

СОДЕРЖАНИЕ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПРОФАЙЛ КОМПАНИИ И РЕЗЮМЕ ЭКСПЕРТОВ.....	1
«BLITZ OPERATION» ДЛЯ ВОЗОБНОВЛЕНИЯ СПРОСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ОСТРОВЕ ТЕНЕРИФЕ, КАНАРСКИЕ ОСТРОВА. ЗА ПОСЛЕДНИЕ 3 ГОДА ОБЪЕМ ПОСЕТИТЕЛЕЙ ИЗ ИСПАНИИ СНИЗИЛСЯ НА 5% И ПРОГНОЗЫ ПО СПРОСУ БЫЛИ ЕЩЕ ХУЖЕ. THR РАЗРАБОТАЛА СТРАТЕГИЮ ПО НАЗВАНИЮ «BLITZ OPERATION», КОТОРАЯ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ СЛЕДУЮЩИЕ МЕРЫ: РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ, ШОППИНГ В ТУРАГЕНТСТВАХ, ИНТЕНСИВНАЯ ПОДГОТОВКА 3 000 ТУРАГЕНТОВ В ИСПАНИИ И СИСТЕМЫ ПО СТИМУЛИРОВАНИЮ ТУРИСТСКИХ АГЕНТОВ ПО ПРОДАЖЕ. ПОСЛЕ ЗАПУСКА ДАННОЙ СТРАТЕГИИ, ПРОДАЖИ НАЧАЛИ РАСТИ. ЧЕРЕЗ 6 МЕСЯЦЕВ, ПРОДАЖИ ВЫРОСЛИ НА 20%. СТРАТЕГИЯ БЫЛА РЕАЛИЗОВАНА В ТЕЧЕНИИ 2 ЛЕТ.	3
Б. РЕЗЮМЕ ЭКСПЕРТОВ.....	4
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. АНАЛИЗ РЫНКА.....	9
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ.....	50
ПРИЛОЖЕНИЕ 4: ПОДРОБНОЕ ОПИСАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ КУОРТА БУРАБАЙ.....	54
1. ЗВЕЗДНЫЕ НОЧИ В ЮРТОЧНОМ ЛАГЕРЕ	55
3. СТРЕЛКОВОЕ ИСКУССТВО.....	59
4. ПРЫЖКИ НА ЛЫЖАХ С ТРАМПИНА.....	60
5. МЕРОПРИЯТИЯ БУРАБАЙ 360º, 24/7	62
6. ВСТРЕЧИ НА ПРИРОДЕ.....	65
7. ПРАЗДНОВАНИЕ НАЧАЛА ВЕСНЫ, ЛЕТА, ОСЕНИ И ЗИМЫ.....	67
9. ПЕШЕХОДНЫЙ И ГОРНЫЙ ТУРИЗМ В БУРАБАЙ.....	71
11. БУРАБАЙ ВДОХНОВЛЯЮЩИЙ ТВОРИТЬ	75
12. ОЗОРОВЛЕНИЕ В БУРАБАЙ.....	77
13. ЖЕНИТЬБА В БУРАБАЙ.....	79
14. СОЗДАНИЕ УНИКАЛЬНЫХ КОКТЕЛЕЙ.....	81
15. ПРОГУЛКА ПО ЛЕГЕНДАМ БУРАБАЙ.....	83
В. Опыты эскаписта на озерах Бурабая.....	87
Д. Эстетический опыт отдыха в Бурабай.....	92
ПРИЛОЖЕНИЕ 5: ДЕТАЛЬНАЯ ПРОГРАММА.....	95
ПРИЛОЖЕНИЕ 6: БРЕНД-ДИЗАЙН.....	116
6.1. ЗАЧЕМ ЭТОМУ ТУРИСТСКОМУ НАПРАВЛЕНИЮ НУЖЕН БРЕНД?.....	116
6.3. ЧТО ТАКОЕ БРЕНД?.....	118
ДЛЯ ТОГО ЧТОБЫ УСТАНОВИТЬ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ДЛЯ МЕСТА ОТДЫХА ИЛИ КУОРТА, НУЖНО ОЧЕНЬ ТЩАТЕЛЬНО ОПРЕДЕЛЯТЬ 4 СТОЛПА ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ (ЦЕЛЬ, ЦЕННОСТНАЯ ОРИЕНТАЦИЯ, ТОЧКИ РАСХОЖДЕНИЯ И ПРИЧИНЫ ВЕРИТЬ), ПРИВЕДЕНЫ В СЛЕДУЮЩЕЙ ТАБЛИЦЕ.....	120
ПРИЛОЖЕНИЕ 7: ПРОГРАММА МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ КУОРТНОЙ ЗОНЫ БУРАБАЙ.....	131
7.1. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА КУОРТОВ БОРОВСКОЙ КУОРТНОЙ ЗОНЫ.....	131
7.2. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА КУОРТОВ КУОРТНОЙ ЗОНЫ БУРАБАЙ.....	140
ПРИЛОЖЕНИЕ 8: ФИНАНСОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ.....	149
ПРИЛОЖЕНИЕ 9 ИЗУЧЕНИЕ САНАТОРИЯ КАК ТУРПРОДУКТ.....	175

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ПРОФАЙЛ КОМПАНИИ И РЕЗЮМЕ ЭКСПЕРТОВ

THR International Tourism Consultants

а. Профайл

Компания THR International Tourism Consultants была основана в Испании в 1985 г. президентом компании Еулохио Бордас. В дальнейшем, компания расширилась во всем мире и стала известной как первая Испанская консультационная компания по разработке международных туристских проектов. В состав THR входят компании и правительства различных стран и международных организаций, таких как ЕС и ВТО.

Более чем 1 000 различных проектов были разработаны в Испании и более чем в 60 других Европейских, Северо Африканских, Южно Американских, Карибских и Северо Американских странах по различным туристским специализациям.

Клиентами компании являются собственники земель, промоутеры недвижимости и компании по строительству, группы отелей, компании по диверсификации, институциональные инвесторы, финансовые организации и клиенты из государственного сектора.

Компания THR проводит консультационные работы по 4-м областям.

В частном секторе:

- **Консультационные услуги** – улучшение деятельности в сфере бизнеса: туроператоры, турагентства, тематические парки, торгово-развлекательные центры, пристани и порты; оздоровительные центры, музеи и культурные/природные туристские достопримечательности.

- **Dream resorts hotels** – консультационные услуги по разработке подходящих бизнес моделей и ежедневному менеджменту объекта.

В государственном секторе:

- **Маркетинг дестинации** – создание ценностей для туристской дестинации путем разработки инновационных, отличительных маркетинговых стратегий и тактик.

- **Менеджмент дестинации** – улучшение финансовых показателей и устойчивость дестинации через инновационные мастер планы, улучшение конкурентоспособности, образования и ГЧП.

Стратегический план для сети отелей Relais & Chateaux. Данная сеть отелей имеет 400 объектов в более 40 странах, и ресторанам присвоены 70% звезд Мишлена. Компания THR используя методы стратегического планирования, определили 7 секторов бизнеса для данной компании, 3 успешных бизнес моделей для успешного управления группой и способ повторного позиционирования бренда на рынке. Был разработан план мероприятий, который включал 125 мер. В результате, новый менеджмент имеет четкую дорожную карту касательно работы отелей под руководством Генерального директора.

Курорт Салам, Сама Дубаи. Главная цель состояла в разработке концепции и бизнес модели для обеспечения успешного проекта в 30 различных населенных пунктах мира. Компания THR провела исследование рынка с вовлечением 40 мировых экспертов по развитию курорта и 70 видео конференций с экспертами из различных отраслей: благоустройство территории, бассейны, торговые центры, управление отелем используя инновационные методы и т.д. На основе этого, THR разработала концепцию и бизнес модель для курорта Салам.

Разработка и привлечение инвесторов для развития курорта на острове Пасман. Правительство острова Пасман решила разработать курорт с вместимостью 7 000 койко-мест для борьбы с экономическим спадом и «утечки молодых кадров». Компания THR провела встречи с заинтересованными международными партнерами, разработала Мастер план курорта и провела исследования по окружающей среде, коммерческое и финансовое исследования. Для привлечения инвесторов со всего мира компанией THR были разработаны Меморандум и международное предложение. Инвестиционный фонд расположенный в Лондоне был выбран для развития курорта среди 7 других международных инвесторов.

Курорт Lagune de Marchica, Марокко. Целью данного проекта была превращение прибрежной территории Средиземного моря в туристский курорт четвертого поколения. THR разработала инновационную стратегию для создания курорта, также, территория была разделена на 7 рыночных ниш, на которые будет нацелен курорт. Правительство Марокко поддержало 2 проекта и на сегодняшний день находятся на стадии разработки. Инвестиционные группы заинтересованы в проекте и Европейские туроператоры планируют продавать данный курорт своим клиентам.

«Blitz Operation» для возобновления спроса в сфере туризма на острове Тенерифе, Канарские острова. За последние 3 года объем посетителей из Испании снизился на 5% и прогнозы по спросу были еще хуже. THR разработала стратегию по названию «Blitz Operation», которая включает в себя следующие меры: рекламные кампании, шоппинг в турагентствах, интенсивная подготовка 3 000 турагентов в Испании и системы по стимулированию туристских агентов по продаже. После запуска данной стратегии, продажи начали расти. Через 6 месяцев, продажи выросли на 20%. Стратегия была реализована в течении 2 лет.

Б. Резюме экспертов



Эулоджио Бордас Рубис
Президент и учредитель компании THR

Роль в проекте

- Спонсор Проекта
- Эксперт в области стратегического планирования
- Эксперт в индустрии туризма и индустрии гостеприимства

Образование

- ⌚ Диплом по специальности «Управление гостиницами и ресторанами» факультета Гостиничного администрирования, Корнелльский университет [Cornell University], Итака, штат Нью-Йорк, США.
- Степень магистра экономики Университета Барселоны [University of Barcelona].

Имея более чем 30-летний профессиональный опыт консультирования в сфере индустрии туризма, Эулоджио Бордас укрепил одну из лучших ведущих мировых компаний в этой области – THR International Tourism Consultants.

Он является также Президентом «Dream Resorts & Hotels», одной из самых успешных компаний, специализирующихся на проектировании, разработке и маркетинге последнего поколения туристских курортов. Компания «Dream Resorts & Hotels» имеет опыт разработки более 40 инновационных курортов.

Эулоджио руководил ключевыми проектами в более чем 300 международных компаниях и дестинациях для клиентов, таких как гостиничные сети, инвестиционные группы, органы государственной власти в более чем 40 странах и в международных организациях, таких как Европейский Союз, ПРООН и ЮНВТО (Всемирная Туристская организация при ООН). Эулоджио являлся ответственным консультантом Плана по маркетингу туризма Испании, который привел эту страну к статусу международного лидера.



Богдан Петреску
Менеджер

Роль в проекте	▪ Менеджер проекта ▪ Эксперт по стратегическому планированию
Образование	▪ Послевузовское образование по Менеджменту и Маркетингу (Бизнес-школа Солвей –Брюссель, Бельгия) ▪ Магистратура по инжинирингу (ИТ) (Политехническая школа в Брюсселе, Бельгия и Политехнический университет Мадрида)
Опыт работы	Богдан имеет большой опыт работы в области стратегического консультирования, проработав более 6 лет в компании Deloitte. Оказывал помощь ведущим компаниям в различных сферах по важным стратегическим проектам. В сферу его компетенции входит стратегическое консультирование, он обладает отличным пониманием всех связанных аспектов функционирования и реализации проектов. Богдан признан поставщиком высококачественных услуг своим клиентам. Богдан осуществляет руководство комплексными проектами THR как в области стратегического планирования, так и в области развития туристских дестинаций. В его компетенцию входит: определение Бизнес моделей для туристских курортов и дестинаций, определение концепции и разработка конкурентного предложения, исследование и анализ рынка, планирование и оптимизация ресурсов и процессов, оценка существующего состояния туризма и позиционирования и управление проектом. За период работы он участвовал во многих проектах, включая: ▪ Стратегический план для сети ресторанов и отелей Relais&Chateaux ▪ Разработка стратегий, концепций и бизнес

моделей для крупномасштабных курортов (> 10.000 койко-мест) в Хорватии, Дубае, Марокко, Болгарии и т.д.

- Разработка бизнес-моделей и программ для крупных туристских дестинаций (> 1.000.000 туристов / год) и т.д.



Шон Симмс
Член экспертной группы

- | | |
|----------------|---|
| Роль в проекте | ▪ Эксперт в области разработки Мастер-планов |
| Образование | <ul style="list-style-type: none">▪ Диплом бакалавра Ландшафтной архитектуры и планирования, Государственный университет Канзас, 1997▪ Архитектор по ландшафту - Флорида #6666682▪ Архитектор по ландшафту – Канзас #751▪ Сертификат CLARB▪ Член Американского общества ландшафтных архитекторов▪ ULI, полноправный участник |

Опыт работы Благодаря знаниям в области проектов г-н Симмс является лидером с глобальным мышлением в области Ландшафтной архитектуры и разработки многоотраслевых мастер-планов.

Шон Симмс принимал участие в разработке, управлении проектами и непосредственном наблюдении за строительством на участках по более 50 Мастер-планам в 24 странах и отвечал за реализацию проектов, составляющих в сумме более \$2 млрд. на строительство.

Его проекты варьировались по размерам и масштабам, от высокотехнического жилищного фонда до курортов, до разработки крупномасштабных многофункциональных мастер-планов. Имеющийся опыт работы дает ему возможность реализовывать проекты, начиная с разработки концепции и заканчивая исполнением проекта. В течение своей карьеры, г-н Симмс, главным образом, специализировался на крупномасштабных проектах по развитию международных курортов, предлагающих посетителям комплексную систему «опытов». Две самые значимые характеристики г-на Симмса – способность разрабатывать весьма креативные проектные решения и способность руководить группой консультантов во время процесса разработки проекта. Данные характеристики сформировали его способность достигать результатов по-настоящему мирового масштаба.

До основания компании SKS, г-н Симмс был

главным ландшафтным архитектором в компании Canin Associates и Вице-президентом в компании EDSA в г. Форт-Лодердейл, Флорида. В течение 8 лет Шон осуществлял руководство многими проектными группами, сфокусированными на развитии крупномасштабных курортов района Карибского моря, таких как Ritz-Carlton на Большом Каймане, Mandarin Oriental Resort в Пуэрто Рико и курорт Atlantis на Багамских островах.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. АНАЛИЗ РЫНКА

2.1. Рынки сбыта

2.1.1 Астана

Большой выбор транспортных средств для посещения Бурабая является очень важным фактором для рынка Астаны, так же как ее статус столицы страны и относительной близости к Бурабаю. Создание прямых воздушных сообщений с Астаной укрепит важность данного рынка для Бурабая.

Описание

Астана является достижением урбанизации после обретения независимости. Город богат символикой независимого Казахстана: Байтерек, олицетворяющий образ «дерева жизни», Пирамида, символизирующая мир и межрелигиозное согласие, и гигантский прозрачный шатер, который укрывает торгово-развлекательный комплекс от сурового климата степи.

Астана была построена посреди огромной степи и не имеет достопримечательностей вокруг города для посещений. Следовательно, близость и очарование Боровской курортной зоны сделали ее желаемым местом отдыха для жителей новой столицы Казахстана. Только Зеренда, туристский островок с нетронутой природой, лесным воздухом, чистой водой и поразительным Лунным Водопадом может конкурировать с привлекательностью Бурабая в регионе.

Плотность населения.

Астана, ранее известная как Акмола (бывш.Целиноград), является вторым по величине городом страны. Ее население в 2010 году составляло 708 794 человек. Ее площадь составляет 722 кв.км, а плотность населения - 958 человек на 1 кв.км.

ВВП на душу населения

ВВП на душу населения в Астане был 2 635 700 тенге в 2010 году и 3 192 000 тенге в 2011 году.

Возможность транспортной взаимосвязи с Бурабаем

Длина самого короткого наземного сообщения между Астаной и Бурабаем составляет примерно 258 км, а время в пути приблизительно составляет – 3 часа 22 минуты.

Щучинск, административный центр района, который является воротами в Боровскую курортную зону. Ежедневно, как минимум три поезда идет в Астану, длительность поездки – 3 с половиной часа. Существует 13 автобусных

ежедневных рейсов из поселка Бурабай в Астану и 18 автобусов в день отправляются из Щучинска в Бурабай.

Количество рейсов и выбор различных транспортных средств делает возможным однодневную поездку из Астаны в Бурабай. Несмотря на это, между Астаной и Кокшетау нет прямого воздушного сообщения.

2.1.2 Омск

Несмотря на большое расстояние между Омском и Бурабаем, этот российский город является привлекательным рынком, принимая во внимание его население и его высокий средний доход на душу населения. Создание прямых воздушных сообщений с Омском существенно повысит важность этого рынка для Бурабая.

Описание

Омск – город и административный центр Омской области, в России, расположенный в юго-западной Сибири. Промышленные пригороды Омска выглядят не привлекательно, а центр города имеет несколько прекрасных старых архитектурных сооружений и усеян парками, музеями, ресторанами и необычными городскими скульптурами. Отголоски революции 1917 года в России полны почти правдоподобными преданиями в виде статуи Колчака, статуи Ленина и нескольких музеев, таких как Краеведческий музей и Музей искусств имени Врубеля.

Другие важные места в России рядом с Омском, такие как Челябинск, Екатеринбург или Новосибирск, находятся на расстоянии, которое в два раза больше, чем расстояние от Бурабая до Омска.

Плотность населения.

Это второй по величине город в регионе после Новосибирска. В 2010 году в нем проживало 1.153.971 жителей. Его площадь составляет 573 кв.км, а плотность населения – 2 014 человека на 1 кв.км.

ВВП на душу населения

В соответствии с данными Российской Федеральной службы государственной статистики, в 2008 году ВВП на душу населения в городе Омске был 175 063 рубл. (российских рублей), будучи 12-м городом в России с самыми высокими средними доходами на душу населения.

Возможность транспортной взаимосвязи с Бурабаем

Длина самого короткого наземного сообщения между Омском и Бурабаем составляет 410 км, а примерное время поездки составляет 5 часов 20 минут.

Несколько поездов ходит из Бурабая в Москву, Санкт-Петербург, Киев, Омск и Свердловск. Большинство из них отправляются не более, чем один раз в день. Существует два ежедневных автобусных рейса из Бурабая в Омск, время поездки составляет приблизительно 10 часов.

Между Омском и Кокшетау нет ни одного воздушного сообщения

2.1.3 Кокшетау

Главной привлекательностью рынка Кокшетау для Бурабая является его близость к этой области, а также уже установленные транспортные связи.

Описание

Кокшетау является административным центром Акмолинской области в Северном Казахстане, и находится в 290 км к северу от Астаны. Этот город был основан в 1824 году как крепость и получил свое название из-за холма, на котором он был основан, Кокшетау, что на казахском языке означает «голубая гора».

Кокшетау считается одним из наименее богатых городов Республики Казахстан. Он хорошо известен своей природой и близостью к туристским объектам, таким, как Бурабай.

Население

В 2010 году общая численность населения города Кокшетау составляла 147 200 жителей. Занимаемая площадь – 400 км².

ВВП на душу населения

Валовой внутренний продукт на душу населения в Акмолинской области (которая включает и Кокшетау) составил 1 336 500 тенге в 2010 году и 1 650 700 тенге в 2011 году.

Возможность транспортной взаимосвязи с Бурабаем

Поездка из Кокшетау в Бурабай наземным транспортом составляет 60,6 км дороги, то есть примерное время в пути 48 минут.

Если автобусом, 3 автобуса или микроавтобуса в день из и в Кокшетау. Большое количество автобусов косвенно соединяет Кокшетау и Бурабай через Щучинск.

2.1.4. Петропавловск

Среднее расстояние между Петропавловском и Бурабаем, в сочетании со столичным статусом этого города в Северном Казахстане, делают этот город интересным рынком для Бурабая. Так же важны уже установленные соединения из Петропавловска в Кокшетау.

Описание

Петропавловск является административным центром Северо-Казахстанской области. Этот город находится на берегу реки Ишим в Северном Казахстане, всего в 60 км от границы с Россией, и примерно в 261 км к западу

от Омска, вдоль Транссибирской железной дороги. Петропавловск был основан как русская крепость в 1750-х годах и позже развился как торговый, железнодорожный и индустриальный центр.

Население

Население Петропавловска составляло 195 000 жителей в 2010 году. Площадь города составляет 222 км².

ВВП на душу населения

Для Северно-Казахстанской области, где расположен город Петропавловск, ВВП на душу населения составлял 790 100 тенге в 2010 году и 1 146 900 тенге в 2011 году.

Возможность транспортной взаимосвязи с Бурабаем

Самая короткая сухопутная связь между Петропавловском и Бурабаем составляет 308 км, то есть примерное время в пути около 4 часов.

Не имеется прямых поездов или автобусов в Бурабай, хотя курсируют ежедневные рейсы поездов и автобусов между Петропавловском и Кокшетау. Для поездки в Кокшетау, имеется, по крайней мере, три поезда в день и 10 ежедневных автобусов.

2.1.5. Костанай

Несмотря на большое расстояние между Костанаем и Бурабаем, установление прямых железнодорожных или автобусных связей могло бы эффективно поднять важность этого рынка.

Описание

Костанай – это город, расположенный в северной части Республики Казахстан, на берегу реки Тобол. Это административный центр Костанайской области. Город был основан в 1879 году как русское поселение.

Население

Население Костаная составляло 301 000 жителей в 2010 году, занимая общую территорию 240 км².

ВВП на душу населения

Для Костанайской области, ВВП на душу населения составлял 970 800 тенге в 2010 году и 1 319 900 тенге в 2011 году.

Возможность транспортной взаимосвязи с Бурабаем

Поездка из Костаная в Бурабай означает в общей сложности 494 км, то есть время в пути 6 часов.

Прямых поездов или автобусов между Костанаем и Бурабаем не имеется.

2.1.6. Караганда

Несмотря на большое расстояние между Карагандой и Бурабаем, важность этого главного города в Центральном Казахстане (который является четвертым по численности населения городом страны) делает его средним привлекательным рынком для Бурабая. Установление прямых транспортных связей могло бы укрепить важность этого рынка.

Описание

Караганда является административным центром Карагандинской области Республики Казахстан. Расположенная в самом сердце степи, в 220 км к юго-востоку от Астаны и в 1 000 км к северо-западу от Алматы, Караганда славится своим углем и трудовыми лагерями (Мэйхью Б., Блум Г., Кламмер П., Кон М., Ноубл Дж. «Центральная Азия», Лоунли Плэнет (Lonely Planet) , 2010).

Население

Караганда является четвертым по численности населения городом в Республике Казахстан, составляя общую численность населения 471 800 жителей в 2010 году. Она занимает площадь 497 800 км².

ВВП на душу населения

Валовой внутренний продукт на душу населения в Карагандинской области составлял 1 387 700 тенге в 2010 году и 1 756 900 тенге в 2011 году.

Возможность транспортной взаимосвязи с Бурабаем

Путь в Бурабай из Караганды наземным транспортом составляет 469 км, то есть примерное время в пути 4 часа и 40 минут.

Прямых поездов или автобусов, соединяющих Караганду и Бурабай, не имеется.

2.1.7. Остальные регионы (Алматы, Атырау, Актау)

Несмотря на большую численность населения в этих трех региональных столицах, расстояние между ними и Бурабаем является ключевым фактором, который снижает их актуальность в качестве потенциальных исходных рынков.

Описание

☉Алматы является бывшей столицей Республики Казахстан

☉Атырау является столицей Атырауской области. Город расположен на реке Урал, в 2 700 км к западу от Алматы. Атырау славится своей нефтью и рыбной промышленностью.

☉Актау является столицей Мангистауской области и одним из крупнейших городов западного Казахстана. Это единственный морской порт страны на Каспийском море.

Население

☉Алматы является крупнейшим городом Республики Казахстан, с населением 1 404 000 жителей (2010). Он занимает площадь 325 км².

☉Атырау имеет население около 236 000 жителей (2009).

☉Население Актау в 2009 году составляло 166 962 жителей. Актау занимает территорию площадью 14 км².

ВВП на душу населения

☉Для города Алматы, ВВП на душу населения составил 2 797 300 тенге в 2010 году и 3 397 300 тенге в 2011 году.

☉Для Атырауской области, включая город Атырау, ВВП на душу населения составил 5 401 000 тенге в 2010 году и 6 203 300 тенге в 2011 году.

☉Для Мангистауской области, с административным центром в г.Актау, ВВП на душу населения составил 2 890 400 тенге в 2010 году и 3 332 800 тенге в 2011 году.

Возможность транспортной взаимосвязи с Бурабаем

☉Расстояние по наземному сообщению между Алматы и Бурабаем составляет 1 490 км, то есть время в пути около 18 часов. Прямых воздушных, железнодорожных или автобусных соединений между этими двумя направлениями не имеется.

☉Поездка из Атырау в Бурабай автомобильным транспортом составляет расстояние 1 870 км, то есть примерное время в пути 24 часа. Прямых воздушных, железнодорожных или автобусных соединений между этими двумя направлениями не имеется.

☉Кратчайшая сухопутная связь между Актау и Бурабаем составляет 2 469 км, то есть время в пути около 36 часов. Прямых воздушных, железнодорожных или автобусных соединений между этими двумя направлениями не имеется.

2.2. Анализ основных конкурентов

2.2.1. Национальный парк Кокшетау

Кокшетау находится на том же расстоянии, что и Бурабай от основных рынков сбыта. Здесь также находится много интересных природных и культурных достопримечательностей и он может считаться ближайшим конкурентом.

Описание

Основная территория Кокшетау, расположенная на расстоянии 60 км к юго-западу от города Кокшетау, занимает свыше 180 000 га и включает массивы горного леса и водные территории природных зон Зеренда, Шалкар и Имантау. Фауна позвоночных животных включает 283 разновидности и представляет собой редкое сочетание представителей разных местностей. На территории парка насчитывается около 500 видов растений, 84 из них относятся к исчезающим видам растений.

Основные туристские достопримечательности

В парковой зоне присутствуют различные природные и культурные памятники национального значения:

🕒 13 памятников природы, которые включены в туристские маршруты, а также хорошо известные среди местного населения. Наиболее важными из них являются «Два брата» (два холма, у которых есть объединенная часть, которая разделяет их на высоте 300 метров), «Остров Тасарал» (он имеет форму сердца) и «Холм Горшка [Pot Hill]» (экзотические скалы и камни).

🕒 185 памятников археологии, истории, архитектуры и искусства находятся под защитой.

Туристская инфраструктура

Несмотря на небольшую туристскую инфраструктуру, существует возможность совершать верховые прогулки (туристы могут взять напрокат лошадей у местных жителей или отправиться в путешествие с квалифицированным гидом) и походы разных уровней сложности.

Услуги по размещению можно найти в Имантау и Шалкаре.

2.2.2. Каркаралинский национальный природный парк

Каркаралы является сильным конкурентом, который может быть ориентирован на города сбыта с расстоянием более чем 3 часа езды на автомобиле от Бурабая. Он также может рассматриваться в качестве зимней дестинации.

Описание

Каркаралы является охраняемой территорией и государственным национальным природным парком в Карагандинской области, в 5 часах езды на машине от Астаны. Общая площадь парка составляет 112 120 га, из которых под охраной находится 22 243 га и где запрещены любые формы экономической деятельности. Каркаралы также хорошо известен тем, что является местом обитания 80% всей Центрально-Казахстанской флоры. На его территории также собрано 153 вида птиц и 46 видов млекопитающих.

Основные туристские достопримечательности

В национальном парке присутствуют различные интересные места, которые делают Каркаралы привлекательным местом для туристов. Некоторые из них перечислены ниже:

⌚ **Музей природы.** Он состоит из выставочных залов флоры и фауны, найденных в Каркаралы. Туристы могут также посетить 3D карту национального парка.

⌚ **Система озер.** Каркаралы главным образом состоит из трех известных озер: озеро Басейн (которое доступно только пешком, оно характеризуется своими уникальными скальными образованиями), озеро Шайтанколь (связанное с трагической легендой о любви) и Большое Озеро (наиболее известное и посещаемое, это популярное место для рыбалки и купания).

⌚ **Архитектурные памятники.** В окрестностях Каркаралы можно посетить некоторые древние памятники: дворец Кызыл-Кениш (развалины буддийского монастыря 17-го века), древний город Кент (известный с бронзового века, и где было найдено много бронзовых изделий) и Аулиетас (уникальная формация гранитной породы, является священным местом для жителей).

Туристская инфраструктура

На расстоянии в семь километров от города Каркаралинск и в 224 км от города Караганды находится комплекс гостевых домов и гостиниц, включая дом отдыха «Шахтер» (расположенный недалеко от гор Каркаралы). Исторически сложилось так, что это было место, где шахтеры могли провести отпуск. В настоящее время, там расположен горнолыжный курорт, что также превращает Каркаралы в соответствующий центр для зимнего времяпровождения. Другие захватывающие мероприятия, которые могут быть совершены, это горные прогулки, верховая езда и наблюдение за птицами.

2.2.3. Коргалжынский национальный природный заповедник

Коргалжын имеет большее международное признание, он может лучше привлечь туристов со специальным интересом, таких как орнитологов, и его можно рассматривать как сильного конкурента, главным образом для Астаны, из-за его близости.

Описание

Коргалжынский национальный природный заповедник (в 3 часах езды от Астаны на машине) является самой большой заповедной зоной в Казахстане, занимая площадь около 259 млн. га, в том числе 198 000 га водно-болотных угодий. В 2009 году он был внесен в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО благодаря своему богатству видов птиц и системы озер.

Основные туристские достопримечательности

Коргалжын хорошо известен благодаря возможностям наблюдения за птицами (бердвотчинг). Он является местом обитания самой северной популяции розового фламинго в мире, а также более 300 видов птиц. Считается, что заповедник имеет самую многочисленную популяцию водоплавающих птиц в Азии. Кроме того, Тенгиз-Коргалжынская система озер включена в список всемирного наследия ЮНЕСКО. Для большинства любителей природы, есть музей Коргалжынского природного заповедника, который находится в поселке Коргалжын.

Туристская инфраструктура

В настоящее время туристская инфраструктура на территории заповедника не сильно развита. Что касается размещения туристов, есть гостевой дом и деревянные домики вдоль озера Султанкельди, на научной станции Каражар. Есть также гостевых домов, расположенных в п. Коргалжын, в одном часе езды от территории национального заповедника.

2.2.4. Акколь

Акколь расположен ближе к Астане, чем Бурабай, и в том же направлении. Несмотря на отсутствие международного признания в настоящий момент, он может рассматриваться как потенциальный конкурент в будущем.

Описание

Акколь – это небольшой город в Северном Казахстане, расположенный недалеко от озера Акколь, в 100 км к северу от Астаны (1 час езды на автомобиле). Главная дорога для прибывающих в Акколь та же, что и для прибытия в курортную зону Бурабай, а это означает, что все поездки в Бурабай проходят в первую очередь через этот небольшой город.

Основные туристские достопримечательности

Что посмотреть в Акколе не очень понятно для туристов, и большинство из них на самом деле просто останавливается здесь по пути в курортной зоне Бурабай. Внимание туристов в основном привлекает традиционный характер этого небольшого города, который контрастирует со столичным чувством Астаны («Месяц в Казахстане», 2010 [онлайн] Доступно по адресу: <http://kazakhtravelblog.wordpress.com/2010/03/21/akkol/>).

Городская мечеть и огромный сосновый лес являются одними из главных туристских достопримечательностей в этой области.

Туристская инфраструктура

В Акколе еще не так хорошо развита туристская инфраструктура. Тем не менее, существуют некоторые неплохие альтернативы размещения, например, курортный центр «Шаржум» (Sharzhum), расположенный в сосновом лесу.

Отель предлагает 19 номеров, а также 2 эксклюзивных коттеджа, включая также такие услуги, как ресторан, зал для совещаний и конференций, спа-салон и комната отдыха, и другие. (Веб-сайт курортного центра «Шаржум» (Sharzhum) [он-лайн] Доступно по адресу: <http://sharzhum.kz/en/>)

2.3. Прогнозы в отношении туристского спроса

2.3.1. Туристы из города на расстоянии менее 3-х часов езды на автомобиле

В окрестностях Бурабая, менее 3-х часов езды, THR определил два главных города-источника потока туристов: Астана и Кокшетау.

Шаг 1. Расчет объемов внутренних туристов

Первый шаг в модели – это расчет и прогнозирование объема внутренних туристов, которые эти два города воспроизвели в 2010 году. Для этого THR применил следующий метод:

⌚ В Агентстве по статистике Республики Казахстан были взяты данные по населению Казахстана, Астаны и Кокшетау в 2010 году.

⌚ Для того чтобы оценить рост населения Республики Казахстан до 2020 года, был использован прогнозируемый темп роста, рассчитанный Туризм Экономикс (Tourism Economics) для Казахстана. Для оценки населения Астаны и Кокшетау, был применен составной средний темп роста для каждого города в период между 2009 и 2011 г.г. И был рассчитан процент, который каждый город представляет от общего населения за период 2010-2020 гг.

⌚ После этого, из Агентства по статистике Республики Казахстан были получены данные об объеме внутренних туристов в Республике Казахстан в 2010 году. Его рост был предсказан в соответствии с развитием ВВП Казахстана на душу населения, оцененным Туризм Экономикс (Tourism Economics).

⌚ Наконец, получена первая оценка объема внутренних поездок населения из Астаны и Кокшетау, путем умножения доли, представленной каждым городом от общей численности населения на количество внутренних поездок от общей численности населения Казахстана.

Таблица А2.3.1.1: Объем внутренних туристов из Астаны

	2010	2015	2020
Население в Казахстане	16 036 100	16 886 000	17 680 000
Население в Астане	684 000	900 362	1 240 349
% населения Астаны к общей численности	4,3%	5,3%	7,0%
Внутренние туристы в Казахстане	4 473 700	6 013 614	8 254 645
Внутренние туристы в Астане, в % к населению	183 527	320 646	579 109

Источник: Оценки THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Таблица А2.3.1.1.II: Объем внутренних туристов из Кокшетау

	2010	2015	2020
Население в Казахстане	16 036 100	16 886 000	17 680 000
Население в Кокшетау	135 680	138 586	141 555
% населения Кокшетау к общей численности	0,8%	0,8%	0,8%
Внутренние туристы в Казахстане	4 473 700	6 013 614	8 254 645
Внутренние туристы в Кокшетау, в % к населению	36 382	49 355	66 091

Источник: Оценки THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Шаг 2. Коррекция объема внутренних туристов согласно экономической мощности каждого города (ВВП на душу населения)

Известно, что ВВП на душу населения рынка сбыта имеет положительное или отрицательное влияние на объем внутренних туристов, который он генерирует. Таким образом, объем внутренних туристов был скорректирован следующим образом:

⌚ Во-первых, в Агентстве по статистике Республики Казахстан были взяты данные о ВВП на душу населения по Казахстану, Астане, Кокшетау, за 2010 и 2011 годы.

⌚ Для прогноза ВВП на душу населения по Казахстану, Астане и Кокшетау был использован прогнозируемый темп роста ВВП Казахстана на душу населения, по оценкам Туризм Экономикс (Tourism Economics).

⌚ Следует отметить, что в связи с отсутствием ВВП на душу населения в Кокшетау, был использован ВВП на душу населения по области.

⌚ Относительное увеличение или уменьшение процента ВВП на душу населения в каждом городе было рассчитано по сравнению с данными по Казахстану.

⌚ Затем это увеличение или уменьшение процента было умножено на рассчитанное ранее количество внутренних туристов из каждого города. Кроме того, известно также, что факт экономической мощности в стране имеет эффект мультипликатора на поколение туристов, имеющих ВВП на душу населения, который выше, чем у остальной части страны. В случае Астаны, являющейся

столицей Республики Казахстан и имеющей большое экономическое влияние в стране, мультипликативный эффект приблизительно составляет 1,30.

Таблица А2.3.1.III: Объем внутренних туристов из Астаны после коррекции ВВП на душу населения

	2010	2015	2020
Средний ВВП на душу населения в Республике Казахстан (в тенге)	1 336 500	2 151 471	2 953 238
Средний ВВП на душу населения в Астане (в тенге)	2 635 700	4 160 354	5 710 750
% Астаны по отношению к Казахстану	197%	193%	193%
Эффект мультипликатора в туристах, в связи с увеличением ВВП на душу населения	1,3	1,3	1,3
Внутренние туристы из Астаны, в % к населению	183 411	320 646	579 109
Внутренние туристы из Астаны после коррекции ВВП на душу населения	470 215	806 054	1 455 788

Источник: Оценки THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Таблица А2.3.1.IV: Объем внутренних туристов из Кокшетау после коррекции ВВП на душу населения

	2010	2015	2020
Средний ВВП на душу населения в Республике Казахстан	1 336 500	2 151 471	2 953 238
Средний ВВП на душу населения в Кокшетау (в тенге)	798 100	1 444 394	1 982 661
% Кокшетау по отношению к Казахстану	60%	67%	67%
Внутренние туристы из Кокшетау, в % к населению	36 382	49 355	66 091
Внутренние туристы из Кокшетау после коррекции ВВП на	21 726	33 134	44 370

Источник: Оценки THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Таблица А2.3.1.V: Объем отечественных туристов из городов, находящихся менее чем в 3-х часах езды, после коррекции ВВП на душу населения

	2010	2015	2020
Внутренние туристы (города <3 часов) после коррекции ВВП на душу населения	491 940	1 058 474	1 500 158

Источник: Оценки THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Шаг 3. Оценка внутренних туристов, остановившихся как минимум на одну ночь

Для этого прогноза THR принимал во внимание внутренних туристов, которые остановились как минимум на одну ночь в месте отдыха, потому что считается, что основная выгода для курортной зоне Бурабай от туристов, совершивших ночевку.

⌚ По данным Агентства по статистике Республики Казахстан, 32,4% внутреннего туризма состоит из туристов, которые остановились как минимум на одну ночь в месте отдыха.

⌚ Поэтому, применяя этот процент, возможно получить оценку туристов, совершивших ночевку, и экскурсантов «одного дня».

Таблица А2.3.1.VI: Объем внутренних туристов, совершивших ночевку

	2010	2015	2020
Внутренние туристы, совершившие ночевку	159 451	272 002	486 240

Источник: Оценки THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Шаг 4. Расчет объема внутренних туристов, путешествующих с целью отдыха

Рассчитанный объем внутренних туристов, после коррекции ВВП на душу населения, включает в себя все типологии передвижений людей внутри страны. В случае курортной зоне Бурабай, необходимо принять во внимание таких туристов, путешествующих с целью отдыха.

▪ Статистический сборник «Туризм Казахстана 2007-2011 гг.», предоставленный Агентством по статистике РК, включает в себя следующие данные, относящиеся к целям путешествий внутри страны за 2010 и 2011 годы.

Таблица А2.3.1.VII: Объем поездок внутри страны с учетом цели поездки

Цель поездки	2010	2011	Досуг ?
Внутренний туризм	172 172	202 994	-
Праздники	144 904	180 705	Да
Семейные визиты	1 027	4 174	Нет
Бизнес	12 212	13 591	Нет
Оздоровительный туризм	13 298	3 230	Да
Религиозный туризм	731	835	Да
Коммерция	-	107	Нет
Прочее	-	352	Нет
Оценка поездок с целью отдыха	158 933	184 770	

Источник: по оценке THR на основе данных статистического сборника «Туризм Казахстана 2007-2011 г.г.»

⌚ THR предположил, что поездки, имеющие такие цели как «Праздники», «Оздоровительный туризм» и «Религиозный туризм» могут быть объединены в качестве Поездок с целью отдыха, представляя 92,3% от общего числа в 2010 году и 91,0% в случае 2011 года.

⌚ Кроме того, были рассчитаны средние данные по поездкам с целью отдыха, представленные от общего числа поездок с 2007 по 2011 г.г. (90,4%).

⌚ Наконец, эти проценты были применены к объему внутренних туристов для того, чтобы оценить число внутренних туристов, путешествующих в целях отдыха.

Таблица А2.3.1.VIII: Объем внутренних туристов, находящихся на отдыхе, из городов на расстоянии менее 3-х часов

	2010	2015	2020
Внутренние туристы (города <3 часов) после коррекции ВВП на душу населения	159 451	272 002	486 240
% проведения досуга от общего числа поездок	92,3%	90,4%	90,4%
Внутренние туристы (города <3 часов), проводящие досуг	147 190	245 813	439 422

Источник: Оценка THR на основе данных статистического сборника «Туризм Казахстана 2007-2011 г.г.»

Шаг 5. Анализ данных объема внутренних туристов, путешествующих с целью отдыха, находящихся в поиске продуктов, предлагаемых курортной зоной Бурабай

Когда туристы путешествуют с целью отдыха, существуют различные тип туристских продуктов, которые они хотели бы иметь (солнце и пляж, гольф, природа и т.д.). Курортная зона Бурабай считается продуктом природы из-за его потрясающих пейзажей гор, озер и т.д. Поэтому необходимо выполнить дополнительные корректировки для оценки тех внутренних туристов, которые ищут отдыха, связанного с природой.

⌚ Согласно предоставленному компанией «IPK International» промежуточному отчету «Мастер-плана кластерной программы развития туризма Восточно-Казахстанской области», представленному в Астане 24 августа 2012 года, 52% казахстанцев предпочитают «отдых на озере». Таким образом, представляется разумным предположить, что этот процент будет представлять объем туристов, заинтересованных тем, что предлагает курортная зона Бурабай.

⌚ Однако, в дополнение к тому, что в настоящее время предлагает Бурабай, ожидается, что курортная зона Бурабай сможет удовлетворить потребности и других туристских продуктов (оздоровительный, гольф и т. д.), таким образом, было сочтено, что курортная зона Бурабай будет в состоянии привлечь и удовлетворить больший спрос. До 82% (52% + 30%) отечественного спроса на отдых к 2020 году.

⌚ Таким образом, после применения этих процентов к данным по внутренним туристам, путешествующим с целью отдыха, можно проанализировать число внутренних туристов, желающих потреблять продукты, предлагаемые курортной зоны Бурабай.

Таблица A2.3.1.IX: Объем внутренних туристов, из городов, расположенных менее 3-х часов езды, стремящихся к отдыху на природе и другим туристским продуктам

	2010	2015	2020
Внутренние туристы (города <3 часов) в поисках отдыха	147 190	245 813	439 422
% туристов, предпочитающих отдых на природе, к общему числу туристов	52%	52%	52%
% других продуктов	-	5%	30%
Внутренние туристы (города <3 часов), ищущие продукты, предлагаемые курортной зоной Бурабай	76 539	140 113	360 326

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных от «IPK International» и прогнозах THR

Шаг 6. Оценка влияния эффекта мультипликатора в связи с появлением нового предложения по объему внутренних туристов, путешествующих с целью отдыха, заинтересованных продуктами, которые предлагает курортная зона Бурабай.

Известно, что, когда на рынке появляется новое предложение, создающее ситуацию «голубого океана», то оно раскрывает существенное количество скрытого спроса. По этой причине, посчитали уместным ввести в действие новые продукты, которые могут быть предложены в Бурабае, и пересчитать объем внутренних туристов, путешествующих с целью отдыха, следующим образом:

- Посчитали уместным применить мультипликативный эффект 1,25 в 2015 году и увеличить его до 1,75 в 2020 году. Это значение соответствует среднему значению того, что другие отрасли экономики испытали от внедрения новых подрывных продуктов.

- Мы применили этот мультипликативный эффект к ранее рассчитанному объему внутренних туристов, стремящихся проводить отпуск на природе и к другим сопутствующим продуктам.

Таблица A2.3.1.X: Объем внутренних туристов, путешествующих с целью отдыха, которые стремятся воспользоваться продуктами курортной зоной Бурабай, после применения эффекта мультипликатора

	2010	2015	2020
Внутренние туристы (города <3 часов), стремящиеся проводить отпуск на природе и к другим сопутствующим продуктам	76 539	140 113	360 326
Эффект мультипликатора	-	1,25	1,75
Оценка внутренних туристов, путешествующих с целью отдыха, которые стремятся воспользоваться продуктами курортной зоны Бурабай, после применения эффекта мультипликатора	76 539	175 142	630 571

Источник: Анализ данных THR, основанный на знании THR других отраслевых показателей после введения подрывных продуктов

Шаг 7. Оценка потенциального туристского спроса в курортной зоне Бурабай

Наконец, необходимо оценить, каким будет объем туристов, который сможет привлечь курортная зона Бурабай. Для того чтобы выполнить эту оценку THR поступил следующим образом:

⌚ Согласно интервью, проведенным с казахстанскими туроператорами и туристскими агентствами, в настоящее время в Бурабае сконцентрировано примерно 80% внутренних поездок населения Астаны, путешествующих с целью отдыха.

⌚ Если предположить, что предложение курортной зоны Бурабай значительно улучшится, то разумно ожидать увеличения этой доли рынка до 82,5% в 2015 году и до 95% в 2020 году.

⌚ Таким образом, после применения этих долей рынка к ранее рассчитанному объему внутренних туристов, можно получить оценку потенциального туристского спроса в Бурабае.

Таблица А2.3.1.XI: Потенциальный объем внутренних туристов из городов менее 3-х часов езды до Бурабая

	2010	2015	2020
Внутренние туристы (города <3 часов) после применения эффекта мультипликатора	76 539	175 142	630 571
Доля рынка	80%	82,5%	95%
Потенциальные внутренние туристы для Бурабая	61 231	144 492	599 043

Источник: Анализ данных THR, основанный на опыте туроператоров и турагентств.

2.3.2. Внутренние туристы, проживающие в городе на расстоянии 3 - 6 часов пути на автомобиле

В окрестностях Бурабая, с расстоянием от 3 до 6 часов езды, THR определил следующие города: Петропавловск, Костанай и Караганда в Казахстане и город Омск на границе с Россией.

Шаг 1. Расчет объема внутренних туристов

Как и в случае с Астаной и Кокшетау, первым шагом является расчет и прогнозирование объема внутренних туристов, который может быть образован из Петропавловска, Костаная и Караганды. Методика является той же, что была использована для Астаны и Кокшетау.

Таблица А2.3.2.І: Объем внутренних туристов из Петропавловска

	2010	2015	2020
Население в Казахстане	16 036 100	16 886 000	17 680 000
Население в Петропавловске	202 229	206 188	210 224
% населения Петропавловска к общему	1,3%	1,2%	1,2%
Внутренние туристы в Казахстане	4 473 700	6 013 614	8 254 645
Внутренние туристы в Петропавловске, в % к населению	54 227	73 430	98 152

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Таблица А2.3.2.ІІ: Объем внутренних туристов из Костаная

	2010	2015	2020
Население в Казахстане	16 036 100	16 886 000	17 680 000
Население в Костанаяе	215 436	217 828	220 247
% населения Костаная к общему	1,3%	1,3%	1,2%
Внутренние туристы в Казахстане	4 473 700	6 013 614	8 254 645
Внутренние туристы в Костанаяе, в % к населению	57 768	77 575	102 832

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и Туризм Экономикс

Таблица А2.3.2.ІІІ: Объем внутренних туристов из Караганды

	2010	2015	2020
Население в Казахстане	16 036 100	16 886 000	17 680 000
Население в Караганде	464 918	491 491	519 583
% населения Караганды к общему	2,9%	2,9%	2,9%
Внутренние туристы в Казахстане	4 473 700	6 013 614	8 254 645
Внутренние туристы в Караганде, в % к населению	124 665	175 035	242 589

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и Туризм Экономикс

В случае с Омском, поскольку не было возможности получить достоверные данные, то было сделано предположение, что туристы из Омска ведут себя так же, как и туристы из Астаны, из-за существующего сходства в отношении как населения, так и экономического развития. Таким образом, примененная методология выглядит следующим образом:

⌚ Из Федеральной службы государственной статистики России были взяты данные о населении Омска за 2010 год. Для оценки роста населения России был применен прогнозируемый рост по оценке Туризм Экономикс (Tourism Economics)

⌚ Кроме того, было рассчитано соотношение внутренних туристов Астаны на душу населения (уже скорректированное его воздействием ВВП на душу населения).

⌚ Наконец, после применения соотношения внутренних туристов Астаны на душу населения к Омскому населению, стало возможным получить оценку количества внутренних поездок для Омска.

Таблица А2.3.2.IV: Объем внутренних туристов из Омска (с поправкой на ВВП на душу населения)

	2010	2015	2020
Население в Астане	684 000	900 362	1 240 349
Внутренние туристы в Астане после корректировки ВВП на душу населения	415 959	713 047	1 287 813
Соотношение внутренних туристов/население в Астане	0,608	0,792	1,038
Население в Омске	1 153 971	1 148 040	1 138 157
Внутренние туристы Омска	701 761	909 198	1 181 710

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан, Федеральной службы государственной статистики России и прогнозах Туризм Экономикс

⌚ Тем не менее, необходимо также учитывать, что Омск не является столицей страны, и поэтому необходимо выполнить дополнительное регулирование за счет сокращения на 20% расчетного числа внутренних туристов.

Таблица А2.3.2.V: Объем внутренних туристов из Омска (дополнительно откорректировано)

	2010	2015	2020
Внутренние туристы из Омска	793 295	1 027 788	1 335 846
Поправочный коэффициент (-20%)	0,8	0,8	0,8
Внутренние туристы из Омска, после коррекции	634 636	822 231	1 068 677

Источник: Анализ данных THR, основанный на экспертной оценке THR

Шаг 2. Коррекция объема внутренних туристов согласно экономической мощности каждого города (для казахстанских городов) (ВВП на душу населения)

Для того чтобы включить влияние ВВП на душу населения в объем внутренних туристов для Петропавловска, Костаная и Караганды, THR использовал данные ВВП на душу населения по области (так как невозможно получить данные о ВВП на душу населения для каждого города). Таким образом, для Петропавловска мы взяли ВВП на душу населения Северо-Казахстанской области, для Костаная – то же самое для Костанайской области, и для Караганды – тот же показатель для Карагандинской области.

Таблица А2.3.2.VI: Объем внутренних туристов из Петропавловска после коррекции ВВП на душу населения

	2010	2015	2020
Средний ВВП на душу населения в Республике Казахстан (в тенге)	1 336 500	2 151 471	2 953 238
Средний ВВП на душу населения в Северо-Казахстанской области (в тенге)	790 100	1 494 834	2 051 898
% в Северо-Казахстанской области к Казахстану	59,1%	69,5%	69,5%
Внутренние туристы из Петропавловска, в % к населению	54 227	73 430	98 152
Внутренние туристы из Петропавловска, после коррекции ВВП на душу населения	32 057	51 019	68 196

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и Туризм Экономикс

Таблица А2.3.2.VII: Объем внутренних туристов из Костаная, после коррекции ВВП на душу населения

	2010	2015	2020
Средний ВВП на душу населения в Республике Казахстан (в тенге)	1 336 500	2 151 471	2 953 238
Средний ВВП на душу населения в Костанайской области (в тенге)	970 800	1 720 317	2 361 409
% в Костанайской области к Казахстану	72,6%	80,0%	80,0%
Внутренние туристы из Костаная, в % к населению	57 768	77 575	102 832
Внутренние туристы из Костаная, после коррекции ВВП на душу населения	41 961	62 029	82 224

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Таблица А2.3.2.VIII: Объем внутренних туристов из Караганды, после коррекции ВВП на душу населения

	2010	2015	2020
Средний ВВП на душу населения в Республике Казахстан (в тенге)	1 336 500	2 151 471	2 953 238
Средний ВВП на душу населения в Карагандинской области (в тенге)	1 387 700	2 289 889	3 143 238
% в Карагандинской области к Казахстану	104%	106%	106%
Внутренние туристы из Караганды, в % к населению	124 665	175 035	242 589
Внутренние туристы из Караганды, после коррекции ВВП на душу населения	129 441	186 296	258 196

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Таблица А2.3.2.IX: Объем внутренних туристов из городов а расстоянии от 3 до 6 часов пути, после коррекции ВВП на душу населения

	2010	2015	2020
Внутренние туристы из Караганды, Костаная и Петропавловска	203 460	299 344	408 616
Внутренние туристы из Омска	634 636	822 231	1 068 677
Внутренние туристы (города на расстоянии 3-6 часов), после коррекции ВВП на душу населения	838 096	1 121 574	1 477 293

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Следует отметить, что:

⌚ Предыдущий результат Омска уже содержит воздействие более высокого ВВП на душу населения, в связи с использованием соотношения внутренних туристов на душу населения Астаны.

Шаг 3. Расчеты в отношении внутренних туристов, оставшихся как минимум на одну ночь в месте отдыха

⌚ Необходимо принимать во внимание только тех внутренних туристов, которые путешествуют с как минимум одной ночевкой:

⌚ По данным Агентства по статистике Республики Казахстан, 32,4% внутренних туристов совершают поездки с как минимум одной ночевкой. Поэтому, применяя процент поездок с как минимум одной ночевкой к предполагаемому объему внутренних туристов, можно получить оценку внутренних туристов, оставшихся как минимум на одну ночь в месте отдыха

Таблица A2.3.2.X: Внутренние туристы, оставшихся как минимум на одну ночь в месте отдыха, из городов в пределах 3-6 часов

	2010	2015	2020
Внутренние туристы (города 3-6 часов), после коррекции ВВП на душу населения	838 096	1 121 574	1 477 293
% туристов «на одну ночь»	32,4%	32,4%	32,4%
Внутренние туристы «на одну ночь» (города 3-6 часов)	271 649	363 531	478 829

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан

Шаг 4. Расчет объема внутренних туристов и туристов, оставшихся как минимум на одну ночь, с целью отдыха

Как уже было выполнено в анализе Астаны и Омска, необходимо принять во внимание туристов, путешествующих с целью отдыха. Также, в соответствии с данными статистического сборника «Туризм Казахстана 2007-2011 г.г.», предоставленного Агентством по статистике РК, THR подсчитал, что около 90,4% внутренних туристов путешествуют с целью отдыха:

Таблица A2.3.2.XI: Объем внутренних туристов из городов в пределах 3-6 часов, находящихся на досуге

	2010	2015	2020
Внутренние туристы, оставшиеся как минимум на одну ночь в месте отдыха (города 3-6 часов)	271 649	363 531	478 829
%соотношение туристов, путешествующих с целью отдыха к общему числу поездок	92,3%	90,4%	90,4%
Внутренние туристы (города 3-6 часов), оставшиеся как минимум на одну ночь, путешествующие с целью отдыха	250 760	328 529	432 725

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных статистического сборника «Туризм Казахстана 2007-2011 г.г.»

Шаг 5. Оценка объемов внутренних туристов и туристов, оставшихся как минимум на одну ночь, с целью отдыха, которые ищут продукты, предлагаемые курортной зоной Бурабай.

Как уже было выполнено в анализе Астаны и Омска, необходимо выполнить дополнительную корректировку для оценки тех туристов, которые заинтересованы в продукте, имеющемся в настоящее время, и которое может потенциально быть предложено в курортной зоне Бурабай. Также, посчитали, что 52% анализируемых туристов могли бы быть заинтересованы в курортной зоне Бурабай, и этот процент увеличится до 82% к 2020 году.

Таблица A2.3.2.XII: Объем внутренних туристов, стремящихся к отдыху на природе и к другим туристским продуктам, из городов в пределах 3-6 часов пути

	2010	2015	2020
Внутренние туристы «на одну ночь» (города 3-6 часов), стремящиеся провести досуг	250 760	328 529	432 725
% стремящихся на природу к общему числу туристов	52%	52%	52%
% других продуктов	-	5%	30%
Внутренние туристы (города 3-6 часов), стремящиеся на природу и к другим сопутствующим продуктам	130 395	187 261	354 834

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных от «IPK International» и ориентировочных расчетах THR

Шаг 6. Оценка воздействия эффекта мультипликатора в связи с появлением нового предложения по объему туристов, заинтересованных предложением Бурабая.

Требуется также рассматривать эффект от внедрения новых продуктов, которые могут быть предложены курортной зоной Бурабай. Для Астаны и Кокшетау, был применен эффект мультипликатора 1,5 в 2015 году, который увеличивается до 1,8 в 2020 году. Для городов, расположенных в 3-6 часах езды, разумно ожидать гораздо меньшее воздействие, которое THR предположительно рассчитал на уровне 1,3 в 2020 году.

Таблица A2.3.2.XIII: Объем внутренних туристов из городов в пределах 3-6 часов, после применения эффекта мультипликатора, в связи с появлением нового предложения

	2010	2015	2020
Внутренние туристы (города 3-6 часов), стремящиеся на природу и к другим сопутствующим продуктам	130 395	187 261	354 834
Эффект мультипликатора	-	1,05	1,30
Внутренние туристы (города 3-6 часов), после применения эффекта мультипликатора	130 395	196 624	461 285

Источник: Анализ данных THR, основанный на знании THR других отраслевых показателей после введения подрывных продуктов

Шаг 7. Оценка потенциального туристского спроса в городах, расположенных в 3-6 часах езды от курортной зоны Бурабай.

В конечном итоге, местные туроператоры и турагенты заявили, что Бурабай имеет около 20% доли на рынке в этих городах, удаленных на

расстояние 3 - 6 часов пути. THR оценил соответствующим образом увеличение до 25% к 2015 году и до 50% к 2020 году. Поскольку курортная зона Бурабай сможет предложить более широкий ассортимент продуктов.

Таблица A2.3.2.XIV: Потенциальный объем внутренних и туристов, оставшихся как минимум на одну ночь, из городов в пределах 3 - 6 часов пути

	2010	2015	2020
Внутренние туристы (города 3-6 часов) после применения эффекта мультипликатора	130 395	196 624	461 285
Доля на рынке	20%	25%	50%
Потенциальные внутренние туристы для Бурабая	26 079	49 156	230 642

Источник: Анализ данных THR, основанный на мнении туроператоров и прогноза THR

2.3.3 Внутренние туристы из остальной части Казахстана

Следующая группа происхождения сформирована из остальных внутренних туристов, которых генерирует Казахстан. Процесс оценки их объема похож на предыдущие.

Шаг 1. Расчет объема внутренних туристов

Для того чтобы рассчитать объем внутренних туристов из остальной части Казахстана:

⌚ В Агентстве по статистике Республики Казахстан были взяты данные об объеме внутренних туристов в Казахстане в 2010 г. Для его прогнозирования, были применены темпы роста ВВП Казахстана на душу населения, на основе оценки Туризм Экономикс (Tourism Economics) .

⌚ И был вычтен объем внутренних туристов из ранее проанализированных городов (Астана, Кокшетау, Петропавловск, Костанай и Караганда).

Таблица A2.3.3.I: Объем внутренних туристов из остальной части Казахстана

	2010	2015	2020
Внутренние туристы из Казахстана	4 473 700	6 013 614	8 254 645
(-) Внутренние туристы из Астаны	470 215	806 054	1 455 788
(-) Внутренние туристы из Кокшетау	21 726	33 134	44 370
(-) Внутренние туристы из Петропавловска	32 057	51 019	68 196
(-) Внутренние туристы из Костаная	41 961	62 029	82 224
(-) Внутренние туристы из Караганды	129 441	186 296	258 196
Внутренние туристы из остальной части Казахстана	3 604 600	4 875 083	6 345 871

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и прогнозах Туризм Экономикс

Шаг 2. Оценка внутренних туристов, оставшихся как минимум на одну ночь в месте отдыха

Как и в предыдущем анализе, была произведена оценка, и принимались во внимание только те туристы, которые совершают ночевки в месте отдыха:

⌚ По данным Агентства по статистике Республики Казахстан, 32,4% внутренних туристов совершают поездки с как минимум одной ночевкой.

⌚ Поэтому, применяя процент поездок с как минимум одной ночевкой к предполагаемому объему внутренних туристов, можно получить оценку таких внутренних туристов и туристов, оставшихся как минимум на одну ночь в месте отдыха.

Таблица А2.3.3.II: Внутренние туристы, оставшиеся как минимум на одну ночь в месте отдыха, из остальной части Казахстана

	2010	2015	2020
Внутренние туристы из остальной части Казахстана	3 604 600	4 875 083	6 345 871
% туристов, оставшихся как минимум на одну ночь в месте отдыха	32,4%	32,4%	32,4%
Внутренние туристы, оставшиеся как минимум на одну ночь в месте отдыха, из остальной части Казахстана	1 168 344	1 580 140	2 056 861

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан

Шаг 3. Расчет внутренних туристов, совершивших как минимум одну ночевку в месте назначения и путешествующих с целью отдыха

Как и в предыдущих исследованиях, необходимо принимать во внимание только тех туристов, путешествующих с целью отдыха. Опять же, согласно данным из статистического сборника «Туризм Казахстана 2007-2011 г.г.», предоставленного Агентством по статистике РК, THR подсчитал, что примерно 90,4% внутренних туристов будут путешествовать с целью отдыха:

Таблица А2.3.3.III: Объем внутренних туристов из остальной части Казахстана, путешествующих с целью отдыха

	2010	2015	2020
Внутренние туристы, оставшиеся как минимум на одну ночь в месте отдыха, из остальной части Казахстана	1 168 344	1 580 140	2 056 861
% проводящих досуг к общему числу поездок	92,3%	90,4%	90,4%
Внутренние туристы, оставшиеся как минимум на одну ночь в месте отдыха из остальной части Казахстана, путешествующие с целью отдыха	1 078 505	1 427 996	1 858 816

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан

Шаг 4. Расчет объема внутренних туристов, ищущих продукты, предлагаемые курортной зоной Бурабай

Как и в предыдущем анализе, необходимо выполнить дополнительную корректировку, чтобы оценить тех туристов, которые заинтересованы в продукте сегодняшнего дня, и который может потенциально быть предложен в Бурабае. Опять же, было соответственно подсчитано, что 52% анализируемых туристов могли бы быть заинтересованы в курортной зоне Бурабай, и что этот процент увеличится до 82% к 2020 году.

