

## СТУДЕНТТЕРДІҢ ӨЗДІК ОҚУТЫШЫМЕН ЖҰМЫСЫ

### **1 СООЖ. Туроперейтингтің Қазақстанда пайда болу алғышарттары және оның кәсіпкерлер үшін тартымды факторлары.**

Жұмыстың мақсаты: Туроперейтингтің тарихи түбірлерімен танысу. Туроперейтингтің негізгі кезеңдерін көрсететін, тәртіптің ғылымдағы дамуындағы қысқаша тарихи очерктеріне талдау жасау.

**Тапсырма:** Турлардың дамуы кезеңдерін қарастырып баяндама, слайд жасау

*Сұрақтар :*

1. Туроперейтинг даму тарихының әр кезеңіне сипаттама беру.
2. Туроперейтингтің жалпы сипаттамасы, субъектілері және түрлері.

### **Әдебиеттер тізімі**

- 1 Бирицкая, Н.М. Туроперейтинг: оқу құралы / Н.М.Бирицкая. – Минск: БГЭУ, 2007.
- 2 Квартальнов, В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – М: Финансы и статистика, 2007.
- 3 Богданов, Е.И. Планирование на предприятии туризма: оқулық / Е.И.Богданов, О.Н. Кострюкова, В.П.Орловская. – СПб: Бизнес–пресса, 2004.
- 4 Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: оқулық / Е.Н. Ильина. – М: Советский спорт, 2002.

### **2 СООЖ Халықаралық және отандық туристік нарықтардағы туроператорлардың рөлі мен орны.**

**Мақсаты:** Логикалық есеп арқылы туроператорлардың рөлі көрсетіңіз

**Тапсырма:** Оператор бір апталық Болгарияға чартерлік рейс құруда. Оператор төлеген чартер құны-21000\$, әуе суднасының сыйымдылығы -155 адам. Оператор болжаммен туристерге жер үсті (наземного обслуживания) қызмет көрсетуге жергілікті хотельерден қатты блоктан 100 орынды тәулігіне -7\$ сатып алып қойды, сонымен қатты блок элотментінің көлемі кіру жоспары бойынша -4900\$ құрайды. Қалған 55 адамның орналасуы осы отельде жұмсақ блок орынды элотментінен адам басына тәулігіне - 11\$ жоспарлануда. Авиарейстің нөлдік рентабельдігін есептеу керек, егер нарық конкуренттері турдың құнын 260\$ бағаласа.

Осы жағдайды негізгі құқықтық нормативтермен талдаңыз

**Сұрақтар:**

Туристік ауданастырудың маңыздылығы мен өзектілігі.

Туроперейтингтегі жобалау объектісі ретінде туристік қызметтер

### **Әдебиеттердің тізімі:**

- 5 Актымбаева А.С. туроперейтинг: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2015. – 120 бет
- 6 Бирицкая, Н.М. Туроперейтинг: оқу құралы. – Минск: БГЭУ, 2007. - 120 с.
- 7 Квартальнов, В.А. Туризм: учебник. – М: Финансы и статистика, 2007. - 120 с.
- 8 Богданов, Е.И. Планирование на предприятии туризма: оқулық. – СПб: Бизнес–пресса, 2004. - 145 с.
- 9 Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: оқулық. – М: Советский спорт, 2002. - 312 с.
- 10 Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Оқулық. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 256 б.
- 11 Основы туристской деятельности: Оқулық./ Құрастырушы Ильина Е.И. – М.: Советский спорт, 2002. – 200 б.

### **3 СООЖ Халықаралық нарықтың макроаймақтары мен субаймақтарының туристтік-рекреациондық потенциалы.**

**Тапсырма:** берілген нұсқау бойынша қала және қала сырты экскурсияның бағасын есептеу

#### **Әдістемелік нұсқау.**

Баға құру және түпкілікті бағаны бектіу әдісін таңдау. Туризмдегі баға құрудың барынша танымал әдістеріне келесілер жатады.

Шығындық тәсіл, оның негізінде «орташа шығындар қосу пайда» тәсілі жатыр, бұл туристік қызметтің өзіндік құнын қымбаттатуды білдіреді.

Қызмет бағасы=қызметтің өзіндік құны+қымбаттатудың сомасы (туристік салада 5-20%)+ҚҚС.

