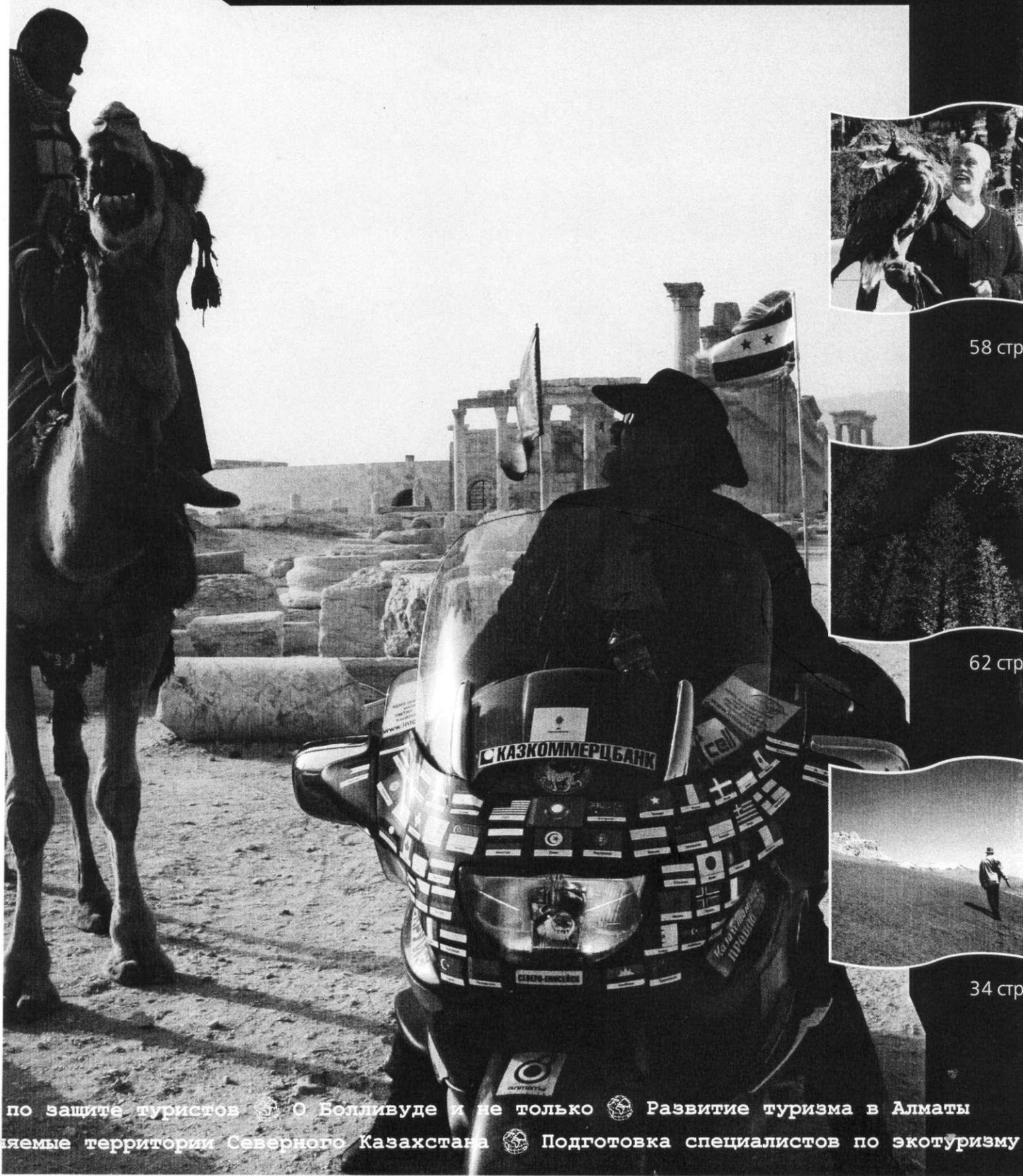


WORLD



Ноябрь-декабрь, 2010

ПУТЕШЕСТВИЙ



58 стр



62 стр



34 стр

по защите туристов 🌐 О Болливуде и не только 🌐 Развитие туризма в Алматы
включая территории Северного Казахстана 🌐 Подготовка специалистов по экотуризму

Журнал издается с 2005 года. Свидетельство о постановке на учет (сереучет) в Министерстве культуры и информации РК № 10462-Ж, Астана, 16.09.2009.

