



ТУРИЗМ СУВЕРЕННОГО КАЗАХСТАНА

**Сборник статей, посвященный 20-летию независимости
Казахстана и 15-летию кафедры туризма КазНУ им. аль-Фараби**

Алматы 2011

| | |
|---|------------|
| РАЙОНЕ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ УКРАИНЫ | 53 |
| Ж.Н. Алиева, Д. Сержанулы РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА | 56 |
| Н.В. Зигерн-Корн КОМПЛЕКСНОЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЕ ОСВОЕНИЕ ГОРНЫХ ТЕРРИТОРИЙ НА ПРИМЕРЕ МУРМАНСКОЙ ОБЛАСТИ..... | 59 |
| Ж.Н. Алиева, Даркулова Ш.А. ҚАЗАҚСТАНДА АВТОТУРИЗМНІҢ ДАМУ МӘСЕЛЕЛЕРІ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ШЕШУ ЖОЛДАРЫ..... | 64 |
| Ә.С. Ақтымбаева, А. Самзаева ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЖАСТАР ТУРИЗМІНІҢ ДАМУ СЯСАТЫ..... | 70 |
| А.Г. Аблеева А. Омаров, СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОРОДА АСТАНА КАК ТУРИСТСКОГО ЦЕНТРА..... | 73 |
| А.Ш. Шакен, Ш.С. Даурбекова ҚАЗАҚСТАНДА ЭКСТРЕМАЛЬДЫ ТУРИЗМ ТҮРІ РЕТІНДЕ КАЙТИНГТІ ДАМУ..... | 77 |
| М. Джурабаева, К.Н. Мамырова ҚАЗАҚСТАНДА ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМУ МҮМКІНДІКТЕРІ..... | 80 |
| А.Ш. Шакен, Г.Р. Айжолова ҚАЗАҚСТАН ГОЛЬФ ТУРИЗМНІҢ ДАМУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ..... | 83 |
| Ж. Пирмакова ШАРУАШЫЛЫҚТЫҢ РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ САЛАСЫН АУМАҚТЫҚ ҰЙЫМДАСТЫРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ | 87 |
| Ш.Б. Байжанова ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ЮЖНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ..... | 89 |
| Ш.Т. Абдреева, А. Утенова ОҢТҮСТІК ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНЫҢ ШАРДАРА АУДАНЫНЫҢ ТУРИЗМНІҢ ДАМУ МҮМКІНШІЛІКТЕРІ..... | 94 |
| А.А. Жакупова, А.М. Абжанов ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ..... | 96 |
| Б.И. Байдавлетов, Е.Б. Алимжанова ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНДАҒЫ ТУРИЗМНІҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ ЖӘНЕ БОЛАШАҒЫ ІІІ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ | 100 102 |

Осы жоспарға орай ауданда көлік инфрақұрылымын дамыту мақсатында болашақта темір жол тартып және аптасына екі мәрте әуе көлігін жіберу көзделіп отыр.

Ауданда жағажай туризмін дамытуды насихаттау мақсатында стенд дайындалып, онда мүмкіншіліктерді көрсете отырып, (балық аулау, аңшылық, атпен серуендеу, жағажай волейболы және футболы, дайвинг, суда жүзу, су шаңғысымен жүзу, т.б) іс-шара ұйымдастырылды. Бұл іс-шара жөнінде «Шымкент-Қазақстан», «Айғақ-ТВ» телеарналарында көрсетіліп, бірнеше бұқаралық ақпарат құралдарында жарияланды. Осы іс-шараның нәтижесі ауданға өз бетінше келіп жатқан демалушылар санының көптеп келуіне игі әсерін тигізуде.

Инвесторлардың қызығушылығын тудыру мақсатында аудандағы тарихи-мәдени орындар, ескерткіштер және т.б көрікті жерлері бейнеленген буклетке материалдар жинақталып, шығару жоспарланған.

