

ПУТЕШЕСТВИЙ





Лето 2010

Крылья Ваших встреч и путешествий!
Крылья Ваших встреч и путешествий!

Анталья

Астана

Уральск

Актобе

Актау

Караганда

Алматы

Шымкент

*Китсан – незабываемый отдых
по доступным ценам*



Экскурсии в САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

КИТАЙ

отдых, шоп-туры

Лечение в г. **ДАЛЯНЬ**

и на о. **ХАЙНАНЬ**

Визы в Китай



ГОА

ЕГИПЕТ

ТУРЦИЯ

ТАЙЛАНД

Лечение в **ЧЕХИИ**

ОАЭ, МАЛАЙЗИЯ,

оз. АЛАКОЛЬ и ИССЫК-КУЛЬ

Организация бизнес-поездок
Бронирование авиабилетов

г. Алматы, ул. Егизбаева, 54 Б, тел.: 8 (727) 298 09 40, 298 07 70, 298 01 79

e-mail: kitsantour@trgroup.kz, kitsan_avia@trgroup.kz

www.kitsan.kz

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АКАДЕМИЯ



*Для тех, кто верит в себя
и стремится к успеху!*

010000, г.Астана, р-н Сары-Арка,
пр. Республики, 58/19.
тел.+7(7172)311235, 311098.
e-mail: astana@turanprofi.kz
web: <http://turanprofi.kz>

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

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

Журнал выпускается при содействии Министерства туризма и спорта Республики Казахстан, Всемирной туристской организации ООН, акимата г. Алматы

Журнал входит в Казахстанскую туристскую ассоциацию.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

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

Байпаков К. М. – директор Института археологии

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

Валиев К. Ш. – президент Национального фонда альпинизма,

директор ТОО МАЛ «Хан-Тенгри», кандидат наук

Вуколов В. Н. – декан факультета туризма Казахской академии спорта и туризма, доктор наук, профессор

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

Казахского национального университета им. аль-Фараби

Какен К. Г. – председатель Комитета индустрии туризма

Министерства туризма и спорта РК, кандидат наук

Макогонов А. Н. – проректор Казахской академии спорта и туризма, доктор наук, профессор

Никитинский Е. С. – советник министра туризма и спорта РК, кандидат наук, доцент

Хайдаров Х. С. – начальник Управления туризма, физической культуры и спорта акимата г. Алматы

Шокаманов Ю. К. – ответственный секретарь Агентства РК по статистике, доктор наук, профессор

Генеральные партнеры издания:

ТОО «АМАДЕУС Джи Ди Эс» (www.amadeuscis.com)

ТОО «СП «Электронпост.кз»» (www.elpost.kz)

Учредитель и издатель:

ТОО «Издательский дом «Арт Страйк»

Генеральный директор:

Дмитрий Говорухин (dgovoruhin@artstrike.kz)

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

Шеф-редактор: Елена Медведчикова (Elena-massmedia@mail.ru)

PR-директор: Александр Кириченко

Арт-директор: Тимур Абдусадыков

Корректор: Людмила Бабаева

Фотографии: Г. Бабченко, И. Беседин, А. Бурамбаева, В. Дауранова, В. Кистанов, А. Колмакова, А. Мамиров, Д. Петрухин, А. Филиппов

Адрес редакции:

Республика Казахстан, г. Алматы,
ул. Казыбек би, д. 50, оф. 101,
тел.: +7 (727) 261 60 15, факс: +7 (727) 261 69 25,
e-mail: mpkz@inbox.ru

Периодичность:

6 раз в год.
Журнал распространяется на территории РК, на бортах авиакомпаний, в офисах и учебных центрах компаний-партнеров и рекламодателей журнала, а также на выставках, конференциях и форумах, которые освещает издание.

По вопросам сотрудничества обращаться:

+7 (727) 327 76 55, +7 (727) 329 24 42, моб.: +7 777 268 4006,
e-mail: mpkz@inbox.ru

Отпечатано в типографии:

«Print House Gerona»
г. Алматы, пр. Сейфуллина, 458/460, оф. 201-205
Тел.: 8 / 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.

Редакция журнала не несет ответственности за содержание рекламных материалов.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Рукописи не рецензируются и не возвращаются.

МАРШРУТЫ НОМЕРА



С праздником!

25 мая «Мир путешествий» отметил своё 5-летие. Мы поздравляем с этим небольшим, но все-таки юбилеем наших уважаемых читателей.

Спасибо всем, кто принимал участие в рождении, становлении и развитии журнала – нашей первой команде 2005 года, а также тем, кто подключился к работе в последнее время. Благодарим наших партнеров, в первую очередь компанию «Электронпост.kz» и лично ее директора *Н. Медведчикову*.

Нам, безусловно, повезло, что все эти годы «Мир путешествий» активно поддерживали советник министра туризма и спорта *Е. Никитинский*, начальник отдела развития туризма акимата г. Алматы *Р. Асенов*, заместитель начальника управления по туризму и спорту Акмолинской области *Ш. Батырханов*, руководство Всемирной туристской организации и Казахской туристской ассоциации.

Своим успехом журнал обязан также председателю Комитета по контролю в сфере образования и науки МОН Республики Казахстан *Найману Бубеевичу Калабаеву*, депутату Мажилиса Парламента Республики Казахстан *Елене Ивановне Тарасенко*, президенту байк-клуба «KZ BIKE» *Дмитрию Ивановичу Петрухину*, директору по развитию и PR-компании «Кинопарк» *Ерлану Бухарбаеву*, главным редакторам журналов «Вся Астана My Town» *Вадиму Дергачеву* и «Ветер странствий. Казахстан» *Наталье Боровой*, фотокорреспондентам *Руслану Пряникову* и *Ивану Беседину*, а также остальным нашим друзьям и коллегам.

Особенно теплые слова передаем в адрес тех, кто прислал свои персональные поздравления, которые мы с удовольствием публикуем на страницах юбилейного номера.

С уважением,
главный редактор журнала «Мир путешествий»
Андрей САКУЛИНСКИЙ



Құрметті әріптестер және достар!

Бүгінгі заманғы туристік индустрия әлемдік экономиканың кірістілігі жоғары, әрі қарқынды дамушы салаларының бірі болып отыр. Жаһандық әлеуметтік-экономикалық құбылыс ретіндегі туризмнің рөлі тұрақты түрде артып келеді.

Мемлекет басшысы Н.Ә. Назарбаевтың «Жаңа онжылдық – жаңа экономикалық өрлеу – Қазақстанның жаңа мүмкіндіктері» атты Қазақстан халқына Жолдауында туризм және спорт саласындағы әлеуметтік-экономикалық саясаттың негізгі басымдықтары анықталған. Мемлекеттің дамуындағы инерциялық энергиялы-шикізаттық бағытты еңсеру қажеттілігі – ел экономикасын диверсификациялау үшін қолайлы жағдай жасайтын альтернативті дамуды талап етеді.

Туризм саласының ерекшелігі – саланы дамытуда ақпаратты кәсіби деңгейде жеткізе білудің шешуші рөл атқаратынында. Қазақстанның туристік кластерін дамыту елдің имиджін қалыптастырумен және туристік мүмкіндіктерін алға жылжытумен тікелей байланысты. Осы бір стратегиялық мәселеде бұқаралық ақпарат құралдарының, әсіресе, туризм және саяхат мәселелері бойынша маманданушы басылымдардың алатын орны ерекше. Осындай отандық басылымдардың бірі – «Мир путешествий» ғылыми-танымдық журналы болып табылады.

«Мир путешествий» журналы ірі халықаралық форумдардың жұмысын, атап айтқанда Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігі мен БҰҰ Дүниежүзілік туристік ұйымы өткізетін іс-шаралардың жұмысын табысты жариялап келеді. Сонымен қатар, журналдың тек халықаралық мәселелерге ғана емес, ішкі туризмді дамытуға да ерекше назар қойып отырғанын айта кету керек.

Туризм саласындағы ғылыми жұмыстар мен зерттеулер журнал қызметінің маңызды бағытына айналды, бұл өз кезегінде отандық ғылымды дамытуға және жас ғалымдарды тәрбиелеуге оң ықпал жасайды. Дәл осы «Мир путешествий» журналының



Дорогие друзья!

С удовольствием обращаюсь к читателям Республики Казахстан, где совсем недавно с успехом прошла XVIII сессия Генеральной ассамблеи ЮНВТО, в ходе которой были приняты важные стратегические решения для развития мирового туризма.

Мы помним, что казахстанский журнал «Мир путешествий» оперативно и профессионально освещал работу этого крупнейшего туристского форума.

Сотрудничество вашего издания с ЮНВТО началось еще на 45-м заседании Европейской комиссии ЮНВТО, проходившем в г. Алматы в 2006 году. С тех пор «Мир путешествий» постоянно публикует материалы о мероприятиях и проектах, проводимых под эгидой Всемирной туристской организации.

В этом году журналу «Мир путешествий» исполняется 5 лет. Благодарим вас за плодотворное сотрудничество и за вклад, который делает ваш журнал в развитие туризма.

Мы рады иметь в лице вашего издания надежного партнера в таком важном регионе, каким является Казахстан – страна, которая всегда была открыта для сотрудничества с другими государствами и народами.

Руководитель отдела выставок и коммуникаций,
координатор Программы ЮНВТО по Шелковому пути
Алла ПЕРЕСОЛОВА

диссертациялық зерттеулердің негізгі нәтижелерін жариялауға ұсынылған ғылыми басылымдардың тізбесіне енгізілген туризм жөніндегі алғашқы қазақстандық журнал болуы да кездейсоқтық емес.

«Мир путешествий» журналының оқырмандарын және редакциялық кеңесін 5-жылдық мерейтоймен құттықтай отырып, редакция ұжымына шығармашылық табыстар тілеймін!

Құрметпен, Қазақстан Республикасының Туризм және спорт министрі
Темирхан ДОСМУХАМБЕТОВ



Уважаемые коллеги и друзья!

Современная туристская индустрия является одной из самых высокодоходных и динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. Роль туризма как глобального социально-экономического явления постоянно возрастает.

В Послании главы государства Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Новое десятилетие – новый экономический подъем – новые возможности Казахстана» определены основные приоритеты социально-экономической политики в сферах туризма и спорта. Необходимость преодоления инерционного энергосырьевого сценария развития государства требует развития альтернативных отраслей, создающих стимулы для диверсификации экономики страны.

Туризм – это одна из важнейших сфер деятельности современной экономики. Это сфера, в развитии которой важную, если не решающую роль играет профессиональная подача информации. Успешное развитие туристского кластера Казахстана также напрямую связано с формированием имиджа и продвижением туристских возможностей Казахстана. Центральное место в этом стратегически важном вопросе играют средства массовой информации и особенно специализированные издания по туризму и путешествиям. Одним из таких отечественных изданий является научно-познавательный журнал «Мир путешествий».

«Мир путешествий» с успехом освещает работу крупнейших международных форумов, в частности, мероприятий, проводимых Министерством туризма и спорта Республики Казахстан и Всемирной туристской организацией ООН. Считаю необходимым отметить, что наш журнал уделяет пристальное внимание не только вопросам международного, но и развитию приоритетного внутреннего туризма.

Важным направлением деятельности журнала стали публикации научных работ и исследований в области туризма, что, в свою очередь, способствует развитию отечественной науки и воспитанию молодых ученых. Неудивительно, что именно «Мир путешествий» стал первым казахстанским журналом по туризму, включенным в Перечень научных изданий, рекомендуемых для публикаций основных результатов диссертационных исследований.

Поздравляю читателей и редакционный совет журнала «Мир путешествий» с 5-летним юбилеем и желаю всему коллективу редакции дальнейших творческих успехов!

С уважением, министр туризма и
спорта Республики Казахстан
Темирхан ДОСМУХАМБЕТОВ

Благодарим за сотрудничество!

КТА и КАГиР поздравляют коллектив издания «Мир путешествий» с пятилетним юбилеем. Для специализированного профессионального издания пять лет – это значительно больше, чем просто стаж работы на рынке.

Сегодня издание представляет большой интерес для читателей, и в первую очередь – для профессионалов рынка туристской индустрии. Научно-познавательная направленность «Мира путешествий» и его включение в Перечень научных изданий, рекомендуемых для публикации основных результатов диссертаций, – это серьезное достижение и реальное расширение читательской аудитории. За этот небольшой срок вам удалось занять достойное место на рынке специализированных периодических изданий.

Желаем вашему изданию не только удерживать завоеванные позиции, но и развивать дальше, творческих свершений, удачи и оптимизма, благополучия и счастья! Пусть еще больше появляется на страницах журнала интересных и содержательных материалов, пусть шире становится круг ваших читателей! Благодарим «Мир путешествий» за сотрудничество с КТА и КАГиР. Пусть рядом с вами всегда будут достойные профессионалы и надежные друзья.

Директор Казахстанской туристской ассоциации,
президент Казахстанской ассоциации гостиниц и ресторанов
Рашида ШАЙКЕНОВА



К 5-летию журнала «Мир путешествий»

Как известно, своевременное и профессиональное предоставление информации является залогом успеха во многих отраслях, а тем более в такой, как индустрия туризма и путешествий.

В этой связи хорошим примером является деятельность научно-познавательного журнала «Мир путешествий».

За время своей работы это издание заняло достойное место среди казахстанских средств массовой информации, специализирующихся на освещении вопросов развития туристского кластера республики.

Начиная с выхода первого номера «Мир путешествий» тесно сотрудничает с акимом города Алматы, публикуя на своих страницах развернутую информацию о крупнейшем мегаполисе и туристском центре Казахстана – Алматы.

Высоко оценивая труд членов редакционной коллегии и сотрудников редакции, от имени акимата поздравляю журнал «Мир путешествий» с юбилеем.

Желаю вам успешной реализации творческих замыслов и новых профессиональных достижений!

Аким города Алматы
Ахметжан ЕСИМОВ



В последние годы в Казахстане издавался целый ряд журналов, освещающих тематику туризма и путешествий. Не все из них выдержали испытание временем. «Мир путешествий» – приятное исключение.

Как известно, молодая туристская отрасль включена в число приоритетов кластерного развития, а формирование индустрии туризма предусмотрено в Программе государственного развития «Казахстан-2030».

В этой связи выстраивается и основная тематическая направленность журнала, направленная на освещение вопросов по-

Выдержали испытание временем

строения туристского кластера Казахстана и применения новых технологий на рынке туристских услуг.

Но что необходимо подчеркнуть особо – «Мир путешествий» является одним из немногих периодических изданий, способствующих развитию отечественной науки и воспитанию молодых ученых в сфере туризма.

Членами редакционной коллегии и авторами журнала являются известные ученые и прекрасно разбирающиеся в своем деле практики.

С изданием постоянно сотрудничают ведущие специалисты нашей Казахской академии спорта и туризма, которые наравне с другими авторами успешно развивают стиль журнала.

С каждым годом растет привлекательность журнала и фундаментальность в рассмотрении широкого круга вопросов, в том числе и научного направления.

Желаю изданию развивать завоеванные позиции, а его сотрудникам – здоровья, благополучия и творческих удач!

Ректор Казахской государственной академии спорта и туризма
Кайрат ЗАКИРЬЯНОВ



Уважаемые, коллеги!

От имени компании «Amadeus» и от себя лично сердечно поздравляю журнал «Мир путешествий» со знаменательным событием – 5-летием со дня основания!

В ваш юбилей желаю вам, дорогие партнеры, дальнейшего процветания, стабильности, творческих успехов, признания и уважения партнеров и читателей, и самое главное – новых полетов мысли.

Пусть на страницах журнала появится еще больше интересных и содержательных материалов о туризме, и чтобы круг ваших читателей с годами становился все шире и шире!

Надеемся на наше долгое и успешное сотрудничество.

Генеральный директор
ООО «Амадеус Джи Ди Эс»
Эмре БИТИК



Congratulations to Travel World Magazine from EGYPTAIR!

On behalf of EGYPTAIR in Kazakhstan, I would like to congratulate the Magazine Travel World on its 5th Anniversary of publication.

EGYPTAIR has been in Kazakhstan since October 2009 and Travel World is the first and only magazine with which we have signed the contract.

We have chosen this magazine for its ability to deliver the most useful and valuable information on Tourism Industry of Kazakhstan.

We have managed to build friendly and professional partnership with the Chief Editor Mr. Andrey Sakulinskiy and have always appreciated his professional and creative approach to the work he does.

I wish Travel World professional success, continuous development and achievement of even higher level of success in tourism industry. All the best wishes.

Engineer Mohamed ELKORDY
District Manager
EGYPTAIR in Kazakhstan



Компас в мире путешествий

От имени казахстанской выставочной компаний «Iteca» и британской группы компаний ITE позвольте поздравить весь коллектив журнала «Мир путешествий» с 5-летним юбилеем!

Несомненно, среди отечественных туристских средств массовой информации «Мир путешествий» занимает ведущее положение. Журнал выделяется широтой взглядов, глубиной суждений, основательностью оценок и новизной восприятия действительности. Мы уверены, ваше издание способствует формированию положительного имиджа Республики Казахстан и продвижению страны как привлекательного туристского направления.

За свою 5-летнюю историю издание остается верным своему предназначению – быть компасом в мире путешествий.

Еще раз поздравляю вас с юбилеем, желаю новых творческих успехов, новых читателей и новых интересных материалов!

С уважением,
исполнительный директор ТОО «Iteca»
Юрий БОРОДИХИН



Уважаемые друзья!

Поздравляю вас с юбилеем журнала «Мир путешествий»!

За истекшие годы «Мир путешествий» получил признание и стал одним из ведущих казахстанских туристских изданий.

Своим успехом журнал обязан профессиональной команде издателей, авторитетной редакционной коллегии и, конечно, своим читателям и партнерам.

Очевидно, что редакция журнала выполнила те цели, которые стояли перед ней пять лет назад: сегодня «Мир путешествий» – это интересное научно-познавательное издание, которое отличает яркий визуальный ряд и глубина раскрытия поднимаемых тем.

Что касается нашей компании, то мы нашли в лице вашего журнала надежного и профессионального партнера.

Желаю «Миру путешествий» не останавливаться на достигнутом, с каждым годом обретая новых партнеров и широкое признание читателей.

Вице-президент АО «Як Алакон»
Рустам АБДУЛИН

Уважаемый Андрей Павлович!

Поздравляю Вас и в Вашем лице весь творческий коллектив со знаменательным событием – 5-летием со дня первого выхода в свет научно-познавательного журнала «Мир путешествий».

Журнал активно участвует в освещении позитивных преобразований, которые происходят в сфере туризма и спорта, рассказывает об уникальных природных богатствах родного края, укрепляет туристский имидж Казахстана.

Свидетельством высокого профессионального уровня и ответственности работников издания является то, что Министерство образования и науки Республики Казахстан придало вашему журналу статус первого научного издания о туризме, на страницах которого соискатели ученых степеней смогут публиковать свои работы и предоставлять их при защите диссертаций.

Приятно отметить, что редакционный коллектив журнала плодотворно сотрудничает и с туристскими организациями Акмолинской области, регулярно информирует о проводимых в нашем регионе ежегодных туристских ярмарках «Туризм. Оздоровление. Путешествия».

От души желаю Вам и всему редакционному коллективу доброго здоровья, благополучия, многочисленных и благодарных читателей, ярких, запоминающихся статей и новых творческих свершений во благо нашей страны!

Аким Акмолинской области
Сергей ДЬЯЧЕНКО



Журналу «Мир путешествий» – 5 лет!

мых высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей экономики. Ее влияние на экономику в плане создания добавленной стоимости, увеличения занятости и регионального развития неоспоримо и оценивается в рамках методологии Системы национальных счетов путем составления Вспомогательного счета туризма. Измерения величины туристского продукта, полученные на основе этой методологии, достаточно широко используются в ряде стран как для формирования туристской политики, так и для оценки воздействий этой политики на развитие национальных и региональных экономик.

Валовой внутренний продукт туризма в Казахстане за период с 2003 (когда начал впервые составляться Вспомогательный счет туризма) по 2006 год вырос в 3,1 раза – с 62 до 190,1 млрд. тенге, а его доля в ВВП страны благодаря более динамичному развитию отраслей, связанных с туристской индустрией, выросла с 1,3% до 1,9%. В 2007-2008 годах, несмотря на то, что вследствие мирового финансового кризиса доля туризма сократилась (на 0,4 процентных пункта), ВВП туризма в номинальном выражении возрос на 23,4%.

Внутреннее предложение отраслей туризма за 2003-2008 годы в номинальном выражении возросло в 2,1 раза. Возросло также потребление туристских продуктов: относящееся к потреблению внутри страны – в 2,5 раза, к въездному туризму – в 2,2 раза, выездному – в 1,7 раза.

Число посетителей, как въехавших в Казахстан, так и выехавших, на протяжении всего указанного периода также неуклонно возрастало. В 2008 году число въехавших в Казахстан посетителей выросло по сравнению с 2003 годом в 3,2 раза, а выехавших – в 2,2 раза.