Признанием Коллегии Комитета по контролю в сфере образования науки МОН РК журнал включен в Перечень научных изданий, рекомендуемых для публикаций основных результатов диссертаций.

Журнал выпускается при содействии Министерства туризма и спорта РК, международной туристской организации ООН и акимата г. Алматы

Журнал входит в Казахстанскую туристскую ассоциацию.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Сабанбаева Р. А. – президент Казахстанской туристской ассоциации, кандидат наук

Сейпаков К. М. – директор Института археологии

Салиев А. Х. Маргулана, доктор наук, профессор, академик НАН РК

Салиев К. Ш. – президент Национального фонда альпинизма,

директор ТОО МАЛ «Хан-Тенгри», кандидат наук

Сариев В. Н. – декан факультета туризма Казахской академии

спорта и туризма, доктор наук, профессор

Савдатов С. Р. – доктор наук, профессор кафедры туризма

казахского национального университета им. аль-Фараби

Сейсен К. Г. – председатель Комитета индустрии туризма

Министерства туризма и спорта РК, кандидат наук

Савоенов А. Н. – проректор Казахской академии спорта и туризма,

доктор наук, профессор

Сидитинский Е. С. – вице-президент АО «Исполнительная Дирекция

«Имения Азиатских игр», доктор наук, профессор

Сидаров Х. С. – начальник Управления туризма, физической

культуры и спорта акимата г. Алматы

Сокманов Ю. К. – ответственный секретарь Агентства РК по

статистике, доктор наук, профессор

ПЕРИОДИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР ИЗДАНИЯ:

ООО «СП «Электронпост.kz» (www.elpost.kz)

РЕДАКТОР И ИЗДАТЕЛЬ:

ООО «Издательский дом «Арт Страйк»

ПЕРИОДИЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР:

Андрей Говорухин (dgovoruhin@artstrike.kz)

Главный редактор: Андрей Сакулинский (mpkz@inbox.ru)

Заместитель редактора: Елена Медведчикова

Администратор: Александр Кириченко

Юридический директор: Гульнара Алимова

Редактор: Людмила Бабаева

Адреса: Г. Абикеева, И. Алдауев, Н. Боровая, Т. Галимов,

Кистанов, Э. Кочетков, Ю. Курбатов, А. Лунин, С. Найзабеков,

Тетрухин, В. Тугалев, А. Ющенко.

Адрес редакции:

г. Алматы, Республика Казахстан, г. Алматы,

Кадыбек би, д. 50, оф. 101,

+7 /727/ 261 60 15, факс: +7 /727/ 261 69 25,

e-mail: mpkz@inbox.ru

Периодичность: 6 раз в год.

Журнал распространяется через сеть Казахстанской туристской

ассоциации; на бортах авиакомпаний; в государственных структурах,

обществах и компаниях, работающих в индустрии туризма; офисах

компаний-партнеров; на выставках и форумах, которые освещает

журнал.

По вопросам сотрудничества обращаться:

+7 /727/ 329 24 42, моб.: +7 777 268 4006,

e-mail: mpkz@inbox.ru

Печатано в типографии: «Print House Gerona»

Алматы, пр. Сейфуллина, 458/460, оф. 201-205

+7 /727/ 279-95-65, 279-93-41

Тираж: 5000 экз.

В журнале использована информация web-сайтов и

информационных агентств.

При перепечатке текстов и фотографий ссылка на «Мир путешествий»

обязательна.

Администрация журнала не несет ответственности за содержание

публикуемых материалов.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Воспроизведение не рецензируются и не возвращаются.



4 ЮНВТО

12 ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ИДЕЯМ
ОЛИМПИЙСКОГО ДВИЖЕНИЯ

16 РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА:
АЛМАТЫ 2011-2015

18 ЕДЕМ ПО ВСЕМ СТРАНАМ!