Ауданға келетін туристерге қызмет көрсететін 2 қонақ үйі, атап айтқанда: «Шардара» қонақ үйі, «Бақдаулет» қонақ үйі, 2 қонақ күтетін үйлер, маусымдық 1 сауықтыру лагері, 2 демалыс аймағы жұмыс жасауда. Ішкі және сырттан келетін туристер үшін Шардара су қоймасы жағалауында орналасқан «Алтын жағажай» және «Аққала» қонақ үйлер қызмет көрсетуде. Қазақстан ауылы аумағында көлдің ортасындағы аралда жеке кәсіпкердің есебінен салынған аңшылар үйі орналасқан.

Шардара қаласының шағын демалыс және туризм объектілерін салуды ұйымдастыру бағытында қаладағы «Тұңғыш Президент» саябағына 2005-2008 жылдар аралығында аудандық бюджеттен 12,7 млн. теңге, облыстық бюджеттен 66,4 млн. теңге, барлығы 79,1 млн. теңге бөлініп, құрылыс жұмыстары жүргізілді. Саябақтың теңіз жақ бетінен жеке инвесторлар есебінен төрт қабаттан тұратын «Ақ босаға» атты неке сарайы, екі қабатты люкс қонақ үйі салынып, пайдалануға берілді. Сондай-ақ республикалық бюджеттен трансферт есебінен аттракциондар орнатылды [2].

Аталғандардан басқа, келген туристерді қызықтыратын қаланың орталығында Ұлы Отан соғысында қаза тапқан жауынгерлерге арналған обелиск, Шардара су қоймасының 40 жылдық мерекесіне арналған тың игерушілер монументі және Шопан ата, қазақтың үш кеменгері Төле, Қазыбек, Әйтеке билердің, сондай-ақ ауданнан шыққан үш батыр М.Қалмырзаев, Б.Әлімбетов, С. Әшіров, Нуртай Ондасыновтардың ескерткіштері бар.

Ауданға келетін туристер саны жылдан жылға өсуде, мысалы егер 2009 жылы 5200 турист келсе, 2010 жылы олардың саны 5900 жетті.

Қорыта айтқанда, Шардара өлкесінде туризмнің түрлі салаларын дамытуға мүмкіншілігі мол аймақ.

Әдебиеттер

- 1 Қазақ мәдениеті. Энциклопедиялық анықтамалық. Алматы: Аруна Ltd. ЖШС. – 2005.
- 2 <http://www.Chardara.kz>
- 3 Шежірелі Шардара. Шардара ауданының 30 жылдық мерекесіне арналған жинақ. – Алматы, 1999.

УДК 338.48

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

А.А.Жакупова, А.М.Абжанов

Казахский национальный университет имени аль-Фараби

В XXI веке событийный туризм по динамике популярности занимает одну из лидирующих позиций в мире. Авторами рассмотрены возможности развития данного направления туристской деятельности в Казахстане с учетом современных технологий продвижения туристского продукта. Даны рекомендации по улучшению ситуации.

Событийный туризм (event-tourism) сегодня является одним из наиболее востребованных направлений международного туризма. Для Казахстана это направление относительно новое и пока еще только формирующееся. Тем не менее, по оценкам иностранных экспертов, именно event-tourism может стать для нашей страны определяющим фактором в конкурентной борьбе на международном рынке туристских услуг в ближайшей перспективе. Так, по мнению Генерального секретаря ЮНВТО Талеба Рифаи, высказанному им на IV Астанинском экономическом форуме 3 мая 2011 года, такое событие, как 7-е Зимние Азиатские игры (рисунок) сыграло в формировании туристского имиджа Казахстана большую роль, чем все имиджевые мероприятия за последние 7 лет.