За рассматриваемый период в республике существенно – в 2,2 раза – выросла численность занятых в отраслях туризма: с 322 до 692,5 тыс. человек. В общей численности занятого населения в республике доля занятых в сфере туризма выросла с 4,6% до 8,8%.

Таким образом, туризм в Казахстане сегодня, как и во всем мире, также представляет бурно развивающуюся экономическую деятельность, подтверждаемую динамикой соответствующих статистических показателей. Поэтому своевременное появление в республике журнала «Мир путешествий» оказалось весьма кстати.

В связи с первой юбилейной датой хотелось бы пожелать генеральным партнерам журнала – ТОО «Амадеус Джи Ди Эс» и ТОО «СП Электронпост.kz», его учредителю и издателю – ТОО «Издательский дом «Арт Страйк», всему издательскому коллективу журнала производственных и творческих успехов и содействия развитию туризма в республике с темпами соответственно целям и задачам, поставленным в Стратегическом плане развития Казахстана до 2020 года.

Ответственный секретарь
Агентства Республики Казахстан по статистике
Юрий ШОКАМАНОВ

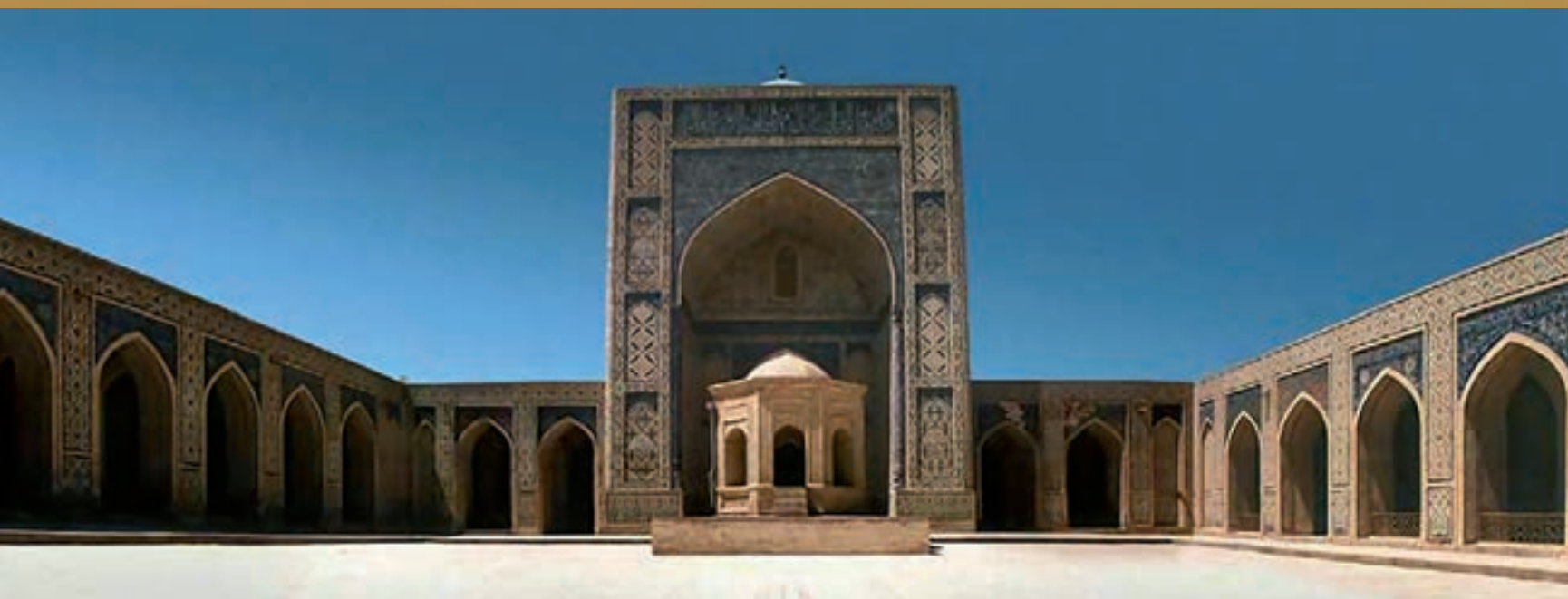
Вроде бы совсем недавно появился новый журнал «Мир путешествий», а вот уже и наступил первый его юбилей – журналу исполнилось 5 лет.

Каким стал журнал? Он стал таким, каким и был заявлен – научно-познавательным. В нем наряду с серьезными научными статьями по истории, состоянию и развитию индустрии туризма в республике, подготовке туристских кадров соседствуют заметки о туристских объектах в стране и за рубежом. Главное – журнал стал не просто научным и познавательным, он получился красочным и интересным.

Особо я хотел бы отметить важную роль журнала в развитии туристской деятельности в республике, которая в современном мире является одной из са-



UN Silk Road City Awards



UNWTO and the United Nations Development Programme (UNDP) have launched the UN Silk Road City Awards Scheme within the framework of the Silk Road Initiative (SRI). The Initiative aims at improving policy and legal conditions for trade, to attract investment to the region, and to promote and attract tourism.

This scheme is the first of its kind to be launched by the UN for the Silk Road. The awards - to be held every two years - will bestow the title of UN Silk Road City to cities in the participating countries which demonstrate their historic ties to the Silk Road and how a city's traditions and culture have influenced its modernisation and development.

Cities will also be evaluated against a range of additional criteria to assess their commitment to sustainable tourism, cultural preservation and environmental protection, existing facilities and services and community awareness. The scheme will play

a key role in highlighting the cultural wealth and diversity of the Silk Road and its tourism attractions and help raise greater international awareness of the region, and strengthen dialogue and cooperation among stakeholders at all levels.

The SRI was established in 2003 to enhance regional cooperation and development in the areas of trade, investment and tourism for the Silk Road region and currently involves the participation of China, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Tajikistan and Uzbekistan. The overarching goal of the Initiative is to help the region meet the UN Millennium Development Goals of reducing poverty and promoting growth and equality.

UNWTO played a strong role in the development of tourism for the Silk Road, dating back to 1994 with the Samarkand Declaration.



www.UNWTO.org/silk_road/



World Tourism Organization
Capitán Haya, 42

28020 Madrid, Spain

Tel.: +34-91-567-8100, Fax: +34-91-571-3733

comm@UNWTO.org

www.UNWTO.org



THE SILK ROAD

Генеральный секретарь ЮНВТО призывает к региональному сотрудничеству на постоянной основе в рамках проекта «Шелковый путь»

Во время встречи с президентом Таджикистана Е.П. Эмомали Рахмоном генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи подчеркнул важность регионального сотрудничества для роста и развития национальных экономик. Говоря о проекте Шелкового пути ЮНВТО – долгосрочной инициативы по использованию туристского потенциала древнего Шелкового пути, г-н Рифаи призвал к установлению на постоянной основе сотрудничества между всеми участвующими странами. Эта встреча проводилась в рамках первого официального визита генерального секретаря в Таджикистан (3-6 мая 2010 г.), являющийся государством – членом ЮНВТО с 2007 года.

«Региональное сотрудничество – ключевой компонент для использования туристского потенциала Центральной Азии. Концепция проекта «Шелковый путь» простирается за рамки границ отдельных стран и являет собой замечательный пример такого сотрудничества, – сказал генеральный секретарь ЮНВТО. – Таджикистан является важным пунктом остановки на Шелковом пути и совместно с другими странами работает над тем, чтобы превратить этот ресурс в комплексный туристский продукт».

В ходе официального визита также была оказана помощь Таджикистану в разработке плана развития туризма, направленного на привлечение внимания к уникальному горному ландшафту страны, памятникам культурного наследия и развитие их туристского потенциала.

UNWTO Secretary-General Calls for Continued Regional Cooperation along the Silk Road

Meeting with the President of Tajikistan, H.E. Emomali Rahmon, UNWTO Secretary-General, Taleb Rifai, underlined the importance of regional cooperation in the growth and development of national economies. Referring to the UNWTO Silk Road Project, a long-term initiative to harness the tourism potential of the ancient Silk Road, Mr. Rifai called for the continued collaboration of all participating countries. The meeting was held in the framework of the Secretary-General's first official visit to Tajikistan (3-6 May 2010), a UNWTO member state since 2007.

«Regional cooperation is key to harnessing the tourism potential of Central Asia. The Silk Road is a concept that requires cooperation beyond individual borders and is an excellent example of such cooperation», said the UNWTO Secretary-General. «Tajikistan is an important stop along the Silk Road and is working with other countries to convert this resource into an integrated tourism product».

The official visit also focuses on providing assistance to Tajikistan in the creation of a tourism development plan that would draw attention to and develop Tajikistan's unique mountain nature and cultural assets.

www.UNWTO.org



INTERNATIONAL TOURISM: FIRST RESULTS OF 2010 CONFIRM UPWARD TREND



International tourism is steadily gaining momentum following an extremely challenging 2009. International tourist arrivals grew by 7% in the first two months of 2010 worldwide, according to the latest UNWTO World Tourism Barometer. Growth was particularly strong in Asia, Africa and the Middle East. UNWTO forecasts international tourist arrivals to grow by 3% to 4% in 2010.

2010: Emerging destinations lead recovery

According to the April Interim Update of the UNWTO World Tourism Barometer, international tourist arrivals are estimated to have increased by 7% in the first two months of 2010. This follows the upturn already registered in the last quarter of 2009 when arrivals grew by 2% after 14 consecutive months of negative results. Though data for March is still limited, countries with data already reported confirm that this positive trend is set to continue.

Growth was positive in all world regions during the first two months of 2010 led by Asia and the Pacific (+10%) and Africa (+7%). Information for the three countries of the Middle East that have reported results so far also point to a strong rebound in the region, though, compared to very subdued first months of 2009. The pace of growth was slower in Europe (+3%) and in the Americas (+3%), the two regions hardest hit by the global crisis and where economic recovery is proving to be comparatively weaker.

A large number of countries around the world reported positive results in the first months of 2010. Of the 77 destinations reporting data for this period, 60 showed positive figures, of which 24 posted double-digit growth including Estonia, Israel, Hong Kong (China), Macao (China), Japan, Taiwan (pr. of China), Indonesia, Singapore, Vietnam, Guam, India, Nepal, Sri Lanka, US Virgin Islands, Nicaragua, Ecuador, Kenya, Seychelles, Morocco, Egypt and Saudi Arabia.

Though there is a clear improvement on the negative results of 2009, this growth must be considered with caution as it compares with a particularly weak period of 2009 – the worst months of the global economic crisis. On the whole, international tourist arrivals totalled 119 million during the first two months of 2010, up 7% on 2009 but still 2% below the value of the record year of 2008.

2010 forecast not affected by recent air traffic disruption

UNWTO forecasts international tourist arrivals to grow by 3% to 4% in 2010.

This outlook has not been altered by the recent air traffic disruption in European airspace. Although impacting very seriously on

travellers, specific destinations and companies, in particular airlines, airports and tour operators, UNWTO estimates that the closure of a major part of European airspace between 15 and 20 April might have caused a loss of less than half a per cent of the yearly volume of international tourist arrivals in Europe and 0.3% of the total count for the world.

Nevertheless, while the positive trend registered in the first months of 2010 reflects improved economic conditions, UNWTO warns that many challenges remain.

«Although economic results have improved significantly in recent months with a positive impact on tourism demand we must remain cautious as many factors can still jeopardize the pace of recovery», said UNWTO Secretary-General, Taleb Rifai in Sofia, Bulgaria, at the opening of the UNWTO Seminar on Tourism Governance In Times Of Crisis: Conjunctural and Structural Policies. «The economic recovery is being driven mainly by emerging economies while growth is still sluggish in most advanced ones. At the same time, increasing unemployment levels in major tourism source markets is a cause of concern», he added.

2009: International tourism receipts down by 6% to US\$ 852 billion

In 2009, international tourism receipts are estimated to have reached US\$ 852 billion worldwide (€ 611 billion), down from US\$ 942 billion (€ 641 billion) in the previous year. In real terms (adjusted for exchange rate fluctuations and inflation) international tourism receipts decreased by 6% as compared to a 4% decline in arrivals, showing the close relation between both indicators. Experience

suggests that in times of crisis revenues tend to be more affected than arrivals as was the case for the year 2009.

2009: China ranks fourth in tourism expenditure abroad

The top 10 ranking by international tourism spenders shows one noticeable change in 2009 with China overtaking France to take fourth position in the ranking of international tourism spenders. Chinese expenditure on international tourism has been the fastest to grow in the last decade, up from seventh position only in 2005. Even during last year's crisis, tourism expenditure by China increased by 21%.

There were no major changes in the rankings of the first ten destinations by international tourist arrivals and receipts in 2009. France, the USA and Spain continue to be leaders in both arrivals and receipts, albeit in a different order. France continues to lead the ranking of the world's major tourism destinations in terms of arrivals and ranks third in receipts. The USA ranks first in receipts and second in arrivals. Spain maintains its position as the second biggest earner worldwide and the first in Europe, and ranks third in arrivals. In 2009, both Turkey and Germany climbed one position in the ranking of arrivals to seventh and eighth places, respectively. In arrivals, Malaysia entered the top ten in 2009 at ninth place. 

www.UNWTO.org



МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ: ПЕРВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ 2010 ГОДА



Международный туризм устойчиво набирает обороты после чрезвычайно трудного 2009 г. Число международных туристских прибытий возросло на 7% за первые два месяца 2010 г. во всем мире согласно данным последнего Всемирного барометра туризма ЮНВТО. Особенно ощутимые темпы роста наблюдались в Азии, Африке и на Ближнем Востоке. Согласно прогнозам ЮНВТО объем международных туристских прибытий в 2010 г. возрастет на 3-4%.

2010 г.: в процессе восстановления лидируют формирующиеся турнаправления

В соответствии с данными апрельского промежуточного обновленного выпуска Всемирного барометра туризма ЮНВТО, за первые два месяца 2010 г. число международных туристских прибытий согласно оценкам возросло на 7%. Это произошло после уже зарегистрированного в последнем квартале 2009 г. изменения тенденции в сторону повышения, когда количество прибытий возросло на 2% после имевших место на протяжении 14 месяцев подряд отрицательных показателей темпов роста. Хотя по состоянию на март пока что получено мало данных, страны, в кото-

рых они уже собраны, подтверждают, что эта положительная тенденция сохранится.

В течение первых двух месяцев 2010 г. во всех регионах мира были зарегистрированы позитивные темпы роста, особенно в Азиатско-Тихоокеанском регионе (+10%) и Африке (+7%). Информация по трем странам Ближнего Востока, которые представили результаты, пока что тоже свидетельствует об активном процессе восстановления туризма в регионе, по сравнению с очень вялыми показателями за первые месяцы 2009 г. Медленнее протекает процесс восстановления в Европе (+3%) и Американском регионе (+3%) – двух районах, которые больше всего пострадали от глобального кризиса, где на-

блюдаются относительно более слабые темпы восстановления экономики.

Большое количество стран со всего мира сообщили о положительных результатах за первые месяцы 2010 г. Из 77 турнаправлений, приславших информацию за этот период, 60 представили позитивные данные, из которых 24 страны зарегистрировали темпы роста, измеряемые двузначным числом. В их число входят: Эстония, Израиль, Гонконг (Китай), Макао (Китай), Япония, Тайвань (провинция Китая), Индонезия, Сингапур, Вьетнам, Гуам, Индия, Непал, Шри-Ланка, Американские Виргинские острова, Никарагуа, Эквадор, Кения, Сейшельские острова, Марокко, Египет и Саудовская Аравия.

Несмотря на явное улучшение ситуации по сравнению с отрицательными результатами 2009 г., оценивать этот рост нужно осторожно, поскольку он сравнивается с наиболее слабым периодом 2009 г. – худшие месяцы глобального экономического кризиса. В целом в течение первых двух месяцев 2010 г. число международных туристских прибытий составило 119 млн., что на 7% выше аналогичного показателя 2009 г., однако по-прежнему на 2% ниже показателя рекордного 2008 года.

Недавнее нарушение воздушного движения не повлияет на прогноз на 2010 г.

ЮНВТО прогнозирует, что число международных туристских прибытий возрастет на 3-4% в 2010 г.

На этот прогноз не повлияет недавнее нарушение полетов самолетов в европейском воздушном пространстве. Несмотря на то, что в связи с этим событием очень серьезно пострадали туристы, ряд турнаправлений и компаний, определенные авиалинии, аэропорты и туроператоры, по оценкам ЮНВТО, закрытие основной части европейского воздушного пространства в период между 15 и 20 апреля, возможно, приведет к потере менее чем 0,5%

от ежегодного объема международных туристских прибытий в Европу и 0,3% – от общего объема этого показателя во всем мире.

Тем не менее, несмотря на то, что зарегистрированная в первые месяцы 2010 г. положительная тенденция свидетельствует об улучшении экономических условий, ЮНВТО предупреждает, что многие вызовы сохраняются.

«Хотя за последние месяцы результаты экономической деятельности значительно улучшились и оказывают положительное воздействие на туристский спрос, мы должны проявлять осторожность, потому что по-прежнему существуют факторы, которые могут поставить под угрозу темпы восстановления», – заявил генеральный секретарь ЮНВТО Талеб Рифаи в Софии, Болгария, на открытии семинара ЮНВТО по вопросу «Управление в туризме в кризисные времена: конъюнктурная и структурная политика». «Движущей силой восстановления экономики являются главным образом страны с формирующейся рыночной экономикой, в то время как в наиболее развитых странах этот процесс по-прежнему протекает вяло. В то же самое время серьезную обеспокоенность вызывает рост безработицы на основных направляющих туристских рынках», – добавил он.

2009 г.: поступления от международного туризма

сократились до 852 миллиардов долл. США (на 6%)

Согласно оценкам в 2009 г. поступления от международного туризма во всем мире составили 852 млрд. долл. США (611 млрд. евро), что является снижением по сравнению с аналогичным показателем предыдущего года в размере 942 млрд. долл. США (641 млрд. евро). В реальном исчислении (с поправкой на колебания обменного курса и уровень инфляции) международные поступления от туризма

сократились на 6%, а число прибытий – на 4%, что свидетельствует о тесной взаимосвязи этих двух показателей. Опыт показывает, что во время кризиса проявляется тенденция к тому, что уровень падения доходов несколько превышает уровень сокращения числа прибытий, как это имело место в 2009 г.

2009 г.: Китай занимает четвертое место по уровню туристских расходов за границей

В 2009 г. произошло одно значимое изменение в таблице 10 стран-лидеров по международным туристским расходам – Китай обогнал Францию и переместился на четвертое место в этом рейтинге. За последнее десятилетие темпы роста данного показателя в Китае были самыми высокими, если учесть, что в 2005 г. он находился еще только на седьмом месте. Даже во время прошлогоднего кризиса туристские расходы в Китае увеличились на 21%.

В 2009 г. в рейтинге первых десяти турнаправлений по числу международных туристских прибытий и уровню поступлений никаких существенных изменений не произошло. Франция, США и Испания продолжают лидировать и по числу прибытий и по объему поступлений, хотя и в разном порядке. Франция продолжает сохранять за собой положение главного турнаправления в мире по числу прибытий и занимает третье место по объему поступлений. США занимает первое место по объему поступлений и второе – по числу прибытий. Испания удерживает свою позицию второй в мире и первой в Европе страны по объему получаемых от туризма доходов, и занимает третье место по числу прибытий. В 2009 г. и Турция, и Германия поднялись на одну ступеньку в таблице о рангах, соответственно, на седьмое и восьмое места. По числу прибытий Малайзия в 2009 г. вошла в десятку лучших стран, заняв девятое место.



www.UNWTO.org





EGYPTAIR

A STAR ALLIANCE MEMBER 

**78 ЛЕТ
БЕЗУПРЕЧНОЙ РАБОТЫ**

**Прямые беспосадочные перелеты
АЛМАТЫ- КАИР - АЛМАТЫ
Каждый вторник и субботу**

**Из Каира в 122 точки земного шара:
БЛИЖНИЙ ВОСТОК, ЕВРОПА, США,
АФРИКА, АЗИЯ, ДАЛЬНИЙ ВОСТОК.**

-  70 новейших постоянно обновляющихся авиа-судов: Airbus 320, 321, 330, 340, Embraer E70, Boeing 777/200, 777/300, 737/800, 737/500
-  При задержке стыковочного международного рейса из Каира в другую страну на более чем 6 часов, пассажирам предоставляется гостиница в Каире
-  Оформляем транзитные визы в течение 4 дней
-  Круглогодичные низкие тарифы

7 Keremet mcr., Almaty, Kazakhstan, phone: +7 /727/ 260 99 74, 380 55 60, 380 55 61, fax: +7 /727/ 380 55 61 ,
e-mail: eshimova_egyptair@diamond.kz, zhadyra@diamond.kz, www.egyptair.com

наслаждайтесь Египтом

enjoy Egypt

Египет – страна фараонов и пирамид;
страна восточного гостеприимства и
несравненной кухни; страна шикарных
отелей и самых чистых морей в мире!