20 ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО
ТУРИЗМА

34 СВОЯ СТРАНА

36 ВИННЫЕ МАРШРУТЫ

42 О БОЛЛИВУДЕ И НЕ ТОЛЬКО

45 ПРЯМОЙ ДОСТУП К САМЫМ
ВЫГОДНЫМ ТАРИФАМ

48 ПОДГОТОВКА
СПЕЦИАЛИСТОВ ПО
ЭКОЛОГИЧЕСКОМУ
ТУРИЗМУ

49 ОХРАНЯЕМЫЕ ПРИРОДНЫЕ
ТЕРРИТОРИИ СЕВЕРНОГО
КАЗАХСТАНА

53 ДИССЕРТАЦИОННЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ
ТУРДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РК

58 ЗВЕЗДОПАД УХОДЯЩЕГО ГОДА

62

ПРИГЛАШАЕТ МАЛАЙЗИЯ

ВИННЫЕ МАРШРУТЫ



СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ ЭНОТУРИЗМА
НА РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

**У. Т. КОШКИМБАЕВА,
С. Р. ЕРДАВЛЕТОВ**
*Казахский национальный
университет им. аль-Фараби,
г. Алматы*

По мнению авторов, занимающихся «винным туризмом» (англ. wine tourism, иначе туризм энологический или энотуризм), еще в древние времена (Древняя Греция, Рим) вино было существенным фактором, притягивающим путешественников [1]. Подобное наблюдалось в период путешествий, известных под названием «гранд тур» (XVI-XIX вв.), когда множество туристов, посещающих Францию и Апеннинский полуостров, охотно задерживались в винопитейных заведениях, участвовали в обрядах, связанных с выращиванием и сбором винограда, производством вина и т.п. Однако только в двадцатых годах XX века в Германии появилось явление под названием Weinlebrpfad, что можно понимать как «учебные тропы», связанные с выращиванием винограда, производством и потреблением вина, которые со временем стали называться Weinstrassen (Hall и др. 2002 г.). А уже в семидесятых годах XX века во всех 11 виноградарских регионах ФРГ появились «винные маршруты», некоторые из которых ежегодно привлекали по несколько тысяч туристов. Со временем подобные «тропы», называемые в литературе wine route, начали появляться во Франции, Италии, Испании, Австрии, Португалии, Швейцарии, Израиле, США, Канаде, Аргентине, Австралии, Новой Зеландии и Южно-Африканской Республике, а в девяностых годах – также в Чехии, Македонии и Венгрии.

В Европе винный туризм (энотуризм) популярен особенно в странах с высоко развитой культурой производства и потребления вина (страны Южной Европы, Германия), однако в последние годы он становится все более популярным и в других странах, например, в Великобритании и Нидерландах.

Растущая мода на питье вина (часто вместо пива, виски или джина) привела к тому, что в течение последних лет очень важными территориями энотуризма стали США, Канада, Австралия и Новая Зеландия. Проведенные в Австралии исследования (Cambourne, Macionis 2002) показали, что главными мотивами отправления энотуризма (wine tourism) являются факторы, связанные с:

- самим вином (пробование вина, его покупка);
- событиями и традициями, касающимися виноградарства;
- желанием посещения сельских территорий, в том числе мест, где можно выпить вина;
- желанием встречи с производителем вина;
- стремлением к расширению знания о вине, его производстве и т.п.;
- желанием знакомства с местной кухней, организацией пикников в районах возделывания винограда и производства вина;
- посещением предприятий, производящих вино.