Таблица А2.3.3.IV: Объем внутренних туристов из городов в пределах 3-6 часов езды, стремящихся к отдыху на природе и к другим туристским продуктам

	2010	2015	2020
Внутренние туристы, оставшиеся как минимум на одну ночь в месте отдыха, из остальной части Казахстана, находящиеся на досуге	1 078 505	1 427 996	1 858 816
% стремящихся провести отпуск на природе к общему числу туристов	52%	52%	52%
% других продуктов	-	5%	30%
Внутренние туристы из остальной части Казахстана, стремящиеся к отдыху на природе и к другим туристским продуктам	560 823	813 958	1 542 229

Источник: Анализ данных THR, основанный на данных от «IPK International» и ориентировочных расчетах THR

Шаг 5. Корректировка, чтобы принять во внимание тех туристов, которые могут позволить себе отдых в Бурабае

Большинство мест, подразумеваемых под заголовком «остальная часть Казахстана», расположены слишком далеко от Бурабая, чтобы можно было совершать поездки на машине, вместо этого, приходится лететь в Кокшетау и в Астану, а потом ехать на машине в Бурабай, что, следовательно, увеличивает стоимость поездки. Именно по этой причине посчиталось уместным применить меры по коррекции, принимая во внимание только тех внутренних туристов, оставшихся как минимум на одну ночь в месте отдыха, которые могут позволить себе авиаперелеты.

⌚ распределение семей по доходам в Казахстане в 2010 году можно найти в документе «Потребительский образ жизни в Республике Казахстан», от «Euromonitor International» (июль 2011 года). И предполагалось, что позволить себе эту поездку может семья, имеющая доход более 10 000 долл. США.

⌚ Как и в предыдущем анализе, используется общее соотношение -3,5 - населения к семейным единицам. Применяя это соотношение к объему семейных доходов более 10 000 долларов США, можно получить данные о населении Республики Казахстан, которые в состоянии позволить себе поездку в Бурабай.

Таблица А2.3.3.V: Объем внутренних туристов с достаточным бюджетом из остальной части Казахстана

	2010	2015	2020
Население в Казахстане	16 026 000	16 886 000	17 680 000
Семьи с ВВП на душу населения > 10 000 долл. США	2 681 000	2 681 000	2 681 000
Население к семейным единицам	3,5	3,5	3,5
Население с ВВП на душу населения > 10 000 долл. США	9 383 500	9 383 500	9 383 500
% населения с ВВП на душу населения > 10 000 долл. США	59%	56%	53%
Внутренние туристы из остальной части Казахстана, стремящиеся провести время на природе и к другим туристским продуктам	560 823	813 958	1 542 229
Внутренние туристы из остальной части Казахстана после применения эффекта мультипликации	328 371	452 314	808 971

Источник: Анализ THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и Euromonitor International

Шаг 6. Оценка воздействия эффекта мультипликатора в связи с появлением нового предложения к объему внутренних туристов, оставшихся как минимум на одну ночь в месте назначения, и путешествующих с целью отдыха, заинтересованных в продуктах, предлагаемых курортной зоной Бурабай

Эффект мультипликатора должен также быть рассмотрен для остальной части Казахстана, как и в случае с городами, расположенными в пределах расстояния 3-6 часов, но его воздействие будет меньше. Предполагалось, что к 2015 году он будет 1,05, и что он будет оставаться без изменений до 2020 г.

Таблица A2.3.3.VI: Объем внутренних туристов из остальной части Казахстана после применения эффекта мультипликатора в связи с появлением нового предложения

	2010	2015	2020
Внутренние туристы из остальной части Казахстана после применения эффекта мультипликатора	328 371	452 314	808 971
Эффект мультипликатора	-	1,05	1,05
Внутренние туристы из остальной части Казахстана после применения эффекта мультипликатора	328 371	474 930	849 419

Источник: Анализ THR, основанный на знании THR производительности рынка после введения подрывных продуктов

Шаг 7. Оценка потенциального туристского спроса в курортной зоне Бурабай

Наконец, в соответствии с интервью местных туроператоров и туристских агентств, Бурабай в настоящее время может иметь около 2% доли на рынке, и, было сделано предположение, что это может быть 3% к 2015 году и 8% в 2020 году.

Таблица A2.3.3.VII: Потенциальный объем внутренних туристов, оставшихся как минимум на одну ночь в месте назначения, из остальной части Казахстана

	2010	2015	2020
Внутренние туристы из остальной части Казахстана после применения эффекта мультипликатора	328 371	474 930	849 419
Доля на рынке	2%	3%	8%
Потенциальные внутренние туристы для Бурабая	6 567	14 248	67 954

Источник: по оценке THR на основе первичных исследований

2.3.4. Другие рынки сбыта

После тщательного анализа Казахстана и его туристской отрасли, были определены два других источника потока туристов, которые потенциально могли бы поехать в Бурабай: Россия (за исключением Омска) и другие международные рынки.

Россия

Россия представляет собой большой рынок, который каждый год генерирует большой объем поездок за границу, и, согласно «Euromonitor International», Казахстан представляет ее 3-й рынок дестинации.

- В рамках данных, полученных от Агентства по статистике Республики Казахстан можно найти данные о количестве россиян, пересекавших границу с Казахстаном.

- Из этих данных было вычтено количество туристов, которое, возможно, производит Омск.

- В отношении остальной части россиян было подсчитано соответственно, что нужно брать только тех, кто едет с целью отдыха («для проведения досуга»). По данным статистического сборника «Туризм Казахстана 2007-2011 г.г.», предоставленного Агентством по статистике РК, около 22,4% иностранных туристов Казахстана – это туристы, приехавшие с целью отдыха.

- Кроме того, во внимание были приняты только те туристы, заинтересованные в отдыхе на природе. Предполагалось, что 52% туристов, приезжающих в Казахстан из России с целью отдыха, заинтересованы в отпуске, проведенном на природе. Важно также отметить, что Бурабай может привлечь до 80% туристского спроса к 2020 году, если он будет развивать все свои потенциальные возможности.

⌚ Наконец, пришли к предположению, что доля рынка Бурабая для российских туристов может быть 3% к 2015 году и 8% в 2020 году.

Таблица A2.3.4.I: Потенциальный объем туристов «на одну ночь» из России (без учета Омска)

	2010	2015	2020
Туристы из России, въехавшие на территорию Казахстана	1 269 697	1 681 453	2 219 447
Туристы из Омска, въехавшие на территорию Казахстана	634 636	822 231	1 068 677
Туристы из остальной части России, въехавшие на территорию Казахстана	635 061	859 222	1 150 770
% проводящих досуг	22,4%	22,4%	22,4%
% стремящихся провести отпуск на природе	52%	52%	52%
% других продуктов	0%	5%	30%
Потенциальные туристы из остальной части России	74 135	109 948	211 840
Доля рынка для Бурабая	2%	3%	8%
Туристы из остальной части России, едущие в Бурабай	1 483	3 298	16 947

Источник: Анализ THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан, Журнала статистики туризма за 2007-2011 г.г., «Euromonitor International» и экспертизе THR.

Другие международные рынки

Было подсчитано соответственно, что другие международные рынки могут в конечном итоге представлять 10% потенциальных туристов из России (за исключением Омска).

Таблица А2.3.4.И: Потенциальный объем туристов, оставшихся как минимум на одну ночь в месте отдыха, из других международных рынков

	2010	2015	2020
Туристы из остальной части России	1 483	3 298	16 947
Доля на рынке	10%	10%	10%
Потенциальные внутренние туристы для Бурабая	148	329	1 694

Источник: Анализ THR

2.4. Прогноз спроса на недвижимость

2.4.1. Искатели второго жилья из городов, расположенных на расстоянии менее 3-х часов поездки на автомобиле

В окрестностях Бурабая, в пределах менее 3-х часов поездки на автомобиле, THR определил два основных город-источника потока туристов: Астана и Кокшетау.

Шаг 1. Расчет объема семейств, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США.

Первым критерием при выборе потенциального владельца второго жилья является то, что он обладает достаточным бюджетом для совершения заключительной покупки. THR оценивает, что в Казахстане и конкретно для предложения курортной зоны Бурабай, потенциальный владелец должен зарабатывать минимум 45 000 долларов США в год. Распределение дохода на семью может быть найдено для Казахстана, но не для каждого конкретного города. Поэтому THR применил следующий метод:

⌚ Распределение семей в Республике Казахстан в отношении ежегодного доступного дохода на семью было взято из отчета «Образ жизни потребителей в Казахстане», Euromonitor International, июль 2011 года. В отчете приведены данные с 2005 по 2010 г.г. и оценка на 2015 и 2020 годы, которые были использованы для целей данного исследования.

⌚ Данные относительно населения Казахстана, Астаны и Кокшетау в 2010 году были взяты в Агентстве по статистике Республики Казахстан.

⌚ Была рассчитана доля семей, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США к общему населению.

Таблица А2.4.1.И: Семьи в Казахстане, зарабатывающие свыше 45 000 долл. США

	2015	2020
Семьи в Казахстане	5 309 000	5 537 000
Семьи с доходом свыше 45 000 долл. США	216 000	417 000
% семей, с доходом свыше 45 000 долл. США	4,1%	7,5%

Источник: Расчеты THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан, а также отчета «Образ жизни потребителей в Республике Казахстан», Euromonitor International, июль 2011 г.

⌚ Вместо того чтобы непосредственно применить тот процент к населению в городах Астана и Кокшетау, была применена коррекция в отношении относительного уровня ВВП на душу населения. Предполагается, что в развитых городах, с более высоким уровнем ВВП на душу населения, доля населения, зарабатывающего свыше указанной суммы будет также выше.

⌚ Таким образом, в Агентстве по статистике Республики Казахстан были взяты данные о среднем ВВП на душу населения Казахстана, г. Астаны и Кокшетау в 2010 и 2011 годах. Для того чтобы спрогнозировать ВВП на душу населения Казахстана, Астаны, Кокшетау, были использованы прогнозируемые темпы роста ВВП на душу населения по Казахстану, взятые по оценкам Туризм Экономикс (Tourism Economics).

⌚ Следует отметить, что, в связи с отсутствием данных о ВВП на душу населения Кокшетау, был использован ВВП на душу населения по его области.

⌚ Для каждого города было рассчитано относительное увеличение или уменьшение процента его ВВП на душу населения, по сравнению со значением по стране.

Таблица A2.4.1.II: Уровни ВВП на душу населения в Казахстане, Астане и Кокшетау

	2015	2020
Средний ВВП на душу населения в Республике Казахстан (в тенге)	2 151 471	2 953 238
Средний ВВП на душу населения в Астане (в тенге)	4 160 354	5 710 750
% в Астане к Казахстану	193,4%	193,4%
Средний ВВП на душу населения в Кокшетау (в тенге)	1 444 394	1 982 661
% в Кокшетау к Казахстану	67,1%	67,1%

Источник: Расчеты THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и оценках Туризм Экономикс.

⌚ Затем этот процент увеличения или уменьшения был умножен на ранее рассчитанный процент семей в Казахстане с доходом более 45 000 долл. США.

Таблица A2.4.1.III: Процент семей с доходом свыше 45 000 долл. США

	2015	2020
Соотношение Казахстана	4,1%	7,5%
Соотношение Астаны	7,9%	14,6%
Соотношение Кокшетау	2,7%	5,1%

Источник: по оценке THR

⌚ Этот расчетный процент представляет собой семейства с доходом свыше указанной суммы денег в каждом городе. Для того чтобы узнать их точное количество необходимо было сначала рассчитать общее количество семейных единиц для каждого города.

⌚ Коэффициент городской занятости 3,5 был принят в качестве ссылки для Казахстана. Таким образом, мы разделили общую численность населения каждого города на этот коэффициент.

Таблица A2.4.1.IV: Количество семейных единиц

	2015	2020
Коэффициент городской занятости	3,5	3,5
Население в Астане	900 362	1 240 349
Число семейных единиц в Астане	257 246	354 385
Население в Кокшетау	138 586	141 555
Число семейных единиц в Кокшетау	39 596	40 444

Источник: Расчеты THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан

⌚ Как только найдено число семейных единиц, мы, в итоге, умножили их на процент семей, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США в каждом городе, и после коррекции ВВП на душу населения:

Таблица A2.4.1.V: Число семей с доходом свыше 45 000 долл. США в Астане

	2015	2020
Число семей в Астане	257 246	354 385
Коэффициент семей с доходом свыше 45 000 долл. США в Астане	7,9%	14,6%
Число семей в Астане с доходом свыше 45 000 долл. США	20 239	51 610

Источник: Расчеты THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан

Таблица A2.4.1.VI: Число семей с доходом свыше 45 000 долл. США в Кокшетау

	2015	2020
Число семей в Кокшетау	39 596	40 444
Коэффициент семей с доходом свыше 45 000 долл. США в Кокшетау	2,7%	14,6%
Число семей в Кокшетау с доходом свыше 45 000 долл. США	1 082	2 045

Источник: Расчеты THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан

Шаг 2. Вычисление скрытого спроса

На тот момент, когда дестинация начинает предлагать недвижимость, то уже существует скрытый и нереализованный спрос, в связи с отсутствием предложения, удовлетворяющего эти потребности.

Для того, чтобы вычислить такой скрытый спрос THR установил следующие предположения:

- 70% семей, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США, не имеют второго дома на тот момент, когда запускается предложение.
- 25% этих семей, не имеющих еще второго дома, заинтересованы в его приобретении.
- 10% скрытого спроса теряется ежегодно из-за эффекта времени ожидания или потери интереса.
- С помощью таких предположений были выполнены следующие шаги:

⌚ Во-первых, и для каждого города, мы подсчитали число семейств, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США, и не владеющих вторым домом, прежде того как будет доступно предложение Бурабай (2014).

⌚ Из этого результата мы будем принимать только тех, которые действительно заинтересованы в покупке (25%). В случае Астаны, из-за относительного процентного роста ВВП на душу населения, по сравнению со средним значением для страны, мы применили более высокий уровень покупательского интереса (40%). Мы предполагаем, что среда, которая окружает потенциальных искателей второго жилья, увеличит их относительную заинтересованность в покупке.

Таблица A2.4.1.VII: Скрытый спрос в 2014 году

	Астана	Кокшетау
Число семей с доходом свыше 45 000 долл. США	17 596	998
% семей, не владеющих вторым домом	70%	70%
Число семей, не владеющих вторым домом	12 317	699
% семей, заинтересованных в покупке второго дома	40%	25%
Число семей, заинтересованных в покупке второго дома	4 927	175

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

▪ Наконец, 10% скрытого спроса были вычтены в каждый год в связи с вышеупомянутой потерей интереса. В случае Астаны, по той же причине, что и в предыдущем пункте, мы применили более низкий уровень потери спроса (5%).

Таблица A2.4.1.VIII: Скрытый спрос в Астане, 2014-2020 г.г.

	2014	2015	2020
% потенциальных семей, «теряемых» ежегодно		5%	5%
Скрытый спрос в Астане	4 927	4 680	3 622

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Таблица A2.4.1.IX: Скрытый спрос в Кокшетау, 2014-2020 г.г.

	2014	2015	2020
% потенциальных семей, «теряемых» ежегодно		10%	10%
Скрытый спрос в Кокшетау	175	157	93

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Шаг 3. Расчет нового спроса

Наряду с рассчитанным ранее скрытым спросом, каждый год спрос увеличивается за счет появления новых семей, зарабатывающих достаточно средств для покупок. Эта дополнительная группа семей будет представлять собой новый спрос на предложение курортной зоны Бурабай.

Следующие допущения используются для расчета этого нового спроса:

- 90% новых потенциальных семейных единиц не владеют вторым жильем в настоящее время.
- 25% из этих семей, не владеющих вторым жильем, были бы заинтересованы в его покупке.

Ниже приведена специфика этого расчета:

- Начиная с 2015 года, мы рассчитали рост числа семей, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США по отношению к предыдущему году.
- Предполагалось, что 90% этого роста относится к семьям, не имеющим второго дома.
- Наконец 25% этих семей были использованы для того, чтобы вычислить новый спрос. В случае Астаны, как ранее объяснялось, в отношении скрытого спроса, мы применили более высокий процент (40%).

Таблица A2.4.1.X: Новый спрос в Астане 2015-2020 г.г.

	2015	2020
Увеличение семейств, зарабатывающих более 45 000 долл. США	2 643	8 378
% семей, не владеющих второго жилья	90%	90%
Число семей, не владеющих вторым жильем	2 379	7 540
% семей, заинтересованных в покупке второго жилья	40%	40%
Новый спрос в Астане	952	3 016

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Таблица A2.4.1.XI: Новый спрос в Кокшетау 2015-2020 г.г.

	2015	2020
Увеличение семейств, зарабатывающих более 45 000 долл. США	83	226
% семей, не владеющих второго жилья	90%	90%
Число семей, не владеющих вторым жильем	75	204
% семей, заинтересованных в покупке второго жилья	25%	25%
Новый спрос в Кокшетау	19	51

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Таблица A2.4.1.XII: Скрытый и новый спрос в Астане и Кокшетау 2015-2020 г.г.

	2015	2020
Скрытый спрос в Астане	4 680	3 622
Скрытый спрос в Кокшетау	175	157
Скрытый спрос	4 838	3 714
Новый спрос в Астане	952	3 016
Новый спрос в Кокшетау	19	51
Новый спрос	970	3 067
Скрытый и новый спрос	5 808	6 782

Источник: Расчеты THR

Шаг 4. Расчет объема семей, заинтересованных в собственности на природе (или в других продуктах, которые предлагает курортная зона Бурабай)

После расчета скрытого и нового спроса, необходимо знать, сколько семей на самом деле ищет второе жилье на природе или где-то, где можно насладиться одним из туристских продуктов, предлагаемых в курортной зоне Бурабай (гольф, спорт, санатории...).

При оценке туристского спроса в курортной зоне Бурабай, был найден определенный процент интереса для каждого продукта. Для того чтобы рассчитать объем семей, имеющих интерес в указанных конкретных продуктах, мы применили те же самые методы.

Поэтому:

- 52% людей будут заинтересованы в собственности, находящейся на природе.
- Ожидается увеличение объема в связи с разработкой новых продуктов, и, по оценкам, начнется с 10% в 2015 году и дойдет до 30% в 2020 году.

Таблица A2.4.1.XIII: Семьи, заинтересованные в собственности на природе (или в других продуктах, предлагаемых курортной зоной Бурабай)

	2015	2020
Скрытый и новый спрос	5 808	6 782
% заинтересованных в природе	52%	52%
% интереса к другим продуктам	10%	30%
Семьи, заинтересованные в собственности на природе (или в другом продукте)	3 601	5 561

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Шаг 5. Расчет объема семей, заинтересованных в собственности в Республике Казахстан

Из тех, кто интересуется собственностью на природе (или другими продуктами, предлагаемыми курортной зоной Бурабай), необходимо найти тех, кто на самом деле заинтересован в покупке недвижимости в Казахстане.

- Согласно интервью, проведенным в Казахстане, казахстанский народ приобретает национальную собственность, а не международную, в 90% случаев.

Таблица A2.4.1.XIV: Семьи, заинтересованные во владении собственностью в Республике Казахстан

	2015	2020
Семьи, заинтересованные в собственности на природе (или в другом продукте)	3 601	5 561
% интереса к Казахстану	90%	90%
Семьи, заинтересованные во владении собственностью в Республике Казахстан	3 241	5 005

Источник: Анализ THR, основанный на опыте туроператоров и туристских агентств.

Шаг 6. Оценка потенциального спроса на второе жилье в курортной зоне Бурабай.

Наконец, необходимо оценить, какой будет объем искателей второго жилья, которых сможет привлечь курортная зона. Для того, чтобы выполнить эту оценку THR поступил следующим образом:

- Согласно интервью, проведенным в Казахстане, в настоящее время Бурабаю принадлежит около 80% внутренних поездок с целью отдыха населения Астаны.
- Если предположить, что предложение курортной зоны Бурабай значительно улучшится, то разумно ожидать увеличения этой доли рынка до 85% в 2015 году и до 90% в 2020 году.
- Таким образом, после применения этой доли на рынке к ранее рассчитанному объему семей, заинтересованных в покупке второго жилья в Казахстане, можно получить оценку потенциального спроса в курортной зоне Бурабай.

Таблица A2.4.1.XV: Потенциальный объем спроса на второе жилье из городов в пределах менее 3-х часов пути до Бурабая

	2015	2020
Семьи, заинтересованные иметь собственность в Республике Казахстан	3 241	5 005
Доля рынка Бурабай	85%	90%
Семьи, заинтересованные иметь собственность в Бурабае	2 755	4 504

Источник: Анализ THR, основанный на опыте туроператоров и туристских агентств.

2.4.2. Искатели второго жилья, живущие в городе в пределах 3-6 часов на машине до Бурабая

В окрестностях Бурабая, в пределах 3-6 часов езды, THR выявил следующие города, которые могут генерировать потенциальных искателей второго жилья: Петропавловск, Костанай и Караганда в Казахстане и город Омск на границе с Россией.

Шаг 1. Расчет объема семейств, зарабатывающих более 45 000 долл. США

Как и в случае с Астаной и Кокшетау, первым шагом было рассчитать объем семейств, зарабатывающих более 45 000 долл.США в Петропавловске, Костанае и Караганде. Методика такая же, как и та, что использовалась для Астаны и Кокшетау. Как и в случае Кокшетау, у нас не было доступа к ВВП на душу населения для каждого города, и поэтому мы использовали данные по региону.

Таблица А2.4.2.I: Семьи с доходом свыше 45 000 долл. США в Петропавловске

	2015	2020
% семей в Казахстане, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США	4,1%	7,5%
% разницы в ВВП на душу населения в Петропавловске к Казахстану	69,5%	69,5%
% семей в Петропавловске, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США	2,8%	5,2%
Число семейств в Петропавловске	58 911	60 064
Семьи с доходом свыше 45 000 долл. США в Петропавловске	1 665	3 143

Источник: Расчеты THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан, а также отчета «Образ жизни потребителей в Республике Казахстан», Euromonitor, июль 2011 г.

Таблица А2.4.2.II: Семьи с доходом свыше 45 000 долл. США в Костанае

	2015	2020
% семей в Казахстане, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США	4,1%	7,5%
% разницы в ВВП на душу населения в Костанае к Казахстану	80%	80%
% семей в Костанае, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США	3,3%	6,0%
Число семейств в Костанае	62 237	62 928
Семьи с доходом свыше 45 000 долл. США в Костанае	2 025	3 789

Источник: Расчеты THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан, а также отчета «Образ жизни потребителей в Республике Казахстан», Euromonitor, июль 2011 г.

Таблица А2.4.2.III: Семьи с доходом свыше 45 000 долл. США в Караганде

	2015	2020
% семей в Казахстане, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США	4,1%	7,5%
% разницы в ВВП на душу населения в Караганде к Казахстану	106,4%	106,4%
% семей в Караганде, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США	4,3%	8,0%
Число семейств в Караганде	140 426	148 452
Семьи с доходом свыше 45 000 долл. США в Караганде	6 081	11 899

Источник: Расчеты THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан, а также отчета «Образ жизни потребителей в Республике Казахстан», Euromonitor, июль 2011 г.

В случае Омска, поскольку не было возможности получить достоверные данные, то было сделано предположение, что туристы Омска ведут себя таким же образом, как и туристы из Астаны, из-за сходства в отношении населения и экономического развития. Таким образом, прикладная методология выглядит следующим образом:

- Данные о населении Омска в 2010 году были взяты в Федеральной службе государственной статистики России. Чтобы оценить его рост, был применен прогнозируемый рост, который экономический туризм анализировал для России.
- Число семей было рассчитано с использованием 3,5 коэффициента городской занятости.
- Наконец, процент семей, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США в Астане, был применен для Омска.

Таблица A2.4.2.IV: Семьи с доходом свыше 45 000 долл. США в Омске

	2015	2020
% семей в Астане, зарабатывающих свыше 45 000 долл. США	7,9%	14,6%
Число семей в Омске	328 011	325 188
Семьи с доходом свыше 45 000 долл. США в Омске	25 806	47 358

Источник: Анализ THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан, Федеральной службы государственной статистики России и оценках экономических данных по туризму.

Шаг 2. Расчет скрытого спроса

Для того, чтобы вычислить скрытый спрос, были использованы те же предположения, что и в случае Астаны и Кокшетау.

Для городов Омск и Караганда, в связи с высоким уровнем их экономического развития, мы применили более высокие процентные ставки при приобретении второго жилья (таким же образом, как это было сделано в случае Астаны).

Таблица A2.4.2.V: Скрытый спрос в 2014 году

	Петропавловск	Костанай	Караганда	Омск
Число семей с доходом свыше 45 000 долл. США	1 538	1 873	5 574	23 950
% семей, не владеющих вторым домом	70%	70%	70%	70%
Число семей, не владеющих вторым домом	1 076	1 311	3 902	16 765
% семей, заинтересованных в покупке второго жилья	25%	25%	40%	40%
Число семей, заинтересованных в покупке второго жилья	269	328	1 561	6 706

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

При таком расчете также учитывались 10% потерянного спроса, уменьшенные для Караганды и Омска до 5%.

Таблица A2.4.2.VI: Скрытый спрос в Петропавловске и Костане 2014-2020 г.г.

	2014	2015	2020
% потенциальных семей, теряемых ежегодно		10%	10%
Скрытый спрос в Петропавловске	269	242	143
Скрытый спрос в Костане	328	295	174

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Таблица A2.4.2.VII: Скрытый спрос в Караганде и Омске 2014-2020 г.г.

	2014	2015	2020
% потенциальных семей, теряемых каждый год		5%	5%
Скрытый спрос в Караганде	1 561	1 483	1 147
Скрытый спрос в Омске	6 706	6 371	4 930

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Шаг 3. Расчет нового спроса

Новый спрос был рассчитан по тому же методу, как и ранее для Астаны и Кокшетау. Как и в случае Астаны, для Караганды и Омска, были применены 40% заинтересованности в приобретении второго жилья.

Таблица A2.4.2.VIII: Новый спрос в Петропавловске 2015-2020

	2015	2020
Рост числа семей с доходом свыше 45 000 долл. США	128	347
% семей, не владеющих вторым домом	90%	90%
Число семей, не владеющих вторым домом	115	312
% семей, заинтересованных в приобретении второго жилья	25%	25%
Новый спрос в Петропавловске	29	78

Источник: Анализ TNR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Таблица A2.4.2.IX: Новый спрос в Костанае 2015-2020

	2015	2020
Рост числа семей с доходом свыше 45 000 долл. США	152	413
% семей, не владеющих вторым домом	90%	90%
Число семей, не владеющих вторым домом	137	371
% семей, заинтересованных в приобретении второго жилья	25%	25%
Новый спрос в Костанае	34	93

Источник: Анализ TNR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Таблица A2.4.2.X: Новый спрос в Караганде 2015-2020

	2015	2020
Рост числа семей с доходом свыше 45 000 долл. США	507	1 390
% семей, не владеющих вторым домом	90%	90%
Число семей, не владеющих вторым домом	456	1 251
% семей, заинтересованных в приобретении второго жилья	40%	40%
Новый спрос в Караганде	182	500

Источник: Анализ TNR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Таблица A2.4.2.XI: Новый спрос в Омске 2015-2020

	2015	2020
Рост числа семей с доходом свыше 45 000 долл. США	1 856	4 972
% семей, не владеющих вторым домом	90%	90%
Число семей, не владеющих вторым домом	1 670	4 475
% семей, заинтересованных в приобретении второго жилья	40%	40%
Новый спрос в Омске	668	1 790

Источник: Анализ TNR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Таблица A2.4.2.XII: Скрытый и новый спрос в казахских городах 2015-2020

	2015	2020
Скрытый спрос в казахских городах	2 020	1 464
Новый спрос в казахских городах	245	671
Скрытый и новый спрос в казахских городах	2 265	2 136

Источник: Расчеты THR

Таблица A2.4.2.XIII: Скрытый и новый спрос в Омске 2015-2020

	2015	2020
Скрытый спрос в Омске	6 371	4 930
Новый спрос в Омске	668	1 790
Скрытый и новый спрос в Омске	7 039	6 719

Источник: Расчеты THR

Шаг 4. Расчет объема семей, заинтересованных в собственности на природе (или других продуктах, предлагаемых в курортной зоне Бурабай)

Коэффициент заинтересованности во втором жилье на природе, о котором ранее уже говорилось, и других продуктах, предлагаемых в курортной зоне Бурабай, будет также применяться в этом случае.

Таблица A2.4.2.XIV: Семьи, заинтересованные в собственности на природе, из казахских городов (или в других продуктах, предлагаемых курортной зоной Бурабай)

	2015	2020
Скрытый и новый спрос в казахстанских городах	2 265	2 136
% заинтересованности в природе	52%	52%
% заинтересованности к другим продуктам	10%	30%
Семьи, заинтересованные в собственности на природе (или в других продуктах) из казахских городов	1 404	1 751

Источник: Анализ THR, основанный на данных от «IPK International» и предположениях THR

Таблица A2.4.2.XV: Семьи, заинтересованные в собственности на природе, из Омска (или в других продуктах, предлагаемых курортной зоной Бурабай)

	2015	2020
Скрытый и новый спрос в Омске	7 039	6 719
% заинтересованности в природе	52%	52%
% заинтересованности по сравнению с другими продуктами	10%	30%
Семьи, заинтересованные в собственности на природе (или в других продуктах) из Омска	4 364	5 510

Источник: Анализ THR, основанный на данных от «IPK International» и предположениях THR

Шаг 5. Расчет объема семей, заинтересованных в приобретении собственности в Казахстане

Для городов Казахстана были применены вышеупомянутые 90% интереса к собственности в Республике Казахстан. С другой стороны, 60% интереса были оценены для Омска, на основе его близости к стране и вызывающего

интерес предложения, которое он имеет благодаря близкому расстоянию (курортная зона Бурабай).

Таблица А2.4.2.XVI: Семьи в казахских городах, заинтересованные в собственности в Республике Казахстан

	2015	2020
Семьи, заинтересованные в собственности на природе (или в других продуктах) из казахских городов	1 404	1 751
% заинтересованности в Казахстане	90%	90%
Семьи в казахских городах, заинтересованные в собственности в Казахстане	1 264	1 576

Источник: Анализ THR, основанный на опыте туроператоров и туристских агентств.

Таблица А2.4.2.XVII: Семьи в Омске, заинтересованные в собственности в Республике Казахстан

	2015	2020
Семьи, заинтересованные в собственности на природе (или в других продуктах) в Омске	4 364	5 510
% заинтересованности в Казахстане	60%	60%
Семьи в Омске, заинтересованные в собственности в Казахстане	2 618	3 306

Источник: Анализ THR, основанный на опыте туроператоров и туристских агентств.

Шаг 6. Оценка потенциального спроса на второе жилье в Регионе Бурабай

Наконец, была оценена доля рынка курортной зоны Бурабай по сравнению с потенциальными искателями второго жилья.

- Проанализированные казахские города, имеют другие варианты, подобные тому, что предлагает Бурабай, но на более коротком расстоянии, поэтому THR оценил то, что доля рынка будет составлять 25% в 2015 году, увеличившись до 37,5% в 2020 году, в связи с появлением нового предложения и развитием региона.

- В случае Омска, из-за своей близости к Бурабаю и отсутствию других подобных мест в окрестностях, THR оценил долю рынка 30% в 2015 году, которая увеличится до 55% в 2020 году.

Таблица А2.4.2.XVIII: Потенциальный объем спроса на второй дом из городов 6 часов до Бурабая

	2015	2020
Семьи в казахских городах, заинтересованные в собственности в Казахстане	1 264	1 576
Доля рынка Бурабай	25,0%	37,5%
Семьи в казахских городах, заинтересованные в собственности в Бурабае	316	591
Семьи в Омске, заинтересованные в собственности в Казахстане	2 618	3 306
Доля рынка Бурабай	30,0%	55,0%
Семьи в Омске, заинтересованные в собственности в Бурабае	786	1 818
Семьи, заинтересованные в собственности в Бурабае	1 102	2 409

Источник: Анализ THR, основанный на опыте туроператоров и туристских агентств.

2.4.3. Искатели второго жилья из остальной части Казахстана

Следующая и последняя группа происхождения формируется из остальных семейств Казахстана. Процесс оценки его объема был похож на предыдущие.

Шаг 1. Расчет объема семейств, зарабатывающих свыше 60 000 долл. США

В случае семей, прибывающих из городов дальше 6 часов на машине, ожидается, что можно лететь самолетом для того, чтобы достичь места назначения. По этой причине мы решили увеличить минимальный бюджет искателей второго жилья до 60 000 долл. США. Для того, чтобы рассчитать этот объем мы использовали следующий метод:

- Из того же отчета, который упоминался ранее, мы получили объем семей в Республике Казахстан, с доходом свыше 60 000 долл. США.

Таблица A2.4.3.I: Семейства с доходом свыше 60 000 долл. США в Казахстане

	2015	2020
Население в Казахстане	5 309 000	5 537 000
Семейства с доходом свыше 60 000 долл. США	148 800	261 000
% семей с доходом свыше 60 000 долл. США	2,8%	4,7%

Источник: Расчеты THR, основанные на данных Агентства по статистике Республики Казахстан и отчета «Образ жизни потребителей в Республике Казахстан», Euromonitor, июль 2011 г.

- После этого необходимо было вычесть те семьи в казахских городах, с уже изученным доходом свыше 60 000 долл. США. Таким образом, те же вычисления которые мы делали при расчете семейств с доходом свыше 45 000 долл. США, пришлось повторить для каждого города.

Таблица A2.4.3.II: Процент семей, зарабатывающих свыше 60 000 долл. США

	2015	2020
Коэффициент Казахстана	2,8%	4,7%
Коэффициент Астаны	5,4%	9,1%
Коэффициент Кокшетау	1,9%	3,2%
Коэффициент Петропавловска	1,9%	3,3%
Костанай	2,2%	3,8%
Караганда	3,0%	5,0%

Источник: Анализ THR

- Уже имея этот объем семей, его значение вычли из общего объема в Казахстане.

Таблица А2.4.3.III: Число семей с доходом свыше 60 000 долл. США в остальной части Казахстана

	2015	2020
Число семей с доходом свыше 60 000 долл. США в изучаемых казахских городах	21 418	45 369
Число семей с доходом свыше 60 000 долл. США в остальной части Казахстана	127 382	215 631

Источник: Анализ THR, основанный на данных Агентства по статистике Республики Казахстан

Шаг 2. Расчет скрытого спроса

Для того, чтобы вычислить скрытый спрос, общее соотношение владения вторым жильем и интерес по его покупке было применено в отношении остальных семейств Казахстана.

Таблица А2.4.3.IV: Скрытый спрос в остальной части Казахстана в 2014 г.

	Остальная часть Казахстана
Число семей с доходом свыше 60 000 долл. США	116 460
% семей, не владеющих вторым домом	70%
Число семей, не владеющих вторым домом	81 522
% семей, заинтересованных в покупке второго жилья	25%
Число семей, заинтересованных в покупке второго жилья	20 380

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Также были использованы 10% ежегодных потерь потенциального спроса.

Таблица А2.4.3.V: Скрытый спрос в остальной части Казахстана в 2014-2020 г.г.

	2014	2015	2020
% потенциальных семейств, теряемых ежегодно		10%	10%
Скрытый спрос в остальной части Казахстана	20 380	18 342	10 831

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Шаг 3. Расчет нового спроса

Новый спрос был рассчитан также на основе международных коэффициентов собственности и интереса по покупке второго жилья.

Таблица А2.4.3.VI: Новый спрос в остальной части Казахстана 2015-2020 г.г.

	2015	2020
Увеличение семейств, зарабатывающих свыше 60 000 долл. США	10 922	22 561
% семей, не владеющих вторым домом	90%	90%
Число семей, не владеющих вторым домом	9 830	20 305
% семей, заинтересованных в приобретении второго жилья	25%	25%
Новый спрос в остальной части Казахстана	2 457	5 076

Источник: Анализ THR, основанный на основных коэффициентах в отрасли и собственных предположениях

Таблица А2.4.3.VII: Скрытый и новый спрос в остальной части Казахстана 2015-2020 г.г.

	2015	2020
Скрытый спрос в остальной части Казахстана	18 342	10 831
Новый спрос в остальной части Казахстана	2 457	5 076
Скрытый и новый спрос в остальной части Казахстана	20 800	15 907

Источник: Анализ THR

Шаг 4. Расчет объема семей, заинтересованных в собственности на природе (или других продуктах, предлагаемых в курортной зоне Бурабай).

Как и ранее, было подсчитано, что 52% людей будут заинтересованы в собственности на природе, и эта доля будет увеличиваться за счет разработки новых продуктов с 10% в 2015 году до 30% в 2020 году.

Таблица А2.4.3.VIII: Семьи, заинтересованные в собственности на природе (или в других продуктах, предлагаемых курортной зоне Бурабай)

	2015	2020
Скрытый и новый спрос в остальной части Казахстана	20 800	15 907
% заинтересованности в природе	52%	52%
% заинтересованности по сравнению с другими продуктами	10%	30%
Семьи, заинтересованные в собственности на природе (или в других продуктах)	12 896	13 044

Источник: Анализ THR, основанный на данных от «IPK International» и предположениях THR

Шаг 5. Расчет объема семей, заинтересованных в собственности в Казахстане

Ожидается, что 90% семей в остальной части Казахстана будут заинтересованы в собственности на родной земле.

Таблица А2.4.3.IX: Семьи, заинтересованные в собственности в Казахстане

	2015	2020
Семьи, заинтересованные в собственности на природе (или в других продуктах)	12 896	13 044
% интереса к Казахстану	90%	90%
Семьи, заинтересованные в собственности в Казахстане	11 606	11 740

Источник: Анализ THR, основанный на опыте туроператоров и туристских агентств.

Шаг 6. Оценка потенциального спроса на второе жилье в курортной зоне Бурабай

В результате, из-за расстояния до Бурабая из других мест в остальной части Казахстана, а также разнообразных предложений других подобных направлений, THR оценивает, что курортная зона Бурабай будет иметь 0,5% доли рынка в 2015 году, увеличив ее до 3% в 2020 году.

Таблица А2.4.3.X: Потенциальный объем спроса на второй дом остальной части Казахстана для Бурабая

	2015	2020
Семьи, заинтересованные в недвижимости в Казахстане	11 606	11 740
Доля рынка Бурабая	0,5%	3,0%
Семьи, заинтересованные в недвижимости в Бурабае	58	352

Источник: Анализ THR, основанный на опыте туроператоров и туристских агентств.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3. БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

3.1 Определение бизнес-модели

Преимущества разработки бизнес-модели

Для того чтобы определить целевую стратегию области Бурабай и бизнес-модели 1-го и 2-го девелопера, мы будем использовать всемирно признанную методологию построения бизнес-моделей (Остервальдер/Osterwalder). Этот метод прост, актуален и легок в понимании, хотя он и не упрощает сложности того, как функционирует предприятие. Модель охватывает девять блоков, необходимых чтобы объяснить четыре основных направления бизнеса: клиенты, предложение, инфраструктура и экономическая эффективность (самоокупаемость проекта). Эти девять компонентов описаны ниже:

Таблица А3.1.1: Схематическое представление Бизнес-модели



Источник: Разработано THR согласно определению построения бизнес-моделей А.Остервальдера

Целевые сегменты/клиенты. Это относится к определению разных групп потребителей, которых бизнес стремится обслужить. Он включает в себя полный анализ наиболее привлекательных целевых сегментов (гео-рынки, социально-демографические характеристики, образ жизни и т.д.) и определение их потребностей для успешного решения в дальнейшем.

Ценностное предложение. Предложения представляют собой совокупность продуктов и услуг, которые создают ценность для различных сегментов целевой аудитории. Среди прочих он отвечает на такие вопросы как:

Какую ценность мы несем потребителям? По каким вопросам мы помогаем нашим потребителям? В ценностных предложениях определяются стратегические измерения и отличительное качество курортной зоны.

Каналы. Определение того каким образом компания планирует эффективно устанавливать и поддерживать связи с разными сегментами потребителей в целях успешного предоставления ценностных предложений. Это включает в себя описание различных рыночных каналов для коммуникаций, продаж и распределений.

Взаимоотношения с клиентами. Этот элемент определяет тип отношений между клиентом и туристской дестинацией: привлечение потребителей, сохранение и обеспечение более высоким качеством продукта. В зависимости от отношений будут развиваться определенные стратегии.

Ключевые ресурсы. Эта часть описывает наиболее важные средства необходимые для работы бизнес модели, для создания ценностных предложений, для поддержания взаимоотношений с клиентами и получения выгоды. План и разработка отелей, недвижимости, полей для гольфа, побережья, мест для отдыха, транспортных инфраструктур и т.д. включены в этот элемент бизнес-модели.

Основные виды деятельности. Всем компаниям требуются множество видов деятельности для успешного бизнеса. Планировка, маркетинг, управление и т.п. процессы продажи и управления курортом включены в эту секцию.

Основные партнеры для развития и управления курортной зоной: инвесторы, управляющие гостиницей, работники гольф клуба, работники в сфере развлечения на побережьях, агентства по управлению, партнеры по продажам и т.д.

Стоимость и источник доходов. Относится к экономическому и социальному воздействию на регион, где и рассматривается развитие курортной зоны. Убытки и доходы в этой сфере развития будут вычисляться, и таким образом будет выясняться рентабельность всего бизнеса.

3.2 Ориентировочные цены в е

3.2 Политика ценообразования в гостиничном бизнесе

А. Ценовая политика отелей

ТНР разработал первоначальный диапазон цен, которые могут быть применимы для гостиниц курортной зоны Бурабай в зависимости от уровня качества. Эта оценка устанавливает только начальную базу, и будущие цены будут варьироваться в зависимости от различных переменных:

- Типология отеля
- Время года
- Цель
- Корпоративная политика гостиничных операторов
- И т.д.

Для того, чтобы установить такие рамки политики ориентировочных гостиничных цен, мы сравнили текущие гостиничные цены в Бурабае и в Астане для различных категорий гостиниц (от 5-звездочных гостиниц высшей категории до 1-звездочных небольших гостиниц).

Таблица 3.2.I: Категории цен за одноместный номер за ночь, без учета стоимости регистрационного сбора

	тенге		Долл. США	
	Бурабай	Астана	Бурабай	Астана
★★★★★	T20909+	T 35000+	138+ долл. США	231+ долл. США
★★★★	T13636-20909	T 13030-35000	90-138 долл. США	86-231 долл. США
★★★	T 12576-14545	T 7121-25455	83-96 долл. США	47-168 долл. США
★★	T5151-10454	T 8636-10758	34-69 долл. США	57-71 долл. США
★	До T4242	До T4500	До 28 долл. США	До 29,7 долл. США

Источник: Разработано Компанией ТНР на основании различных источников

Таблица 3.2.II: Средняя стоимость одноместного номера за ночь, без учета стоимости регистрационного сбора

	тенге		Долл. США	
	Бурабай	Бурабай	Бурабай	Астана (долл. США)
★★★★★	T 22273	T 63939	147 долл. США	422 долл. США
★★★★	T 16212	T 19848	107 долл. США	131 долл. США
★★★	T 13030	T 13636	86 долл. США	90 долл. США
★★	T 7121	T 9394	47 долл. США	62 долл. США
★	T 3333	До T4500	22 долл. США	До 29,7 долл. США

Источник: Разработано Компанией ТНР на основании различных источников

ТНР считает, что как и в отношении недвижимости, цены в курортной зоне Бурабай будут приближены к ценам в Астане из-за растущего качества

услуг и нового предложения, которые будут созданы в регионе. В следующей таблице мы устанавливаем классы для каждой категории гостиниц:

Таблица 3.2.III: Ожидаемые цены за одноместный номер за ночь, без учета стоимости регистрационного сбора

	Бурабай (тенге)	Бурабай (долл. США)
★★★★★	T36000+	300-450 долл. США
★★★★	T22473-37450	150-250 долл. США
★★★	T13500-27000	90-180 долл. США
★★	T7500-10500	50-70 долл. США

Источник: Разработано Компанией THR

Б. Политика ценообразования на недвижимое имущество

Как видно из анализа рынка, цены на недвижимость варьируются в различных регионах Казахстана, начиная от дестинаций дорогих городов, таких как Алматы, до сельских регионов, которым можно в настоящее время считать Бурабай. Рассмотрим сейчас примеры Астаны и Алматы в 2009 году.

Таблица 3.2.IV: Цены на недвижимое имущество в Астане и Алматы, 2009 год

	Астана		Алматы	
	2009	2011 ¹	2009	2011 ²
Первичная недвижимость	1.126 долл. США/ кв. м	1.303 долл. США/ кв.м	1.593 долл. США/кв.м	1.843 долл. США/кв.м
Вторичная недвижимость	1.033 долл. США/ кв.м	1.195 долл. США/ кв.м	1.381 долл. США/кв.м	1.598 долл. США/кв.м

Источник: Агентство по статистике Центральной Азии и Казахстана Business Resource и расчеты THR

После ожидаемой разработки, которая будет проведена, и уровня предоставляемых услуг будущие проекты по недвижимости в курортной зоне Бурабай могут приближаться к фактическим ценам Астаны, составляя, таким образом, цены от 1,500 до 2,000 долл. США за квадратный метр.

В случае если разработка потенциальных курортов включает в себя виллы или другие элитные жилые единицы, то важно учитывать их дифференцированное ценовое поведение. Эта типология жилья, которая подразумевает большее количество квадратных метров на единицу, как правило, оценивается дороже, чем другая недвижимость. Таким образом, мы предполагаем, что отпускные цены на виллы будут между 1,750 и 2,500 долл. США за кв.м.

¹ 2011 Цены были рассчитаны с учетом среднегодовой инфляции 2010 и 2011 г.г. в Казахстане по ценам 2009 года

² 2011 Цены были рассчитаны с учетом среднегодовой инфляции 2010 и 2011 г.г. в Казахстане по ценам 2009 года

ПРИЛОЖЕНИЕ 4: ПОДРОБНОЕ ОПИСАНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ КУРОРТА БУРАБАЙ

В следующем разделе представлено детальное описание каждого из пятидесяти полученных впечатлений. Последующая структура немного отличается от Малых и Средних полученных впечатлений. Однако, главные и крупные полученные впечатления имеют одинаковую структуру, которая состоит из стандартной схемы, включая следующие подразделы:

Описание: состоит из детального описания каждого опыта (вида отдыха).

Типология: описывает компоненты обучения с элементами игры, эскаписта, развлечения и эстетика таким образом, что каждый опыт оценивается по шкале от 1 до .5

Целевая аудитория: описывает уровень, к которому каждый опыт обращен, оценивает по шкале от 1 до 5

Цена: цена опыта (вида отдыха) может быть описана как бесплатно, низкая, средняя или высокая.

Период: описывает время или времена года, когда каждый опыт может быть приобретен: осень, зима, весна и лето.

Длительность: описывает длительность, которую вовлекает опыт. Существует 4 возможные категории: 1-4 часа, полдня, один день и более, и долгий период.

Необходимая инфраструктура: описывает инфраструктуру, которая необходима для развития каждого опыта (вида отдыха).

Ответственность: определяет агент(а)/(ов), которые ответственны за каждый опыт.

Связанные опыты(вида отдыха) : определяет другие опыты (виды отдыха), которые связаны с конкретными описанными опытами. Источник связи может быть объяснен, потому что они имеют такую же цель, основаны на том же ключевом ресурсе, развиваются в течение того же периода года и т.д.

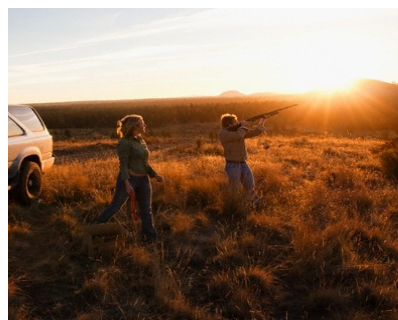
А. 5 главных полученных впечатлений для Бурабая



Звездные ночи в
юрточном лагере



Гольф-турнир Казахстана



Стрелковое искусство



Прыжки на лыжах с
трамплина



Мероприятия Бурабай
360°, 24/7

1. ЗВЕЗДНЫЕ НОЧИ В ЮРТОЧНОМ ЛАГЕРЕ

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Спортивные мероприятия включают: горные восхождения, походы в горы.
- Туристам должна быть предоставлена информация о маршрутах (с описанием цветовой маркировки, указанием уровней маршрутов, приблизительной продолжительности и т.д.)
- Кроме того, в будущем может быть разработана подробная карта-схема маршрутов.
- Туристы могут отправиться в поход или на восхождение либо самостоятельно или с гидом.
- Предусматривается одна ночевка в лагере в юртах.
- В лагере с юртами должно быть организовано питание (ресторан).
- Юрты должны быть комфортабельно оборудованы (как гостиничный номер), в них должны быть обеспечены: ванная комната, электричество, вода и т.д.

- Это уникальный лагерь с юртами с отличным качеством услуг в Казахстане.
- Здесь кристально чистый воздух.
- Пешие маршруты специально разработаны с учетом мест для разбивки лагеря.

- Пешие маршруты
- Специальные маршруты для инвалидов-колясочников.
- Лагерь с юртами.

Организация по управлению
курортной зоной Бурабай (ОУКЗБ)

Цена

Период

Продолжительность

■ Высокий		■ Весна, лето		■ Один день и более					
Дополнительные виды деятельности									
■ Пешие прогулки и треккинг в Бурабай (9) ■ Burabiking (ездить на велосипеде)! (10) ■ Триатлон в Бурабае (28) ■ Пикник на природе с семьей (27) ■ Пейнтбол в Бурабае (31)									
Тип				Конкретная задача					
Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди		
	Очень низкий		Низкий		Средний		Высокий		Очень высокий

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Если Вы хотите открыть для себя реальный Бурабай, это Ваши полученные впечатления. Восхождение в горы этого легендарного природного парка и прогулки в пышных сосновых лесах, раскинувшихся на тысячи километров этой удивительной местности даст Вам ощущения погружения в природу.

Вся система детальных маршрутов будет доступна Вам. Каждый маршрут состоит из детальных участков посредством разнообразия ландшафтов курортной зоны Бурабай, где вы сможете насладиться дикой красотой озер, холмов и лесных зон, как с вашими друзьями, так и с вашей половинкой.

В течение Вашего приключения Вы найдете некоторые пометки различных цветов на деревьях. Каждый цвет означает различный уровень сложности и усилий. Будьте уверены, что вы следуете за правильным деревом!

Так же вы будете обеспечены картой, включая различные путеводители и их специфические особенности, такие как точки обзора. На этом пути у Вас будет вся информация до начала опыта.

В течение дня, помимо отметок на деревьях, группа информативных знаков в путеводителе поможет вам понять все, что Вы увидите, углубляя Ваши знания о Бурабае и делая уникальным и запоминаемым каждый момент времени, потраченного на этом пути.

И если этого будет недостаточно, другой звездный ингредиент включен в этот главный опыт: шанс проведения ночи в окружении живописного пейзажа. С этой целью необходима только одна вещь: юрта. Но что такое юрта?

Юрта – это жилищная структура с деревянной основой, которая типична для Казахстана, идеально подходящая местным условиям и традиционному способу жизни. Она используется с 13-го века казахскими кочевниками. Как себя чувствовали люди в прошлом, живя в таких уникальных конструкциях? Хватит думать: вы сможете найти ответ лично!

В конце дня, вы найдете лагерь таких традиционных казахских конструкций, который хоть на один раз станут местом отдыха и восстановления энергии до конца Вашего пребывания. Никаких кирпичей, никакого цемента. Только история и традиция, но со всеми современными удобствами!

Расслабление, открытие, контакт с местной культурой и самым невероятным природным окружением являются предлагаемыми ингредиентами опыта *Звездных ночей в юрте*. Не каждый сможет сказать каково переночевать в юрте!

2. ГОЛЬФ-ТУРНИР КАЗАХСТАНА

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Проведение публичных и спортивных мероприятий: Гольф-турнир Казахстан Мастерс.
- Особое внимание должно уделяться гостям мероприятий.
- Гости должны провести день в гольф-центре.
- В гольф-центре должны быть установлены шатры для спонсоров, гольф команд, для проведения конференций и т.д.
- Особо важным гостям (командам по гольфу, известным игрокам, специалистам по гольфу и т.д.) приглашение на мероприятие будет отправлено за 6 месяцев до начала.
- Кроме того, на мероприятие будут приглашены жители Бурабая.
- Услуги баров и ресторанов будут предоставляться на протяжении всего мероприятия.
- Заблаговременно будут заключаться договоры с гостиницами. Должны быть разработаны пакеты услуг для гостей мероприятия (в том числе проживание в гостинице и доступ на мероприятие, например).

- Это уникальное гольф-событие международного характера, которое проводится в Республике Казахстан.
- И здесь есть прекрасные условия как для игроков, так и для гостей турнира.

- Гольф-центр

- ОУКЗБ

Цена	Период	Продолжительность
▪ Средний	▪ Весна, лето	▪ Один день и более

Дополнительные виды деятельности

- «Устойчивый» тур в Бурабае (17)
- Курсы по гольфу для детей (18)
- Пикник на природе с семьей (27)

Тип				Конкретная задача			
Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди
							
	Очень низкий	 Низкий	 Средний	 Высокий		Очень высокий	

Мастера гольфа Казахстана



Опыт гольфа несомненно является одним из ключевых ингредиентов Вашего пребывания на озерах Бурабая. Этот международный спорт идеально отражает дух курортной зоны Бурабай, делая возможным для Вас воссоединиться с окружающей природой, повышая вашу экологическую сознательность о важности природных ресурсов и воды в этой экологически безопасной местности.

Этот уникальный опыт дает Вам возможность стать частью такого стиля жизни, присоединится к Мастерам Гольфа Казахстана на озерах Бурабая.

У Вас будет привилегия насладиться богатым опытом стиля некоторых лучших игроков мира и увидеть, кто станет победителем удивительного турнира, где примет участие сам Президент. Эксклюзивный международный спорт и социальное мероприятие, которое Вы нигде больше не найдете в Казахстане. Здесь вы сможете не только смотреть турнир, но и восхититься многочисленными действиями, тщательно подготовленными и включенными в программу таких социальных мероприятий.

Таким образом, Вы примете участие в изысканном обеде в ресторане Гольфклуба, а услуги бара всегда готовы удовлетворить Ваши потребности, делая возможным достичь абсолютного восторга. У Вас будет шанс поделиться мнением и узнать что-то новое от других любителей гольфа и даже возможность узнать с первых уст личный опыт некоторых самых популярных игроков, участвующих в турнире. Так же будут проводиться игры в гольф для увеличения интереса детей к спорту.

Также существует возможность включения Казахстанского Турнира Мастеров гольфа в Европейский турнир в будущем. Это позиционирует данное мероприятие на тот же уровень, как и многие другие известные мировые гольф-турниры.

Не важно Вы игрок в гольф или просто зритель международного мероприятия, новые Гольф-центры Бурабая в сочетании с самыми захватывающими пейзажами гарантируют Вам полное удовольствие и абсолютно запоминающийся опыт (вид отдыха) в таком исключительном мероприятии в Казахстане.

3. СТРЕЛКОВОЕ ИСКУССТВО

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Что касается применения оружия, существует три различные группы видов деятельности в зависимости от уровня квалификации участника: новички, знатоки и эксперты.
- Для новичков будет представлено определенное теоретическое и практическое обучение, включая не только технику стрельбы, но также и другую информацию, касающуюся подготовки оружия к стрельбе как заряжать и разряжать оружие, и как хранить его в хорошем состоянии.
- Знатоки будут иметь возможность либо получать удовольствие от своего хобби, либо улучшать свои навыки стрельбы на особых курсах, таких как стрельба на дальние дистанции, стендовая стрельба и даже ночная стрельба.
- Экспертам будут предложены сложные трассы и виды деятельности.
- Для тех, кто хочет просто получить удовольствие от разнообразных впечатлений, будет предложена зона для игры в страйкбол.

- Уникальные природные условия для того, чтобы практиковаться в стрельбе
- Стрелковые и охотничьи поселки спроектированы специально для этой цели

- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Наружное стрельбище ▪ Зоны для стрельбы из пневматических винтовок ▪ Площадка для стрельбы по тарелочкам ▪ Зона для игры в перекрестный страйкбол | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Менеджер Центра стрелкового спорта (тира) |
|--|---|

Цена	Период	Продолжительность
▪ Высокая	▪ Весна, лето	▪ Один день или больше

Дополнительные виды деятельности

- Рыбалка в курортной зоне Бурабай (8)
- Ориентировочные приключения по лесу (32)
- Шоу «охота с орлом» (37)
- Езда на лошадях по туристскому направлению (44)

Тип				Конкретная задача			
Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди
							
		<i>Очень низкий</i>		<i>Низкий</i>		<i>Средний</i>	

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Есть те, кто организует и те, кто выходит на площадку самой лучшей стрелковой деревни в Казахстане. Бурабай – это природа, это аутентичность, это традиция. Поэтому это идеальное место для практики этого волнующего и захватывающего вида спорта.

Вы никогда раньше не стреляли из оружия, или же Вы являетесь экспертом в этом вопросе, Стрелковый и охотничий поселок в Бурабае удовлетворит все ваши потребности и ожидания. Приходите и становитесь частью этого профессионального охотничьего клуба в уникальных

природных условиях.

Если Вы хотите впервые попробовать себя в стрельбе, то идеальные преподаватели помогут Вам в этом незабываемом опыте. Вам предоставят четкие инструкции о том, как всегда держать руку на предохранителе, и все это с дозой хорошего юмора, который создаст непринужденную обстановку.

Вы получите абсолютное удовольствие, когда зарядите обойму, нажмете на спусковой крючок, и услышите звук попадания пули в цель.

Если же, с другой стороны, вы уже считаете себя экспертом по части оружия и стрельбы, то Бурабай предлагает идеальное место, чтобы Вы могли насладиться своим хобби, бросая вызов предлагаемым определенным видам деятельности. Возможность научиться справляться с топографией, климатическими параметрами и не только, чтобы сделать особо важный выстрел.

Вы также можете подписаться на один из наших специализированных курсов, на которых можно улучшить определенные навыки, такие как стрельба по двойным и тройным мишеням или стендовая стрельба. Независимо от Ваших настоящих возможностей, мы предложим Вам курс следующего уровня.

Приходите в одиночку, с парой, с друзьями и, возможно, даже с любимыми малышами. Мы гарантируем безопасность, и наши опытные преподаватели уделят внимание запросам каждого.

Это отличная возможность выявить свои диапазоны, получить новые навыки и большое удовольствие от процесса.

4. Прыжки на лыжах с трамплина

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Основное внимание сосредоточено на проведении ежегодного спортивного мероприятия – Шоу по прыжкам на лыжах с трамплина.
- Это мероприятие имеет сильную социальную составляющую для посетителей.
- Гости участвуют в шоу, которое длится приблизительно полдня.
- Во время шоу для посетителей будут доступны многие услуги, в том числе ресторан, бар, а также будут организованы встречи со специалистами по этому виду спорта.
- Гости могут специально приезжать в Бурабай для участия в этом спортивном мероприятии. Для таких гостей необходимо разработать специальный пакет туристских услуг.
- Будут заключаться договоры с гостиницами. Пакет услуг должен включать проживание в отеле и доступ на спортивное шоу для гостей мероприятия. Кроме того, в пакете должна быть предусмотрена транспортировка гостей между лыжным трамплином и близлежащими гостиницами.
- Особо важным гостям (командам по прыжкам на лыжах с трамплина, специалистам по данному виду спорта, специально приглашенным знаменитостям и т.д.) приглашение на мероприятие будет отправлено за 6 месяцев до начала.
- Кроме того, на мероприятие будут приглашены жители Бурабая.

- Здесь есть необыкновенная природа и ландшафт для проведения такого зрелищного мероприятия.
- Инновационный трамплин для прыжков на лыжах.

▪ Трамплин для прыжков на лыжах		▪ ОУДКЗБ ▪ Местный оператор трамплина для прыжков на лыжах
Цена	Период	Продолжительность

▪ Средний		▪ Зима		▪ Полдня					
Дополнительные виды деятельности									
Катание на пончиках (48)									
▪ Встреча нового года в Бурабае (39)									
▪ Водная терапия (48)									
Тип			Конкретная задача						
Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди		
									
	Очень низкий		Низкий		Средний		Высокий		Очень высокий

ПОВЕСТВОВАНИЕ



В Бурабайском районе есть любые природные ресурсы, которые вы только можете себе представить: многочисленные голубые озера, дикие горы, бесконечные золотые пляжи, бескрайние зеленые степи, раскинувшиеся на много километров, и ... серебристым снегом! Континентальная зима делает Бурабай пригодным для воплощения зимней мечты: прыжков на лыжах с трамплина!

Инновационный трамплин для прыжков на лыжах в Бурабайском районе сделает Бурабай местом проведения самого ожидаемого события по зимним видам спорта – шоу по прыжкам на лыжах с трамплина!

Вы можете приехать сюда целой компанией со своими друзьями или с семьей. Это будет прекрасный план, как можно провести незабываемый день в Бурабае.

Трамплин для прыжков на лыжах в Бурабае станет местом, где лыжники со всего мира будут демонстрировать свои невероятные способности зрителям.