Шығындық әдістің артықшылықтары:

- егер туристік ұйым туристік өнімнің толық өзіндік құнының құрылымын нақтырақ анықтай алса, баға құру елеулі түрде жеңілдейді;

- фирманың негізгі бәсекелестерінің аталған әдісті пайдаланулары бағалық бәсекелестіктің төмендеуі үшін жағдай жасайды;

- турфирмаларда туристік өнімдерге сұраныстың ауытқуына елеулі түрде аз көңіл бөлуге мүмкіндіктері туады.

Шығындық әдістің кемшілігі стандарттық бағалауды пайдалану әрбір бәсекелік жағдайда сатып алушылық сұраныс пен бәсекені есепке алуға мүмкіндік бермейтіндігінде болып табылады, сәйкесінше, оңтайлы бағаны анықтауға жағдай тумайды.

Агрегаттық әдіс. Аталмыш әдіс жекелеген элементтерден тұратын тауарлар өндіріс немесе қызмет көрсетуде пайдаланылады. Туристік пакеттің ішіне кіретін қызметтер – транспорттық қызмет, қонақүй қызметі, сауықпен қамтамасыз ету, экскурсиятық қызметтер т.б.

Баға = 1-элементтің бағасы + 2-элементтің бағасы + n-элементтің бағасы.

Агрегаттық әдісті жетілдірілген түрде келтіруге болады:

Баға=жалпы блоктың бағасы (негізгі баға)+жекелеген элементтердің болу-болмауына байланысты үстінен қосу (жеңілдіктер).

Қосымша алымдар, мысалы, сауықпен қамтамасыз етудегі қосымша қонақүй қызметтеріне қойылуы мүмкін (сауна, массаждар т.б.) [2, 209 б.]. туристік ұйымдар туристік өнімнің құнына тең жеңілдіктерді пайдаланады, мысалы; әуе компаниялары және қонақүйлердің 50-65 жастағыларға жасайтын жеңілдіктері, мезгілдік, топтық жеңілдіктер, тұрақты клиенттерге жеңілдіктер, оқушы топтарына жеңілдіктер, арнайы жеңілдіктер және т.б.

Ұқсас қызметтердің қарқынды қатарын талдауға негізделген статистикалық әдіс.

Бәсекелестердің баға деңгейінен жоғары немесе төмен баға белгілейтін ағымдағы бағалар әдісі.

Бағаға сатып алушыларға көрсетілетін ерекше кепілдіктерді қосуды көздейтін қызметтің сезілетін құндылығы әдісі.

Параметрлік әдіс. Баға басты параметрден тікелей тәуелді болады немесе аса маңызды параметрлердің жиынтығымен есептеледі.

Сараптамалық бағалаулар әдісі туристік нарықтағы бағаларға қатысты болжамдар құруға мүмкіндік береді.

#### *Әдебиеттер тізімі:*

1. Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов вузов. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.

2. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. М.: Финансы и статистика, 2000.

## **5 СӨӨЖ Қазақстан Республикасының аймақтарында туризмді дамытудың негізгі әдістемелері.**

**Мақсаты:** Туристік кәсіпорын заңды құжаттарды қарастыру. Шағын және орта кәсіпорын құрылысы. Келісім шарттар

**Тапсырма:** туристік поездың директорының ерекшеліктерін оқып білу. Инструктор, аниматор, дәрігер, теміржол жұмыскерлерінің міндеті. Балалар турпоезын ұйымдастыру. тәрбиелеуші құқығы мен міндеті. Аз уақытты теміржол саяхатының өту және ұйымдастыру ерекшеліктері. Қазақстанда су саяхатын өткізу мүмкіндіктері. Судтарды жалға алу ерекшеліктері. Су маршрутын оның инфрақұрылымына ыбайланысты ұйымдастыру жоспары. суднадағы жұмыскерлердің құқығы мен міндеттері.

### **Методикалық көрсетулер:**

Турист пен турфирма арасындағы келісім шарт құруға бірнеше құжат кіреді, олар туристік қызмет көрсету келісім шарты, туристік жолдама, туристік ваучер, анықтама қағазы.

Келісім шарт жасасу ережелері «ҚР туристік іс әрекет туралы» заңында көрсетілген.

