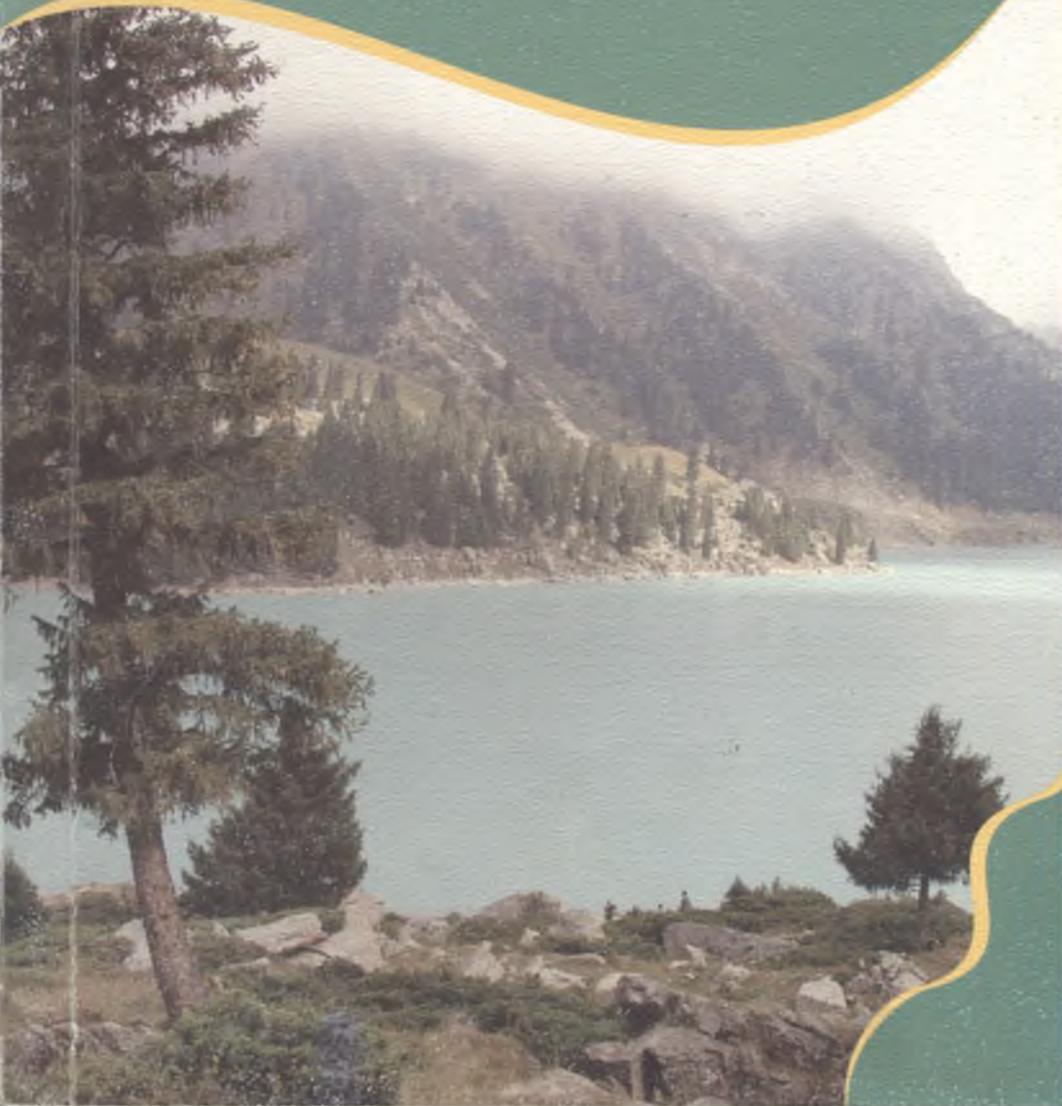


# ГЕОГРАФИЯ ТУРИЗМА:

*АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ  
ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ*



Материалы III  
Международной  
научно-практической  
конференции,  
посвященной  
10-летию  
кафедры туризма  
КазНУ им. аль-Фараби,  
5-7 октября 2006 года,  
г. Алматы