Некоторые авторы [2] подчеркивают тесную связь энотуризма с региональным и локальным развитием. Разделяя мнение E. Relph о том, что условием существования и развития туризма является



разнообразие пространства (городов), они отмечают, что вино это один из немногих видов товаров в настоящее время, которые имеют названия, связанные непосредственно с местом их географического происхождения. Тем самым согласно мнению С.М. Никитина и др. (2002 г.) проявляются сильные взаимосвязи между развитием районов выращивания винограда и производством вина (винодельческими регионами) и развитием в них энотуризма, который, в свою очередь, влияет на развитие местного хозяйства также на поддержание у местных жителей сознания о географической культурной особенности данного места (через стремление к сохранению культурной специфики местности, поддержание традиций, связанных с выращиванием винограда, производством вина, торговлей им и его потреблением и т.п.). Здесь следует заметить, что некоторые авторы вводят даже термин «winescape», поскольку несколько иначе понимается, чем культурный облик территории, на которой выращивается виноград. Автор этого определения D.J. Telfer (2002 г.) – объясняет термин «winescape» как исключительно сельскохозяйственный пейзаж (англ. unique agricultural landscape), на который накладываются три элемента: (1) виноградники, (2) деятельность, связанная с выращиванием и сбором винограда, (3) места производства вина и его хранения.

Отдельные авторы (например, G. Johnson) трактуют энотуризм единственно как посещение с рекреационными целями, так скажем, виноградников (vineyards) и мест производства вина (wineries), а также участие в торжествах, связанных с вином (wine festivals and wine shows) [1]. Однако термин «wine tourism» понимается также как вид туризма, главным мотивом которого является посещение виноградников и мест производства вина, а также уча-



торжествах, связанных с вином в це-
дегустации и (или) в целях познания
адарских регионов [1]. Сравнивая
енные дефиниции, отметим следу-
асколько первое определение уме-
в рамках рекреационного туризма
авский, 1979 г.), настолько опре-
е Halla и др. (2002 г.) допускает,
е tourism является одним из видов
с понимаемого познавательного ту-
который согласно К. Пшеславскому
г.) связан со следующими мотива-
знания природы, познания культуры
ической или современной), а также
ия общественной жизни.

основе анализа литературы мож-
статировать, что трактование по-
ля виноградарских регионов и
роизводства вина с рекреационно-
ительских позиций характерно для
Австралии, Канады и Новой Зелан-
то же время в Европе, в подавляю-
е части энотуризм считается одним
ов культурного туризма. Например,
1552 туристов, опрошенных в штате
ия (Австралия), большинство под-
ло, что занимаются энотуризмом по-
е возможности дегустации разных
la втором месте была указана воз-
сть покупки вина. На последующих
: отмечались: возможность проведе-
ободного времени с родными и зна-
и, расширение кругозора, возмож-
ознакомиться с местной кухней, по-
места производства вина и встре-
с работниками винзаводов, а также
жность развлечься (Mitchell, 2002 г.).
вою очередь исследования, прове-
е во Франции, показали, что глав-
рактором, притягивающим туристов
рритории, известные виноградар-
и производством вина, очень часто
желание посещения памятников, по-
е истории и т.п., это отметили 80%
иваемых (Frochot, 2002 г.). В то же
60% французских туристов, отдыха-
в собственной стране, выбирают ме-
дыха, принимая во внимание локаль-
хню и вино [3].

имером проявления тесных связей
у энотуризмом и культурным туриз-
может быть Португалия, где в рас-
сенном к югу от реки Дуэро регионе
а да Наве создан туристский маршрут
шоссе № 226 (Ламего – Момимента
фра – Сернанселе), который носит на-
е «Дорога систерских вин» (Rota das
Cister). Путешествующие по ней ту-
имеют возможность не только посе-
есколько виноградников и хозяйств,
игающих вино и кушанья местной
, но и возможность ознакомления с
ими римскими монастырями (XII в.)
уке, Табосе, Салседасе, Сернанселе и
ко, как и посещения деревень, в ко-
сохранилось традиционное ремесло
арство, плетение корзин).
добный же характер имеют винные
руты, созданные в провинции Логро-
регион Арагон, Испания). В этом ре-
существует три маршрута для людей,