Такое захватывающее событие случается только раз в году! Неужели вы хотите его пропустить? Лыжный склон будет окружен шатрами, где будут размещаться рестораны, бары и команды лыжных прыгунов, где у вас будет возможность узнать немного больше об этом необычном зимнем виде спорта.

Закутавшись потеплее, вы будете наслаждаться теплом от чашки горячего шоколада в ваших руках, глядя на лыжников-прыгунов, набирающих скорость на удивительном склоне. А через несколько секунд прыгун на ваших глазах превратится в орла, парящего в небе над Бурабаем. Этот образ запечатлелся в вашей памяти надолго.

В шатрах, установленных вокруг склона, будет полно народу, и там будет кипеть жизнь! Там можно будет перекусить или просто чего-нибудь выпить, или обменяться комментариями со специалистами в данном виде спорта, или просто послушать личные впечатления какого-нибудь знаменитого лыжника-прыгуна. Команда Казахстана по прыжкам на лыжах с трамплина несомненно будет главным героем этого события!

5. МЕРОПРИЯТИЯ БУРАБАЙ 360°, 24/7

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ



- Деятельность включает широкий спектр мероприятий, которые будут проводиться в Бурабае в течение всего года.
- Основное внимание будет уделяться постоянным мероприятиям и видам деятельности, которые будут предлагаться гостям Бурабая.
- В следующем списке представлены мероприятия, одни из которых будут бесплатными, а другие нет.
- Спортивные мероприятия: Турнир по триатлону в Казахстане, международный шахматный турнир,

Казахстанский фестиваль подледной рыбалки, Казахстанский турнир по кокпару (традиционная у кочевников борьба за тушу козла, широко известная в Казахстан), турнир по пляжному футболу, гольф-мастерс Казахстан, фестиваль керлинга (спортивная игра на ледяном озере, в который игроки пускают по льду специальные камни в сторону размеченных на льду четырех кругов-мишеней)

- Гости могут специально приезжать в Бурабай, чтобы принять участие в каком-то конкретном событии, или могут посещать различные мероприятия во время своего пребывания в Бурабае.
- Пакет услуг для гостей, которые хотят приехать в Бурабай, чтобы принять участие в каком-то конкретном мероприятии, должен включать проживание в гостинице и доступ на мероприятие, если это мероприятие платное).
- Гостям должна быть предоставлена информация о других мероприятиях, которые проходят в Бурабае, в том числе о различных видах деятельности, спортивных и других мероприятиях и т.д.

- Большое количество разнообразных объектов и услуг, которые позволяют проводить очень различные мероприятия.
- Близость к Астане.

- Центр проведения мероприятий
- Спортивно-тренировочный центр
- Гольф-центр
- Центр верховой езды
- Яхтенный причал на берегу озера
- Зона для пикников

- ОУДКЗБ

Цена	Период	Продолжительность
▪ Бесплатно, низкая	▪ Круглый год	▪ Полдня, один день и более

Дополнительные виды деятельности

- Празднования наступления весны, лета, осени и зимы (7)
- Путешествие по легендам Бурабай (15)
- Встреча Нового года (39)
- Танцевальные фестивали и соревнования в Бурабае (40)
- Туры по культуре казахского народа (41)

Тип				Конкретная задача			
Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди
●	●	●	●	●	●	●	●

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Бурабайский регион полон жизни круглый год. Скука? Этого слова не существует в Бурабае. Это туристическое направление характеризуется своими неисчислимыми и разнообразными мероприятиями, одно отлично от другого. Предлагая Вам представить все и еще больше, делая невозможным «нечем заняться» в этом природном рае.

Каждые вторые выходные будут проходить мероприятия на различных курортах курортной зоны Бурабай. Они все тщательно продуманы и организованы с главной целью исполнения желаний каждого, сохраняя всегда позицию широких взглядов и приверженности многонациональности.

Каждое мероприятие будет активно проведено и будет увидено гостями только раз в жизни. Каждый на озерах Бурабая будет знать, что происходит что-то грандиозное, и Вы сможете стать частью этого.

Это удивительное многообразие впечатлений стало возможным только благодаря инновационным удобствам, расположенным на всех курортах: Центр Мероприятий, Центр Спорта и Тренировок, Конный центр и многое другое. Каждый из них полностью оснащен необходимым оборудованием.

Музыка, кино, театр, мода... программа мероприятий курортной зоны Бурабай включает в себя немного всего для каждого!

Музыка: Казахстанский фестиваль популярной музыки, Казахстанское состязание акынов (музыкальные дебаты, где участники сменяют друг друга, отвечая друг другу посредством импровизированных куплетов, аккомпанируемых мелодией домбры), Музыкальные выходные Домбры (домбра – национальный инструмент Казахстана), Международный музыкальный фестиваль «Музыка на воде» (круглый год).

Кино: Фестиваль фильмов им. Айманова (Шакен Айманов был главной фигурой Казахской киноиндустрии в течение поствоенного советского периода).

Театр: Выходные Казахского театра.

Литература: Выходные айтысов (поэтические дуэли двух исполнителей на домбре).

Фотография: Международный Конгресс Фотографии.

Природа: Ботанические Выходные Казахстана, Экологические чистые выходные, Сезонные фестивали (включая фестиваль Наурыз).

Инвестирование: Ярмарка Роскошной недвижимости.

Танцы: Международные день танцев (29 Апреля), Выходные Оперы и Балета.

Спорт: Казахстанский турнир по триатлону, Международный чемпионат по шахматам, Выходные экстремальных игр, Казахстанский фестиваль зимней рыбалки, Казахстанское состязание по Кокпару (традиционное конное соревнование кочевников), Казахстанская Байга (традиционные лошадиные скачки кочевников), Чемпионат по пляжному футболу, Казахстанский турнир Мастеров по гольфу.

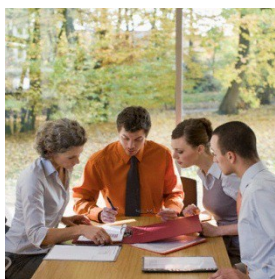
Кулинария: Выходные Международной еды, Кулинарный фестиваль Дастархан (национальная еда), продовольственная ярмарка в выходные дни (проводится каждый год, в конце августа).

Оздоровление: Международные Конгресс СПА и Оздоровления.

Культура: День Единства народов Казахстана (1 мая), Казахский карнавал, Неделя моды Казахстана, выставка Казахских охотничьих собак Тазы (охотничья собака считается культурным богатством и национальным символом).

Вы однозначно попадетесь на крючок курортной зоны Бурабай! Станьте частью этого!

В. 10 Крупных впечатлений для курортной зоны Бурабай



Встречи на природе



Празднование начала весны, лета, осени и зимы



Рыбалка в Бурабай



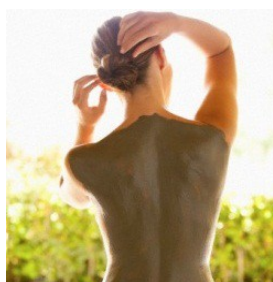
Пешеходный и горный туризм в Бурабай



Бурабайкинг!



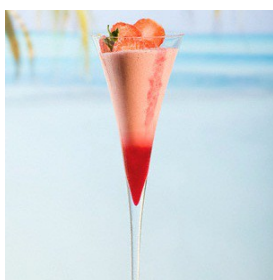
Бурабай вдохновляющий творить



Традиционное оздоровление Бурабай



Женитьба в Бурабае



Создание уникальных коктейлей



Прогулка по легендам Бурабай

6. ВСТРЕЧИ НА ПРИРОДЕ

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Предоставление специальных пакетов услуг в Бурабае для деловых путешественников.
- Отели должны предлагать пакеты услуг, в том числе размещение, ресторанное обслуживание и доступ в конференц-залы и другие объекты отеля, специально предусмотренные для таких поездок.
- Во время своего пребывания деловые путешественники могут участвовать в заседаниях, конференциях и других мероприятиях, организуемых фирмой. Такая деятельность будет организована в центрах проведения мероприятий и в гостиничных объектах.
- Кроме того, они могут заниматься различными видами спорта (горные восхождения, походы в горы, гольф) и другими видами деятельности. Отели должны договариваться о таких видах деятельности или мероприятиях, в которые бы хотели принять участие их гости в Бурабае.
- Кроме того, отели могут организовать мероприятия по тимбилдингу. Для этих целей должны привлекаться специалисты.

- Наличие полностью оборудованных объектов для такого рода деловых поездок.
- Спокойная обстановка, идеальная для такого рода деловых поездок.
- Широкий выбор дополнительных видов деятельности.
- Близость к Астане.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Центр проведения мероприятий ▪ Гольф-центр ▪ Спортивно-тренировочный центр | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ОУКЗБ ▪ Отели |
|--|--|

- | Цена | Период | Продолжительность |
|----------|---------------|---------------------|
| ▪ Низкий | ▪ Круглый год | ▪ Один день и более |

Дополнительные виды деятельности

- Бурабайский район 360°, мероприятия 24/7 (5)
- Место для групповой работы

Тип				Конкретная задача				
Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди	
	Очень низкий		Низкий		Средний		Высокий	Очень высокий

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Самые креативные идеи возникают в самых удивительных местах, и озера Бурабай являются одним из таких уникальных мест в мире.

Вы и Ваши коллеги испытаете чистый дух создания, усиленного мощным природным окружением это туристической местности, строго характеризующейся своим спокойствием.

Центр Мероприятий и удобства отелей будут готовы к вашему приезду, полностью оснащены для таких мероприятий всем необходимым оборудованием: проектор, ноутбуки, микрофон, большой экран, Wi-fi, телеконференция и телефония.

Большие окна Центра Мероприятий и отели напрямую Вас соединят с впечатляющими пейзажами Бурабая, становясь идеальным фоном для проведения встреч, конференций и других подобных мероприятий.

Вы и Ваша группа также будете иметь возможность испытать много других удовольствий в Бурабае за счет огромного количества удобств.

Озера Бурабая позволят Вам отключиться от всего мира! Поездки на лошадях, походы и катание на велосипедах в окружении самых экзотичных и обширных сосновых лесов Казахстана; катание на лодках, подводное плавание, снорклинг в некоторых из многочисленных сверкающих озер летом; расслабление в одних из самых эксклюзивных Гольф-центрах Казахстана и с несравненными лечениями Спа-центра региона; катание на лыжах, сноубординг и катание на коньках зимой список бесконечен!

Помимо практики нескольких из большого количества видов спорта на природе, у вас также будет шанс насладиться многими различными культурными мероприятиями, погрузив себя в Казахскую культуру.

Кино, театр и музыка в нескольких концертных залах курортной зоны Бурабай - только некоторые такие примеры. Бесконечные мероприятия выходных дней, которые будут проходить на курортах этой местности стоят того, чтобы к ним присоединиться, и они обязательно вас удивят.

7. ПРАЗДНОВАНИЕ НАЧАЛА ВЕСНЫ, ЛЕТА, ОСЕНИ и ЗИМЫ

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Предусматриваются четыре специальные события по празднованию открытия сезонов.
- Гости могут принять участие в этих мероприятиях во время их пребывания в Бурабае. Кроме того, некоторые гости могут быть специально приглашены в Бурабай для участия в праздниках открытия сезона.
- Во время праздника гости могут принимать участие в мероприятиях или быть зрителями.
- Идея заключается в создании праздничной атмосферы для путешественников.
- Пакет услуг для гостей, которые хотят приехать в Бурабай, чтобы принять участие в каком-то конкретном мероприятии, должен включать проживание в гостинице и доступ на мероприятие, если это мероприятие платное).
- Гостям должна быть предоставлена информация о таких сезонных событиях и о других мероприятиях, которые проходят в Бурабае, в том числе о различных видах деятельности, спортивных и других мероприятиях и т.д.

- Большое количество разнообразных объектов и услуг, которые позволяют проводить очень различные мероприятия.
- Близость к Астане.
- В Бурабае живут глубоко укоренившиеся в Казахстане традиции.

- Центр проведения мероприятий
- Гольф-центр
- Спортивно-тренировочный центр

- ОУКЗБ

Цена	Период	Продолжительность
▪ Бесплатно	▪ Круглый год	▪ Один день и более

Дополнительные виды деятельности

- Шоу по прыжкам на лыжах с трамплина (4)
- Курортная зоны Бурабай 360°, мероприятия 24/7 (5)
- Водные виды спорта (25)
- Кинотеатр на открытом воздухе (34)
- Катание на водном велосипеде (36)

Обучение с элементами развлечения	Тип			Конкретная задача			
	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди
							





Сильная связь между Казахским народом и их природой может сильно прочувствовать на озерах Бурабая.

Приход нового сезона в этой местности вовлекает большое количество изменений в природе, все они необычайные и все они стоят того, чтобы их отпраздновать!

На озерах Бурабая Вы и Ваша семья сможете исполнить активную роль в этих устоявшихся празднованиях.

Позвольте себе удивиться союзу культурных, кулинарных, природных и социальных элементов, которые только могут случиться в течение этих четырех времен года. Счастье, меланхолия, радость, страх, восхищение, удивление и многие другие эмоции являются главными героями этих фестивалей, где и местные и неместные люди могут принять часть в многочисленных традиционных мероприятиях. Солнцестояние и равноденствие не ощущались так живо ни в одной точке мира.

Наурыз (весенний фестиваль). Он знаменует приход весны, и является древнейшим из фестивалей, когда все долги прощаются, а споры разрешаются. Айтысы (поэтические дуэли между исполнителями на домбре), конные соревнования, Казахские легенды, приготовление традиционных блюд, а также конкурсы строительства юрт – несколько из традиционных мероприятий, которые несомненно привлекут Вас.

Летний фестиваль. Приход яркого сезона стоит того, чтобы его отметить. Не осознавая этого, Вы найдете себя вовлеченным в многочисленные мероприятия, проходящих на красивом побережье озер: пляжный музыкальный фестиваль, соревнования замков из песка, соревнования по пляжному футболу, создание коктейля и дегустация блюд... всегда в компании великолепных пляжей и впечатляющих озер.

Осенний фестиваль. Летнее время подходит к концу... и наступает время встречи нового сезона! Дух казахской осени позволит вам почувствовать себя частью природы. Основной фокус теперь – кулинария. Хотите попробовать вкус осени?

Зимний фестиваль. Холод всегда приветствуется в Бурабае. Первые хлопья снега и оледенение озер – долгожданные события в туристическом направлении. Открытие горнолыжного курорта – самое ожидаемое событие этого фестиваля.

8. РЫБАЛКА В БУРАБАЙ

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Гости смогут принять участие в индивидуальных занятиях или занятиях небольшими группами по искусству рыбной ловли.
- Занятия будут проводить местные рыбаки на небольшой лодке на озере.
- Уроки будут включать как теоретическую, так и практическую часть.
- Во время занятий ученику будет уделяться персональное внимание со стороны местных рыбаков.
- По окончании занятия ученики смогут пообедать в ресторане.
- В ресторане будет предлагаться еда, приготовленная из улова учеников, а также другие местные блюда.
- С ресторанами должны быть заключены договоры.
- В стоимость такого мероприятия включены уроки и приготовление обеда в ресторане.

- Известная система озер вокруг Казахстан.
- Спокойная вода и уникальные виды животной и растительной природы.

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Яхтенный причал на берегу озера | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ОУКЗБ ▪ Рестораны |
|---|--|

- | Цена | Период | Продолжительность |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Высокий | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Весна, лето | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Один день и более |

Дополнительные виды деятельности

- Подледный лов (16)
- Катание на лодках на озере Чебачье (33)
- Катание на водном велосипеде (36)

Тип				Конкретная задача					
Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди		
									
	Очень низкий		Низкий		Средний		Высокий		Очень высокий

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Знаете ли Вы что такое подводная охота? А сетка или ручная ловля? Не важно, как вы ответите – да или нет, мы делаем Вам предложение: приезжайте и научитесь традиционной казахской рыбалке на озерах Бурабая.

Даже несмотря на то, что рыба не является традиционным блюдом казахской кухни, это занятие всегда было популярным среди казахского народа. Это все возможно благодаря бесконечным природным ресурсам на озерах Бурабай, где многие озера особенно богаты рыбой.

В большинстве озер водится более двадцати видов рыб, таких как сом, сазан, лещ или судак. Другие специализации рыбалки также включают в себя ловлю крупных рыб, таких как сом, осётр или окунь.

Наблюдайте восход рядом со спокойной водой какого-нибудь озера, наслаждаясь Вашим опытом в компании с местным рыбаком. Этот опыт предоставляет уникальную возможность узнать с первых рук и шаг за шагом, как местные жители практикуют традиционную казахскую рыбалку в водах курортной зоны Бурабай, и каков их личный опыт.

Как они проводят время? Как ловили рыбу древние казахи? Есть ли легендарная крупная рыба в озере? Все ваше любопытство касательно вод этой местности будет удовлетворено.

В течение дня Вы будете обеспечены всеми необходимым вещами (дождевик, удочка, наживка, резиновые сапоги и т.д.), и обучитесь некоторым техникам ловли рыбы, чтобы словить свою еду. Вы получите тщательное объяснение и сможете понаблюдать и попробовать все техники: начиная с самой типичной, такой как ловля на наживку или ловля с лодки, заканчивая более необычной, такой как ручная ловля рыбы.

Не важно любитель ли Вы, или Вам просто любопытно. Рыбак адаптируется к Вашему уровню, учитывая имеющиеся знания и что хотели бы Вы изучить во время этого короткого курса.

Конечно, все усилия будут вознаграждены, и это не станет исключением. В конце дня Вы сможете попробовать результат опыта и поделиться им с другими новыми рыбаками или кем-либо еще. Различные рестораны в этой местности будут готовы превратить Ваш улов в что-то аппетитное, приготовленное с уникальным прикосновением казахских традиций.

Для курортной зоны Бурабай рыбалка является не просто спортом, а способом добычи еды: это способ погружения в местные привычек и вековые традиции местности.

9. ПЕШЕХОДНЫЙ И ГОРНЫЙ ТУРИЗМ В БУРАБАЙ

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Спортивные мероприятия включают: походы в горы, горные восхождения.
- Данный вид активного отдыха не предусматривает гида, и путешественники могут свободно передвигаться по пешим маршрутам.
- Пешие маршруты должны быть надлежащим образом обозначены.
- Кроме того, в будущем может быть разработана подробная карта-схема маршрутов.
- Во время такого активного отдыха туристы могут останавливаться на обзорных площадках, чтобы полюбоваться окрестностями, и (или) разбить пикник.
- Вдоль тропы будет размещена информация с условными обозначениями, относящимися к данному району.
- Продолжительность такого активного отдыха может варьироваться, и туристы могут им заниматься регулярно.

- Уникальная система в Бурабае, знаменитая своими специфическими образованиями.
- Огромное количество легенд связано с Бурабаем. Такого больше не встретишь нигде в Казахстане.
- Свежий воздух и чистая природа очень подходят для развития занятий спортом на природе.

- Пешие маршруты
- Специальные маршруты для инвалидов-колясочников.
- Зона для пикников

- ОУКЗБ

Цена	Период	Продолжительность
▪ Бесплатно	▪ Весна, лето, осень	▪ Длительный период

Дополнительные виды деятельности

- Звездная ночь в «киіз үй ауылы» (1)
- Бурабайкинг! (10)
- Путешествие по легендам Бурабай (15)
- Пикник с семьей на природе (27)
- Триатлон в Бурабае (15)

Тип				Конкретная задача			
Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди
							
	Очень низкий	Низкий	Средний	Высокий	Высокий	Очень высокий	Очень высокий



Если Вы любитель пешеходных прогулок и Вам нравится спокойные и тихие прогулки по природе, однозначно Вы влюбитесь в озера Бурабая.

Все, что Вам нужно, уже ждет Вас здесь. Свежий и чистый воздух превратит дыхание в самое фантастическое удовольствие в мире, а самый впечатляющий пейзаж обязательно поразит. Завершенная система пешеходных путей Бурабая включает определенное количество расслабленных маршрутов, которые требуют низко-средний уровень усилий и которые станут самой подходящей обстановкой для получения этого удивительного опыта.

Эти бесконечные пути тянутся на сотни тысяч гектаров для того, чтобы познакомить с необыкновенно естественной и магической местностью, а так же чтобы позволить открыть для себя озера Бурабая в различных ракурсах.

Во время спокойных экскурсий Вы найдете больше, чем ожидаете! Сидя в тени большого количества деревьев Бурабая, наслаждаться чтением книг, сделать остановку, чтобы понаблюдать за живописным видом озер, или расслабиться в одной из многочисленных зон для пикников с Вашей семьей.

Пешеходные прогулки обладают многим количеством положительных дополнительных значений и, особенно, в Бурабае: это соединит вас с природой, укрепит семейные связи, заставит Вас почувствовать в мире, крепит Ваши отношения и, конечно, это очень полезно.

Нет сомнений, что опыт пешеходных прогулок абсолютно удовлетворителен как для Вас так и для природы. Практикую пешеходные прогулки, улучшите не только состояние здоровья..., но также и здоровье окружающей среды!

Устойчивое развитие туризма Бурабая гарантирует будущее этой божественной местности, и это не будет возможным без вашей помощи. Если Вы практикуете пешеходные прогулки, озера Бурабая поблагодарит вас!

10. БУРАБАЙКИНГ! (езда на велосипедах)

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Спортивные мероприятия включают: велоспорт.
- Данный вид активного отдыха не предусматривает гида, и путешественники могут свободно передвигаться по велосипедным маршрутам.
- Велосипедные маршруты должны быть надлежащим образом обозначены в зависимости от уровня сложности и типа маршрута.
- Кроме того, в будущем может быть разработана подробная карта-схема маршрутов.
- Во время такого активного отдыха туристы могут останавливаться на обзорных площадках, чтобы полюбоваться окрестностями, и (или) разбить пикник.
- Продолжительность такого активного отдыха может варьироваться, и туристы могут им заниматься регулярно.

- Разнообразие природного ландшафта позволяет создавать много разных маршрутов.
- Уникальная система в Бурабае, знаменитая своими специфическими образованиями.
- Свежий воздух и чистая природа очень подходят для развития занятий спортом на природе.

- Велосипедные маршруты
- Спортивно-тренировочный центр

- ОУКЗБ

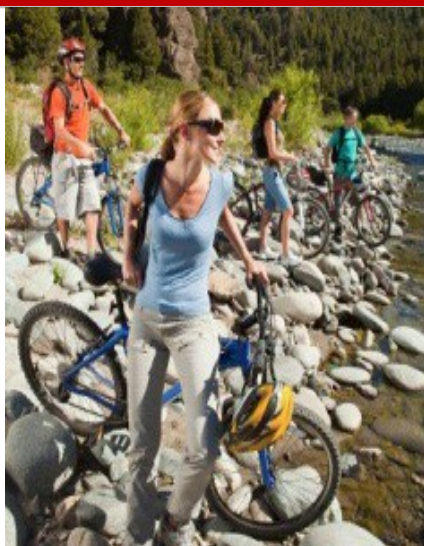
Цена	Период	Продолжительность
▪ Бесплатно	▪ Весна, лето, осень	▪ Длительный период

Дополнительные виды деятельности

- Звездная ночь в «киіз үй ауылы»(1)
- Пешие прогулки и треккинг в Бурабай (9)
- Путешествие по легендам Бурабай (15)
- Пикник с семьей на природе (27)
- Триатлон в Бурабае (28)

Тип				Конкретная задача					
Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди		
	Очень низкий		Низкий		Средний		Высокий		Очень высокий

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Езда на велосипедах – самый успешный спорт Казахстана. Участие команды Астаны во многих мировых гонках, таких как Тур де Франс или Тур Испании, вносит большой вклад в существующий статус спорта в стране.

Озера Бурабая хотят быть частью этого спортивного национального чувства и приглашает Вас попробовать это в стиле Бурабая!

Это веселый и отличный способ знакомства с Бурабаем однозначно станет успешным, если планируете провести особенный день с Вашими друзьями, Вашей семьей или с Вашей половинкой! Вы можете взять свой собственный велосипед или взять в аренду в Центре Спорта.

Многочисленные велосипедные маршруты, которые пересекают Бурабай, размеченные соответствующим образом для обеспечения завершенного опыта, являются ключевым фактором, которые делают этот опыт возможным.

Три типа основных маршрутов определяются в зависимости от природных элементов, в которых они расположены: водный маршрут, горный маршрут и наземный маршрут. Эти маршруты будут дифференцированным элементом этого опыта, который сделает возможным для выбрать маршрут или другое на Ваше усмотрение!

Касательно определенных маршрутов, несмотря на то, что первый создан из различных путей, которые окружают озера Бурабая, горные маршруты больше сфокусированы на бесконечных велосипедных маршрутах через обширные лесные зоны и обладают сильным компонентом приключения. Последний же работает как связующий маршрут между двумя остальными, гарантируя максимальное удовлетворение в этом раю.

Никаких машин, никаких мотоциклов! Если Вас заинтересовала езда на велосипедах, быстро забудете о дорогах. Завершенная система велосипедных маршрутов делает возможным изучить парк с разных сторон без загрязнения ценной окружающей среды Бурабая.

Это чувство помощи и сохранения окружающей среды несомненно является дополнительной составляющей удовлетворенности, которую предлагает опыт и которая поможет найти внутреннее равновесие и усилить Вашу связь с естественным миром.

Наслаждайтесь дикой природой и почувствуйте адреналин под Вашей кожей, катаясь на велосипедах с друзьями! Также можете провести романтический день, объезжая спокойные воды многих озер и созерцая солнце, которое медленно заходит в голубое и красное безграничное казахское небо.

11. БУРАБАЙ ВДОХНОВЛЯЮЩИЙ ТВОРИТЬ

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Гости смогут принять участие в курсах и мероприятиях, направленных на развитие их творческих способностей.
- Будут проводиться различные курсы по живописи, фотографии и лепке.
- Гости могут заниматься на этих курсах во время своего отпуска в Бурабае или могут специально приехать в Бурабай для этой цели.
- У них будет выбор: можно посещать отдельные занятия или пройти полный курс. Продолжительность долгосрочных курсов может варьироваться от 3 до 6 месяцев.
- Во время курсов слушателям могут быть предложены некоторые дополнительные мероприятия: конкурсы в соответствующей области, практические занятия и т.д.

- Спокойная атмосфера Бурабая вдаль от городской среды очень подходит для развития творческой деятельности и возбуждения воображения.
- Природные ресурсы, которые можно найти только в Казахстане и которые играют важную роль в развитии данных видов деятельности.
- Близость к Астане.

- Центр проведения мероприятий

- ОУКЗБ

Цена

Период

Продолжительность

- Средний

- Круглый год

- Длительный период

Дополнительные виды деятельности

- Путешествие по легендам Бурабай (15)
- «Устойчивый» тур по Бурабай(17)
- Изучение лошадей (21)Обучение по изготовлению казахских напитков(22)

Тип

Конкретная задача

Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди
	Очень низкий	Низкий	Средний	Высокий	Высокий	Очень высокий	Очень высокий

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Ваш артистический внутренний мир полон энергии, которая должна быть освобождена!

Городской пейзаж, ежедневная рутина и серый цвет города обычно делает сложным найти подходящий момент для Вас. Фокусируясь на таких хобби, как рисование, моделирование или фотография, сможет помочь вам. Но как?

Живописный пейзаж, полный жизни, цветов и чистой энергии обязательно поможет Вам, и Вы найдете все это в Бурабае.

Озера Бурабая организовали специально для Вас некоторые курсы и занятия с главной целью сделать возможным развить артистические навыки.

Курсы в основном сфокусированы на трех видах искусства: рисование, фотографии и моделирование. Вы можете специализироваться в одном направлении и попробовать смешанный курс! Курсы проходят один или два раза в месяц, в течение всего года. Это означает, что Вы не устанете от опыта, а наоборот: это будет даже более интенсивным и удовлетворительным, делая возможным лично проверить прогресс и увидеть реальный результат.

Небольшие группы и опытные и мотивирующие инструкторы гарантируют полную вовлеченность в вопрос. Вы изучите самые важные техники и некоторые интересные моменты международной и казахской истории, но также примените все вновь приобретенные знания на практике, используя преимущество вдохновляющей окружающей среды Бурабая.

Кроме того, если предпочитаете приехать в Бурабай с семьей, перечень специфичных курсов, адаптированных для детского уровня, будет предоставлен. Вся семья сможет улучшить свои артистические навыки в Бурабае!

Будет организовано несколько соревнований для тех, кто желает участвовать с их произведениями. Некоторые будут связаны с программой мероприятий Бурабая, участвуя в соревнованиях по Фотографии, Рисованию и Моделированию сезонных фестивалей курортной зоны Бурабай. А Вы сможете сделать лучший снимок Весны? Или создать вдохновляющий рисунок Лета Бурабая?

Это уникальная возможность открыть заново Ваш артистический внутренний мир и почувствовать лучше себя. Вам необходимо вырваться и узнатье это!

12. ОЗОДОВЛЕНИЕ В БУРАБАЙ.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Путешественники смогут пройти специальное лечение, такое как лечение кумысом или пантолечение, в оздоровительных центрах, насладиться котрым можно лишь в Казахстане, .
- Они могут специально приезжать в Бурабай на лечение или пройти оздоровительный курс во время своего отпуска.
- Лечебные процедуры могут длиться несколько часов, но могут занять более одного дня.
- Людям, приезжающим в Бурабай, чтобы поправить свое здоровье, будет предоставлен соответствующий пакет услуг. Пакеты услуг включают специальные виды лечения, проживание, а также дополнительные виды деятельности.
- После или до лечения пациенты могут заниматься легкими видами спорта.
- Спортивные мероприятия включают: походы в горы, горные восхождения и езду на велосипеде.

- Особые свойства почвы в Бурабае.
- Превосходные медицинские центры в Казахстане, где проводится дифференцированное лечение.
- Система пеших маршрутов по близлежащей природе дополнит оздоровительный эффект.
- Здоровый климат Бурабая.
- Близость к Астане.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Пешие маршруты ▪ Специальные маршруты для инвалидов-колясочников. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ОУКЗБ ▪ Местные операторы |
|--|--|

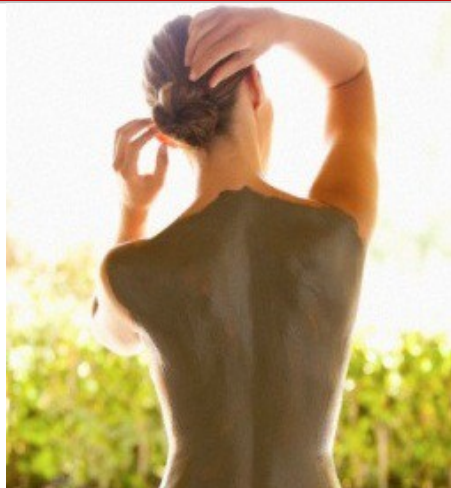
Цена	Период	Продолжительность
▪ Высокий	▪ Весна, лето	▪ 1-4 часа

Дополнительные виды деятельности

- Медитация в Бурабае (24)
- Опыт СПА/оздоровления (47)
- Водная терапия (48)

Тип				Конкретная задача			
Обучение с элементами развлечения	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди
	Очень низкий	Низкий	Средний		Высокий		Очень высокий

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Если Вы особенно заинтересованы здоровьем, Вам надоели типичные виды лечений и ищете что-то новое, этот вид отдыха создан для Вас.

Уникальная комбинация гор, сосновых лесов и курортной зоны Бурабай проистекает в специальных климатических условиях, что объясняет наличие многочисленных оздоровительных курортов в такой местности, как *Бурабай* или *Окжетпес*.

Традиция Спа является устоявшейся среди казахского народа: первый частный оздоровительный курорт был открыт в Бурабае в 1910 году. Сможете ли вы упустить возможность ощутить благотворный эффект такой древней традиции?

Мы приглашаем посетить многочисленные оздоровительные курорты курортной зоны Бурабай (все они связаны детальным Спа-маршрутом), которые являются лучшими во всем Казахстане, и где Вы откроете для себя невообразимые виды лечений.

Пантокриновые ванны, лечение кумысом (на основе кисло-молочного продукта, традиционно получаемом из кобыльего молока) и другие виды специального лечения, предлагаемые в Китайских медицинских центрах, некоторые виды эксклюзивных СПА процедур, которые вы сможете посетить в Бурабай.

В этом случае, Вы и известные лечебные грязи этой местности станут главными героями роскошного опыта оздоровления.

Специальные запасы лечебной грязи предлагают огромное количество различных опытов, которыми сможете насладиться как со своей парой, так и с друзьями или даже одни.

Не важно то, Вы ищете отдых и отключение или пройти специальное лечение, чтобы почувствовать благотворные эффекты грязи на Вашем теле. Термальная грязь Бурабая делает это возможным.

Вы хотите большего? Соедините лечение со спокойной прогулкой по берегу многочисленных озер, и полностью испытаете удовольствие от расслабления и ощущения успокаивающего эффекта эксклюзивных лечений.

Живописные виды и свежий воздух курортной зоны Бурабай увеличат удовлетворенность и страсть к этому туристическому направлению.

13. Женидьба в Бурабай

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Для пар, которых хотят пожениться в Бурабайском районе, будут предложены специальные свадебные пакеты. Предлагается два вида пакетов услуг: "день свадьбы" и "свадьба и медовый месяц".
- Для пакета "день свадьбы" предусматриваются договоренности с ресторанами, гостиницами и свадебными фотографами. Пары должны приехать в Бурабай в какой-нибудь день до свадьбы, чтобы оговорить свадебное меню и другие детали.
- Для пакета "свадьба и медовый месяц" может быть предусмотрена договоренность с другими объектами в Бурабайском районе, в зависимости от интересов пары.
- Весной и летом рестораны могут организовать свадебное застолье на природе. В этом случае рестораны будут отвечать как за установку шатров, так и за предоставление услуг питания.

- Не имеющий равных в Казахстане природный ландшафт идеально подходит для фотосессий.
- Специальные места в этом районе, связанные со свадебными традициями (например, свадебная ракушка).

- Яхтенный причал на берегу озера
- Центр проведения мероприятий

- ОУКЗБ Отели
- Рестораны
- Местные операторы оздоровительных центров

Цена	Период	Продолжительность
▪ Высокий	▪ Круглый год	▪ Один день и более

Дополнительные виды деятельности

- Оздоровление на земле курорта Бурабай (12)
- Прибытие и отбытие из Бурабая на гидросамолете (35)
- Катание на катамаране (36)
- Астрономическое наблюдение (38)
- Ужин на плавучем ресторане (42)
- Ужин при закате (43)

Тип				Конкретная задача			
Обучение с элементами развлечения	Эскапистский	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди
	Очень низкий	Низкий	Средний		Высокий		Очень высокий

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Представьте, что вы и ваша вторая половинка сидите в огромной белой ракушке, наслаждаясь прекрасным видом этого тихого уголка в Бурабае, вы надели свои свадебные наряды ... и этот день запомнится вам на всю жизнь!

Ваш свадебный день станет чем-то необыкновенным. Такого вы даже не могли себе представить. Бурабайский район превратится в великолепную сцену, и главными героями на ней станете вы и ваша вторая половина!

В Бурабайском районе все готово для этого события! Весной и летом свадебное торжество, как правило, не отмечают в ресторане, а устраивают в большом белом шатре, который будет специально установлен на открытом воздухе для вас и ваших гостей.

Плавучий ресторан – еще один вариант для вашего свадебного застолья. Можете ли вы себе представить, что главное событие в вашей жизни вы будете встречать на середине озера?

После застолья будет организована свадебная фотосессия, чтобы у вас остались прекрасные кадры на память. На память об этом магическом крае вам останутся живописные леса, переливающиеся всеми оттенками зеленого, красного и оранжевого, и огромные сверкающие озера.

Опытный свадебный фотограф гарантирует, что все ваши снимки свадьбы вдохнут немного чистоты и свежести Бурабайского района. Не упустите возможность сделать традиционное свадебное фото в прекрасной белой ракушке!

Бурабайский район может стать прекрасным местом для проведения вашего медового месяца. Расслабляющий грязевой массаж в оздоровительном центре, вкусная еда в плавучем ресторане, спокойное катание на водном велосипеде-лебедь, наблюдение за звездами ночью, незабываемые закаты и бокал шампанского в небольшой лодке на озере ...

Вы и ваша половинка навсегда сохраните образ вашей свадебной ракушки.

14. Создание уникальных коктейлей

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Гости Бурабая могут принять участие в уроках по искусству приготовления коктейлей.
- Они освоят основные принципы приготовления коктейлей.
- Практическая часть курса будет включать создание нового коктейля.
- Гости смогут совмещать эти занятия с другими видами деятельности или пройти этот курс во время своего отпуска в Бурабае.

- Райский уголок Бурабай выгодно контрастирует с городской средой.
- Здесь такие запахи и цвета, которых больше не встретишь нигде в Казахстане.

- Центр проведения мероприятий
- ОУКЗБ

Цена	Период	Продолжительность
▪ Низкий	▪ Зима, весна, лето, осень	▪ Полдня, один день и более

Дополнительные виды деятельности

- Обучение по производству национальных казахских напитков (22)
- Бурабай вдохновляет творить (11)
- Изучение лошадей (21)
- Тур гурмана в Казахстане (49)

Тип				Конкретная задача					
Обучение с элементами развлечения	Эскапистский	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди		
									
	Очень низкий		Низкий		Средний		Высокий		Очень высокий

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Каков на вкус Бурабай для вас? В этом виде отдыха Вы сможете описать то, что это невероятное туристическое направление значит для вас интересным способом: коктейль!

Вы выберете и кладете необходимые текстуры и вкусы в коктейль шейкере, чтобы получить удивительный Бурабайский коктейль.

Персонализированный коктейль должен возвращать в Бурабай каждый раз, когда Вы пьете его.

Этот вид отдыха – идеальный микс для тех гостей Бурабая, который желают поучиться и повеселиться одновременно. Этот семинар будет состоять из двух частей: введение и создание коктейля.

Эксперт покажет как это креативное искусство работает. Какой тип стакан Вы должны использовать для каждого коктейля? Эти и многие другие секреты будут раскрыты Вам!

После этого первого знакомства, у Вас появится возможность пообедать с большинством участников и инструкторов курса. Вы поделитесь мнением и идеями с ними, наслаждаясь в то же время фантастической едой в ресторанах курортной зоны Бурабай.

После перерыва, начнется креативная часть семинар! Короткое быстрое объяснение инструктора позволит узнать стандартные ингредиенты для Вашего коктейля. Но не забудьте Ваш специальный ингредиент! Это необходимо для создания впечатляющего и персонального коктейля.

В конце, Вы и все, кто готовил коктейли, представляют свои коктейли, так что у будет шанс попробовать большое количество разных и уникальных вкусов Бурабая.

Позвольте Вашему воображению разыграться и попробовать очаровать ароматов Бурабая!

15. ПРОГУЛКА ПО ЛЕГЕНДАМ БУРАБАЙ

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

- Спортивные мероприятия включают: пешие прогулки, походы в горы, горные восхождения и езду на велосипеде.
- Этот вид отдыха предусматривает экскурсии (с гидом или без) для посетителей.
- Такие экскурсии проводятся в любое время дня, предоставляя гостям полную свободу, чтобы исследовать Бурабай.
- Пешие маршруты должны быть надлежащим образом обозначены. Информационные доски с условными обозначениями должны быть установлены вдоль маршрутов для туристов, путешествующих без гида. Если это путешествие с проводником, то он вам расскажет разные легенды, связанные с Бурабаем и окружающей его природой.
- Во время экскурсий предусматриваются остановки на обзорных площадках, чтобы полюбоваться окрестностями, и чтобы разбить пикник.

- С Бурабаем связано много известных легенд, которые вряд ли поймут где-нибудь еще.
- В Бурабае существуют глубоко укоренившиеся в казахской культуре традиции.
- Здесь особая природная среда, с которой прочно связаны легенды и сказания.

- Пешие маршруты
- Специальные маршруты для инвалидов-колясочников.

- ОУКЗБ

Цена	Период	Продолжительность
▪ Бесплатно, низкая	▪ Весна, лето, осень	▪ Полдня

Дополнительные виды деятельности

- «Устойчивый» тур по Бурабай (17)
- Тур по культуре казахского народа (41)
- Танцевальные фестивали и соревнования в Бурабае (40)
- Услуга консьержа в Бурабае (50)

Обучение с элементами развлечения	Тип			Конкретная задача			
	Эскапический	Развлекательный	Эстетический	Семейные пары	Друзья	Семья	Пожилые люди
							

 *Очень низкий*
 *Низкий*
 *Средний*
 *Высокий*
 *Очень высокий*

ПОВЕСТВОВАНИЕ



Острые стрелы, экзотические принцессы, смелые ханы и рискованные воины. Озера Бурабая: это все легенда!

Вы не сможете поехать в эту уникальную местность мире без знакомства с бесчисленными легендами. Эти эпические истории переходят от поколения к поколению и безусловно удивляют не только детей, но и взрослых!

В Бурабае каждая одинокая скала имеет свою легенду, и теперь Вы станете частью этого. Понимание легенд Бурабая облегчит углубление в казахскую культуру. С этой целью только на озерах Бурабая найдете различные помеченные маршруты. Они проведут Вас через огромные территории Бурабая показать самые невероятные секреты.

Шаги Абылай хана. Этот маршрут перенесет назад во времени в XVIII век, позволит узнать самые невероятные легенды этой местности. Вы посетите Поляну Абылай хана и его трон. Гора Жумбактас («загадочная скала»), гора Окжетпес («недостижимая стрелами») и многое другое также ждут в этом эпическом путешествии. Сможете ли достать Окжетпес своими стрелами, чтобы заполучить руку прекрасной принцессы?

Секреты холмов Кокшетау. Другой маршрут, сфокусированный на этих природных формациях Бурабая и которые строго связаны с названием этого рая. Говорят, что это пришло от значения слова «бура» (верблюд с казахского). История об огромном верблюде, проживавшем в Кокшетау, до сих пор жива. Другие говорят, что огромный рыцарь жил здесь. Эти горы скрывают большое количество секретов от Вас и, кто знает, может быть найдете огромного спящего рыцаря или верблюда на своем пути.

Окжетпес: Эта гора - это центр внимания многочисленных легенд. Согласно одной из них, у «трех сестер» (Уш Кыз) был один брат, Жеке Батыр, кто защищал их от врагов в борьбе. Однако бесконечные враги окружили трех сестер и Батыра плотной стеной. Чтобы не стать пленниками, три сестры и брат подняли стену, создав гору из трех скал? Большой, средней и маленькой. Эта «недостижимая» скала, говорят, была домом орлов в прошлом. Однажды один из этих орлов взял ребенка, и люди, которые увидели это, начали стрелять стрелами и бросаться камнями в хищника. Однако, ни один из них не смог попасть в орла. Говорят еще, что верхушка скалы напоминает лежащего слона...

Жемчужина Казахстана. Создание Бурабая кажется чудом. Согласно легенде, Бог дал казахам только степь с ковылью... но в итоге решил добавить немного природной красоты Казахстану, создав одно из живописнейших мест в Казахстане: Бурабай. Следуйте этому природному маршруту и насладитесь самым ценными богатствами этого уникального туристического направления.

Ваши впечатления на озерах Бурабая станут легендарными!

С.35 Малых и средних полученных впечатлений от Бурабая

А. Опыты обучения с элементами игры для Бурабая

РЫБАЛКА НА ЛЬДУ



Рыбалка в замерзшем озере? Это может звучать дико, но это возможно: мы говорим о зимней рыбалке.

Экстремальный континентальный климат Бурабая и его холодные зимы предлагают Вам несравнимые впечатления. Делать лунки во льду на озере Вам покажется испытанием, но можете положиться на опытных рыбаков и научиться этому согласно традиционной техники. Приготовление Вашего собственного улова также будет возможным в конце

«УСТОЙЧИВЫЙ» ТУРИЗМ В БУРАБАЙ



Достижение стабильного развития туризма – один из важнейших принципов Бурабая. Хотели бы Вы добавить свою крупицу песка в стабильное развитие Бурабая?

Если ответ да, этот тур ждет Вас в Бурабае. Опытный гид покажет как Бурабай достигает свои цели. В конце тура у Вас будет возможность выбрать одно из многочисленных деревьев, которые живут в этом естественном раю. Спасибо за Ваш вклад в озера Бурабая в обеспечении будущего этого туристического направления!

ОБУЧЕНИЕ ДЕТЕЙ ИГРЕ В ГОЛЬФ



Теперь дети – главные герои гольфа! Гольф-центры курортной зоны Бурабай предлагают широкий спектр курсов с целью дать детям возможность улучшить их уровень игры шаг за шагом.

Занятия будут проходить на выходных, так что Вы и вся Ваша семья можете провести один или два дня в Бурабае, практикуя гольф и расслабляясь. После занятий детей, Вы можете попрактиковаться вместе! Несколько часов вместе, проведенных за игрой в гольф, станут неотъемлемой частью повседневной жизни Вашей семьи!

ГОЛЬФ ДЛЯ ОПЫТНЫХ ИГРОКОВ



Для любителей гольфа озера Бурабая станут идеальным местом, которое предлагает возможность попрактиковать такой популярный вид спорт в окружении самого удивительного пейзажа. Если Вы продвинутый игрок в гольф, Гольф-Центры Бурабая и их различные курсы гольфа адаптированы под Ваш уровень, дают возможность улучшить стиль при поддержке опытных профессионалов. Вы можете попрактиковаться в нескольких соревнованиях, чтобы удостовериться в своих возможностях.

Приезжайте в Бурабай и сократите свои недочеты!

ДЕСТИНАЦИЯ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ТИМБИЛДИНГУ



Широкий выбор мероприятий для тимбилдингов, доступный на озерах Бурабая и их курортах, сделает идеальным местом для проведения тимбилдингов в Казахстане. Бурабай – место, полное мотивации!

Все мероприятия сфокусированы на улучшении коммуникативных и лидерских навыков, запуске бизнес планов, тренингах по лидерству, представлении новых команд и работе с мотивацией сотрудников.

Ледоколы (такие как тимбилдинги с ледяными фигурами), строительные игры, программы по менеджменту и другие упражнения для повышения мотивации будут организованы командой профессионалов, с целью выполнить все Ваши требования.

ТУР КАТАНИЕ НА ЛОШАДЯХ ДО АУЫЛА



Объедини езду на великолепных казахских лошадях и посещение древнего казахского аула (поселок). Посетителям так же будет предоставлена возможность принять участие в театрализованном представлении, где можно увидеть и ощутить кочевой образ жизни казахов. Это как путешествие во времени, где, под влиянием волшебных пейзажей Бурабай, вы почувствуете себя настоящим казахским кочевником, в компании местных жителей. Там вы сможете познакомиться с их традициями и их лучшими друзьями: казахской охотничьей собакой породы Тазы и золотым орлом.

ОБУЧЕНИЕ ПРИГОТОВЛЕНИЮ ТРАДИЦИОННЫХ КАЗАХСКИХ НАПИТКОВ



В Казахстане есть много, типичных напитков, которые Вы сможете не только попробовать, но и приготовить!

Минипивоварня будет Вашей личной лабораторией, где вы будете изучать процесс производства некоторых таких напитков.

Помимо многочисленных казахских напитков, о которых Вы узнаете, у Вас будет возможность приготовить *кумыс* (изготавливается из ферментированного кобыльевого молока и, согласно словам казахов, содержит много лечебных свойств), *шубат* (изготавливается из ферментированного верблюжьего молока). и Казахский чай (зеленый и черный).

В. Опыты эскаписта на озерах Бурабая

КАТАНИЕ НА КОНЬКАХ НА ПРИРОДЕ ПО ЛЬДУ ОЗЕР



Катание на коньках в таком впечатляющем природном месте – это то, что Вы никогда не забудете.

Голубые воды озер магическим образом перенесут на настоящие ледовые катки, где Вы и ваша семья почувствуете себя частью сказки. И дети, и взрослые наслаются зимним опытом в окружении удивительнейшего зимнего пейзажа.

МЕДИТАЦИЯ В БУРАБАЙ



Спокойное дыхание – это впечатление, которыми Вы сможете наслаждаться в течение всего года в Бурабае. Характерная спокойная обстановка этой местности идеальна для медитирования в контакте с природой, что поможет Вам отключиться от ежедневной рутины.

Курсы всегда проходят на выходных, а летом они проходят берегу озер и в лесах. Во время холодного периода огромные окна Центра Спорта и Тренировок сделают возможным создания такой же обстановки вокруг Вас, защитив Вас от зимнего холода.

ВОДНЫЕ ВИДЫ СПОРТА



Центр Спорта и Тренировок курортной зоны Бурабай готов предложить вам широкий выбор водных видов спорта в Бурабае.

Открытые бассейны и голубые воды озер этой местности предлагают Вам бесконечные возможности попробовать все водные виды спорта: плавание, подводное плавание с дыхательной трубкой, водное поло, синхронное плавание, подводное плавание и дети и родители смогут повеселиться с водой!

МОРЖЕВАНИЕ



Если Вы любите плавать, и вы рискованный человек, Вы должны попробовать моржевание!

Вы почувствуете ледяную воду курортной зоны Бурабай на своей коже. Даже если вы потратите всего несколько минут в воде, этот опыт даст Вам много! У Вас будет возможность сделать необходимое отверстие в озере с помощью эксперта и после ныряния Вам предоставят удобную одежду. Этот опыт может также быть совмещен с процедурами СПА в некоторых известных оздоровительных курортах Бурабая.

Идеальное сочетание приключения и расслабления!

СЕМЕЙНЫЙ ПИКНИК НА ПРИРОДЕ



Провести целый день с семьей очень сложно в Вашей ежедневной рутине. Но не беспокойтесь: Бурабай вам сможет помочь!

Зеленые и огромные территории для пикника, которые Вы сможете найти здесь, поможет семьям укрепить родственные связи. Вы будете играть с детьми в разные игры или наслаждаться джимханой, организованной в казахской степи.

ТРИАТЛОН В БУРАБАЙ



Если Вы ищете настоящее испытание в Бурабае, это идеальный вид отдыха!

На озерах Бурабая, триатлеты тесно интегрируют с окружающей природой. Каждая часть испытания будет проходить в прямом контакте с природными элементами: плавание в фантастических озерах, километры езды на велосипедах по лесам и пробежки по побережью. С этой целью будет выделена специальная зона в Бурабае. Более того, некоторые мероприятия, связанные с этим мульти-спортом, такой как Турнир Казахстана по триатлону, будут проходить здесь в течение года.

Бурабай станет домом Казахстанской Федерации по Триатлону.

КАТАНИЕ НА СНЕГУ НА ПОНЧИКАХ



Если Вы и ваша семья ищете другой способ повеселиться на снегу, Вы уже нашли его!

Единственное, что Вам нужно для практики этого – это «пончик» (кольцо), которым Вас обеспечит горнолыжный курорт курортной зоны Бурабай. Этот необычный зимний вид спорта, несомненно, удивит и детей и родителей, разрушив ваши ожидания от снежного дня в Казахстане.

КАТАНИЕ НА СОБАЧЬИХ УПРЯЖКАХ



Зима на озерах Бурабая предлагает Вам уникальные виды отдыха, которые Вы не могли представить раньше.

Катание с ездовой собакой – другой способ открытия удивительного снежного пейзажа этой местности.

Вы начнете день со знакомства с собакой и помощью с их завтраком. После нескольких часов практики с ними Вы почувствуете тот магический момент, когда вы осознали установленную связь с ними. Обед на свежем воздухе перед продолжением поездки сделает Ваши впечатления более насыщенным.

ИГРА В ПЕЙНТБОЛ С ДРУЗЬЯМИ И СЕМЬЕЙ



Экстремальные впечатления на озерах Бурабая ждут Вас на протяжении всего года. Слышали ли вы когда-нибудь о страйкболе? Здесь миссия вашей команды – устранять ваших оппонентов выстрелом круглыми неметаллическими пулями, которыми заряжено псевдоружье.

В зонах страйкбола Вы найдете часть военной обстановкой, и Вы должны будете применять военную тактику для достижения цели каждой игры. Вы готовы к страйкболу?

ПРИКЛЮЧЕНИЯ В ЛЕСУ



Роскошные и нескончаемые леса Бурабая могут показаться джунглями, если Вы не знаете, как пройти их. Это самая подходящая обстановка для проведения ориентационного курса в Казахстане!

Инструктор покажет Вам различные ориентационные техники и попрактикует их с вами, предоставив вам все необходимые инструменты.

У вас также будет возможность попробовать себя: сориентироваться с Вашей командой для того, чтобы достичь, разные цели приключения! Сотрудничество и дух команды станут ключевыми факторами в опыте выживания!

С. Впечатления полученные от развлечений на озерах Бурабая

КАТАНИЕ НА ЛОДКЕ НА ОЗЕРЕ ЧЕБАЧЬЕ



Этот инновационный режим индивидуального транспорта – абсолютно новый вид отдыха!

Прогулки на лодках представляют собой системы из маленьких лодок (максимум 8), которые можно взять в аренду на несколько часов на любом озере. Этими лодками очень управлять, и нет необходимости в специальной лицензии. Вы можете использовать их как транспорт, а также наслаждаться релаксирующей поездкой на лодке, пикником или романтическим ужином на озере, порыбачить или понаблюдать за закатом в центре озера.

КИНОТЕАТР НА ОТКРЫТОМ ВОЗДУХЕ



Этот вид отдыха для тех любителей кино, кто любит лето. Пляжи невероятным образом превратятся в открытые кинотеатры, где приветствуются люди всех возрастов.

В этом уникальном летнем мероприятии у вас будет шанс насладиться широким разнообразием фильмов для всех аудиторий в этом необычном контексте: сидя на лежаке или полотенце, слушая звук волн и ощущая песок под ногами и лунный свет на вашей коже.

ТУРЫ НА ВЕРТОЛТЕТЕ : В И ИЗ КУРОРТА БУРАБАЙ



Если Вы думаете, что пейзажи Бурабая и его окрестностей впечатляющие, тогда осмотр их с воздуха, заставит Вас потерять дар речи!

Панарамный вид на Бурабай и его окрестности откроет вам некоторые хорошо спрятанные секреты, которых вы никак не ожидаете! Хотите найти их? Тогда воспользуйтесь возможностью пролететь над этой территорией на вертолете и с неба полюбоваться красотами региона: увидеть тропинки на которых вы ранее оставили свои следы, разом посетить все озера, понять положение парка, с высоты полюбоваться скалами.

КАТАНИЕ НА ВОДНЫХ ВЕЛОСИПЕДАХ



Крутить педали водного велосипеда – это расслабляющий и очень хороший способ наблюдения за спокойными и недвижимыми водами великих курортной зоны Бурабай.

На берегу озер Вы сможете взять в аренду водные велосипед для того, чтобы провести несколько часов веселья или даже весь день за кручением педалей! Водные велосипеды-машины для детей, лебединые велосипеды для парочек и это только два варианта из многочисленных. Выберите ваш водный велосипед и насладитесь опытом!

ШОУ «ОХОТА С РУЧНЫМ БЕРКУТОМ»



Охота с орлами всегда рассматривалась как искусство. На озерах Бурабая вы сможете понаблюдать за такой древней традицией, которая была начата древними жителями Евразийских степей. Охота с золотыми орлами – один из древнейших методов добычи пищи, и у Вас будет уникальная возможность научиться тому, как работает, наблюдая за опытным местным охотником.

Эмоции и страсть всех участников превратят этот опыт в удивительный фестиваль.

Если вы ищите больших ощущений, то в Бурабай вы сможете принять участие на соревновании в охте с золотым орлом, которое проводится раз в год, и поддержать участников в их борьбе: высвобождение и призыв птицы, приземление орла на руки охотника и т.д.

АСТРОНОМИЧЕСКИЕ НАБЛЮДЕНИЯ: УДОВОЛЬСТВИЕ ОТ ЗВЕЗДНОГО НЕБА



Отсутствие загрязнения воздуха – это, что вас поразит в первую же ночь, проведенную в Бурабае.

Видели ли вы когда-нибудь так много звезд в небе? Насладитесь метеоритным дождем и попробуйте определить различные созвездия на бесконечном небе, когда эксперт-астроном будет вам объяснять небо Бурабая.

Этот вид отдыха доступен круглый год. Вы сможете насладиться этим, лежа на пляже курортной зоны Бурабай летом.

НОВОГОДНИЙ ВЕЧЕР В БУРАБАЙ



Новый Год планируется встречать грандиозно на озерах Бурабая. Ваш Новый Год никогда не будет похожим на другой Новый год после празднования его в этом зимнем раю.

Новогодний вечер будет полон эмоций не только молодых, но и семей. Празднование начнется с некоторых зимних игр на горнолыжном курорте и катания на коньках на озере и завершится вечеринкой в одном из поразительных ресторанов Бурабая, наслаждаясь местной едой и танцами.

Фантастические салюты будут освещать замерзшие озера и леса Бурабая, полностью покрытые снегом, удивляя и детей и родителей.

ТАНЦЕВАЛЬНЫЕ ФЕСТИВАЛИ И КОНКУРСЫ В БУРАБАЙ



Расслабленная и уютная обстановка Бурабая пробудит ваши желания узнать что-то новое.

Центр мероприятий, доступный в Бурабае, превратится в танцплощадку, где у Вас будет возможность принять участие в нескольких танцевальных фестивалях и соревнованиях, которые будут постоянно проводиться в Бурабае.

Лучшие танцоры заставят Вас и вашу семью испытать разнообразные и веселые танцевальные стили всего мира.

КУЛЬТУРНЫЕ ТУРЫ



Казахская культура особенно ощущается в Бурабае.

В этом виде отдыха Вы поразитесь бесконечными легендами Бурабая, все они тесно связаны с историей, традициями и уникальной природой. В этом культурном туре гиды сделают возможным для Вас и вашей семьи узнать самые важные исторические моменты Бурабая самым веселым способом. Туры включают в себя посещение музеев Бурабая и спокойные прогулки по природе!

Путешествие в Бурабай станет другим способом глубже узнать Казахскую культуру.

D. Эстетический опыт отдыха в Бурабай

УЖИН В ПЛАВУЧЕМ РЕСТОРАНЕ



Озера всегда существуют в ежедневной жизни Бурабая. Теперь Вы можете даже поужинать в центре любого озера. Вы хотите узнать больше?

Плавающий ресторан станет местом, где вы сможете получить такое удивительный вид отдыха. У вас и вашей половинки будет возможность насладиться изысканным ужином, одновременно наблюдая за отражением заката в озере быть охваченными таким уникальным ужином!

УЖИН ПРИ ЗАКАТЕ



Закат, возможно, - один из самых необычных и магических моментов дня. И такое природное представление на должно быть пропущено на озерах Бурабая.

Бурабай предлагает вам немного другой способ насладиться окончанием дня. Представьте, что Вы ужинаете и пробуете бокал вина в маленькой лодке в спокойных водах озера, одновременно провожая закат, и как звезды загораются на черном ночном небе. Такой момент, несомненно, будет сложно забыть.

ДЕСТИНИЦИЯ ВЕРХОВОЙ ЕЗДЫ



Лошади традиционно играли центральную роль в Казахской культуре. Хотите ли Вы открыть для себя любовь к этим удивительным животным?

Не важно, любитель ли вы лошадей или нет, Бурабай дает Вам шанс улучшить свои знания о лошадях и узнать больше о них.

Уроки для детей, а так же для взрослых дадут возможность окунуться в этот удивительный мир. Вас научат заботиться об этих невероятных животных, а так же различным техникам верховой езды, название которых станут частью вашей повседневной лексики: шагом, рысью и галопом. Вы несомненно пристраститесь к данному виду спорта.

Более того, прогулки на лошадях по побережью или лесам станут обычным делом в Бурабае, что позволит Вам узнать эту бесконечную местность в различных формах.

Однако, если вы предпочитаете что-то более удобное и спокойное, прогулочные экипажи будут готовы совершить тур с Вами по различным курортам Бурабая.

КАТАНИЕ НА СНЕГОХОДЕ



Ищете чего-то захватывающего и экстремального, чем можно заняться на природе? Как насчет прокатиться по замороженным озерам Бурабая зимой?

Будьте уверены, что будет немного холодно, но удовольствие стоит того. Поддайтесь и только наслаждайтесь видами и чувством скольжения по воде, не падая, в то время как специалист по вождению снегохода провезет Вас вдоль всего озера и объяснит особенности окружающей среды. Если Вам повезет, он может даже добавить скорости на снегоходе, так чтобы Вы почувствовали, что просто летаете по озеру.

ВОСХОЖДЕНИЕ НА ЛЕГЕНДАРНЫЕ ХОЛМЫ



Хотите ли Вы узнать секреты гор Кокшетау и его захватывающие виды? Восхождение на высоту 947 метров, полную многочисленных легенд, может стать идеальным способом достижения самых удивительных видов Бурабая с вашими друзьями.

Практика традиционного восхождения в такой обстановке и в окружении такого удивительного пейзажа и такого количества легендарных истории – это то, что Вы не сможете пропустить на озерах Бурабая!

ВЕТРЕННЫЕ ВИДЫ СПОРТА



Выдался ветреный день и вам нечего делать, но вам не сидится на месте? Как на счет спидрайдинга?

Насладитесь свежестью, чистотой и силой ветреных дней, дающих возможность заниматься этим видом спорта в любое время года. Это осень либо зима? Тогда вы можете заняться спидрайдингом, по снегу или по льду. Если это весна или лето, тогда насладитесь отличной погодой и катайтесь по траве или песку, при помощи специальной системы, которая будет предоставлена в Бурабай.

ВОДНАЯ ТЕРАПИЯ



Вы когда-нибудь слышали о купании в горячей ванне?

Этот расслабляющий вид отдыха особенно интересен в зимнее время! Вы сможете расслабиться в этих маленьких бассейнах, полных горячей водой, наслаждаясь массажем или гидротерапией.