Бытует мнение, что летом в
Египет путешествовать нельзя.
EGYPTAIR хочет развеять этот миф!

7 причин для того чтобы посетить Египет:

- ☞ Колыбель цивилизации
- ☞ Шикарная экскурсионная программа
- ☞ Разнообразие курортов: Шарм Эль Шейх, Хургада, Асуан, Александрия и многие другие
- ☞ Огромный выбор отелей 3*, 4*, 5*, 5* Deluxe
- ☞ Море, солнце и песок круглый год
- ☞ Шопинг
- ☞ Дешевые туры на 4, 7, 9, 10 ночей



КЛАССИФИКАЦИЯ ФАКТОРОВ



УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Е. НИКИТИНСКИЙ,
к.п.н., доцент

В течение всего времени своего существования человек интенсивно осваивал разнообразные способы познания окружающего мира и к концу XX века уже имел возможность получать виртуальную информацию, формировать реальные впечатления о многом, что происходит вокруг: на земле, под землей, на воде, под водой, в воздухе и даже в космосе. Туристское впечатление формировалось в результате посещения, под воздействием природных факторов, имиджа территории, уровня развития инфраструктуры, удобств размещения и пользования элементами инфраструктуры, местных традиций, быта и т.д. Иными словами, оно складывается под влиянием региональной среды, в которую «погружается» турист, и работников отрасли, которые его обслуживают. В свою очередь туристское впечатление оказывает влияние на человеческий фактор и региональную среду, изменяя их. Все эти разнородные элементы, объединенные в систему туризма, должны воспроизводиться для обеспечения его устойчивого развития.

Именно в этом и состоит одно из главных противоречий туристской деятельности: **чем больше возможностей по-**

лучает человек от виртуального познания мира, чем больше становится желающих посетить одни и те же привлекательные туристские объекты, тем больше подверженность риску и истощению туристско-рекреационных ресурсов, тем больше вероятность превышения рекреационной емкости мест туристских посещений и нарушений баланса экологического равновесия.

Общеизвестно, что каждый элемент воспроизводственного процесса состоит из своего индивидуализированного цикла: воспроизводство аттракторов (привлекательных мест туристских посещений) путем создания новых; восстановления и реставрации существующих; дополнительного использования их свойств; воспроизводство туристского продукта путем увеличения количества предлагаемых услуг; совершенствования и повышения качества существующих и т.д. При этом в зависимости от рассматриваемого уровня (микро-, мезо-, макро-) масштабы воспроизводственных процессов будут различны. Так, на микроуровне (отдельно взятого предприятия сферы туризма) имеет место воспроизводство составляющих (элементов) этого предприятия (воспроизводство здания, где оно размещается; оборудования, необходимого для производства туристских товаров и оказания услуг (компьютеры, терминалы); трудовых кадров и т.д.). И только согласование во времени и про-

странстве всех этих циклов, ядром которых являются инновации, обеспечивает процесс расширенного воспроизводства и устойчивого развития туризма в регионе. Таким образом, **воспроизводство – достаточно сложный процесс, требующий соответствующего планирования и управления, призванный обеспечить конкурентное преимущество продукта на отечественном и мировом туристских рынках и помочь достичь главных целей устойчивого развития туризма.**

Термин «устойчивое развитие» (от англ. sustainable development) возник в начале 70-х годов и был использован в материалах Конференции ООН по окружающей среде и развитию (Рио-де-Жанейро, 1992 г.). Согласно принятому определению **устойчивым развитием называется процесс, в рамках которого развитие происходит без нанесения ущерба ресурсам и их источникам, что и делает развитие возможным [1].**

Это, как правило, достигается таким управлением ресурсами, при котором они могут возобновляться с той же скоростью, с какой используются, либо переключением с медленно возобновляемых ресурсов на быстро возобновляемые. При таком подходе ресурсы могут быть использованы как будущим, так и настоящим поколениями.

В дальнейшем, на основе принятой на этой конференции Повестки дня на XXI век, был разработан, а затем и утвержден

в октябре 1999 г. на XIII сессии ВТО Глобальный этический кодекс туризма. Одна из десяти статей этого кодекса носит недвусмысленное название «Туризм – фактор устойчивого развития». Однако в настоящее время термин «устойчивое развитие» не имеет общепринятого определения. Так, некоторые ученые трактуют его как экономический рост, обеспечивающий удовлетворение материальных и духовных потребностей как настоящих, так и будущих поколений при сохранении равновесия исторически сложившихся экосистем. Ряд авторов связывают понятие устойчивого развития со стабильным социально-экономическим развитием, не разрушающим своей природной основы.

Туризм как социально-экономическая система способен эволюционировать из одного вида в другой, в частности, в такой, при котором потребленные ресурсы восстанавливаются, воспроизводятся, заменяются на другие, минимизируется их расходование, если развитие невозможно без невозобновляемых ресурсов (примером может служить экологический туризм, доля которого сегодня составляет 40% от всех видов туризма). Главная его характеристика – способность эффективно использовать, автономно видоизменять ресурсы своего развития, рациональные структуры производства и потребления.



Различные толкования понятия устойчивости социально-экономической системы подчеркивают сложность анализируемого феномена. В свою очередь **под устойчивым развитием туризма следует понимать создание условий с учетом воздействия внешних и внутренних факторов, обеспечивающих улучшение характеристик системы туризма, при достижении динамически изменяющихся целей в границах допустимых пределов роста (или ограничений – экономических, экологических, иных).**

Таким образом, **необходимо комплексное изучение действия внешних и внутренних факторов, оказывающих как позитивное, так и негативное влияние на развитие туризма** в регионе, и возможностей управления ими. В процессе разработки региональной программы поддержки изучаемой сферы (особенно на ее концептуальном этапе) учету подлежат вся совокупность внутренних и внешних факторов, определяющих приоритеты и перспективы развития туризма на данной территории. Представленная на рисунке классификация факторов отражает их взаимосвязь: прямые и обратные связи действующих на развитие туризма в регионе внешних (экзогенных) и внутренних (эндогенных) сил, а также фактора времени – сезонности. Особое внимание уделяется туристам, поскольку это основа формирования системы туризма в регионе.

Внешние факторы природной и антропогенной среды, обладая определен-

ной независимостью от туристской системы региона, фактически формируют условия развития туризма, стимулируя или сдерживая его. Среди внешних факторов в первую очередь следует выделить территорию, представляющую собой социально-экономическое пространство, в котором развивается туризм. Анализ показывает, что на его развитие в регионе территориальный фактор влияет сильно, многопланово и противоречиво. Роль указанного фактора пока исследована слабо, особенно в его возможных негативных воздействиях (например, воздействии на экологию). Так, солнечное затмение летом 1999 г., которое особенно отчетливо наблюдалось на территории Румынии, привело к увеличению количества прибывших в эту страну туристов примерно на 200 тыс. человек по сравнению с 1998 г.

ства, безопасности и благотворного оздоравливающего воздействия.

Влияние экономических и финансовых факторов на сферу туризма (таких как изменение экономической и финансовой ситуации, уровня доходов населения и безработицы) обусловлено тем, что между тенденциями развития туризма и экономики региона (страны, мира) наблюдается тесная взаимосвязь. Как правило, территория с развитой экономикой лидирует на рынке путешествий по количеству туристских поездок своих граждан. От экономического положения региона зависит уровень развития материально-технической базы и инфраструктуры изучаемой сферы.

Из социальных факторов прежде всего необходимо отметить увеличение свободного времени у населения (сокраще-



ОСОБОЕ МЕСТО СРЕДИ ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ, ЗАНИМАЕТ ФАКТОР СЕЗОННОСТИ.

Один из важных факторов, влияющих на развитие туризма в регионе, – экологический, определяющий, насколько турист удовлетворен путешествием, отдыхом, исполнением желаний, через ощущение комфорта, атмосферы гостеприим-

ние рабочего времени, увеличение продолжительности ежегодных отпусков), что в сочетании с ростом уровня жизни означает приток новых потенциальных туристов, повышение уровня их образования, культуры, эстетических потребностей. Поскольку сегодня ощутима тенден-





ция к дроблению отпускного времени, то для разработки программы развития туризма в регионе важно знать общий бюджет свободного времени различных социальных групп, структуру этого времени (по дням недели, признаку сезонности, видам досуговой деятельности), содержание и динамику ценностной ориентации реального и потенциального потребителя туристских услуг.

Постоянное влияние на развитие туризма оказывают демографические факторы (численность населения, половозрастная структура, семейное положение, урбанизация, квалифицированность кадров, гостеприимство местного населения и др.). Так, наибольшую склонность к активным формам туризма проявляют лица в возрасте 18-30 лет. Однако пик общей туристской подвижности людей наблюдается по достижении ими 30-50 лет.

Значительное влияние на устойчивое развитие туризма оказывают политико-правовые факторы: политическая обстановка в регионе, стране, мире; политика открытия границ; смягчение административного контроля в сфере туризма; унификация налоговой и денежной политики. Так, израильско-палестинский конфликт негативно сказывается на развитии туризма в большинстве стран Ближнего Востока.

На развитие туризма существенное влияние оказывают и технико-

технологические факторы, связанные с научно-техническим прогрессом. Открываются возможности для совершенствования и производства новых видов услуг (повышения скорости и комфортабельности транспортных средств, безопасности перевозок и т.д.). Организация массовых туристских путешествий сегодня невоз-

можна без информационных технологий. **Внутренние факторы**, воздействующие на туризм, – те, которые формируют и действуют непосредственно в его сфере. К ним относятся материально-технические факторы, связанные с развитием средств размещения, транспорта, предприятий общественного питания, рекреационной сферы, розничной торговли и т.д., а также:

- спрос, предложение и распространение турпродукта;
- углубление сегментации рынка;
- усиление роли координации туристской деятельности и ограничение процессов монополизации;
- совершенствование средств и методов массовой информации и связей с об-

- повышение профессионального уровня кадров в туризме;
- приоритетное развитие частного туристского бизнеса.

Перечисленные выше **факторы мож-**

ТУРИЗМ КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА СПОСОБЕН ЭВОЛЮЦИОНИРОВАТЬ ИЗ ОДНОГО ВИДА В ДРУГОЙ.

но подразделить на экстенсивные и интенсивные, которые, в свою очередь, могут оказывать как позитивное, так и сдерживающее (негативное) влияние на развитие изучаемой сферы.

- **К экстенсивным факторам относятся:** рост численности работников, увеличение количества вовлекаемых в хозяйственный оборот материальных ресурсов, строительство новых объектов туризма с техническим уровнем существующих.

Интенсивные факторы – повышение квалификации персонала, развитие профессионально-квалификационной структуры (техническое совершенствование материальной базы на основе вне-

дрения достижений и результатов научно-технического прогресса, включая реализацию целевых программ повышения культуры и качества обслуживания, индустриализацию, технологизацию и компьютеризацию, рациональное использование материальных ресурсов, объектов и маршрутов и т.д.).

К сдерживающим (преимущественно внешним) **факторам относятся:** экономические кризисы, политическая и финансовая нестабильность, инфляция, безработица, криминальная обстановка, неблагоприятное экологическое состояние, ужесточение туристских формальностей и т.д.

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на устойчивое развитие туризма в регионе, занимает **фактор сезонности**. Под сезонностью обычно понимают свойство туристских потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении небольшого периода времени. Например, для Семиреченского региона Казахстана высоким сезоном является июль-август, когда есть возможность организовывать коммерческие восхождения на высочайшие верши-

ны страны (Хан-Тенгри, Мраморная стена и др.). Восхождение на высшую точку Казахстана пик Хан-Тенгри (6995 м), является самым дорогостоящим коммерческим туром в практике отечественного туризма [3].

Последние двадцать лет среднегодовые темпы роста числа прибытий иностранных туристов в мире составили 5,1%, а валютных поступлений – 14%. Если в 1950 году число туристов во всем мире составляло 20 млн., а оборот туристской индустрии – 2,1 млрд. долларов США, то согласно данным Всемирной туристской организации Объединенных Наций уже в 2006 году было зарегистрировано 846 млн. ту-

ристских прибытий в мире, а поступления от международного туризма достигли 733 млрд. долларов США. При этом основными целями международных туристских посещений в 2006 году (430 млн., или 51%) являлись познавательные или оздоровительные.

Таким образом, главное противоречие туристской деятельности человечества формально углубляется, оба его противоречивых фактора становятся еще более масштабными. При этом все основные функции туризма с течением времени не только не утратили социальной значимости, но и усилили эффективность своего воздействия на жизнь жителей земли.

ТҮЙІН

Туризмнің орнықты дамуы деп туризм жүйесінің сипаттамаларын жақсартуды қамтамасыз ететін сыртқы және ішкі факторлардың әсерін ескере отырып, өсімнің ықтимал шектерінде (немесе шектеулерінде – экономикалық, экологиялық, өзге де) қарқынды түрде өзгеріп тұратын мақсаттарға қол жеткізу кезінде жағдай жасау түсініледі.

Е.С. Никитинскийдің «Туризмнің орнықты даму факторларын жіктеу» атты жарияланамы өңірдегі туризмнің дамуына оң, әрі теріс ықпалын тигізетін сыртқы және ішкі факторлардың әрекетін және оларды басқару мүмкіндіктерін кешенді зерттеу қажеттілігін ашады. Зерттеліп отырған саланы қолдаудың өңірлік бағдарламасын әзірлеу процесінде (әсіресе, оның тұжырымдамалық кезеңінде) аталған аумақтағы туризмді дамытудың басымдықтары мен перспективаларын айқындайтын сыртқы және ішкі факторлардың барлық жиынтығы есепке алынуы тиіс.

RESUME

Under the sustainable tourism development should be understood the creation of conditions in the light of the impact of external and internal factors that improve system performance of tourism, when a dynamically changing goals within the permissible limits of growth (or constraints – economic, environmental, other).

Publication Nikitinsky E.S. «Classification of factors of sustainable tourism development» reveals the necessity of a comprehensive study of the external and internal factors which have both positive and negative influence on tourism development in the region, and control capabilities with them. In the process of developing a regional program of supporting the studied areas (especially at the conceptual stage) whole set of internal and external factors determining priorities and prospects of the developing of tourism of the territory is subject to the account.

Литература

1. Дорожная карта, ведущая к восстановлению. Туризм и путешествия. 18-я сессия Генеральной ассамблеи ЮНВТО. Астана 2009. 10 с.
2. Севастьянова С.А. Региональное планирование туризма и гостиничного хозяйства. М., 2007.
3. Вуколов В.Н. Исследования транспортного потенциала при разработке концепции регионального развития туризма. География и туризм. Сборник научных трудов. Пермь, 2009. Вып. 7. С. 4-17.

**Жемчужина
Каркалы**

Катамараны, скутеры, квадроциклы ·
Баня на дровах, сауна и бассейны ·
Комфортабельные номера ·
Вертолетная площадка ·
Диско-бар и бильярд ·
Кафе и ресторан ·
VIP-коттеджи ·

Горный отель «Тас булак» – многофункциональный круглогодичный комплекс, расположенный в краю горных ключей, природных скульптур и сказочных лесов – Каркалы

Республика Казахстан, Карагандинская область, г. Каркаралинск. Центральный офис: г. Алматы, ул. Есенжанова, 15
тел.: +7 727/ 237 23 13, 241 74 23, факс: +7 727/ 245 64 64, e-mail: tasbulak@mail.ru, web: www.tasbulak.kz



ЭЛЕКТРОНПОСТ.KZ

МЫ ДЕЛАЕМ СЛОЖНОЕ ПРОСТЫМ!

www.elpost.kz

DIRECT MAIL ПОЛИГРАФИЯ

Наши услуги

- ✓ Поставка конвертов от европейского лидера по производству конвертов компании BONG
- ✓ Цифровая черно-белая и цветная печать (печать переменных данных)
- ✓ Услуги дизайнера
- ✓ Автоматическая упаковка в конверты
- ✓ Доставка отправок через сеть АО «Казпочта»
- ✓ Управление данными
- ✓ Электронные услуги
- ✓ Услуги прямого маркетинга
- ✓ Печать на конвертах, переплет, фольгирование, ламинация и многое др.



Один партнер - одно решение

Для своих клиентов Электронпост.kz выполнит дешево, качественно и быстро следующие операции:

- ✓ приобретение бумаги и конвертов
- ✓ складирование материалов
- ✓ распечатка информации
- ✓ фальцовка и упаковка материалов в конверт
- ✓ покрытие расходов связанных с обслуживанием оборудования и многое другое

Высокая скорость - высокое качество

- ✓ Максимальная мощность печати – 16 000 стр. в час для черно-белой и 3 000 стр. в час для цветной печати
- ✓ Возможность двухсторонней печати
- ✓ Мощность машины по упаковке в конверты - 16 000 конвертов в час. Машина такого типа быстро и качественно упаковывает в один конверт до 7 листов
- ✓ Используемые в машине конверты могут быть формата от C65 до C5, с окном или без него
- ✓ Возможность упаковки дополнительных вложений (рекламные буклеты, вкладыши, конверты возврата и пр.)



Наши клиенты



CENTERCREDIT



Логистические услуги

050034, г. Алматы,
ул. Бродского, 33
Тел.: +7 (727) 270 65 74
Тел./факс: +7 (727) 270 65 73
E-mail: nikolay@elpost.kz

Центр оперативной печати

050012, г. Алматы,
ул. Богенбай батыра, 152
Тел./факс: +7 (727) 272 22 75
Тел.: +7 (727) 327 76 55
E-mail: irina@elpost.kz

Филиал в г.Астана

010000, г. Астана,
пр.Абая, 92
Тел.: +7 (7172) 21 46 46
E-mail: astana@elpost.kz

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ



Термин «туризм» сейчас широко известен, но далеко не каждый даже из ученых-исследователей четко представляет себе определение этого понятия. Но это не мешает, однако, тому бурному процессу развития этого явления во всем мире в последнее время. Туризм даже называли бумом XX века, а в нашем XXI веке ему предрекают еще более бурное развитие.

С.Р. ЕРДАВЛЕТОВ
*доктор наук, профессор кафедры
туризма Казахского национального
университета им. аль-Фараби*

Любители путешествий, отправляясь в путь, преследуют самые разные цели. Одни хотят познакомиться с достопримечательностями той или иной страны, другие – полюбоваться красотами природы, подышать чистым лесным или горным воздухом, позагорать на море. Для третьих туристский поход – спортивное мероприятие, четвертые отправляются в курортную местность подлечиться, поправить здоровье. Поэтому в современном туризме выделяются три основные целевые функции: познавательная, оздоровительно-спортивная и лечебная.

Туризм – понятие широкое, и в литературе можно встретить его различные определения, суть которых зависит от принадлежности исследователя к той или иной науке. Дело в том, что вследствие своей многоаспектности туризм изучают многие специалисты: географы, экономисты, социологи, архитекторы, проектировщики, медики, физиологи, психологи, правоведы, педагоги и многие другие.

Иначе говоря, туризм изучается по мере надобности разными научными направлениями, поскольку имеет многогранный характер и каждое из них разрабатывает тот или иной из его аспектов.

При всем разнообразии и многоликости у туризма есть одно свойство, отличающее его от всех иных форм отдыха. Туризм – это пространственное явление, а во многом и пространственное познание, накрепко связанное с территорией стран, регионов и континентов. Именно поэтому понятия «туризм» и «география» нерасторжимы. Ведь география – это наука, которая рассматривает природные и социально-экономические процессы в их пространственном выражении. Поэтому география уже давно находится в числе наук, интересующихся туризмом.

В настоящее время никем не оспаривается положение о том, что туризм – это отрасль экономики, призванная удовлетворять социально-культурные потребности населения, потому что туризм есть форма

проявления и способ удовлетворения этих потребностей, а масштабы его свидетельствуют о том, что индивидуальные запросы людей приобрели общественный характер, стали общественно необходимой потребностью. Общеизвестным является также представление о сложившейся туристской сфере как целостной в хозяйственном отношении системе, требующей комплексного подхода в ее изучении. Это изучение должно опираться на исследования, которые в своей основе обеспечивали бы всесторонний подход к природным, техническим, экономическим и социальным подсистемам туризма. Выполнение такого рода научных исследований ведется в системе стран СНГ с 60-х годов прошлого века в рамках географической науки, а точнее – географии туризма.

Это наука изучает территориальную (пространственную) организацию (самоорганизацию) туризма, предмет ее составляют анализ и синтез форм и соотношений пространственных туристских явлений и связанных с ними процессов, изменяющих и преобразующих пространство.

Как комплексное явление туризм стал объектом междисциплинарных исследований. В настоящее время идет процесс становления новой науки – туризмологии, вклад в развитие которой вносят в первую очередь такие дисциплины, как география, экономика, менеджмент и маркетинг, социология, психология, медицина, архитектура и градостроительство, районная планировка, юриспруденция, педагогика, а также другие естественные, гуманитарные, общественные и технические науки. Но процесс развития туризмологии – долгий путь от разрозненных монодисциплинарных взглядов к созданию системных представлений о туризме. Передовая и направляющая роль в этом процессе принадлежит географии туризма, ибо она охватывает, в отличие от всех других изучающих туризм дисциплин, все аспекты туристской деятельности, т.е. и природно-географические, и социально-

экономические, и экологические, и политические, и научно-технические и др.