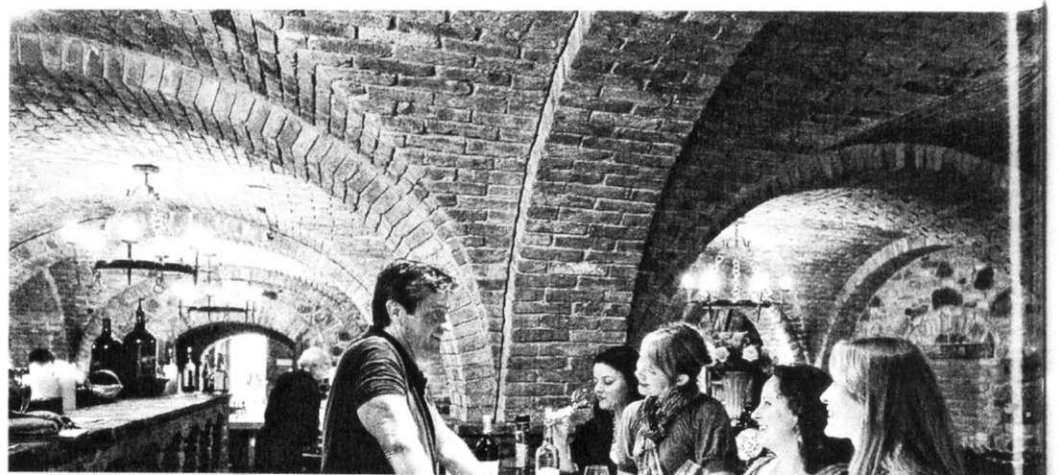


стораны (bodegas, в 73 из них для туристов
предусмотрены специальные подарки), но
также древние соборы, замки, руины древ-
неримских времен и еще курорт Арнедил-
ло. Одновременно туристы, интересующи-
еся производством вина и историей вино-
делия, имеют возможность посещения от-
крытого в 1991 году в Харо музея (Estacion
enologica y museo del vino) с богатой экспо-
зицией, посвященной, между прочим, ге-
ологическим и климатическим условиям,
способствующим выращиванию виногра-
да, его отдельных разновидностей, а также
технологии производства вина. Основы его
были заложены еще в 1907 году при созда-
нии школы виноделия (Escuelas Enologicas).
Поскольку местные власти получили само-
управление еще в начале 80-х годов, они
признали виноградарство и виноделие
приоритетными отраслями хозяйства реги-
она, и в 1983 году эта школа была ими при-
нята на баланс и постепенно преобразова-
на в центр энотуристского образования.

На основе приведенных приме-
ров можно выделить две основные мо-

дели энотуризма: (1) европейскую и (2)
американо-австралийскую (которая раз-
вивается также в Южно-Африканской Ре-
спублике). Насколько первая модель
взаимоувязывается с культурным туриз-
мом, настолько во втором случае на пер-
вый план выдвигаются мотивы, связан-
ные с развлечением, торговлей и т.п. В то
же время общим элементом для обеих мо-
делей энотуризма является деятельный от-
дых, а также стремление туристов оставать-
ся в контакте с природой.

Принимая во внимание все сопутству-
ющие энотуризму элементы, следует при-
знать, что концепция его развития может
быть признана одной из множества кон-
цепций развития сельских территорий. Его
развитие особенно полезно для регионов,
в которых выращивание винограда и про-
изводство вина играют существенную роль
и которые переживают трудности, связан-
ные с перепроизводством вина и отсутстви-
ем рынков сбыта и т.д. Тем самым органи-
зация и обслуживание винных маршрутов
может быть трактована как одна из раз-
нообразией туристской аттрактивности сель-





ских территорий. Согласно В. Cambourne и др. (2002 г.) в организации и обслуживании винных маршрутов принимают участие многие хозяйственные и общественные организации и учреждения (wine road actors):

- производители вина;
- местные власти;
- лица, оказывающие агротуристские услуги;
- владельцы ресторанов и отелей;
- туристские бюро (турагенты и туроператоры);
- фирмы, занимающиеся производством дополнительных атрибутов для развития энотуризма.

Среди упомянутых «актеров» особенный интерес к развитию энотуризма проявляют собственники винопитейных заведений и производители вина. Поддержка программ развития энотуризма со стороны производителей винограда и вина проистекает благодаря большой конкуренции, которая царит на мировом рынке вина, и трудностям продажи излишков вина. Касается это прежде всего европейских стран (главным образом Франции, Италии и Испании), в ко-

торых виноделие в последние годы находится в состоянии стагнации (а временами даже кризиса) из-за сильной конкуренции со стороны США, Австралии, Южной Африки, Чили и Аргентины. Именно поэтому в политике Евросоюза относительно сельских территорий пропаганда энотуризма является одним из важнейших вопросов в деле развития производства агротуристских услуг сельхозпроизводителями.