Но какой особенный компонент делает этот вид отдыха уникальным? Горячие ванны находятся под открытым небом! Горячие ванны, окружены снегом и сосновыми лесами, несомненно, станут запоминающимся зимним опытом, который Вы сможете приобрести в Бурабае!

ТУР ГУРМАНА



Хотите ли вы узнать вкус настоящего Казахстана? Теперь главный герой – это кулинария.

Этот опыт включает в себя тур гурмана по различным ресторанам этой местности. У Вас будет детальная карта с полной информацией о ресторанах и их специальных блюдах. Посещая различные рестораны, Вы сможете отметить их у себя в карте и сделать пометки по каждому из них.

В конце тура, который сможет длиться всего несколько недель или даже весь год, если вы захотите, все участники будут иметь шанс поделиться своим мнением и познакомиться с шеф-поварами. А те, кто посетит все рестораны, включенные в тур, будут награждены специальным призом!

КОНСЬЕРЖ УСЛУГИ В БУРАБАЙ



Хотите, чтобы ваш отдых в Бурабае был более чем завершенный?

Приветственный сервис курортной зоны Бурабай будет готов радушно вас встретить. Гостеприимство сотрудников, несомненно, удивит вас, создавая домашнюю обстановку.

Вам будет дана вся необходимая информация для уникального пребывания в Бурабае: что делать, что посмотреть, мероприятия для детей, удобства различных курортов и много другое. Наша встречающая команда заверит в том, что Вы сможете полностью насладиться Бурабаем без переживаний о чем-либо. Только расслабляйтесь и позвольте себе жить!

ПРИЛОЖЕНИЕ 5: ДЕТАЛЬНАЯ ПРОГРАММА

Таблица А5.1: Детальная рограмма застройки Чебачье

Курортная зона Бурабай - Озера Чебачье					
Программа застройки					
Общая площадь поверхности Курорта (м2)	21,470,000				
		себестоимость продаж	3.62%	% Земля, отчуждённая под стр-во - Жилая зона	1.2%
Общий участок продажи (м2)	4,392,000	CUS	2.11%	% Земля, отчуждённая под стр-во - Гостиницы	0.2%
Footprint (м2)	428,243			% Земля, отчуждённая под стр-во - Сервисы и	4.5%
Кол-во койко-мест в жилом фонде	17,000	Кол-во койко-мест в жилом фо	7.9	% Участок застройки жилой зоны	18.1%
Кол-во койко-мест в гостиницах	3,000	Кол-во койко-мест в гостиница	1.4	% Участок застройки гостиниц	23.3%
Всего койко-мест	20,000	Всего койко-мест на гектар	10.0	% Участок застройки сервисы и услуги гостини	12.9%
Примечание: 2 койко-места на спальню					

Источник: Разработано THR

Таблица А5.И: Програма застройки жилья в Чебачье

Озера Чебачье												
МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ КУРОРТ												
Жилой фонд	Тип	Кол-во единиц	%	Общая площадь здания/Единиц у м2	Общая площадь здания м2	Кол-во уровней	Обустроенная зона м2	Кол-во койко-мест	Всего койко-мест	Участок м2	Земля, отчуждённая под строительство	Всего участков м2
Обособленные виллы												
Вид 1	1 спальня	200	12%	80	16,000	1.0	16,000	2	400	400	20%	80,000
Вид 2	2 спальня	200	12%	100	20,000	1.0	20,000	4	800	400	25%	80,000
Вид 3	3 спальня	200	12%	120	24,000	2.0	12,000	4	800	600	10%	120,000
Вид 4	4 спальня	300	18%	180	54,000	2.0	27,000	4	1,200	1,000	9%	300,000
Вид 5	5 спальня	400	24%	250	100,000	2.0	50,000	6	2,400	2,000	6%	800,000
Вид 6	6 спальня	240	15%	350	84,000	2.0	42,000	8	1,920	4,000	4%	960,000
Вид 7	7 спальня	102	6%	500	51,000	2.5	20,400	10	1,020	4,000	5%	408,000
Под итог - Обособленные виллы		1,642	100%		313,000		151,400		7,340			2,588,000
Таунхаусы												
Вид 1	1 спальня	300	19%	80	24,000	2.0	12,000	4	1,200	180	22%	54,000
Вид 1	2 спальня	500	31%	80	40,000	2.0	20,000	4	2,000	180	22%	90,000
Вид 2	2 спальня	500	31%	120	60,000	2.0	30,000	4	2,000	220	27%	110,000
Вид 3	3 спальня	300	19%	160	48,000	2.0	24,000	6	1,800	260	31%	78,000
Под итог - Таунхаусы		1,600	100%		172,000		86,000		7,000			332,000
Квартиры												
Квартиры	Студия	200	25%	39	7,700	3.0	2,567	1	200	60	21%	12,000
Квартиры	1 спальня	200	25%	55	11,000	3.0	3,667	2	400	85	22%	17,000
Квартиры	2 спальня	200	25%	77	15,400	3.0	5,133	4	800	110	23%	22,000
Квартиры	3 спальня	150	19%	110	16,500	3.0	5,500	6	900	160	23%	24,000
Квартиры	Пентхаус	60	7%	165	9,900	3.0	3,300	6	360	250	22%	15,000
Примечание: Общая площадь зданий включает 10% прибавку		810	100%									
Под итог - Квартиры		810	20%		60,500		20,167		2,660			90,000
Всего по ЖИЛОМУ ФОНДУ												
		4,052	100%		545,500		257,567		17,000			3,010,000

Источник: Разработано THR

Таблица А5.II: Програма застройки жилья в Чебачье (прод.)

ОТЕЛИ	Вид	Общая площадь / комната м2	Кол-во комнат	% от общего кол-ва комнат	Общая площадь здания м2	Кол-во уровней	Обустроенная зона м2	Кол-во койко- мест	Всего койко- мест	Участок м2	Земля, отчужденная под строительство (%)	Всего участков м2
Отель	5 star	120	200	13%	24 000	3,0	8 000	2	400	100 000	8%	100 000
Отель - с казино	5 star	120	100	7%	12 000	3,0	4 000	2	200	100 000	4%	100 000
Отель - бутик	5 star	100	50	3%	5 000	3,0	1 667	2	100	100 000	2%	100 000
Промежуточный итог - 5-* отели			350	23%	41 000		13 667		700			300 000
Отель	4 star	80	400	27%	32 000	3,0	10 667	2	800	60 000	18%	60 000
Отель - Апарта-отель	4 star	100	250	17%	25 000	2,0	12 500	2	500	60 000	21%	60 000
Промежуточный итог - 4-* отели			650	43%	57 000		23 167		1 300			120 000
Отель	3 star	70	200	13%	14 000	3,0	4 667	2	400	40 000	12%	40 000
Отель - Апарта-отель	3 star	70	200	13%	14 000	3,0	4 667	2	400	40 000	12%	40 000
Отель - Апарта-отель	3 star	70	100	7%	7 000	3,0	2 333	2	200	40 000	6%	40 000
Промежуточный итог - 3-* отели			500	33%	35 000		11 667		1 000			120 000
Примечание: Рядом с отелем могут располагаться небольшие жилые помещения и могут быть использованы в целях аренды												
Всего ОТЕЛИ			1 500	100%	133 000		48 500		3 000			420 000
Всего ОБЪЕКТОВ РАЗМЕЩЕНИЯ КУРОРТА					678 500		306 067		20 000			3 430 000

Источник: Разработано THR

Таблица А5.ІІІ: Программа сервиса и услуг Чебацье

СЕРВИСЫ И УСЛУГИ												
ЦЕНТРЫ КУРОРТА		единиц	внутренняя общая площадь м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованная м2	Общая м2	Кол-во уровней	Обустроенная зона м2	Благоустроенная зона	Участок	Земля, отчуждённая под	Общая Участок м2
Первичный центр курорта			8,550	1,080	1,540	11,170		9,630	3,830	15,000	64%	15,000
Торговые единицы - 40%	4,160	27.0	4,050			4,050	1.0	4,050				
Единицы питания - 45%	4,680	18.0	2,700	1,080	540	4,320	1.0	3,780				
Услуги - 5%	520	5.0	600			600	1.0	600				
Развлечения - 5%	520	5.0	600			600	1.0	600				
Разное - 5%	520	5.0	600			600	1.0	600				
Автопаркинг - 20 cars	100	1.0	-		1,000	1,000	1.0	-				
Общественные места и Благоустроенная зона		1.0	-				1.0	-	3,830			
Всего ПЕРВИЧНЫЙ ЦЕНТР КУРОРТА			8,550	1,080	1,540	11,170		9,630	3,830	15,000	64%	15,000
Вторичный центр курорта - No 1			2,670	300	350	3,320		2,970	1,680	5,000	59%	5,000
Торговые единицы - 40%	1,280	8.0	1,200			1,200	1.0	1,200				
Единицы питания - 45%	1,440	5.0	750	300	150	1,200	1.0	1,050				
Услуги - 5%	160	2.0	240			240	1.0	240				
Развлечения - 5%	160	2.0	240			240	1.0	240				
Разное - 5%	160	2.0	240			240	1.0	240				
Автопаркинг - 20 cars	20	1.0	-		200	200	1.0	-				
Общественные места и Благоустроенная зона		1.0	-				1.0	-	1,680			
Вторичный центр курорта - No 2			2,670	300	350	3,320		2,970	1,680	5,000	59%	5,000
Торговые единицы - 40%	1,280	8.0	1,200			1,200	1.0	1,200				
Единицы питания - 45%	1,440	5.0	750	300	150	1,200	1.0	1,050				
Услуги - 5%	160	2.0	240			240	1.0	240				
Развлечения - 5%	160	2.0	240			240	1.0	240				
Разное - 5%	160	2.0	240			240	1.0	240				
Автопаркинг - 20 cars	20	1.0	-		200	200	1.0	-				
Общественные места и Благоустроенная зона		1.0	-				1.0	-	1,680			
Вторичный центр курорта - No 3			2,670	300	350	3,320		2,970	1,680	5,000	59%	5,000
Торговые единицы - 40%	1,280	8.0	1,200			1,200	1.0	1,200				
Единицы питания - 45%	1,440	5.0	750	300	150	1,200	1.0	1,050				
Услуги - 5%	160	2.0	240			240	1.0	240				
Развлечения - 5%	160	2.0	240			240	1.0	240				
Разное - 5%	160	2.0	240			240	1.0	240				
Автопаркинг - 20 cars	20	1.0	-		200	200	1.0	-				
Общественные места и Благоустроенная зона		1.0	-				1.0	-	1,680			
Всего ВТОРИЧНЫЕ ЦЕНТРЫ КУРОРТА			8,010	900	1,050	9,960		8,910	5,040	15,000	59%	15,000
Местные центры - из 8		8.0	4,800	960	5,760	10,720	1.00	5,760	480	12,000	48%	12,000
Торговля, Питание и Услуги		32.0	3,200	960	960	5,120	1.00	4,160				
Развлечения и разное		16.0	1,600			1,600	1.00	1,600				
Автопаркинг		80.0			800							
Общественные места		8.0			4,000	4,000	1.00	-				
Благоустроенная зона		8.0							480			
Всего МЕСТНЫЕ ЦЕНТРЫ			4,800	960	5,760	10,720		5,760	480	12,000	48%	12,000
Всего ЦЕНТРЫ КУРОРТА			21,360	2,940	8,350	31,850	-	24,300	9,350	42,000		42,000

Источник: Разработано THR

Таблица А5.III: Программа сервиса и услуг Чебачье (прод.)

СОБЫТИЙНЫЙ, ВЫСТАВОЧНЫЙ, И КОНФЕРЕНЦ ЦЕНТР	единиц	внутренняя общая площадь м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованная м2	Общая м2	Кол-во уровней	Обустроенная зона м2	Благоустроенная зона	Участок	Земля, отчужденная под	Общая Участок м2
Событийный, выставочный и конференц центр	1,0	4 750	-	19 000	23 750		3 167	17 833	40 000	8%	40 000
Конференц-зал и банкет-зал	1,0	3 750	-	-	3 750	1,5	2 500	-			
Внешнее пространство банкет-зал	1,0	-	-	2 000	2 000	1,0	-	-			
Внутреннее общественные пространства	1,0	1 000	-	-	1 000	1,5	887	-			
Внешний амфитеатр	1,0	-	-	2 000	2 000						
Внешнефункциональное пространство	1,0	-	-	10 000	10 000	1,0	-	-			
Автопарковка - 500 машин	500	-	-	5 000	5 000	1,0	-	-			
Общественные места и Благоустроенная зона	1,0	-	-	-	-	1,0	-	17 833			
Всего СОБЫТИЙНЫЙ, ВЫСТАВОЧНЫЙ, И КОНФЕРЕНЦ ЦЕНТР		4 750	-	19 000	23 750		3 167		40 000	8%	40 000
ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР ПО МОДЕЛИ АУТЛЕТА	единиц	внутренняя общая площадь м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованная м2	Общая м2	Нет уровней	Обустроенная зона м2	Благоустроенная зона	Участок	Земля, отчужденная под	Общая Участок м2
Торговый центр – по модели аутлета	1,0	20 500	-	26 500	47 000		20 500		60 000	34%	60 000
Розничные и коммерческие единицы - приблизительно 100	100,0	15 000			15 000	1,0	15 000				
Сервис, Хранение, Установки и Оборудование	1,0	5 000			5 000	1,0	5 000				
Общественные места и места для движения	1,0			15 000	15 000	1,0	-				
Заправочные станции и СТО	1,0	500		1 500	2 000	1,0	500				
Автопарковка - 1000 мест	1,0			10 000	10 000	1,0	-				
Благоустроенная зона	1,0			-	-	1,0	-	13 000			
Всего ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР ПО МОДЕЛИ АУТЛЕТА	1,0	20 500		26 500	47 000		20 500		60 000	34%	60 000
ОХОТНИЧЬЯ ДЕРЕВНЯ	единиц	внутренняя общая площадь м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованная м2	Общая м2	Нет уровней	Обустроенная зона м2	Благоустроенная зона	Участок	Земля, отчужденная под	Общая Участок м2
Охотничья деревня	1,0	11 400	2 500	403 300	417 200		12 867	83 833	500 000	2,57%	500 000
Стрельбище - 500м открытое пространство	1,0	-	-	50 000	50 000	1,0	-	-			
Стрельбище - 100м открытое пространство	1,0	-	-	10 000	10 000	1,0	-	-			
Для пневматического (2) - 50м	2,0	-	-	5 000	5 000	1,0	-	-			
Для стрельбы по тарелочкам - Сит, Стенд и т.д.	1,0	-	-	150 000	150 000	1,0	-	-			
Для стрельбы по тарелочкам- Спортивный (корот.)	1,0	-	-	20 000	20 000	1,0	-	-			
Для стрельбы по тарелочкам- Спортивный (длин.)	1,0	-	-	80 000	80 000	1,0	-	-			
Для игры в перекрестный страйкбол Зона 2	1,0	-	-	50 000	50 000	1,0	-				
Для игры в перекрестный страйкбол Зона 2	1,0	-	-	50 000	50 000	1,0	-				
Поле для стрельбы из лука	2,0	-	-	5 000	5 000	1,0	-	-			
Сооружение для хранения и содержания	1,0	400	-	800	1 200	1,5	287				
Здание клуба	1,0	1 000	500	500	2 000	2,5	600				
Автопарковка - 200 мест	200	-	-	2 000	2 000	1,0	-	-			
Домики в аренду - 100 единиц х 100м2/единица	100,0	10 000	2 000	-	12 000	1,0	12 000				
Благоустроенная зона	1,0			-	-	1,0	-	83 833			
Всего ОХОТНИЧЬЯ ДЕРЕВНЯ		11 400	2 500	403 300	417 200		12 867		500 000	2,57%	500 000

Источник: Разработано THR

Таблица А5.III: Программа сервиса и услуг Чебачье (прод.)

РЫБАЦКАЯ ДЕРЕВНЯ	единиц	внутренняя общая площадь м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованная м2	Общая м2	Нет уровней	Обустроенная зона м2	Благоустроенная зона	Участок	Земля, отчужденная под	Общая Участок м2
Рыбачья деревня	1,0	13 400	2 500	5 500	21 400		15 017	9 483	30 000	50,06%	30 000
Здание клуба вкл. ресепшн и торговую точку	1,0	1 000	500	500	2 000	2,0	750				
Место для хранения лодок (Сухой док)	1,0	1 000	-	1 000	2 000	1,0	1 000				
Сооружение для хранения и содержания	1,0	400	-	800	1 200	1,5	267				
Сопутствующие торговые единицы, вкл. Топливо	5,0	1 000	-	750	1 750	1,0	1 000				
Причалы/пирс - для 50 малых лодок - Причалы 150м длина	1,0	-	-	450	450	1,0	-				
Автопаркинг - 200 мест	1,0	-	-	2 000	2 000	1,0	-	-			
Домики в аренду - 100 единиц х 100м2/единица	100,0	10 000	2 000	-	12 000	1,0	12 000				
Благоустроенная зона	1,0			-	-	1,0	-	9 483			
Всего РЫБАЦКАЯ ДЕРЕВНЯ		13 400	2 500	5 500	21 400		15 017		30 000	50,06%	30 000
СПОРТИВНЫЙ ЦЕНТР ДЛЯ ВОДНЫХ/ЗИМНИХ ВИДОВ СПОРТА	единиц	внутренняя общая площадь м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованная м2	Общая м2	Нет уровней	Обустроенная зона м2	Благоустроенная зона	Участок	Земля, отчужденная под	Общая Участок м2
Торговые, Сервис и Административные единицы		1 900	160	2 490	4 550		2 060		10 000	21%	10 000
Сервис единицы	2,0	200	50		250	1,0	250				
Питание и напитки	2,0	200	110	40	350	1,0	310				
Женская раздевалка, Туалеты и Душевые	5,0	750		-	750	1,0	750				
Мужская раздевалка, Туалеты и Душевые	5,0	750		-	750	1,0	750				
Причалы/пирс - для 50 малых лодок - Причалы 150м длина	1,0	-		450	450	1,0	-				
Автопаркинг - 200 мест	1,0	-		2 000	2 000	1,0	-				
Благоустроенная зона		-				1,0	-	5 450			
Всего ЦЕНТР ДЛЯ ВОДНЫХ ВИДОВ СПОРТА		1 900	160	2 490	4 550		2 060		10 000	21%	10 000
СЕМЕЙНЫЙ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР	единиц	внутренняя общая площадь м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованная м2	Общая м2	Нет уровней	Обустроенная зона м2	Благоустроенная зона	Участок	Земля, отчужденная под	Общая Участок м2
Семейный развлекательный центр - Крытый		14 000	3 000	7 600	24 600		18 183	4 217	30 000	61%	30 000
<i>Для крытых и открытых</i>	1,0	6 500	-	-	6 500	1,20	5 417		8 900	61%	8 900
Территория деятельности	1,0	5 000			5 000	1,00					
Раздевалки	1,0	500			500	1,00					
Ресепшн, Торговля, Питание и напитки	1,0	500			500	2,00					
Администрация, оборудование для персонала, установка	1,0	500			500	2,00					
Парк аттракционов	1,0	2 000	-	2 000	4 000	1,00	4 000		4 000	100%	4 000
Карусели и подобные развлечения	1,0	2 000		2 000	4 000	1,00					
вкл. Контрольные пункты (Продажа билетов или подобно	1,0	-		-	-	1,00					
Питание и напитки	1,0	3 500	-	600	4 100	1,00	4 100		4 100	100%	4 100
Разные торговые точки питания - предполагается фаст	6,0	1 200			1 200	1,00					
Сервис, Хранение и Зоны доставки	6,0	600		600	1 200	1,00					
Места для сидения - до 1000 мест	1,0	1 500			1 500	1,00					
Туалетные комнаты	1,0	200			200	1,00					
Торговые единицы	1,0	2 000	-	-	2 000	1,00	2 000		3 000	67%	3 000
Разные торговые единицы	10,0	1 000			1 000	1,00					
Зоны для хранения и доставки	10,0	1 000			1 000	1,00					
Общественные места	1,0	-	3 000	5 000	8 000	3,00	2 667		10 000	27%	10 000
Общественные места и для передвижения	1,0		3 000	5 000	8 000	1,00					
Автопаркинг - 200 мест	1,0	-		2 000	2 000	1,0	-				
Благоустроенная зона		-				1,0	-	4 217			
Всего СЕМЕЙНЫЙ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР		14 000	3 000	7 600	24 600		18 183		30 000	61%	30 000

Источник: Разработано THR

Таблица А5.III: Программа сервиса и услуг Чебацьке (прод.)

СПОРТИВНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ОБЪЕКТЫ	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Внешняя покрытая общая площадь, м2	Внешняя оборудованная, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство , м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего по участкам, м2
Спортивные объекты - открытые	1,0	900	-	42 700	43 600		800	6 500	50 000	1,60%	50 000
Спортивные поля - травяные	1,0	-		13 200	13 200	1,0	-				
Спортивные поля - синтетические	1,0	-		13 200	13 200	1,0	-				
Теннисные корты	4,0	-		3 200	3 200	1,0	-				
Каток	1,0	-		2 000	2 000	1,0	-				
Бассейны - Взрослый и детский	2,0	-		3 000	3 000	1,0	-				
Взрослая тренажерная зона и детская игровая площадка	1,0	-		500	500	1,0	-				
Раздевалки	1,0	400		-	400	1,0	400				
Хранилище и оборудование	1,0	200		-	200	1,0	200				
Объекты для зрителей	1,0	-		2 000	2 000	1,0	-				
Комплекс технического обслуживания	1,0	300		600	900	1,5	200				
Автопарковка- 500 машин	1,0	-		5 000	5 000	1,0	-				
Благоустроенная зона	1,0	-		-	-	1,0	-	6 500			
База экстремальных видов спорта	1,0	20 900	-	71 600	92 500		20 800	7 600	100 000	20,80%	100 000
Трасса для мотоспорта/горных велосипедов	1,0	-		22 500	22 500	1,0	-				
Трасса для квадроциклов	1,0	-		18 000	18 000	1,0	-				
Крытая трасса для картинга	1,0	20 000		-	20 000	1,0	20 000				
Открытая трасса для картинга	1,0	-		20 000	20 000	1,0	-				
Торговые объекты и объекты питания	1,0	-		3 000	3 000	1,0	-				
Взрослая тренажерная зона и детская игровая площадка	1,0	-		500	500	1,0	-				
Раздевалки	1,0	400		-	400	1,0	400				
Хранилище и оборудование	1,0	200		-	200	1,0	200				
Объекты для зрителей	1,0	-		2 000	2 000	1,0	-				
Комплекс технического обслуживания	1,0	300		600	900	1,5	200				
Автопарковка- 500 машин	1,0	-		5 000	5 000	1,0	-				
Благоустроенная зона	1,0	-		-	-	1,0	-	7 600			
Гольф-центр	1,0	1 350	-	998 650	1 000 000		1 250	100	1 000 000	0,13%	1 000 000
18-луночное поле для гольфа "РАУР" и сопутствующие объекты	1,0	-		796 850	796 850	1,0	-				
18-луночное поле для гольфа "РАУР" с паром 3	1,0	-		200 000	200 000	1,0	-				
Здание для занятия гольфом - 30 секций	1,0	750		-	750	1,0	750				
Здание гольф-клуба и автопарковка- 150 машин	1,0	-		1 200	1 200	2,0	-				
Хранилище гольф-мобилей и гольф-тележек	1,0	300		-	300	1,0	300				
Комплекс технического обслуживания для гольфа	1,0	300		600	900	1,5	200				
Благоустроенная зона	1,0	-		-	-	1,0	-	100			
Кемпинг	4,0	2 800	200	3 400	6 400		2 733	73 867	80 000	3,42%	80 000
Ресепшн/торговые объекты	4,0	800	200	200	1 200	1,0	1 000				
Мужские раздевалки, туалеты и душевые	4,0	600		-	600	1,0	600				
Женские раздевалки, туалеты и душевые	4,0	600		-	600	1,0	600				
Комплекс технического обслуживания	4,0	800		3 200	4 000	1,5	533				
Благоустроенная зона	1,0	-		-	-	1,0	-	73 867			
Прочие объекты	1,0	1 400	350	350	2 100		1 750	17 900	20 000	8,75%	20 000
Прибрежный клуб/кафе-бары	4,0	800	200	200	1 200	1,0	1 000				
Казахские кабинки	6,0	600	150	150	900	1,0	750				
Благоустроенная зона	1,0	-		-	-	1,0	-	17 900			
Всего ОБЪЕКТАМ для СПОРТА и ОТДЫХА		26 000		118 050	144 600	-	26 083	-	250 000		250 000
Всего по СПОРТИВНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ОБЪЕКТАМ		26 000	-	118 050	144 600		26 083	-	250 000		250 000

Источник: Разработано THR

Таблица А5.IV: Инфраструктура Чебацье

ИНФРАСТРУКТУРА	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Погонных м	Внешняя, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство , м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего участков, м2
Безопасность		100	24 000	25	125		100		100		100
Ограждение / стены вдоль границ	1,0		24 000			1,0			-		-
Основные точки въезда на курорт / КПП	1,0	100	-	25	125	1,0	100		100		100
Вторичные точки въезда на курорт / КПП	0,0	-	-	-	-	1,0	-		-		-
Дороги и дорожки			489 606		2 690 145				2 690 145		2 690 145
Дороги - категория А1 (25 м)			21 521		376 620				376 620		376 620
Дороги - категория А2 (20 м)			26 901		430 423				430 423		430 423
Дороги - категория В (15 м)			107 606		1 183 664				1 183 664		1 183 664
Пешеходные дорожки - (шириной 2 - 2,5 м)			312 057		645 635				645 635		645 635
Велосипедные дорожки - 1-сторонние - (шириной 2,5 м)			21 521		53 803				53 803		53 803
Променады - бетонные, асфальтные или аналогичные			-		-				-		-
Променады - деревянные			-		-				-		-
Лесоразведение и благоустройство		-	-	5 000 000	-		-	-	5 000 000		5 000 000
Лесные посадки	1,0		-	5 000 000					5 000 000		5 000 000
Водоснабжение		24 525	452 484	-	24 525		24 525		24 525		24 525
Первичное хранилище питьевой воды	1	9 750	-		9 750		9 750		9 750		9 750
Вторичное хранилище питьевой воды	1	3 525	-		3 525		3 525		3 525		3 525
Хранилище оросительной воды	1	11 250	-		11 250		11 250		11 250		11 250
Сеть распределения питьевой воды, включая все необходимые	1		312 058		-				-		-
Сеть распределения оросительной воды	1		140 426		-				-		-
Канализация		15 350	314 058		15 350		15 350		15 350		15 350
Канализационная сеть	1		158 029		-		-		-		-
Сеть ливневой канализации	1		156 029		-		-		-		-
Канализационное очистное сооружение	1	14 600	-		14 600		14 600		14 600		14 600
Установка предварительной очистки ливневой воды	1	750			750		750		750		750
Электричество		1 060	214 879	-	8 040		8 040		8 040		8 040
Первичная подстанция	-	-	-		-		-		-		-
Вторичные подстанции / трансформаторы	3	1 000	-		3 000		3 000		3 000		3 000
Третичные подстанции / трансформаторы	84	60	-		5 040		5 040		5 040		5 040
Объекты наружного освещения	6 559	-	-		-		-		-		-
Наружное соединение с сетью	1	-	11 500		-		-		-		-
Распределительная сеть низкого напряжения	1	-	94 159		-		-		-		-
Распределительная сеть среднего напряжения	1	-	109 220		-		-		-		-

Источник: Разработано THR

Таблица А5.IV: Инфраструктура Чебачье (прод.)

Газоснабжение			2 000	321 037	-	3 000	-	3 000	-	3 000		3 000
Первичная подстанция		-	-	-	-	-	-	-	-	-		-
Вторичная подстанции / трансформаторы	1		1 000	-		1 000		1 000		1 000		1 000
Третичные подстанции / трансформаторы	2		1 000	-		2 000		2 000		2 000		2 000
Наружное соединение с сетью	1			30 500		-		-		-		-
Распределительная сеть	1			290 537		-		-		-		-
Связь			750	321 037	-	750	-	750	-	750		750
Передача речи и данных - первичная подстанция		-	-	-		-		-		-		-
Передача речи и данных - вторичная подстанции	1		500	-		500		500		500		500
Передача речи и данных - третичные подстанции	1		250	-		250		250		250		250
Наружное соединение с сетью	1			30 500		-		-		-		-
Распределительная сеть	1			290 537		-		-		-		-
Управление твердыми отходами, включая утилизируемые отходы			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Первичный пункт сбора	1											
Вторичный пункт сбора	1											
Всего по ИНФРАСТРУКТУРЕ			43 785	2 137 101	5 000 025	2 741 935	-	51 765	-	7 733 870		7 741 910
Исключенные земли										8 680 000		8 680 000
Озерная буферная зона										3 680 000		3 680 000
Обереженные земли для будущей застройки										5 000 000		5 000 000
ВСЕГО - ЧЕБАЧЬЕ			821 955			4 132 235		504 308				20 855 910

Источник: Разработано THR

Таблица А5.V: Программа СЭЗ

Курортная зона Бурабай - оз. Щучье
Программа застройки

Общая площадь Зимней деревни (м2) +- Общая площадь участков на продажу (м2) Земля, отчужденная под строительство (м2)	3 200 000 736 000 50 797	Себестоимость продаж CUS	3,15% 1,59%	% Земля под строительство - Жилой фонд % Земля под строительство - Гостиницы % Земля под строительство - Курортные объек	6,8% 8,8% 6,7%
Кол-во койко-мест в жилом фонде Кол-во койко-мест в гостиничном фонде Всего койко-мест	2 560 140 2 700	Кол-во койко-мест в жилом фо Кол-во койко-мест в гостиничн Всего койко-мест на гектар	8,0 0,4 8,4	% Участок застройки жилой зоны % Участок застройки гостиничной зоны % Участок застройки курортных объектов и се	14,6% 14,7% 6,7%
Примечание: 2 койко-места на спальню					

ЩУЧИНСК												
ОСОБАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА (СЭЗ)												
ЖИЛОЙ ФОНД	Тип	Кол-во ед.	%	Общ. площадь на единицу, м2	Общая площадь, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство, м2	Кол-во койко-мест	Всего койко-мест	Участок, м2	Земля под строительство на участке (%)	Всего участков, м2
Виллы на несколько семей												
Тип 1	2 спальни	20	10%	120	2 400	2,0	1 200	4	80	1 000	6%	20 000
Тип 2	2 спальни	50	25%	180	9 000	2,0	4 500	4	200	1 500	6%	75 000
Тип 3	3 спальни	60	30%	250	15 000	2,0	7 500	6	360	2 000	6%	120 000
Тип 4	4 спальни	40	20%	350	14 000	2,0	7 000	8	320	3 000	6%	120 000
Тип 5	5 спальни	30	15%	500	15 000	2,5	6 000	10	300	4 000	5%	120 000
		200	100%									
Подитог - Виллы на несколько семей		200	40%		55 400		26 200		1 260			455 000
Таунхаусы												
Тип 1	2 спальни	50	25%	80	4 000	2,0	2 000	4	200	500	8%	25 000
Тип 2	2 спальни	80	40%	120	9 600	2,0	4 800	4	320	600	10%	48 000
Тип 3	3 спальни	70	35%	160	11 200	2,0	5 600	6	420	800	10%	56 000
		200	100%									
Подитог - Таунхаусы		200	40%		24 800		12 400		940			129 000
Апартаменты												
Апартаменты	Студио	20	20%	39	770	3,0	257	1	20	100	13%	2 000
Апартаменты	1 спальня	20	20%	55	1 100	3,0	367	2	40	150	12%	3 000
Апартаменты	2 спальни	30	30%	77	2 310	3,0	770	4	120	200	13%	6 000
Апартаменты	3 спальни	20	20%	110	2 200	3,0	733	6	120	300	12%	6 000
Апартаменты	Пентхаус	10	10%	165	1 650	3,0	550	6	60	500	11%	5 000
Примечание: Общая площадь зданий включает дополнительные		100	100%									
Подитог - Апартаменты		100	20%		8 030		2 677		360			22 000
Всего по ЖИЛОМУ ФОНДУ												
		500	100%		88 230		41 277		2 560			606 000

Источник: Разработано THR

Таблица А5.V: Программа СЭЗ (продл.)

Итого по Программе СЭЗ (продол.)												
ГОСТИНИЦЫ	Тип	Общая площадь на спальню, м2	Кол-во спальных комнат	% от общего кол-ва спальных	Общая площадь, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство , м2	Кол-во койко- мест	Всего койко- мест	Участок, м2	Земля под строительство на участке (%)	Всего участков, м2
Бутик-отель	5 star	100	70	100%	7 000	2,0	3 500	2	140	40 000	9%	40 000
Всего по ГОСТИНИЦАМ			70	100%	7 000		3 500		140			40 000
Всего по ОБЪЕКТАМ РАЗМЕЩЕНИЯ В СЭЗ					95 230		44 777		2 700			646 000
ОБЪЕКТЫ И СЕРВИСЫ												
КУРОРТНЫЕ ЦЕНТРЫ (ГОРОДСКИЕ ЦЕНТРЫ)		единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Внешняя покрытая общая площадь, м2	Внешняя оборудованна я, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство , м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего по участкам, м2
Курортный центр			2 160	360	680	3 200		2 520	16 800	20 000	13%	20 000
Торговые объекты - 40%	✔	6,0	900			900	1,0	900				
Объекты питания - 45%	✔	6,0	900	360	180	1 440	1,0	1 260				
Сервисы - 5%	✔	1,0	120			120	1,0	120				
Развлечения - 5%	✔	1,0	120			120	1,0	120				
Прочие объекты - 5%	✔	1,0	120			120	1,0	120				
Автопарковка - 50 машин		1,0	-		500	500	1,0	-				
Благоустроенная зона		1,0	-				1,0	-	16 800			
Всего по КУРОРТНЫМ ЦЕНТРАМ			2 160	360	680	3 200		2 520	16 800	20 000		20 000
Велнес-центр		1,0	3 000		3 000	6 000		3 000		60 000	5%	60 000
Здания центра		1,0	3 000			3 000	1,0	3 000				
Открытые пространства, включая бассейн		1,0			3 000	3 000	1,0	-				
Благоустроенная зона		1,0			-	-	1,0	-	54 000			
Озерная пристань		1,0	500	-	950	1 450		500		10 000	5%	10 000
Причалы / пристани - 50 небольших катеров - Причалы для		1,0	-		450	450	1,0	-				
Сухой док и ангар для катеров, включая техническое обл		1,0	500		500	1 000	1,0	500				
Благоустроенная зона		1,0	-				1,0	-	9 500			
Прочие объекты			-	-	17 500	17 500		-	-	-	-	-
Променады у озера		1,0	-	-	17 500	17 500	1,0					
Казахские домики		7,0										
Всего по ОБЪЕКТАМ И СЕРВИСАМ			5 660	360	4 630	10 650		6 020	16 800	90 000		90 000

Источник: Разработано THR

Таблица А5.VI: Инфраструктура СЭЗ

ИНФРАСТРУКТУРА	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Погонных м	Внешняя, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство , м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего участков, м2
Безопасность		50	3 500	13	63		50		50		50
Ограждение / стены вдоль границ	1,0	3 500	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Основные точки въезда на курорт / КПП	1,0	50	-	13	63	1,0	50		50		50
Вторичные точки въезда на курорт / КПП	0,0	-	-	-	-	1,0	-		-		-
Дороги и дорожки		-	21 732		119 408				119 408		119 408
Дороги - категория А1 (25 м)			955		16 717				16 717		16 717
Дороги - категория А2 (20 м)			1 194		19 105				19 105		19 105
Дороги - категория В (15 м)			4 776		52 539				52 539		52 539
Пешеходные дорожки - (шириной 2 - 2,5 м)			13 851		28 658				28 658		28 658
Велосипедные дорожки - 1-сторонние - (шириной 2,5 м)			955		2 388				2 388		2 388
Водоснабжение		3 711	20 083	-	3 711		3 711		3 711		3 711
Первичное хранилище питьевой воды	1	1 450	-	-	1 450		1 450		1 450		1 450
Вторичное хранилище питьевой воды	1	600	-	-	600		600		600		600
Хранилище оросительной воды	1	1 661	-	-	1 661		1 661		1 661		1 661
Сеть распределения питьевой воды, включая в се необход	1		13 850	-	-		-		-		-
Сеть распределения оросительной воды	1		6 233	-	-		-		-		-
Канализация		2 150	17 650	-	17 550		17 550		17 550		17 550
Канализационная сеть	1		10 625	-	10 625		10 625		10 625		10 625
Сеть ливневой канализации	1		6 925	-	6 925		6 925		6 925		6 925
Канализационное очистное сооружение	1	2 000	-	-	-		-		-		-
Установка предварительной очистки ливневой воды	1	150	-	-	-		-		-		-
Электричество		1 060	24 600		1 720		1 720		1 720		1 720
Первичная подстанция	-	-	-	-	-		-		-		-
Вторичные подстанции / трансформаторы	1	1 000	-	-	1 000		1 000		1 000		1 000
Третичные подстанции / трансформаторы	12	60	-	-	720		720		720		720
Объекты наружного освещения	291	-	-	-	-		-		-		-
Наружное соединение с сетью	1	-	6 250	-	-		-		-		-
Распределительная сеть низкого напряжения	1	-	13 502	-	-		-		-		-
Распределительная сеть среднего напряжения	1	-	4 848	-	-		-		-		-
Газоснабжение		1 500	27 895	-	1 500		1 500		1 500		1 500
Первичная подстанция	-	-	-	-	-		-		-		-
Вторичные подстанции / трансформаторы	1	1 000	-	-	1 000		1 000		1 000		1 000
Третичные подстанции / трансформаторы	1	500	-	-	500		500		500		500
Наружное соединение с сетью	1		15 000	-	-		-		-		-
Распределительная сеть	1		12 895	-	-		-		-		-
Связь		750	27 895	-	750		750		750		750
Передача речи и данных - первичная подстанция	-	-	-	-	-		-		-		-
Передача речи и данных - вторичные подстанции	1	500	-	-	500		500		500		500
Передача речи и данных - третичные подстанции	1	250	-	-	250		250		250		250
Наружное соединение с сетью	1		15 000	-	-		-		-		-
Распределительная сеть	1		12 895	-	-		-		-		-
Управление твердыми отходами, включая утилизируемые отходы		-	-	-	-		-		-		-
Первичный пункт сбора	1										
Вторичный пункт сбора	1										
Всего по ИНФРАСТРУКТУРЕ		9 221	143 255	13	144 701		25 281		144 688		144 688
ВСЕГО - СПЕЦИАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА		110 111			250 581		76 077				880 688

Источник: Разработано THR

Таблица А5.VII: Программа Катарколь

Программа застройки												
Общая площадь Зимней деревни (м2) +- Общая площадь участков на продажу (м2) Земля, отчужденная под строительство (м2) Кол-во койко-мест в жилом фонде Кол-во койко-мест в гостиничном фонде Всего койко-мест Примечание: 2 койко-места на спальню	3,200,000 30,000 5,600 0 480 480	себестоимость продаж CUS		0.90% 0.49%				% Земля под строительство - Жилой фонд % Земля под строительство - Гостиницы % Земля под строительство - Курортные объект	0.0% 0.2% 0.0%			
КАТАРКОЛЬ												
КАТАРКОЛЬ												
КАТАРКОЛЬ												
ГОСТИНИЦЫ	Тип	Общая площадь на спальню, м2	Кол-во спальных комнат	% от общего кол-ва спальных	Общая площадь, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство, м2	Кол-во койко-мест	Всего койко-мест	Участок, м2	Земля под строительство на участке (%)	Всего участков, м2
Всего по ГОСТИНИЦАМ	4-звездочная	70	240	100%	16,800	3.0	5,600	2	480	20,000	28%	20,000
Итого по ГОСТИНИЦАМ												

Источник: Разработано THR

Таблица А5.VII: Программа Катарколь

ОБЪЕКТЫ И СЕРВИСЫ												
КОННО-СПОРТИВНЫЙ ЦЕНТР		единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованна я, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство . м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего по участкам, м2
Трек			2,400	5,000	482,900	485,300		900	6,200	490,000	1.20%	490,000
1-мильный 4-фарлонговый трек и спринт-трек		2.0			475,000	475,000	1.0				0.00%	
Арена для выездки		1.0	-		5,000	5,000	1.0	-			1.02%	
Конюшни		100.0	-	-	2,000	2,000	2.0	-			0.00%	
Ограда		1.0	500		-	500	1.0	500			0.10%	
Трибуны для зрителей		1.0		5,000	-							
Здания - жокеи, официальные лица и персонал		1.0	1,500		-	1,500						
Комплекс технического обслуживания		1.0	400		400	800	1.0	400			0.08%	
Автопарков ка - 50 машин		1.0	-		500	500	1.0	-				
Благоустро енная зона		1.0			-	-	1.0	-	6,200			
Крытая арена			4,000	-	500	4,500		3,000	500	4,000	75%	4,000
Здание, включая все объекты		1.0	3,000			3,000	1.0	3,000				
Конюшня, ветеринарная служба и т.д.		1.0	1,000			1,000						
Автопарков ка - 50 машин		1.0	-		500	500	1.0	-				
Благоустро енная зона		1.0			-	-	1.0	-	500			
Открытая арена			-	-	4,000	4,000		-	-	6,000	0%	6,000
Арены		2.0			4,000	4,000	1.0	-				
Всего по КОННО-СПОРТИВНОМУ ЦЕНТРУ			6,400	5,000	487,400	493,800		3,900	6,700	500,000		500,000
КУРОРТНЫЕ ЦЕНТРЫ (ГОРОДСКИЕ ЦЕНТРЫ)		единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованна я, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство . м2	Благоустро ен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего по участкам, м2
Курортный центр 1			1,410	180	290	1,880		1,590	620	2,500	64%	2,500
Торговые объекты - 40%		4.0	600			600	1.0	600				
Объекты питания - 45%		3.0	450	180	90	720	1.0	630				
Сервисы - 5%		1.0	120			120	1.0	120				
Развлечения - 5%		1.0	120			120	1.0	120				
Прочие объекты - 5%		1.0	120			120	1.0	120				
Автопарков ка - 20 машин		1.0	-		200	200	1.0	-				
Территория общего пользования и благоустроенная зона		1.0	-				1.0	-	620			
Примечание: В курортном центре может размещаться соответствующее кол-во апартаментов												
Курортный центр 2			1,410	180	290	1,880		1,590	620	2,500	64%	2,500
Торговые объекты - 40%		4.0	600			600	1.0	600				
Объекты питания - 45%		3.0	450	180	90	720	1.0	630				
Сервисы - 5%		1.0	120			120	1.0	120				
Развлечения - 5%		1.0	120			120	1.0	120				
Прочие объекты - 5%		1.0	120			120	1.0	120				
Автопарков ка - 20 машин		1.0	-		200	200	1.0	-				
Территория общего пользования и благоустроенная зона		1.0	-				1.0	-	620			
Примечание: В курортном центре может размещаться соответствующее кол-во апартаментов												
Всего по КУРОРТНЫМ ЦЕНТРАМ			2,820	360	580	3,760		3,180	1,860	5,000		5,000

Источник: Разработано THR

Таблица А5.VII: Программа Катарколь (продл.)

ОЗЕРНАЯ ПРИСТАНЬ И СОПУТСТВУЮЩИЕ ОБЪЕКТЫ	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованна я, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство . м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего по участкам, м2
Пристань	1.0	200	-	950	1,150		200	800	1,000	20%	1,000
Причалы / пристани - 50 небольших катеров - Причалы для	1.0	-		450	450	1.0	-				
Ангар для катеров , включая техническое обслуживание	1.0	200		500	700	1.0	200				
Благоустроенная зона	1.0	-				1.0	-	800			
Прочие объекты	1.0	200	50	50	300		250	300	600	42%	600
Прибрежный клуб/кафе-бары	1.0	200	50	50	300	1.0	250				
Благоустроенная зона	1.0			-	-	1.0	-	300			
Всего по ОЗЕРНЫМ ОБЪЕКТАМ		400	50	1,000	1,450		450	1,100	1,600		1,600
СПОРТИВНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ОБЪЕКТЫ	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованна я, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство . м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего по участкам, м2
Спортивный клуб - крытый		1,235	-	3,400	4,635		1,235	1,365	6,000	21%	6,000
Ресепшн, административная и служебная зона	1.0	100			100	1.0	100				
Торговый объект и кафе-бар	1.0	150			150	1.0	150				
Бассейн - крытый	1.0	450			450	1.0	450				
Спортивный зал	1.0	100			100	1.0	100				
Студия танца и аэробики	1.0	100			100	1.0	100				
Зоны перемещения	1.0	135			135	1.0	135				
Аппаратные и хранилище	1.0	200			200	1.0	200				
Автопарковка- 50 машин	1.0	-		200	200	1.0	-				
Теннисная академия - 2 открытых корта	2.0			3,200	3,200	1.0	-				
Благоустроенная зона	1.0			-	-	1.0	-	1,365			
Прочие спортивно-развлекательные объекты		-	-	900	900		-	9,100	10,000	0%	10,000
Взрослая тренажерная зона и детская игровая площадка	1.0			500	500	1.0	-				
Бассейны общего пользования	2.0			400	400	1.0	-		400	0%	400
Парки и сады	1.0			-	-	1.0	-	9,100			
Зоопарк		1,200	-	18,500	19,100		1,200	300	20,000	6%	20,000
Вольеры и открытые зоны	1.0	-	-	18,000	18,000	1.0	-				
Постройки для содержания животных	20.0	400	-	-	400	1.0	400				
Ресепшн, торговые объекты и объекты обслуживания	4.0	600				1.0	600				
Хранилище и комплекс технического обслуживания	1.0	200		-	200	1.0	200				
Автопарковка- 50 машин	1.0	-		500	500	1.0	-				
Благоустроенная зона		-				1.0	-	300			
Всего по СПОРТИВНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫМ ОБЪЕКТАМ		2,435	-	22,800	24,635		2,435	11,565	36,000		36,000
Всего по ОБЪЕКТАМ И УСЛУГАМ		12,055	5,410	511,780	523,645	-	9,965	21,225	542,600	-	542,600

Источник: Разработано THR

Таблица А5.VIII: Инфраструктура Катарколь

ИНФРАСТРУКТУРА	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Погонных м	Внешняя, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство м2	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего участков, м2	
Безопасность		50	2,500	13	63		50	50		50	
Ограждение / стены вдоль границ	1.0		2,500					-		-	
Основные точки въезда на курорт / КПП	1.0	50	-	13	63	1.0	50	50		50	
Вторичные точки въезда на курорт / КПП	0.0	-	-	-	-	1.0	-	-		-	
Дороги и дорожки			1,557		8,648			8,648		8,648	
Дороги - категория А2 (20 м)			173		2,767			2,767		2,767	
Дороги - категория В (15 м)			346		3,805			3,805		3,805	
Пешеходные дорожки - (шириной 2 - 2,5 м)			1,038		2,075			2,075		2,075	
Водоснабжение		1,436	1,505		1,436		1,436	1,436		1,436	
Первичное хранилище питьевой воды	1	650	-		650		650	650		650	
Вторичное хранилище питьевой воды	1	250	-		250		250	250		250	
Хранилище оросительной воды	1	536	-		536		536	536		536	
Сеть распределения питьевой воды, включая все необход	1		1,038		-		-	-		-	
Сеть распределения оросительной воды	1		467		-		-	-		-	
Канализация		700	1,569		700		700	700		700	
Канализационная сеть	1	-	519		-		-	-		-	
Сеть ливневой канализации	1	-	550		-		-	-		-	
Канализационное очистное сооружение	1	650	-		650		650	650		650	
Установка предварительной очистки ливневой воды	1	50	-		50		50	50		50	
Наружная канализационная сеть	1	-	500		-		-	-		-	
Электричество		285	5,887		465		465	465		465	
Первичная подстанция	-	-	-		-		-	-		-	
Вторичные подстанции / трансформаторы	1	225	-		225		225	225		225	
Третичные подстанции / трансформаторы	4	60	-		240		240	240		240	
Объекты наружного освещения	21	-	-		-		-	-		-	
Наружное соединение с сетью	1	-	1,200		-		-	-		-	
Распределительная сеть низкого напряжения	1	-	4,324		-		-	-		-	
Распределительная сеть среднего напряжения	1	-	363		-		-	-		-	
Газоснабжение		500	1,469		500		500	500		500	
Первичная подстанция	-	-	-		-		-	-		-	
Вторичные подстанции / трансформаторы			-		-		-	-		-	
Третичные подстанции / трансформаторы	1	500	-		500		500	500		500	
Наружное соединение с сетью	1		500		-		-	-		-	
Распределительная сеть	1		969		-		-	-		-	
Связь		250	1,469		250		250	250		250	
Передача речи и данных - первичная подстанция	-	-	-		-		-	-		-	
Передача речи и данных - вторичные подстанции			-		-		-	-		-	
Передача речи и данных - третичные подстанции	1	250	-		250		250	250		250	
Наружное соединение с сетью	1		500		-		-	-		-	
Распределительная сеть	1		969		-		-	-		-	
Управление твердыми отходами, включая утилизируемые отходы		-	-		-		-	-		-	
Первичный пункт сбора	1										
Вторичный пункт сбора	1										
Всего по ИНФРАСТРУКТУРЕ		3,221	15,956	13	12,061	-	3,401	-	12,048	-	12,048
ВСЕГО - КАТАРКОЛЬ		32,076			552,506		18,966			574,648	

Источник: Разработано THR

Таблица А5.IX: Программа экодереви Сарыбулак

Курортная зона Бурабай - Экодереви Программа застройки											
Общая площадь Зимней деревни (м2) +- Общая площадь участков на продажу (м2) Земля, отчужденная под строительство (м2)	300,000 17,732	себестоимость продаж CUS		4.43% 4.48%	% Земля под строительство - Жилой фонд % Земля под строительство - Гостиницы % Земля под строительство - Курортные объек				3.7% 0.0% 0.8%		
Кол-во койко-мест в жилом фонде Кол-во койко-мест в гостиничном фонде Всего койко-мест Примечание: 2 койко-места на спальню	500 0 500	Кол-во койко-мест в жилом фо Кол-во койко-мест в гостиничн Всего койко-мест на гектар		16.7 0.0 16.7	% Участок застройки жилой зоны % Участок застройки гостиничной зоны % Участок застройки курортных объектов и се				40.0% 0.0% 1.2%		
САРЫБУЛАК											
ЭКОДЕРЕВНЯ											
ЖИЛОЙ ФОНД	Тип	Кол-во ед.	%	Общ. площадь на единицу, м2	Общая площадь, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство, м2	Кол-во койко-мест	Всего койко-мест	Участок, м2	Земля под строительство на участке (%)
Домики/коттеджи на несколько семей - для самостоятельного питания											
Тип 1	1 спальня	30	27%	80	2,400	1.0	2,400	4	120	200	40%
Тип 2	2 спальни	50	45%	100	5,000	1.0	5,000	4	200	250	40%
Тип 2	3 спальни	30	27%	120	3,600	1.0	3,600	6	180	300	40%
Всего по ЖИЛОМУ ФОНДУ		110	100%		11,000		11,000		500		

Источник: Разработано THR

Таблица А5.IX: Программа экодереви Сарыбулак (продл.)

Источник: Разработано THR

ОБЪЕКТЫ И УСЛУГИ ДЕРЕВИ												
ЦЕНТР ДЕРЕВИ	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованна я, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство . м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего по участкам, м2	
Торговые, сервисные и административные объекты		800	110	240	1,150		950	310	1,500	63%	1,500	
Торговые объекты - 30%	2.0	200			200	1.0	200					
Объекты питания - 30%	2.0	200	110	40	350	1.0	350					
Сервисы - 25%	4.0	200			200	1.0	200					
Прочие объекты - 15%	4.0	200			200	1.0	200					
Автопарковка - 20 машин	1.0	-		200	200	1.0	-					
Благоустроенная зона		-				1.0	-	310				
Всего по ЦЕНТРУ ДЕРЕВИ		800	110	240	1,150		950		1,500	63%	1,500	
ПРОЧИЕ ОБЪЕКТЫ И УСЛУГИ	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованна я, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство . м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего по участкам, м2	
Сельскохозяйственные / ремесленные объекты		1,500	-	191,400	192,900		1,500	7,100	200,000	1%	200,000	
Поля и сады		-		150,000	150,000		-					
Фруктовые сады				40,000	40,000		-					
Хранилище и комплекс технического обслуживания	1.0	500		500	1,000	1.0	500					
Продовольственный рынок / ремесленные мастерские / тс	20.0	1,000		400	1,400	1.0	1,000					
Автопарковка - 50 машин	1.0	-		500	500	1.0	-					
Благоустроенная зона		-				1.0	-	7,100				
Всего по СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫМ И СОПУТСТВУЮЩИМ ОБЪЕКТАМ		1,500	-	191,400	192,900		1,500	7,100	200,000		200,000	
Юрточный лагерь		400	-	9,000	9,200		400	600	10,000	4%	10,000	
Лагерь	1.0	-		8,500	8,500		-					
Туалеты и душевые	1.0	200					200					
Хранилище и комплекс технического обслуживания	1.0	200		-	200	1.0	200					
Автопарковка - 50 машин	1.0	-		500	500	1.0	-					
Благоустроенная зона		-				1.0	-	600				
Всего по ЮРТОЧНОМУ ЛАГЕРЮ		400	-	9,000	9,200		400	600	10,000		10,000	
Информационно-справочный центр в национальном парке		400	-	1,000	1,400		400	600	2,000	20%	2,000	
Здание	1.0	400		-	400		400					
Автопарковка - 100 машин	1.0	-		1,000	1,000	1.0	-					
Благоустроенная зона		-				1.0	-	600				
Всего по ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНОМУ ЦЕНТРУ В НАЦИОНАЛЬНОМ П		400	-	1,000	1,400		400	600	2,000		2,000	
Всего по ОБЪЕКТАМ И СЕРВИСАМ		2,300	110	191,640	194,050		2,450		201,500		201,500	

Таблица А5.Х: Инфраструктура экодереvни Сарыбулак

ИНФРАСТРУКТУРА	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Погонных м	Внешняя, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство , м2	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего участков, м2
Безопасность		50	600	13	63		50	50		50
Ограждение / стены вдоль границ	1.0		600					-		-
Основные точки въезда на курорт / КПП	1.0	50	-	13	63	1.0	50	50		50
Вторичные точки въезда на курорт / КПП	0.0	-	-	-	-	1.0	-	-		-
Дороги и дорожки			1,864		10,358			10,358		10,358
Дороги - категория А2 (20 м)			207		3,314			3,314		3,314
Дороги - категория В (15 м)			414		4,557			4,557		4,557
Пешеходные дорожки - (шириной 2 - 2,5 м)			1,243		2,486			2,486		2,486
Водоснабжение		902	1,801		902		902	902		902
Первичное хранилище питьевой воды	1	600	-		600		600	600		600
Вторичное хранилище питьевой воды	1	100	-		100		100	100		100
Хранилище оросительной воды	1	202			202		202	202		202
Сеть распределения питьевой воды, включая все необход	1		1,242		-		-	-		-
Сеть распределения оросительной воды	1		559		-		-	-		-
Канализация		900	3,242		900		900	900		900
Канализационная сеть	1		621		-		-	-		-
Сеть ливневой канализации	1		621		-		-	-		-
Канализационное очистное сооружение	1	850	-		850		850	850		850
Установка предварительной очистки ливневой воды	1	50			50		50	50		50
Наружная канализационная сеть	1		2,000		-		-	-		-
Электричество		60	3826		180		180	180		180
Первичная подстанция	-	-	-		-		-	-		-
Вторичные подстанции / трансформаторы	-	-	-		-		-	-		-
Третичные подстанции / трансформаторы	3	60	-		180		180	180		180
Объекты наружного освещения	26	-	-		-		-	-		-
Наружное соединение с сетью	1		1,000		-		-	-		-
Распределительная сеть низкого напряжения	1	-	2,391		-		-	-		-
Распределительная сеть среднего напряжения	1	-	435		-		-	-		-
Газоснабжение		1,500	2,159		1,500		1,500	1,500		1,500
Первичная подстанция	-	-	-		-		-	-		-
Вторичные подстанции / трансформаторы	1	1,000	-		1,000		1,000	1,000		1,000
Третичные подстанции / трансформаторы	1	500	-		500		500	500		500
Наружное соединение с сетью	1	-	1,000		-		-	-		-
Распределительная сеть	1		1,159		-		-	-		-
Связь		750	2,159		750		750	750		750
Передача речи и данных - первичная подстанция	-	-	-		-		-	-		-
Передача речи и данных - вторичные подстанции	1	500	-		500		500	500		500
Передача речи и данных - третичные подстанции	1	250	-		250		250	250		250
Наружное соединение с сетью	1	-	1,000		-		-	-		-
Распределительная сеть	1		1,159		-		-	-		-
Управление твердыми отходами, включая утилизируемые отходы										
Первичный пункт сбора	1									
Вторичный пункт сбора	1									
Всего по ИНФРАСТРУКТУРЕ		4,162	15,651	13	14,652	-	4,282	14,639		14,639
ВСЕГО - ЭКОДЕРЕВНЯ		17,462			219,702		17,732			243,639

Источник: Разработано THR

Таблица А5.XI: Программа мира кемпинга

Курортная зона Бурабай - кемпинг Деревня Жукей Программа застройки											
Общая площадь Зимней деревни (м2) +/-	200,000										
Общая площадь участков на продажу (м2)	3,000	себестоимость продаж	0.85%	% Земля под строительство - Жилой фонд	0.0%						
Земля, отведенная под строительство (м2)	1,950	CUS	0.98%	% Земля под строительство - Гостиницы	0.0%						
				% Земля под строительство - Курортные объекты	1.0%						
Кол-во койко-мест в жилом фонде	0	Кол-во койко-мест в жилом фонде	0.0	% Участок застройки жилой зоны	0.0%						
Кол-во койко-мест в гостиничном фонде	0	Кол-во койко-мест в гостиничном фонде	0.0	% Участок застройки гостиничной зоны	0.0%						
Всего койко-мест	0	Всего койко-мест на гектар	0.0	% Участок застройки курортных объектов и сервисов	63.7%						
Примечание: 2 койко-места на спальню											
Жукей											
КЕМПИНГ											
ОБЪЕКТЫ И УСЛУГИ											
ГОРОДСКОЙ ЦЕНТР КЕМПИГА	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованная, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство , м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего по участкам, м2
Торговые, сервисные и административные объекты		800	210	240	1,250		1,050	210	1,500	70%	1,500
Торговые объекты - 30%	4.0	400	100		500	1.0	500				
Объекты питания - 30%	2.0	200	110	40	350	1.0	350				
Сервисы - 25%	2.0	100			100	1.0	100				
Прочие объекты - 15%	2.0	100			100	1.0	100				
Автопарковка - 20 машин	20	-		200	200	1.0	-				
Благоустроенная зона		-				1.0	-	210			
Всего по ЦЕНТРУ КЕМПИГА		800	210	240	1,250		1,050		1,500	70%	1,500
ПРОЧИЕ ОБЪЕКТЫ И СЕРВИСЫ	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Внешняя покрытая общая	Внешняя оборудованная, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство , м2	Благоустроен ные зоны	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего по участкам, м2
Туалеты и душевые		900	-	-	900		900	-	1,500	60%	1,500
Мужские	3.0	450		-	450		450				
Женские	3.0	450		-	450		450				
Благоустроенная зона		-				1.0	-	600			
Всего по ПРОЧИМ ОБЪЕКТАМ И СЕРВИСАМ		900	-	-	900		900	-	1,500		1,500
Всего по ОБЪЕКТАМ И УСЛУГАМ		1,700	210	240	2,150		1,950		3,000		3,000

Источник: Разработано THR

Таблица А5.ХIII: Инфраструктура кемпинга

ИНФРАСТРУКТУРА	единиц	Внутренняя общая площадь, м2	Погонных м	Внешняя, м2	Общая, м2	Кол-во уровней	Земля под строительство , м2	Участок	Земля под строительство на участке (%)	Всего участков, м2	Общая стоимость	
Безопасность		50	200	13	63		50	50		50	51,250	Промежуточная стоимость
Ограждение / стены вдоль границ	1.0		200					-		-	20,000	100 €/м
Основные точки въезда на курорт / КПП	1.0	50		13	63	1.0	50	50		50	31,250	500 €/м2
Вторичные точки въезда на курорт / КПП	0.0	-	-	-	-	1.0	-	-		-		
Дороги и дорожки			114		572			572		572	27,069	Промежуточная стоимость
Дороги - категория В (15 м)			38		419			419		419	20,969	50 €/м2
Пешеходные дорожки - (шириной 2 - 2,5 м)			76		153			153		153	6,100	40 €/м2
Водоснабжение		1,744	16		1,744		1,744	1,744		1,744	364,800.00	Промежуточная стоимость
Первичное хранилище питьевой воды	1	1,150	-		1,150		1,150	1,150		1,150	268,500	268,500 €/ед
Вторичное хранилище питьевой воды	1	250	-		250		250	250		250	69,000	69,000 €/ед
Хранилище оросительной воды	1	344	-		344		344	344		344	10,500	10,500 €/ед
Сеть распределения питьевой воды, включая все необход	1		16		-		-	-		-	16,800	1,050 €/м
Сеть распределения оросительной воды	-	-	-		-		-	-		-	-	85 €/м
Канализация		1,785	16		1,785		1,785	1,785		1,785	453,286.00	Промежуточная стоимость
Канализационная сеть	1	-	8		-		-	-		-	2,016	252 €/м
Сеть ливневой канализации	1	-	8		-		-	-		-	2,720	340 €/м
Канализационное очистное сооружение	1	1,700	-		1,700		1,700	1,700		1,700	435,000	435,000 €/ед
Установка предварительной очистки ливневой воды	1	85			85		85	85		85	13,550	13,550 €/ед
Электричество		60	3,967		60		60	60		60	373,389.00	Промежуточная стоимость
Первичная подстанция	-	-	-		-		-	-		-	-	0 €/ед
Вторичные подстанции / трансформаторы	-	-	-		-		-	-		-	-	90,000 €/ед
Третичные подстанции / трансформаторы	1	60	-		60		60	60		60	42,000	42,000 €/ед
Объекты наружного освещения	6	-	-		-		-	-		-	12,600	2,100 €/ед
Наружное соединение с сетью	1	-	3,125		-		-	-		-	265,625	85 €/м
Распределительная сеть низкого напряжения	1	-	802		-		-	-		-	49,724	62 €/м
Распределительная сеть среднего напряжения	1	-	40		-		-	-		-	3,440	86 €/м
Газоснабжение												
Первичная подстанция	-											
Вторичные подстанции / трансформаторы	-											
Третичные подстанции / трансформаторы	-											
Наружное соединение с сетью	-											
Распределительная сеть	-											
Связь		-	65		-		-	-		-	34,225.00	Промежуточная стоимость
Передача речи и данных - первичная подстанция	-				-		-	-		-		
Передача речи и данных - вторичные подстанции	-				-		-	-		-		
Передача речи и данных - третичные подстанции	-				-		-	-		-		
Наружное соединение с сетью	1	-	-		-		-	-		-	30,000	30,000 €/ед
Распределительная сеть	1	-	65		-		-	-		-	4,225	65 €/м
Управление твердыми отходами, включая утилизируемые отходы											17,750.00	Промежуточная стоимость
Первичный пункт сбора	1										10,000	10,000 €/ед
Вторичный пункт сбора	1										7,750	7,750 €/ед
Всего по ИНФРАСТРУКТУРЕ		3,639	4,378	13	4,223		3,639	4,210		4,210		
ВСЕГО - КЕМПИНГ		5,339			6,373		5,589			7,210		

Источник: Разработано THR

ПРИЛОЖЕНИЕ 6: БРЕНД-ДИЗАЙН

6.1. Зачем этому туристскому направлению нужен бренд?