Главная задача, которую она прежде всего должна решить, заключается в том, чтобы направить работу по изучению туризма и формированию на этой основе современной индустрии туризма в нашей стране в правильное русло. Ведь действительно Казахстану после ликвидации СССР приходится многие, казалось бы, привычные вопросы решать заново и на непостоянной основе. Здесь нетрудно и маху дать! Поэтому и говорю о географии туризма – науке для Казахстана совершенно новой, но призванной сыграть свою немаловажную роль в деле становления современного туризма в Республике Казахстан. Эта наука должна играть главную координирующую роль в межотраслевом исследовании туризма в нашей стране. Говорю об этом еще и поэтому, что в Казахстане полностью отсутствует научное обеспечение развития туризма, у нас нет научных структур, которые бы занимались вопросами комплексного научно обоснованного прогнозирования и долгосрочного планирования развития и территориальной организации туризма. Никто не занимается работами по выявлению и оценке рекреационных ресурсов, выработке научных концепций по организации и управлению развитием туризма.

Подытоживая вышеизложенное, мне как специалисту в этой области хотелось бы высказаться по поводу только двух, но очень важных вопросов, решение которых может сыграть определяющую роль в дальнейшем развитии туризма Казахстана.

Несмотря на широкий спектр научных направлений, интересующихся туризмом, ему как общественному явлению, вовлекающему в оборот все возрастающие массы людей, не находилось места, как это ни странно, в ряду научных дисциплин Высшей аттестационной комиссии (ВАКа) Министерства образования (ранее в СССР, а теперь в Республике Казахстан). Мощное



**горные восхождения и экспедиции
треккинги по Непалу и Тибету
приключенческие корпоративные туры
автосафари
пешие путешествия и хайкинги**

Республика Казахстан г. Алматы, с/т «Свежесть», 217 (ул.Навои, выше пр.Аль-Фараби) тел.: +7 727 226 82 28 +7 727 327 42 82 e-mail: info@trekkingclub.kz



социально-экономическое и пространственное явление, охватывающее огромные территории земного шара, существует и в то же время как бы не замечается наукой. Естественно, с таким положением мириться нельзя, и потому необходимо, на мой взгляд, сделать следующее.

В научную номенклатуру специальностей ВАКа Республики Казахстан необходимо включить, как минимум, три новые специальности – «экономика туризма», «география туризма» и «педагогика туриз-

республики, где разрешена защита таких диссертаций.

Специальности «география туризма» и «педагогика туризма» должны быть выделены под отдельным шифром среди других географических и педагогических наук.

Здесь хотелось бы высказать свое мнение (которое, кстати говоря, разделяется практически всеми собеседниками, с которыми говорил на эту тему) по поводу готовящейся в республике отмене институту-

практически те же студенты, только проучившиеся на три года больше. И ни в какое сравнение с кандидатом и тем более доктором наук они не идут. Это потому что серьезной науки в вузах Казахстана нет, за исключением КазНУ им. аль-Фараби и некоторых других вузов.

Поэтому, на мой взгляд, Министерству образования и науки, наряду с введением института докторов PhD, надо сохранить и институт кандидатов и докторов наук, по крайней мере, еще лет на десять.

Перечисленные выше три специальности необходимо ввести также в качестве учебных специальностей в реестр Министерства образования Республики Казахстан. Это очень важно и актуально, ибо организация подготовки кадров для системы туризма в нашей стране находится на такой стадии, что требует кардинального решения этой проблемы.

Дело в том, что сейчас в стране подготовкой туристских кадров заняты порядка 30 с лишним вузов и их филиалов. Для большинства из них существуют проблемы, связанные с нехваткой необходимых средств, отсутствием учебных помещений, преподавателей, пособий, баз практик и др. Поэтому Министерству образования и науки необходимо взяться за упорядочение мер по наведению порядка среди вузов, готовящих туристские кадры.

Для этого необходимо пересмотреть состав вузов с целью их сокращения или объединения в связи с нехваткой квалифицированных преподавателей по данной специальности. Предусмотреть в связи с этим функционирование следующих ву-

ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА, ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ, ЧТОБЫ НАПРАВИТЬ РАБОТУ ПО ИЗУЧЕНИЮ ТУРИЗМА И ФОРМИРОВАНИЮ НА ЭТОЙ ОСНОВЕ СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В НАШЕЙ СТРАНЕ В ПРАВИЛЬНОЕ РУСЛО.

ма», соответственно, в разделы экономических, географических и педагогических наук.

Введение специальности «экономика туризма» позволит охватить научным изучением социально-экономические и некоторые другие аспекты туристской деятельности. По ней могут присуждаться ученые степени кандидата и доктора экономических наук в существующих спецсоветах

та кандидатов и докторов наук и введения вместо него института докторантов PhD. На мой взгляд, это опрометчивый шаг, тем более что ни одно другое государство СНГ такого не планирует. Нельзя слепо и бездумно копировать Запад. Ведь там практически вся наука находится в университетах, и студенты привлекаются в связи с этим к полноценным научным изысканиям и становятся действительно научными работниками. Наши же доктора PhD – это

зов по подготовке туристских кадров: КазНУ им аль-Фараби, Казахская академия спорта и туризма, КазНПУ им. Абая, университет «Туран» (г. Алматы), Евразийский национальный университет им. Гумилева (г. Астана), Восточно-Казахстанский университет (г. Усть-Каменогорск), Западно-Казахстанский университет (г. Уральск), Северно-Казахстанский университет (г. Петропавловск), Карагандинский университет (г. Караганда) и Южно-Казахстанский университет (г. Шымкент). В оставшихся после ревизии вузах сохранить специализации, ранее сложившиеся в них (например, в Казахской академии спорта и туризма – спортивный туризм, в КазНПУ – детско-школьный туризм, в ЮКГУ – экскурсионный и религиозный туризм и т.п.). В КазНУ же сохранить подготовку специалистов широкого профиля, способных работать, как минимум, в четырех следующих направлениях туристской деятельности: научном, проектно-изыскательском, организационно-управленческом и педагогическом.

Специальность «экономика туризма» может быть введена на экономических факультетах, специальность «география туризма» – на географических факультетах университетов. При этом экономические факультеты должны готовить конкретных специалистов для отдельных отраслей туристско-экскурсионного обслуживания (например, менеджеров, бухгал-

теров туристских предприятий и организаций, менеджеров гостиничного хозяйства, руководителей туристских групп, гидов-экскурсоводов и т.п.).

В университетах же по специальности «география туризма» предусмотреть подготовку специалистов широкого профиля – менеджеров и организаторов внутреннего и международного туризма. Человек, получивший специальность «география туризма», будет обладать соответствующими знаниями, чтобы стать организатором использования свободного времени, и не только руководителем туристских групп или предприятий либо работником бюро путешествий, но таким специалистом, который сумеет запрограммировать, заинтересовать и организовать использование свободного времени, которым располагают как отдельные личности, так и определенные социальные и профессиональные группы населения. Университетское географическое образование, поддерживаемое на высоком уровне, является настолько универсальным, что дает выпускнику возможность делать выбор среди широкого спектра профессий, связанных с туризмом, поддерживать конкуренцию с людьми, которые готовились по конкретной, узкой специальности.

Такая разница в подготовке специалистов для системы туризма на экономических и географических факультетах обу-

славливается различными подходами экономики и географии к туризму. Экономика, как известно, изучает экономическую (или производственную) сферу деятельности человеческого общества, тогда как география изучает весь спектр человеческой деятельности в ее пространственной (территориальной) организации, то есть в том числе и экономическую. Это в полной мере относится и к туристской деятельности, т.е. специальность «география туризма» как бы включает в себя «экономику туризма», а это значит, что по первой из них готовится специалист широкого профиля, тогда как по второй – узкоотраслевого. 

ТҮЙІН

Мақалада туризмнің ғылыми бағыттарын, нылыми тұрғыдан өрнектеу қажеттілігінің, сонымен қатар, Қазақстандағы жоғары дәрежелі мамандарды даярлау іс-әрекетін жөнге келтірудің өзекті мәселерін қарастырылды.

RESUME

The article is devoted to actual questions of determination of tourism in justice and organization of teaching for specialists with higher academic degree in Kazakhstan.



Вертолеты «Falcon Air» – покорившие небо Казахстана!

Наконец пришли те времена, когда маленькие и комфортные вертолеты покорили небо Казахстана. Большим преимуществом является то, что эти маневренные машины могут творить просто чудеса. Конечно, не без помощи пилота.

Нужно посадить вертолет высоко в горах и насладиться красотами природы, пожалуй ста...

В Прибалхашье приземлиться на маленький островок размером не больше рыбацкой лодки, и это осуществимо. Пролететь над Чарынским каньоном, оглядя каждый уголок этого удивительного места, и это возможно!

Одним словом возможности этих машин очень высоки.

Цели полетов на вертолете могут быть разными: перевозка VIP-пассажиров по всему Казахстану, осмотр газо-нефтепроводов, визуальный контроль линий электропередачи, осмотр достопримечательностей с высоты птичьего полета, аэро-видео-фотосъемка, обслуживание торжеств и праздников, перевозка грузов и т.д. Такой подход к вопросу организации перелетов существенно сэкономит ваше драгоценное время и обеспечит оптимальное его использование, без задержек и пауз.

Для осуществления любых перелетов Вы можете использовать вертолеты, принадлежащие компании «Falcon Air», флот которой, составляют летательные аппараты мирового производителя Eurocopter – Франция.

Вертолеты рассчитаны на 1-6 человек (не включая пилота). Заказав индивидуальный полет в нашей компании, вы сможете четко спланировать полет по необходимому вам графику и маршруту.

В зависимости от целей, условий и суммы, которой располагает заказчик, мы предлагаем арендовать вертолет с различными характеристиками, отвечающими всем требованиям клиента.

Основным приоритетом в работе компании является безопасность полетов, именно поэтому все наши воздушные суда проходят обязательную проверку перед вылетом, а техническое оборудование представлено самой современной, отлаженной и надежной аппаратурой.

Штат нашей компании состоит из высокопрофессиональных пилотов с большим количеством налета часов за плечами и получивших сертификаты мирового уровня на заводах изготовителях летной техники.

Вертолеты- это новое средство передвижения!



По всем вопросам обращаться:

ПК, Алматинская обл., 040707 Илийский р-он, Аэропорт «Боралдай» тел. +7 727 317 60 03 моб. + 7 701 385 64 71
E-mail: v.artamonova-kgh@mail.ru falconair@mail.ru www.falconair.kz

МЕНЕДЖМЕНТ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

ПРОБЛЕМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА

М. ОМАРОВ,
*ректор ИПК МПА «Туран-Профи»,
кандидат исторических наук, профессор*

В современных условиях туризм является одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мировой экономики. Многие страны мира достигли своего благосостояния благодаря значительным доходам от туризма. В некоторых из них вклад от туристической отрасли в валовой национальный доход составляет 15-35 процентов, а объем прибыли от туризма в мировом хозяйстве конкурирует с такими отраслями, как добыча нефти и газа. Все это ведёт к тому, что в условиях глобализации мировой экономики международный туризм может стать одним из важных факторов развития национальной экономики.

Индустрия туризма становится такой частью национальной экономики, которая тесно взаимосвязана со многими её отраслями, что проявляется также и в постоянной тенденции роста занятости в туристической индустрии практически во всех развитых странах.

Однако следует иметь в виду, что развитие национальной туристической индустрии – далеко не такое простое дело. Международный туристский рынок сегодня представляет собой не только гигантский механизм с многомиллиардным оборотом, но и рынок с жесткой конкурентной борьбой. Поэтому особой задачей для казахстанских туристических предприятий становится создание собственного туристского продукта, который будет иметь присущие только Казах-

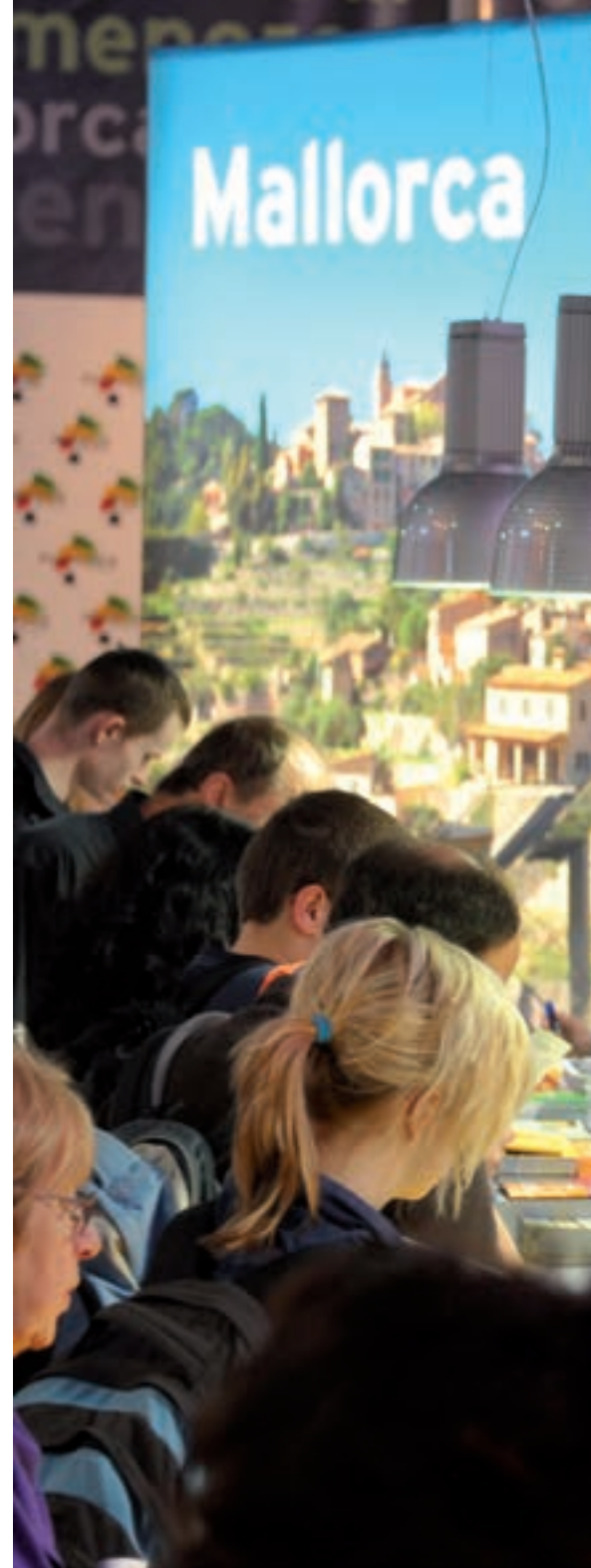


Рис. 1. Основные составляющие элементы туристической индустрии



стану особенности и станет востребован зарубежными и внутренними туристами. При этом важной задачей роста казахстанской туристической индустрии должно быть и повышение качества менеджмента.

В последнее время интерес к Казахстану как к туристскому направлению значительно возрос во всем мире [1]. «Сегодня наша страна обладает уникальной возможностью развивать все виды туризма – культурно-познавательный, оздоровительный, экологический, экстремальный, спортивный и другие, мы ежегодно принимаем более 4,5 миллиона иностранных граждан, рассчитываем из года в год на увеличение этой численности», – отметил Президент РК Н.А. Назарбаев на открытии 18-й Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации ООН в Астане.

Являясь сложным межотраслевым комплексом, туристская индустрия включает следующие составляющие элементы (см. рис. 1).

Отметим также, что приведенный перечень является далеко не полным. По мере расширения и усложнения процессов организации туризма все новые отрасли и предприятия национальной экономики вовлекаются в туристское производство. Обслуживанием туристов занимаются предприятия торговли, банки, страховые компании. Косвенно формируют туристскую индустрию предприятия, обслуживающие не только туристов, но и другие группы населения: учреждения культуры, лечебные и медицинские учреждения, организации связи, предприятия по производству товаров народного потребления, общественный пассажирский транспорт и т.д.

Туризм как отрасль экономики производит продукт, который должен соответствовать рыночным категориям спроса и предложения. В этом отношении следует разграничить международный рынок, ориентированный на зарубежного потре-

бителя, и внутренний рынок, предназначенный для граждан Казахстана. В целом же в настоящее время назрела необходимость дальнейшего развития индустрии туризма в республике, а отечественные специалисты должны обеспечить продвижение национального туристского продукта [2].

На основе проведенного анализа, с учетом рекомендаций ВТО и имеющегося опыта, специалисты выделяют два базовых компонента казахстанского турпродукта: культурный туризм на Шелковом пути (паломнический и традиционный) и тесно связанный с ним эко-приключенческий туризм (сафари, рафтинг, орнитологический, треккинг, альпинизм, охота, рыбалка). В этом отношении следует выделить регионы, имеющие ресурсы для эко-приключенческого туризма, через которые пролегает маршрут Шелкового пути: Алматинская, Жамбылская, Южно-



Рис. 2. Процесс выполнения глобальных целей и задач фирм

Казахстанская, Восточно-Казахстанская, Акмолинская области.

В соответствии с Концепцией развития туризма, утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 6 марта 2001 года № 333, государственными и местными органами управления должна быть продолжена практика поддержки предприятий малого бизнеса, в том числе осуществляющих деятельность в сфере социального туризма [3].

Общемировая тенденция роста числа зарубежных туристов и развития мировой туристической индустрии, на наш взгляд, лишь временно прерванная экономическим кризисом, ставит перед казахстанской индустрией туризма как вопросы совершенствования организации деятельности туристических предприятий, так и эффективного управления ими.

В связи с этим отметим, что предприятия туристской индустрии имеют общие характеристики, которые определяют природу самой туристской индустрии. Однако у предприятий туристской индустрии имеются и общие характеристики в управленческой деятельности с предприятиями других отраслей, в частности, связанные с современными общемировыми тенденциями экономического развития. Так, например, важнейшим современным аспектом менеджмента на предприятиях индустрии туризма является учет того, что в последние десятилетия произошла глобализация экономики благодаря активному вовлечению компаний в процесс прямых зарубежных инвестиций.

Сегодня менеджмент туризма приобретает глобальные черты. Эту особенность можно представить как процесс выполнения глобальных целей и задач фирм посредством эффективных действий (рис. 2).

Вместе с тем не все вышеназванные характеристики обязательны для каждого предприятия, при разработке их организационной структуры необходим индивидуальный подход.

Так, например, крупная гостиница выполняет много различных операций, бюрократических процедур, имеет более узкоспециализированные обязанности для своих работников и более высокий

уровень мобильности и утечки кадров, чем маленькая провинциальная гостиница, имеющая узкий сектор клиентов, или другое предприятие индустрии гостеприимства.

Как видно из представленных схем, существуют значительные различия между крупными и небольшими предприятиями гостиничного сектора, которые определяют размеры предоставляемых услуг. Соответственно, организационная структура управления в малых гостиницах значительно проще, что предполагает более легкие процедуры их создания и последующей деятельности, не говоря уже о размере необходимых инвестиций. Этот аспект проблемы следует учитывать при развитии туристических предприятий в Казахстане.

Другой аспект проблемы состоит в следующем. Структура управления (менеджмент) и стратегия фирмы устанавливаются еще на этапе ее создания. В процессе функционирования фирмы задачи, а значит, и структура менеджмента, и стратегия могут быть скорректированы. В то же время они должны быть правильно сформулированы уже на начальном этапе. Так, управление туристской организацией начинается с определения ее места на туристском рынке, на основе чего прини-

маются решения по созданию или модификации продукта, выбору методов его продвижения и установлению структуры управления персоналом [4].

Характерной современной особенностью развития индустрии туризма стала тенденция объединения предприятий, что позволяет им приобрести ряд конкурентных преимуществ. Наиболее характерными формами таких объединений являются интеграция и стратегические союзы [5].

В основе интеграции часто лежит принцип объединения – собственности, ресурсов, сфер деятельности. Организационные формы объединений разнообразны и зависят от национальной специфики управления той или иной страны. Но при всем многообразии форм объединений главными моментами, в которых состоит их различие, являются: отношения собственности и производственная и контрактная кооперация. Данные процессы в своем конечном итоге ведут к созданию глобальных объединений, что характерно, например, для гостиничной индустрии.

В этой отрасли наблюдается динамичная консолидация структур, действовавших ранее самостоятельно. Результатом роста масштабов бизнеса в этом секторе становится создание международных корпораций, имеющих свои предприятия во многих странах мира, где применяются наиболее современные организационные структуры и новейшие схемы (модели) управления. При этом следует отметить, что в реальной практике нет двух международных туристских корпораций, проходящих через одни и те же организационные стадии по одним и тем же методам или использующих одинаковые организационные модели.

