



**ТУРИСТІК  
ФИРМАНЫҢ  
БИЗНЕС  
ЖОСПАРЫ**

# Бизнес жоспардың маңызы

- Жоспар болашаққа іс-әрекетті болжауға мүмкіндік береді. Жоспар қаншалықты жақсы жасалса, соғұрлым жобаны жүзеге асыру кезінде күтпеген жағдайлар аз болады.
- **Бизнеске кез-келген жетістікке жету** – ол жақсы жоспардың нәтижесі. Сондықтан қандай да бір іс-әрекетпен айналысуды бастағыңыз келсе, нақты мақсаты бар, сол мақсатқа жету жолдары көрсетілген, әрбір үтір-нүктесіне дейін ойластырылған *жоспарыңыз* болуы керек.



# Бизнес-жоспар-визит карточка

- Бизнес-жоспар – инвестициялық жобаның визиттік карточкасы. Ол инвесторға осы жобаға қаржы салу-салмау керектігін және қандай жағдайда оны жүзеге асыруға мүмкіндік бар екенін көрсетеді.



# Бизнес жоспар деген не?

**Бизнес** – ағылшын тілінде «business» табыс табуға бағытталған нарықтық келіссөздер жүргізу бағдарламасы.

**Бизнес-жоспар** - кәсіпорынның алдына қойған экономикалық мақсаты мен оны жүзеге асыру жолдары, міндеттері мен әдіс-тәсілдері баяндалған құжат. Бизнес-жоспарды жасауда ең бастысы – мақсаттар мен міндеттерді нақты анықтап алу.

Бизнес жасау үшін нарықтық орта жан-жақты зерттеледі. Нарықтық ортаның ағымдағы жағдайы, болуы мүмкін өзгерістер мен кедергілер, жобаны іске асырудан түсетін табыс мөлшері нақты көрсетіледі.



# Бизнес жоспарды кім жасайды?

- Бизнес-жоспар компанияның өз күшімен немесе арнайы маманданған мекемелердің көмегімен жасалады.
- салалық ассоциациялар
- консалтингтік компаниялар



# Бизнес жоспар сұрағы ?????????

- отандық немесе шетелдік нарыққа шығу үшін қандай өнім шығару немесе қандай іс-әрекет түрімен айналысу керек;
- ұсынылып отырған өнім немесе қызметке нарықтық сұраныс қалай болады және ол қалай өзгеріп отырады;
- бизнес жобаны жүзеге асыру үшін керекті ресурс және оның мөлшері қандай?
- қажетті шикізат қанша тұрады және тұрақты серіктестерді қайдан табуға болады?



- – өндірісті ұйымдастыру үшін жалпы кететін шығын мөлшері;
- – жалпы түсетін пайда және оны бизнес жобаның мүшелері арасында қалай бөлу керек;
- – өнімнің немесе қызметтің нарықтағы бағасы қалай қойылады және оған бәсекелестердің әсері;
- – бизнес тиімділігінің көрсеткіштері қандай және оны қалай көтеруге болады?



# Бизнес жоспардың құрылымы

- 1. Жобаның атауы, орналасқан жері
- 2. Жоба басшысы
- 3. Құқықтық формасы
- 4. Мүмкіндіктері
- 5. Ұсынатын қызметтер
- 6. Қызмет көрсету схемасы
- 7. Әріптестері, кеңсе жабдықтықталуы, имидж
- 8. Басқару жүйесі
- 9.





# Жоба туралы анықтама

- жобаның атауы мен мәні;
- кәсіпорынның атауы мен заңды мекенжайы;
- кәсіпорынның басшысының аты-жөні, телефон нөмірі;
- құрылтайшыларының заңды мекенжайлары;
- жобаның толық құны, қаржының болжалды көздері мен олардың құрылымы (заңды тұлғаның өз қаражаты, акция шығару, несие, бюджеттен қаражат алу);



# Жобаның атауы мен мәні

«Саят»  
туристік  
фирмасы  
кәсіпорнын  
құру



# Жобаның аты және мекен-жайы

- Туристік кәсіпорынның фирмалық атауы: ЖК «Саят» туристік фирмасы
- Кәсіпорынның заңды мекен жайы: Алматы қ. Абылай хан даңғылы, 55, тел. 279-56-61, сот: 8 707 1660037
- E-mail: [sayat\\_tourism@mail.ru](mailto:sayat_tourism@mail.ru)
- Веб-сайт: [www.sayat-travel.kz](http://www.sayat-travel.kz)
- Кәсіпорынның бас ғимараты:
- филиалы:



# Кәсіпорынның басшысы туралы мәлімет

- Аты-жөні:
- Мекен-жайы:
- Байланыс құралдары:



# Құқықтық формасы

Қазақстан Республикасының Азаматтық Кодексіне сәйкес кәсіпорынның ұйымдық құқықтық формалары мынадай түрлері бар:

- Акционерлік қоғам
- Жауапкершілігі шектеулі серіктестік
- Жеке (дара) кәсіпкерлік



# *Жарғылық капиталы*

1 200 000 теңге жарғылық капитал. Ол бас директордың және атқарушы директордың теңдей бөліп салуынан құралады. Банкротқа ұшыраған жағдайда келісім бойынша әрбір мүшесі өз салымы мөлшерінде жауапкершілікке ие болады.



# Туризм бұл

- Қазіргі таңда туризм тек жоғары дамып келе жатқан әлемдік экономиканың ажырамас бір бөлігі. Мамандардың айтуы бойынша орта есеппен алғанда елге келген бір шетел туристінен түсетін пайда әлемдік нарыққа шығатын 9 тонна тас көмірмен немесе 15 тонна мұнай өнімі, сонымен қатар 2 тонна жоғарғы сортты бидай өнімдерінен түсетін пайдамен теңестіру керек. Осыған орай елдегі табиғи шикізат өнімдері үнемделіп, ал туристік индустрия өңделген ресурстар есебінде алға дами түседі.



# Турфирманың негізгі міндеті:

- Туристік кәсіпорын қызметін меңгеру;
- Ұжыммен жұмыс жасауға машықтану;
- Туристік кәсіпорынның ұйымдық құрылымын меңгеру;
- Фирмалардың өзара келісім шарт жасау түрлерін үйрену;
- «Саят» туристік фирмасына маркетингтік іс-әрекет талдауын жүргізу;
- Бәсекелес өзге де фирмаларға сараптама жасау;
- Туристік кәсіпорынның жарнамалық-ақпараттық қызметіндегі әдіс-тәсілдерін меңгеру;
- Ұйымның ұжымдық басқаруын және де керекті қолданыстағы іс-қағаздарды жасауды үйрену (жарлықтар, бұйрықтар, өтініштер жазу үлгілері).





# Туристік фирманың мүмкіндіктері

- ❖ Кәсіпорынның қаланың орталығында орналасуы
- ❖ ыңғайлы ғимаратта орналасуы (жеке дәліз)
- ❖ көліктерді қоятын тұрағының болуы
- ❖ Кәсіпорын офисі жеке меншік
- ❖ Кіреді есік алдында арнайы ақпарат жазылуы, қандай елдерге турпакет сатылатыны жазылып, әдемі суреттермен безендірілуі
- ❖ Офис ішінде клиенттердің демалысы үшін арнайы жабдықталған орындардың болуы
- ❖ әр түрлі брошюралар, проспектер және көрсетілетін турлардың фотоларының, видеолар болуы



# Жобаның ұсынатын қызметтері

- әлемнің кез-келген нүктесіне іскерлік сапарларды, демалыстарды ұйымдастыру
- авиа және теміржол билеттерін сату және алдын ала брондау



# Кәсіпорынның көрсететін қызмет түрлері

- туристік саяхат маршруттарын ұсыну және есептеу ;
- қажетті барлық ақпаратпен қамтамасыз ететін, әлемнің барлық авиакомпаниялары жайлы, саяхат маршрутының ерекшелігі мен елге келу уақыты жайлы толық ақпарат беру



# Кәсіпорынның көрсететін қызмет түрлері

Тұтынушының саяхаттауға байланысты туындайты барлық сұрақтарына нақты және толық жауап беру, ақпараттандыру;

Дүние жүзіндегі кез келген қаладағы жоғары деңгейде қызмет көрсететін отельдеді, қонақ үй кешендерін таңдауға көмектесу және де қонақ үйлерді интернет желісі бойынша онлайн режимінде брондау