<i>Ердавлетов С.Р., Кошкимбаева У.Т.</i> (КазНУ им. аль-Фараби, г. Алматы) География туризма как основополагающая комплексная научная дисциплина о туризме .....	69
<i>Махник А., Медзинска И.</i> (АВФ, г. Познань, Польша) Эко- и агротуризм сельских территорий .....	73
<i>Зырянов А.И., Мышлявцева С.Э.</i> (Пермский университет, г. Пермь) Маршрутный подход к территориальной организации туризма региона .....	77
<i>Уахитова Г.Б.</i> (Каргу им. Е.А. Букетова, г. Караганда) Теоретические аспекты кластерной модели развития туризма .....	82
<i>Аблеева А.Г.</i> (КазАСТ, г. Алматы) Место танатотуризма в современной классификации туризма .....	88
<i>Мышлявцева С.Э.</i> (Пермский университет, г. Пермь) К вопросу о выделении группы видов туризма, объединенной термином "Активный туризм" .....	92
<i>Нурахметова Л.Г.</i> (КазАТК, г. Алматы) Роль транспортной логистики в индустрии туризма .....	97
<i>Пыхарев А.Н.</i> (ЮКГУ им. М. Ауэзова, г. Шымкент) Туризм: география и философия культурного пространства .....	100
<i>Мамадияров М.Д., Подоленко А.Г.</i> (МГТУ, ЮКГУ им. М. Ауэзова, г. Шымкент) Научное обеспечение туристской отрасли – веление времени .....	105

## ТУРИЗМ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СТРАН И РЕГИОНОВ

<i>Лишевский С.</i> (Лодзинский университет, г. Лодзь) Географические исследования туризма в Польше и мире .....	111
<i>Шапкина Ж.М.</i> (КарГУ им. Е.А. Букетова, г. Караганда) Инвестиционные возможности туризма региона .....	115
<i>Сухова Л.Ф., Цзя Гу Цзян</i> (КазАТК, г. Алматы, КНР) Международный рынок туристских услуг .....	118
<i>Иванова Н.В.</i> (Омский университет, г. Омск) Предпосылки развития туризма в приграничных регионах России и Казахстана .....	123
<i>Артемов А.М., Искакова К.А.</i> (КазНУ им. аль-Фараби, г. Алматы) Практический маркетинг в стратегическом планировании туризма .....	125
<i>Науменко А.А.</i> (КазНУ им. аль-Фараби, г. Алматы) Геологическая концепция П.П. Семенова в изучении генезиса рельефа и ее интерпретация на экскурсиях по Северному Тянь-Шаню .....	129

## ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

<i>Вуколов В.Н.</i> (КазАСТ, г. Алматы) Учет физико-географических особенностей Заилийского Алатау при организации активных и спортивных туристских походов .....	131
<i>Алишева Р.Т., Мазбаев О.Б.</i> (КазНПУ им. Абая, г. Алматы) Воспитательно-образовательное значение туристско-краеведческой работы с детьми .....	134
<i>Абишева З.М., Жилкибаева М.И.</i> Методика организации и проведения учебной международной практики на отделении «Туризм» в КазНУ им. аль-Фараби .....	138

- 1) общность туристско-рекреационного потенциала и его использования;
- 2) транспортная обеспеченность территории;
- 3) уровень социально-экономического развития регионов.

### Литература

1. Васичкина Т.С., Иванова Н.В. Социально-экономические предпосылки интеграционных процессов приграничных регионов России и Казахстана. – Омск, 2006.
2. Ердаuletов С.Р. Экономическая и социальная география Казахстана. – Алматы, 1998.
3. Туризм Казахстана в 2004 году. Статистический сборник / Под ред. Э.А. Кунаева. – Алматы, 2005.

## ПРАКТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ ПЛАНИРОВАНИИ ТУРИЗМА

*А.М. Артемьев, К.А. Искакова, Казахский национальный университет  
им. аль-Фараби, г.Алматы*

Современный туризм представляет собой наиболее динамично развивающуюся отрасль мировой экономики. Являясь важным фактором формирования валового внутреннего продукта ряда стран, он стимулирует создание новых рабочих мест, способствует решению социальных задач, активизирует внешнеторговый оборот, положительно влияя на развитие транспорта, связи, торговли, строительства, сельского хозяйства, производство потребительских товаров и др. Интеграция экономики Казахстана в мировое экономическое пространство невозможна без развития данного направления. При этом перспективы казахстанского туризма напрямую зависят от государственной политики формирования отечественной туристской индустрии, грамотного стратегического планирования, основанного на всестороннем анализе существующих проблем и комплексном их решении [1].