Среди крупных туристских корпораций, вкладывающих инвестиции за рубежом, развиваются три организационные структуры как результат ужесточения международной конкуренции. Изучение этих процессов позволило выявить тенденции в организационных структурах (рис. 3).

Каждая из моделей организационных структур представляет собой предмет для многих вариаций и усовершенствований.



Рис. 3. Основные организационные структуры международных туристических корпораций [6]

Каждая имеет свое рациональное отличие и содержит преимущества для туристской фирмы в какой-то частной ситуации и на особой стадии в своем движении к транснациональному предприятию.

Помимо этого, в индустрии туризма в настоящее время получает все большее распространение такая форма объединения предприятий, как стратегические альянсы. Чаще всего стратегические альянсы являются формой горизонтального объединения организаций в пределах одной отрасли, хотя возможны и межотраслевые альянсы. Стратегические альянсы как форма союза предприятий предполагают партнерские отношения в какой-либо отдельной сфере, например, маркетинговая деятельность.

Кроме того, в отношении характерных черт менеджмента туризма особое значение имеет сама специфика туристских услуг и их воздействие на управление предприятием.

Специфика туристических услуг с точки зрения их внутреннего содержания, по нашему мнению, занимает наиболее важное место в понимании особенностей менеджмента в туристической индустрии. В этом отношении следует обратиться к понятию «туристский продукт». Последний представляется собой комплекс услуг, предоставляемых туристско-экскурсионными предприятиями гражданам (туристам).

Важнейшей особенностью туризма как объекта управления является специфика туристического продукта. Туристский продукт состоит из трех элементов (рис. 4) [7].

Таким образом, туристский продукт представляет собой комплекс товаров и услуг, в совокупности своей образующих туристскую поездку (тур) или имеющих к ней непосредственное отношение (например, туристическое снаряжение – это тоже турпродукт, хотя является товаром, а не услугой). В силу того, что спектр услуг туристской индустрии очень разнообразен, имеет смысл говорить о турпродукте применительно к каждому конкретному сектору индустрии туризма (например, турпродукт гостиничного предприятия, туропе-

ратора, турагента, предприятия по производству туристского снаряжения и т.д.). В соответствии с этим следует определять, в какой мере должны использоваться те или иные управленческие инструменты, с тем чтобы правильно решать те специфические проблемы, которые присущи именно туристским организациям.

В силу активного развития туризма в современных условиях и его все возрастающего воздействия на общество возникает необходимость затронуть и вопрос об эффективности менеджмента предприятий сферы туризма, что стало особенно актуальным в условиях мирового экономического кризиса. Правильная оценка эффективности менеджмента в туризме позволяет активно воздействовать на текущее состояние и тенденции развития туристских фирм, устанавливать их размеры, отслеживать и корректировать неуправляемые явления и процессы, составлять прогнозы и планы развития этих фирм и их структурных подразделений. Но следует иметь в виду, что механический перенос известных методик определения эффективности из других отраслей экономики не имеет смысла. Исходя из специфики туристской деятельности, нужно четко представлять, что надо измерять, чтобы вычислить ее эффективность. Ведь эффект от туризма определяется либо количеством туристов-посетителей, либо объемом деятельности коммерческих туристских структур, производящих специфический туристский продукт.

Эффективность менеджмента на предприятиях индустрии туризма, на наш взгляд, отражает степень достижения поставленных целей. Это значит, что эффективность следует понимать как соотношение результата и целей либо результата и затрат на его получение. На такой исходной позиции и основано понимание эффективности управления в каждом отдельном субъекте туристической индустрии.

Особо следует отметить и использование международных стандартов, в частности, менеджмента социальной ответственности. Так, стандарт SA 8000 базируется на принципах II Конвенции международной организации труда, Всемирной декларации прав человека, Конвенции ООН по правам ребенка. Он устанавливает основные нормы и процедуры, касающиеся производственной гигиены и техники безопасности. Сюда же входит соблюдение прав профсоюзов, продолжительность рабочего времени, своевременная выдача заработной платы. Но при этом важнейшим составным элементом является и эффективное управление, которое все это обеспечивает. В настоящее время менеджмент социальной ответствен-

ности сертифицировали более двух тысяч компаний из 64 стран. При поддержке Комитета по техническому регулированию и метрологии РК Министерства индустрии и торговли РК это движение развивается и в нашей стране [8].

Учитывая вышеотмеченные глобальные тенденции в развитии индустрии мирового туризма, в Казахстане следует уделять больше внимания со стороны государства и неправительственных организаций проблемам повышения эффективности менеджмента предприятий туристической индустрии, в частности, посредством более активного использования системы профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации руководящих работников и менеджеров туристических предприятий. Это позволит предприятиям туристической индустрии нашей страны добиваться не только высоких экономических результатов, но и активнее включаться в систему внешнеэкономических связей в условиях глобализации мировой экономики.

ТҮЙІН

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ МЕНЕДЖМЕНТІН ЖЕТІЛДІРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Аталмыш мақалада туризм индустриясының ұйымдарды басқару, кәсіби қызметінің ерекшеліктеріне, басқару жүйесінің ұйымдастырылуына және басқару саясатын қарастырады.

RESUME

THE PROBLEMS OF MANAGEMENT OF TOURISM IN KAZAKHSTAN

The article is devoted to actual problems of business management in tourism industry, particularly their productive performance, organized by the management structure, management policy.

Литература

1. Юхно Н. Туризм-2009. Подведение итогов. Мир путешествий, № 1(6), январь, 2010. С. 8-9.
2. Что такое Казахстан? Аргументы и факты, № 46, ноябрь 2009 г.
3. Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 марта 2001 года № 333 (САПП Республики Казахстан, 2001 г., № 10, ст. 109).
4. Менеджмент туризма: Туризм как объект управления. Учебник. М.: Финансы и статистика, 2004. С. 12.
5. Управление индустрией туризма. Учебное пособие. 2-е изд. А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, В.Н. Сенин. М.: КНОРУС. 2005. С. 63.
6. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме. М., 2007. С. 92.
7. Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2005. С. 22.
8. www.kazpravda.kz.



Рис. 4. Основные составляющие элементы туристского продукта

ПРИГЛАШАЕМ ВАС

Дорогие друзья!

Миссия Международной профессиональной академии «Туран-Профи» заключается в создании высокоэффективной системы предоставления образовательных услуг в условиях развития современных технологий и инноваций.

Во время учебы Вы сможете не только теоретически закрепить свои знания, но и научиться развивать в себе креативное мышление, разрабатывать варианты решения проблем через моделирование производственных, деловых ситуаций посредством проведения организационно-деятельностных игр, познакомитесь с практикой развития отраслей экономики как у нас в стране, так и за рубежом во время зарубежных курсов обучения в России, Германии, Франции, США, Голландии, Сирии, Мексике, Малайзии, Словакии, Тайланде, России, Белоруссии, Австралии.

Мы поможем Вам выбрать именно ту программу, которая наиболее соответствует Вашим планам на будущее.

С уважением,

*Манен ОМАРОВ,
ректор академии «Туран-Профи»,
кандидат исторических наук, профессор*



Учреждение образования «Международная профессиональная академия «Туран-Профи» – это специализированное учебное заведение, осуществляющее дополнительное послевузовское образование, повышение квалификации и переподготовку специалистов с высшим образованием.

Одной из основных задач Академии является повышение квалификации специалистов различных отраслей народного хозяйства, переподготовка кадров в сфере государственной службы и профессионального образования.

Академия располагает обширным опытом в области повышения квалификации государственных служащих Министерства финансов РК, Агентства таможенного контроля РК, Агентства РК по управлению земельными ресурсами, Агентства РК по регулированию естественных монополий, защите конкуренции и поддержке малого бизнеса.

Учредителем Академии является Университет «Туран-Астана», осуществляющий свою деятельность по всем видам обучения без ограничения срока действия по тринадцати специальностям.

Партнерами по обучающим программам Академии являются Институт менеджмента Канады (г. Монреаль), Российская академия финансов при Правительстве РФ (г. Москва), Российская академия профессиональных аудиторов и бухгалтеров (г. Санкт-Петербург), Московский финансово-экономический институт (г. Москва), Московский государственный технический университет (г. Москва), Нижегородский институт менеджмента и бизнеса (г. Нижний Новгород) и др. зарубежные вузы.

Действующие программы

- Курсы повышения квалификации государственных служащих, руководителей предприятий и менеджеров с дальнейшим обучением в Германии (по 3-м форматам).
- Курсы по Проекту развития предпринимательства в г. Астане при поддержке компании «ЭксонМобил» и Агентства США по международному развитию.
- Курсы обучения по оказанию консалтинговых услуг предпринимателям совместно с общенациональным союзом предпринимателей и работодателей Казахстана «Атамекен», СПК «Сары-Арка», «Каспий».
- Казахстанско-германский учебный центр «ТУРАН/ЭКСТЕРН».
- Обучение, повышение квалификации и стажировки за рубежом молодых ученых, преподавателей сельскохозяйственных вузов и колледжей, ключевых специалистов лабораторий, консультантов проекта, сотрудников Министерства сельского хозяйства Республики Казахстан.
- Внедрение новейших технологий электронного обучения.
- Программа МВА «МИРБИС-ТУРАН» (мастер делового администрирования).
- Курсы обучения реабилитационных, конкурсных управляющих и администраторов внешнего наблюдения и др.



В «ТУРАН-ПРОФИ»!



Курсы, семинары проводятся согласно утвержденным учебным программам по тематике, согласованной с заказчиком. По просьбе заказчика предлагаются темы, отвечающие профилю деятельности организации, предприятия.

Для проведения практических и семинарских занятий, мастер-классов приглашаются известные ученые, высококвалифицированные специалисты-практики, тренеры международного класса.

Проект «Повышение квалификации руководящих работников и менеджеров в сфере экономики РК»

Главной целью программы является организация эффективной целенаправленной подготовки кадров для проведения широкомасштабных изменений в структуре экономики. Первый этап переподготовки – подготовительное обучение при казахстанских институтах повышения квалификации, второй этап – практическая стажировка в фирмах Германии. Завершающей стадией курсов является разработка выпускного бизнес-проекта, отчетов по практике и сдача экзаменов по различным дисциплинам.



Региональная академия TURAN-CISCO

Цель обучения: подготовка квалифицированных специалистов в области сетевых технологий. Академия готовит специалистов по следующим уровням: IT Essentials, CCNA Discovery, CCNA Exploration (обучение проводится на английском языке).

- Будущая сфера деятельности:
- Администратор безопасности.
- Директор по ИТ/ начальник отдела ИТ.
- ИТ инженер/ менеджер/ архитектор.
- Менеджер инфраструктуры/ компьютерной службы помощи.
- Системный администратор/ инженер.
- Сетевой инженер/ менеджер/ администратор/ техник.
- Техник ПК/ аппаратных средств/ настольного компьютера/ компьютерной службы помощи и др.
- Наши локальные академии находятся в городах Павлодар, Актау, Атырау, Шымкент, Усть-Каменогорск.

Контакты: (7172) 311-033,
e-mail: turanast999@gmail.com, web: turan-profi.kz.

Курсы повышения квалификации руководящих работников и менеджеров в сфере экономики Республики Казахстан

Уникальность программы подтверждается достижениями её выпускников. Программа базируется на принципиально новых подходах к обучению и развитию человека.

Основными целями программы являются:

- повышение управленческой, социальной, межкультурной и профессиональной компетенции казахстанских менеджеров;
- изучение немецкого опыта менеджмента;
- развитие экономической кооперации между предприятиями Казахстана и Германии и др.

С 2005 года по этой программе повысили свою квалификацию в казахстанских образовательных центрах более 2500 менеджеров, из которых более 400 человек прошли стажировку на ведущих предприятиях Германии.

Казахстанско-германский учебный центр «Туран/Экстерн»

Приоритетное направление: подготовка молодых рабочих по направлениям: «электротехника», «отопительная и санитарная техника», «строительство надземных сооружений, их реставрация и ремонт» и т.д.

Наши контакты:

010000, г. Астана, р-н Сары-Арка, пр. Республики, 58/19.

Тел. +7(7172)311-235, 311-098.

e-mail: astana@turanprofi.kz

web: http://turanprofi.kz





АЛМАТЫЖАРНАМА

7 Чудес
Казахстана
ҚАЗАХСТАН
ЧУДЕС
Тайқазан



КӨРІНІС



7 Қазақстанның
кереметі
көрмегі
ҚАЗАҚСТАННЫҢ



Тайказан

ПОСЕТИТЬ



ПОДДЕРЖКА РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА



Термин «экотуризм» на Западе был официально использован на одной из конференций мексиканским экологом Гектором Цебаллосом Ласкурией в первой половине 80-х годов XX века. В Казахстан понятие «экотуризм» пришло вместе с зарубежными туристами в середине 90-х годов. Стало популярным говорить об экотуризме после признания его одним из трех приоритетных направлений в развитии индустрии туризма в Казахстане. Внедрение же принципов экологического туризма началось всего несколько лет назад.



Единого понятия экологического туризма не существует. Есть схожие понятия: природный, зелёный, мягкий, ответственный, устойчивый туризм.

Изучив туристские ресурсы и возможности Казахстана, эксперты от туризма рекомендуют государству сделать упор на развитие экологического туризма как одного из нишевых сегментов мирового туризма. Казахстан предлагает туристам природное и культурное богатство, значительные нетронутые территории вместе с национальным гостеприимством, с каждым годом привлекая все большее количество гостей.

Однако в туризме остается еще много проблемных моментов и белых пятен. Остро стоит вопрос обеспечения конкурентоспособной инфраструктурой: комфортный транспорт по умеренной цене, качественные дороги и связь, недорогие гостиницы и кемпинги, сопутствующая информационная поддержка туристских направлений (карты, справочники и путеводители, тематические сайты и порталы, местная сувенирная продукция и многие другие компоненты, составляющие индустрию туризма).

За годы независимости Казахстана туризм в качестве абсолютно нового явления в экономике сделал значительный рывок в своем развитии. Рассматривая экологический туризм как часть целой отрасли, можно говорить о большом сдвиге в сторону улучшения ситуации. Государство на законодательном уровне проводит значитель-

ные реформы в туризме, в нормативно-правовых актах стало больше уделяться внимания экологическим аспектам путешествий. Определенный вклад в развитие отрасли и внедрения принципов экологического туризма внесли общественные организации, работающие в Казахстане и по всему миру. Такие структуры, привлекающие средства донорских организаций, инвестировали финансовые, кадровые и информационные ресурсы в развитие экологических основ туризма.

Одним из первых подобных проектов стал Информационный ресурсный центр экотуризма (ИРЦЭ), созданный с целью развития экотуризма и содействия развитию местных сообществ. Центр создан в 2005 году Казахстанской туристской ассоциацией (КТА). ИРЦЭ целенаправленно занимается экологическим туризмом, аккумулирует в себе информационно-ресурсную базу по экотуризму. За последние 5 лет ИРЦЭ сотрудничал с такими организациями, как VSO, Pragma, USAID, фонд «Евразия», ExxonMobil.

Что может такой центр предложить туристам, местным жителям, туристским компаниям?

– Поддержка развития экотуризма должна носить комплексный характер, отсюда и деятельность ИРЦЭ ориентирована на разные субъекты туризма.



Принципы экотуризма

- Путешествия в природу, причем главное содержание таких путешествий – знакомство с живой природой, с местными обычаями и культурой.
- Сведение к минимуму негативных последствий экологического и социально-культурного характера, поддержание экологической устойчивости среды.
- Содействие охране природы и местной социокультурной среды.
- Экологическое образование и просвещение.
- Участие местных жителей и получение ими доходов от туристической деятельности, что создает для них экономические стимулы к охране природы.
- Экономическая эффективность и вклад в устойчивое развитие посещаемых регионов.



Турист может:

- найти интересующую его информацию о туристских возможностях Казахстана;
- узнать, куда ему лучше отправиться, и как это сделать наиболее выгодно при максимуме новых впечатлений и экзотики;
- получить справочную информацию об Алматы и регионах (достопримечательности, места размещения и питания);
- иметь быстрый доступ к базе контактов туристских компаний и организаций, ориентированных на экологический и въездной туризм;
- получить совет и разъяснение при возникновении нестандартных ситуаций во время путешествия;
- купить туры выходного дня по Алматинской области;
- приобрести информационно-справочные материалы о туристских ресурсах Казахстана и Алматы в отдельности.

Чем может быть интересен ИРЦЭ для туристских компаний?

– Центр позиционируется в качестве общей информационной площадки по экоту-

ризму. Компании, предлагающие экологические туры, а также спектр услуг по въездному и внутреннему туризму, могут представить себя на стендах в офисе центра.

ИРЦЭ начал свою деятельность с обучения местных жителей и менеджеров, работающих в экоориентированном туризме, позже были открыты гостевые дома (guest houses или homestays).

В настоящее время ИРЦЭ, имея нарабатанную базу контактов гостевых домов по Казахстану и отлаженные схемы организации отдыха туристов, предлагает их для общего пользования всему туристскому рынку.

ИРЦЭ регулярно проводит сертификацию гостевых домов и внедряет собственноразработанные минимальные стандарты качества услуг в подобных формах размещения в сельской местности.

Сделана значительная работа по популяризации Казахстана как туристского направления. ИРЦЭ как структурное подразделение Казахстанской туристской ассоциации (КТА) регулярно участвует в наиболее популярных международных туристских выставках. За время существования ИРЦЭ было распространено за рубежом и по Казахстану более 17 тысяч печатных материалов, пропагандирующих экотуризм, основанный на местных сообществах.

ИРЦЭ продолжает свою деятельность и призывает туристский рынок консолидироваться в деле продвижения экотуризма и использовать накопленный опыт в своей плодотворной работе.

Источники: www.eco-tourism.kz, www.wikipedia.org

Экотуризм – это...

- Путешествие с ответственностью перед окружающей средой по отношению к ненарушенным природным территориям с целью изучения и наслаждения природой и культурными достопримечательностями, которое содействует охране природы, оказывает «мягкое» воздействие на окружающую среду, обеспечивает активное социально-экономическое участие местных жителей и получение ими преимуществ от этой деятельности.

Международный союз охраны природы

- Ответственное путешествие в природные территории, которое содействует охране природы и улучшает благосостояние местного населения.

Общество экотуризма

- Туризм, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения.

Всемирный фонд дикой природы

**Контакты
Информационного
ресурсного центра
экотуризма (ИРЦЭ):**
050004, г. Алматы, ул. Желтоксан,
71/73 (уг. ул. Гоголя),
тел: +7 727 278 05 26;
факс: +7 727 279 81 46;
e-mail: ecocentre.kz@gmail.com,
веб-сайт: <http://eco-tourism.kz>





КОММЕНТАРИЙ В ТЕМУ

Нашим фондом накоплен многолетний опыт работы в области развития экотуризма, возрождения народных художественных промыслов и ремесел. Когда в 2003-м мы проводили первое в республике маркетинговое исследование, то ставили цель — узнать, в каких местах наши граждане хотят отдыхать. Тогда было обозначено: Восточный и Южный Казахстан, Катон-Карагай, Боровое, Алматы, Капчагай, но многие назвали Иссык-Куль... Другие регионы даже не обозначались. И мы подумали, что здесь рискованно начинать турбизнес, может просто не оказаться клиентов — все привыкли ездить в Анталию и т.д.

Мы также считали, что основными клиентами туристской отрасли будут являться иностранные специалисты, работающие в Республике Казахстан, но исследование показало, что наша целевая группа — это молодые люди 25 лет, только что создавшие семью, имеющие максимум одного ребен-

ка и с доходом порядка 300-500 долларов. Это именно те, кто готов ездить по Казахстану, тратить деньги, живя не в 5-звездочных отелях, а в деревенских домах.

И тогда на очередном этапе программы, проводимой при поддержке компании «ЭксонМобил Казахстан Инк.», мы все-таки решили создать несколько пилотных центров экотуризма. И не промахнулись. Отдача получилась колоссальная — за один туристический сезон было заработано 10 000 долларов! Вы можете сказать, что такое 10 000 долларов, но для населенного пункта, жители которого выживают за счет подсобных хозяйств, это большие и, что немаловажно, легальные деньги. Причем здесь не надо больших инвестиций, надо просто «подшлифовать» людей, научить их основам туристского бизнеса и финансовой грамотности.

Параллельно мы несколько лет при поддержке компании «Шеврон» проводим программу поддержки ремесла, которая очень созвучна туризму. Мы опять провели исследование и выяснили, что наше ремесло умирает. Посмотрите: мы все сувениры покупаем в Китае, хотя у нас

есть люди, которые могут это произвести, у нас просто великолепные вещи производят, скажем, из той же кошмы. И многие нам говорят, что было бы здорово каждой области разработать свой собственный сувенирный бренд.

Я приведу цифры: программа первого национального конкурса «Щебер» за два года реализации дала 44 000 долларов дохода для ремесленников. Таким образом, реальный живой доход, полученный населением, перекрыл все те инвестиции, которые в виде грантов мы вкладывали в регионы.

