, жеткізушілерді, тасымалдаушыларды, сақтандыру компанияларын, агенттерді және агенттік компанияларды таңдау, олармен келісімдер жасау; бәсекеге қабілетті өнімді (турды) әзірлеу, тур құрамына кіретін қызметтер кешенін қалыптастыру, бағдар-

ламаларды, жарнамалық және ақпараттық материалдарды дайындау, туристік өнімді нарыққа өткізу және жылжыту жоспарларын жасау, өткізу жүйесін жоспарлау және құру, турларды сату, сату сатысында клиенттерге қызмет көрсету, әлеуетті клиенттермен келіссөздер жүргізу, туристік қызмет көрсету кезінде клиенттерге қызмет көрсету, сондай-ақ сатудың жаңа технологияларын қолдану сияқты турлардың өмірлік циклінің барлық аспектілерін қамтиды.

Оқырманның назарына ұсынылып отырған «Туроперейтинг: тұжырымдамалық механизмдері» монографиясында авторлар өздерінің туризм саласына қатысты жинақтаған әдістемелік-практикалық тәжірибесін, туристік бизнесті ұйымдастыруға байланысты шаруашылық саясаты мен туристік индустрияға әсер етуші факторларды, туристік бизнес ісінің қазіргі кездегі жағдайын және даму болашағын ашып көрсетуді мақсат еткен.

Монографияда «Туроперейтинг» бойынша қазақ тілінде негізгі түсініктер мен зерттеу негіздері берілген.

Қазіргі заман талабына сай туризм индустриясы тұрақсыз өзгеріп отыратын нарық жағдайына бейімделген жоғары білікті мамандар даярлауды қажет етеді. Өз қызметі саласында теориялық және практикалық тұрғыдан жан-жақты қабілетті, әрі сауатты кәсіпкер ғана мол жетістіктерге қол жеткізеді. Қазіргі таңда кәсіпкерлік қызметке арналған көптеген батыс ғалымдарының еңбектері жарық көруде. Бұл еңбектердің көбі батыс елдерінің тәжірибесінде және нарықтық экономикада дамыған кәсіпорындар негізінде құрылған. Бірақ халықаралық туризм индустриясы тәжірибесіндегі басқару модельдері дамымаған инфрақұрылымның және кадрлардың жетіспеуіне байланысты біздің жағдайда қолданысқа енуі екіталай. Осыған орай «Туроперейтинг» пәнінің бағдарламасы отандық ғылым мен практикада өзге елдердегі туристік индустриядағы маңызды тәжірибесі негізінде құрылған.

Практикалық сабақтар кезінде студенттер туристік құжаттарымен, туристік аймақты бағалау әдістері, туристік нарық субъекттер арасындағы байланыс механизмдері, инфрақұрылым нысандарында туристерге қызмет көрсету сапасын бағалаумен танысады және нарықтық экономика жағдайында туроператорлардың әсерлілік көрсеткіштерін анықтайды.

Ғылыми басылым

Алия Сагындыковна Ақтымбаева
Жанна Медеуовна Асипова

**ТУРОПЕРЕЙТИНГ:
ТҰЖЫРЫМДАМАЛЫҚ
МЕХАНИЗМДЕРІ**

Монография

Редакторы Ағыла Хасанкызы
Компьютерде беттеген Айгүл Алдашева
Мұқаба дизайны Айша Қалиева

ИБ 13744

Басуға 25.06.2020 жылы қол қойылды. Пішімі 60x84 $\frac{1}{16}$.
Көлемі 15,25 б.т. Офсетті қағаз. Сандық басылыс.
Тапсырыс №10000. Таралымы 500 дана. Бағасы келісімді.

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің
«Қазақ университеті» баспа үйі.
050040, Алматы қаласы, әл-Фараби даңғылы, 71.
«Қазақ университеті» баспа үйі баспаханасында басылды.