Келісімшарт жасаған кезде:

- Туристік ұйым туристке туристік маршруттың барлық аспектісі бойынша анықтама беруі қажет, қауіпсіздік техникасы бойынша инструктаж өткізу, маршруттағы санитарлық гигиеналық ережелерді айту.

- Туристік ұйым туристке медициналық сақтандыруына жәрдем көрсетуге міндетті

- Егер саяхаттағы фактілік өзгертулер туристке залалын тигізетін болса туристік ұйым жолдаманың бағасын төлеуге міндетті.

### **СӨӨЖ. 1 Аралық бақылау**

Сұрақтар

1. Форма бойынша анықтама

2. Лицензиялық топтаудың төлемін анықтайтын құжат

3. Психикалық жағдайы туралы медициналық анықтама

4. Турды сатуды стимулдаудың жеңілдік жүйесі

5. Көлік қызметінің жалпы мінездемесі.

6. Көлікті қолданудағы туризм классификациясы.

7. Көлік құралдарының классификациясы. Қысқаша мінездеме.

8. Көліктердің кейбір түрлерінің тартымдылығының факторлары.

9. Көлік таңдау басымдылығы.

10. Әлемдік және Қазақстандық әуе көлігі туралы мінездеме.

11. Су көлігінің қысқаша мінездемесі.

12. Теміржол көлігінің қысқаша мінездемесі.

13. Жеңіл автокөліктеріне мінездеме.

14. Көліктің спецификалық түрлері. Мінездеме.

15. “Чартер” дегеніміз не.

16. “Автостоп” қолдану практикасы.

17. Көлік жүйесінің үздіксіз қолдану мінездемесі.

18. “Кемпер”, “Басжай” түсінігі.

19. Автокөлік транспортының классификациясы.

20. Әртүрлі көлік түрлеріне ыңғайлы жағдайды ұсынатын компоненттер.

21. Экологиялық таза көлік түрлері.

22. Көлік құралдарының қауіпсіздігінің талаптары.

23. Тасымалдаушының міндеттері.

24. Тасымалдаудың ережесі. Қысқаша мінездеме.

25. Көліктерінің кейбір түрлеріне жолаушыларға льгота жүйесі ұснады.

26. Дисконт картасы.

27. Көліктің кейбір түрлерінің класстары(купе, каюта және т.б) қысқаша мінездеме.

28. Бизнес план деген не және оның мағынасы.
29. Бизнес планның қысқаша мазмұны.
30. Бизнес планды құру этаптары.
31. Туристік фирманың қоятын қағидалары.
32. Туристік іс - әрекеттің қаржыландыру көздері.
33. Туризмдегі инвестиция мысалдары.
34. Инвестиция көздері.
35. Инвестицияның эффектілігі.
36. Брондық парақтың қойылуы.

## **9 СООЖ Халықаралық және ұлттық дәрежедегі туроперейтингтегі келісім-шартты жасау.**

### **Мақсаты: Туристерді күту бағдарламасын қарастыру**

Сабақтың мақсаты: күту бағдарламаларын құруды үйрену.

Негізгі сұрақтар: 1. Бағдарламалық қамтамасыз ету, оның қағидалары..

2. Бағдарламаның жіктелуі.

3.Өзіндік бағдарлама жасау.

Әдістемелік ұсыныстар:

түсінігі, туристердің жас құрамына, қозғалыс түрі, туризм түріне байланысты дифференциалдық бағдарламалар құру. Қызмет көрсетудің аяқталуы, анкета мазмұны мен зерттелуі және бағдарламаның орындалуына жауапты есеп беру. Турдың өзіндік құнын есептеу

## **10 СООЖ Туроперейтингтің мақсаттарына жетудегі қызметкерлер рөлі.**

**Мақсаты:** Турдың бағасын шығаруды үйрену

**Тапсырма:** Турпакет жасау.

**Әдістемелік нұсқау**

Тур – пакеттің өзіндік құнын жоспарлық және алдын ала есептеудің ерекше сипаттамалары кестемен келтіруге болады:

Жеткізушілердің змет құны	Жеке тур	Топтық тур			
		30 адам	35 адам	40 адам	60 адам
Автобусқа билет	600 тг	Автобусты жалға алу - 15000 тг			
		500	429	375	250
Тұру, тамақтану (3 тәулік)	1050 ртг	Топтық жеңілдік:			
		5%	7%	10%	15%
		998	976	945	892
Экскурсиялық қызмет көрсету	300 тг	Топтық экскурсияның бағасы - 900 тг			
		30	26	22,5	15
<b>БАРЛЫҒЫ:</b>	<b>1950 тг</b>	<b>1528</b>	<b>1431</b>	<b>1342,5</b>	<b>1157</b>