Надо сделать так, чтобы люди, которые в своих экономических условиях производят 2-3 хорошие вещи, могли организовать их серийное производство. Тогда мы получим еще больший эффект. Главное в этом вопросе — более инициативный подход. Как показывает опыт, свою жизнь — социальную, экономическую — надо организовывать самим, а не ждать, когда кто-то будет брать ответственность на себя.

*Ринат ТЕМИРБЕКОВ,
исполнительный директор фонда «Евразия
Центральной Азии»*





ITB BERLIN 2010:





**ITB
BERLIN**

**THE WORLD'S
LEADING TRAVEL
TRADE SHOW®**



Туристские компании мира знают ITB Berlin как крупнейшую площадку для общения и установления коммерческих связей в мировом турбизнесе. Здесь представлены все сегменты туристической индустрии – международные федерации туризма, национальные и региональные туристские организации, транспортные агентства и туроператоры, отели, страховые компании и т.д. К слову, посетители выставки также представляют собой все многообразие бизнеса, связанного с путешествиями и отдыхом.

В этом году в выставочном комплексе Messedamm Berlin на площади 160 тыс. кв. м открыли свои стенды более 11 тыс. участников из 180 стран мира, которые посетили около 180 тыс. человек, в том числе более 10 тыс. специалистов и представителей различных направлений турбизнеса.

Официальная казахстанская делегация в Берлине была представлена Министерством туризма и спорта во главе с ответственным секретарем Кобланды Мусиным. В состав делегации вошли представители акиматов Алматинской и Мангистауской областей, городов Алматы и Астана, Казахстанской туристской ассоциации, вузов, ведущие туроператоры страны, артисты Президентского оркестра Республиканской Гвардии РК, журналисты АО «Агентства «Хабар».

В ходе выставки казахстанская делегация совместно с посольством РК в ФРГ провела презентацию стенда, на котором были представлены современные туристические возможности Казахстана. С германской стороны на презентации выступили член правления Казахстанско-германского общества П. Пёппер, немецкая журналистка и сотрудница казахстанского Информа-

КАЗАХСТАН В ПЯТЕРКЕ ЛУЧШИХ





ционного ресурсного центра экотуризма Д. Шрайбер, представитель администрации ITB Berlin Р. Фрайтаг, рассказавшие о своих впечатлениях от посещения живописных уголков нашей страны и знакомства с гостеприимным казахстанским народом. Презентация вызвала большой интерес у специалистов сферы туризма и посетителей выставки.

Кроме того, наша делегация провела встречи с генеральным секретарем ЮНВТО Талемом Рифаи и парламентским статс-секретарем Министерства экономики и технологий – уполномоченным Правительства ФРГ по вопросам туризма Эрнстом Бургбахером. Также состоялась пре-

зентация казахстанского туристского потенциала для представителей зарубежных СМИ и туроператоров.

По итогам выставки были присуждены пять первых наград среди стран Европы, Америки, Ближнего Востока, Азии, Тихоокеанского региона, Австралии и Африки. Выставочный стенд Казахстана занял первое место в категории стран «Азия/Австралия/Океания», опередив признанных азиатских грандов – Южную Корею, Малайзию и Таиланд.

Таким образом, Казахстан вошел в «пятерку» лучших стран планеты по представлению имиджа страны и туристской отрасли государства. Прокомментировать этот

успех мы попросили Председателя Комитета индустрии туризма Министерства туризма и спорта Республики Казахстан Карлыгаш Какен.

– Карлыгаш Газизовна, по какому принципу макетировался стенд Казахстана?

– На нашем стенде мы постарались показать динамику развития Казахстана и нашу историю. Мы даже повезли в Берлин копию «Золотого человека», то есть попросили у музея сам костюм и одели в него нашего сотрудника. Многие посетители выставки пытались дотронуться до одежды «Золотого человека», искренне удивляясь, что у нас была такая цивилизация. И как





Председатель Комитета индустрии туризма
МТС РК К. Какен



Генеральный секретарь ЮНВТО Т. Рифаи дает интервью агентству «Хабар»

бы на контрасте истории и современности мы с двух сторон установили мониторы, по которым шли ролики об Азиатских играх 2011 года, которые пройдут в Казахстане.

– По каким критериям выбирали лучшие стенды на ITB Berlin?

– Эти критерии напечатаны на 5 листах мелким шрифтом. Непосредственно вопросами отбора занимаются три маркетинговые компании, которые даже не знакомятся с нами. Для начала главное, чтобы на стенд просто обратили внимание – это уже половина успеха. Не забывайте, что ITB Berlin – это тысячи участников в сорока павильонах. Для сравнения скажу: дорога из одного павильона в другой и обратно заняла у меня час и сорок минут.

Итак, если маркетинговая компания, увидев ваш стенд, просто поставила галочку, значит, они вернутся и будут смотреть, как павильон работает, что он раздает и т.д. Вот как раз критерий номер два – это

раздача сувениров, символизирующих государство. В нашем случае это были яблоки. Мы подобрали яблоки, похожие на апорт (символ Алматы), и раздавали их из двух больших корзин. Кроме того, наши ремесленники сделали яблоки из кошмы, которые были покрашены в красный цвет и выглядели абсолютно натурально. Это и был один из наших сувениров. А еще рядом с нашим стендом было смонтировано дерево, на котором тоже «росли» живые яблоки. Кстати, эффект был неожиданным – многие из посетителей даже подпрыгивали, пытаясь эти яблоки сорвать. Параллельно посетители слушали казахскую музыку в исполнении этногруппы «Белес», было и многое другое.

Главное, что я хотела бы подчеркнуть, – иностранцы с радостью открывали для себя Казахстан, а те, кто уже успел посетить республику, увидев наш стенд, отмечали, что это «живой» кусочек Казахстана. 🌐





УСПЕШНОЕ УЧАСТИЕ КАЗАХСТАНА НА «ИНТУРМАРКЕТ-2010»

Туристский потенциал Казахстана был представлен на международной выставке «Интурмаркет-2010», прошедшей в Москве с 13 по 16 марта.

Организаторами 5-й туристской выставки «Интурмаркет-2010» выступили две крупнейшие российские выставочные компании – «Экспотур» и «Евроэкспо». В выставке приняли участие все основные игроки туристского рынка из 135 стран мира.

Деловая программа юбилейного «Интурмаркета» была особенно яркой и содержательной. В ее рамках прошли церемонии подписания документов о сотрудничестве, презентации и ворк-шопы, семинары и конференции, двусторонние встречи на федеральном уровне и многое другое. По словам специалиста Управления по развитию туристической деятельности и созданию имиджа республики МТС Республики Казахстан Жанболата Турмаганбетова, «в России сейчас проживает более 200 млн. человек. И основные туристы, прибывающие в нашу республику, – это именно граждане России. Большим спросом у наших соседей пользуются Боровое и заповедные места Восточно-Казахстанской области».

В рамках выставки состоялось заседание Совета по туризму стран – участниц

СНГ, в ходе которого обсуждались важные вопросы развития международного туризма в рамках СНГ, а также актуальные задачи по дальнейшему развитию сотрудничества в рамках Содружества. Как подчеркнул советник министра туризма и спорта РК Евгений Никитинский: «На этом заседании мы обсудили проведение круиза по Каспийскому морю, строительство дороги «Великий шелковый путь». Например, в Казахстан из Беларуси приедет молодежь учиться, а наши студенты будут обучаться там. Мы считаем, что это будет способствовать развитию туризма».

В завершение выставки был проведен конкурс на лучший стенд, рекламирующий объекты туризма. Как отметили участники, Казахстан представил в Москве красочный и содержательный стенд. А на торжественном вечере в «Президент-Отеле» организаторы выставки наградили Министерство туризма и спорта Республики Казахстан памятным призом и дипломом за активное участие и поддержку 5-й юбилейной международной туристской выставки «Интурмаркет-2010».

По материалам СМИ

Тимур Бекмамбетов
при поддержке Акимата Астаны
представляет

ASTANA

МЕЖДУНАРОДНЫЙ
КИНОФЕСТИВАЛЬ
ЭКШН-ФИЛЬМОВ
27 ИЮНЯ - 1 ИЮЛЯ





Kitf – ТРАДИЦИОННО



Международная туристская выставка «KITF-2010», состоявшаяся 21-23 апреля в Алматы, открыла казахстанский летний туристский сезон.



Алматы – самый крупный по численности населения город Казахстана, который наряду с Астаной является финансовым, культурным, туристическим, образовательным центром страны. Несмотря на кризисные явления, инвестиционная привлекательность Алматы по-прежнему очень высока. Об этом свидетельствует оценка международного рейтингового агентства FITCH, которое подтвердило инвестиционный рейтинг города на уровне ВВ+, прогноз «позитивный».



ВЫСОКАЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

Как известно, KITF – это главное туристское экспособытие Казахстана и стран Центральной Азии, которое практически с самого основания включено в список рекомендуемых мероприятий Всемирной туристской организацией ООН (ЮНВТО). Организаторами выставки являются Министерство туризма и спорта Казахстана, акимат города Алматы, казахстанская компания «Itesa» и британская группа выставочных компаний ITE.

В этом году выставка проводилась в 10-й раз, и в ней приняли участие более 500 компаний из 36 стран, при этом 15 государств были представлены национальными стендами.

Примечательно, что к своему 10-летию сама выставка претерпела значительные количественные и качественные изменения. «За время своего существования количество экспонентов выставки выросло в девять раз, общая площадь в 27 раз – с 300 кв. метров до восьми тысяч. При этом отдельный павильон посвящен только национальным туристским организациям», – отметил исполнительный директор выставочной компании «Itesa Казахстан» Юрий Бородин.

Открывая выставку, заместитель акима города Алматы Серик Сейдуманов подчеркнул: «Проведение международной туристской ярмарки на гостеприимной казахстанской земле стало доброй традицией. Я очень рад тому, что это событие с каждым годом становится все более популярным и значимым среди профессионалов туристского бизнеса Казахстана, Центральной Азии и Европы».

Как заявляют сами участники выставки, KITF – едва ли не единственная в странах СНГ выставка, на которой заключаются реальные контракты и осуществляются продажи, причем зачастую непосредственно на выставочном стенде. Так, знакомя посетителей KITF с авиарейсом Алматы – Киев – Алматы, открытым буквально за две недели до выставки, менеджеры международных авиалиний Украины сразу же смогли продать часть авиабилетов. Наряду с украинскими авиалиниями на выставке был представлен широкому кругу турагентов недавно открытый прямой авиарейс в Египет.







Из новых направлений выставка открыла Австралию, Бразилию, Шри-Ланку и Хорватию. Последняя, кстати, достаточно посещаемая нашими соотечественниками, однако на KITF туркомпания из Хорватии приехала впервые, и не случайно: в этот летний сезон для туристов из Казахстана визовый режим в эту страну отменен.

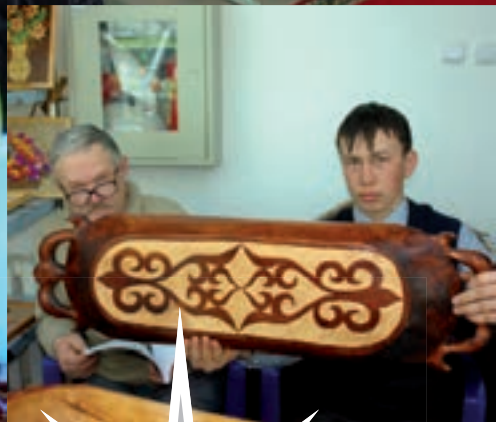
Увлекательные поездки и интересные путешествия по родным местам предлагали совершить управления туризма всех регионов Казахстана. Толчком для развития внутреннего туризма, как считают в Министерстве туризма и спорта Казахстана, станет реализация планов по созданию развитой инфраструктуры на протяжении всех автомагистралей Западная Европа – Западный Китай, со строительством сопутствующих жилых объектов, пунктов общественного питания и СТО. Кроме того, как отметил на пресс-конференции советник министра туризма и спорта РК Евгений Никитинский, в этом году получены подтверждения от инвесторов, готовых поддержать реализацию проектов «Кендерли», «Актау-сити», «Бурабай», начнется строительство зоны «Жана Или» в Капшагае. По словам Е. Никитинского, у сферы туризма есть свойство быстро восстанавливаться: «Всемирная туристская организация прогнозировала сокращение международных при-

бытий на 8%, но эти прогнозы не подтвердились – в четвертом квартале 2009 года туристский рынок стабилизировался, количество прибытий в мире сократилось только на 4%».

Организаторы KITF уверены, что выставка является отражением всех тенденций и направлений мировой туристической индустрии, и в первую очередь отечественной. Такая стремительная динамика выставки наиболее наглядно показывает достижения Казахстана в продвижении страны как привлекательного туристского направления. Неслучайно исполнительный директор ЮНВТО Золтан Шомодь в своем обращении к участникам выставки отметил: «За последние годы Казахстан достиг значительного прогресса в продвижении своего имиджа как привлекательного, дружелюбного и динамичного направления в Евразии. Международные туристические ярмарки, такие как KITF, продолжают оставаться важным средством для установления и усиления деловых отношений. ЮНВТО надеется на продолжение оказания поддержки со стороны Казахстана и всех 154 стран-членов этой организации в продвижении развития ответственного, устойчивого и общедоступного туризма».

Более подробная информация размещена на сайте www.kitf.kz.





ИТОГИ ARTF-2010

В г. Кокшетау с 7 по 9 апреля прошла 7-я Акмолинская региональная туристская ярмарка «Туризм. Оздоровление. Путешествия-2010» (ARTF-2010), организованная Управлением туризма, физической культуры и спорта Акмолинской области.





ARTF является основным мероприятием, направленным на формирование и укрепление туристского имиджа Акмолинской области и регионов Казахстана, тесно сотрудничающих в сфере туризма. Главные задачи ярмарки – продвижение отечественного туристского продукта на международный рынок, установление партнерских связей и заключение взаимовыгодных контрактов.

В этом году в ярмарке приняли участие делегации из 12 областей Казахстана, туристские компании и оздоровительные центры двух регионов Российской Федерации.

В церемонии торжественного открытия ярмарки приняли участие советник министра туризма и спорта РК Е. Никитинский, директор Казахстанской туристской ассоциации Р. Шайкенова, исполнительный директор «Фонд «Евразия Центральной Азии» Р. Темирбеков, президент Международного фонда учебных программ и дополнительного профессионального образования «Хилтон» (г. Пермь) И. Белоусова, представитель федерального государственного учреждения «Центр реабилитации Фонда социального страхования Российской Федерации «Омский» Е. Ноздрихина и другие.



Директор Казахстанской туристской ассоциации Рашида Шайкенова вручает главному редактору Андрею Сакулинскому диплом за активное участие журнала «Мир путешествий» в конкурсных программах ярмарки ARTF-2010.

После посещения выставочных экспозиций состоялась пресс-конференция, на которой затрагивались проблемы развития туризма в Казахстане, адаптации туроператоров к условиям экономических трудностей и реализации проектов на территории республики с помощью зарубежных инвестиций. Некоторые цифры озвучил заместитель начальника управления по туризму и спорту Акмолинской области Ш. Батырханов: «Мы начинали с 12 фирм, буквально пять лет назад. Теперь у нас 54 турфирмы, работающие на лицензионной основе. Относительно притока туристов замечу, что ежегодно Акмолинскую область только в летнее время посещает более 500 000 туристов, при этом годовой оборот – более 1 млн. человек. Мы ожидаем, что интерес к нашей области будет расти. Сегодня завершены все экологические экспертизы по проекту Бурабай. Создана свободная экономическая зона, и мы рассчитываем, что в этом году начнется строительство международного туристского центра «Бурабай». Но наша задача – привлечь внимание туристов не только к Боровому, но также к Зеренде, Сандыктаускому комплексу, Коргалжино и другим достопримечательностям области. Для нас также очень важно, что наша область граничит с Россией. И знаменательно, что на выставке есть представители России – в лице городов Перми и Омска».

Гостям ярмарки были представлены такие разделы, как активный и приключенческий, лечебно-профилактический и санаторно-курортный отдых, экологический и спортивный туризм, автобусно-экскурсионные туры, гостиничное хозяйство, сувенирная продукция и т.д. Выставочные павильоны посетили более 1,5 тысячи человек. В рамках ярмарки прошел конкурс на лучшую выставочную экспозицию, презентацию и информационно-рекламный пакет. Каждый участник ярмарки имел приглашение для участия в специальном розыгрыше призов в виде бесплатных путевок в лучшие санатории, дома отдыха и отели Щучинско-Боровского и Зерендинской зон отдыха, сувениров от мастеров прикладного искусства и продукции спонсоров.

Программа завершилась проведением рекламно-информационного тура «Бурабай – жемчужина Казахстана» с посещением новых и наиболее успешных объектов Щучинско-Боровской курортной зоны. Главным итогом ярмарки стало заключение свыше 300 договоров о сотрудничестве между туристскими организациями Акмолинской области, Казахстана и Российской Федерации.



ГОЛЛАНДСКИЕ СТРАННОСТИ

Когда Ван Гог, покинув отчий край, обосновался на юге Франции, где краски ярче, а местность – рельефней, он, отказавшись от уютных коричневых тонов «Едоков картофеля», пристрастился к более ярким краскам и лишился рассудка.





В представлении большинства народов голландцы – нация сплоченная и деятельная, совсем как немцы, только гораздо менее опасные. Стоит ли бояться этих розовощеких, живущих среди ветряных мельниц фермеров, у которых на дне гардероба валяются сабо, в саду цветут тюльпаны, а в кладовой высятся сложенные в кучки головки сыра.

Нидерланды долгое время служили прибежищем для тех, у кого в родных краях земля начинала гореть под ногами. Голландцы, будучи хорошими купцами, прекрасно понимали, что в их же кровных интересах проявлять терпимость в таких тонких материях, как религия и политика. В течение нескольких столетий в Нидерланды бежали протестанты из Антверпена (принося с собой навыки обработки драгоценных камней), и ехали евреи из Португалии (со своими торговыми связями). Со времен второй мировой войны Голландия купалась во всеобщем внимании благодаря истории Анны Франк, хотя сама страна, как недавно заявила королева Беатрикс, вовсе не всегда вела себя в те тревожные времена безупречно.

Сейчас рядом с коренными голландцами живут суринамцы, индонезийцы, турки, марокканцы и беженцы с Балкан – здесь перечислены далеко не все национальности. Выходцы из бывших колоний, особенно из Индонезии, стали неременной и неотъемлемой частью голландского общества.



Заветное желание

Быть в глазах европейцев идеалом – вот заветное желание голландцев. Недаром же они столь усердно и много заимствовали у других народов, что чуть не утратили собственную культурную самобытность. Впрочем, ничего плохого тут нет, поскольку это является закономерным итогом уступчивости и терпимости гол-

ландцев. В конечном же счете получается вот что: чуть ли не все народы видят в голландцах знакомые черты. А стало быть, голландцы всем приходятся по душе. И местных жителей не волнует, что их государство повсюду упорно именуют Голландией, хотя Голландия – это всего-навсего одна из провинций в Нидерландах.

Жизнь в Нидерландах течет размеренно и без сбоев. Поезда ходят строго по расписанию, улицы регулярно убираются, письма без всякой суеты и спешки доставляются адресату на следующий день после отправки, и здесь это воспринимают как нечто само собой разумеющееся.

Вот пример разумного администрирования. Когда группа «Роллинг Стоунз» объявила, что даст в Нидерландах импровизированный концерт в зале, вмещающем всего 1200 восторженных поклонни-

ков, то организаторы сообщили: будет три билетных кассы, но лишь в одной из них в назначенный час билеты на самом деле поступят в продажу. Поскольку кассы находились на приличном расстоянии друг от друга, то благодаря этой уловке удалось не только предотвратить давку, но и сократить очередь в три раза. Далее в действующей билетной кассе счастливым вместо выдачи билета надевали на руку пластмассовый браслет, который, если человек пытался его снять, ломался. Так что тем, кто отстоял в очереди, не оставалось ничего иного, как пойти на концерт, ведь возможности загнать билет по спекулятивной цене их лишили.



Голландская терпимость

Граждан здесь уважают, и они всеми силами стараются оправдать оказанное





им доверие. Им позволяют в магазинах самим взвешивать себе овощи и фрукты и наклеивать на них ярлыки, не опасаясь, что они сунут себе в сумку лишний помидор или горсть грибов. Они покупают в местных лавочках продукты в долг и не уезжают из квартала, не вернув все до копейки. Они без лишней суеты платят налоги и пробивают билеты в общественном транспорте. Тех же, кто пограл оказанное доверие, ожидает общественное порицание и преследование по закону. «Зайцы», когда их ловят, должны немедленно

заплатить штраф, в двадцать раз превышающий плату за проезд. Если у них при себе нет денег или удостоверяющего личность документа, двери захлопываются, и до прибытия полиции транспорт стоит на месте. Остальные граждане при этом приходят в негодование, ибо они опаздывают, а ведь пунктуальность – это залог спокойного, размеренного течения жизни.