Слабая дифференциация мест отдыха

На современном туристском рынке существует жесткая конкуренция, обусловленная слабой дифференциацией мест отдыха и усиливающейся коммерциализацией.

С ужесточением конкуренции рекламные сообщения носят все более размытый характер, не заостряя внимание потребителя на особенностях того или иного места отдыха. Рынок переполняется маркетинговыми компаниями, не имеющими определенных маркетинговых стратегий, непоследовательных по своей сути и ориентированных только на получение сиюминутной прибыли. Поэтому потенциальные туристы, не имея дополнительной информации для выбора места отдыха, руководствуются только ценой и выбирают то, что дешевле.

Основным фактором, ограничивающим способность мест отдыха выделиться среди множества конкурентов, является отсутствие четкого позиционирования. Чтобы определить цель деятельности определенного места отдыха, необходимо получить ответы на основные вопросы:

1. Какие образы приходят на ум туристу, когда он думает о месте для отдыха?
2. Какие чувства и эмоции вызывают?
3. Как удовлетворить ожидания туриста в данном определенном месте отдыха.

Места отдыха должны соответствовать требованиям туристов. Они должны позиционироваться, как места, которые отвечают ожиданиям своих целевых клиентов. Они должны знать, что они хотят донести до туристов, и постараться стать для них привлекательными.

Местам отдыха необходим брендинг

Коротко говоря, местам для отдыха нужен брендинг. Как уже было сказано, бренд - это обещание, набор ценностей и идей. Бренды придают эмоциональную ценность продукту. Наши эмоции являются уникальными, поэтому бренды, которым удалось заставить нас испытывать эмоции, делают эти товары уникальными.

Туризм – это жизненные переживания, новые ощущения, и именно поэтому места для отдыха, предназначенные для туристов, должны быть брендированными. Небрендированные места для отдыха – это всего лишь капля в океане, в то время, как брендированные места являются незаменимыми и, следовательно, не имеют конкурентов.

Небрендированные места для отдыха - это услуги коммерческого характера, которые зависят от колебания цен, в то время, как брендированные места для отдыха становятся уникальными и незаменимыми, так как они

взывают к самым непреодолимым человеческим чувствам и соответствуют самым высоким ожиданиям.

6.2. Преимущества наличия бренда

Бренды, как стратегические осязаемые ценности

Бренды увеличивают ценность товаров и услуг, тем самым позиционируя себя вне конкуренции, создавая положительные психологические ассоциации и формируя эмоциональную связь с потребителем.

Бренды освобождают компании и предприятия от постоянной ценовой конкуренции. Кроме того, бренд позволяет увеличить стоимость своих услуг, уменьшить затраты на маркетинг и разработку долгосрочной лояльности клиентов.

Что касается мест отдыха, бренд подводит итог о том, что если место приобретает положительную, мощную и солидную репутацию, оно становится ценностью огромного значения. На самом деле, эта ценность, вероятно, больше, чем все его другие осязаемые ценности. Таким образом, местам для отдыха с мощным и позитивным рекламным образом требуется меньше денег для продвижения себя на рынке.

Брендовые места для отдыха являются основой продвижения туризма

Рекламный образ мест для отдыха является столь же важным для прогресса и процветания, как бренд компании для ее успеха на рынке. Это происходит потому что, он оказывает большое влияние на поведение и отношение "целевой аудитории" (иностранных инвесторов, туристов, потребителей, студентов, предпринимателей, торговых партнеров, СМИ, правительств и т.д.).

Репутация (известность) места для отдыха, в конечном итоге, определяет, будет ли процесс продажи (для потребителей, туроператоров и др.) легким или трудным, дорогим или дешевым, простым или сложным. Это подчеркивает важность и необходимость разработки концепции брендинга мест для отдыха.

Брендинг товаров для отдыха способствует получению и укреплению репутации

Идея брендинга мест для отдыха учитывает ряд важных вопросов, связанных с получением и укреплением репутации, что является весьма полезным для дифференциации мест для отдыха.

Кроме того, брендинг мест для отдыха рассматривает действия по продвижению, обмену или представлению не как самоцель, а как возможность создать образ и репутацию услуги. Это, в то же время, предоставляет возможность разработки четкой долгосрочной стратегии.

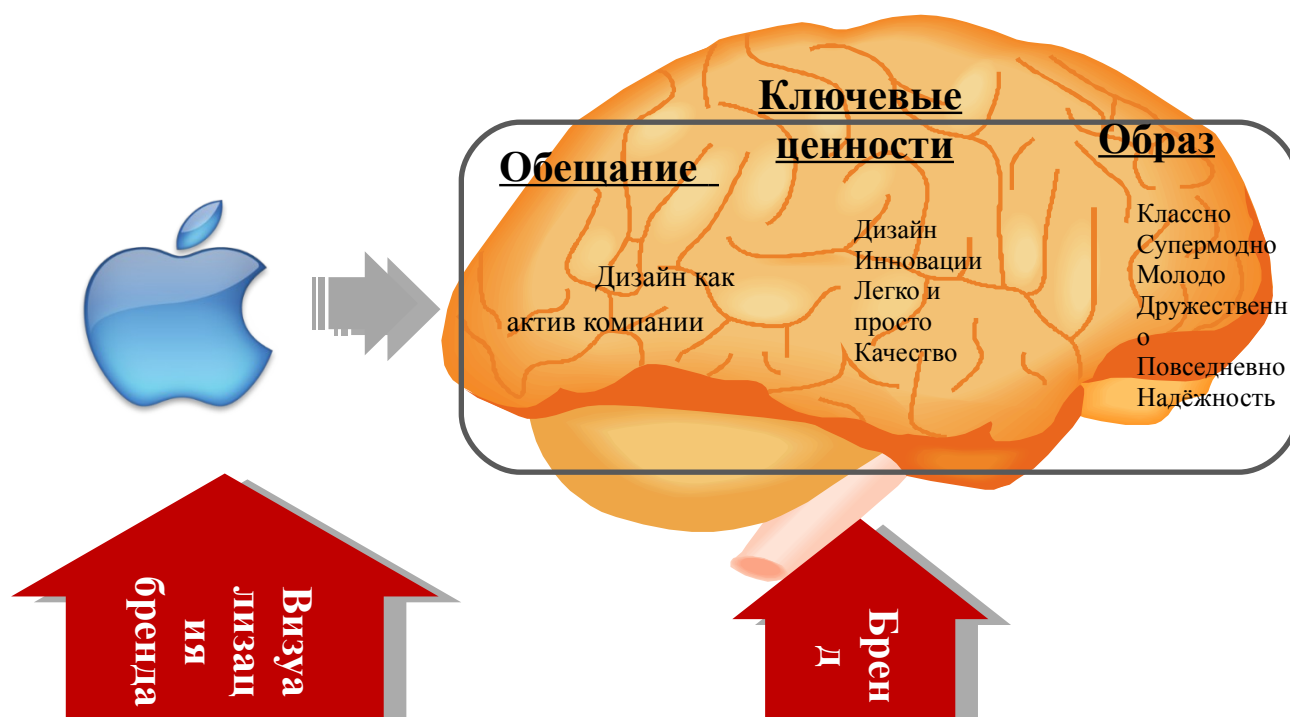
6.3. Что такое бренд?

Бренд является сочетанием образов, ассоциаций и восприятий в сознании потребителя о конкретном продукте или услуге

Другими словами, бренд – это определенные характеристики, с которыми потребитель связывает конкретный товар или услугу, находящиеся в его распоряжении.

Зачастую бренд путают с его зрительной разработкой (визуализацией). Визуализация - это графика, набор цветов и форм, которые действуют, как стимулятор (триггер) для данных ассоциаций в сознании потребителя.

Таблица А6.3.1: Визуальное восприятие бренда Apple и бренд



Источник: Разработка THR

6.4. Ключевой компонент бренда курортной зоны Бурабай

Образ бренда состоит из широкого спектра ассоциаций. Бренд МакКинси (McKinsey) делит эти ассоциации на четыре категории: осязаемые и неосязаемые атрибуты (которые говорят о том, что представляет собой бренд), а также концепты рациональных и эмоциональных преимуществ (которые говорят о том, что бренд может предложить).

Таким образом, все ассоциации, связанные с брендом, могут быть сведены к следующему:

Осязаемые атрибуты: характеристики, которые могут быть восприняты чувствами, образуя основу для имиджа бренда в сознании потребителя.

Неосязаемые атрибуты: характеристики, связанные с отличительными чертами бренда (происхождение, репутация, особенности).

Рациональные преимущества: представления о рациональных преимуществах товара, которые несет бренд.

Эмоциональные выгоды: потребители связывают эмоциональные выгоды с брендом.

Таблица А6.4.1: Ключевой компонент бренда “нетронутая природа”



Источник: THR адаптировано из *Позиционирование бренда МакКинси (McKinsey)*

Примечательно, что осязаемые атрибуты бренда и рациональные моменты, вытекающие отсюда, всегда являются критическими факторами успеха бренда. Несколько исследований показывают, что осязаемые атрибуты бренда вносят его неосязаемые характеристики в сознание потребителя.

6.5. Позиционирование бренда курортной зоны Бурабай

Цель позиционирования - создать особое место в сознании потенциальных клиентов, место, о котором знают клиенты (случайные посетители, покупатели), как оно отличается от других мест и как может удовлетворять их потребности и желания. Речь идет о создании восприятия, что бренд наилучшим образом подходит для решения поставленных задач клиента.

Место отдыха, отель или курорт, которое не создает особое место в сознании клиентов, сталкивается с рядом подводных камней:

⌚ бренд поставлен в ситуацию прямой конкуренции с более сильным конкурентом.

⌚ позиционирование бренда не четкое, отсутствует идентификация, и клиенты не могут определить, что предлагает бренд.

⌚ бренд не имеет позиционирования в сознании клиентов, отсутствует известность бренда среди целевой аудитории.

Для того чтобы установить позиционирование для места отдыха или курорта, нужно очень тщательно определять 4 столпа позиционирования (цель, ценностная ориентация, точки расхождения и причины верить), приведены в следующей таблице.

Таблица А6.5.1: 4 принципа модели позиционирования



Источник: Разработка THR из Келлог (Kellogg) по брендированию

6.6. Развитие предложений по наименованию бренда Бурабай

Для курортной зоны Бурабай разработано 10 предложений по наименованию бренда

Принимая во внимание основные отличия курортной зоны Бурабай, а также с учетом желаемого позиционирования были рассмотрены 10 предложений по наименованию бренда.

В следующих диаграммах подробно указаны основные характеристики наименований, сообщение, которое они стремятся донести, и степень ассоциации с заданным ценностным предложением.

Вариант 1: Легендарные горы Борового				
Характеристики		Сообщение	Ключевое значение	
▪ Комбинация двух понятий ▪ Описательное и выразительное ▪ Приглашает рассказать/послушать легенды о крае ▪ Особый акцент сделан на главной достопримечательности		▪ Подчеркивает ощущение подлинности ▪ Приключения, развлечения и сюрпризы ▪ Сделан акцент на природе, культуре и традициях Бурабайского края ▪ Создает впечатление того, что вас ожидает "инновационный" отдых		Нетронутая природа
				Ощущение подлинности
				Запоминающийся отдых
Вариант 2: Алмазные озера Бурабай				
Характеристики		Сообщение	Ключевое значение	
▪ Нечто провокационное ▪ Описательное, выразительное и легко запоминаемое ▪ Комбинация двух понятий ▪ Игра с известным фразеологическим приемом		▪ Акцент на природном компоненте Бурабайского края, в частности на воде ▪ Вызывает положительные эмоции и вызывает в уме соответствующие образы ▪ Подчеркивает эксклюзивность		Нетронутая природа
				Ощущение подлинности
				Запоминающийся отдых

Вариант 3: Озера Бурабай				
Характеристики		Сообщение	Ключевое значение	
▪ Простое, прямое и точное ▪ Описательное и выразительное ▪ Легко запомнить ▪ Особый акцент сделан на главной достопримечательности ▪ Нечто провокационное		▪ Несет идею о туристском направлении, где различные виды отдыха возможны круглый год ▪ Акцент на природном компоненте Бурабайского края, в частности на воде ▪ Подчеркивает ощущение подлинности ▪ Вызывает в уме соответствующие образы ▪ Прямое сообщение		Нетронутая природа
				Ощущение подлинности
				Запоминающийся отдых

Вариант 4: Горные возвышенности Борового				
Характеристики		Сообщение	Ключевое значение	
▪ Описательное и выразительное ▪ Особый акцент сделан на главной достопримечательности		▪ Сложное, но интересное направление ▪ Создает впечатление того, что вас ожидает "реальный" активный отдых ▪ Призыв к действию ▪ Приключения, развлечения и приятные сюрпризы ▪ Акцент сделан на природе Бурабайского края		Нетронутая природа
				Ощущение подлинности
				Запоминающийся отдых

Вариант 5: Природные чудеса Бурабай			
Характеристики	Сообщение	Ключевое значение	
- Охватывает широкий спектр понятий - Дифференциация - Относится ко всем целям	- Вызывает любопытство - Акцент на природном компоненте Бурабайского края - Побудительный мотив к открытиям и действию		Нетронутая природа
			Ощущение подлинности
			Запоминающийся отдых

Вариант 6: Курортная зона Бурабай			
Характеристики	Сообщение	Ключевое значение	
- Охватывает большое число возможностей - Не фокусируется на особой привлекательности Бурабайского района - Коротко и ясно - Относится ко всем целям	- Порождает любопытство - Описывает Бурабайский район как регион, который может предложить многое своим посетителям - Делает акцент на важности Бурабайского района для Казахстана		Нетронутая природа
			Ощущение подлинности
			Запоминающийся отдых

Вариант 7: Боровской рай			
Характеристики	Сообщение	Ключевое значение	
- Короткое, прямое и точное - Легко запомнить - Нечто провокационное	- Вызывает положительные эмоции - Косвенный акцент на природном компоненте Бурабайского края - Возбуждает воображение - Игра с известной фразой		Нетронутая природа
			Ощущение подлинности
			Запоминающийся отдых

Вариант 8: Песчаные берега Бурабай			
Характеристики	Сообщение	Ключевое значение	
- Акцент на главной достопримечательности Бурабайского района - Относится ко всем целям - Отражает эмоции и предвкушение - Особый акцент на определенном времени года	- Акцент на природном компоненте Бурабайского края - Вызывает предвкушение чего-то особенного - Вызывает в уме соответствующие образы		Нетронутая природа
			Ощущение подлинности
			Запоминающийся отдых

Вариант 9: Мир Борового		
Характеристики	Сообщение	Ключевое значение
- Короткое, прямое и точное - Легко запомнить - Охватывает все компоненты Бурабайского района - Относится ко всем целям	- Передает всю полноту Бурабайского района туристского направления, который предлагает своим посетителям целый "мир" - Порождает любопытство	 Нетронутая природа
		 Ощущение подлинности
		 Запоминающийся отдых

Вариант 10: Боровской мир лесов		
Характеристики	Сообщение	Ключевое значение
- Включает значимые и важные слова - Типично для туристского направления - Дифференциация	- Передает атмосферу природы - Вдохновляет на исследования и открытия - Акцент на природном компоненте Бурабайского края - Включает элемент любопытства и таинственности	 Нетронутая природа
		 Ощущение подлинности
		 Запоминающийся отдых

6.7. Оценка и отбор слоганов бренда Бурабайского района

Для курортной зоны Бурабай разработано 20 слоганов бренда

Учитывая ценностное предложение курортной зоны Бурабай, а также концепцию бренда, отобрано 20 слоганов бренда.

Ниже приводится краткое описание вариантов слоганов:

Вариант 1: ПРИРОДНАЯ КРАСОТА!
Акцент полностью делается на природном компоненте данного туристского направления. Слово красота и восклицательный знак приносят в слоган жизнь, веселье, тему развлечений и динамизм. Он призывает к действию, приключениям и свершению открытий.

Вариант 2: ЖЕМЧУЖИНА КАЗАХСТАНА
Слоган отражает чистоту курортной зоны Бурабай, описывает эту часть Казахстана как нетронутую или самую чистую. К этому слогану также относятся такие два понятия как красота и эксклюзивность. Тот факт, что Бурабай традиционно ассоциируется с этой фразой, устанавливает связь с казахской культурой и традициями.

Вариант 3: ОСОБО ОХРАНЯЕМАЯ ПРИРОДНАЯ ТЕРРИТОРИЯ
Прямое сообщения, специально созданное для понимания силы и мощи Бурабайского края. Кроме того, акцент сделан на природном компоненте данного туристского направления. Использование общих слов, таких как "охраняемая" или "природная" может оказаться слабым местом, что сделает это туристское направление трудно дифференцируемым по данному слогану.

Вариант 4: ДОБРО ПОЖАЛОВАТЬ В ПРИРОДУ

В очень дружелюбной и знакомой форме адресовано непосредственно к целевой аудитории, что сразу же приводит к возникновению отношений между адресатом и брендом туристского направления. Слоган выражает спокойствие и вызывает в уме адресата образ, в котором преобладают зеленые оттенки. Сообщение передает природную атмосферу и отличительные черты курортной зоны Бурабай, который весь рассматривается как чистая природа.

Вариант 5: КРАЙ ЛЕГЕНД

Эта базовая характеристика подчеркивает важность легенд для курортной зоны Бурабай. Таким образом, традиции и культура представляют собой два основных столпа этого слогана. Слоган будоражит воображение адресата, вызывая его любопытство в отношении данного туристского направления. Слоган адресован всем целевым группам, в особенности детям и семьям.

Вариант 6: ВДОХНИТЕ, ПОЧУВСТВУЙТЕ И ПОЛЮБИТЕ ЭТОТ КРАЙ

Слоган состоит из трех глаголов; он короткий и простой. Он непосредственно обращается к адресату. Передает такие понятия, как спокойствие, чистота, эмоции, здоровье и отдых; все это заставляет адресата думать о Бурабае как о месте оздоровления. Слоган косвенно связан с природой: лесами, озерами, горами, системой скальных образований...

Вариант 7: ОАЗИС КАЗАХСТАНА

Слово "оазис" придает этому слогану особый смысл, представляя курортную зону Бурабай как своего рода рай или чудо. Включение слова "Казахстан" подчеркивает значимость этого туристского направления для страны. Кроме того, в слогане выражена уникальность этого туристского направления.

Вариант 8: ЭТОТ КРАЙ ЖДЕТ ТЕБЯ

Курортная зона Бурабай представлен как человеческое существо, которое может с тобой говорить. Такое непосредственное обращение вызывает желание посетить это туристское направление. Слоган не выделяет какой-то один компонент курортной зоны Бурабай, делая все из них важными.

Вариант 9: СТАРЫЕ ТРАДИЦИИ, НОВЫЕ ЭМОЦИИ

Первая часть слогана относится к традиционному и культурному компоненту Бурабая. Во второй части говорится о том, что турист получит от этого туристского направления со "старыми традициями": "новые впечатления". Сочетание "старого" и "нового" делает акцент на контрастах курортной зоны Бурабай, что повышает привлекательность этого туристского направления и легко привлекает внимание целевой аудитории.

Вариант 10: ВОССОЕДИНИСЬ С ПРИРОДОЙ

В этом слогане главную роль играет природа. Использование призыва "воссоединиться" несет адресату идею о возможности восстановления того, что было утеряно в ежедневной суете, восстановить связь не только с природой, но и с самим собой. Позитивные здоровые эмоции – главное в этом слогане. Кроме того, он непосредственно не призывает ни к какой конкретной цели, расширяя тем самым его возможности.

Вариант 11: НЕИСПОРЧЕННАЯ ПРИРОДА

Слоган состоит из двух слов, несет прямую и точную смысловую нагрузку. Он связан с двумя ключевыми компонентами ценностного предложения курортной зоны Бурабай: с природой и ее аутентичностью. Слоган представляет туристское направление как место,

которое туристы только должны открыть для себя.

Вариант 12: БЕСКОНЕЧНОЕ ПРИКЛЮЧЕНИЕ

В этом слогане ясно угадывается такая характеристика курортной зоны Бурабай, как любовь к приключениям. Кроме того, слово "бесконечное" придает ему динамизм и идею деятельности, что идеально отражает широкий спектр различных видов активного отдыха, доступных для всех в курортной зоне Бурабай.

(Вариант 13: ПОПРОБУЙ БУРАБАЙ НА ВКУС

Когда используется глагол "попробуй", возникает прямое и простое сообщение, привлекающее внимание целевой аудитории. Адресата приглашают "попробовать" Бурабай на вкус. В результате такого прямого обращения к чувствам человека слоган становится привлекательным и интересным; он несет идею, что в Бурабае гость курортной зоны Бурабай получит большие возможности "в живую" попробовать множество "вкусов". Необходимо проверить перевод на русский и казахский языки, чтобы убедиться, что они передают желаемое сообщение целевой аудитории.

Вариант 14: ЛЫЖИ, ГОЛЬФ, ПРИРОДА, ЖИЗНЬ

Сочетание этих четырех коротких слов создают четкий слоган с определенным ритмом. Через них, он попытался кратко передать все, что ждет туриста в Бурабае. Слова тщательно подбирались так, чтобы можно было показать, что курорт действует круглый год, а также продемонстрировать широкий спектр различных видов деятельности и активного отдыха, которые приносят жизнь в эту часть Казахстана.

Вариант 15: МЕСТО, ГДЕ НАДО ПОБЫВАТЬ

Бурабай – это туристское направление для всех и каждого. Этот слоган выдвигает на первый план идею, что Бурабай – это место, где посетители могут быть самими собой, наслаждаясь окружающими пейзажами, активным отдыхом или просто расслабиться и "быть". Так как этот слоган не делает специальный акцент на каком-либо привлекательном компоненте Бурабайского края, он может быть использован для данного туристского направления в случае каких-либо изменений и улучшений в будущем, без необходимости изменять исходный посыл.

Вариант 16: СТАНЬ БУРАБАЙЦЕМ

В слогане четко прослеживается отождествление с курортной зоны Бурабай, поскольку в качестве основного использовано слово "бурабаец". Слоган обращается непосредственно к адресату, который воспринимает идею о традиционном туристском направлении; он полон эмоций и переживаний.

Вариант 17: ЗДОРОВЬЕ ОТ ПРИРОДЫ

Слоган делает акцент на выгодах, которые может получить от природы человек. Далее обыгрывается идея "здоровья", полученного от природы, что так необходимо для человека. В результате получился очень привлекательный слоган, подчеркивающий качество жизни в курортной зоне Бурабай.

Вариант 18: ВМЕСТЕ С ВАШИМИ ЛЮБИМЫМИ

Важная роль семьи и любимых близких играет центральную роль в этом слогане. Бурабай представлено как идеальная сцена для укрепления семейных связей и место, где можно хорошо провести время с вашими друзьями или второй половинкой.

Вариант 19: КАЗАХСКАЯ МЕЧТА

В слогане два ключевых слова: "казахская" и "мечта". Первое отождествляет Бурабай с Казахстаном и показывает его значимость для страны. С другой стороны, слово "мечта" имеет универсальное значение, поэтому в сознании адресата сразу возникают образы, связанные с положительными эмоциями.

Вариант 20: ПРИРОДА И ТРАДИЦИЯ

Слоган несет в себе четкое и точное сообщение. Оно непосредственно связано с двумя ключевыми компонентами Бурабая как туристского направления: с природой и традицией. Таким образом, можно избежать любой путаницы по поводу данного туристского направления, и целевая аудитория может быстро понять, что именно можно найти в Бурабае.

6.8. Оценка и отбор визуального бренда курортной зоны Бурабай

Разработано более 30 предложений визуального бренда курортной зоны Бурабай

Представленные ниже визуальные бренды были созданы с учетом ценностного предложения курортной зоны Бурабай, чтобы передать информацию о его аутентичности и отличительных чертах.

Предложения были разделены на две группы, в зависимости от уровня их абстрактности или информативности. Кроме того, были использованы три типографики (с использованием латиницы, кириллицы и арабских символов) для некоторых предложений для того, чтобы увидеть, как от этого зависит конечный результат.

Абстрактные предложения





Вцґабач Lakes



БУЯДБАЧ ЛДКЭС



ВЦЯДВДЧ ЛДКЭС



Вцґабач Lakes



ИГКФИОН ДОЛУ



Информативные предложения



БУЯДБАЧ ЛДКЭС



БЦЯДБДУ ЛДКЭС



Вцґабач Lakes



БУЯДБАЧ ЛДКЭС





Сравнительная типографика





BURABAI



ԵՆՐԻՅԷԻ



ԵՆՐԻՅԷԻ



BURABAI



ԵՆՐԻՅԷԻ



ԵՆՐԻՅԷԻ



BURABAI



ԵՆՐԻՅԷԻ



ԵՆՐԻՅԷԻ



Burabay



ԵՆՐԻՅԷԻ



ԵՆՐԻՅԷԻ



BURABAY



ԵՆՐԻՅԷԻ



ԵՆՐԻՅԷԻ



BURABAI



ԵՆՐԻՅԷԻ



ԵՆՐԻՅԷԻ



BURABAI



ԵՆՐԻՅԷԻ



ԵՆՐԻՅԷԻ



BURABAI



БҮРҮБАЙ



Бурбай



BURABAI



БҮРҮБАЙ



Бурбай



BURABAI



БҮРҮБАЙ



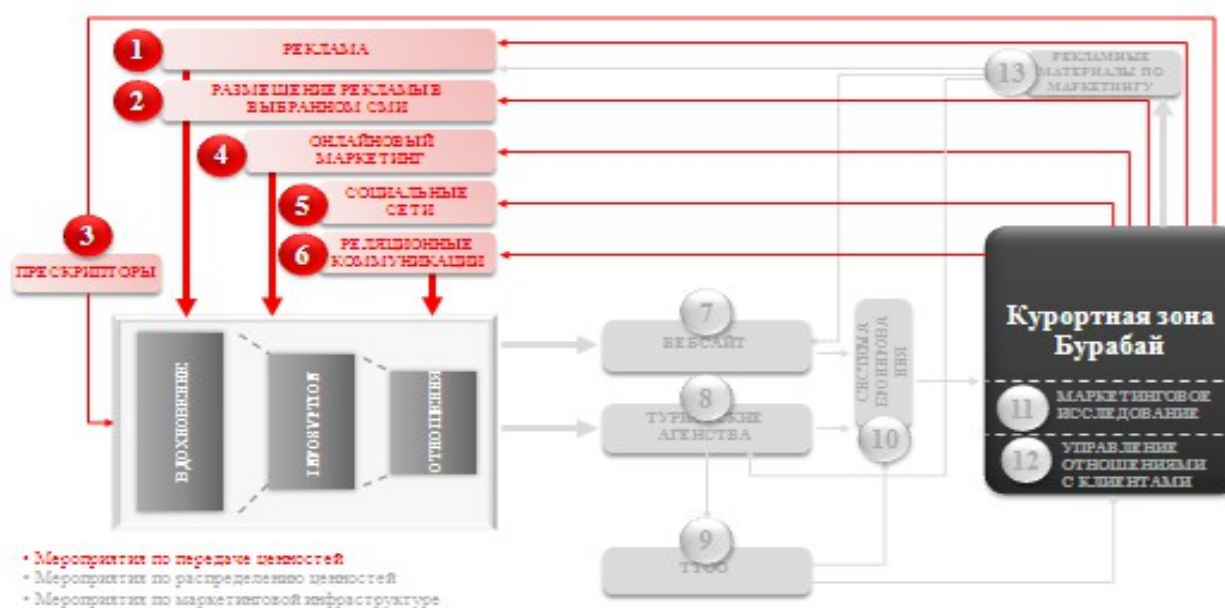
Бурбай

ПРИЛОЖЕНИЕ 7: ПРОГРАММА МАРКЕТИНГОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ДЛЯ КУРОРТНОЙ ЗОНЫ БУРАБАЙ

7.1. Маркетинговая политика курортов Боровской курортной зоны

Значение мероприятий по предоставлению информации

График А7.1.1: Значение мероприятий по предоставлению информации о курортной зоне Бурабай как туристском направлении



Источник: Разработано THR

1. Публичное освещение	
Что такое публичное освещение?	- Целью публичного освещения является общая осведомленность на рынке товаров широкого потребления без необходимости платить за проведение дорогостоящих рекламных кампаний. - Публичное освещение заключается в преднамеренной попытке управлять восприятием общественности в отношении данной туристской дестинации. - Это относится к освещению информации, которая касается объектов, событий, мероприятий, видов деятельности и всего прочего, что предлагает данная туристская дестинация. Эта информация распространяется через различные средства массовой информации. - В случае грамотного подхода эта стратегия может стать очень эффективным инструментом.
Зачем оно нужно?	- Чтобы усилить визуальное восприятие продукта и привлечь к нему внимание общественности недорогим способом. - Чтобы повысить интерес людей как можно быстрее, используют различные методы воздействия по очень низким ценам. - Чтобы такое продвижение вызывало доверие, публичным освещением должна заниматься не сама компания, а третьи лица.

Как это использовать?	■ Для Бурабайского района, должна быть разработана программа мероприятий. Программа мероприятий может включать крупные мероприятия по открытию сезона на курортах данной туристской дестинации и события, связанные с опытом в тех же краях (гастрономические, спортивные, культурные и т.д.). ■ Для привлечения публичного внимания и связи с общественностью необходимо должным образом выбирать средства массовой информации, чтобы последние могли обеспечить публичное освещение целевой аудитории. ■ Предлагаемые меры включают: пресс-туры для знакомства с Бурабайским районом, внутренние путешествия, пресс-релизы, крупные мероприятия по открытию сезона на курортах и зонах отдыха, ежеквартальные пресс-релизы и т.д.
Какие средства массовой информации использовать?	■ Применительно к казахстанскому рынку в целях публичного освещения должны использоваться: - Газеты: "Казинформ", "Казправда" - Журналы: Investkz, The economist, Steppe Magazine - ТВ-программы: Новости на канале Caspionet (Caspionet news) и такие программы как "Царство природы" (Nature's kingdom) или "Степные сказки" (Steppe tales) ■ На международном рынке, преимущественно российском: - Газеты: "Московские новости" (Moscow Times) - Журналы: Prime Traveller

2. Реклама в определенных средствах массовой информации

Что такое реклама?	■ Предусматривается оплата за размещение рекламных материалов в определенных средствах массовой информации. ■ Основной целью рекламы – передача наиболее важной информации о туристской дестинации, его популяризация среди общественности и привлечение к нему интереса соответствующей целевой аудитории.
Зачем она нужна?	■ Реклама необходима, чтобы стимулировать и привлечь внимание путешественников к данной туристской дестинации. ■ Кроме того, она играет важную роль в обеспечении целевой аудитории информацией об этой туристской дестинации. ■ Рекламные кампании позволяют общаться с клиентами на эмоциональном уровне. На самом деле, интернет-кампании более эффективны, чем офлайн-рекламные кампании. ■ Это наиболее легкий путь напрямую "достучаться" до целевой аудитории.
Как им пользоваться?	■ Рекламная кампания о Бурабайском районе должна быть специально ориентирована на интернет-рекламу, учесть тот факт, что она предлагает гораздо больше возможностей, чем офлайн-рекламные кампании. ■ Рекомендуется в полной мере применять вирусный маркетинг, так как он является мощным инструментом популяризации. Для этой цели, важно обеспечить сильное позиционирование в социальных сетях. ■ Что касается офлайн-кампаний, необходимо выявить и тщательно отобрать соответствующие средства массовой информации (например, журналы) для того, чтобы убедиться, что сообщение доходит до целевой аудитории.
Какие средства массовой информации использовать?	■ Применительно к казахстанскому рынку реклама должна размещаться в следующих средствах массовой информации: - Журналы о путешествиях: Travel Magazine Kazakhstan ■ На международном рынке, преимущественно российском: - Журналы о путешествиях: Prime Traveller, Travel + Leisure Russia

3. Прескрипторы

Кто такие прескрипторы?	- Прескрипторы – это влиятельные люди, имеющие определенное отношение к интернет-блогам, форумам, сообществам и т.д. Идентификация влиятельных прескрипторов для данной туристской дестинации и надлежащее управление им может быть мощным инструментом для продвижения курортной зоны.
Зачем они нужны?	- Управление определенными группами прескрипторов имеет важное значение, учитывая актуальность их мнения относительно конкретного продукта / услуги. - Их мнение распространяется через социальные сети (Facebook, Twitter и т.д.) и имеет обширное влияние. - Техника управления прескрипторами имеет большое значение для управления онлайн репутацией данной туристской дестинации.
Как их использовать?	- Необходимо идентифицировать и обеспечить управлять соответствующими прескрипторами Бурабайского района как туристского направления: - В индустрии туризма: дистрибьюторы, туроператоры, турагенты и т.д. - В соответствующих отраслях: пресса, специалисты, консультанты, блоггеры и т.д. - Потребители: туристы, любители, ассоциации и т.д. CRM (Управление взаимоотношениями с заказчиками) также играет важную роль в управлении взаимоотношениями с прескрипторами.
С какими прескрипторами необходимо налаживать контакт?	- Применительно к казахстанскому рынку необходимо налаживать контакт со следующими прескрипторами: - Туроператоры и турагенты: турагенство ACS, Acfilon travel, Nomadic Travel Kazakhstan - Пресса: "Казинформ", "Казправда" - Блоггеры: блог путешествии по Казахстану и блог о туризме - Ассоциации: Казахская туристская ассоциация - Знаменитые и влиятельные лица: Президент Республики Казахстан, Александр Винокуров, Зульфия Чиншанло, Майя Манеза, Светлана Подобедова, Илья Ильин, Ольга Рыпакова, Серик Сапиев ...

4. Онлайн-маркетинг

Что это такое?	- Онлайн-маркетинг имеет отношение к продвижению продуктов или услуг через Интернет. - Онлайн-маркетинг включает исследование и анализ и преследует две основные цели: выбор стратегии Онлайн-маркетинга для применения и измерение соответствующих результатов. - Онлайн-маркетинг тесно связан с размещением рекламы на различных этапах цикла взаимодействия с клиентом. И он реализуется посредством следующих двух основных инструментов: поисковый маркетинг (SEM) и поисковая оптимизация (SEO). SEM занимается покупкой позиционирования в поисковых системах; стратегия SEO направлена на повышение визуализации сайта о туристской дестинации.
Зачем он нужен??	- Это дешевле, чем оффлайн-маркетинг, а также помогает сократить и свести к минимуму общую стоимость маркетинга. - Это позволяет делать акцент на конкретной цели, уделяя внимание именно тем, кто активно занимается поиском туристской дестинации на выходные. - Это дает возможность для продвижения продукта или услуг на международном уровне, а не только на местном и на региональном уровне.
Как это использовать?	Должны быть разработаны стратегии SEM и SEO, чтобы привлечь на сайт Бурабайского района тех путешественников, которые могут быть в этом заинтересованы. - Стратегические функции SEM включают в себя: оплату за один клик и

	интернет-рекламу на интересных для целевой аудитории сайтах. Стратегические функции SEO включают в себя: публичное оповещение через Интернет, дизайн веб-страниц (в соответствии с веб-стандартами совместимости, доступности и удобства пользования), ссылки на веб-сайт, средства массовой информации в социальных сетях, привлекательный мультимедийный визуальный контент и т.д.
Какие средства массовой информации использовать?	- Применительно к казахстанскому рынку необходимо использовать следующие поисковые системы: - Поисковики: Google.kz, Yandex.kz, Dmoz, Site.kz, Yahoo, Bing - На международном рынке, преимущественно российском: - Поисковики: Yandex.ru, Bing.ru, Google.ru, Refer, Rambler

5. Социальные сети:

Что такое социальные сети?	Социальные сети – это платформы для объединения различных материалов и для взаимодействия клиентов данной туристской дестинации. - Основная функция социальных сетей – выступать в качестве элементов для укрепления отношений с туристом, хотя они могут также играть стимулирующую и информационную роль.. - Они являются подходящим каналом для обеспечения связи с клиентами и сбора информации для отдела по работе с клиентами (CRM).
Зачем они нужны?	- Такие сети играют важную роль, расширяя возможности для передачи сообщений, особенно если в таких сетях участвуют интернет-прескрипторы. Эффективный анализ информации распространенный через социальные сети, обеспечивает дополнительные возможности для туристской дестинации. - Они являются основным инструментом для развития взаимоотношений с клиентами и вирусного маркетинга.
Как это использовать?	- Рекомендуется создание сообщества для Боровской зоны сосредоточенное на определенной тематике. - Тематика такого сообщества не должна быть напрямую связана с поездкой (например: гольф, вино, мода, саморазвитие, гастрономия, история и т.д.) . - Несколько примеров таких сообществ: любители гольфа Бурабайского района, любители природы Бурабайского района, гурманы Бурабайского района, исследователи Бурабайского района, и т.д. - В отношении социальных сетей рекомендуется использовать конкретные технологии, такие как: влияние на прескрипторов, "распускание слухов", вирусный маркетинг, управление переговорами, обмен фотографиями и т.д.
Какие социальные сети использовать?	- Применительно к казахстанскому рынку необходимо использовать следующие социальные сети: - Facebook, Vkontakte, Twitter - На международном рынке, преимущественно российском: - VKontakte, Odnoklassniki, Facebook, Twitter

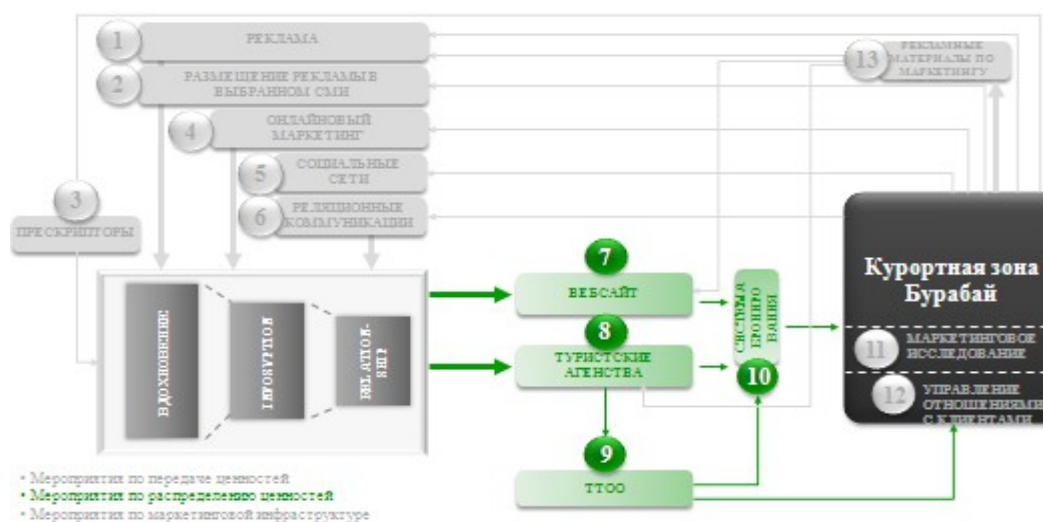
6. Реляционная связь

Что такое реляционная связь?	- Реляционная связь может быть определена как форма маркетинга, которая появилась на основе прямых маркетинговых кампаний, чьей целью является сохранение туриста и удовлетворение его запросов. - Реляционная связь признает долговременную ценность взаимоотношений с клиентами и расширяет связь между навязчивой рекламой и продажами рекламных сообщений.
Зачем она нужна?	- Она способствует созданию сильных и длительных отношений между клиентами и данной туристской дестинацией. - Она обеспечивает лояльность и увеличивает процент сохранения туристов

	Бурабайского района.
Как это использовать?	- Рекомендуется обеспечить активное управление отношениями между Бурабайским районом и его клиентами. - Для этой цели необходимо регулярно проводить комплекс мер по реляционной связи: рассылка сообщений по почте, информационные бюллетени, записи в социальной сети микроблогов Twitter и личные сообщения. Основной целью такой деятельности является предоставление информации, представляющий интерес для клиента данной туристской дестинации. Это будет способствовать построению отношений с клиентом и обеспечению лояльности клиента в отношении данной туристской дестинации. Содержимое этих действий должно быть адаптировано в соответствии с предпочтениями и профилем клиентов Бурабайского района. Отдел по работе с клиентами (CRM) играет важную роль для сбора такой информации.

Действия по распределению функций

График А7.1.П: Действия по распределению функций курортной зоны Бурабай



Источник: Разработано THR

7. Веб-сайт	
Что такое веб-сайт?	- Веб-сайт представляет собой набор связанных веб-страниц, содержащих текст, изображения, видео- и аудио-информацию и т.д. - Веб-сайт не только содержит информацию в отношении товаров / услуг, но он может также может обеспечивать продажи. Такая роль генератора продаж является особенно важной, особенно когда на сайте туристской дестинации предусмотрена система бронирования.
Зачем он нужен?	- Это ключевой элемент прямого распространения туристской дестинации. - Успех обеспечивается, когда продвижение курорта напрямую связано с Онлайн-маркетингом, и в особенности со стратегиями SEO и SEM (см. объяснение выше).

Как это использовать?	▪ На сайте курортной зоны Бурабай должна быть размещена подробная информация о туристской дестинации (возможные виды деятельности и активного отдыха, информация о курортах, условиях для отдыха, гостиницах и т.д.). ▪ Контент на сайте должен быть представлен в сегментированной форме. ▪ Тем самым обеспечивается простота восприятия, и предотвращается чрезмерная сложность и информационная перегруженность страниц. Необходимо постоянно обновлять информацию на сайте. ▪ Ссылки на сайт Бурабайского района должны быть включены во все рассылки.
Расчетные затраты	▪ Расчетная стоимость продаж: 50-200 тыс. долларов США ▪ Годовое техническое обслуживание: 15% от начальной стоимости.

8. Туристские агентства

Что такое туристские агентства?	▪ Туристские агентства предоставляют населению услуги, связанные с туризмом, от имени поставщиков, таких как авиакомпании, агентства по прокату автомобилей, гостиниц, железных дорог, а также предоставляют тур-пакеты. ▪ Они являются посредниками между туристом и определенной туристской дестинацией. ▪ Туристские агентства (совместно с туроператорами) несут ответственность по предоставлению пакета продуктов в Бурабайском районе.
Зачем они нужны?	▪ Заключение договоров с соответствующими туристскими агентствами является ключевым фактором для маркетинговой стратегии. ▪ Их роль в процессе продаж курортной зоны Бурабай имеет решающее значение..
Как их использовать?	▪ До заключения договоров с туристскими агентствами должен быть определен перечень стандартов или требований для того, чтобы была возможность определить, какие из них являются наиболее подходящими для коммерциализации курортной зоны Бурабай. ▪ Необходимо определить, оценить и выбрать туристские агентства. ▪ После выбора, между ними и курортной зоны Бурабай будут заключены договора и оговорены соответствующие условия. ▪ Для курортной зоны Бурабай будут созданы два вида пакетов услуг: стандартные и персонализированные пакеты. ▪ Персонализированные пакеты способствуют активизации отношений между туристом и курортной зоны Бурабай и настоятельно рекомендуются.
Расчетные затраты	▪ 15-30% комиссионных от продаж.

9. Туроператоры и туристские агентства

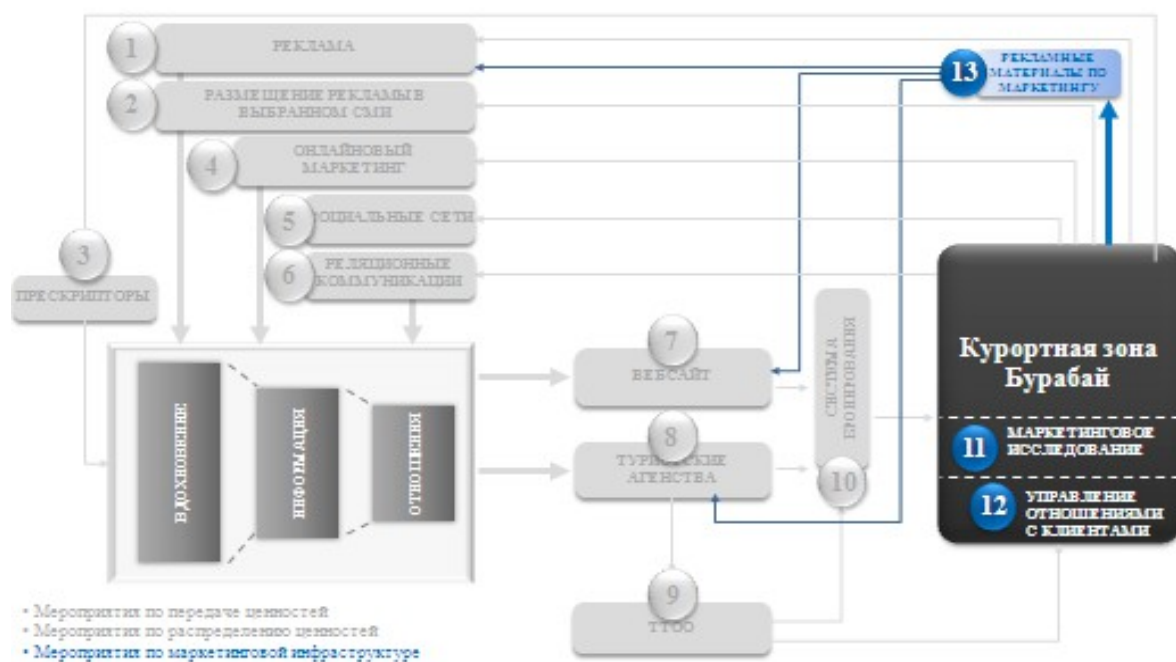
Что такое туроператоры и туристские агентства?	▪ Туроператоры и туристские агентства занимаются разработкой отпусков и подготовкой плана маршрута, в котором сочетаются элементы тура и путешествия. ▪ Кроме того, туроператоры и туристские агентства осуществляют полномочия по договорам с поставщиками (авиакомпаниями, гостиницами, другими организациями пребывания и т.д.), а также взаимодействует с другими лицами (советом по туризму и другими полномочными органами) с целью создания пакетов и обеспечения специальных транспортов по направлениям (трудно-досягаемые для визита).
Зачем они нужны?	▪ Для обеспечения того, что информация о Бурабайском районе дошла до целевой аудитории. ▪ Туроператоры и туристские агентства – это основные организации, которые могут организовать случайную поездку туристов в Бурабайский район.

Как их использовать?	▪ Как и для туристских агентств, с туроператорами также должны заключаться договоры с целью достижения желаемой коммерциализации Бурабайского района на целевых рынках.. ▪ Бурабайский район основное внимание должен уделять туроператорам и туристским агентствам, специализирующимся на семейном отдыхе, путешествиях с элементами риска и познавательных турах, организации отдыха на природе и т.д. ▪ Туроператоры и туристские агентства играют две основные роли в Бурабайском районе: обеспечивают поддержку туристских агентств и участвуют в продажах туристской дестинации Бурабай. ▪ Для курортной зоны Бурабай будут созданы два вида пакетов услуг: стандартные и персонализированные пакеты. ▪ Функция туроператоров и турагентств напрямую связана с системой бронирования в Бурабайском районе, описанной ниже.
Расчетные затраты	▪ 10-30% комиссионных от продаж.

10. Система бронирования	
Что это такое?	▪ Система бронирования централизованно обеспечивает проведение различных действий по распределению функций, и является посредником между туристами, которые хотят посетить Бурабайский район, и предложением от поставщиков данной туристской дестинации. ▪ Система бронирования использует программное обеспечение для управления различными способами, с помощью которых клиент может иметь доступ к определенной туристской дестинации, а также для управления бронированием.
Зачем она нужна?	▪ Система бронирования играет важнейшую роль в процессе продаж, обеспечивая возможность сделки между туристской дестинацией и путешественником.
Как это использовать?	▪ В Бурабайском районе должна быть разработана система бронирования, через которую путешественники смогут купить через Интернет любой туристский продукт (проживание, услуги, деятельность, активный отдых и т.д.) или туристский пакет (стандартный или персонализированный пакет путешественника) в Бурабайском районе. ▪ Приоритет отдается продуктам, не входящим в пакеты, таким как активный отдых, путешествие по какому-либо маршруту и т.д. ▪ Основная функция системы бронирования – обеспечение сделки с путешественником. ▪ Для системы бронирования Бурабайского района могут быть предусмотрены кол-центры (call-centre).
Расчетные затраты	▪ 5% от продаж.

Действия по маркетинговой инфраструктуре

График А7.1.III: Инфраструктура маркетинговых мероприятий по туристскому направлению курортной зоны Бурабай



Источник: Разработано THR

На диаграммах ниже все действия по маркетинговой инфраструктуре изложены более подробно. Разделы включают следующую информацию: какие действия, зачем они нужны и как их использовать.

11. Исследование рынка	
Что такое исследование рынка?	- Исследование рынка – это сбор и анализ информации о потребителях, конкурентах и эффективности маркетинговых программ. - Это позволяет маркетинговому отделу данной туристской дестинации регулировать рекламные инструменты и каналы распределения на рынке в соответствии с требованиями новых тенденций.
Зачем оно нужно?	- Это имеет решающее значение для процессов принятия решения. - Оно обеспечивает точную информацию о клиентах и конкурентах, что позволит разработать успешный маркетинговый план. - Это помогает определить, как правильно определить рынок источника, и как можно адаптировать предложение ценности покупателю для целевой аудитории. - Оно обеспечивает обширную информацию об рынках-источниках и общих тенденциях, способствуя улучшению будущих показателей конкурентоспособности данной туристской дестинации.
Как это использовать?	- Цели маркетингового исследования: - Постоянно определять и проводить мониторинг рынков-источников туристского направления Бурабайского района. - Проводить непрерывную оценку эффективности маркетинга. - Маркетинговое исследование должно разрабатываться через качественное и количественное исследование. Кроме того, должно быть разработано исследование для проверки результатов качественного исследования. - Маркетинговые исследования рекомендуется проводить на этапе перед выходом на новый рынок.
12. Отдел по работе с клиентами (CRM)	
Что такое Отдел по работе с клиентами (CRM)?	- Отдел по работе с клиентами (CRM) представляет собой широко применимую модель управления взаимоотношениями компании с потенциальными и существующими клиентами (в данном случае с гостями Бурабайского района). - Отдел по работе с клиентами (CRM) предусматривает использование технологий для организации, автоматизации и синхронизации маркетинговых процессов, таких как продажи, маркетинг, обслуживание клиентов и техническая поддержка.
Зачем он нужен?	- Отдел по работе с клиентами (CRM) помогает развитию лучших отношений с клиентами, способствуя увеличению продаж за счет: предвосхищения потребностей клиентов, выявление новых потребностей, кросс-продаж других продуктов, определения более выгодных клиентов, и т.д. - Это может привести к улучшению сбыта продукции / услуг за счет того, что будет сделан акцент на следующем: - Эффективные целевые маркетинговые связи, специально направленные на потребности клиентов. - Более индивидуальный подход и разработка новых или усовершенствованных продуктов / услуг.
Как это использовать?	- Цель отдела по работе с клиентами (CRM) – это организация, автоматизация и синхронизация маркетинговой деятельности и продаж. - Это поможет курортной зоне Бурабай найти, привлечь и завоевать новых клиентов, а также снизить затраты на маркетинг. - Отдел по работе с клиентами (CRM) будет основанием для маркетинговых акций в Бурабайском районе: кросс-продажи, увеличение объема покупки, повышение лояльности клиентов в отношении данной туристской дестинации и т.д.

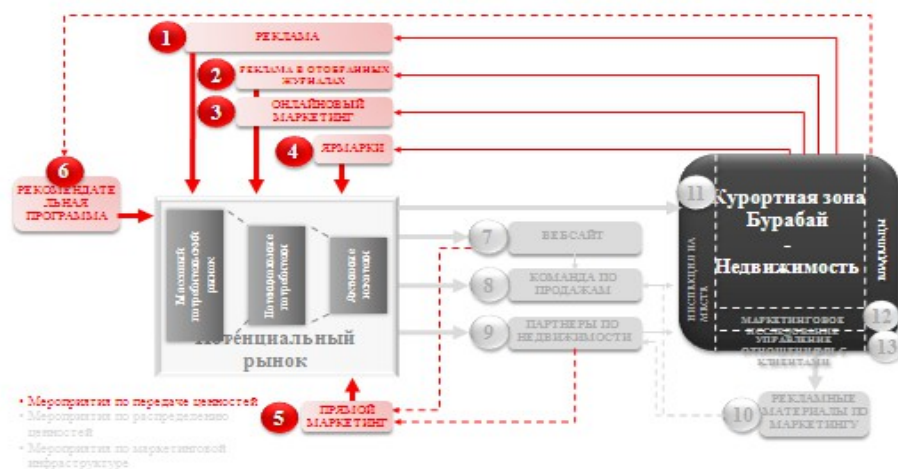
13. Маркетинговые материалы

Что такое маркетинговые материалы?	- Маркетинговые материалы включают печатные материалы, которые описывают туристскую дестинацию, а также виды деятельности, объекты, активный отдых и т.д., используемые как часть общей маркетинговой стратегии компании. - Маркетинговые материалы включают каталоги, бюллетени, информационные листки, плакаты, пресс-релизы, ведомости технических требований, коммерческие информационные материалы и т.д.
Зачем нужно их использовать?	- Они имеют особое значение для данной туристской дестинации, для поддержки отдела продаж, который пытается продать нечто похожее на мечту, образ жизни в уникальном туристском месте в Бурабайском районе. - Такие материалы оказывают сильное визуальное воздействие на путешественников.
Как их использовать?	- Использование в маркетинговых материалах технологии помогает предполагаемому клиенту лучше понять проект. - Наиболее полезные сопутствующие материалы по Бурабайскому району включают следующее: игры и развлечения, виртуальные туры, 3D-анимацию, видео, фотографии, план участка, коммерческие брошюры, руководства покупателя, и т.д.. - Разработкой маркетинговых материалов должно заниматься специализированное креативное агентство. При создании маркетинговых материалов необходимо учесть следующее: сообщить об основных отличительных характеристиках данного туристского направления, обеспечить легкость для чтения и понимания, и т.д.. - Центр продаж также является важной составляющей маркетинговой инфраструктуры, позволяющей предполагаемому клиенту "почувствовать" атмосферу курорта.

7.2. Маркетинговая политика курортов курортной зоны Бурабай

Значение мероприятий по предоставлению информации

График А7.2.1: Действия по информационному распространению данных о выгоде приобретения недвижимости курортной зоны Бурабай



Источник: Разработано THR

1. Публицистика	
Что такое публицистика?	- Целью публицистики является общая осведомленность на рынке товаров широкого потребления без необходимости платить за проведение дорогостоящих рекламных кампаний. - Публицистика заключается в преднамеренной попытке управлять восприятием общественности в отношении продукта или услуги. - Публицистика включает в себя информацию о курорте или объектах, которые разрабатываются застройщиком (мероприятия, визиты, пресс-релизы и т.д.) ... Эта информация распространяется через различные средства массовой информации, чтобы привлечь внимание общественности. - В случае грамотного подхода эта стратегия может стать очень эффективным инструментом.
Зачем она нужна?	- Чтобы усилить визуальное восприятие продукта и привлечь к нему внимание общественности недорогим способом. - Чтобы повысить интерес людей как можно быстрее, используют различные методы воздействия на базе очень низких затрат. - Чтобы такое продвижение вызывало доверие, публицистикой должна заниматься не сама компания, а третьи лица.
Как использовать публицистику?	- Для Бурабайского района должна быть разработана программа мероприятий. Это должны быть мероприятия, предвещающие открытие, крупные мероприятия по открытию курорта и собрания после его открытия. - Для привлечения публичного внимания и связи с общественностью необходимо должным образом выбирать средства массовой информации, чтобы последние могли обеспечить публичное освещение целевой аудитории. - Мероприятия перед открытием типичного курорта: поездки для прессы, путешествия на месте, пресс-релизы, информационный комплект материалов перед открытием ... - Мероприятия после открытия типичного курорта: план мероприятий на курорте на один год, пресс-релизы.
Какие средства массовой информации использовать?	- Применительно к казахстанскому рынку в целях публицистики должны использоваться: - Газеты: "Казинформ", "Казправда" - Журналы: Investkz, The economist, Steppe Magazine - ТВ-программы: Новости на канале Caspionet (Caspionet news) и такие программы как Nature's kingdom ("Царство природы") или Steppe tales ("Степные сказки") - На международном рынке, преимущественно российском: - Газеты: "Московские новости" (Moscow Times) - Журналы: Prime Traveller
2. Реклама в выбранных журналах	
Что такое реклама в журналах?	- Предусматривается оплата за размещение рекламных материалов в выбранных журналах. - Журналы выбираются в зависимости от двух основных переменных: продукта, который хотят продвинуть, и целевой аудитории, на которую направлены маркетинговые стратегии.
Зачем это нужно?	- Это простой путь, приводящий непосредственно к цели, в данном конкретном случае к людям, которые заинтересованы в покупке второго жилья. - Это нам позволит выбрать специальные журналы для размещения рекламы, в зависимости от аудитории каждого из журналов.
Как это использовать?	- Реклама о типичном курорте в Бурабайском районе может быть размещена в 2 типах журналов: журналы о недвижимости и журналы об образе жизни. Выбирать журналы о недвижимости нужно очень внимательно.