# Кәсіпорынның көрсететін қызмет түрлері

- Трансферлерді ұйымдастыру, автомашиналарды жалға беру;
- Аэропорттағы VIP қызметін ұйымдастыру;
- Виза;
- Сақтандыру қызметтерін ұсыну



# Кәсіпорынның көрсететін қызмет түрлері

- іскерлік кездесулер кезінде тамақтануды (catering), кофе-брейктер
- достық кешкі астар, фуршеттер ұйымдастыруды қамтамасыз ету;
- өтпелі туристер және іскерлік сапарларға қызмет көрсету;
- халықаралық туризмді ұйымдастыру;
- Ішкіжәне халықаралық әуе жолдарына делдалдық қызметтердің көрсетуі ресімдеу және билеттердің брондауы;



# Кәсіпорынның көрсететін қызмет түрлері

- чартерлік рейстер;
- VIP тұтынушыларға ұсынылатын арнайы бағдарламаларды жасақтау;
- Авиа және теміржол билеттерін тапсырыс берген тұтынушының офисына жеткізу



# Қалай қызмет көрсетеді

- «Саят» туристік фирмасына келген туристерге турды рәсімдемес бұрын «Тур бойынша ақпараттық өніммен» таныстырады. Ол құжат келесі ақпаратты қамтиды:





# Саяхат ұйымдастырылатын ел жайлы ақпарат

**Бұл бөлімде  
төмендегідей ақпарат көздерімен  
таныса аласыз:**

Ел туралы ақпарат (картасы, орналасқан жері, ақша, айырбастау курсы, жергілікті салт-дәстүрлер мен этикет нормалары, дүкендер мен ойын-сауық орындары, телефон, визалар, санитарлық анықтамалар (сақтандыру, медициналық егілу), қонақ үй, тамақтандыру, трансфер, кеден тәртібі, көрікті жерлері



# Қауіпсіздікті қамтамасыз ету ережелері

Бұл бөлімде көрсетілген ақпарат:

- туристік фирмалар тізімі – жергілікті елді-мекен талаптарына сәйкес сертификация және турды іске асырушы серіктес фирмалар жайлы мағлұмат;
- сулы ортада білуге қажетті тәртіптер;
- Тазалық сақтау ережелері;
- Төтенше жағдайлар орын алғанда сақтандыру полисін пайдалану ережелері;
- Бағалы заттарды, ақшалай құндылықтарды қай жерде және қалай сақтау керектігі;



# Әріптестері

- Фирма құрамында шетелдік әріптестермен тікелей байланыста жұмыс істейтін жеке туризмнің үлкен бөлімі жұмыс істейді, қатысқан халықаралық туристік көрмелерде көптеген келісім-шарттар жасалынған.
  - «Gulnar tour» турфирмасы;
  - Түркия «Alara tourism» ;
  - Алматы «Тез тур»;
  - Италия «ISCRA»;
  - Малайзия «EMBASSY ALLIANCE»;
  - Алматы «Яссауи»;
  - «Фараб» турфирмалары;
  - «SCAT» авиакомпаниясы;
  - Біріккен Араб Әмірлігі «Yasi tours»;



# Кеңсе жабдықтылығы

- Кәсіпорын бірнеше қалалық телефо н жүйесімен, факс, ксерокс, принтер, Internet желісіне қосылған компьютерлермен жабды қталған. Сонымен қатар құжаттар ды рәсімдеу мен реттеуді жеңілдететін барлық кеңсе заттарымен толық қамтылған.



# Имидж

Униформа, бейджиктерге  
кәсіпорынның аты мен  
жұмыскердің  
қызметі жазылу  
Қызметкерлердің туристік  
нарық бизнесіндегі  
тәжірибелері бес  
жылдан астам болуы



# Басқару жүйесі

Фирманың ұйымдастырушылық құрылымы оның дамуына сай үздіксіз жақсарады.