Подход к туризму только как к путешествию не соответствует современному содержанию этого уникального явления. И хотя основной мотивацией, заставляющей мигрировать огромные людские массы, по-прежнему остается тяга к новому, неизведанному, мировой туризм обрел явно индустриальные черты. Однако в наших условиях, учитывая отношение государства и сложившиеся стереотипы, термин «Индустрия туризма» можно применять достаточно условно. Сравнивая показатели обеспечения посетителей основными социально-культурными услугами, такими, как размещение, питание, транспорт в мире (более 300 тыс. гостиниц, 2 млн. ресторанов, тысячи самолетов и поездов, сотни круизных судов, десятки миллионов автомобилей) и Казахстане (на три-четыре порядка ниже), можно представить объем работы, который предстоит выполнить, чтобы занять достойное место на мировом рынке туристских услуг. Кроме того, увеличение потока туристов в Казахстан, как это декларировано Концепцией развития туризма, требует коренного изменения инфраструктуры, прежде всего, в сферах коммуникаций, производства разнообразных товаров и услуг, ориентированных на потенциальных посетителей, подготовки кадров.

Традиционно зарубежные и отечественные туристы проявляли устойчивый интерес к самобытной истории и культуре народов стран Центральной Азии. В советский период данный регион ежегодно принимал свыше 10 млн. туристов. Доходы по отрасли в целом составляли около 10 млрд. долларов США. Туристские организации Казахстана до 90-х годов обслуживали порядка 3 млн. туристов, из которых более половины приходилось на въездной туризм. Переживаемые регионом социальные и экономические трудности, связанные с глобальной перестройкой сфер хозяйственной

деятельности центральноазиатских государств, негативно отразились и на сотрудничестве в сфере туризма. Более того, национальные модели развития туризма «образца девяностых» не всегда соответствовали международным принципам и нормам туристского обслуживания, что вызывало обоснованную настороженность зарубежных туроператоров и потенциальных туристов. Несогласованность стратегических программ развития туризма Центральной Азии и по сегодняшний день ухудшает конкурентоспособность туристского продукта данного региона на мировом рынке. Как следствие нестабильность спроса на туры в страны Центральной Азии со стороны зарубежных туристов. Так, в Республике Казахстан в 1995 г. было обслужено 63500 туристов, из них из-за рубежа – всего лишь 6800 человек.

Стабилизация ситуации в отрасли наметилась только с 2000 года, что сразу отразилось на величине туристских потоков (рис. 1).

Динамика туристских потоков\*

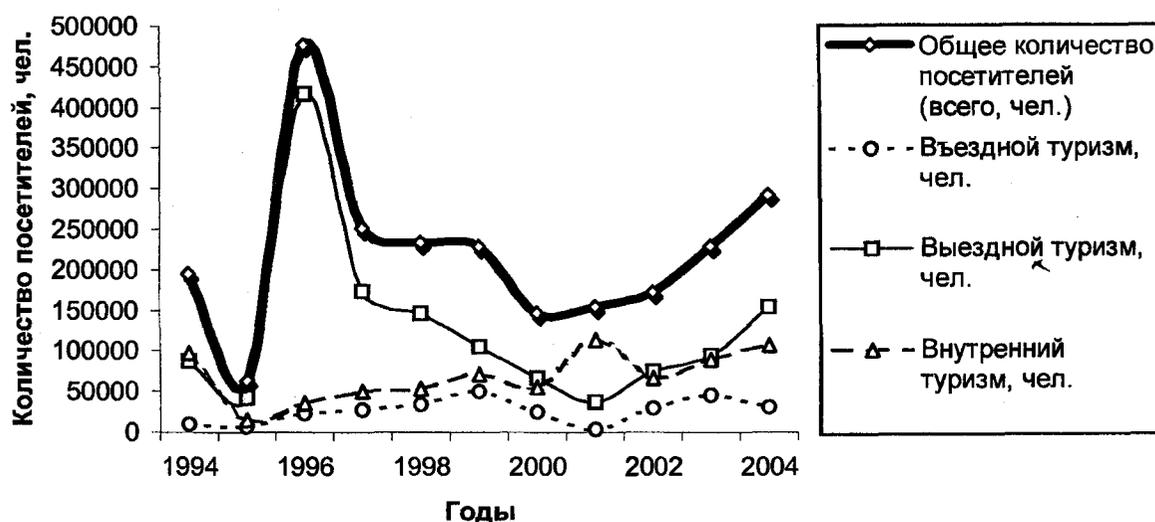


Рисунок 1

\* по данным /2, 3/

Однако картина распределения посетителей по видам туризма показывает преобладание в общей сумме туристов, выезжающих за рубеж, несмотря на предпринимаемые национальной туристской администрацией усилия по стимулированию въездного и внутреннего туризма.