	▪ Журналы об образе жизни должны выбираться с учетом различных целевых сегментов. Реклама должна четко информировать о динамических переменных курорта и включать привлекательные изображения курорта. ▪ Предпочтительный период для рекламы – апрель, октябрь и летние месяцы.
Какие средства массовой информации использовать?	▪ Применительно к казахстанскому рынку реклама должна размещаться в следующих журналах: - Журналы по недвижимости: Investkz - Журналы об образе жизни: Дорогое Удовольствие Central Asia ▪ На международном рынке, преимущественно российском: - Журналы по недвижимости: International Residences - Журналы об образе жизни: Depesha, Russian life

3. Онлайн-маркетинг

Что такое Онлайн-маркетинг?	▪ Онлайн-маркетинг, известный также как веб-маркетинг или е-маркетинг, имеет отношение к продвижению продуктов и услуг через Интернет. ▪ Онлайн-маркетинг преследует две основные цели: выбор стратегии Онлайн-маркетинга для применения и измерения соответствующих результатов. ▪ Онлайн-маркетинг строго соотносится с размещением рекламы на различных этапах цикла взаимодействия с клиентом. Осуществление реализуется посредством следующих двух основных инструментов: поисковый маркетинг (SEM) и поисковая оптимизация (SEO). ▪ SEM занимается покупкой позиционирования в поисковых системах; стратегия SEO направлена на повышение визуализации сайта о курорте.
Зачем это нужно?	▪ Это дешевле, чем оффлайновый маркетинг, а также помогает сократить и свести к минимуму общую стоимость маркетинга. ▪ Это позволяет делать акцент на конкретной цели, уделяя внимание именно тем, кто активно занимается поиском туристской дестинации на выходные. ▪ Это дает возможность для продвижения продукта или услуг на международном уровне, а не только на местном и на региональном уровне.
Как это использовать?	▪ Должны быть разработаны стратегии SEM и SEO, чтобы привлечь на сайт Бурабайского района тех путешественников, которые могут быть в этом заинтересованы. ▪ Стратегические функции SEM включают в себя: оплату за один клик и интернет-рекламу на интересных для целевой аудитории сайтах. ▪ Стратегические функции SEO включают в себя: публичное оповещение через Интернет, дизайн веб-страниц (в соответствии с веб-стандартами совместимости, доступности и удобства пользования), ссылки на веб-сайт, средства массовой информации в социальных сетях, привлекательный мультимедийный визуальный контент и т.д.
Какие средства массовой информации использовать?	▪ Применительно к казахстанскому рынку необходимо использовать следующие поисковые системы: - Поисковики: Google.kz, Yandex.kz, Dmoz, Site.kz, Yahoo, Bing ▪ На международном рынке, преимущественно российском: - Поисковики: Yandex.ru, Bing.ru, Google.ru, Refer, Rambler

4. Ярмарки

Что такое ярмарки?	- Ярмарка – это большое, красочное коммерческое мероприятие, которое как правило проводится на регулярной основе, и в котором участвует большое количество компаний из определенной отрасли, чтобы представить свою продукцию / услуги и показать свои возможности дистрибьюторам, оптовикам, розничным продавцам и конечным пользователям. - На ярмарки приезжают участники и гости со всего мира для обеспечения обмена информацией и опыта. - Они являются популярным средством продвижения продаж.
Зачем они нужны?	- Чтобы связаться непосредственно с людьми, заинтересованными в покупке второго дома, для личного знакомства и установление отношений с ними с самого начала. - Чтобы связаться с различными агентами данного сектора (включая других провайдеров второго дома для проживания, посредников и т.д.). - Чтобы видеть и анализировать предложения конкурентов. - Чтобы усилить визуальное восприятие продукта/услуги застройщика на международном уровне.
Как их использовать?	Сопутствующие мероприятия включают: интерактивные действия на стенде для посетителей, распространение комплекта брошюр заинтересованным посетителям, участие в нескольких ярмарках в году, оценка эффективности участия, получения данных о заинтересованных потенциальных клиентах и т.д..
Какие ярмарки посещать?	- Применительно к казахстанскому рынку следует посещать следующие ярмарки: - KazRealty 2013 - На международном рынке, преимущественно российском: - Московское шоу недвижимости Moscow International Property Show - Московское шоу недвижимости Moscow International Investment Show

5. Прямой маркетинг

Что такое прямой маркетинг?	- Прямой маркетинг является одной из форм рекламы, которая позволяет компаниям напрямую общаться с клиентом. - В прямом маркетинге используются методы рекламы, такие как мобильные сообщения, электронная почта, интерактивные сайты потребителя, листовки, рекламные письма и т.д. - Для обеспечения эффективности начальная связь между курортом и потенциальным клиентом должна уже существовать, прежде чем будут использованы предыдущие методы. - Для этого требуется знать подходящее время, чтобы сделать правильное предложение нужному человеку и должным образом.
Зачем это нужно?	- Для поддержания тесной связи с клиентами, сохранения потребителей и повышение их лояльности. - Результаты прямого маркетинга можно легко измерить. Это измерение является основным элементом успешного прямого маркетинга.
Как это использовать?	- Должен быть разработан прямой маркетинг на основании нескольких баз данных о потенциальных клиентах курорта в Бурабай: База данных о генеральных директорах на основном рынке, база данных об агентах по недвижимости, избранных членов гольф-клубов на основном рынке, эксклюзивных членов клубов авиакомпаний, членах эксклюзивных клубов, как правило, только по приглашению, онлайн-сообществ и т.д. Связь с потенциальными клиентами должна включать: - Описание проекта курорта и его динамические переменные Ссылка на сайт курорта и контактные данные Стимул для поиска более подробной информации (приглашение к осмотру на месте, специальные скидки или реклама и т.д.)

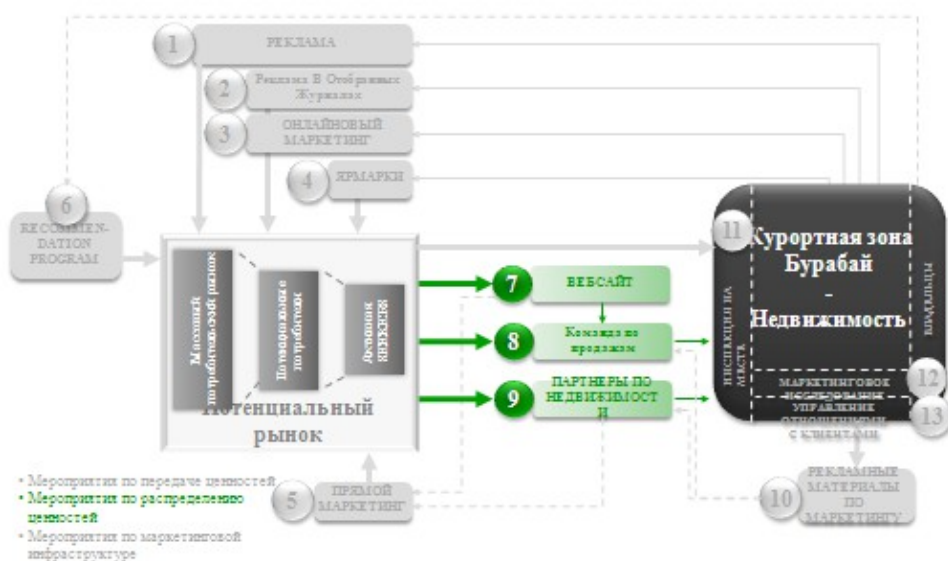
- Рекомендуется **программа последующих мероприятий**.

6. Программа рекомендаций

Что такое программа рекомендаций?	▪ Программа рекомендаций заключается в стимулировании текущего потребителя товаров / услуг, чтобы рекомендовать этот товар / услуги другим людям, как правило, друзьям. ▪ Мероприятия могут быть разработаны для проведения в онлайн и оффлайн режиме как часть рекомендаций по программе курорта: интернет-сообщества, приглашения и акции, блоги владельцев, встречи и коктейли на курорте, и т.д.
Зачем это нужно?	▪ Способствует повышению доверия и надежности к предложению курорта. ▪ Это дешевый способ продвижения товара. ▪ Повышает лояльность и усиливает связь между владельцем второго жилья и курорта.
Как это использовать?	▪ Для курорта Бурабай должна быть создана программа рекомендаций. Программа может включать приглашения, рекламные акции для друзей владельца, использование социальных сетей для создания вирусного маркетинга, блогов для владельца второго жилья, которые бы делились своим опытом проживания на курорте Бурабай и т.д. ▪ Во время посещения потенциальным клиентом курорта в Бурабайском районе проводятся встречи и коктейли с некоторыми нынешними владельцами, а также на курорте могут быть организованы встречи для новых потенциальных клиентов, которые были приглашены. Они будут слушать об опыте проживания на курорте и могут получить более подробную информацию с точки зрения владельца.

Действия по распределению функций

График А7.2.II: Действия по распределению функций о недвижимости в курортной зоне Бурабай



Источник: Разработано THR

7. Веб-сайт	
Что такое веб-сайт?	▪ Веб-сайт представляет собой набор связанных веб-страниц, содержащих текст, изображения, видео- и аудио-информацию и т.д. ▪ Веб-сайт не только содержит информацию в отношении товаров / услуг, но он может также может обеспечивать продажи. Такая роль генератора продаж является особенно важной, особенно когда на сайте туристской дестинации предусмотрена система бронирования.
Зачем это нужно использовать?	▪ Это ключевой элемент прямого распространения туристской дестинации. ▪ Успех обеспечивается, когда продвижение курорта напрямую связано с Онлайн-маркетингом, и в особенности со стратегиями SEO и SEM (см. объяснение выше).
Как это использовать?	▪ На сайте курортной зоны Бурабай должна быть размещена подробная информация о туристской дестинации (возможные виды деятельности и активного отдыха, информация о курортах, условиях для отдыха, гостиницах и т.д.). ▪ Контент на сайте должен быть представлен в сегментированной форме. ▪ Тем самым обеспечивается простота восприятия, и предотвращается чрезмерная сложность и информационная перегруженность страниц. Необходимо постоянно обновлять информацию на сайте. ▪ Ссылки на сайт Бурабайского района должны быть включены во все рассылки.
Расчетные затраты	▪ Расчетная стоимость продаж: 50-200 тыс. долларов США ▪ Годовое техническое обслуживание: 15% от начальной стоимости.

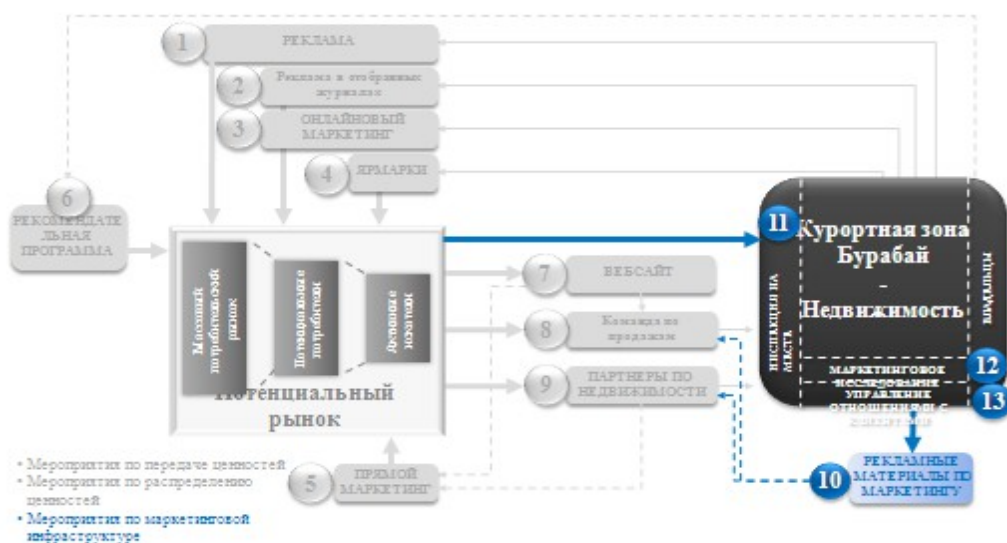
8. Отдел продаж	
Что такое отдел продаж?	▪ Отдел продаж является подразделением компаний-застройщиков, и их главная ответственность – продажа недвижимости. ▪ Отдел продаж сочетает в себе коммуникативные навыки и знание проекта, чтобы представлять курорт и точно отвечать на запросы. ▪ Он играет важную роль в качестве представителя застройщика для общественности. ▪ Персонал отдела продаж требует строгого отбора и подготовки кадров.
Зачем это нужно использовать?	▪ Он устанавливает и поддерживает отношения как с текущими, так и с потенциальными клиентами, в данном случае, покупателями второго жилья. ▪ Это помогает собирать информацию о потребителе. ▪ При этом объемы продаж ниже, чем в случае привлечения агента по недвижимости для решения этой задачи.
Как это использовать?	▪ Стандартный штат отделения – от 3 до 6 человек. ▪ На курорте необходимо учредить отдел прямых продаж. ▪ Отдела продаж Бурабайского района несет ответственность за: управление средствами массовой информации, управление прямыми рассылками, отвечает на первые и горячие приложения, встречается лично с заинтересованными лицами, ведение процесса покупки и послепродажного обслуживания.
Ориентировочная стоимость	▪ 2-4% комиссионных от продаж.

9. Партнеры по недвижимости:

Что такое партнеры по недвижимости?	- Предусматривает создание соответствующего группы агентов по недвижимости или партнеров для реализации продукции на курорте и развитие партнерства с ними. - Различные партнеры группы идентифицируются и тщательно подбираются на различных целевых рынках курорта.
Зачем они нужны?	- Широкая сеть позволяет застройщикам распространять свой продукт на разных рынках (особенно на международных). - Это важный фактор для успешных продаж на курорте, так как это ускоряет продажи. - Это способствует продажам второго жилья благодаря опыту отобранной группы профессионалов. - Это передает ощущение надежности и профессионализма потенциальным покупателям второго жилья на курорте.
Как их использовать?	- Бурабайский курорт должен быть представлен агентам по недвижимости с использованием рекламных роликов, генеральных планов и других материалов. - Для оценки навыков выявленных агентов по недвижимости должны быть организованы конкурсные торги. В тендерах должна быть представлена информация о: предлагаемом плане продаж, использованных каналах сбыта, человеческих и технологических ресурсах, ценах на их услуги и т.д. - Когда курорт действует, отобранные агенты должны быть приглашены для ознакомительной поездки. Комиссионные за продажу и структура стимулирования также могут быть определены для того, чтобы избегать негативного опыта среди партнеров по недвижимости.
Ориентировочная стоимость	5-15% комиссионных от продаж.

Инфраструктура маркетинговых мероприятий

График А7.2.1: Действия маркетинговой системы по недвижимости курортной зоны Бурабай



Источник: Разработано THR

10. Маркетинговые материалы

Что такое маркетинговые материалы?	- Маркетинговые материалы включают печатные материалы, которые описывают туристскую дестинацию, а также виды деятельности, объекты, активный отдых и т.д., используемые как часть общей маркетинговой стратегии компании. - Маркетинговые материалы включают каталоги, бюллетени, информационные листки, плакаты, пресс-релизы, ведомости технических требований, коммерческие информационные материалы и т.д.
Зачем они нужны?	- Они имеют особое значение для данной туристской дестинации, для поддержки отдела продаж, который пытается продать нечто похожее на мечту, образ жизни в уникальном туристском месте в Бурабайском районе. - Такие материалы оказывают сильное визуальное воздействие на путешественников.
Как их использовать?	- Использование в маркетинговых материалах технологии помогает предполагаемому клиенту лучше понять проект. - Наиболее полезные сопутствующие материалы по Бурабайскому району включают следующее: игры и развлечения, виртуальные туры, 3D-анимацию, видео, фотографии, план участка, коммерческие брошюры, руководства покупателя, и т.д.. - Разработкой маркетинговых материалов должно заниматься специализированное креативное агентство. При создании маркетинговых материалов необходимо учесть следующее: сообщить об основных отличительных характеристиках данного туристского направления, обеспечить легкость для чтения и понимания, и т.д.. - Центр продаж также является важной составляющей маркетинговой инфраструктуры, позволяющей предполагаемому клиенту "почувствовать" атмосферу курорта.

11. Инспекции на месте

Что такое инспекции на месте?	- Инспекция на месте означает, доставить потенциальных покупателей на курорт и вовлечь их в атмосферу курорта Бурабай. - Цель инспекции на местах – симитировать ситуацию, которая будет, когда курорт начнет работать. - Для таких поездок на курорт требуется инфраструктура, специально созданная для размещения гостей. В Бурабайском районе уже есть отели, которые могут рассматриваться в качестве альтернативы для размещения тех посетителей.
Зачем они нужны?	Привлечь заинтересованных перспективных покупателей и убедить их в том, что надо совершить покупку, – одна из наиболее важных частей всего процесса. - Увеличение числа сверхплановых продаж на курорте.
Как их использовать?	Команда, работающая на месте, несет ответственность по организации визитов на места и за предоставление информации первым контактам, которые идут непосредственно в курорт Бурабай. - Во время инспекции на месте, потенциальные покупатели могут быть размещены в жилых помещениях с такими же характеристиками, что и объекты размещения, выставленные на продажу в курорте. - Разработка инспекций на местах имеет особое значение для достижения желаемого процента от "сверхплановых продаж" второго дома. То есть, продажа второго жилья до того, как оно будет построено.

12. Исследование рынка

Что такое исследование рынка?	- Исследование рынка – это сбор и анализ информации о потребителях, конкурентах и эффективности маркетинговых программ. - Это позволяет маркетинговому отделу данной туристской дестинации регулировать рекламные инструменты и каналы распределения на рынке в соответствии с требованиями новых тенденций.
Зачем оно нужно?	- Это имеет решающее значение для процессов принятия решения. - Оно обеспечивает точную информацию о клиентах и конкурентах, что позволит разработать успешный маркетинговый план. - Это помогает определить, как правильно определить рынок источника, и как можно адаптировать предложение ценности покупателю для целевой аудитории. - Оно обеспечивает обширную информацию об рынках-источниках и общих тенденциях, способствуя улучшению будущих показателей конкурентоспособности данной туристской дестинации.
Как это использовать?	- Цели маркетингового исследования: - Постоянно определять и проводить мониторинг рынков-источников туристского направления Бурабайского района. - Проводить непрерывную оценку эффективности маркетинга. - Маркетинговое исследование должно разрабатываться через качественное и количественное исследование. Кроме того, должно быть разработано исследование для проверки результатов качественного исследования. - Маркетинговые исследования рекомендуется проводить на этапе перед выходом на новый рынок.

13. Отдел по работе с клиентами (CRM)

Что такое Отдел по работе с клиентами (CRM)?	- Отдел по работе с клиентами (CRM) представляет собой широко применимую модель управления взаимоотношениями компании с потенциальными и существующими клиентами (в данном случае с гостями Бурабайского района). - Отдел по работе с клиентами (CRM) предусматривает использование технологий для организации, автоматизации и синхронизации маркетинговых процессов, таких как продажи, маркетинг, обслуживание клиентов и техническая поддержка.
Зачем он нужен?	- Отдел по работе с клиентами (CRM) помогает развитию лучших отношений с клиентами, способствуя увеличению продаж за счет: предвосхищения потребностей клиентов, выявление новых потребностей, кросс-продаж других продуктов, определения более выгодных клиентов, и т.д. - Это может привести к улучшению сбыта продукции / услуг за счет того, что будет сделан акцент на следующем: - Эффективные целевые маркетинговые связи, специально направленные на потребности клиентов. - Более индивидуальный подход и разработка новых или усовершенствованных продуктов / услуг.
Как это использовать?	- Цель отдела по работе с клиентами (CRM) – это организация, автоматизация и синхронизация маркетинговой деятельности и продаж. - Это поможет курортной зоне Бурабай найти, привлечь и завоевать новых клиентов, а также снизить затраты на маркетинг. - Отдел по работе с клиентами (CRM) будет основанием для маркетинговых акций в Бурабайском районе: кросс-продажи, увеличение объема покупки, повышение лояльности клиентов в отношении данной туристской дестинации и т.д.

ПРИЛОЖЕНИЕ 8: ФИНАНСОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

8.1 Финансовое исследование: Основные предположения

В целях разработки финансового исследования для системного плана развития Бурабайского района, были использованы некоторые гипотезы и предположения. Все они представлены в этом приложении.

Оценка параметров, коэффициентов, стоимости и доходов основана на:

- Докладах специализированных консультантов или учреждений: HVS, Global Property Guide, Turner & Townsend. STR, ICEX, Jone Lang Lasalle, Gardiner & Theobald LLP и др.

- Международный опыт компании THR: Основан на более чем 50 аналогичных проектах в Европе и на Ближнем Востоке, и на 30-летней работе. Компания THR разработала узкоспециализированную внутреннюю библиотеку.

- Внешние партнеры: В основном это - инженеры, архитекторы и финансовые эксперты, специализирующиеся на подобных исследованиях и имеющие опыт в сфере туризма и недвижимости.

- Проводились первичные исследования. Интервью с операторами гостиниц, архитекторами и экспертами по недвижимости в Республике Казахстан.

а. Жилье

Таблица А8.1.1: Затраты на строительство и продажи

Понятия	Ценность	Затраты
Стоимость строительства (виллы)	844 доллара США	Построенный м2
Стоимость строительства (особняк)	786 доллара США	Построенный м2
Стоимость строительства (апартаменты)	715 доллара США	Построенный м2
Инженеры и архитекторы	5%	Общая стоимость строительства
Управление проектом	7%	Общая стоимость строительства
Непредвиденные обстоятельства	5%	Общая стоимость строительства
Стоимость продаж	6%	Доход от сбыта
Маркетинг	5%	Доход от сбыта

Источник: Разработано THR

Таблица А8.1.11: Цена продаж

Жилье	За построенный м2
Виллы	2 750
Особняк	2 400
Апартаменты	2 200

Источник: Разработано THR

Таблица А8.1.111: Скорость строительства

Жилье	-1-й год	0-й год
Виллы	65%	35%
Особняк	80%	20%
Апартаменты	75%	25%

▼
Начало
строительства

▼
Завершение
строительства

Источник: Разработано THR

Скорость строительства особняков и апартаментов выше, чем для вилл. Это потому, что особняки и апартаменты более простые в строительстве, по сравнению с виллами.

Таблица А8.1.IV: Скорость продаж

Жилье	-1-й год	0-й год	1-й год
Виллы	25%	45%	30%
Особняк	20%	40%	40%
Апартаменты	15%	35%	50%



Источник: Разработано THR

Виллы - более привлекательный тип жилья, чем особняки и апартаменты, что объясняет их высокую скорость продаж. Кроме того, отсутствие подобного продукта в стране создает сильное конкурентное преимущество, способствуя увеличению этой разницы.

Продажа объектов недвижимости обычно начинается перед началом периода строительства, известна как продажа вне плана. Эти поступления от продаж затем используются для финансирования строительства жилых домов.

Тем не менее, в данном конкретном случае с Казахстаном, после некоторых первичных исследований и с учетом условий местного рынка, продажи, как предполагается, начнутся, как только начнется строительство жилья. В частности, доход от продаж приходится на два платежа: 50% на первый год строительства и 50% на год после.

Таблица А8.1.V: Политика платежей

Жилье	Фаза строительства	Доставка ключей
Виллы	50,0%	50,0%
Особняк	50,0%	50,0%
Апартаменты	50,0%	50,0%

Источник: Разработано THR

в. Отели

Таблица А8.1.VI: Стоимость строительства

Отель	Всего инвестиции в отель за каждую комнату ¹	Всего инвестиции в отель за 1 м ² ³
Отель 5*	183 876 дол. США	1 532 дол. США
Отель 4*	119 462 дол. США	1 327 дол. США
Отель 3*	59 990 дол. США	857 дол. США

¹ Включая мебель, приборы и оборудование и расходы до открытия, без стоимости земельного участка.

Источник: Разработано THR по данным компаний HVS (2012 г.) и KPMG (2009 г.).

³ Метод вычисления: Всего инвестиции в отель/средняя площадь каждой комнаты

Прежняя стоимость строительства отелей рассчитывалась на основании "Исследования по стоимости строительства отелей", проведенного компанией HVS (2011/2012 гг.) и разработки компании KPMG "Стоимость строительства отелей" (2009 г.).

Таблица А8.1.VII: Стоимость строительства домиков

Концепция	Затраты на квадратный метр (интерьер + внешнее покрытие)	Затраты на квадратный метр (различное озеленение)
Домики	786 доллара США	22 доллара США

Источник: Разработано THR

Учитывая сходство между домиками и загородными домами, их стоимости строительства были указаны как одинаковые.

Таблица А8.1.VIII: Скорость строительства

Отель	1-й год	2-й год
Отель 3*, 4* или 5*	40%	60%

Источник: Разработано THR

Рассмотренная выше скорость строительства гостиницы получается из стандартной скорости строительства отелей с характеристиками, предложенными для системного плана.

Таблица А8.1.IX: Переменные издержки

Местность	Отель 3*	Отель 4*	Отель 5*	Единица
Пространство	10%	10%	13%	От дохода по подразделению
Питание и напитки	25%	25%	28%	От дохода по подразделению
Мероприятия / заседания	20%	20%	23%	От дохода по подразделению
Прочее	50%	50%	53%	От дохода по подразделению
Маркетинг	5%	5%	5%	От общего дохода
Основное вознаграждение	5%	5%	5%	От общего дохода
Поощрительное вознаграждение	10%	10%	10%	От валовой прибыли
Резерв на замену	5%	5%	5%	От общего дохода

* Затраты в устойчивый год.

Источник: Разработано THR

3-звездочные и 4-звездочные отели имеют незначительный процент расходов на номер, так как размер этих отелей больше и они имеют более высокий уровень эффективности.

Что касается основных и поощрительных вознаграждений, процентное соотношение было определено в соответствии с общими стандартами. Тем не менее, эти вознаграждения могут меняться в зависимости от системы, выбранной управляющей компанией гостиницы.

Наконец, доля резервов для замены обычно ниже в течение первых лет эксплуатации. Это процентное соотношение обычно становится более стабильным в последующие годы и составляет около 5%.

Таблица А8.1.X: Постоянные издержки в долларах США (ЗСК - За одну свободную комнату)

Местность	Отель 4*	Отель 5*	Единица
Инженерные коммуникации	3,500	3,500	За одну свободную комнату
Административные и общие	2,700	3,000	За одну свободную комнату
Штат сотрудников – Персонал	500	500	Месяц / чел.
Штат сотрудников – Менеджеры среднего звена	2,500	2,875	Месяц / чел.
Штат сотрудников – Топ-менеджеры	4,000	4,600	Месяц / чел.
Страхование	300	400	В расчете на номер
Техническое обслуживание	1,900	2,000	В расчете на номер

* Затраты в стабильный год.

Источник: Разработано THR

Что касается постоянных издержек, коммунальные услуги представляют собой важную статью затрат для гостиниц и превышает среднее значение. С другой стороны, это объясняется климатическими условиями региона, которые требуют высокого потребления энергии, как летом, так и зимой.

Затраты на заработную плату персонала ниже, чем в среднем.

Таблица А8.1.XI: Остаточная стоимость

Концепция	Ценность
Конечная ставка капитализации	10,5% (в 9,524 больше, чем денежный поток в 10-й год эксплуатации)
Трансакционные издержки	3%

Источник: Разработано THR

с. Здания и услуги

*Таблица А8.1.XII: Затраты на строительство и долларах США - вложения на м2**

Здания	Интерьер + экстерьер по общему рамочному соглашению	Наружное оборудование м2	Разные ландшафтные работы
Оздоровительный центр	1,120	50	10
Центр проведения мероприятий	1,914	50	10
Спортивно-тренировочный центр (внутренний)	780	50	10
Спортивно-тренировочный центр (наружный)	390	150	10
Различные здания	550	50	10
Гольф-центр	660	13,2	10
Пристань	250	10	10
Городской центр	600	100	10

*Без стоимости земли.

Источник: Разработано THR

Таблица А8.1.XIII: Сервисный период

Здания	Месяцев в году
Оздоровительный центр	12
Центр проведения мероприятий	12
Спортивно-тренировочный центр (внутренний)	12
Спортивно-тренировочный центр (наружный)	12
Различные здания	12
Гольф-центр	12
Пристань	12
Городской центр	12

Источник: Разработано THR

Таблица А8.1.XIV: Доход в долларах США

Средняя ставка по концепции		1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	Стабильный год 5-й год
Бизнес-объект	Потоки от доходов					
Оздоровительный центр	Средняя цена за вход	15	16	17	18	20
Оздоровительный центр	Средняя цена за лечение	45	48	52	55	59
Конференц-центр (м2)	Средняя цена за м2	4	4	5	5	5
Спортивно-тренировочный центр и различные здания	Средние расходы на туриста	12	13	14	15	16
Рестораны (за питание)	Средние расходы на питание	20	21	23	25	26
Городской центр	Средняя цена за м2 в месяц	6	6	6	6	6
Курс гольфа (зеленый налог)	Средняя цена по зеленому налогу	33	36	40	44	48

Источник: Разработано THR

Таблица А8.1.XV: Расходы

% от дохода	1-й год	2-й год	3-й год	4-й год	Стабильный год 5-й год
Оздоровительный центр	90%	80%	75%	70%	70%
Конференц-центр (м2)	80%	75%	65%	60%	55%
Спортивно-тренировочный центр и различные объекты	45%	40%	35%	30%	25%
Рестораны	80%	75%	75%	65%	63%
Городской центр	20%	20%	15%	15%	12%

Источник: Разработано THR

Как видно из следующей таблицы, расходы как процент от выручки уменьшаются в течение первого года работы и становятся стабильными, начиная с четвертого года эксплуатации. Это связано с увеличением доходов от объектов, которое имеет прямое влияние на расчетные процентные соотношения.

d. Курортный центр

Таблица А8.1.XVI: Затраты на строительство и долларах США - вложения на м2*

Здания	Интерьер + экстерьер по общему рамочному соглашению	Наружное оборудование м2	Разные ландшафтные работы
Городской центр (розничная торговля, обслуживание и администрирование единицы)	660	100	10
Сельское хозяйство / Ремесленная деревня	550	50	10
Лагерь с юртами.	550	50	10
Национальный парк (интерактивный центр)	550	50	10

*Без стоимости земли.

Источник: Разработано THR

e. Отдельные проекты

Таблица А8.1.XVII: Затраты на строительство и долларах США - вложения на м2*

Здания	Интерьер + экстерьер по общему рамочному соглашению	Наружное оборудование м2	Разные ландшафтные работы
Торговый центр – центры продаж	550	50	10
Парк животных	550	50	10
Ипподром	550	7	10

Источник: Разработано THR

8.2 Детали обоснования бизнес-объектов

А. Обоснование бизнес-объекта- жилые дома/резиденции

Таблица А8.2.I: Ключевые финансовые показатели –жилые дома

Жилые дома	Общий объем инвестиций:	131 млн долларов США
	ВНП	29,6%
	Окупаемость:	5 лет

Источник: Разработано THR

Жилые дома/резиденции

В общей сложности 500 видов жилья среднего и высшего уровня: 200 вилл, 200 особняков (таунхаусов), и 100 квартир. Застроенная территория каждой единицы варьируется от 60 м2 до 500 м2.

Основные предположения

- Источник доходов: продажи жилья.
- Этап строительства каждого жилья: 2 года.
- Продажи начинаются в первый год строительства и заканчиваются через год после окончания строительства.

- Стоимость строительства, за построенный м2: 715 долл. США (квартиры), 786 долл. США (особняки (таунхаусы), 844 долл. США (виллы).
- Продажная цена, за построенный м2: 2 200 долл. США (квартиры), 2 400 долл. США (особняки (таунхаусы), 2 750 долл. США (виллы). Учитывается ежегодный прирост 3%.

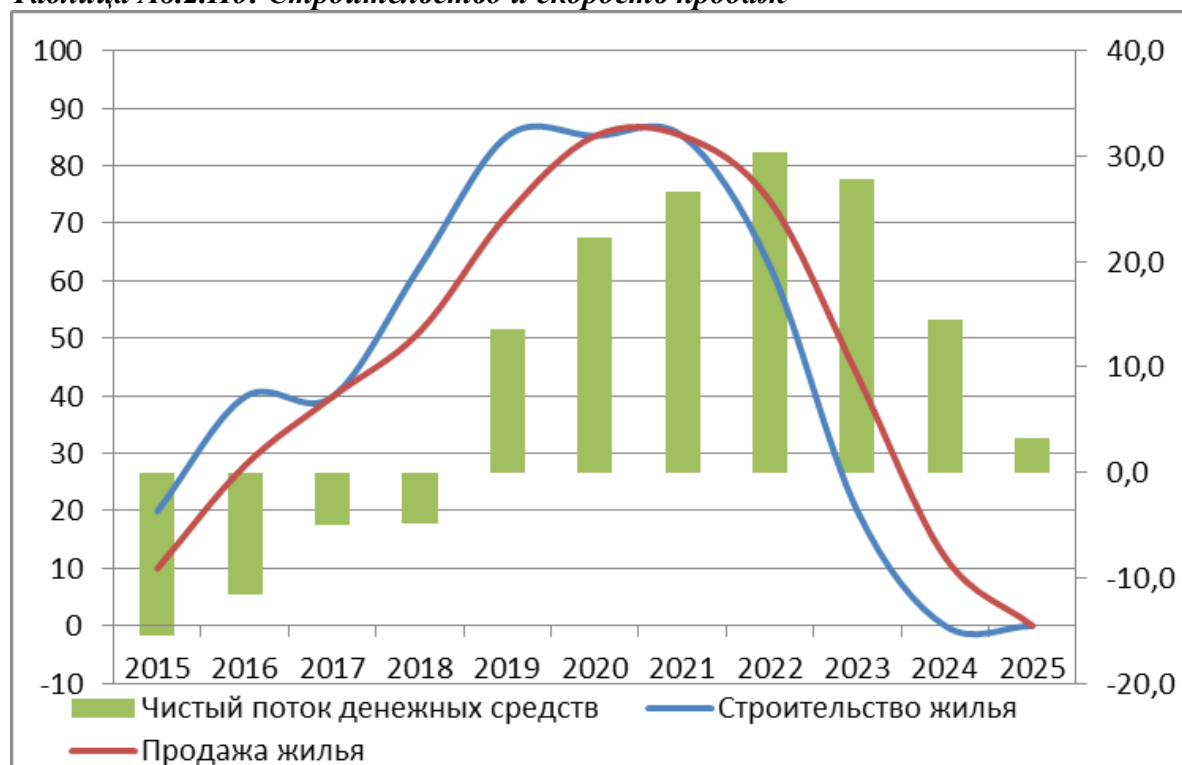
Финансовые перспективы

Таблица А8.2.Иа: Строительство и скорость продаж

Год	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Строительство жилья	20	40	40	63	85	85	85	63	20		
Виллы	8	16	16	25	34	34	34	25	8		
Таунхаусы	8	16	16	25	34	34	34	25	8		
Апарт-менты/квартиры	4	8	8	13	17	17	17	13	4		
Продажа жилья	10	28	40	51	72	85	85	74	43	12	
Виллы	4	11	16	20	29	34	34	30	17	5	
Таунхаусы	4	11	16	20	29	34	34	30	17	5	
Апарт-менты/квартиры	2	6	8	10	14	17	17	15	9	2	
Чистый поток денежных средств	-15	-12	-5	5	14	22	27	30	28	14	3

Источник: Разработано Компанией THR

Таблица А8.2.Иб: Строительство и скорость продаж



Источник: Разработано Компанией THR

Таблица А8.2.II: Прибыль и убытки – Жилье: долл. США (000)

Год	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Продажа жилья	10	28	40	51	72	85	85	74	43	12	-
Строительство жилья	20	40	40	63	85	85	85	63	20	-	-
Итого доходы	2 286	8 879	16 294	22 538	31 335	41 171	46 029	44 207	33 499	16 225	3 579
Виллы	1 517	5 893	10 815	14 959	20 798	27 327	30 551	29 342	22 234	10 769	2 376
Таунхаусы	1	2 302	4 225	5 844	8 125	10 676	11 935	11 463	8 686	4 207	928
Апартаменты /квартиры	0	1	1 254	1 735	2 412	3 169	3 543	3 402	2 578	1 249	275
Административные расходы	251	977	1 792	2 479	3 447	4 529	5 063	4 863	3 685	1 785	394
Продажи	137	533	978	1 352	1 880	2 470	2 762	2 652	2 010	974	215
Маркетинг	114	444	815	1 127	1 567	2 059	2 301	2 210	1 675	811	179
ПДПНА	2 035	7 902	14 502	20 059	27 888	36 643	40 966	39 345	29 814	14 440	3 186

Источник: Разработано Компанией THR

Таблица А8.2.III: Движение денежных средств – Жилье: долл. США (000)

Год	Инвестиции	Чистый доход	Денежные средства
2015	-16 406	2 035	-15 448
2016	-18 429	7 902	-11 603
2017	-18 429	14 502	-5 003
2018	-23 768	20 059	-4 786
2019	-14 355	27 888	13 533
2020	-14 355	36 643	22 288
2021	-14 355	40 966	26 611
2022	-9 015	39 345	30 330
2023	-2 023	29 814	27 791
2024	-	14 440	14 440
2025	-	3 186	3 186
ВНП			29,6%
Окупаемость (годы)			5

Источник: Разработано Компанией THR

Б. Обоснование бизнес-объекта - 5-звездочный отель

Таблица А8.2.IV: Ключевые финансовые показатели 5-звездочный отель

5-звездочный отель	Общий объем инвестиций:	12,8 млн долларов США
	ВНП	8.7%
	Окупаемость:	11 лет

Источник: Разработано THR

5* отель

Отель высшей категории с полным набором услуг на 70 номеров, каждый площадью 60 м2. Гостиница будет расположена в исключительном месте в СЭЗ.

Основные предположения

- Период строительства: 2 года
- Период работы: 12 месяцев в году.
- Коэффициент заполняемости приблизительно 74% в течение года стабилизации.
- Средняя стоимость номера за сутки в стабилизированный год: 295 долл. США.
- Общая стоимость строительства: 183 876 долларов США за номер ⁴
- Продажа отеля предполагается в 10-й год эксплуатации.
- Работники: 1, 2 сотрудника на номер (в стабильный год).
- Эффективное управление стоимостью.

Финансовые перспективы

Таблица A8.2.V: Прибыль и убытки – отель 5 звезд: долл. США (000)

	2020	2021	2022	2023	Stabilized
Количество номеров	70	70	70	70	70
Заполняемость	55%	67%	74%	74%	74%
Ср. цена номера за сутки	205	272	281	295	295
Доход с номера	113	183	207	218	218
Доход	2 364	3 843	4 354	4 572	100%
Номер	1 419	2 306	2 612	2 743	60%
Питание и напитки	520	845	958	1 006	22%
События/встречи	260	423	479	503	11%
Прочее	166	269	305	320	7%
Расходы по отделам	478	776	879	923	20%
Номер	184	300	340	357	13%
Питание и напитки	146	237	268	282	28%
События/встречи	60	97	110	116	23%
Прочее	88	143	162	170	53%
Доходы по отделам	1 363	2 531	2 917	3 057	66.9%
Платежная ведомость	524	535	558	591	19%
Операционные расходы	742	950	1 030	1 082	24%
Администр. и общие	179	200	210	221	5%
Маркетинг	118	192	218	229	5%
Эксплуатационные	119	133	140	147	3%
Коммунальные услуги	208	233	245	257	6%
Основная плата	118	192	218	229	5%
Прибыль отеля	621	1 582	1 886	1 975	43%
Страхование	28	28	28	28	1%
Поощрительные премии	62	158	189	197	4%
Резерв на замену	47	115	174	229	5%
Чистая прибыль	483	1 280	1 495	1 521	33%

(*) В процентах от общего дохода

Источник: Разработано Компанией THR

⁴в том числе FF & E и расходы перед открытием.

Таблица А8.2.VI: Движение денежных средств – отель 5 звезд: долл. США (000)

Год	Инвестиция	Чистый доход	Денежные средства
2018	-5 149	-	-5 149
2019	-7 723	-	-7 723
2020	-	483	483
2021	-	1 280	1 280
2022	-	1 495	1 495
2023	-	1 521	1 521
2024	-	1 521	1 521
2025	-	1 521	1 521
2026	-	1 521	1 521
2027	-	1 521	1 521
2028	-	1 521	1 521
2029	-	12 057	12 057
ВНП			8,7%
Окупаемость (годы)			11

Расчет остаточной стоимости	
Прибыль на 10 году работы	1 521
Предельный лимит ставки	14,0%
Цена продаж	10 862
(-) Операционные издержки	3%
Чистая цена продаж	10 536

Источник: Разработано Компанией THR

В. Обоснование бизнес-объекта - 4-звездочный отель

Таблица А8.2.VII: Ключевые финансовые показатели – 4-звездный отель

4-звездочный отель	Общий объем инвестиций:	47,8 млн долларов США
	ВНП	4,8%
	Окупаемость:	11 лет

Источник: Разработано THR

4*отель

Отель с полным пакетом услуг высокого качества, 400 номеров площадью 50м2 каждый. Отель будет построен в районе Чебачье. Он будет открыт 365 дней в году.

Основные предположения

- Период строительства: 2 года
- Период работы: 12 месяцев в году.

- Средняя стоимость номера за сутки в стабильный год: 127 млн долларов США
- Общая стоимость строительства: 119 462 долларов США за номер, в том числе FF & E и расходы перед открытием.
- Работники: 0,8 сотрудника на номер (в стабильный год).
- Эффективное управление стоимостью.
- Продажа отеля предполагается в 10-й год эксплуатации.

Финансовые перспективы

Таблица А8.2.VIII: Прибыль и убытки - 4-звездочный отель долларов США (000)

Год	2018	2019	2020	2021	Stabilized
Количество номеров	400	400	400	400	400
Заполняемость	37 %	43 %	47 %	52 %	52 %
Ср. цена номера за сутки	89	104	123	127	127
Доход с номера	33	45	58	66	66
Доход	7 358	10 064	13 076	14 766	100 %
Номер	4 709	6 441	8 369	9 451	64 %
Питание и напитки	1 398	1 912	2 485	2 806	19 %
События/встречи	1 104	1 510	1 961	2 215	15 %
Прочее	147	201	262	295	2 %
Расходы по отделам	1 115	1 525	1 981	2 237	15 %
Номер	471	644	837	945	10 %
Питание и напитки	349	478	621	701	25 %
События/встречи	221	302	392	443	20 %
Прочее	74	101	131	148	50 %
Доходы по отделам	5 097	7 203	9 570	10 815	73,2 %
Платежная ведомость	1 146	1 336	1 525	1 715	16 %
Операционные расходы	3 490	4 084	4 548	4 879	33 %
Администр. и общие	918	1 026	1 080	1 134	8 %
Маркетинг	368	503	654	738	5 %
Эксплуатационные	646	722	760	798	5 %
Коммунальные услуги	1 190	1 330	1 400	1 470	10 %
Основная плата	368	503	654	738	5 %
Прибыль отеля	1 607	3 119	5 022	5 936	40 %
Страхование	120	120	120	120	1 %
Поощрительные премии	161	312	502	594	4 %
Резерв на замену	147	302	523	738	5 %
Чистая прибыль	1 179	2 385	3 877	4 484	30 %

(*) В процентах от общего дохода

Источник: Разработано THR

Таблица А8.2.IX: Движение денежных средств - 4-звездочный отель: долларов США (000)

Год	Инвестиция	Чистый доход	Денежные средства
2016	-19 114	-	-19 114
2017	-28 671	-	-28 671
2018	-	1 179	1 179
2019	-	2 385	2 385
2020	-	3 877	3 877
2021	-	4 484	4 484
2022	-	4 484	4 484
2023	-	4 484	4 484
2024	-	4 484	4 484
2025	-	4 484	4 484
2026	-	4 484	4 484
2027	-	35 551	35 551
ВНП			4,8 %
Окупаемость (годы)			11

Расчет остаточной стоимости	
Прибыль на 10 году работы	4 484
Предельный лимит ставки	14,0 %
Цена продаж	32 028
(-) Операционные издержки	3 %
Чистая цена продаж	31 067

Источник: Разработано THR

Обоснование бизнес-объекта - поле для гольфа

Таблица А8.2.X: Ключевые финансовые показатели – поля для гольфа

Поле для гольфа	Общий объем инвестиций:	6,3 млн долларов США
	ВНП	1%
	Окупаемость:	11 лет

Источник: Разработано THR

Поле для гольфа

18-луночное популярное поле для гольфа в основном используется по модели "Плати, когда играешь".

Основные предположения

- Период строительства: 2 года.
- Общий объем инвестиций: 6,3 млн. долл. США.
- Открытый период: 6 месяцев в год.

- Политика доступа на гольф-площадку: «Плати, когда играешь»
- Плата за пользование полем составляет 30 долл. США, с целью популяризовать игру в гольф и стимулировать спрос. Учитывается ежегодное увеличение 10%.
- Годовой сезонный билет стоит 1 000 долл. США (он разрешает свободный вход на гольф-площадку в течение года). Учитывается ежегодное увеличение 3%.
- Уменьшенная структура затрат, направленная на достижение оптимизации ресурсов и доступность цен.
- Продажа поля для гольфа предполагается на 10-й год эксплуатации.

Финансовые перспективы

Таблица А8.2.XI: Прибыль и убытки - гольф-поле: долларов США (000)

Год	2017	2018	2019	2020	2021
Количество лунок	18	18	18	18	18
Сыгранные партии	8 200	9 400	10 680	12 148	13 713
Доход	504	623	762	932	1 131
Ежегодная плата	10	31	53	82	113
плата за пользование полем для игры в	264	319	387	468	566
Плата за тележку	94	117	145	180	222
Гольф поле	32	39	47	57	70
Сувениры и товары	24	28	31	35	40
Питание и напитки	80	89	99	110	122
Расходы	407	470	535	581	653
Себестоимость реализации	62	70	78	87	97
Затраты на персонал	156	180	204	216	240
Затраты на обслуживание гольф поля	130	150	170	180	200
Управление, продажи и администрация	40	48	58	70	85
Непредвиденные расходы	19	22	25	28	31
П Д П Н А	96	152	226	351	478

Источник: Разработано THR

Таблица А8.2.XII: Движение наличности - гольф-поле: долларов США (000)

Год	Инвестиция	Чистый доход	Денежные средства
2015	-1 876	-	-1 876
2016	-4 378	-	-4 378
2017	-	96	96
2018	-	152	152
2019	-	226	226
2020	-	351	351
2021	-	478	478
2022	-	478	478
2023	-	478	478
2024	-	478	478
2025	-	478	478
2026	-	3 572	3 572
		ВНП	1.0 %
		Окупаемость (годы)	11

Расчет остаточной стоимости	
Прибыль на 10 году работы	478
Предельный лимит ставки	15.0 %
Цена продаж	3 189
(-) Операционные издержки	3 %
Чистая цена продаж	3 094

Источник: Разработано THR

Обоснование бизнес-объекта - событийный центр

Таблица А8.2.XIII: Ключевые финансовые показатели - событийный центр

Событийный центр	Общий объем инвестиций:	6,5 млн долларов США
	ВНП	2,8%
	Окупаемость:	11 лет

Источник: Разработано THR

Событийный центр

Событийный центр общей площадью 3 200 м2. Будут организованы еженедельные мероприятия, как указано в каталоге опыта (видов отдыха) проведения («Система опыта», раздел 3).

Основные предположения

- Период работы: 12 месяцев в году.
- Период строительства: 2 года
- Общая стоимость строительства: 6,5 млн долларов США
- Годовая посещаемость в первый год эксплуатации 12%.

- Ежедневные цены на аренду залов: 5,2 долларов США за м2 в стабильный год. Учитывается ежегодное увеличение на 7% .
- Продажа развлекательного центра предполагается в 10-й год эксплуатации.

Финансовые перспективы

Таблица А8.2.XIV: Прибыль и убытки - событийный центр: долларов США (000)

Год	2017	2018	2019	2020	2021	%
Количество м2 сдан	140 160	154 176	169 594	186 553	205 208	-
Средняя цена за м2	4.0	4.3	4.6	4.9	5.2	-
Открытый период п	12	12	12	12	12	-
Общий доход	561	660	777	914	1 076	100 %
Общие расходы	449	495	505	548	592	55 %
ПДНА	112	165	272	366	484	45 %

Источник: Разработано THR

Таблица А8.2.XV: Движение наличности - событийный центр: долларов США (000)

Год	Инвестиции	Чистый доход	Денежные средства
2015	-3 252	-	-3 252
2016	-3 252	-	-3 252
2017	-	112	112
2018	-	165	165
2019	-	272	272
2020	-	366	366
2021	-	484	484
2022	-	484	484
2023	-	484	484
2024	-	484	484
2025	-	484	484
2026	-	4 957	4 957
ВНП			2.8 %
Окупаемость (годы)			11

Расчет остаточной стоимости

Прибыль на 10 году работы	484
Предельный лимит ставки	10.5 %
Цена продаж	4 611
(-) Операционные издержки	3 %
Чистая цена продаж	4 473

Источник: Разработано THR

Обоснование бизнес-объекта - спортивный центр

Таблица А8.2.XVI: Ключевые финансовые показатели – спортивный центр

Спортивный центр	Общий объем инвестиций:	17,9 млн долларов США
	ВНП	0,2%
	Окупаемость:	11 лет

Источник: Разработано THR

Спортивный центр

Спортивный центр, с общей строительной площадью 2 135 м². Включает в себя открытый и закрытый спортивный и учебный центр с площадью, занимаемой предприятиями розничной торговли и зонами общего пользования, с теннисным кортом, плавательными бассейнами, катком, и т.д.

Основные предположения

- Период работы: 12 месяцев в году.
- Период строительства: 2 года
- Общая стоимость строительства: 17,9 млн долларов США
- Спортивный центр придерживается политики низкой платы за вход.
- Дополнительные спортивные объекты для доступа к специализированным зонам оплачивается отдельно. Средняя сумма расхода на одного посетителя оценивается в 15 долларов США в стабильный год.
- Продажа спортивного центра предполагается в 10-й год эксплуатации.

Финансовые перспективы

Таблица А8.2.XVII: Прибыль и убытки - спортивный центр: долларов США (000)

Год	2018	2019	2020	2021	2022	%
Спрос	57 600	63 360	69 696	76 666	84 332	-
Средняя цена на туриста	12.0	12.8	13.7	14.7	15.7	-
Открытый период пом	12	12	12	12	12	-
Общий доход	691	814	958	1 127	1 327	100%
Общие расходы	276	285	287	282	292	22%
ПДПНА	415	529	670	845	1 035	78%

Источник: Разработано THR

Таблица А8.2.XVIII: Денежные средства - спортивный центр: долларов США (000)

Год	Инвестиции	Чистый доход	Денежные средства
2016	-8 943	-	-8 943
2017	-8 943	-	-8 943
2018	-	415	415
2019	-	529	529
2020	-	670	670
2021	-	845	845
2022	-	1 035	1 035
2023	-	1 035	1 035
2024	-	1 035	1 035
2025	-	1 035	1 035
2026	-	1 035	1 035
2027	-	10 593	10 593
ВНП			0.2 %
Окупаемость (годы)			11

Расчет остаточной стоимости	
Прибыль на 10 году работы	1 035
Предельный лимит ставки	10.5 %
Цена продаж	9 854
(-) Операционные издержки	3 %
Чистая цена продаж	9 558

Источник: Разработано THR

Обоснование бизнес-объекта - оздоровительный центр

Таблица А8.2.XIX: Ключевые финансовые показатели – оздоровительный центр

Оздоровительный центр	Общий объем инвестиций*:	3,4 млн долларов США
	ВНП	4,1%
	Окупаемость:	11 лет

*Всего 3 оздоровительных центра для первой основной области развития.

Источник: Разработано THR

Оздоровительный и велнес центр

Этот объект занимает площадь 3 000 м2 и состоит из 1 традиционного оздоровительного центра, как ранее объяснялось в разделе 11. Входной билет дает право пользоваться и расслабиться в плавательных бассейнах с кондиционированным воздухом, джакузи, в сауне, и т.д. Портфель профессиональных процедур предлагается и оплачивается отдельно.

Основные предположения

- Период работы: 12 месяцев в году.
- Период строительства: 2 года
- Общая стоимость строительства: 3,4 млн долларов США
- Распространенная сумма оплаты за вход (в среднем 15 долларов США). Стоимость процедур не включена в стоимость входного билета (в среднем 45 долларов США).
- Количество видов процедур определяется как процентное выражение от общего числа посещений (20%).
- Учитывается ежегодное увеличение спроса на 7%.
- Продажа оздоровительного и велнес центра предполагается в 10-й год эксплуатации.

Финансовые перспективы

Таблица А8.2.XX: Прибыль и убытки - оздоровительный центр: долларов США (000)

Г о д	2017	2018	2019	2020	2021	%
П л а т а за вход	8 000	8 400	8 820	9 261	9 724	.
П р о ц е д у р ы	1 600	1 680	1 764	1 852	1 945	.
С р е д н я я цена платы за вход	15	16	17	18	20	.
С р е д н я я цена за процедуры	45	48	52	55	59	.
О т к р ы т ы й период помесечн	12	12	12	12	12	.
О б щ и й доход	192	216	242	272	306	100%
П л а т а за вход	120	135	151	170	191	63%
П р о ц е д у р ы	72	81	91	102	115	37%
О б щ и е расходы	173	173	182	191	214	70%
П Д П Н А	19	43	61	82	92	30%

Источник: Разработано THR

Таблица А8.2.XXI: Движение наличности - оздоровительный центр: долларов США (000)

Год	Инвестиция	Чистый доход	Денежные средства
2015	-1337	-	-1337
2016	-2714	-	-2714
2017	-	56	56
2018	-	125	125
2019	-	175	175
2020	-	236	236
2021	-	265	265
2022	-	265	265
2023	-	265	265
2024	-	265	265
2025	-	265	265
2026	-	2716	2716
ВНП			1.6 %
Окупаемость (годы)			11

Расчет остаточной стоимости	
Прибыль на 10 году работы	265
Предельный лимит ставки	10.5 %
Цена продаж	2,526
(-) Операционные издержки	3 %
Чистая цена продаж	2,451

Источник: Разработано THR

Обоснование бизнес-объекта - городской центр

Таблица А8.2.XXII: Ключевые финансовые показатели – городской центр

Городской центр	Общий объем инвестиций:	3,5 млн долларов США
	ВНП	6%
	Окупаемость:	10 лет

Источник: Разработано THR

Городской центр

Городской центр будет предоставлять основные услуги, например, ресторанов, автостоянок и других объектов розничной торговли и развлечений.

Основные предположения

- Период работы: 12 месяцев в году.
- Период строительства: 1 года
- Общая стоимость строительства: 3,5 млн. долларов США.

▪ Максимальный уровень деятельности (посещаемости) рассчитывается равным 90%, за счет оборота бизнеса. В первый год эксплуатации только 25% единиц розничной торговли будут сдаваться в аренду.

▪ Ожидается, что ежемесячная арендная плата будет составлять 7 долл. США за м2.

▪ Продажа городского центра предполагается в 10-й год эксплуатации.

Финансовые перспективы

Таблица А8.2.XXIII: Прибыль и убытки - городской центр: долларов США (000)

Год	2016	2017	2018	2019	2020	%
Предложение (м2/месяц)	57 840	57 840	57 840	57 840	57 840	.
Спрос (м2/месяц)	14 460	23 136	31 812	40 488	49 164	
Средняя цена (м2/месяцев)	7.0	7.1	7.2	7.3	7.4	.
Открытый период ежемесячно	12	12	12	12	12	.
Общий доход	101	164	229	296	365	100%
Общие расходы	20	33	34	44	44	12%
ПДНА	81	132	195	252	321	88%

Источник: Разработано THR

Таблица А8.2.XXIV: Движение наличности - городской центр: долларов США (000)

Год	Инвестиции	Чистый доход	Денежные средства
2015	-3 457	-	-3 457
2016	-	81	81
2017	-	132	132
2018	-	195	195
2019	-	252	252
2020	-	321	321
2021	-	321	321
2022	-	321	321
2024	-	321	321
2025	-	3 291	3 291
ВНП			6.0%
Окупаемость (годы)			10

Расчет остаточной стоимости	
Прибыль на 10 году работы	321
Предельный лимит ставки	10.5%
Цена продаж	3 061
(-) Операционные издержки	3%
Чистая цена продаж	2 969

Источник: Разработано THR

Обоснование бизнес-объекта - ресторан

Таблица А8.2.XXV: Ключевые финансовые показатели – ресторан

Ресторан	Общий объем инвестиций:	270 млн долларов США
	ВНП	12,9%
	Окупаемость:	9 лет

Источник: Разработано THR

Стандартный ресторан

Стандартный ресторан, рассмотренный в анализе рентабельности, представляет собой ресторан на рынке малого бизнеса, доступный для большинства посетителей Бурабая. Проанализированная модель - это ресторан площадью 150 м2 (максимальная вместимость: 100 гостей)

Основные предположения

- Период работы: 12 месяцев в году.
- Период строительства: 1 год
- Общая стоимость строительства: 270 млн долларов США
- Для расчета вместительности ресторана предполагается площадь 1,5 м на каждого гостя, что является стандартной площадью для ресторана среднего размера.
- В первый год эксплуатации рассматривается средняя сумма по счету 20 долларов США. Учитывается ежегодное увеличение спроса на 5%.
- Продажа отеля предполагается в 10-й год эксплуатации.

Финансовые перспективы

Таблица А8.2.XXVI: Прибыль и убытки - ресторан: долларов США (000)

Год	2020	2021	2022	2023	2024	%
Спрос (питание)	5 440	5 984	5 984	5 984	5 984	.
Средняя цена за питание	20.0	21.0	22.1	23.2	24.3	.
Открытый период ежемесячно	12	12	12	12	12	.
Общий доход	109	126	132	139	145	100%
Общие расходы	100	107	112	103	105	72%
Операционные расходы	87	94	99	90	92	63%
Аренда	13	13	13	13	13	9%
ПДПНА	9	19	20	35	40	28%

Источник: Разработано THR

Таблица А8.2.XXVII: Движение наличности - ресторан: долларов США (000)

Год	Инвестиции	Чистый доход	Денежные средства
2019	-270	-	-270
2020	-	9	9
2021	-	19	19
2022	-	20	20
2023	-	35	35
2024	-	40	40
2025	-	40	40
2026	-	40	40
2027	-	40	40
2028	-	40	40
2029	-	414	414
ВНП			12.9%
Окупаемость (годы)			9

Расчет остаточной стоимости

Прибыль на 10 году работы	40
Предельный лимит ставки	10.5%
Цена продаж	385
(-) Операционные издержки	3%
Чистая цена продаж	374

Источник: Разработано THR

Обоснование бизнес-объекта – оператор систем впечатлений

Таблица А8.2.XXVIII: Ключевые финансовые показатели –оператор систем впечатлений

Оператор систем впечатлений	Общий объем инвестиций:	150 млн долларов США
	ВНП	4,2%
	Окупаемость:	10 лет

Источник: Разработано THR

Стандартный опытный оператор

Компания, которая продает тур услуги туристам и владельцам недвижимости услуги в туристской области и впечатления.

Основные предположения

- Период работы: 12 месяцев в году.
- Период строительства: 1 год
- Общий объем инвестиций в инструменты для применения опыта: 150 млн долларов США
- В стабильный год рассматривается средняя стоимость услуги 33 доллара США (в зависимости от туристского пакета).

▪ Продажа опытного оператора предполагается в 10-й год эксплуатации.

Финансовые перспективы

Таблица А8.2.XXIX: Прибыль и убытки - оператор систем впечатлений: долларов США (000)

Год	2015	2016	2017	2018	2019	%
Спрос (пакеты)	1 825	1 898	1 974	2 053	2 135	-
Средняя цена за пакет	25.0	26.8	28.6	30.6	32.8	-
Открытый период ежемесячно	12	12	12	12	12	-
Общий доход	46	51	56	63	70	100 %
Общие расходы	44	46	49	53	58	83 %
Операционные расходы	39	41	44	48	52	75 %
Аренда	5	5	5	5	5	8 %
ПДПНА	2	5	8	10	12	17 %

Источник: Разработано THR

Таблица А8.2.XXX: Движение наличности - оператор систем впечатлений: долларов США (000)

Год	Инвестиции	Чистый доход	Денежные средства
2015	-150	-	-150
2016	-	2	2
2017	-	5	5
2018	-	8	8
2019	-	10	10
2020	-	12	12
2021	-	12	12
2022	-	12	12
2023	-	12	12
2024	-	12	12
2025	-	124	124
ВНП			4.2 %
Окупаемость (годы)			10

Расчет остаточной стоимости	
Прибыль на 10 году работы	12
Предельный лимит ставки	10.5 %
Цена продаж	116
(-) Операционные издержки	3 %
Чистая цена продаж	112

Источник: Разработано THR

Обоснование бизнес-объекта-стрелковый и охотничий поселок

Таблица А8.2.XXXI: Ключевые финансовые показатели – Тир

Тир	Общий объем инвестиций:	12 25тыс. долл. США
	ВНП	xxx
	Окупаемость	xxx

Источник: Разработано Компанией THR

Типичный стрелковый и охотничий поселок

Территория, подготовленная специально для практических занятий по стрельбе и охоте, где предлагают:

- Наружное стрельбище (500 м/100 м)
- Зоны для стрельбы из пневматических винтовок (50 м)
- Площадка для стрельбы по тарелочкам
- Зона для игры в перекрестный страйкбол

Основные предположения

- Открытый период: 12 месяцев в году.
- Срок строительства: 1 год.
- Общий объем инвестиций: 12 250 тыс. долл. США.
- К году стабилизации:
 - Будет зарегистрировано 200 золотых участников
 - Будет зарегистрировано 300 серебряных участников
 - 10 000 частных лиц посетят объекты
 - 1 500 групп примут участие в стрелковых видах деятельности
 - Будет 9 000 посещений серебряными участниками ежегодно
 - Будет 8 000 посещений золотыми участниками ежегодно
 - Годовой взнос за золотое членство составит 1 406,90 долл. США
 - Годовой взнос за серебряное членство составит 112,60 долл. США
 - Серебряные участники будут иметь 30% скидку на абонементскую плату, оплачивая 7,90 долл. США
 - Частные лица не-участники будут платить 11,30 долл. США
 - Участники в группах, включая контролирующее обучение, будут оплачивать 16,90 долл. США
 - 1 час профессионального обучения стрельбе будет стоить 33,80 долл. США
 - Средние затраты за активный визит в розничной продаже ожидаются в размере 16,90 долл. США
 - Средние затраты за активный визит с питанием и напитками ожидаются в размере 8,40 долл. США

Финансовые прогнозы

Таблица А8.2.XXXII: Прибыль и убытки - стрелковый и охотничий поселок: долларов США (000)

	1 Год	2 Год	3 Год	4 Год	5 Год
Итого доход	251	518	800	1 099	1 414
Годовое членство - Золото	50	103	159	219	281
Годовое членство - Серебро	6	12	19	26	34
Абонемент - Серебряные участ	13	26	40	55	71
Абонемент - индивидуальные	20	41	64	87	113
Абонемент - Группы	5	9	14	20	25
Розничная продажа	86	176	272	374	481
Плата за проф. обучение	30	62	95	131	169
Питание и напитки	43	88	136	187	241
Операционные расходы	157	223	291	355	422
Эксплуатация и техобслуживани	74	85	95	100	106
Уход за ландшафтом	16	19	21	22	23
Техподдержка	8	9	11	11	12
Платежная ведомость	12	13	15	16	17
Издержки розничной продажи	43	88	136	187	241
Прочее	4	9	13	18	23
Отдел питания и напитков	40	60	80	100	120
Платежная ведомость	25	29	32	34	36
Издержки реализации	13	26	41	56	72
Прочее	2	4	7	9	12
Косвенные издержки	89	113	138	158	180
Общее упр-е и администрация	20	23	25	27	28
Маркетинг и коммуникация	13	26	40	55	71
Безопасность	20	23	25	27	28
Коммун. Услуги	20	23	25	27	28
Страхование	12	14	15	16	17
Деят-ть и обслуживание соб-ти	5	6	6	7	7
Валовая прибыль от основной д	- 35	122	291	486	693
Замена резерва МПиО	4	8	12	16	21
ПДПНА	-39	115	279	469	672

Источник: Разработано Компанией THR

**Таблица А8.2.XXXIII: Движение наличности - стрелковый и охотничий поселок:
долларов США (000)**

Год	Инвестиция	Чистый доход	Денежные средства
-1	-1,531	-	-1,531
0	-4,593	-	-4,593
1	-	-39	-39
2	-	115	115
3	-	279	279
4	-	469	469
5	-	672	672
6	-	672	672
7	-	672	672
8	-	672	672
9	-	672	672
10	-	7,910	7,910
		В Н П	8 %
		Окупаемость (лет)	11
Расчет остаточной стоимости			
Прибыль на 10 году работы		672	
Предельный лимит ставки		9.0 %	
Цена продаж		7 463	
(-) Операционные издержки		3 %	
Чистая цена продаж		7 239	

Источник: Разработано Компанией THR

ПРИЛОЖЕНИЕ 9 ИЗУЧЕНИЕ САНАТОРИЯ КАК ТУРПРОДУКТ

9.1 Анкета отправленная для руководителей санаториев

ВЕДЕНИЕ

Мы благодарим Вас за участие в этом опросе.