Құрамы:

- директор,
- туризм менеджерлері
- бухгалтер



# Менеджер қызметі:

- өтініштерді қабылдау, тур жоспарын жасау, орналастыру
- билеттерді сату және жылжыту (авиабилеттер);
- әуежайлармен байланысу.
- отельдерді броньдаумен айналысу;
- шетел серіктестермен орналасу бойынша келіссөздер жүргізу.
- халықаралық туризм бойынша құжаттарды рәсімдеу
- визалар мен сақтандыру полистерін рәсімдеу



# Бухгалтер:

- Міндеті:
- салық органына есеп беру қаржылық құжаттарды дайындау;
- жарнамаға кеткен шығыстарды есептеу





# Маркетингтік зерттеу

- Маркетинг (ағылшынша: marketing — нарық, базар, өткізу, сауда) — кәсіпорынның (фирманың, бірлестіктің, т. б.) тауар өндіру-өткізу және сауда жасау қызметін ұйымдастыру мен басқару жүйесі



# Маркетингтік саясат

- Туристік фирмалардың қызметкерлеріне сатуға ұсынылатын өнімді тек білу ғана жеткіліксіз. Оны дұрыс ұсына алу және, ақырында, тұтынушыға сата білу керек.
  - Ірі фирмаларда осы сұрақтармен айналысатын **маркетолог-мамандар** болады.



- Туризмдегі маркетинг – туристік нарық талаптарына және турөнімнің сатылу көлемін ұлғайту мақсатында сұранысқа белсенді түрде ықпал етуге бағытталған өндірісті, туристік өнімді сату мен тұтынуды ұйымдастыруды басқарудың кешенді түрі.



- Кез-келген туристік фирманың нақты белгіленген маркетингтік стратегиясы болуы керек. Маркетинг мәселелерді жан-жақты, нақты шешумен қатар, тұтынушылардың талаптарын оқып, ұсынылатын қызметтерді оларға сәйкестендіруді де қамтиды. Сонымен қатар ол сату көлемін ұлғайту және нарықта іс-әрекеттің пайдасын жоғарылату мақсатында сұранысты қалыптастыру мен сатуды ынталандыру бойынша мәселелерді белсенді жүзеге асыруды қамтиды.



# Маркетингтік қызмет туризм саласында

- жарнама
- насихаттау
- жеке сату
- сатуды ынталандыру;



# Жарнама

- Туризм индустриясындағы жарнама туристік кәсіпорынның маркетингінде ерекше орын алады.



# Насихаттау

- Насихаттау көбіне бұқарамен байланыс бойынша жұмыс (public relation), немесе PR ретінде түсініледі. Ол қалыптасып келе жатқан бұқаралық пікірді оқу және туристік кәсіпорын мен оның іс-әрекетіне мақсатты аудитория жағынан жағымды қарым-қатынасты қалыптастыруға бағытталған



# Жеке сату

- Жеке сату туристік өнімді таныстыру және сатуды ұйымдастыру мақсатында фирма өкілінің бір немесе бірнеше әлеуетті тұтынушымен жеке байланысын қамтиды. Байланыс құралдары – телефонмен хабарласу, поштамен жіберу, жеке әңгімелесу. Жеке әңгімелесу қалауды қалыптастыру мен клиенттерді көндіруде үлкен рөл атқарады.





# Сатуды ынталандыру

- Сатуды ынталандыру әр түрлі шараларға мақсатты аудиторияның жауапты реакциясын күшейтуге бағытталған шаралар мен тәсілдер жүйесі болып табылады.
- сұранысты жоғарылату, ұсынылатын өнім туралы клиенттердің білімін кеңейту, оған керек имиджді жасау үшін қолданылады. Жаңа туристік өнімді енгізу кезінде аса маңызды рөл атқарады.



# Маркетингтік зерттеу

- Маркетингтік зерттеулердің керекті кезеңі нарықта іс-әрекеттенетін бәсекелестерді оқу болып табылады. Олар туралы мақсатты түрде келесі ақпаратты жинау керек:



# Бәсекелестерді зерттеу

- осы нарықта өзінің іс-әрекетін жоғары қарқынмен дамытатын бәсекелестер (екі-үш турфирма);
- тұтынушылар қалайтын бәсекелестер өнімінің сипаты;
- бәсекелестің танымалдылығы;
- тәжірибелі кадрлардың болуы;
- жарнаманың және бұқарамен байланыс жүйесінің пәрменділігі, ақпаратпен қамтамасыздану;
- жақсы баға саясаты, жеңілдіктер;
- тұрақты тұтынушылардың болуы;
- сатуларды ынталандыратын ұйымдастырылатын шаралар;
- қолданылатын сату каналдары;
- кірістер мен шығыстар туралы ресми мәліметтер;
- жаңа турөнімдер туралы алдын-ала мәліметтер.