Иностранцы наверняка разинув рот будут смотреть на почти голого, в одной сербристой набедренной повязке роллера, несущегося в субботу утром мимо спящих по магазинам покупателей. Однако голландцы при этом и бровью не шевельнут, даже если (в глубине души) они будут потрясены увиденным не менее других. Терпимость – это ведь не просто добродетель, нет, это долг перед собственным народом. Нидерланды, где на одном квадратном километре проживает 370 человек, являются самым густонаселенным в Европе государством. Не прощай голландцы друг другу небольших слабостей, не мирись они с чужими пристрастиями, их жизнь превратилась бы в сущий ад. Продиктованная тайными соображениями чисто практического свойства терпимость – это одна из старых добрых протестантских ценностей.

Но вот тут-то и кроется завычка, о которой и не подозревают иностранцы. Местные жители терпят все при условии, что на их свободу не покусятся. Уважение к праву человека жить своей собственной жизнью столь же присуще натуре голланд-

цев, сколь дамбы и ветряные мельницы – голландскому пейзажу.



Странности

Голландцы все выставляют на всеобщее обозрение. Даже консервированные овощи в магазинах продают в стеклянных, а не жестяных банках, а в туалете у унитазов имеется специальный поддон, и каждый житель Нидерландов может ежедневно проводить инспекцию работы своего кишечника.

Голландцы, дабы убедить соседей (да заодно и себя) в том, что им скрывать нечего, строят дома с большими окнами и на ночь не задергивают штор.

Голландцы – единственный народ, изобретший скребок для соскабливания оставшейся на стенках бутылки из-под молока пленки. Они «думают своими кошельками». Скупость здесь не постыдная черта, а добродетель. В поезде можно видеть, как пассажиры заставляют своих собак сидеть в сумках. Дело в том, что собака в сумке считается не требующим отдельного места домашним животным, а «ручным багажом», и для нее не надо покупать билет. Контролеры не встают против подобных уловок и даже восхищаются изобретательностью пассажиров.

В Нидерландах 13 миллионов велосипедов, т.е. примерно по одному на каждого жителя. Панки, бабушки, студенты и директора компаний – все они, прокатившись длинными вереницами на своих двухколесных мустангах по городским





улицам и вырвавшись за пределы каменных джунглей, рассыпаются по сельским дорогам. При голландском парламенте имеется собственный специалист по ремонту велосипедов, а в одном из университетов – даже преподаватель по вождению велосипеда.

Кофе в Голландии не просто напиток – это целое общественное явление. Ему посвящают литературные произведения. Без чашки кофе не обходится ни один отъезд и ни один приезд. Средний житель Нидерландов ежегодно пропускает через себя 165 литров напитка.



Цветочный бумеранг

Транснациональные корпорации – это детище голландцев. VOC («Голландская Ост-Индская компания») на протяжении двух столетий была самой крупной и мощной торговой организацией в мире. Сегодня в «Philips», «Unilever» и «Royal Dutch Shell» (вместе с двумя другими фирмами, неизвестными за пределами страны) занята четверть работоспособного населения Нидерландов. Голландцы, однако, на этом не останавливаются и поставляют управляющих для иностранных транснациональных корпораций. И те благодаря способности к языкам, умению договариваться и лишь в крайних случаях развязывать тесемки кошелька быстро оказываются в кресле главы правления.

Некогда бороздившие океанские просторы купеческие суда уступили место грузовым фургонам, ныне 40 процентов

международных грузовых автоперевозок осуществляют голландцы. Верные духу своих промышленявших торговлей предков, голландцы, как и встарь, остаются умелыми посредниками и с изрядной прибылью сбывают доведенную ими до ума продукцию других стран. Они импортируют химикаты и производят из них минеральные удобрения; обогревают газом (единственным их полезным ископаемым) огромные теплицы, откуда на рынки Европы поступают помидоры, огурцы, тюльпаны, гвоздики, фрезии и многое другое. Более 60 про-

центов срезанных цветов в мире и 50 процентов растений в горшках, хотя и не все из них выращены здесь, проходят через местные гигантские аукционы. Голландцы так крепко держат в руках этот рынок, что фермеры из других стран, дабы получить наибольшую цену, отправляют цветы на продажу в Нидерланды лишь затем, чтобы цветочные торговцы вновь привезли их обратно. 🌐

По книге Родни Боулт
«The Xenophobe's Guide to the Dutch»





MALAYSIAN NIGHT



В дни проведения международной туристской выставки «KITF-2010» представители Tourism Malaysia пригласили своих коллег и партнеров на «Вечер Малайзии».

В алматинский Di Wang Restaurant были приглашены посол Малайзии в Казахстане, руководство авиакомпаний «Air Astana», «Etihad Airways», «Egypt Airlines», «Scat Airways», представители 50 ведущих казахстанских и малайзийских туроператоров.

Несмотря на внушительный список гостей, ведущая вечера, менеджер по маркетингу Tourism Malaysia Румия Халитова, не обошла вниманием никого из присутствующих.

Во время официальной церемонии была особо подчеркнута заслуга посла Малайзии по поддержке развития казахстанско-малайзийских связей, а также эффективная помощь в разрешении спорных ситуаций, возникающих в таком горячем бизнесе, как туризм и путешествия.

Хозяева вечера поблагодарили и национального перевозчика – компанию «Air Astana», открывшую в прошлом году беспосадочный рейс из Алматы в столицу Малайзии – Куала-Лумпур. Безусловно, это событие повлияло на то, что Малайзия может себя теперь позиционировать как одно из основных направлений для казахстанских туроператоров. Интересно, что партнеры планируют в самое ближайшее время увеличить число до двух прямых рейсов в неделю.

Динамика туристских потоков из Казахстана в Малайзию обнадеживает: казахстанцев, посетивших Малайзию в 2008 году, было 5 000 человек. В 2009 году эта цифра возросла вдвое. Сегодня есть повод надеяться, что в 2010 году численность казахстанских туристов составит уже 20 000 человек.

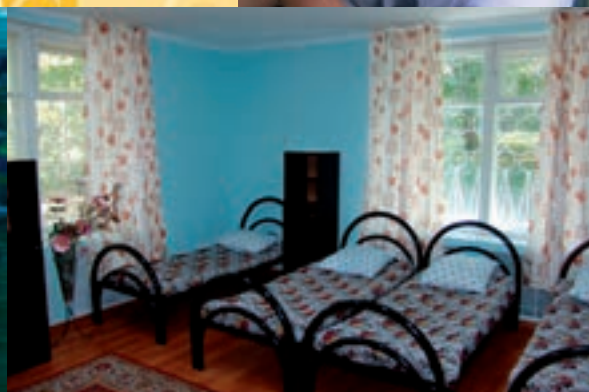


ТАУ КУНІ ГОРНОЕ СОЛНЦЕ



Лучшее место для детского отдыха!

Учебно-оздоровительный комплекс «Тау куні» – «Горное солнце», расположенный рядом со знаменитым высокогорным катком «Медео», ждет вас!



Дети, отдохнувшие здесь разок, тянутся сюда вновь и вновь. Ведь каникулы в «Горном солнце» – это хорошее настроение, здоровье, новые друзья, раскрытие своего творческого потенциала и заряд бодрости на весь учебный год!



Но это еще не все! У нас открылся детский туристский палаточный отряд «Навигатор». Здесь тебя научат практическим навыкам техники скалолазания и горного туризма, технике наведения переправ через реки, ориентирования на местности, организации палаточного лагеря. Вечерами ребят ждут традиционные встречи у костра, а по окончании смены – обязательное вручение дипломов.

Наши координаты:
г. Алматы, ул. Горная, 502
тел. +7 (727) 271 81 24
271 81 31
моб. +7 707 118 21 76



Кто владеет информацией, тот владеет миром!

Мы рады сообщить о запуске новой версии Amadeus Remote Ticketing Solution 3.0 (RTS v 3.0) на рынках Казахстана, Кыргызстана, Азербайджана и Узбекистана, в которой изменен принцип работы решения. Со всеми особенностями нового RTS с нами поделилась менеджер отдела функциональной поддержки пользователей Алина ЭЮБОГЛУ.



Новая версия решения написана с использованием новейшей технологии Amadeus Web-Services, что делает Amadeus Remote Ticketing Solution 3.0 продуктом нового поколения. Amadeus Web-Services – современная технология – протокол взаимодействия между системами, обеспечивающая прямой доступ к Amadeus, предоставляющая все возможности использования команд центральной системы и тем самым расширяющая возможности приложения, его гибкость и гарантирующая высокую стабильность работы.

Использование Amadeus RTS открывает новые возможности для автоматизации работы Консолидаторов и Субагентов, снижения финансовых рисков, а также повышения уровня обслуживания пассажиров в офисах субагентов.

«Полный возврат со штрафом» – в данном запросе предусмотрено указание штрафа только в виде фиксированной суммы (A – amount)

TRF/L6/FULL/CP150A

где L6 – номер строки элемента FA или FHE в PNR

«Возврат такс по неиспользованному билету»:

TRF/L6/TAX+TRFP

где L6 – номер строки элемента FA или FHE в PNR

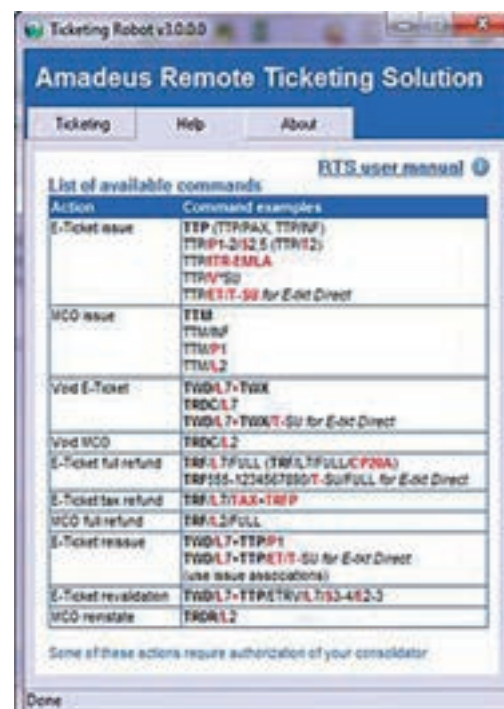
Не забывайте, что для вашего удобства в главном окне робота есть страничка помощи, на которой вы найдете примеры допустимых транзакций:



Основные новшества

Новые команды возврата

В новом Amadeus Remote Ticketing Solution 3.0 сохраняется вся функциональность предыдущей версии (возможность произвести полный возврат абсолютно неиспользованного электронного билета) с добавлением двух новых функциональностей.



Опция выбора элемента безопасности ES

Extended Security (ES) элемент открывает доступ к просмотру и модификации конкретной PNR офису, указанному в данном элементе.



Логика работы решения предусматривает автоматическое внесение данного элемента при отправке запроса на выпуск документа в экране TR – это позволяет Консолидатору беспрепятственно обработать полученный запрос. Если до отправки запроса в PNR уже присутствовал ES элемент, он будет удален.

ES элемент может быть внесен в PNR только в офисе, где она была создана. Если Субагент пытается отправить запрос на выпуск документа в PNR, которая не была изначально создана в его офисе, описанный выше процесс будет приостановлен.

Для того чтобы преодолеть данные ограничения, операция автоматического внесения ES элемента при отправке запроса на выпуск документа может быть отключена/ включена по выбору Субагента в каждом конкретном случае. Опция «Automatically add ES element» расположена в основном рабочем окне TR.

Проверка кредитного лимита до выполнения операции

В новой версии реализована предварительная проверка наличия доступного кредитного лимита (депозита) у Субагента перед отправкой запроса на выпуск документа.

При отправке Субагентом запроса на выпуск система разрешает осуществить операцию, только в случае если общая сумма всех документов, запрошенных к выпуску, не превышает текущий допустимый кредитный лимит. Если же суммы кредитного лимита недостаточно, запрос будет отклонен, и в операционном окне отобразится следующее сообщение:

Not enough money. Total amount of tickets is KZT 169700

Для Консолидатора эта новая функция гарантирует, что Субагент не сможет выпускать электронные билеты сверх предоплаченной суммы. Это позволяет Консолидатору более эффективно управлять финансовыми рисками.

Печать маски VMCO после отправки запроса на его выпуск

Amadeus Web-services позволили расширить источник получения данных для формирования подтверждений о выпуске документов и отчетности.

Теперь после отправки запроса на выпуск VMCO Субагент имеет возможность распечатать его маску, в которой содержится вся необходимая пассажиру информация. Для этого необходимо воспользоваться кнопкой Details.

Копирование Passenger Itinerary Receipt (ITR) и маски VMCO

Для удобства отправки подтверждений о выпуске документов по электронной почте либо дальнейшего формирования пакета документов для пассажира была добавлена кнопка копирования в экране отображения Passenger Itinerary Receipt (ITR)

Обновленная база данных системных сообщений/ ошибок и пояснений к ним

Вследствие перехода на использование новых технологий работы была значительно расширена и детализирована база системных сообщений и возможных ошибок. Текст сообщений помогает сориентироваться в ошибке уже на первом этапе ее получения.

Администрирование форм оплаты, разрешенных/ запрещенных к использованию Субагентом

Если Консолидатор не предполагает работать с Субагентом по схеме предоплаченного либо кредитного лимита, он может предоставить Субагенту возможность отправлять запросы на выпуск документов только с формой оплаты «кредитная карта» через систему бронирования (напр., FPCCVI444433332221111/0912). В этом случае, в рамках BSP, оплата за такие документы поступает непосредственно в авиакомпанию.

И, наоборот, с помощью данной опции можно запретить Субагенту формировать запрос на выпуск документов с формой оплаты «кредитная карта».

Примечание. Возможность выпуска документов с формой оплаты «кредитная карта» Консолидатору необходимо уточнять с каждой авиакомпанией на каждом рынке отдельно!

Класс обслуживания и использование интерлайн-соглашений

Amadeus Web-services позволили расширить источник получения данных для формирования отчетов.

Новая колонка в отчете RTM «Cabin» отображает класс обслуживания, в котором забронирован перелет пассажира (F – first, C – business, Y – economy). Если класс обслуживания меняется по маршруту, в колонке будет отражена комбинация, напр. C+Y



Примечание. Для определения класса обслуживания используется стандартная классификация классов бронирования IATA.

Колонка «Interline» указывает, было ли использовано интерлайн-соглашение при выпуске документа: если, как минимум, один сегмент в маршруте выполняется авиакомпанией, отличной от валидирующего перевозчика, система укажет в данной колонке «Да».

Для удобства визуального восприятия каждый статус операции с документами (выпуск, аннулирование, возврат и т.д.) выделен в отчете своим цветом.

Надеемся, что эта новая версия RTS облегчит Вашу работу и сделает ее ещё более интересной.

До новых встреч!



Отмена комиссионного вознаграждения: угроза или новые возможности?

Сокращение или полный отказ авиакомпаний от комиссионного вознаграждения может стать серьезной угрозой для рентабельности бизнеса туристских агентств. Очень важно понять, о каких тенденциях туристские агентства должны быть в курсе, чтобы находиться в более выигрышной ситуации по отношению к своим конкурентам. Эта статья будет сосредоточена на оптимизации прибыльности и увеличения доходов туристских агентств от применения политики сервисных сборов.

На протяжении более 20 лет туристские агентства обладали монополией в двух аспектах воздушных перевозок – информации и выписки авиабилетов. Теперь же благодаря развитию Интернета они потеряли эту монополию: пассажиры стали более самостоятельными в оформлении авиабилета и получении подробной информации об авиаперевозке.

Авиакомпании же, в свою очередь, чтобы компенсировать неконтролируемые расходы на топливо и оправиться от долгих лет операционных издержек, были вынуждены начать урезать траты на дистрибуцию во многих аспектах:

- снижение расходов за размещение ресурсов в GDS;
- осуществление прямых продаж в обход посредников через собственные веб-сайты;
- снижение или полная отмена комиссионного вознаграждения турагентам.

Интернет, в свою очередь, и здесь проявляет себя как эффективный и недорогой канал дистрибуции, обеспечивающий прямой доступ к рынку. Создавая свои собственные сайты и продавая места напрямую пассажирам, авиакомпании смогли контролировать загрузку мест и цены. Интернет позволяет менять цены в ре-



Бахыт Бекжанов,
менеджер по маркетингу и продажам

жиме реального времени, что само по себе является угрозой бизнесу традиционного турагентства, не гарантируя гибкость в ценах.

Таким образом, отказываясь от комиссионного вознаграждения агентствам, авиакомпании стараются уменьшить свою зависимость от них как от дополнительного канала продаж. Этот процесс начался в США в 1995 году, когда семь авиакомпаний (American Airlines, Delta, US, TransWorld, United, Northwest и Continental Airlines) объединили силы, чтобы начать сокращение комиссионных, выплачиваемых туристским агентствам. В 1998-м они установили верхний предел для комиссий: 50 долларов США – на внутренние и 100 долларов США – на международные рейсы. В октябре 1999 года комиссия авиакомпаний была снижена до 5% и, наконец, перестала существовать в США в марте 2002. Результатом этих изменений явилось закрытие одной трети локаций в Соединенных Штатах. В 2000 году было зарегистрировано свыше 30 000 точек продаж авиаперевозок. В 2005 году, сразу же после последнего сокращения комиссии, чуть меньше 21 000.

В Европе комиссионное вознаграждение авиакомпаний осталось неизменным (9%) в течение более 15 лет. Первые трудности возникли в связи с либерализацией авиаперевозок и развитием внутреннего рынка Евросоюза. Основными причинами отказа от комиссионного вознаграждения являлись:

- появление новых авиакомпаний и новых маршрутов;
- увеличение числа банкротств;
- рост конкуренции в связи с развитием low-cost авиакомпаний;
- необходимость сокращения издержек производства.

Таким образом, в Европе комиссионные турагентам постепенно упали с 9% до 7% в первую волну сокращения между 1997 и 1999 годами. С 1 января 2003 года комиссионного вознаграждения авиакомпаний практически не стало на рынке Скандинавии. Этот процесс проходил быстрее в Европе, чем в США, что и

Французские турагентства нашли ответы на некоторые проблемы.

- По договоренности с французской ассоциацией турагентств и Air France авиакомпания продолжала выплачивать до 0,6% от оборота в помощь турагентам.
- Объединение маленьких агентств в сети и развитие он-лайн продаж.
- Развитие альянсов для повышения рыночной позиции и получение специальных тарифов от авиакомпаний.



объясняет большие трудности европейских туристских агентств в процессе адаптации к новой среде. Это могло быть опасной игрой для авиакомпаний, если бы только одна из них решила работать в обход агентств, которые могли затем уйти к конкурентам. Но все авиакомпании высказывались в пользу нулевой комиссии, которая рано или поздно станет реальностью. Данное решение авиакомпаний заставило многие агентства использовать новые технологии и постепенно отходить от традиционных подходов к продажам. Турагентства находятся в состоянии конкурентного недостатка по отношению к он-лайн турагентствам и авиакомпаниям, которые все более склоняются к прямым продажам через собственные веб-сайты, где они могут контролировать наличие мест и цены. В качестве ответной реакции для снижения зависимости от комиссионного вознаграждения авиакомпаний турагентства применяют следующие стратегические приемы:

- оптимизируют ежедневную работу, контролируя расходы на работников, в то же время пытаясь сократить конечную стоимость услуг для пассажира;
- расширяют спектр услуг, где комиссионное вознаграждение остается высоким (продажа круизов, бронирование гостиниц и т.д.);
- специализируются на каких-то конкретных географических направлениях или нишевых продуктах (например, свадьбы, студенческие туры, групповые туры, только круизы, и так далее.);
- создают модель ведения бизнеса, основанную на сервисных сборах.

Специфика корпоративного сегмента позволила агентствам легче адаптироваться к новым условиям. Агентства, специализирующиеся на обслуживании корпоративного сегмента, как правило, имеют долгосрочные отношения с клиентами, установленные задолго до отмены комиссии. Многие из них быстро перезаключили договора, внося в них такие обязательные условия, как оплата сборов за обслуживание. Кроме того, агентства корпоративного сектора позиционируют себя не просто как точки по распространению и продаже авиабилетов, а скорее как профессионалы в управлении командировочными бюджетами компаний. Они контролируют применение корпоративной политики компаний и управляют их командировочными расходами.

Согласно исследованиям, проведенным компанией «Amadeus» среди 600 агентств, 34% называют сокращение доходов от комиссии как самый большой вызов, с которым они столкнулись сегодня; 27% отметили увеличение конкуренции из Интернета. Для того чтобы решить данные проблемы, главной задачей для 49%

респондентов является концентрация на росте доходов и для 19% – развитие он-лайн продаж.