Среди многих программ Евросоюза, в которых энотуризм занял достаточно существенное место, следует упомянуть программу LEADER (франц. L'aison entre actions de developpement de Leconomie rurale), которая в девятидесятых годах XX века включала, между прочим, проекты создания инфраструктуры, необходимой для его развития и помощи в организации винотуризма в районах Френч-Комте (Франция), Пьемонт и Ломбардия (Италия), а также в районе Ла Риоха в Арагоне (Испания), где за счет средств Евросоюза создано четыре маршрута, связанных с посещением центров, известных не только выращиванием винограда и производством вина, но и интересными памятниками, сохранившимися фольклором, ремесленничеством и т.п. Также и в программе LEADER II предусмотрены финансовые проекты, касающиеся пропаганды энотуризма (например, в провинции Гераклион на Крите, Греция).

Пропаганда и поддержка этого вида туризма имеют место также в программах помощи Евросоюза странам Центральной и Восточной Европы (Чехия, Венгрия, Молдавия). Например, винные маршруты, созданные в южной части Моравии, в большей степени были организованы за счет средств PHARE (фонд Gross-Border Cooperation Programme).

О значении, какое для некоторых районов виноградарства и виноделия имеет энотуризм, может свидетельствовать такой

факт, что в Эльзасе около 23% произведенного вина покупают туристы, а в Бургундии этот процент составляет 12% [4]. Подобное наблюдается и в других странах. Исследования, проведенные в Италии, показали, что 80% охваченных анализом хозяйств виноградарников позволяли туристам покупать тут же производимое ими вино. Больше того, при 33% из них находились обычные рестораны, а в 95% случаев турист имел возможность приобрести, помимо вина, и другие продукты (Cambourne и др., 2002 г.).

Районом Италии, в котором можно наблюдать быстрое развитие энотуризма, является Ломбардия, где организовано 15 маршрутов для туристов, интересующихся этим видом туризма. Путешествуя по ним в 2001 году, можно было посетить 207 винных ресторанов со специально подготовленной для туристов «культура гастрономической» программой, а также переночевать в 275 агротуристских хозяйствах, специализированных на выращивании винограда и производстве вина. В свою очередь в винодельческом районе Вальполиселла (провинция Верона) туристы, интересующиеся энотуризмом, могут посетить 78 виноградарств и 13 винных ресторанов. Энотуризм пропагандируется также в известном винодельческом районе Вальполиселла (провинция Верона). Особы, интересующиеся этим видом туризма, могут посетить в нем 24 хозяйства, специализирующихся на виноградарстве и производстве вина (azienda). Из всех из них можно производить закупку, кроме того, в некоторых из них можно купить масло, а также овощи и др.

Только вышеприведенные примеры свидетельствуют о том, что винотуризм также обладает мультипликативным эффектом и не ограничивается лишь покупкой вина. Очень часто владельцы винных ресторанов предлагают туристам не только возможность посещения полей и дегустацию вина (временами за плату, а чаще бесплатно), но также питание, ночлег, покупку вина, приобретение сувениров (не всегда связанных с вином), а также различных продовольственных товаров (обычно это сыры, макаронные изделия, свежие овощи и фрукты, а также изделия их переработки). Нередко в хозяйствах, выращивающих винограда и производящих вина туристы имеют возможность использовать для прогулок лошадей или велосипеды и т.д. Это означает, что в большинстве случаев туристы, посещающие винодельческие хозяйства, больше денег тратят на ночлеги, питание, спортивно-рекреационную деятельность, чем на дегустацию вина и покупку нескольких бутылок вина. Кроме того, владельцы винных хозяйств могут рассчитывать, что по возвращении домой некоторые туристы начнут покупать вино, которое отведали в туристском путешествии. Все это говорит о том, что развитие энотуризма может иметь существенное значение