Жеткізушілердің қызметтерінің бағасымен қатар, туроперейтингтің өзгермелі шығындарына келесілерді жатқызуға болады:

■ алып жүруші топтар үшін тур құны (жол жүру, тұру, тамақтану, алып жүрушінің іссапар ақшасы);

■ турға қызмет көрсету құны (қызметкерлердің жұмыс уақытының шығындары және нақты тур – пакетін сатып алуды ұйымдастыру бойынша ақшалай шығындар) математикалық есептеуге беріледі. Мәселен, Ростов – на Дон қаласында Анталияға турды

сату құны мыналарды қамтиды: екі халықаралық (қалааралық қоңырауды (\$2), орташа шамамен менеджердің клиентпен бір сағаты (маусымда менеджердің бір сағаты \$1 бағалануы мүмкін), курьер қызметін – құжаттарды немесе ақшаны жөнелту (\$2), әуежайға туристерді шығарып салу, орташа шамамен менеджерлердің 2 сағат жұмыс уақыты (\$2), тур бойынша құжаттарды ресімдеу, орташа шамамен 30 мин. (\$0,5). Нәтижесінде Ростов – на – Дону бойынша Анталияға бір турға қызмет көрсету құны \$7,5 құрайды.

Тұрақты және өзгермелі шығындардың талдауына негізделе, турдың өзіндік құнын есептеумен қатар, туристік оператордың пайда нормасы қалыптастасады. Нарықтық факторлардың қатарынан пайда нормасының мөлшері тәуелді болады:

- нарықтағы фирманың стратегиясы (баға және бәсекелестік стратегиясы);
- туроператордың нарықтық мүмкіндіктері (оның танымалдылығы, нарық үлесі, жарнамалық кампаниялардың қарқындылығы, имиджі);
- аймақтық туристік нарықта бәсекелестіктің деңгейі;
- туроператордың объем работы туроператора;
- мүмкіндіктер және тур типтері (көпшілік, беделді бағыттар, жаңа турлар, эксклюзивті тур).

Практикада туроператордың пайда нормасы туристік бағытқа және оның нарықтық мүмкіндіктеріне баланысты 30 – дан 60 \$ арылығында өзгереді. Кез келген жағдайда жоспарланатын пайда нормасы оператордың тұрақты және өзгермелі шығындарды жабуы керек, фирманың коммерциялық мақсаттарына жауап беруі тиіс, резервті қорды қалыптастыруды қамтамасыз етуі қажет, операторға өзінің агенттеріне комиссиялық сыйақы төлеу мүмкіндіктерін беруі керек.

Шығындар мөлшерін және жоспарланатын пайда нормасын ескере, туроператормен оның жұмысының пайдалылығының критикалық нүктесі, яғни нөлдік рентабельділікті (фирманың тұрақты және өзгермелі шығындарын жабатын) қамтамасыз ететін есепті кезеңде туристерді жөнелтудің минималды санын анықталынады. Нөлдік рентабельділікті есептеу екі деңгейде жүреді: тур деңгейінде (топтық турға ғана қатысты қолданылады) және фирма деңгейінде.

### **11 СООЖ Туроперейтингтің құндық стратегияны жасау**

**Мақсаты:** Бизнес план туралы мәлімет беру және бизнес план құрудың этаптарын көрсету. Туристік кәсіп орынның ұйымдастырушылық- құқықтық формаларын қарау.

#### **Тапсырма:**

1. Бизнес планның заманауи түсінігі. Турстік іс- әрекетті таңдау проблемалары. Бизнес планның құрылу этаптары.
2. Турфирманың жүйелеу талаптары. Турфирмадағы кадр менеджментінің негізгі принциптері. Қаржыландыру стратегиясы.

### **12 СӨЖ Турлардың өмірлік айналымының сатылары. Туроператорлардың турларын халықаралық және ұлттық нарықтарда алға басу стратегиялары.**

**Мақсаты:** Туркәсіпорын беделін қалыптастыру есеп-салдарды және факторларды талдау

#### **Тапсырма.**

1. 1-кесте бойынша ҚР-ғы қызмет етуші туристік мекемелерге жылдар бойынша бағана диаграммасын құрастыру.
2. ҚР облыстарындағы туристік бизнес дамуына анализ жасау.