Большинство турагентств стараются не концентрироваться только на авиаперевозках. По исследованиям в США и некоторых странах Европы, отношения между отменой комиссии и уменьшением бронирований авиабилетов послужило преимуществом для продажи туристских пакетов и круизов.

Потеря комиссионного вознаграждения также заставила агентства пойти на активное применение сервисного сбора за авиабилеты, которые они продают, что, по сути, очень уместно, и сделать акцент на том, как они могут помочь клиентам, в отличие от конкурентов. Сервисный сбор – это не только способ компенсировать потерю комиссионных, но и способ открыть новые долгосрочные источники дохода для агентств.

Все, что Вам надо знать о сервисных сборах

	Отказ от комиссионного вознаграждения	Уровень применяемых сервисных сборов	Топ 3 оплачиваемых услуги
США	0% - 2002 (Delta Airlines)	\$5-\$250	1. Выписка авиабилета 2. Изменения авиабилета 3. Специальные промо кампании
Скандинавия	0% - 2003 (SAS)	20€-100€	1. Выписка авиабилета 2. Возврат авиабилета 3. Ж/д билеты
Франция	0% - 2005 (Air France)	5€-150€	1. Сборы в зависимости от дальности расстояния (короткое, среднее и дальнее) 2. Сбор за ж/д билеты (SNCF) 3. Административные сборы
Великобритания	0% - 2005 (British Airways)	Нет информации	1. Сборы за бронирования low-cost перевозчиков 2. Сборы за платежи кредитной картой 3. Сборы за выписку авиабилетов регулярных рейсов авиакомпаний
Испания	0,4% - 2007 (Iberia)	20€-200€	1. Сбор за выписку авиабилета 2. Сбор за изменения в авиабилете 3. Сбор за возврат авиабилета

Скандинавия – лидер в Европе

Главная причина лидерства Скандинавии – это успешный переход от комиссии к сервисным сборам – с 73% дохода агентств корпоративного сектора, получаемого за счет применения сервисных сборов, и только 18%, получаемых от комиссионного вознаграждения (автомобили, гостиницы, и т.д.) Основные процессы бронирования (выявление нужд клиента, поиск/ предложение, переговоры и бронирование/ продажа) представляют самые ощутимые затраты как в сегменте корпоративного обслуживания, так и в чисто туристском сегменте, составляя более 40% от их общих затрат. В данном случае было решено переложить оплату данных услуг на пассажиров, в особенности для агентств туристского сегмента, которые имеют дело с наименее опытными пассажирами, в то же время предлагают один из самых сложных портфелей продуктов и услуг. Страны Скандинавии, таким образом, развили очень успешную модель применения сервисных сборов, и турагенты теперь поистине стали специалистами различных направлений, консультируя и помогая клиентам сделать правильный выбор. В случае с агентствами корпоративного сегмента, применение сервисных сборов разнится в зависимости от канала продаж (прямые либо он-лайн), типа продаваемой услуги и направления. Применяемые ими сервисные сборы прозрачны. Что касается агентств туристского сегмента, то они включают сервисные сборы в цену турпакета без детализации.

Пример Германии

В связи с сокращением уровня комиссий многие германские турагентства начали применять бизнес-модель, основанную на

Для многих агентств в США все виды сервисных сборов переменны. За выписку авиабилетов, например, 63% респондентов взимают сервисный сбор в зависимости от направления (внутренний/ международный), цены на билет, количества проданных билетов и отношений агентства с клиентом. Сервисные сборы применяются в диапазоне между 5 USD и 250 USD в зависимости от уровня сервиса, и услуги, связанные с выпиской авиабилета, продолжают лидировать в списке услуг, за которые турагентства в США берут оплату. Агентства в США преимущественно берут деньги за планирование путешествия и связанные с этим консультации.

сборах за транзакцию. Это более аккуратный подход по сравнению с остальными моделями применения сборов (оплата взимается за каждое действие, выполненное агентом для завершения бронирования), легкий для отслеживания (сборы могут быть легко выявлены, тем самым предоставляя прозрачность). В связи с повышенной конкуренцией между турагентствами все применяемые сборы должны быть ясны пассажиру.

Вдобавок к развитию схем применения сервисных сборов многие корпоративные клиенты подписали контракты со своими турагентствами о выплате бонусов, если турагентства будут в состоянии снизить расходы компании.

Также турагентства начали активно переходить на инструменты он-лайн бронирования, для того чтобы снизить операционные издержки, риски от потери комиссионного вознаграждения и конкурировать в секторе он-лайн продаж.

Сегодня в индустрии туризма очень критичным является использование турагентствами любой возможности заработать. Однако некоторые турагентства не только не взимают, но и намеренно убирают сервисные сборы. Основные причины: отказ пассажира платить (зачем платить за услугу, которая раньше была «бесплатной»), трудность в обработке и применении сервисных сборов (многие турагентства не имеют соответствующих программ для расчета сервисного сбора и рассчитывают сервисный сбор вручную), несклонность персонала, или, говоря простым языком, агенты не уверены в правильности применения сборов.

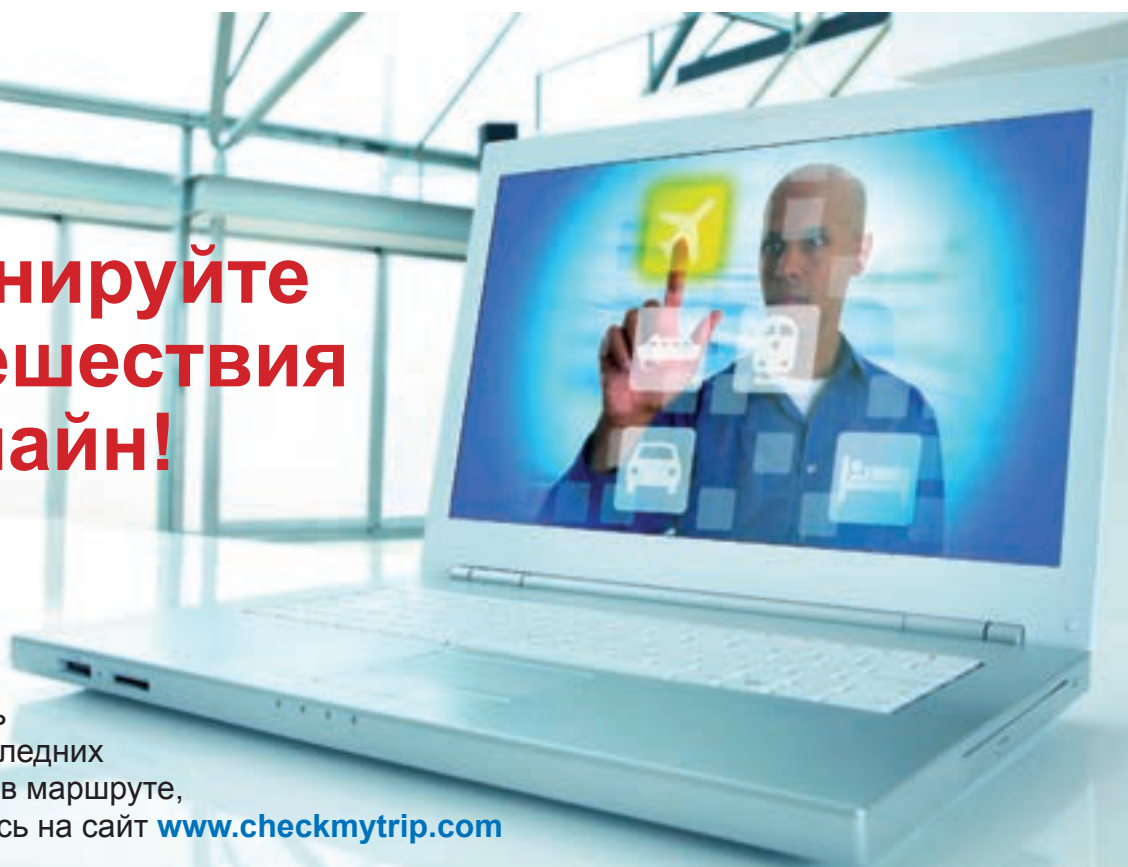
Чтобы справиться с данными трудностями, турагентству очень важно четко структурировать их модели применения сервисных сборов и определить способ доведения этой информации до пассажиров. Расчет и сбор являются двумя важными составляющими – агентства должны избегать делать это вручную и инвестировать в системы управления сервисными сборами.

Сфокусируйте внимание на удержании клиентов

Турагентства могут применять разные виды сборов в зависимости от типа услуги, за которую взимают плату, но они также могут тесно связывать сервисные сборы с конкретными пассажирами. В самом деле, в связи с развитием систем Customer Relationship Management (CRM), турагентства могут предлагать продукты с высокой добавленной стоимостью: они смогут существенно увеличить количество повторных обращений клиентов и установить инструменты электронного маркетинга, такие как управление маркетинговыми акциями, и т.д. Это поможет им предложить клиентам услуги в соответствии с индивидуальными потребностями.

Бронируйте путешествия он-лайн!

Чтобы быть
в курсе последних
изменений в маршруте,
обращайтесь на сайт www.checkmytrip.com



Изобилие информации в Интернете может привести в замешательство клиентов. В самом деле, чем больше пассажиры имеют информации (цены, поставщики, типы турпакетов и т.д.), тем больше они нуждаются в совете, какой выбор сделать. Бум Интернета и легкий доступ к информации мог бы быть конкурентным преимуществом того агента, который бы нашел правильную информацию и дал бы объективную консультацию. Конкурентное преимущество агента будет в том, что он сможет оценить и дать консультацию, чтобы удовлетворить отдельного пассажира.

стями, основанными на их прошлых предпочтениях, таким образом, повышая лояльность клиентов.

Например:

1. Агентства смогут установить специальные тарифы для клиентов, которые меняют свои бронирования очень часто. После третьего изменения они могут применить сбор в размере X тенге за изменение.
2. Агентства смогут применять специальный сбор для лояльных клиентов и с легкостью предложить им дополнительные услуги.

Сложности и успех в применении сервисных сборов

Сложности	Рекомендации	Ожидаемый результат
Нежелание пассажира платить за услугу	Сообщать пассажиру открыто об изменениях	Постепенное принятие пассажирами изменившихся условий
Незнание агента о тонкостях применения сборов	Обучить агента правилам применения сервисных сборов	Повышение знаний сотрудников
Нежелание персонала применять сервисный сбор	Обеспечить прозрачность применения сервисных сборов	Уверенность персонала
Трудности в обработке сервисных сборов	Автоматизировать процессы	Повышение дохода



Лояльность клиентов

Основные выводы

Сокращение комиссионного вознаграждения заставило турагентства оптимизировать бизнес-процессы и перестроиться на новые модели управления доходом, чтобы гарантировать долгосрочную рентабельность. Это возможно осуществить путем перехода от модели получения дохода от комиссионного вознаграждения на модель применения сервисных сборов. В самом деле, сервисные сборы – это не только способ восполнения потерянных комиссионных, но также отличная возможность получения нового источника дохода. В результате многие турагентства расширяют схемы применения сервисных сборов в плане сумм платежей и количества услуг, за которые они взимают плату. В этом контексте турагентства должны преодолеть свое стеснение применять сервисный сбор, потому что введение сервисных сборов не сказывается на клиентах отрицательно. Если модель применения сервисного сбора внедрена корректно, турагентства будут способны повысить лояльность своих клиентов.

Получая больше дохода от применения сервисных сборов, турагентства смогут снизить риски от сокращения комиссионного вознаграждения и развить новые направления бизнеса (туры, автомобили, круизы и т.д.). Чтобы быть прибыльными, турагентства должны продавать продукты с высокой добавленной стоимостью и поддерживать долгосрочные отношения с клиентами. Это означает, что турагентства должны ясно оценить эффект от использования новых технологий, выявить и внедрить низкочастотные решения по управлению сервисными сборами. Итак, в заключение хотелось бы подчеркнуть следующее.

Обучайте ваш персонал правильному применению сервисных сборов.

Информируйте пассажиров заранее о новшествах, связанных с применением сервисных сборов.

Автоматизируйте процесс применения сервисных сборов, чтобы избежать ошибок и повысить продуктивность агентов.

Агентства чаще применяют сервисные сборы за продажу авиаперевозки. Они применяют дифференцированные сервисные сборы в зависимости от направления, типа бронирования (например, часто летающий пассажир), количества проданных авиабилетов или типа авиакомпании (например, full-service или low-cost).

В апреле этого года в Алматы прошла десятая юбилейная выставка туризма и путешествий KITF-2010. На протяжении этих лет компания Amadeus является постоянным партнером компании Itesa. Для Amadeus выставка очень интересна поиском новых клиентов, налаживанием взаимовыгодных отношений с партнерами и встречами со старыми и верными друзьями. Признанием долговременного сотрудничества было торжественное вручение памятной медали компании Amadeus.



Бронирование Low-Cost авиакомпаний в системе Amadeus

Совсем недавно мы подвели итоги акции по бронированию низкобюджетных перевозчиков в системе Amadeus, которая длилась 4 месяца – с декабря 2009-го по март 2010 года. Мы провели несколько семинаров во всех наших регионах, подробно показали агентствам все преимущества их бронирования именно в Amadeus, и, надо отметить, результаты проведенной работы нас порадовали. Не могу сказать, что объем бронирований Low-Cost перевозчиков в нашей системе сильно вырос, но теперь почти все агентства ознакомлены с нашим новым решением, и многие предпочитают бронировать в привычном для них «командном» режиме, где все знакомо, и нет никаких «неожиданностей». Скорее неожиданность будет для пассажиров – когда они получат билет по очень низкой

стоимости и сервис достаточно высокого уровня. Ведь зачастую туристы считают, что такой билет можно приобрести лишь в глобальной сети Интернет, и уж никак не в туристском агентстве.

С каждым месяцем low-cost перевозчиков начинают бронировать в Amadeus все новые и новые агентства во всех городах Казахстана. Очень активно интересуются ими грузинские компании. Необычно то, что за самый короткий месяц февраль мы подняли продажи low-cost перевозчиков в Amadeus на 40%!

Очень хочется надеяться, что это не было случайностью, и все по достоинству оценят простоту и скорость бронирования low-cost авиакомпаний в Amadeus.

Возможно, кто-то ещё не ознакомлен с решением Amadeus Ticketless access, ду-



Марина Тулегенова,
менеджер по продажам г.Астана

маю это не беда ☺, мы готовы предоставить полную информацию каждому, кто к нам обратится.

Это поистине хорошая возможность удивить своих клиентов, увеличить доход и приобрести новые знания!

Удачных продаж, и круглый год всем только High Season!

Легко управляя сервисными сборами

Мы не хотим много обещать, однако знаем, как повысить доходы вашего бизнеса. Это наша работа.

amadeus
Your technology partner

Условия конкуренции в современном туристском бизнесе требуют от агентств единовременного решения целого комплекса задач, связанных с увеличением доходности бизнеса, повышением производительности труда, и главное – повышением качества обслуживания клиентов.

Анастасия Ритум,
менеджер представительства Amadeus в Астане

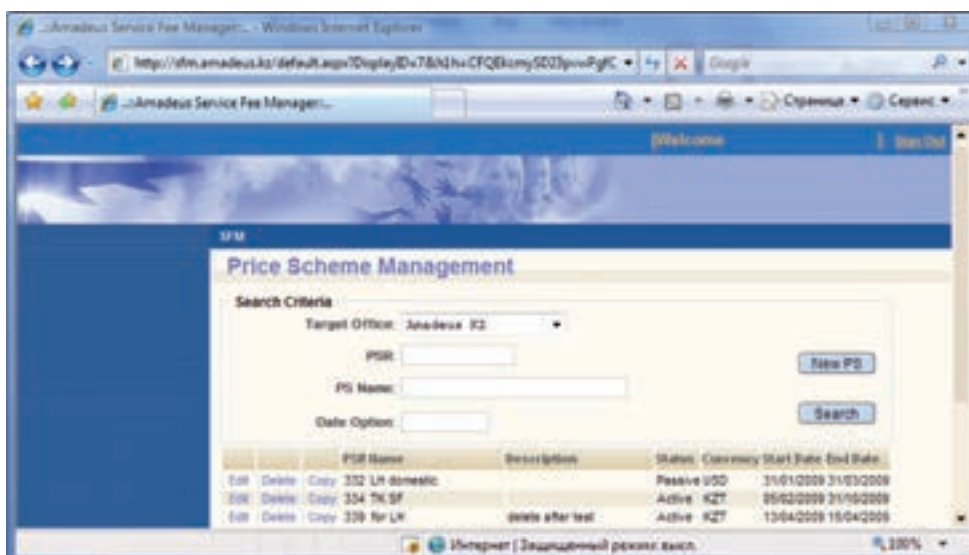


Amadeus Service Fee Manager (SFM)

Максимизация доходов от сервисных сборов имеет принципиальное значение для туристических агентств, бизнес-модели которых все в большей степени ориентируются на сервисные сборы как дополнительный источник дохода в условиях отмены комиссионных вознаграждений от авиакомпаний. Согласно исследованию, опубликованному компанией «Amadeus», 34 процента туристских агентств считают снижение комиссионных самым большим испытанием, с которым сталкивается их бизнес. Переход на модель, ориентированную на сервисные сборы, – один из ключевых моментов подготовки бизнеса турагентств к следующему этапу эволюции туриндустрии.

Amadeus Service Fee Manager (SFM) – это инструмент для расчета и применения сервисных сборов за услуги, оказываемые агентством в процессе продажи электронных билетов в системе Amadeus.

- С Amadeus SFM Вы сможете устанавливать размер агентского сбора в зависимо-



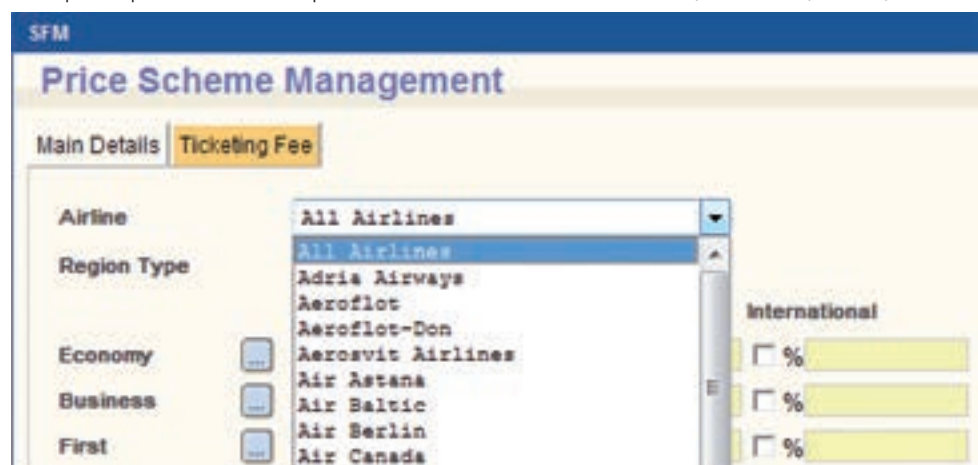
сти от политики Вашего агентства. Автоматический расчёт сервисных сборов, учитывающий время и усилия, затраченные на организацию поездки для каждого клиента, помогает определить реальную стои-

мость оказанных клиенту услуг. Разная величина сбора может быть установлена за оформление билета, ревалидацию и перевыпуск билета.

- Гибкость в настройке и применении решения SFM позволяет подобрать верный сервисный сбор для каждого типа маршрута, класса и перевозчика.
- Сервисный сбор отражён в бронировании и на маршрутном листе пассажира.
- Детали сервисного сбора сохраняются в A.I.R. файлах и могут быть импортированы в бухгалтерские приложения для составления отчётности.

По вопросам подключения решения Amadeus Service Fee Manager обращайтесь в отдел маркетинга компании «Amadeus» по телефонам:

в Алматы: +7 (727) 2 507 255 (вн. 4),
в Астане: +7 (7172) 59 26 89
или по e-mail: marketing@amadeus.kz



Коррекция пространства с искусственным камнем **corian.**



+7 (727) 2 61 60 15 2 61 29 25

Мы предлагаем решения для гостиниц, ресторанов, офисов, баров, магазинов, квартир... Искусственный камень можно применить практически в любой сфере жизнедеятельности человека. Он крепок, пластичен, безопасен. Изделия из него красивы и функциональны. Corian прослужит Вам долгие годы.



corian.



Пять звезд над облаками!



www.ijt.kz

sales@ijt.kz



Ваш Личный Самолет!

продажа менеджмент перевозки

HOTLINE: +7 727 296 0364, 296 0362

Алматы, ул. Наурызбай батыра, 49/61, тел.: +7 727 279 8585, 279 9898

Будь увереннее



Амадеус — это уверенность. Смотреть далеко в будущее, чтобы воспользоваться новыми возможностями и проявлять лидерство во всем, что мы делаем. Быть увереннее — это правильно оценивать риски и принимать верные решения.

Ярче, Увереннее, Надежнее!



Follow the ball on Amadeus Tube
(Tag cloud: Aspiration)

amadeus

Your technology partner