Настоящий анкетный опрос касается развития Системного Плана развития туризма в Боровском регионе, который в настоящее время разрабатывают консультантами международной туристской Компании THR (Испания).

Этот документ был разработан с целью получения более глубоких знаний о санаторной индустрии в Бурабайском районе.

Для достижения этой цели, посредством опроса мы узнаем ваше мнение и замечания.

Эта информация будет важным вкладом для определения будущих направлений в отрасли медицинского туризма в Бурабайском районе.

СОДЕРЖАНИЕ НАСТОЯЩЕГО ДОКУМЕНТА

В этом документе вы найдете формы для заполнения, для того, чтобы обеспечить всю необходимую информацию о санаторной индустрии и о Вашем конкретном случае и ситуации.

ОТСУТСТВИЕ ИНФОРМАЦИИ

В некоторых случаях Вам будет необходимо дать информацию, которой Вы можете не владеть. Если возможно, постарайтесь получить ее из вторичных источников, либо через Ваши контакты в отрасли.

Если же Вы не можете ее получить, пожалуйста, сообщите нам Ваше профессиональное мнение. Вы также можете выбирать, имея расчетный «диапазон» (т.е. от 5 до 10%).

СРОК ИСПОЛНЕНИЯ

Мы будем очень признательны, если Вы пришлете нам заполненную анкету в течение 2 дней. Пожалуйста, отправьте заполненный документ Word на адрес: hervas@thr.es

А. ПРОФИЛЬ САНАТОРИЯ

Настоящий первый раздел анкеты направлен на то, чтобы выяснить статус Вашего санатория.

Пожалуйста, заполните приведенную ниже таблицу и приложите иллюстрации/ фотографии ваших установок.

Название санатория	
Местоположение	
Сезонность (сколько месяцев открыт в году)	
Общее число посетителей в год	
Средняя продолжительность пребывания (дней)	
Веб-страница	
Год открытия	
Стоимость строительства (приблизительно)	долл. США
Год реконструкции (если необходимо)	
Причины реконструкции (если необходимо)	
Стоимость реконструкции (если необходимо)	долл. США

В. Представительские Показатели

Раздел В определяет представительские показатели, связанные с санаториями в Бурабайском районе. Ответьте на вопросы этого раздела, только если Ваш санаторий предлагает и размещение, и продукты медицинского назначения. Вы можете свободно добавлять дополнительные строки в случае необходимости.

	Тип комнаты	Цена – сезон высокого спроса	Цена – «мертв ый сезон»	Уровень заполняемос ти (в %) – сезон высокого спроса	Уровень заполняемос ти (в %) – «мертвый сезон»	Средний годовой уровень заполняемос ти	Доход за номер/ко мнату (RevPAR) ⁵	Средняя стоимос ть номера за день (ADR) ⁶
Тип 1								
Тип 2								
Тип 3								

с. ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПРОДУКТОВ МЕДИЦИНСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ

⁵<http://en.wikipedia.org/wiki/RevPAR>

⁶http://en.wikipedia.org/wiki/Average_daily_rate

В этом разделе Вам будет предложено указать текущее состояние медицинских объектов/ оборудования.

Сначала перечислите, пожалуйста, их в таблице ниже, а затем предоставьте следующую информацию. Вы можете свободно добавлять дополнительные строки в случае необходимости.

			Замена устаревшего оборудования (если необходимо)	
Список действующих медицинских оборудования	Год установки	Стоимость установки (долл. США)	Тип оборудования	Предполагаемая стоимость реконструкции/ремонта (долл. США)

Пожалуйста, перечислите все новые оборудования, которые Вы планируете в будущем в Вашем санатории.

Список медицинских оборудования	Предполагаемый год установки	Предполагаемая стоимость установки (долл. США)	Основание для установки этого оборудования к Вашему действующему предложению

В заключение, мы предлагаем Вам перечислить все медицинские процедуры, которые в настоящее время предлагаются в Вашем санатории.

- [Медицинская процедура 1]
- [Медицинская процедура 2]
- ...
- ...
- ...
- ...

D. ХАРАКТЕРИСТИКА КЛИЕНТОВ

В этом разделе определяются характеристики средних клиентов, посещающих Ваш санаторий. Пожалуйста, определите каждую категорию в процентах.

Мотивация

Медицинская процедура (заболевание).....	%
- Лечебный туризм (оздоровление/профилактика).....	%
- Профилактическое обследование.....	%
Природа.....	%

Пол

Мужчины	%
Женщины	%

Возраст

От 18 до 25 лет	%
От 26 до 40 лет	%
От 41 до 65 лет	%
Старше 65 лет	%

Туристская группа

В одиночку	%
В паре	%
С семьей	%

Уровень дохода

Низкий уровень дохода	%
От низкого до среднего уровня дохода	%
Средний уровень	%
От среднего до высокого уровня дохода	%
Высокий уровень дохода	%

Происхождение

Астана	%
Остальная часть Акмолинской области	%
Остальная часть Казахстана	%
Россия	%
Другие страны	%

Используемая система бронирования

Собственный интернет-сайт санатория.....	%
Турагентство	%
Телефонный звонок в санаторий.....	%
Государственная программа	%
Другая система	%

Е. ОЦЕНКА – ВАШЕ МНЕНИЕ

Пожалуйста, можете ли Вы указать, в какой степени Вы согласны с заявлениями в таблице ниже?

Оцените от 1 до 5 следующие заявления, где:

1 = не согласен полностью

2 = не согласен

3 = ни да, ни нет

4 = согласен

5 = полностью согласен

	1	2	3	4	5
Боровое является самой лучшей лечебно-оздоровительной дестинацией в Казахстане					
Боровое является самой лучшей лечебно-оздоровительной дестинацией в Центральной Азии					
Боровое является лечебно-оздоровительной дестинацией мирового класса					
Молодые казахстанцы (20'и – 30'и-летние) заинтересованы в продукте санатория					
Продукт санатория привлекает в основном людей старше 30 лет					
Продукт санатория привлекает в основном людей старше 50 лет					
Лучший клиент санаторной отрасли курортной зоны Бурабай-это государство. Государство платит за программы, позволяющие людям приезжать сюда.					
Пожилые люди регулярно приезжают в санаторий, это является культурной традицией, потому что они приезжали еще будучи детьми.					
В настоящее время молодое поколение казахстанцев не использует продукт санатория, однако в будущем они будут весьма заинтересованы и станут постоянными клиентами.					
Молодые казахстанцы не заинтересованы в действующем продукте санатория и он никогда не будет им интересен, потому что они предпочитают посещать более современные спа- и оздоровительные центры.					

А теперь, пожалуйста, предоставьте нам Ваше профессиональное мнение по следующим вопросам.

Сильные стороны санаторной отрасли в Боровской курортной зоне	
Слабые стороны санаторной отрасли в Боровской курортной зоне	
Что должна сделать отрасль медицинского туризма в Боровом, чтобы гарантировать ее успех в будущем?	
Как оборудование / лечение должно быть адаптировано к новым требованиям?	
Как государство может помочь санаторной отрасли обеспечить ее долгосрочную привлекательность?	

Г. личные данные

Пожалуйста, заполните этот раздел, касающийся Вашей личной информации:

Ф.И.О.:	
Должность:	
Сколько лет работаете в санатории:	
Сколько лет опыта имеете в сфере туризма:	
Количество спа / оздоровительных центров, которые Вы посетили и где они находятся:	Название (страна) Название (страна) Название (страна)

Благодарим Вас за сотрудничество!

9.2 Основные результаты исследования по анкете для руководителей санаториев

К 14 декабря компанией THR было получено 3 заполненных анкеты от руководителей следующих санаториев:

- АО «Лечебно-оздоровительный комплекс «Ок Жетпес»
- РГКП «Республиканский центр реабилитации «Карагай» Министерства Здравоохранения РК
- ТОО Санаторий «Зеленый Бор»

Выводы по разделу характеристика клиентов не окончательными, так как количество ответов не являются достаточно репрезентативными. Несмотря на это, средние результаты представлены ниже.

Мотивация

Медицинская процедура (заболевание)	38,2 %
Лечебный туризм (оздоровление/профилактика).....	27,4. %
Профилактическое обследование.....	4,7. %
Природа	29,7 %

Пол

Мужчины	40,5 %
Женщины	59,5 %

Возраст

От 18 до 25 лет	7,7%
От 26 до 40 лет	31,1%
От 41 до 65 лет	44,5%
Старше 65 лет	16,7%

Туристская группа

В одиночку	28,3 %
В паре	41,7 %
С семьей	30,0 %

Уровень дохода

Низкий уровень дохода	%
От низкого до среднего уровня дохода	10 %
Средний уровень	60 %
От среднего до высокого уровня дохода	30 %
Высокий уровень дохода	%

Происхождение

Астана	43,3%
Остальная часть Акмолинской области	7,7%
Остальная часть Казахстана	48,7%
Россия	0,3%
Другие страны	%

Используемая система бронирования

Собственный интернет-сайт санатория.....	14,4%
Турагентство	21,1%
Телефонный звонок в санаторий.....	16,7%
Государственная программа	43,3%
Другая система	4,4%

Мнение руководителей санаториев по отношению к Бурабаю, как оздоровительному туристскому направлению, можно определить по средней степени согласия со следующими утверждениями, как очень позитивное.

Схема А9.2.1: Степень согласия с предложенными утверждениями

Степень согласия(1: полностью не согласен; 5: полностью согласен)	1	2	3	4	5
Боровое является самой лучшей лечебно-оздоровительной дестинацией в Казахстане			◆	◆	
Боровое является самой лучшей лечебно-оздоровительной дестинацией в Центральной Азии			◆		
Боровое является лечебно-оздоровительной дестинацией мирового класса			◆		
Молодые казахстанцы (20'и – 30'и-летние) заинтересованы в продукте санатория				◆	
Продукт санатория привлекает в основном людей старше 30 лет				◆	
Продукт санатория привлекает в основном людей старше 50 лет					◆
Лучший клиент санаторной отрасли Региона					◆
Бурабай- это государство. Государство платит за программы, позволяющие людям приезжать сюда.					◆
Пожилые люди регулярно приезжают в санаторий, это является культурной традицией, потому что они приезжали еще будучи детьми.					◆
В настоящее время молодое поколение казахстанцев не использует продукт санатория, однако в будущем они будут весьма заинтересованы и станут постоянными клиентами.				◆	
Молодые казахстанцы не заинтересованы в действующем продукте санатория и он никогда не будет им интересен, потому что они предпочитают посещать более современные спа- и оздоровительные центры		◆			

Источник:Разработано THR на основе ответов руководителей санаториев

И наконец, профессиональное мнение руководителей санаториев относительно настоящего положения индустрии и его будущего потенциала, представлено в следующей таблице.

Таблица А9.2.II: Мнение профессионалов о состоянии и потенциала индустрии

Профессиональное мнение руководителей санаториев	
Сильные стороны санаторной отрасли в Боровской курортной зоне	- Многопрофильность - Круглогодичный режим работы - Возможность предоставления санаторно-курортных и услуг по реабилитации - Широкий выбор санаторно-курортных и услуг по реабилитации - Наличие собственного радонового источника на территории санатория, единственного в Щучинско-Боровской зоне - Предоставление дополнительных услуг - Доступность государственного приказа по санаторно-курортным и реабилитационным услугам - Выгодное расположение, наличие сложившейся программы для посетителей (режим дня, питание, лечебные процедуры) - Сформированный бренд «Курорт Бурабай» - Природная горная, гидро и климатические условия - Наличие «Истории Казахстана», истоки образования государства на местности. - Историческая ценность для государства
Слабые стороны санаторной отрасли в Боровской курортной зоне	- Развить национальную систему достопримечательностей для БКЗ (Боровской курортной зоны) в осенне-зимний период. Выделить субсидии на дизельное топливо для отопления комнат и подачи горячей воды для оздоровительных центров, а также для электроэнергии и санитарии.. - Устаревшее оборудование и техническая база в санаториях - Плохо разрекламированный «Бренд Бурабай» - Нехватка профессиональных кадров здравоохранения - Сезонность в загрузке санаториев - Сезонный характер основных денежных потоков
Что должна сделать отрасль медицинского туризма в Боровом, чтобы гарантировать ее успех в будущем?	- Внедрение и поддержка международного уровня работы санаториев на базе использования эффективных современных программ по реабилитации и лечению. - Постоянное улучшение качества и модернизации санаторно-курортных услуг на базе внедрения инновационных технологии и усовершенствовании материально-технической базы - Расширение территории рынка санаторно-курортных услуг путем выхода на международный уровень. - Принять госпрограмму по развитию направления курорта «Бурабай» - Улучшить материально-техническую базу оздоровительных медицинских центров (строительство новых современных зданий, оборудованных новейшим оборудованием, технологиями, персоналом, местами размещения для штата сотрудников) - Планировка Щучинска как курортного городка. Рынки, магазины, освещение, парки, дороги, аэропорт для небольших самолетов, все необходимое для современного туристского городка, конкурентоспособного на международном уровне. .
Как оборудование / лечение должно быть адаптировано к новым требованиям?	- Обеспечить систематичный поток пациентов с оздоровительных центров, институтов, владеющих компании, больниц, и т.д. с заболеваниями бронхо-легочных, кардиологических, неврологических, мышечно-скелетной системы в после-реабилитационный период по государственному приказу с гарантированным объемом бесплатной медицинской помощи населению Казахстана.
Как государство может помочь санаторной отрасли обеспечить ее долгосрочную привлекательность?	- Принять государственную программу по развитию курортной зоны «Бурабай»". - Инвестировать - Разработать национальную программу по реабилитации пациентов в после-операционный период в существующих оздоровительных курортах. - Выполнение приказа Президента о развитии ГЧП - Расширение рынка оздоровительных санаторных курортов и услуг по реабилитации не только среди жителей Казахстана, но также для иностранцев, особенно на рынок России

Источник: Разработано THR

9.3 Сравнительный анализ первоклассных оздоровительных и санаторных дестинаций

SHA Wellness Clinic (Ша Велнес Клиник) (Клиника здоровья)

Краткое описание

SHA является международной новаторской клиникой по поддержанию здорового образа жизни и медицинским отелем, сосредоточенном на улучшении и продлении здоровья и благополучия людей. Это достигается путем слияния естественных методов лечения, в основном восточной тысячелетней мудрости и самых передовых западных технологий. Расположен в уникальном, умиротворяющем месте с отличным климатом и захватывающими дух видами.

Сущность услуг, традиции и продукция

В SHA они просто не понимают здоровье как отсутствие болезни, но больше как общее хорошее самочувствие, как физическое, так и психическое. Это возможно путем достижения идеального веса и повышения уровня жизненной энергии, позволяющих насладиться истинным потенциалом организма.

Что делает их конкурентоспособными

Новаторский характер Sha Wellness Clinic, соединение лучшего из восточной и западной медицины наиболее признанными специалистами в области, вот, что делает этот оздоровительный центр уникальным и особенным.

Sha Wellness Clinic	
Расположение	Аликанте, Испания.
Услуги	Некоторые из объектов курорта: лужайка для гольфа (две лужайки для гольфа чтобы практиковать удары перед тем, как идти на 4 соседних поля для гольфа), библиотека, часовня, кафе-кондитерская, теннисный корт, уникальный ресторан.
Проживание	93 апартаментов, размером от 70 до 320 квадратных метров. Курорт имеет большие бассейны и водопады, многочисленные зоны отдыха, сад камней, средиземноморские и тропические сады. Все коммунальные зоны адаптированы для людей с ограниченными физическими возможностями. Некоторые из жилых помещений: с видом на море или на горы по запросу; гостиная и спальня разделены дизайнерской мебелью, просторная гардеробная, современная ванная комната с душевой кабиной, комфортным освещением, оборудованная по последнему слову техники и автоматики; бесплатный Wi-Fi, музыкальное меню; постельное белье 700 нитей; здоровый мини-бар, органические удобства, сейф, просторная терраса, джакузи на террасе (за дополнительную плату в размере 50 евро/день). Цена для индивидуального использования от 220 евро/ночь.
Пакеты предлагаемых услуг	В Ша есть широкий выбор предлагаемых общих и частных программ, в том числе специализированных медицинских услуг. Ежедневные программы стоимостью от 250 до 550 долларов, и много других вариантов. Примеры: программа по потере веса, антистрессовая процедура, антитабачная программа, программа «Здоровый сон», Сущность Ша и т.д..
Оздоровительные процедуры	антицеллюлитный массаж, расслабляющий дренажный массаж, лимфодренаж, массаж для снятия боли в мышцах, Рэйки, шиацу, массаж горячими камнями, рефлексология, тайский массаж, цветочная терапия Бах, традиционная китайская медицина и специализированные процедуры, для тела и лица, ванны и обертывания, стилизованное лечение, фитнес-центр, дневные программы Ша, отдых и медитации, и прочая мануальная терапия.

Современная и
полезная веб-
страница:
www.shawellnessclinic.com.

www.shawellnessclinic.com

Reservations: +34 966 811 199

info@shawellnessclinic.com

Clinic, Wellness, Outlets

Vendrell 6 31 Abix 03001 Alicante Spain

LANGUAGES English

SHA

WELLNESS CLINIC

Actual date: No. of:

Rooms: Adults:

CHECK AVAILABILITY

WHAT AM I LOOKING FOR?

ABOUT SHA THE RESORT CUISINE SHA SPA CLINIC AREAS PROGRAMS PROMOTIONS ACTIVITIES & EVENTS

Prev Next

» About SHA

ABOUT SHA
SHA HISTORY
SHA VIDEOG
SHA'S TEAM

Doutor Juan Rubio

Mrs. Kenneth Ponge

Virginia Harper

Eva T. López Maridue

Dr. Vicente Mesa

Dr. Larisa Penzhogina

Dra. MP Dolores Antón Riso

Dr. Pedro Antón

PhD Noelia Aguirre Guitart

Pablo Montero Fernández

WHAT PEOPLE SAY
Video Testimonials

WHAT PRESS SAY
Spanish Press

SHA Wellness Clinic, the best medical spa for your health retreat

SHA is a world-wide pioneering well-being clinic and medical hotel, focused on improving and notably lengthening people's health and well-being. This is done through the unique fusion of the best natural therapies, mainly from millenarian Eastern wisdom and with the most advanced Western techniques.

In SHA we do not simply understand health as the absence of illness, but it rather as one's overall well-being both physically and mentally. This can be by obtaining our ideal weight and increasing our level of vitality, allowing us to enjoy our true potential.

AUTUMN RECOVERY

Recover from the summer excesses and bring the balance back to your body. 18% discount for Weight Loss and Detox Program + Upgrade See Views

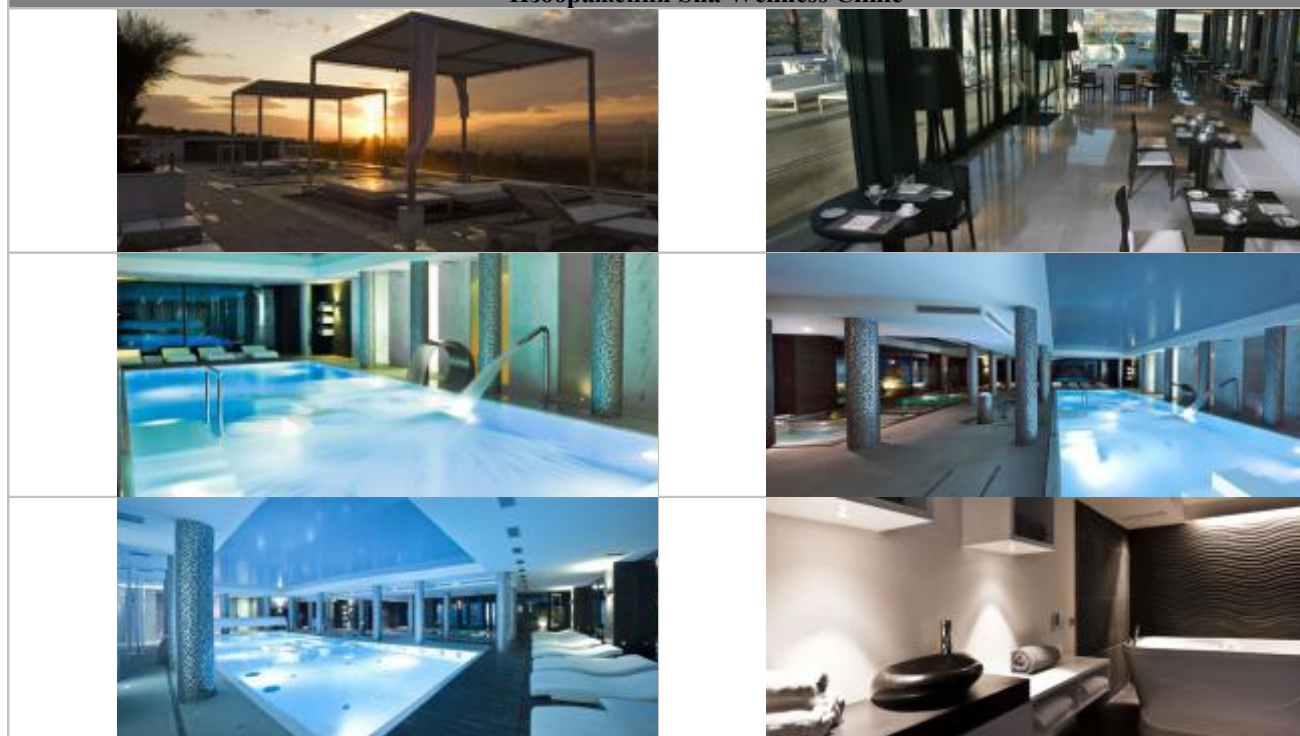
Learn more about all bene

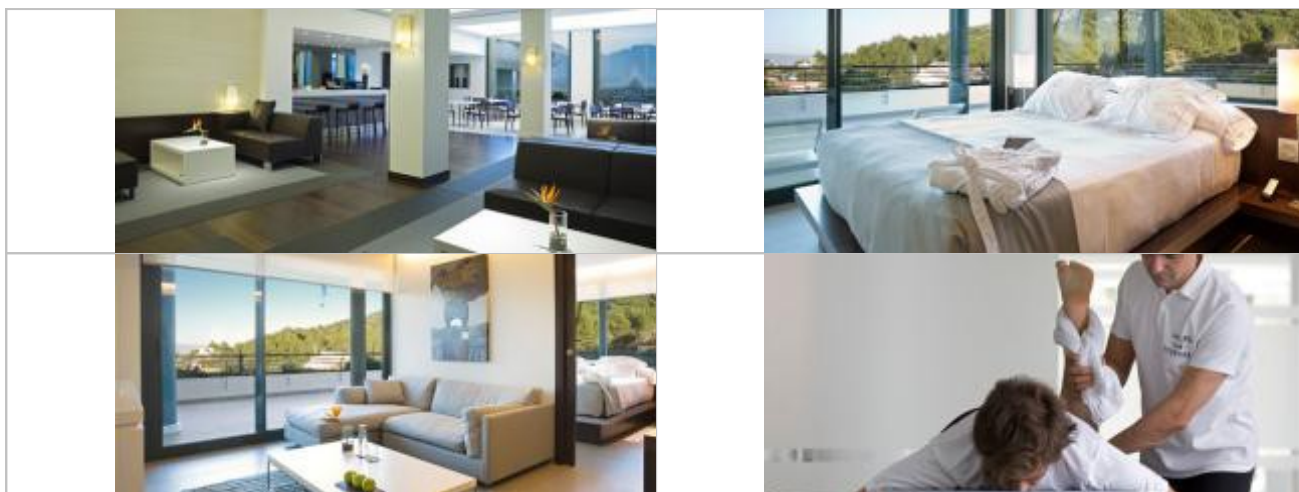
FOLLOW US ON FACEBOOK

Did you know SHA is on Facebook and Twitter? "Like" us on Facebook and check out pictures, keep up-to-date on news or learn about events...

Go to Pa

Изображения Sha Wellness Clinic





Палас Мерано (Palace Merano)

Краткое описание

В начале 20-го века предприниматель Петр Делуган приобрел земельный участок, на котором был построен Замок Маур, относящийся к 1285 году. Территория, наряду с огромными прилегающими парками, славилась питомником, огородом, виноградником и великолепным ботаническим садом и до этих пор, это место было популярным для развлекательных прогулок, которые становились все более популярными среди европейской аристократии девятнадцатого века.

Было принято решение построить роскошный отель, который мог бы отвечать их изысканному вкусу и спустя всего лишь 18 месяцев, в 1906 году, Палас Отель открыл свои двери. Стиль и архитектура Палас Отеля в форме роскошных отелей Лазурного берега славились неоклассической архитектурой, местом куда чиновники того времени приезжали, чтобы насладиться средиземноморским климатом, чистым, сухим воздухом Мерано и последним, но не менее важным, безупречным качеством предлагаемых услуг.

С приходом Доминика и Анри Шено в 1990 году спа-курорт был полностью отремонтирован, и его назначение изменилось значительным образом: был добавлен новый павильон для размещения Оздоровительного центра, в 2000 году Палас Мерано Эспейс Генри Шено становится одним из самых престижных, инновационных и известных целебно-оздоровительных центров в Европе.

В чем заключается сущность их услуг, традиций и предлагаемых продуктов

Их философия заключается в гармонии тела и разума.

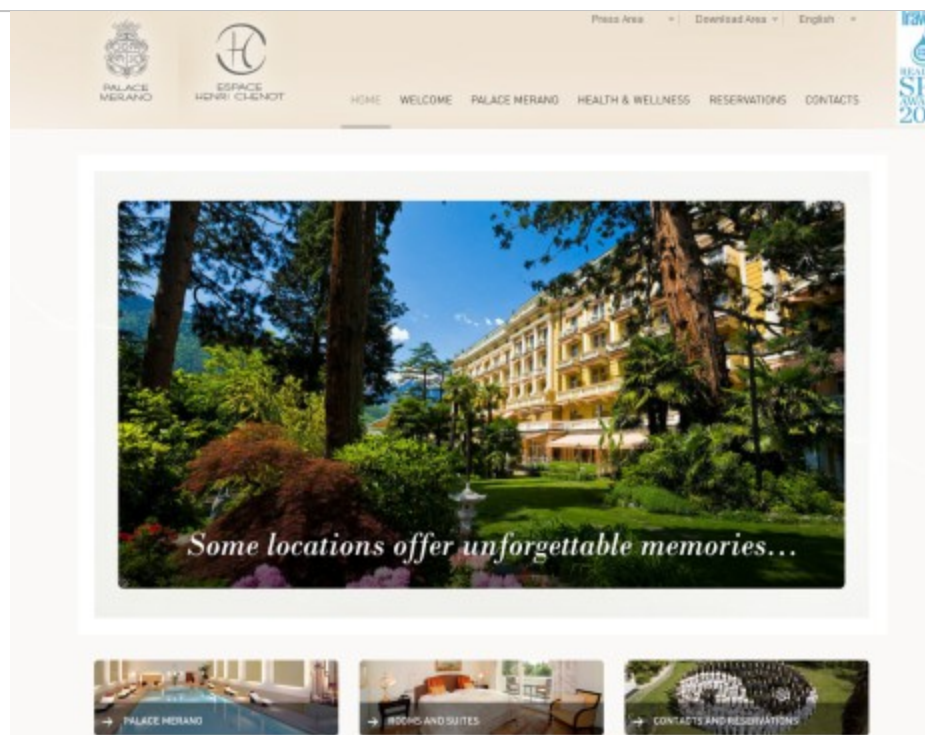
Они предлагают программы по детоксикации, регенерации, снижению веса и косметические процедуры, а также специальные процедуры для общего состояния тела, но особенно разума.

Что делает их конкурентоспособными

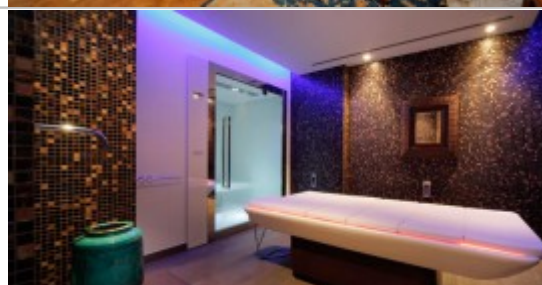
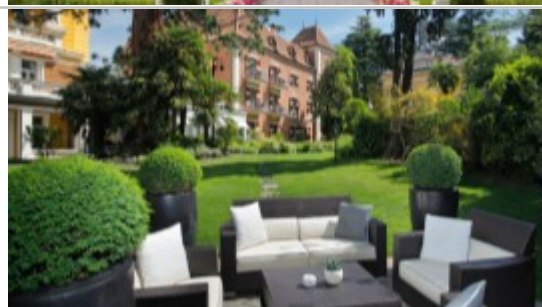
Их потрясающее местоположение предлагает гостям незабываемые воспоминания, а приветливый персонал позволяет клиентам чувствовать себя как дома.

Палас Мерано		
Местоположение	Мерано, Южный Тироль, Италия	
Услуги	Услуги курорта включают диетические рестораны, чайный бар, ботанический сад и много других мест, где можно расслабиться и отдохнуть.	
Размещение	Создано способствовать и предлагать комфорт, проживание в Мерано Палас является легким и воздушным. В отеле 100 номеров, 29 из которых люксы и полулюксы. В каждом номере имеется телевизор с плоским экраном, спутниковое телевидение, CD-и DVD-плеер, мини-бар и сейф, а также множество других услуг. Служба по обслуживанию клиентов стремится делать все возможное, чтобы сделать пребывание полным счастливых воспоминаний.	
Предлагаемые пакеты	Все лечебные программы интегрируются по выбору гостей с эстетическим методом лечения и/или процедурами эстетической медицины, определяемые во время этапа бронирования. Некоторые примеры предлагаемых пакетов это Программа детоксикации стоимостью 3 050 € на человека, Энергетическая программа стоимостью 3 500 € на человека или программы Регенерирующая антивозрастная программа 3 200 € на человека. Данные пакеты не включают стоимость обязательного медицинского осмотра, контроля и помощи, что добавляет еще 280 € к счету..	
Предлагаемые виды лечения/терапии	Детоксикационная диета Анализ и осмотр: - Оценка уровня токсемии - Композиционный анализ состава тела - Био-энергетическое обследование - Оценка плотности костей	Эстетическая бионтология: - Применение Actifs, эфирные масла из хребта Шено - Дренаж - Стимуляция мышц сухожильных меридианов - Стимуляции энергетических точек - Массаж мышечных сухожилий
	Энергетическое обследование и лечение - Клеточное резонансное лечение - Улучшает лимфатическую циркуляцию - Энергетическое обследование	Гидроэнергетическое лечение - Гидроароматерапия - Фитогрязевая терапия - Гидроаппарат
Современная и	www.palace.it/en/hotel-espace-henri-chenot.htm	

полезная веб-
страница



Изображения Palace Merano





Chiva-som (Чива-сом)

Краткое описание

Расположенный на береговой линии и укрытый семи акрами пышных тропических садов лечебный курорт представляет собой спокойствие в своих лучших проявлениях вместе с роскошными номерами.

В чем заключается сущность их услуг, традиций и предлагаемых продуктов

Ориентируясь на повышение благосостояния и жизненной силы, Чива-Сом предлагает широкий выбор физиотерапии, тренажерные залы, спа-центры и центры холистической медицины, чтобы помочь клиенту расслабиться, восстановиться и омолодиться. Они сочетают в себе древние терапии Востока с западными методами диагностики для лечения разума, тела и духа.

Что делает их конкурентоспособными

Расположенный в удаленном и экзотическом месте, Чива-Сом предлагает другую перспективу в сравнении с другими роскошными европейскими лечебными курортами. Терапии представляют собой сочетание новейших технологий с другим подходом, основанным на восточной культуре и традициях.

Chiva-Som	
Местоположение	Королевский город Хуа Хин, Таиланд
Услуги	Консультанты с посещением, спа-кухня
Размещение	В каждом номере имеется спутниковое телевидение, DVD-плеер и потолочные вентиляторы. Работает кондиционер, прямая международная телефонная связь, банные халаты, фены, холодильник и сейф являются стандартными для всех номеров. Во всех номерах Чива-Сом также имеется возможность персонализации, в каждом номере зажигаются индивидуально подобранные ароматизированные масла, удобства в ванной комнате изменяются в зависимости от ваших потребностей, постельное белье и подушки, используемые в спальне, могут быть изменены в зависимости от ваших предпочтений. Доступен широкий выбор номеров, такие как номера с видом на океан, тайские хижины или травяные люксы; до 58 номеров.
Предлагаемые пакеты	Для проживания в Чива-Сом необходимо приобрести специализированный оздоровительный пакет. Предлагаются следующие пакеты; Процедуры внутреннего умиротворения Детоксикационное лечение Естественное исцеление Все цены включают 3-х разовое питание из спа-кухни, массаж по выбору за сутки пребывания, оздоровительную консультацию по прибытию, ежедневные программы по фитнесу и активным видам спорта и бесплатное использование

	лечебных услуг (парная, сауна и джакуззи)	
Предлагаемые виды лечения/терапии	150 лечебных процедур - Специально лечение для мужчин - Массаж - Гидротерапия - Парикмахерская - Косметические процедуры для лица - Процедуры для рук и ног - Кристалл терапия	- Холистическое лечение - Медицинские процедуры - Центр по восстановлению спортивных травм - Физиология, кинесология, патология ... - Лечение заболеваний кожи - Лазерная медицина - Ботокс
Современная и полезная веб- страница	http://www.chivasom.com/	
		
Chiva-Som		
		
		



Отель Стейрерхоф (Hotel Steirerhof)

Краткое описание

Штирия это Австрийский оазис здоровья, так как здесь находятся многочисленные термальные источники, которые выходят из гор данного региона. Один из этих природных горячих источников подается в бассейны оздоровительного спа-центра отеля Стейрерхов в Бад Вальтерсдорф. Эти естественно-соленые успокаивающие родниковые воды приносят облегчение и регенерацию тем, кто страдает от стресса, усталости, нарушения опорно-двигательного аппарата и кожных заболеваний.

В оздоровительном отеле предлагается широкий выбор специальных массажей и косметических процедур. Можно пройти обследование физического состояния и углубиться в мир традиционной китайской медицины.

В чем заключается сущность их услуг, традиций и предлагаемых продуктов

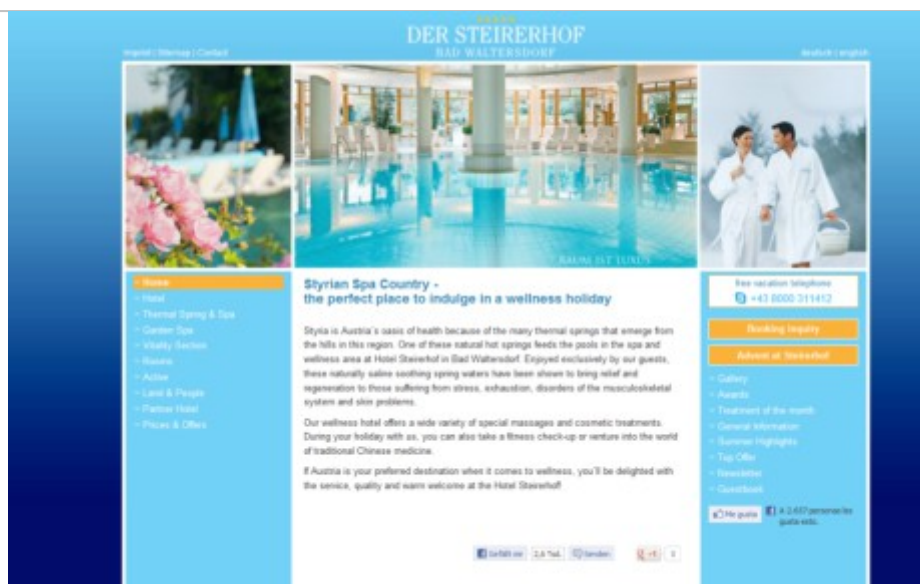
Вода это жизнь в Стейрерхов. Она обладает исключительным качеством и очень ценна. Она приходит из источника, расположенного на глубине 1200 метров при температуре 62 ° C и является одной из самых мягких лечебных вод в Австрии.

Что делает их конкурентоспособными

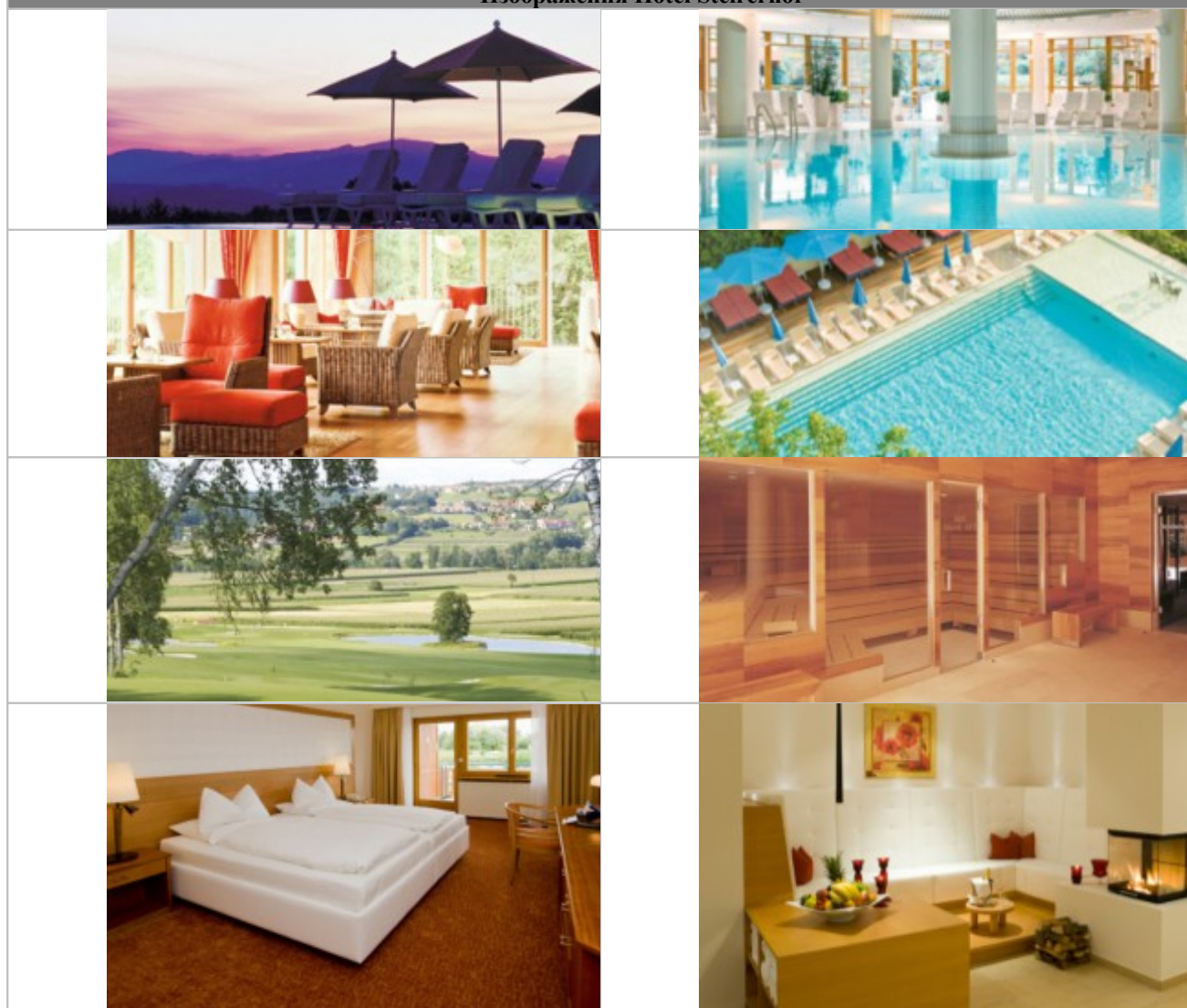
Его специальные воды, высокое качество услуг и большое количество предлагаемых процедур и услуг делает этот Оздоровительный центр особым и отличным от остальных. Любой гость может иметь свою идеальную оздоровительную программу благодаря различным лечебным процедурам.

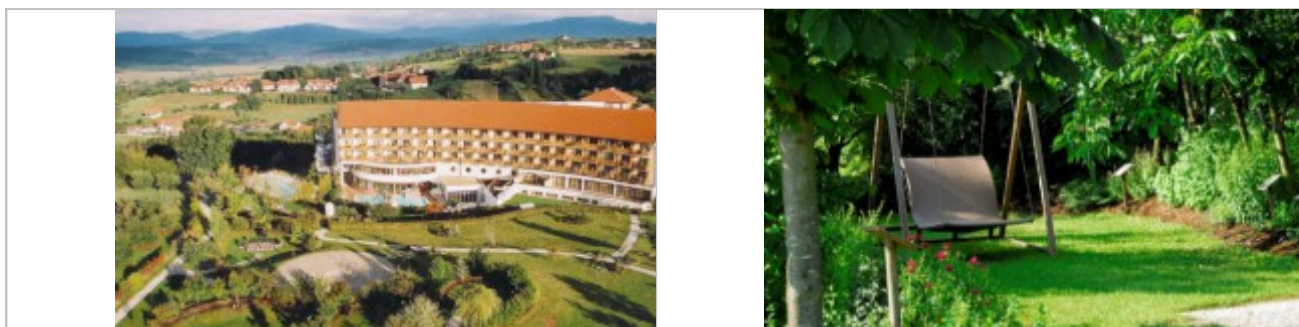
Отель Стейрерхоф		
Местоположение	Бад Вальтерсдорф, Австрия.	
Услуги	Некоторые из услуг курорта включают: Теннисные корты, велосипедные маршруты по сельской местности, 18-луночное поле для гольфа, катание на воздушном шаре, стрельба из лука, или прогулки с гидом. Важно отметить, что существует специальное спа для дам, в который позволен вход только для женщин.	
Размещение	Стейрерхов имеет в общей сложности 160 номеров с площадью от одноместного номера (27м²) с большой двуспальной кроватью до пентхаус-апартаментов (126 м²) с 120м² всесторонней террасой. В мебели и фурнитуре были использованы органические материалы и краски. В каждом номере имеется собственный балкон или терраса, ванна/душ/туалет, спутниковое ТВ, радио, сейф, мини-бар, прямой телефон, косметическое зеркало и фен. Цены могут варьироваться от 150 € с человека за ночь в стандартном номере до 210 € за ночь в люксе. Пребывание в пентхаусах требует, по крайней мере, 7-и дневного пребывания и может стоить до 700 € для двух человек.	
Предлагаемые пакеты	Предлагаются различные пакеты, и они классифицируются в зависимости от количества ночей пребывания. Некоторые примеры - день лучших друзей (два дня, 3 массажа включены) от 512 €, зимние выходные (два дня и арома-массаж) от 326 € на человека. Другие, более специализированные методы лечения, такие как теплотерапия спины может стоить до 1300 € на человека и включают в себя семидневное пребывание и многие специализированные методы лечения.	
Предлагаемые виды лечения/терапии	▪ Рефлексология (массаж стоп) ▪ Массаж шиацу ▪ Лимфодренаж ▪ Морские водоросли для тела ▪ Традиционная китайская медицина ▪ Услуги по физической культуре и спорту	▪ Ванны и обертывания ▪ Косметическое лечение ▪ Пакеты по косметическому уходу ▪ Холистическая медицина ▪ Медицинские услуги ▪ Многие другие
Современный и	www.dersteirerhof.at	

эффективный
вебсайт



Изображения Hotel Steirerhof





Отели Сьюприм Рейтерс (Supreme Reiters Hotels)

Краткое описание

Сьюприм Рейтерс Отель является частью комплекса из 5 отелей, который включает в себя семейный отель и спа-отель. К услугам предлагается спа-центр и широкий выбор магазинов и ресторанов, чтобы насладиться пребыванием.

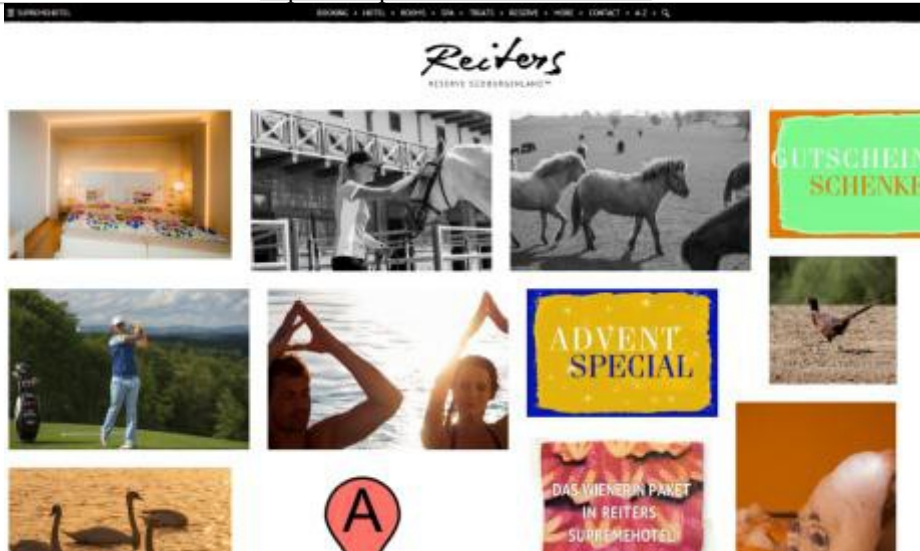
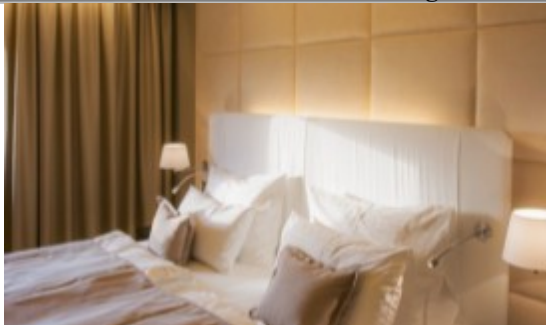
В чем заключается сущность их услуг, традиций и предлагаемых продуктов

Сельская местность, релаксация и принадлежность сообществу являются основами этого отеля, который предлагает различные виды услуг для каждого гостя.

Что делает их конкурентоспособными

Их ключевым отличием является атмосфера благополучия с новыми течениями, которые могут реализоваться в их среде. Счастье и комфорт клиентов является их главной целью. Клиенты имеют доступ к услугам спа-центра, расположенного на более чем 8 000 кв.м., а также на объекты на курортах заповедника Südburgenland.

Отели Сьюприм Рейтерс		
Местоположение	Бад Татзманнсдорф, Австрия	
Услуги	3 мировых вод (крупнейший частный термальный спа в Европе) - Различные бассейны (инь-янь, спортивный и т.д.) - Сауны - Паровые - Хамам	- Поле для игры в гольф - Винный погреб - Парикмахерская - Запасный магазин - Магазины одежды и ювелирные бутики - Большой выбор ресторанов и баров - Конюшни - Местные животные среды обитания
Размещение	Предлагаемые категории номеров: - Двухместный номер классико - Двухместный номер амбиенте - Двухместный номер сьюприм - Полулюкс - Номер альков - Люкс - Люкс сьюприм - Дизайнер люкс Для Отелей Сьюприм Рейтерс комфорт является ключевым моментом и, следовательно, они предлагают широкий спектр специальных одеял и подушек для клиентов. Цены варьируются от 170 € до 260 € на человека в сутки в зависимости от категории номера.	

Предлагаемые пакеты	Пакеты не предлагаются		
Предлагаемые виды лечения/терапии	■ Азиатский оздоровительный ■ Многообразие саун (финская, травяная/органическая) ■ Бассейны (термальный массажный бассейн, спортивный бассейн)	■ Косметические процедуры ■ Паровая баня и соляная пещера ■ Азиатские оздоровительные (тай-чи и цигун)	
Современная и эффективная веб-страница	http://en.supreme.reiters-hotels.com/		
			
	Images of the Supreme Reiters Hotels		
			
			
			



Виктория Юнгфрау (Victoria Jungfrau)

Краткое описание

У центра роскошного спа-центра Виктория Юнгфрау с общей площадью 5500 м² расположен огромный бассейн с впечатляющей архитектурой, напоминающей традиции купания, заложенные еще римлянами. Другие услуги включают джакузи с панорамным видом, паровую баню, финскую сауну и био-сауны с активной световой терапией, солярии и зоны отдыха.

В чем заключается сущность их услуг, традиций и предлагаемых продуктов

Концепция спа-центр сочетает в себе здоровье, красоту и релаксацию, все услуги находятся в одном помещении сопряженные с окружающей природой, что составляет большую его часть.

Что делает их конкурентоспособными

В спа-центре работают различные известные спа-операторы, такие как «ESPA Spa», «Sensai Select Spa» и собственный «Victoria-Jungfrau Spa», и предлагается медицинское лечение их партнером в Цюрихе.

Виктория Юнгфрау	
Местоположение	Интерлакен, Швейцария
Услуги	Конференц-залы и организация мероприятий, тренажерный зал, персональные тренировки, поле для игры в гольф, 2 теннисных крытых корта
Размещение	Все номера оборудованы прямым телефоном, душем/ванной, письменным столом, феном, сейфом, мини-баром, телевизором с плоским экраном, бесплатным неограниченным беспроводным интернетом компании Swisscom, в то время как более обновленные номера имеют другие услуги и удобства. Цены могут варьироваться от 243 CHF на человека до 3 900 CHF за человека.
Предлагаемые	Предлагаемые пакеты тематические. Например, Рождественский пакет включает

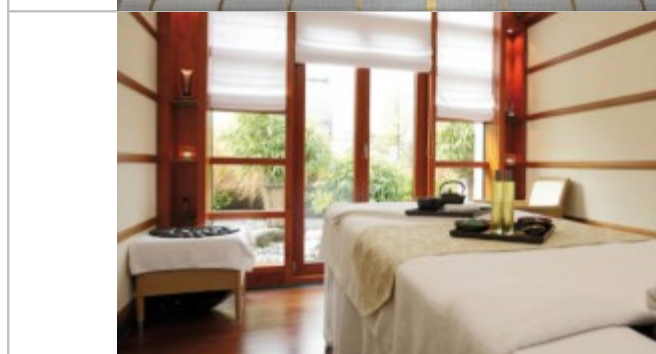
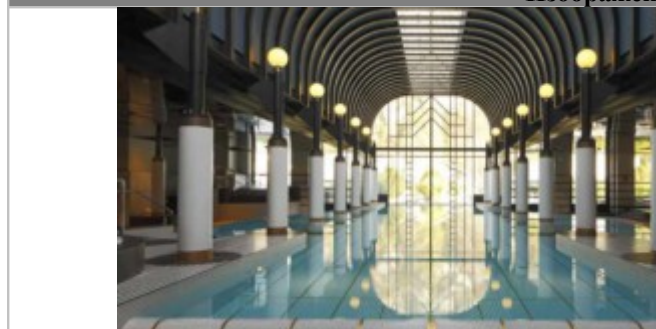
пакеты	3 суток проживания и процедуру от 1 020 CHF на человека или Детоксикационный оздоровительный пакет с тремя специализированными процедурами и двумя ночами проживания от 1 550 CHF на человека. Цены варьируются от 325 до 1 890 CHF и от одной ночи до 5 ночей.	
Предлагаемые виды лечения/терапии	- Процедуры по уходу за кожей лица (процедуры с шелком) - Процедуры по уходу за телом (ароматерапия, рефлексотерапия, обертывание, до и послеродовое лечение) - Аюрведический массаж	- Специальные процедуры в частном спа - Косметические процедуры (лазерные, маникюр, ботокс ...) - Медицинская программа (профилактика, коучинг здоровья и второе мнение)

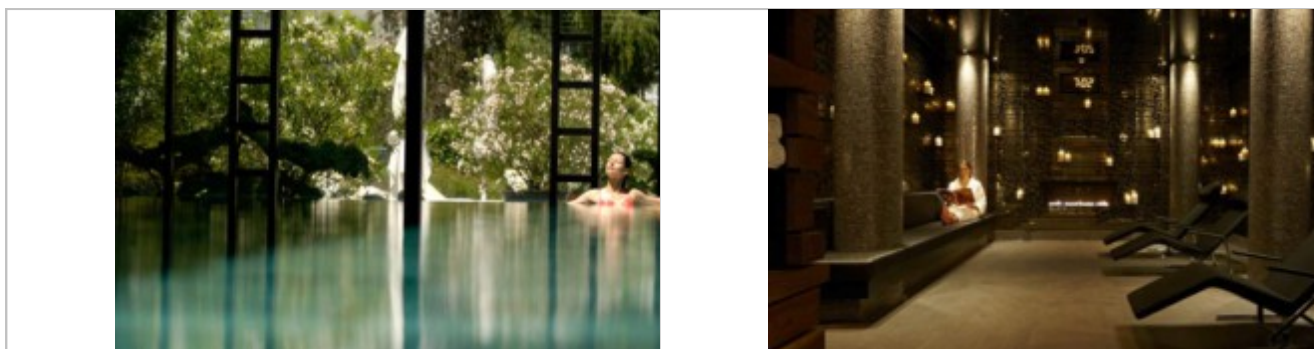
www.victoria-jungfrau.ch

Современный и эффективный вебсайт



Изображения Victoria Jungfrau





Клиника Ля Прейри (Clinica La Prairie)

Краткое описание

Клиника Ля Прейри и ее команда из 60 консультантов стремятся помочь своим пациентам жить лучше и дольше. Они имеют целостный подход к лечению и охватывают большинство специальностей, так как они считают, что необходимо заботиться и лечить полностью человека, а не отдельный орган или болезнь.

В чем заключается сущность их услуг, традиций и предлагаемых продуктов

Цель лечения заключается в разработке углубленного анализа состояния Вашего здоровья и разработки более глубокого осознания того, что поможет клиенту вести здоровый и сбалансированный образ жизни.

Что делает их конкурентоспособными

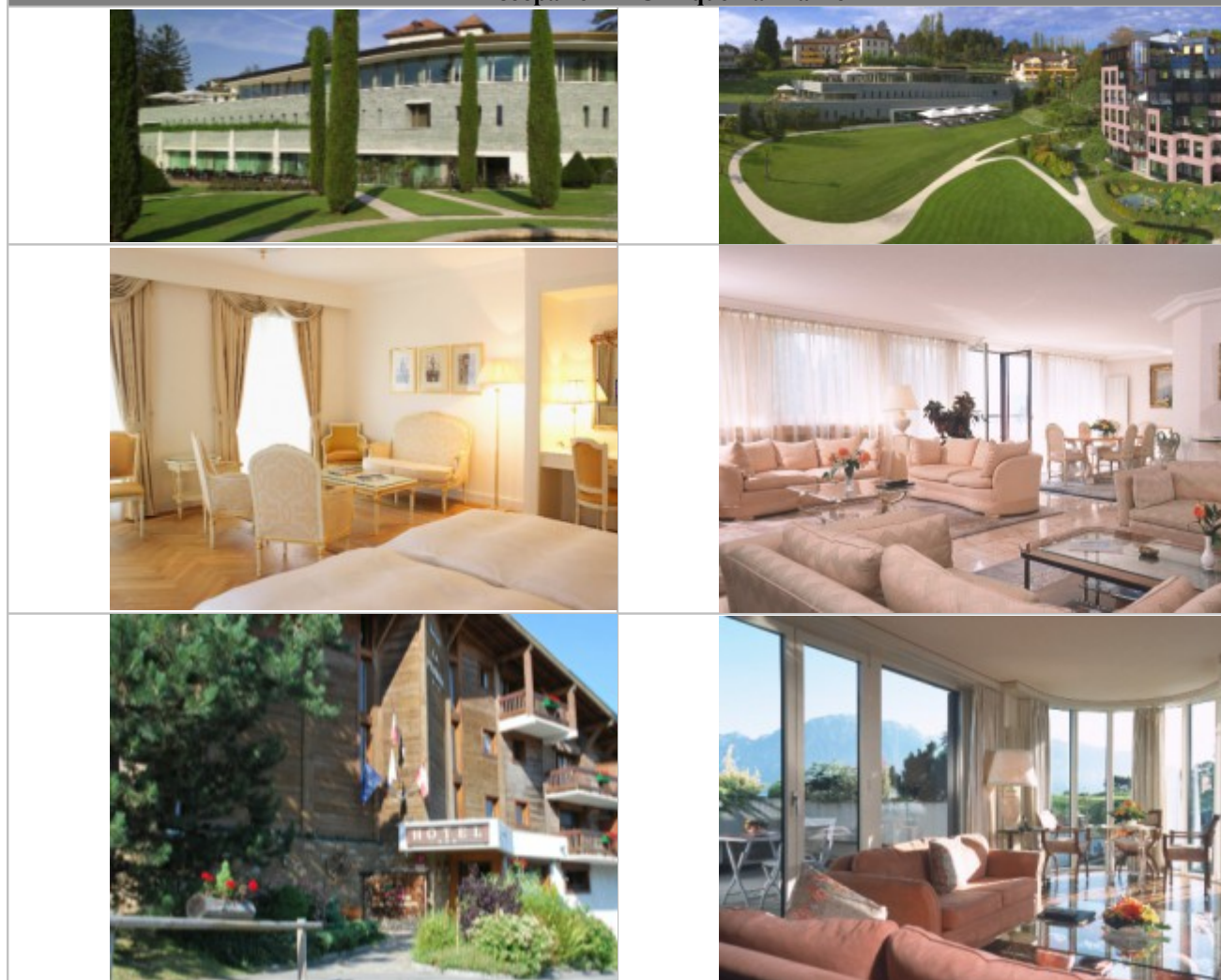
Его внимание и высокая специализация в области лечения старения делает его особенным и уникальным.

Клиника Ля Прейри		
Местоположение		
Услуги		
Размещение		
Предлагаемые пакеты		
Предлагаемые виды лечения/терапии	■ ■ ■ ■	■ Анестезиология ■ Парамедицинские услуги ■ Бьютимед ■ Талласомед ■ Йога ■ Фитнес ■ Массаж ■ Швейцарский уход за кожей ■ Хирургия
Современная и	http://www.laprairie.ch/en	

эффективная веб-
страница



Изображения Clinique La Prairie



Каньон Ранч (Canyon Ranch)

Краткое описание

Каньон Ранч является наиболее уважаемым и почитаемым спа-курортом в мире. Он расположен во многих местах по всему миру. С 1979 года спа-курорт получил множество наград и почестей за инновационный подход к здоровью, оздоровлению, а также целостному и комплексному уходу, и за уникальный

расслабляющий и вдохновляющий опыт. В каждом новом начинании, Каньон Ранч остается верным своему вдохновению и истории.

В чем заключается сущность их услуг, традиций и предлагаемых продуктов

Цель Каньон Ранч состоит во вдохновении людей быть приверженным здоровому образу жизни, превращая надежды и намерения в самое высокое удовольствие жизни. Каньон Ранч демонстрирует свою искреннюю приверженность укреплению здоровья и благополучия через свою активную поддержку организаций, направленных на улучшение жизни.