# Нарықты талдау

- **Туристік нарық** – туристік саладағы тауарлар (жұмыстар, қызмет көрсетулер) мен ақшаның айналымы.



# Нарықты талдау

- **Ұзақ мерзімге қойылған мақсат:**

2015 жылы нарықтағы үлесін 30% жеткізу

- **Ортамерзімге қойылған мақсат:**

Тұтынушыларды көптеп тарту

- **Қысқа мерзімге негізделген мақсаттар:**

Жарнама жұмыстарын дамыту.



# Туристік нарықтың нәтижесі

- Туристік нарық құрылымын саралай келе туристік фирмалардың басым бөлігі шығу туризміне бағытталған турагенттіктер екенін аңғара аламыз. Нақты себеп, шығу туризмін тиімді қаржы көзі болып табылады және турөнімді өткізу барысында материалдық шығындарды көп қажет етпейді.



# Ішкі ортасын зерттеу және бағалау.

Факторлар тобы	Факторлар	Ықпал ететін факторлар	кедергі келтіретін факторлар
Экономикалық фактор	Салық төлеу нормалары Кеден ісі Валюта бағамы Инфляция ықпалы Жұмыссыздар саны		+ + + + +
Нарықтық факторлар	Бәскелестік деңгейі Жергілікті тұрғындардың қаржы жағдайы	+ +	
Технологиялық фактор	Байланыс құралдарын жетілдіру Өнімді жеткізу құралдарын жетілдіру	+ +	
Әлеуметтік факторлар	қызметкерлердің жұмысына деген ынтасы Жұмысшы күштің біліктілігі, білім деңгейі	+ + +	

# Экономикалық фактор.

## Салықтар (-)

- Фирманың ішкі ортасына әсер ететін негізгі факторлардың бірі салық нормалары болып табылады. Қазіргі таңда елімізде салық жүйесі толығымен ретке келтірілмеген. Сондықтан, турагенттіктің мемлекетте төлеуге міндетті көптеген салық түрлері бар. Осыған орай кез келген кәсіпорынның экономикалық нарықта өз ісін сақтап қалуы үшін мемлекет салық нормаларын бір жүйеге келтіруде, салық пайыздарын төмендетіп, тіпті кей салық түрлерінен шеттетуде.





# Валюта бағамы

- Қазіргі таңда әлемде орын алып келе жатқан қаржы дағдарысы салдарынан елімізде валюта бағамдарының күрделі тұрақсыздығы туындады. Бұл турөнімдердің жоғарлауына әкеп соқты.



# Бәсекелестік деңгейі

- Жылдан жылға елімізде туризм саласы қарқынды дамып келе жатыр. Сәйкесінше туристік кәсіпорындардың да саны артуда. Бұл өзара бәсекелестіктің артуына себепші болады. Мұның салдары ұсынылатын жаңа турөнімдердің жетілуіне, тұтынушылардың қажеттілігін толығымен қамтамасыз етуге негізделген жаңа жобалардың іске асуына мүмкіндік береді.



# негізгі бәсекелестері

- Бәсекелес фирмалар
- «Жана-Нур-Астана» ЖШС
- «Турист» ЖШС
- «Гульнар Тур» Туристік компания
- «Акмолатурист» АО
- «Спутник – Трэвел» ЖШС
- "Voyage-Travel Astana" Турагенттігі
- "Интурист-Акмола" ЖШС
- «Алем Тур» ЖШС
- «Монтана – Виста» халықаралық туристік компания



- Бәсекелес фирмалардың негізгі ұтымдылығы:
- -орташа баға;
- -үлкен турөнім көлемі;
- - халықаралық көрмелер мен жәрмеңкелерге қатысуы;
- Кемшіліктер:
- - сапалы қызметтердің жоғары бағаға ұсынылуы;
- - біліктілігі төмен қызметкерлердің болуы .
- Жергілікті тұрғындардың қаржылық жағдайы (+,-)
- Бұл турагенттіке оңды және теріс әсер ететін фактор болып табылады.