**Туристік қызмет** анықтамасымен туроператорлық және турагенттік қызмет, сонымен қоса өзге де саяхатты ұйымдастыру қызметі түсіндіріледі.

**Туроператорлық қызмет**-заңды тұлға немесе жеке кәсіпкер лицензиясының негізінде іске асырылатын, туристік өнімді құрастыру, алға жылжыту және жүзеге асырудағы қызмет түрі.

**Турагенттік қызмет-** заңды тұлға немесе жеке кәсіпкер лицензиясының негізінде іске асырылатын, туристік өнімді алға жылжыту және жүзеге асырудағы қызмет түрі.

### Әдістемелік нұсқаулар

1-кесте. Қызмет етуші туристік фирмалар, агенттіктер және қонақ үйлер саны.

	1999		2000		2001		2002		2003		2004	
	б/ы	т/ф	б/ы	т/ф	б/ы	т/ф	б/ы	т/ф	б/ы	т/ф	б/ы	т/ф
Қазақстан Республикасы	<b>425</b>	354	<b>690</b>	531	<b>770</b>	605	<b>807</b>	612	<b>952</b>	713	<b>1024</b>	751
Ақмола	<b>12</b>	11	<b>17</b>	13	<b>17</b>	12	<b>15</b>	10	<b>16</b>	10	<b>30</b>	19
Ақтөбе	<b>13</b>	13	<b>17</b>	12	<b>13</b>	8	<b>14</b>	10	<b>15</b>	11	<b>22</b>	16
Алматы	<b>22</b>	6	<b>30</b>	18	<b>35</b>	23	<b>29</b>	18	<b>43</b>	29	<b>49</b>	37
Атырау	<b>5</b>	4	<b>9</b>	2	<b>13</b>	9	<b>13</b>	4	<b>40</b>	13	<b>49</b>	18
Шығыс-Қазақстан	<b>28</b>	14	<b>42</b>	25	<b>33</b>	16	<b>49</b>	23	<b>56</b>	22	<b>64</b>	24
Жамбыл	<b>13</b>	13	<b>22</b>	14	<b>23</b>	15	<b>13</b>	5	<b>25</b>	13	<b>21</b>	10
Батыс-Қазақстан	<b>5</b>	5	<b>6</b>	2	<b>9</b>	4	<b>6</b>	2	<b>7</b>	4	<b>11</b>	5
Қарағанды	<b>29</b>	26	<b>56</b>	38	<b>41</b>	23	<b>51</b>	25	<b>49</b>	25	<b>60</b>	29
Қостанай	<b>2</b>	10	<b>13</b>	9	<b>12</b>	9	<b>11</b>	7	<b>8</b>	5	<b>9</b>	6
Қызылорда	<b>1</b>	1	<b>9</b>	1	<b>10</b>	1	<b>13</b>	2	<b>15</b>	3	<b>15</b>	4
Маңғыстау	<b>9</b>	9	<b>12</b>	6	<b>7</b>	3	<b>10</b>	4	<b>19</b>	10	<b>22</b>	12
Павлодар	<b>19</b>	18	<b>20</b>	18	<b>15</b>	8	<b>23</b>	17	<b>36</b>	25	<b>36</b>	21
Солтүстік-Қазақстан	<b>3</b>	3	<b>4</b>	2	<b>5</b>	3	<b>9</b>	4	<b>11</b>	7	<b>17</b>	12
Оңтүстік-Қазақстан	<b>16</b>	14	<b>29</b>	17	<b>18</b>	6	<b>16</b>	4	<b>19</b>	5	<b>25</b>	12
Астана қаласы	<b>25</b>	16	<b>48</b>	28	<b>40</b>	21	<b>45</b>	23	<b>63</b>	37	<b>54</b>	26
Алматы қаласы	<b>213</b>	191	<b>356</b>	326	<b>479</b>	444	<b>490</b>	454	<b>530</b>	494	<b>540</b>	500

1-кесте жалғасы.