Сегодня как никогда остро стоит вопрос об интеграции экономики туризма Центральной Азии в мировое сообщество и эта тенденция с каждым годом нарастает все больше и больше. Однако интересы зарубежного туриста не меняются. Иностран- ный гость, как и прежде, хочет посетить как можно больше стран за одну поездку.

Поэтому в центрально-азиатском регионе по-прежнему актуален вопрос возрождения туризма на Великом Шелковом пути и создания механизма и соответствующих структур, способных объединить усилия заинтересованных сторон и реализовать туристский потенциал стран Центральной Азии в рамках международной программы «Шелковый путь» [5]. Для решения общих экономических задач на уровне правительств создано региональное экономическое сообщество. Следующим шагом должна стать выработка общей региональной политики в вопросах туризма.

Перспективность туристского потенциала Шелкового пути подтвердили специалисты независимой консалтинговой фирмы IPK International (Германия), выполнившие в 2005-2006 гг. комплексные маркетинговые исследования туристского

продукта |  
отрасли К  
создании  
генератор  
Ре:  
посетило  
Исключая  
Азии от  
настояще  
Казахста  
туризма.  
П:  
только :  
работают  
«чистых  
С  
проблем  
существ  
продукт  
Г  
имеют и  
деятель  
Г  
стать и  
образов  
мотива  
пляжам  
Шелко  
Практи  
туров.  
недел  
притя  
разме  
больш  
альте  
лоша  
или  
евро  
обой  
поте  
кана  
инфр  
дол  
перс  
обли  
сост  
пое  
цен  
осв

лись и на  
ития туризма  
там и нормам  
ь зарубежных  
ратегических  
нь ухудшает  
м рынке. Как  
со стороны  
ужено 63500  
в, что сразу

количество  
пей  
л.)  
туризм,  
туризм,

азывает  
лия по  
туризма  
растает  
ностран-  
у.  
вопрос  
зма и  
орон и  
родной  
уровне  
шагом  
рдили  
ания),  
тского

продукта республики, результатом которых стал отчет «Стратегия развития туристской отрасли Казахстана». Выводы независимых экспертов позволяют утверждать, что, при создании благоприятной маркетинговой среды, туризм может стать одним из генераторов развития национальной экономики.

Результаты исследований показали, что в прошлом году Центральную Азию посетило около 4,5 миллионов туристов (в том числе 3,5 миллиона – из стран СНГ). Исключая въезжающих из бывших советских республик, получаем долю Центральной Азии от мирового объема туристских потоков – 0,1%. То есть, данный регион в настоящее время «не является активным участником глобальной туристской карты». Казахстан пока также нельзя отнести к активным участникам международного рынка туризма.

По оценкам IPK International, из посетивших Казахстан в 2005 году туристов только 250000 прибыли из дальнего зарубежья. Исключая иностранных граждан, работающих в Казахстане и въехавших с деловыми целями, получаем всего 50000 «чистых» туристов.

Стратегическое планирование предусматривает комплексный подход к решению проблем туризма и предполагает предварительный анализ предложения существующего турпродукта, потенциального спроса на казахстанский туристский продукт и возможных каналов его распространения.

Проведенные исследования позволяют сделать определенные выводы, которые имеют практическое значение не только в рамках отраслевого планирования, но и для деятельности отдельных туристских предприятий.