# Жұмыс күшінің білім деңгейі.

(+)

- Кез келген кәсіпорын үшін алдыңғы қатардағы маңызды факторлардың бірі. Өз жұмысын жақсы атқарып, сапалы қызмет көрсететін білікті маман, сөзсіз тұтынушыларды өзіне көптеп елітеді.



- интернет арқылы брондауды, әуебилеттерін брондау бойынша түскен өтініштердің, визаның қалай толтырылатынын, туристің туристік қызметті пайдалануына байланысты ақша төленгенін растайтын ваучер құжатымен



# Кәсіпорынның қаржы экономикалық қызметі

- турфирма рентабельділігін білу үшін, оның экономикалық қаржылық жағдайын талдау, яғни шығындар мен кірістерді бөліп көрсету керек.



- жарнама – 70 000 тенге;
- қызметкерлердің еңбекақысы – 25000-55000 тенге + сатылған турпакеттерден түскен пайыздар;
- салық аударымдары – 84 800 тенге (әлеуметтік және үстеме пайда салықтары, зейнетақы қоры);
- қалааралық және халықаралық сөйлесулер – 20 000 тенге;
- банк несиелерін өтеу.
- Турфирманың кірісі төменде көрсетілгендерден құралады:
- әуебилеттерді сатудан пайыздар;
- орындарды броньдау қызмет көрсетулері;
- жолдамаларды сатудан пайыз;
- визалық қызмет көрсетулер;
- сақтандырудан түскен комиссияндық пайыз;
- туристік агенттерге дайын туристік пакеттерді сатудан пайыздар.





# Кәсіпорынның даму жоспары

- Туристік кәсіпорын іс-әрекетін жоспарлау келешек мақсаттарын, құрылудың тәсілдері мен әдістерін, басқару мен дамуын сандық, сапалық және уақыттық анықтаудың жүйелік, ақпараттық өңделген процессі болып табылады. Жоспарлауды үш түрге бөлуге болады: стратегиялық, ұзақ мерзімді және оперативті.



# Стратегиялық жоспарлау

- – фирманың мақсаттары, әлеуетті мүмкіндіктер мен маркетинг саласындағы мүмкіндіктер арасында стратегиялық сәйкестілікті жасаудың және қолдаудың басқарушылық процесі.



# Ұзақ мерзімді жоспарлау –

- стратегиялық мақсаттар мен тапсырмаларға жету жолындағы аралық мақсаттарды айқындау. Олар басшылықпен дайындалады және болашаққа негізгі стратегиялық мақсаттарды қамтиды. «Диана» туристік фирмасының ұзақмерзімді жоспарларына кіреді:
  - - қызметкерлер штатын қалыптастыру;
  - - баға саясатын жасау;
  - - демалу үйлерімен, шетел отельдермен келіссөздер жүргізу;
  - - әр мезгілге шетел отельдеріне және Қазақстан демалу үйлеріне келу мерзімдері мен кестесін құру;
  - - турларды жасау мен орындарды броньдау;
  - - авиарейстер бойынша мәліметтерді жинау және т.б.



# Қысқа мерзімді жоспарлау –

- жоспарлаудың негізі. Қысқа мерзімді жоспарлар календарлық бағдарламалардың және олардың орындалуын бақылау арқылы жүзеге асады. «Диана» турфирмасының кейбір қысқамерзімді жоспарлары келесі:
- - құжаттарды рәсімдеу, жарнама компаниясын ұйымдастыру;



- қызмет көрсетулердің барлық түрлері бойынша прайст-қағаздарды құрастыру, клиенттермен келіссөздер жүргізу үшін жарнамалар жасау;
- - туристтер үшін пакет құрамын жасау;
- - сақтандырудың барлық түрлері бойынша сақтандыру компанияларымен келіссөздер жүргізу;
- - жеке және топтық туристік келісім-шарттарды жасау;
- - транспортты жалға алу келісімі (топтық, VIP-клиенттер үшін).



тәжірибелер нәтижесінде болашақта әлемдік  
туризм нарығында жүзеге асыратын қызметте  
ісімнің алға басуына толық сенімдімін

У оптимистов сбываються мечты  
У пессимистов - кошмары.

© Джордж Бернард Шоу

**НАЗАР  
АУДАРҒАНЫҢЫЗҒА  
РАХМЕТ!**