	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	б/ы	т/ф	б/ы	т/ф	б/ы	т/ф	б/ы	т/ф	б/ы	т/ф	б/ы	т/ф
Қазақстан Республикасы	<b>1231</b>	846	<b>1386</b>	921	<b>1476</b>	1007	<b>1691</b>	1163	<b>1765</b>	1203	<b>1929</b>	1252
Ақмола	<b>31</b>	16	<b>40</b>	17	<b>51</b>	20	<b>64</b>	26	<b>79</b>	26	<b>93</b>	22
Ақтөбе	<b>43</b>	20	<b>39</b>	18	<b>42</b>	20	<b>48</b>	27	<b>43</b>	26	<b>43</b>	27
Алматы	<b>50</b>	30	<b>78</b>	50	<b>65</b>	47	<b>87</b>	54	<b>80</b>	43	<b>153</b>	37
Атырау	<b>60</b>	22	<b>75</b>	23	<b>53</b>	24	<b>56</b>	25	<b>51</b>	18	<b>50</b>	21
Шығыс-Қазақстан	<b>89</b>	34	<b>104</b>	39	<b>107</b>	40	<b>117</b>	47	<b>123</b>	48	<b>117</b>	42
Жамбыл	<b>21</b>	11	<b>23</b>	13	<b>32</b>	19	<b>34</b>	21	<b>35</b>	21	<b>34</b>	19
Батыс-Қазақстан	<b>14</b>	6	<b>17</b>	8	<b>22</b>	10	<b>23</b>	11	<b>22</b>	10	<b>31</b>	13
Қарағанды	<b>91</b>	46	<b>110</b>	52	<b>117</b>	54	<b>134</b>	72	<b>136</b>	76	<b>141</b>	81
Қостанай	<b>20</b>	10	<b>25</b>	13	<b>30</b>	19	<b>37</b>	26	<b>38</b>	26	<b>39</b>	27
Қызылорда	<b>15</b>	3	<b>17</b>	4	<b>17</b>	4	<b>14</b>	3	<b>12</b>	2	<b>16</b>	4
Маңғыстау	<b>27</b>	15	<b>30</b>	21	<b>39</b>	22	<b>44</b>	26	<b>48</b>	29	<b>49</b>	30
Павлодар	<b>54</b>	23	<b>67</b>	32	<b>84</b>	48	<b>89</b>	52	<b>93</b>	56	<b>95</b>	59
Солтүстік-Қазақстан	<b>25</b>	15	<b>25</b>	16	<b>25</b>	18	<b>30</b>	20	<b>33</b>	23	<b>33</b>	21
Оңтүстік-Қазақстан	<b>64</b>	16	<b>36</b>	18	<b>41</b>	18	<b>50</b>	26	<b>47</b>	22	<b>53</b>	27
Астана қаласы	<b>64</b>	28	<b>90</b>	44	<b>106</b>	57	<b>136</b>	88	<b>146</b>	87	<b>222</b>	158
Алматы қаласы	<b>593</b>	551	<b>610</b>	553	<b>645</b>	587	<b>728</b>	639	<b>779</b>	690	<b>760</b>	664

### 13 СӨӨЖ Сұранысты қалыптастыру және өтімді ынталандыру практикалық жолдар

**Мақсаты:** Туристік мекеменің ұйымдастырушылық – құқықтық формаларын қарастыру.

**Тапсырма:**

1. Кадрды таңдау және оны орнатудағы жетекшінің жауапкершілігін қарастыру. Фирма бастығының және оның мамандарының жұмыстарының көлемі. Қазақстанның рекреациялық ресурстарына, көлік ұйымдарына, мәдени- танымдық жерлер бойынша,

орналастыру және тамақтандыру құралдары бойынша, спорттық – туристік мамандары және экскурсиялық шаралар бойынша картотекаларды енгізу.

2. Басқару функциясының басты мәнін оқу: ауа- райын жорамалдау, жоспарлау, ұйымдастыру, шешімдерді қабылдау, мәләметтер беру, мотивация және бақылау- олардың маңызы. Сервистің негізгі принциптеріне байланысты сыртқы және ішкі бақылаудың атқарылуы: клиенттің талаптарына байланысты қызмет көрсетудің максималды болуы, персоналдың жұмысына жағдай жасау, стандартқа сай турөнімнің жайлылығы. Мемлекеттік стандарттың түсінігі.