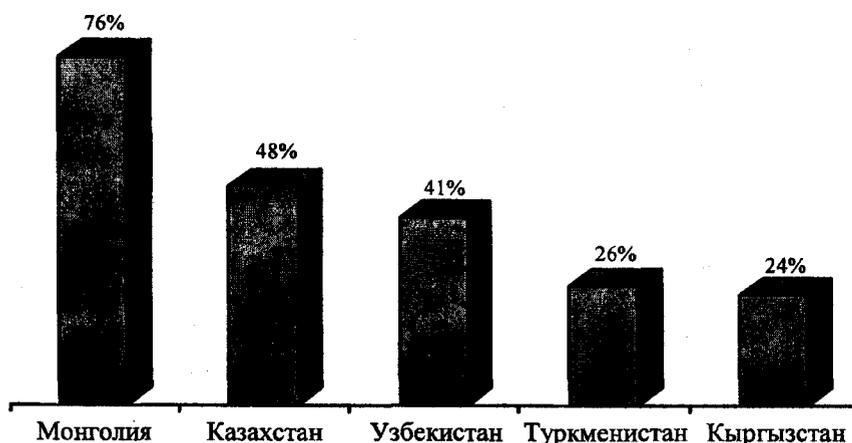
Так, потенциальными потребителями туристского продукта Казахстана могут стать иностранные посетители со средним уровнем дохода, в основном с высшим образованием, среднего возраста, проживающие в крупных городах. Основная мотивация – путешествия к дикой природе. Достаточно ярко выражен интерес к пляжам Каспия, степным ландшафтам, культурно-познавательным турам по Шелковому пути. В активных путешествиях высок интерес к горному туризму. Практический интерес представляют выявленные тенденции по продолжительности туров. Так, если туристы из Европы планируют провести в путешествии до двух недель, то представители азиатских стран – в два раза меньше. Европейцы менее притязательны в выборе городского жилья, в полевых условиях предпочитают размещение в юрте или трейлере. На протяженных транспортных маршрутах большинство выбирает групповой автобус (англичане и туристы из Японии в качестве альтернативы назвали железнодорожный транспорт, французы – перемещение на лошадях). Компактные группы предпочли бы полноприводный легковой автомобиль или джип. За недельный тур туристы готовы заплатить от 1200 (англичане) до 1900 евро (японцы). Средняя стоимость такого тура – 1500 Евро. Двухнедельный тур обойдется около 1800 евро. Эффективным средством привлечения внимания потенциального потребителя турпродукта являются популярные телевизионные каналы, красочные путеводители, каталоги туроператоров, печатные средства массовой информации (в том числе специализированные журналы), Интернет. Реализация туров должна вестись через авторитетных туроператоров и турагентов. Наиболее перспективными регионами для первоочередного освоения являются Алматинская область и юг Казахстана. Причем путешествия по Шелковому пути интересны в составе комплексных туров, включающих посещение нескольких стран за одну поездку.

Тем не менее, Казахстан становится все более узнаваем среди других участников центрально-азиатского региона, что позволяет говорить о перспективах его туристского освоения (рис.2).

В целом маркетинговые исследования казахстанского туристского рынка подтверждают интерес к национальному турпродукту как со стороны иностранных туроператоров, так и потенциальных туристов. На основе их анализа можно оценить спектр задач, которые стоят сегодня перед казахстанским туризмом. При этом следует учесть, что формирование отечественной индустрии туризма во многом зависит от процессов, происходящих в экономике и социально-политической жизни страны.

И подходы к решению этих проблем сегодня, как правило, многовариантны. Если же говорить о первоочередных мерах по качественному улучшению ситуации в казахстанском туризме для достижения основной цели – создания самобытного, конкурентоспособного на мировом рынке национального туристского продукта, то самого пристального внимания со стороны туристских администраций, органов

Потенциальный интерес к Центральной Азии на всех международных туристских рынках, %



Источник: Опрос населения, IPK International 2005

Рисунок 2

исполнительной власти (в том числе – Правительства), всех участников туристской деятельности и сопутствующей сферы требуют вопросы подготовки квалифицированных кадров, создания современной туристской инфраструктуры, информационного обеспечения туризма, привлечения инвестиций и обеспечения безопасности. Актуальными являются аспекты государственного планирования и прогнозирования туристской деятельности на основе достоверной информации о туристских ресурсах страны и данных статистического анализа.

#### Литература

1. Ердаuletов С.Р., Назарчук М.К., Кораблев В.А. Мифы и реальность казахстанского туризма //Роль туризма в устойчивом развитии Республики Казахстан. Алматы: Казак университети, 2001.
2. Туризм Казахстана в 2003 году. Статистический сборник /Под ред.Б.К.Тортаева/ Алматы: Агентство РК по статистике, 2004.
3. Туризм Казахстана в 2004 году /Статистический сборник /Алматы: Агентство РК по статистике, 2005.
4. Стратегия развития туристской отрасли Казахстана // Промежуточный отчет IPK International. Астана, 2005.
5. <http://www.world-tourism.org>.

2 с  
каравана  
подножи  
Заилийск  
Обух. (п  
началось  
Х  
подробн  
он прин  
Буам на  
короче I  
К  
матери  
межгор  
др.  
I  
Тянь-Ш  
И.В.Му  
десятил  
конгло  
продол  
межгор  
его о  
прорез  
конгло  
Жалав  
нанос  
Красн  
этих 1  
больш  
семён  
иссле  
четве  
указа  
8 ты  
мест  
кони  
разв  
селе  
(мо  
этой  
Так