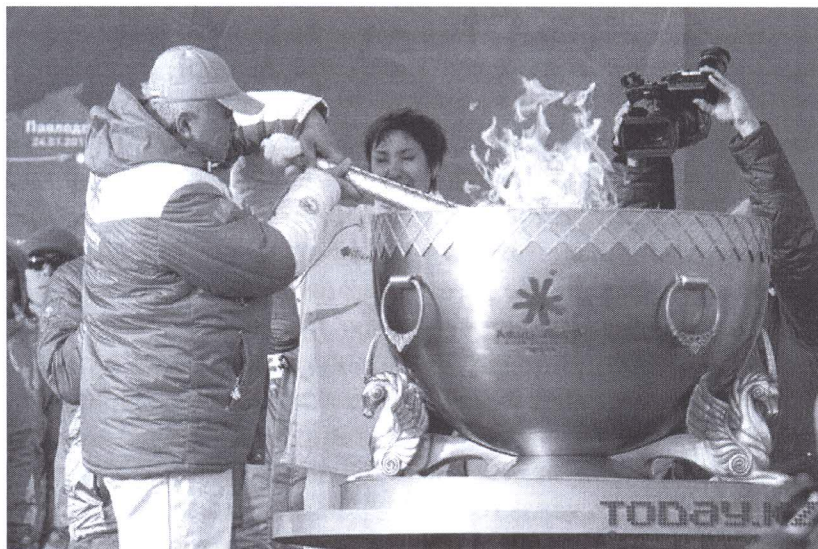


Рисунок – Открытие 7-х Зимних Азиатских игр

Что же такое event-tourism и почему он представляет практический интерес для туроператоров нашей страны? В специальной литературе встречается несколько определений данного направления туристской деятельности.

«Событийный туризм (Event-туризм, ивент-туризм) – это вид туризма ориентированный на посещение местности в определенное время, связанный с каким-либо событием» [1]. По определению Г.П.Долженко, под событийным туризмом понимает «туристскую деятельность, связанную с разнообразными и значительными социальными и общественными событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью, большие массы соотечественников и туристов из зарубежных стран» [2]. Последнее определение, на наш взгляд, более точно отражает сущность данного понятия и согласуется с подходами, применяемыми в отношении этого развивающегося направления туристской деятельности в Казахстане.

Бабки А.В. справедливо считает событийный туризм значимой частью культурного туризма, ориентированной на посещение дестинации в определенное время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или редко наблюдаемым природным явлением [3]. В данном случае событие рассматривается как совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов, а также характеризующихся кратким периодом существования.

В основе общественных событий, вызывающих интерес потенциальных туристов, лежат обычаи и традиции, которые сопровождаются церемониями. Как правило, последние и являются тем аттрактивным элементом, который определяет спрос на конечный туристский продукт. При этом необходимо учитывать особенности целевой аудитории и корректировать программу с учетом реальных запросов. Так, в зависимости от возраста в составе целевой

аудитории событийного туризма, по мнению авторов, могут быть выделены: дети (возраст от 3 до 12 лет); подростки (13-17 лет); молодежь (18-25 лет); среднего возраста (от 26 до 44 лет); взрослые – от 45 до 64 лет; пожилые люди – от 65. При этом основная целевая аудитория – это молодежь, люди среднего возраста и взрослые.

Событийный туризм можно классифицировать и по другим признакам, например, по масштабу события, его тематике и др. Очевидно, что видов событийного туризма практически насчитывается столько же, сколько видов событий в мире, т. е. великое множество. Однако преобладание того или иного вида определяется особенностями территории, где реализуется Event.

При расстановке акцентов по важности подготовительных мероприятий событийных туров в зависимости от вида события необходимо учесть как можно больше факторов, однако обязательным и одним из важнейших требований является доведение до потенциального потребителя полной и достоверной информации о месте и времени события, с учетом того, что данный вид туризма часто представлен нерегулярными событиями, или же событиями, которые каждый раз случаются в разное время и/или происходят в различных местах.

Событийный туризм уникален тем, что он неисчерпаем по содержанию. При этом ресурсная обеспеченность событийного туризма весьма многогранна и зависит от конкретного вида события, заложенного в основу туризма. В свою очередь, ресурсы, обеспечивающие событийный тур, подразделяют на основные и производные. Первые представляют собой первичное туристское предложение и состоят из природных и социально-культурных ресурсов. Производные туристские ресурсы, включают объекты туристской инфраструктуры, услуги и специально организованные мероприятия развлекательного и познавательного характера. Важной особенностью событийного туризма, подлежащей обязательному учету разработчиков туров, является то, что в зависимости от события ресурсное обеспечение меняется.