#### **14 СООЖ Турларды іске асыру технологиясы**

**Мақсаты:** Түрлі туристік (әуе, су, теміржол, авто) саяхаттардың маршруттарын дайындау, калькуляцияны жасау. Маршруттарды дайындау кезеңдері. Турлардың қалыптасу және жүзеге асу тәртібі. Қазақстанның турфирмалары мен агенттіктері.

##### **Тапсырма**

1. Туристік маршрут құрастыру
2. Алматы қаласының және ҚР-ның турфирмалары мен агенттіктері.
3. Алматы қаласының турагенттік және фирмаларының туристік қызметіне анализ жасау.
4. Туристік мекемеге экономикалық бағалау.

##### **Әдістемелік нұсқаулар**

**Қаржы ағымы-** қолма-қол ақша қозғалысы, құралдардың таралуы немесе тауарлар мен қызметтердің ақшалай бағалық көрінісі. Ақша құйылуы олардың қайтуынан асып кетсе, қаржы ағымы оң, керісінше жағдайда теріс болады. Қаржы ағымын бағалауда қолма-қол ақшаның нақты қозғалысы ескеріледі, амортизациялық бөліністер оған қосылмайды.

**Табыс-** тауар өнімінің (өнімді сатудан түскен табыс) бағасы.

**Дисконттау-** ақша көлемінің қазіргі уақытқа келтірілуі.

**Дисконтталған қаржы ағымы-** белгілі бір уақыт кезеңіне келтірілген , болашақ күтілетін ақша түсімдері мен шығындарының көлемі.

**Пайыздық ставка-** болашақ қаржы ағымдарының қазіргі бағасын есептеуде қолданылатын, пайыздық көлем ; уақытша ақша бағасының критерийі.

**Дисконттаудың шекті ставкасы-** қажетті ақша салынымдарын жобалауда және дисконтталған қаржы ағымына анализ жасауда қолданылатын, және капиталғаталап етілетін қайтару нормасын білдіретін термин. Егер ақша салынымына күтілетін қайтару нормасы шекті ставкадан төмен болса, жоба қабылдауға болмайтын болып есептеледі.

**Таза заманауи баға-** ақшалай кіріс пен шығыстың болжамды көлемі. Дисконттаудың қойылған пайыздық ставкасымен саналады. Егер ТЗБ оң мағынада болса, жоба тиімді болып саналады. Капиталлсалудың бағасын санаған кезде дисконттаудың белгілі пайыздық ставкасы қолданылады. Ол инвестиция есебінде қолданылады.

##### **Тапсырма шешімі**

Турфирма құруға 100 млн теңге қажет. 10 жылдық турфирма жұмысында дисконттаудың 15 % көлемімен санағанда жыл сайынғы ақшалай есебі 40 млн теңгені құрайды. Объекттің таза заманауи бағасын табу қажет.

Біріншіден турфирманың таза кірісінің дисконттық көлемін тауып алайық

$$V_t = 1/(1 + i)^n$$

Жылдық ақшалай поток формула бойынша анықталады

$$ДДП = ДП \times V_t$$

Турфирманың жұмыс істеген уақытының суммарлы дисконттық поток формула бойынша есептеледі

$$СДДП = \sum ДДП - k$$

**15 СОӨЖ Туроперейтингтегі туристік насихаттаудың мақсаттары мен бағыттары. Туризмдегі насихаттаудың артықшылықтары. Насихаттаудың кемшіліктері.**

**Тапсырмалар:** Туристік кәсіпорындаға түсетін шағымдармен жұмыс істеу ережелері және мысалдар арқылы ашу

**Әдебиеттердің тізімі:**

12 Ақтымбаева А.С. туроперейтинг: оқу құралы. – Алматы: Қазақ университеті, 2015. – 120 бет

13 Бирицкая, Н.М. Туроперейтинг: оқу құралы. – Минск: БГЭУ, 2007. - 120 с.

14 Квартальнов, В.А. Туризм: учебник. – М: Финансы и статистика, 2007. - 120 с.

15 Богданов, Е.И. Планирование на предприятии туризма: оқулық. – СПб: Бизнес–пресса, 2004. - 145 с.

16 Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: оқулық. – М: Советский спорт, 2002. - 312 с.

17 Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Оқулық. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 256 б.

18 Основы туристской деятельности: Оқулық./ Құрастырушы Ильина Е.И. – М.: Советский спорт, 2002. – 200 б.