

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