В результате анализа тематической информации из опубликованных источников и с учетом сделанных выше замечаний и обобщений, авторами выделен блок наиболее актуальных вопросов, определяющих неразвитость событийного туризма в Казахстане, и требующих первоочередного решения. На наш взгляд, это:

- 1) невовлеченность богатейших природных и этнографических ресурсов в процесс формирования событийного туризма;
- 2) недостаточное (с точки зрения туристского маркетинга) освещение событий в отечественных и зарубежных средствах массовой информации;
- 3) имиджевая несостоятельность регионов как объектов потенциального туристского интереса со стороны «событийных» туристов и отсутствие эффективной политики по формированию туристского имиджа отдельных территорий и страны в целом;
- 4) неразвитость вне крупных центров как общей, так и специфической туристской инфраструктуры;
- 5) отсутствие «высокоаттрактивных» развлекательных мероприятий международного уровня;
- 6) недостаточное внимание со стороны органов местной государственной власти к проблемам событийного туризма и некоторые другие.

Однако и перспективы развития событийного туризма в Казахстане достаточно высоки, что подтверждается, например, сохранением тенденции к увеличению числа участников специализированных выставок (и, соответственно, возможностью дальнейшего развития этого сегмента событийного туризма); наличием мощного природного потенциала для развития событийного туризма в областных центрах, а также достаточностью социально-культурных ресурсов, прежде всего, этнографических.

Обобщая вышесказанное, для придания импульса развитию событийному туризму в Казахстане, целесообразно реализовать ряд мер организационного характера, в частности:

- признание Министерством туризма и спорта событийного туризма как перспективного и потенциально значимого для развития отечественной индустрии туризма в целом;

- информирование потенциальных туристов о тех событиях, которые имеют место быть в стране или регионе с использованием всего многообразия современных средств коммуникативной поддержки;

- активное вовлечение местного населения/сообществ для участия в событиях;

- патронаж мероприятий со стороны уполномоченных органов, организация новых мероприятий международного уровня (и/или возведение в ранг таковых имеющихся), гармоничное развитие туристской инфраструктуры;

- принятие ряда мер, направленных на формирование благоприятного туристского имиджа страны с участием туристских предприятий и организаций, разработку и продвижение турпродуктов в сфере событийного туризма, обеспечение реальных инвестиций в развитие туристской индустрии, повышение качества предлагаемых услуг в сфере гостеприимства и питания, выпуск сувенирной продукции с символикой мероприятий.

Таким образом, событийный туризм имеет достаточно хорошие перспективы развития в Казахстане. Наличие ресурсного потенциала в виде сочетания древних традиций и масштабных мероприятий современного периода, мультикультурной среды и толерантности местного населения, экономической стабильности и расширения делового партнерства в совокупности с достижениями в науке, образовании, спорте, защите окружающей среды и других сферах человеческой деятельности стимулирует интерес мирового сообщества и рост количества иностранных посетителей. При этом событийное мероприятие является не только способом привлечения в страну иностранных туристов, но и эффективным маркетинговым ходом, позволяющим заинтересовать туристов в посещении данной территории или страны повторно, с другими целями.

Анализ текущего состояния и проблематики событийного туризма в Казахстане позволил оценить эффективность использования предприятиями туристской сферы выдающихся событий за годы независимости и оконтурить круг задач, которые необходимо решить для успешного развития данного направления туристской деятельности в нашей стране. При этом очевидна своевременность постановки вопроса не только о максимально полном использовании возможностей участия отечественных туроператоров в мероприятиях мирового масштаба, проводимых в стране, но и формировании отечественного туристского продукта в секторе событийного туризма.

Литература

- 1 Ефремова Т.Ф. Новый толково-словообразовательный словарь русского языка. – М., 2000.
- 2 Долженко Геннадий Петрович, Шмыткова А.В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – Т.6. – Ростов-на-Дону, 2007.
- 3 Бабкин А. В. Специальные виды туризма: Учебное пособие. – Ростов-на-Дону, 2008. – С. 122.