Что делает их конкурентоспособными

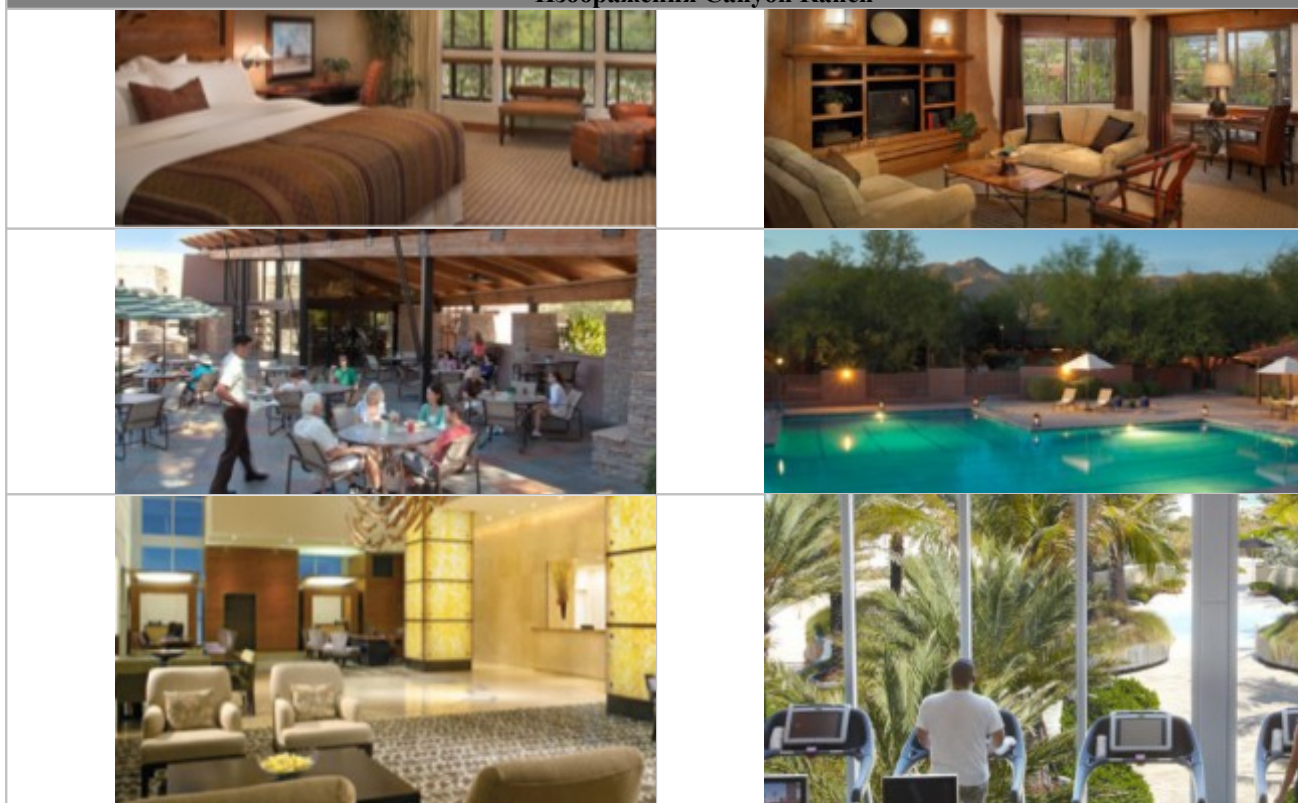
Лучшим активом Каньона Ранч является узнаваемость его бренда и смысла, которое оно имеет для потребителя. Данный бренд ассоциируется не с местом, а состоянием души, для людей жить более здоровой, более длинной, более радостной жизнью через фитнес, питание, стресс-менеджмент и интегративное оздоровление.

Каньон Ранч		
Местоположение	Аризона, США, Массачусетс; США; Майами, США; Лас-Вегас, США; на море (Королева Мария 2)	
Услуги	Зависит от выбранного Спа Каньона Ранч, тем не менее наиболее часто повторяемые услуги: баскетбольная площадка, услуги по управлению жизнью, езда на велосипеде, гольф-центр, ракетный корт, скалолазание, канаты, теннисные корты.	
Размещение	Цены на размещение включают все (плата за удобства курорта и соответствующие сборы, питание, мероприятия и классы и плата за обслуживание включены). Общая сумма на человека за четыре дня может варьироваться от 5 170 до 12 230 US\$ в одноместном номере.	
Предлагаемые пакеты	Предложения для гостей в первый раз (20% скидка), специальные цены для студентов и выпускников, для друзей пребывающих вместе (15% скидка) и многие другие.	
Предлагаемые виды лечения/терапии	▪ Классы ▪ Оздоровительные пакеты ▪ Здоровая кухня ▪ Лекции ▪ Центр улучшения жизни ▪ Медицинские услуги ▪ Оздоровительные терапии (восточная медицина, исцеление на основе энергетики, терапия прикосновением)	▪ Студия йоги ▪ Лечение женских болезней (менопауза, остеопороз, питание во время беременности) ▪ Лечение мужских болезней (проблемы мочеиспускания, гормоны, низкое либидо) ▪ Здоровье частей тела (сердца, пищеварительной системы) ▪ Прекращение курения, купирование боли, расстройства пищеварения
Современный и	http://www.canyonranch.com/	

эффективный
вебсайт



Изображения Canyon Ranch



9.4 Санаторий в качестве продукта здоровья

Продукт

Санатории предоставляют медицинские услуги своим клиентам. Клиенты санаториев приходят с целью прохождения обследования и лечения, которые позволят повысить качество их жизни. Санатории предлагают проживание и питание.

Клиенты

Существуют два вида клиентов санаториев в Боровской зоне:

Бенефициары социальных программ. В основном люди, которые пострадали от болезни или травмы на работе.

Люди, путешествующие с целью улучшения своего здоровья (туристы). Они хотят лечиться, в частном порядке, по рекомендованному методу специализированных врачей.

Структура потребления

Этапы использования для бенефициаров социальных программ:

- Запрос на доступ к социальным программам.
- Доступ в социальную программу.
- Предоставление правительством дат и конкретных санаториев, в которых будут оказывать помощь.
- Регистрация заезда в назначенном санатории.
- Визит к врачу после регистрации.
- Планирование лечения с врачом проводится во время их пребывания (первичное пребывание).

Этапы использования для туристов:

Бронирование пребывания.

Визит к врачу после регистрации.

Планирование лечения с врачом проводится во время их пребывания (первичное пребывание).

Основная информация в отношении структуры потребления:

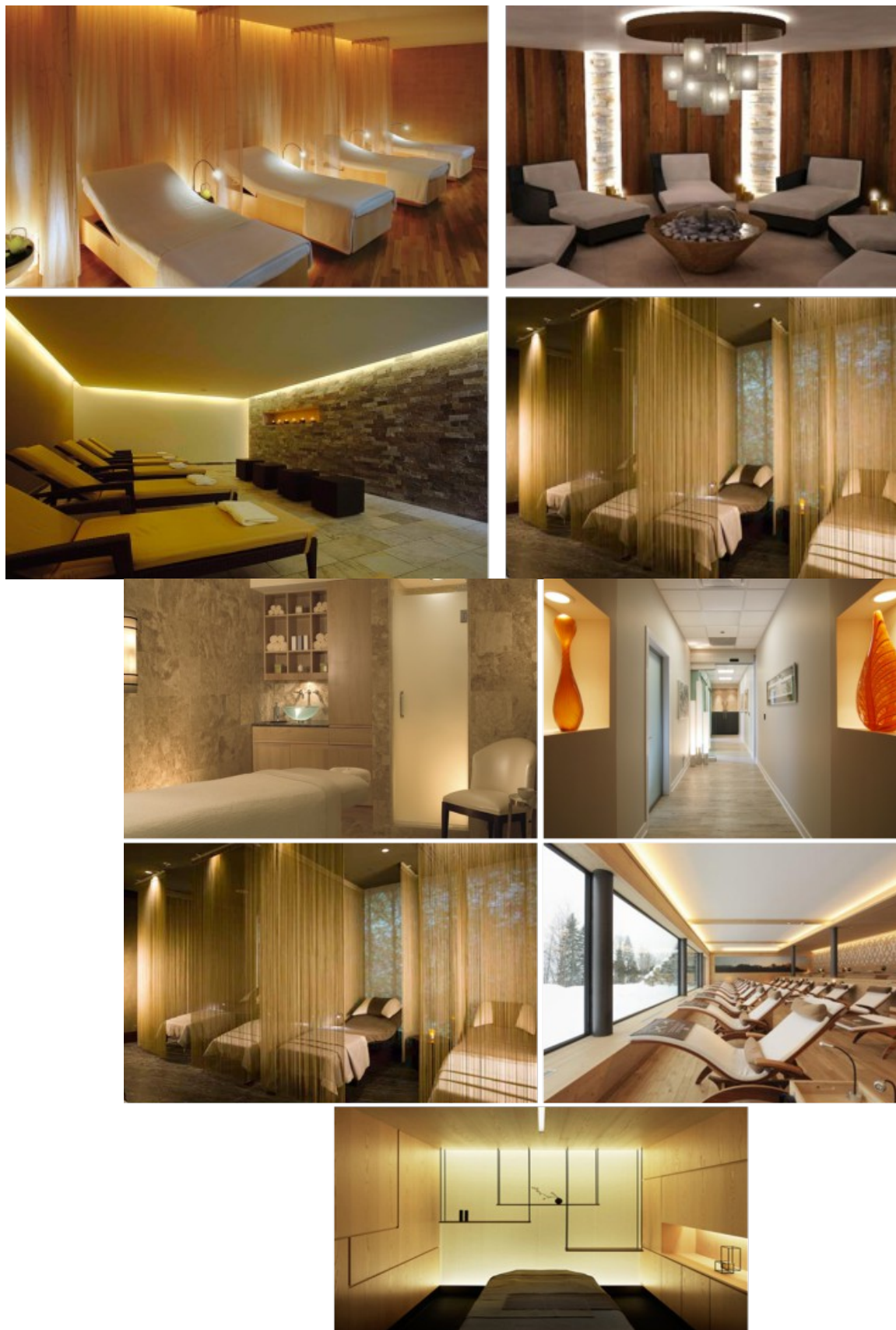
- Все клиенты санаториев должны посетить врача перед началом любого из методов лечения, предлагаемых в центре.
- В санатории не разрешается лечиться без конкретного разрешения врача.
- В целом, стоимость большинства методов лечения включена в предоплаченную цену (или программу), за исключением «ручной» (улучшения по запросу клиентов).
- Сами услуги могут быть использованы без предварительного медицинского осмотра и/или разрешения (бассейн, тренажерный зал).
- В общем, все санатории предлагают пакеты «все включено» в связи с дефицитом предложения питания и напитков в регионе и сложностью перемещения.

9.5 Предложения по изменениям стиля

Существующая внутренняя отделка санаториев



Предлагаемый внутренний декор



Примеры изменения в интерьере

До



После



Нынешняя отделка санаториев



Предлагаемый вариант внешней отделки



9.6 Предложения по униформе сотрудников

Существующая униформа



Предлагаемая униформа



9.7 Портфель продуктов современных санаториев (оздоровительных центров)

Санатории существенно различаются как в видах предлагаемого лечения, так и в отношении к здоровью:

⌚ Многие санатории специализируются в одной конкретной форме альтернативной медицины, в то время как другие могут предложить широкий спектр без специализации в какой-либо форме.

⌚ Дисциплина очень важна для некоторых дестинаций и они предлагают свои услуги на основе строгого расписания и требуют минимального срока пребывания 4 - 7 дней.

Далее THR предоставляет исследование портфеля продукта современных санаториев в Европе.

А. Бухингер

Авторы рекламных материалов об этом санатории в Марбелье, Испания, описывают его следующим образом:

«Это место, где можно взять тайм-аут для вашего здоровья, название Бухингер (Buchinger) является синонимом метода, имеющего более, чем 100-летнюю традицию и составляющего его репутацию в области профилактики и лечения заболеваний, связанных с нашим современным образом жизни».

Поэтому Бухингер является примером санатория, в отношении которого принято решение специализироваться на определенном методе лечения различных видов заболеваний и синдромов.

Для того, чтобы предоставлять услуги всем своим потребителям без языковых барьеров, они обеспечивают многоязычный персонал клиники. Лекции и мероприятия проводятся на испанском, немецком, французском и английском языках. Услуги переводчика на русский и арабский языки также доступны по запросу при цене 42 евро в час.

Ниже приводится описание каждого вида лечения / услуг, которые они предлагают, и информация о пакетах и ценах.

Пакет лечебного голодания

«Лечебное голодание» - это название медицинской концепции санатория, которая основана на традиции религиозно-духовного поста, но также включает в себя физические и социальные аспекты. Метод лечебного голодания в основном базируется на интегративной концепции, состоящей из трех составных частей: питание, физические упражнения и расслабление.

Таблица А9.7.1: Пакет по предложению лечебного голодания и цены

the fasting therapy

The "Package for the fasting therapy" includes:

- Initial and final medical check-up (compulsory for all patients) and medical assistance during your stay
- Initial standard laboratory analysis (compulsory for all patients)
- 24-hour care by qualified nurses
- 168 € per week to be applied to any of the following therapies and/or treatments: Personal training, Physiotherapy, Nutrition, Psychology, Relaxation and Integral Balance
- Activities and cultural offer available in the weekly group programme
- Use of the facilities
- Freshly pressed juices, vegetable soups, herbal teas, mineral water and multi-vitamin-mineral complex

Rates "Package for the fasting therapy" per person

	two weeks	three weeks	additional week	additional day
Single room / Superior	4760 €	6900 €	2060 €	295 €
Single room / Comfort	4360 €	6315 €	1885 €	265 €
Single room / Standard Plus	3685 €	5290 €	1565 €	212 €
Single room / Standard	3585 €	5155 €	1525 €	205 €
Double room / Superior	4450 €	6410 €	1910 €	270 €
Double room / Comfort	4285 €	6175 €	1840 €	258 €
Double room / Standard Plus	3315 €	4740 €	1395 €	184 €
Double room / Standard	3215 €	4630 €	1360 €	178 €

SERVICES

Источник: <http://www.buchinger.es/en>

Пакеты питания и специфических диет

На этапе реадaptации человек, который проходит лечебное голодание, в первую очередь испытывает преимущества здорового питания экологически чистыми продуктами. Пациент также учится распознавать чувство голода и насыщения и контролировать свои привычки, связанные с едой. После консультации с врачом и консультантами по питанию, с учетом конкретной ситуации, составляется соответствующий план питания.

Таблица 9.7.11: Предложение пакета питания и специфических диет и

Personal consultation

Brief information about therapies	10 min.	no charge
Private nutritional counselling (The number of sessions adjusted to requirements)	# 60 min.	100 €
How to recover a healthy weight and well-being	3 sessions x 60 min.	284 €
How to prevent a relapse	2 sessions x 60 min.	200 €
Follow-up counselling by telephone	30 min.	51 €
Analysis of a 7-day dietary record		113 €

Cookery lessons

Private	# 120 min.	170 €
Group rates (2-3 pers.) - per person	# 120 min.	106 €
Group rates (4-5 pers.) - per person	# 120 min.	84 €

For longer cookery and consultation sessions, the prices increase proportionally.

The "Package for specific diets" includes:

- A diet adapted to your needs (up to 1200 kcal)
- Initial and final medical check-up (compulsory for all patients) and medical assistance during your stay
- Initial standard laboratory analysis (compulsory for all patients)
- 24-hour care by qualified nurses
- 168 € per week to be applied to any of the following therapies and/or treatments: Personal training, Physiotherapy, Nutrition, Psychology, Relaxation and Integral Balance
- Activities and cultural offer available in the weekly group programme
- Use of the facilities
- Herbal teas, mineral water

Rates "Package for specific diets" per person

	one week	two weeks	three weeks	additional week	per day
Single room / Superior	2995 €	5280 €	7770 €	2415 €	354 €
Single room / Comfort	2785 €	4890 €	7190 €	2235 €	324 €
Single room / Standard Plus	2415 €	4200 €	6170 €	1920 €	271 €
Single room / Standard	2365 €	4115 €	6030 €	1875 €	264 €
Double room / Superior	2820 €	4970 €	7290 €	2265 €	329 €
Double room / Comfort	2735 €	4800 €	7060 €	2195 €	317 €
Double room / Standard Plus	2215 €	3840 €	5630 €	1750 €	243 €
Double room / Standard	2175 €	3760 €	5510 €	1715 €	237 €

SERVICES

Источник: <http://www.buchinger.es/en>

Медицинские услуги

Ниже представлен перечень предлагаемых в санатории медицинских услуг и цены на них.

Таблица А9.7.III: Предложение медицинских услуг и цены

Initial and final medical check-up (compulsory for all patients) included in all package rates	155 €	Standard laboratory check-up (compulsory for all patients) included in all package rates	194 €
Neuraltherapy	34 €	Includes: VSD, haematological blood count, urine test, glucemia, cholesterol, HDL,LDL, triglycerides, GOT, GPT, TSH, Gama-GT, uric acid, urea,urea-N, creatinine, calcium, potassium, sodium and magnesium	
Electrocardiogram	66 €		
Spirometry	94 €		
Medical pedicure	54 €	Optional laboratory tests	
		PSA 34,60 €, HbA1 19,50 €, Helicobacter pilori 33,80 €, INR/Quick 18,40 €, HIV 34,60 €	
Colonic irrigation therapy			
	normal	with ozone	
1st treatment	114 €	127 €	The laboratory assistant will inform you directly about the prices of other optional tests.
2nd treatment	108 €	120 €	
3rd treatment	97 €	106 €	
Traditional Chinese medicine (TCM)			
Private information session (aprox. 15 min.)	no charge		
Initial consultation + medical acupuncture and/or related techniques	108 €		
Additional acupuncture treatments	67 €		
Additional acupuncture + moxotherapy treatments	88 €		
Medical acupuncture treatments			
Break the smoking habit with acupuncture	4 treatments	292 €	
Chronic respiratory complaints	6 treatments	412 €	
Cardiac arrhythmias	5 treatments	357 €	
Chronic pain	6 treatments	412 €	
Face lift with medical acupuncture (body and facial acupuncture)	6 treatments	785 €	
Various chronic illnesses	10 treatments	660 €	
Auto-immune disorders	8 treatments	536 €	
		Neurological (sensory/motoric) damage	9 treatments 599 €
		Arthritis / Arthrosis	5 treatments 357 €
		Urinary incontinence	5 treatments 357 €
		Depression/Neurasthenia	6 treatments 412 €
		Vertigo / Tinnitus	5 treatments 357 €
		Sexual energy toning	6 treatments 412 €
		Mental energy toning (concentration and memory)	4 treatments 292 €
		Treatment for excess weight	7 treatments 474 €
		Mind and body relaxation (anti-stress)	5 treatments 357 €
		General energy toning	3 treatments 230 €
		Additional charge for acupuncture-therapies (moxotherapy, cupping glass therapy, electroacupuncture, ear candles, plum blossom therapy)	22 €

Источник: <http://www.buchinger.es/en>

Фитнес как лечебная процедура

Разнообразная спортивная программа, которая предусматривает различные потребности пациентов, является частью концепции Бухингер: в клинике проводятся занятия пилатесом, гимнастикой, прогулки, скандинавская ходьба (с палками), плавание, водная гимнастика, французский боулинг, теннис и танцы. Также здесь есть возможность заниматься другими видами спорта, в том числе гольфом, парусным спортом, верховой ездой и ездой на велосипеде.

Таблица А9.7.IV: Предложение и цены на фитнес как лечебная процедура

Fitness consultation			Swimming lessons		
Private instruction	50 min.	69 €	Private instruction	30 min. 50 min.	45 € 69 €
Personal training			Water gymnastics		
Private instruction	40 min. 50 min.	59 € 70 €	Private instruction	30 min. 50 min.	45 € 69 €
Group rates (2 persons)-per person	40 min. 50 min.	42 € 46 €			
Natural face lifting exercises / Eye exercises			Nordic walking (with or without gymstick)		
Private instruction	20 min.	38 €	Private instruction	45 min. 60 min.	63 € 83 €
			Group rates (2-6 persons)-per person	45 min. 60 min.	34 € 45 €
			Pilates		
			Private instruction	40 min. 50 min.	70 € 81 €
			Group rates (2 persons)-per person	40 min. 50 min.	50 € 56 €
			Group rates (3-4 persons)-per person	40 min. 50 min.	37 € 40 €
			Pilates special		
			Pilates post-rehabilitation and restricted mobility	40 min. 50 min.	69 € 85 €
			Exercises for people who work with computers	40 min. 50 min.	69 € 85 €
			Pilates for golfers and tennis players	40 min. 50 min.	69 € 85 €
			VAT included.		
			Targeted training therapies (individual)		
			Weight loss training <i>New!</i>		
			1 session	50 min.	70 €
			4 sessions	50 min. each	265 €
			Anti-aging training <i>New!</i>		
			Private instruction	50 min.	70 €
			Outdoor activities		
			Mountainbiking, mountain trekking, kayaking in the sea, rock climbing, swimming in the sea, games on the beach.		
			Ask for prices. (Some of these activities cannot be carried out while fasting.)		
			Combined programme		
			"Mental fitness" <i>New!</i>		
			2 sessions of specific physical exercises with the personal trainer	50 min. each	299 €
			2 sessions of specific mental exercises with the psychologist	50 min. each	

Источник <http://www.buchinger.es/en>

Услуги психолога

Процесс психической переориентации поддерживается с применением специальных психологических программ. Они проводятся в форме лекций и групповых дискуссий, а также сеансов один-на-один, на которых обсуждаются, например, вопросы питания, разрешения конфликтов и снижения стресса. Психолог предлагает сеансы индивидуальных консультаций для дальнейшего личностного роста.

Таблица А9.7.V: Предложение и цены на услуги психолога

Brief information about therapies			15 min.	no charge	Special treatments	
Psychology consultation / Psychotherapy					Mental fitness training	4 sessions x 50 min. 379 €
Individual session			50 min.	100 €	Stress management through mindfulness	3 sessions x 50 min. 285 €
			90 min.	156 €	Treatment for depressive states <i>New!</i>	3 sessions x 50 min. 285 €
Psychology consultation by telephone			50 min.	100 €	Treatment for anxiety <i>New!</i>	3 sessions x 50 min. 285 €
Individual relaxation exercises			30 min.	58 €	Therapy for the liberation from emotional pain	3 sessions x 50 min. 285 €
					Family constellation in individual sessions	1 session x 120 min. 200 €
					Stress management through Biofeedback (Ask for prices and duration.)	
Special treatments					Coaching	
How to recover well-being and a healthy weight			4 sessions x 50 min.	379 €	Brief information about coaching	
Psychological help to break the smoking habit			4 sessions x 50 min.	379 €	15 min. no charge	
					Private session or session by telephone	
					50 min. 119 €	

Источник: <http://www.buchinger.es/en>

Массаж

Ниже представлен перечень различных видов массажа, предлагаемых в санатории, и цены на них.

Таблица А9.7.VI: Предложение и цены на услуги массажа

Back exercises	30 min.	45 €	Massage, full body	40 min.	56 €	Thai foot reflex zone massage New!	40 min.	65 €
Breathing exercises	40 min.	64 €		55 min.	84 €	Thai herbal massage New!	90 min.	150 €
Cold seaweed wraps	45 min.	31 €	Massage, full body + warm roller New!	55 min.	84 €	Thai massage	55 min.	92 €
Colon massage	20 min.	30 €	Massage, localized	20 min.	31 €		90 min.	137 €
Corrective posture exercises	40 min.	81 €	Massage with warm roller	40 min.	56 €	Traditional Chinese massage (Tuina)	20 min.	37 €
Diatermia	30 min.	43 €	Medical herb bath with body brushing	20 min.	63 €		40 min.	65 €
Electrotherapy	30 min.	43 €	Mud wraps	30 min.	31 €	Underwater massage	55 min.	92 €
Facial reflex zone massage New!	40 min.	65 €	Osteopathy	30 min.	81 €	Underwater massage with seaweed	20 min.	58 €
Foot reflex zone massage	40 min.	65 €		40 min.	97 €			
Dr. Marquardt Method			Physiotherapeutic massage New!	20 min.	*39 €	Combined treatments: New!		
Indian head massage New!	30 min.	45 €		40 min.	*72 €			
				55 min.	*110 €			
Jet shower New!	20 min.	45 €	Rehabilitation exercises	20 min.	*39 €	Wraps + cranial face massage	45 min.	70 €
Kinesiology	50 min.	100 €		40 min.	*72 €	Wraps + Indian head massage	45 min.	70 €
Lymph drainage, face	20 min.	37 €		55 min.	*110 €	Wraps + face reflex zone massage	45 min.	70 €
Lymph drainage, body	55 min.	92 €	Sacrocraneal therapy	40 min.	72 €	Mud + face or foot reflex zone massage	30 min.	65 €
	80 min.	122 €		55 min.	102 €	Mud + localized massage	30 min.	65 €
Massage and mobilization of the joints	55 min.	92 €	Shiatsu	55 min.	92 €	Mud + jet shower	55 min.	75 €
				90 min.	137 €			

Источник: <http://www.buchinger.es/en>

Косметические процедуры

Ниже представлен перечень различных видов косметических процедур, предлагаемых в санатории, и цены на них.

Таблица А9.7.VII: Предложение и цены на косметические процедуры

Beauty treatments		
Buchinger Purifying Detox	until	111 €
Deep cleansing with dermoactive enzyme detox	90 min.	
Collagen Mask	60 min.	91 €
Moisturising and firming treatment		
Citrus Essencia	60 min.	91 €
A skin energy boost with pure vitamin C		
O2 Relax New!	60 min.	91 €
Oxygen skin rejuvenation and collagen mask		
Diamond Experience	90 min.	165 €
Exclusive complete anti-ageing and lifting treatment		
Classic Dr. Hauschka	120 min.	135 €
A comprehensive treatment for anti-stress		
Natura Bisse Ceutical New!	60 min.	91 €
Pro-tolerance skin recovery		
Soins d'Exception New!	90 min.	111 €
Manual lifting treatment with marine algae hormones		
Anti-aging for eyes	60 min.	67 €
For dark circles and puffiness		
Facial massage	30 min.	44 €
New!		
Hairdressing salon Prices available in situ.		

Waxing	
Arms	33 €
Bikini	17 €
Full bikini	30 €
Full leg	53 €
1/2 leg	38 €
Underarm	17 €
Upper lip or chin	14 €
Waxing for men (chest or back)	38 €
Manicure & Pedicure	
Cosmetic pedicure	until 60 min. 46 €
Manicure	until 60 min. 29 €
Nail varnish only	12 €
Eyelashes and eyebrows	
Eyelash and eyebrow tint	33 €
Eyebrow tint	20 €
Eyelash tint	22 €
Eyelash perming	45 €
Eyebrow waxing	17 €

Body treatments	
Body Peeling	60 min. 80 €
Vitamin C "Body"	75 min. 88 €
Firming treatment with vitamin C	
Thalasso Lift	60 min. 89 €
Lifting for neckline and breasts	
Localized zone reduction	60 min. 100 €
Special treatment to reduce volume	
Localized zone reduction	6 sessions x 60 min. 545 €
Slim & Sculpt Expert New!	75 min. 100 €
Reduction and refirming treatment	
Specific treatment for men New!	
Facial - hydrating and relaxing	60 min. 82 €
Facial - repairing	60 min. 82 €
Facial - oxygenating with detox effect	60 min. 91 €
Body peeling	60 min. 80 €
V.A.T. included	

Источник: <http://www.buchinger.es/en>

Они также создали 9 различных «лечебных маршрутов», объединяющих все вышеупомянутые услуги.

Маршрут лечения сердечно-сосудистой системы	Согласно этому маршруту лечения сердечно-сосудистой системы мы предлагаем специальную программу лечения для людей с сердечно-сосудистыми проблемами (например, коронарной недостаточностью, заболеваниями сердца, артериальной гипертонией). Это лечение включающее в себя множество направлений, способствует приобретению новых привычек и внесению изменений на долгосрочной основе, которые позволяют значительно улучшить качество жизни.
Маршрут лечения пищеварительной системы	Этот терапевтический маршрут для пищеварительной системы был разработан с целью предотвращения расстройств пищеварения или заболеваний, а также для лечения таких патологий пищеварительной системы, как хронические запоры, диспепсии и заболеваниях толстой кишки.
Маршрут лечения для оптимизации двигательной активности	Данный терапевтический маршрут для оптимизации двигательной активности направлен на оказание помощи пациентам с ухудшениями в деятельности мышечно-скелетной и суставной систем, в связи с избыточной массой тела, воспалительными заболеваниями, дегенеративными процессами в мягких тканях и суставах. Он рекомендуется людям с такими проблемами, как остео-артрит, артроз, полимиалгия (фибромиалгия и подобные заболевания), боли в спине и болезненными состояниями после физических травм. Как правило, они страдают болями и ограниченной подвижностью.
Маршрут лечения для оптимизации дыхательной функции	Респираторные расстройства являются серьезной проблемой в здравоохранении в связи с их частотой и высокой смертностью. Данный терапевтический маршрут для оптимизации дыхательной функции предназначен для людей с хроническими респираторными нарушениями, вызванными аллергией, сенной лихорадкой, астмой, хронический бронхит, хронический синусит, апноэ во сне и пост-воспалительные синдромы.
Маршрут лечения для снижения веса	Этот маршрут здорового снижения веса тела предоставляет собой метод лечения, включающий в себя множество направлений и являющийся частью долгосрочного процесса обучения с целью изменения привычек, влияющих на образ жизни.
Маршрут лечения состояний легкой депрессии	Данный маршрут лечения состояний легкой депрессии предназначен для людей, которые находятся в трудном периоде своей жизни и испытывают симптомы легкой депрессии: плохое настроение, потерю интереса к жизни, снижение способности наслаждаться, отсутствие жизненной силы, мотивации и концентрации, сексуальную дисфункцию, потерю уверенности в себе, чувство вины и нарушения сна.
Маршрут лечения для оптимизации метаболического синдрома	Группа метаболических расстройств часто ставит человека в категорию высокого риска развития сосудистых заболеваний. Мы предлагаем маршрут лечения для оптимизации метаболического синдрома, который представляет собой многопрофильную программу, направленную специально на изучение этих нарушений, их причин и предложение наиболее подходящего метода лечения.
Маршрут лечения для отвыкания от курения	Терапевтический маршрут для отвыкания от курения предназначен для всех курильщиков, которые хотели бы отказаться от привычки курить, независимо от стадии зависимости. Связанные с курением заболевания представляют собой серьезную проблему здравоохранения в связи с высоким уровнем смертности от них.
Маршрут лечения по управлению стрессом	Маршрут лечения по управлению стрессом предлагает практическую программу обучения, помогающую приобрести более ясное понимание стресса, того, как он влияет на наше здоровье и какие методы могут быть использованы для положительного управления стрессом.

Курорт с минеральными водами Грейшотт (Grayshott Spa)

Этот санаторий расположен в графстве Хэмпшир, Великобритания. Он представляется следующим образом:

«На протяжении почти 50 лет Грейшотт предоставляло убежище для тех, кто хочет решить свои проблемы, связанные со здоровьем, и улучшить свое состояние. «Грейшотт» включает в себя: Грейшот Здоровье,

предлагающее специализированные программы по оздоровлению, Грейшотт Спа, предлагающее хорошее самочувствие, и Грейшотт Проживание, для длительного проживания и в качестве альтернативы проживанию в собственном доме.

Если вы хотите решить проблемы со здоровьем, снять стресс, получить хорошую физическую форму или просто «уйти от всего этого», Грейшотт предложит вам теплую, дружескую атмосферу в сочетании с опытом и знаниями, заслуживающими доверия».

Этот санаторий предоставляет 3 большие группы услуг:

⌚ **Здоровье.** Они создали уникальную программу под названием «Восстановиться. Очиститься. Сбалансироваться». Это 7-дневная программа, включающая в себя такие услуги, как протокол приема пищи, массаж, легкие упражнения и программа образовательных лекций.

⌚ **Спа.** В этой группе предоставляется спектр услуг от массажа и косметических процедур до пакетов выезда на отдых с конкретными целями, такими как потеря веса или восстановление после болезни.

⌚ **Проживание.** Грейшотт предлагает заменить то, что в Великобритании называется вторым домом. Санаторий предлагает в своих окрестностях широкий выбор квартир и вилл с вариантами аренды или покупки. Таким образом, новые жители могут также пользоваться всеми видами лечения и услуг, предоставляемых главным оздоровительным центром Грейшотт.

Ниже приводится конкретная информация о наиболее популярных программах, предлагаемых санаторием Грейшотт.

Программа «Восстановиться. Очиститься. Сбалансироваться».

Человеческий организм имеет феноменальную способность к самовосстановлению, которое начинается с хорошо функционирующей пищеварительной системы. Как только ваше пищеварение приходит в хорошее состояние, все остальные системы в организме начинают восстанавливаться, очищаться и приходить в равновесие. Имеется множество доказательств того, что восстановление пищеварительной системы и ее способности функционировать должным образом не только способствует потере веса, но помогает решить и многие другие проблемы со здоровьем, начиная от высокого артериального давления до болей в спине, артрита и диабета.

На протяжении почти 50 лет Грейшотт предоставляет убежище для тех, кто хочет решить проблемы со своим здоровьем и улучшить самочувствие.

Уникальность этой программы составляет сеть специалистов, целью которых является предоставление эмоциональной поддержки и консультативной помощи во время лечения и после завершения программы. Профессиональную квалификацию санатория Грейшотт поддерживает очень опытный и квалифицированный коллектив специалистов, состоящий из врачей,

консультантов по здоровому образу жизни, врачей-травников, диетологов, специалистов по здоровому питанию и терапевтов, специализирующихся на природных методах лечения.

7-дневная программа включает в себя:

- ⌚ личную медицинскую консультацию;
- ⌚ индивидуальную консультацию со специалистами по лечебным травам и врачом-диетологом;
- ⌚ составление протокола питания, который будет способствовать оздоровлению и восстановлению организма;
- ⌚ массаж живота, гидромассажные ванны и компрессы на печень для поддержки процессов детоксикации;
- ⌚ наблюдение и поддержку, физическую и эмоциональную, со стороны специалистов, работающих по этой программе;
- ⌚ легкие упражнения, тай-чи, обучение методам расслабления и дыхания;
- ⌚ программу образовательных лекций для разъяснения протокола и плана текущего оздоровления;
- ⌚ поддержку после выписки.

При гостевом проживании в отдельной комнате, стоимость программы составляет 1.295 ф.ст. в сезон низкого спроса (май-июль, сентябрь, ноябрь и декабрь) и 1.495 ф.ст. в сезон высокого спроса (январь-апрель, август и октябрь). Она включает в себя консультации, наблюдение и поддержку, проведение лекций, питание, травяные настои, лечебные процедуры, программу легких физических упражнений и проживание.

Программа проживания в Грейшотт

В ответ на растущее число запросов о длительном пребывании, в санатории создана программа «Грейшотт. Проживание» как альтернатива второго дома или даже собственного дома. Жителям предъявляется только один ежемесячный счет для проведения всех расчетов и, таким образом, они освобождаются необходимости беспокоиться об обслуживании, им предоставляется возможность расслабиться и наслаждаться беспечной жизнью, получая удовольствие от социальной среды, где они могут общаться с различными группами иностранных гостей и единомышленников, людьми всех возрастов.

Программа проживания в Грейшотт включает в себя:

- Завтрак, обед и ужин;
- Пользование всеми услугами;
- Посещение специалистов, включающих в себя группу квалифицированных медсестер, фитнес-тренеров, комплексных специалистов-терапевтов и диетолога;
- Неограниченное пользование услугами спа-центра и посещение всех занятий, в том числе бесплатные занятия тай-чи, пилатесом и йогой;

- Ежемесячные консультации по здоровому образу жизни, включая советы по оздоровлению, фитнесу и питанию;
- Вечерние развлечения, предложение DVD-дисков на выбор;
- Ежедневное обслуживание номеров, включая свежее постельное белье и полотенца;
- Бесплатный чай, кофе и фрукты;
- Телевизор, лицензионное и лицензии на спутниковое телевидение;
- Телефон в номере - звонки оплачиваются по мере использования;
- Все коммунальные услуги, электроэнергия, газ, вода согласно тарифам;
- 24-часовые услуги консьержа;
- Бесплатные дни приема и посещения для друзей и членов семьи.

Дополнительные услуги включают в себя:

- Для вас могут быть организованы покупки через центр обслуживания гостей;
- Водитель и прокат автомобилей;
- Услуги прачечной и химчистки;
- Спа-процедуры, занятия со специалистами и индивидуальные сеансы консультаций специалистов санатория Грейшотт
- Камера хранения и подготовка номера к вашему приезду.

Также могут быть предоставленные особые преимущества в зависимости от продолжительности действия договора аренды, такие как льготные цены на лечение, бесплатное проживание для друзей и членов семьи или возможность индивидуальной отделки дома.

Программа контроля веса

Санаторий Грейшотт присоединился к группе диетологов-новаторов под руководством Вики Эдгсон, и предлагает 7-дневную программу выезда на отдых, в которую полностью включены все услуги, направленную на достижение длительного оздоровления, жизненной силы и контроля веса.

Выезд на отдых с программой контроля веса предполагает проведение индивидуальных консультаций с Вики, занятия фитнесом, физические упражнения на открытом воздухе, методы релаксации и поддерживающие спа-процедуры, предназначенные для детоксикации, активизации и улучшения кровообращения. Каждый гость получает персонализированные консультации по питанию и советы по включению необходимых элементов питания и здорового образа жизни в повседневную жизнь, которые обеспечат основу для оздоровления в повседневной жизни и долгосрочного контроля веса.

Перед началом лечения гостям предлагается пройти предварительное тестирование, чтобы проверить их готовность к программе.

Основная программа включает в себя:

- Скрининг здоровья;

- Приветственный ужин с другими гостями и Вики Эдгсон;
- Индивидуальную первоначальную консультацию с Вики Эдгсон для обсуждения постановленных целей;
- Композиционный анализ состава тела;
- Ежедневные групповые прогулки и физические упражнения;
- Ежедневные групповые занятия для ума и тела;
- Питание, контролируемое Вики Эдгсон;
- Индивидуальные лечебные процедуры для стимуляции лимфатической системы;
- Индивидуальные процедуры обертывания микронизированными морскими водорослями;
- Индивидуальные процедуры детокс-обертывания тела;
- Индивидуальные сеансы рефлексотерапии;
- Ежедневные беседы с Вики Эдгсон о питании и здоровье, способствующие успешному контролю веса в течение длительного срока;
- Раздаточные материалы по контролю веса;
- Индивидуальная финальная консультация с Вики Эдгсон с обсуждением процесса достижения целей и дальнейших действий.

Ниже указаны цены на одну персону:

Таблица A9.7.VIII: Цены на программу по контролю веса на одну персону

	Одноместный номер	Двухместный номер
Полуплюкс	2.065 ф.ст.	1.765 ф.ст.
Большой дом	2.560 ф.ст.	2.350 ф.ст.

Источник: веб-сайт <http://www.grayshottspa.com/>

Программа для женщин в период менопаузы

Санаторий Грейшотт при предоставлении этой программы работает в сотрудничестве с Мэрион Стюарт, всемирно известным экспертом по женскому здоровью, автором бестселлеров и пионером Консультативной Службы по женскому питанию и Консультативной Службы по природным методам оздоровления.

Санаторий предлагает эксклюзивную 5-дневную программу выезда на отдых, подходящую для тех, кто проходит начальную стадию перименопаузы, испытывающих менопаузу или тех, у которых она уже заканчивается.

В сочетании с планом лечения менопаузы, основанным на естественных методах, также даются указания по питанию, физическим упражнениям, пищевым добавкам и травяным средствам защиты, а также проводятся поддерживающие спа-процедуры, которые могут предложить наилучшую альтернативу для контроля менопаузы и обеспечения долгосрочного здоровья сердца, костей и всего организма.

6-дневная программа выезда на отдых включает в себя:

- Предварительный опрос до прибытия в санаторий;

- Дневник питания и таблицу симптомов до прибытия в санаторий (за 1 неделю);
- Стартовый пакет услуг;
- Индивидуальная консультация с Мэрион;
- Групповые занятия (6 человек) с Мэрион ;
- Композиционный анализ состава тела;
- Парные (по 2 человека) занятия по аква-фитнесу;
- Парные занятия аэробикой для женщин в периоде «середины жизни»;
- Массаж с ароматерапией (все тело);
- Возрождение лица;
- Парные занятия йогой;
- Парные занятия по релаксации / медитации;
- Ежедневные занятия физическими упражнениями и прогулки;
- Пакет материалов при выписке: книги, дневник последующих наблюдений и информационные материалы.

Ниже указаны цены на одну персону:

Таблица A9.7.IX: Цены на программу для женщин в период менопаузы, на одну персону

	Одноместный номер	Двухместный номер
Полулюкс	1.660 ф.ст.	1.490 ф.ст.
Большой дом	1.930 ф.ст.	1.765 ф.ст.

Источник: веб-сайт <http://www.grayshottspa.com/>

Программа оздоровления

Эта программа направлена на восстановление здоровья и сил после болезни, операции или тяжелой утраты. Потребность в этом у потребителей может возникнуть по разным причинам, и, следовательно, требуемый результат также индивидуален для каждого человека. В санатории Грейшотт создана программа оздоровительного перерыва для лиц, желающих восстановить свое здоровье, к которым требуется индивидуальный и структурированный подход, чтобы помочь им встать на ноги.

Санаторий Грейшотт предлагает широкий спектр медицинских услуг, способствующих выздоровлению, от оздоровительных процедур и фитнеса до дополнительной терапии и консультирования по вопросам питания. В санатории также предоставляется необходимая практическая помощь для ускорения восстановления без стресса или напряжения от того, что приходится решать повседневные бытовые задачи и выполнять обязанности.

В программу лечения включены все блюда, подобранные таким образом, чтобы они способствовали скорейшему выздоровлению и восстановлению. Диетолог/ специалист по здоровому питанию проведет беседу о том, какое меню наилучшим образом соответствует потребностям пациента: здоровое питание или легкая диета.

5-дневная программа выезда на отдых включает в себя:

- Всестороннее обследование состояния здоровья, консультация до прибытия и скрининг;
- Полная оценка диеты;
- 220 минут лечения / терапии из нашего набора услуг по лечению, терапии и фитнесу (некоторые услуги в зависимости от наличия);
- Консультант по вопросам оздоровления, который будет наблюдать Вас ежедневно;
- Ежедневные групповые прогулки и физические упражнения, включая занятия йогой, тай-чи и пилатесом.

Ниже указаны цены на одну персону:

Таблица A9.7.X: Цены на программу оздоровления, на одну персону

	Одноместный номер	Двухместный номер
Полуплюкс	1.320 ф.ст.	1.200 ф.ст.
Большой дом	1.550 ф.ст.	1.400 ф.ст.

Источник: веб-сайт <http://www.grayshottspa.com/>

9.8 Культовые здания оздоровительных учреждений мира

Caldea center, Андорра



Оздоровительный Центр Tschuggen Bergoase, Швейцария



Terme Olimia wellness spa, Словения (в процессе застройки)



Spa House, Кейптаун, Южная Африка



Оздоровительный центр O2, Уэльва, Испания



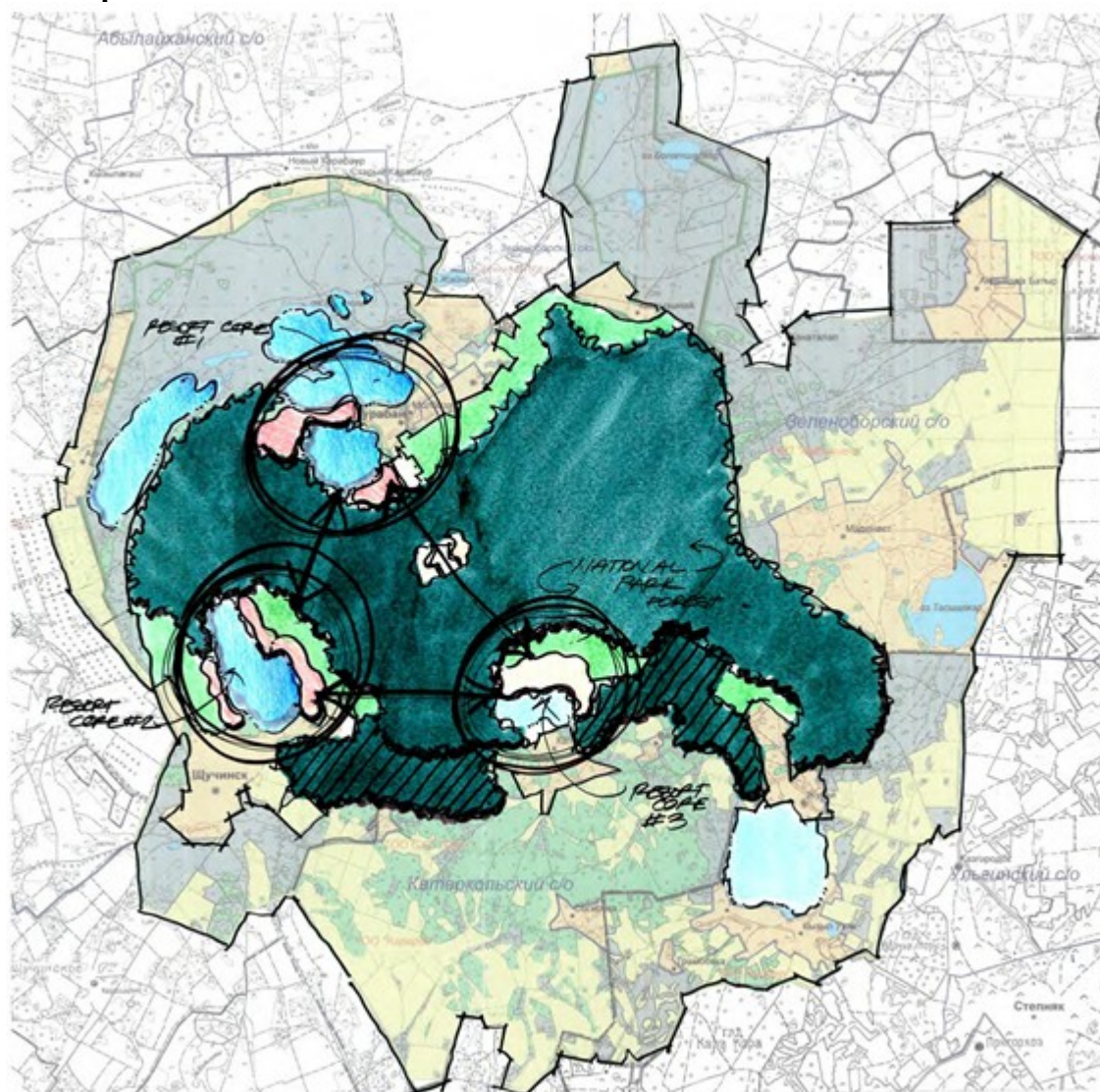
Оздоровительная клиника SHA, Аликанте, Испания



ПРИЛОЖЕНИЕ 10. МАСТЕР ПЛАН. РАЗЛИЧНЫЕ ВАРИАНТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЛИ

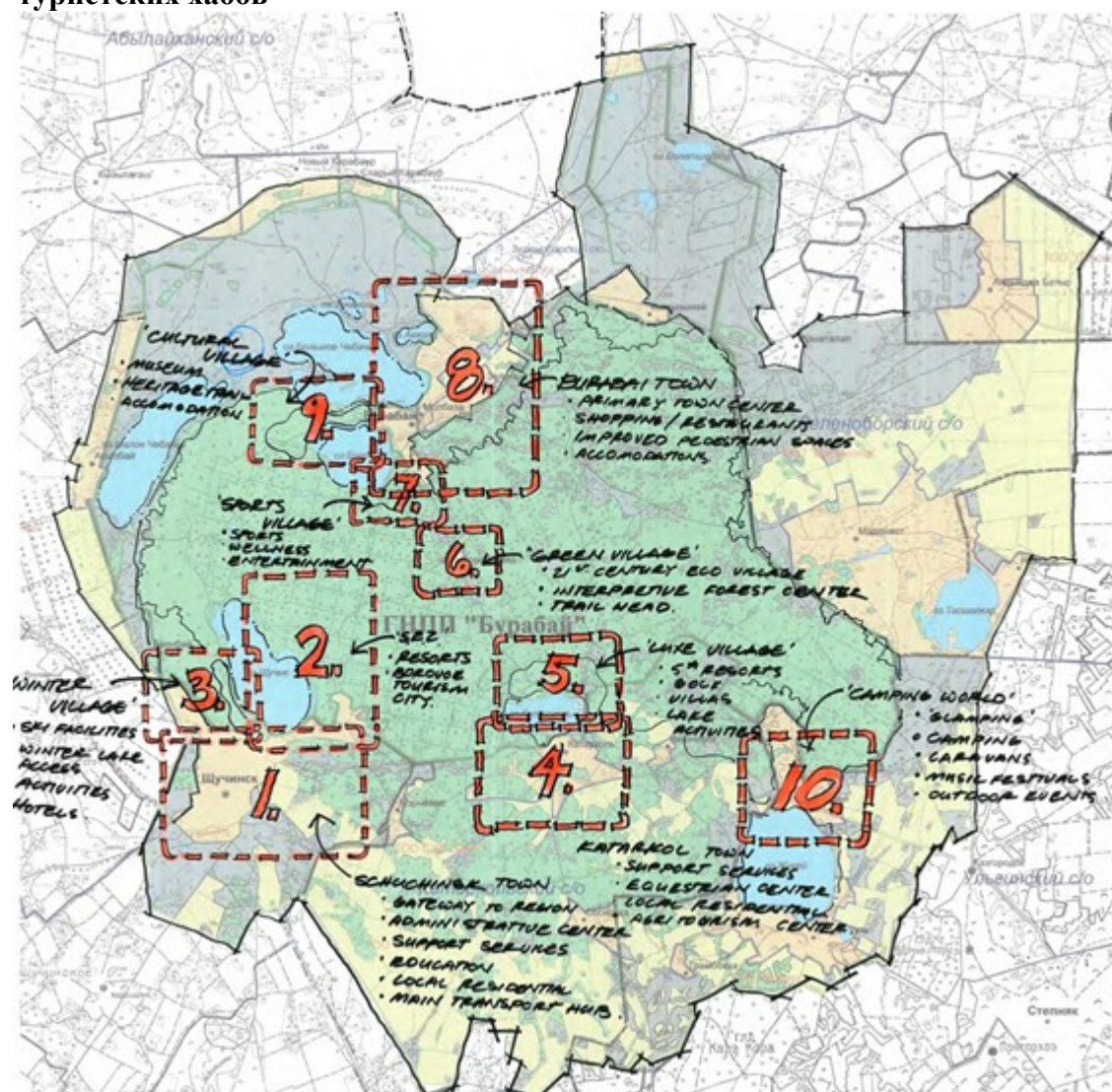
10.1 Варианты предложенные в июле

Карта A10.1.1: Предварительные варианты использования земли, июль. Анализ кластера



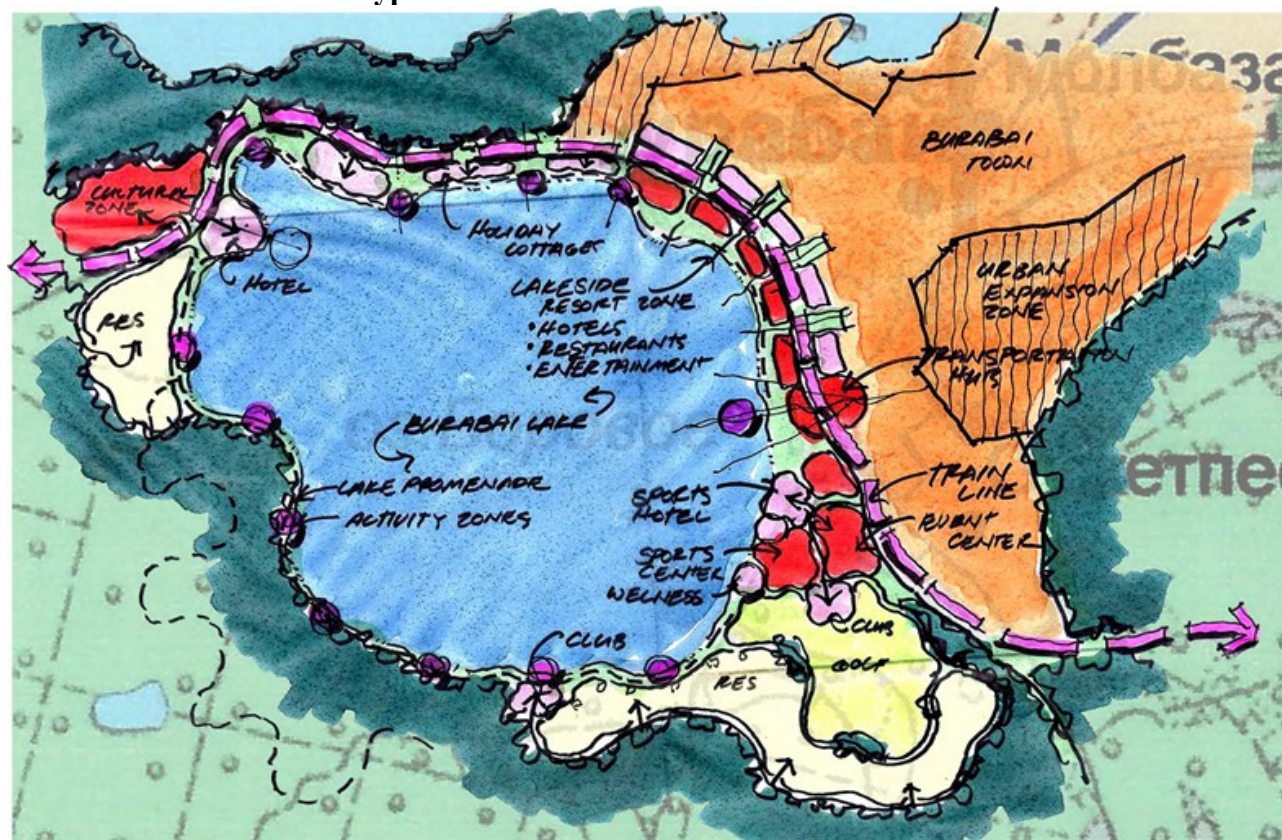
Источник: THR

Карта А10.1.И: Предварительные варианты использования земли, июль. Анализ туристских хабов



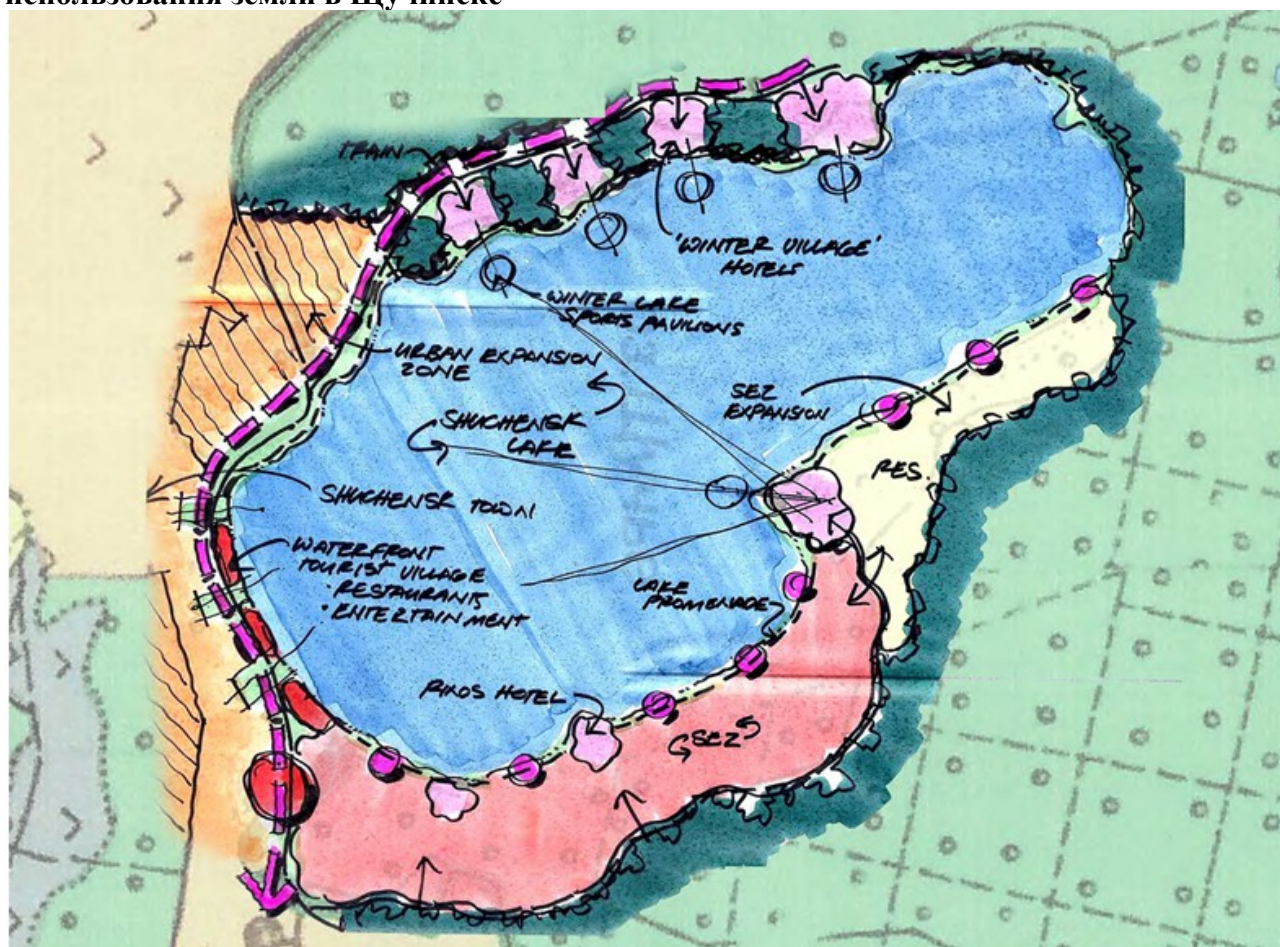
Источник: THR

Карта A10.1.III: Предварительные варианты использования земли, июль. Варианты использования земли в Бурабай



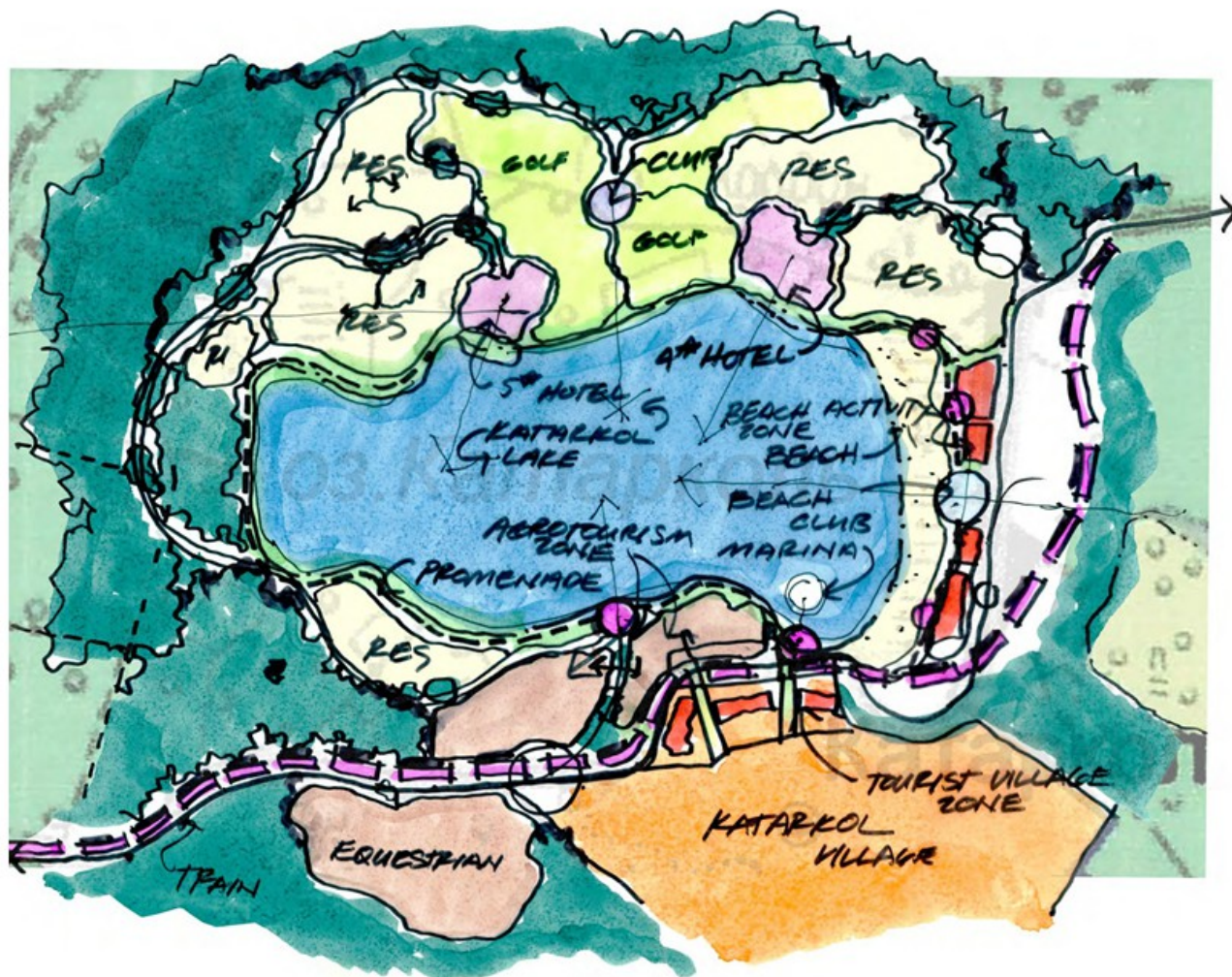
Источник: THR

Карта A10.1.VI: Предварительные варианты использования земли, июль. Варианты использования земли в Щучинске



Источник: THR

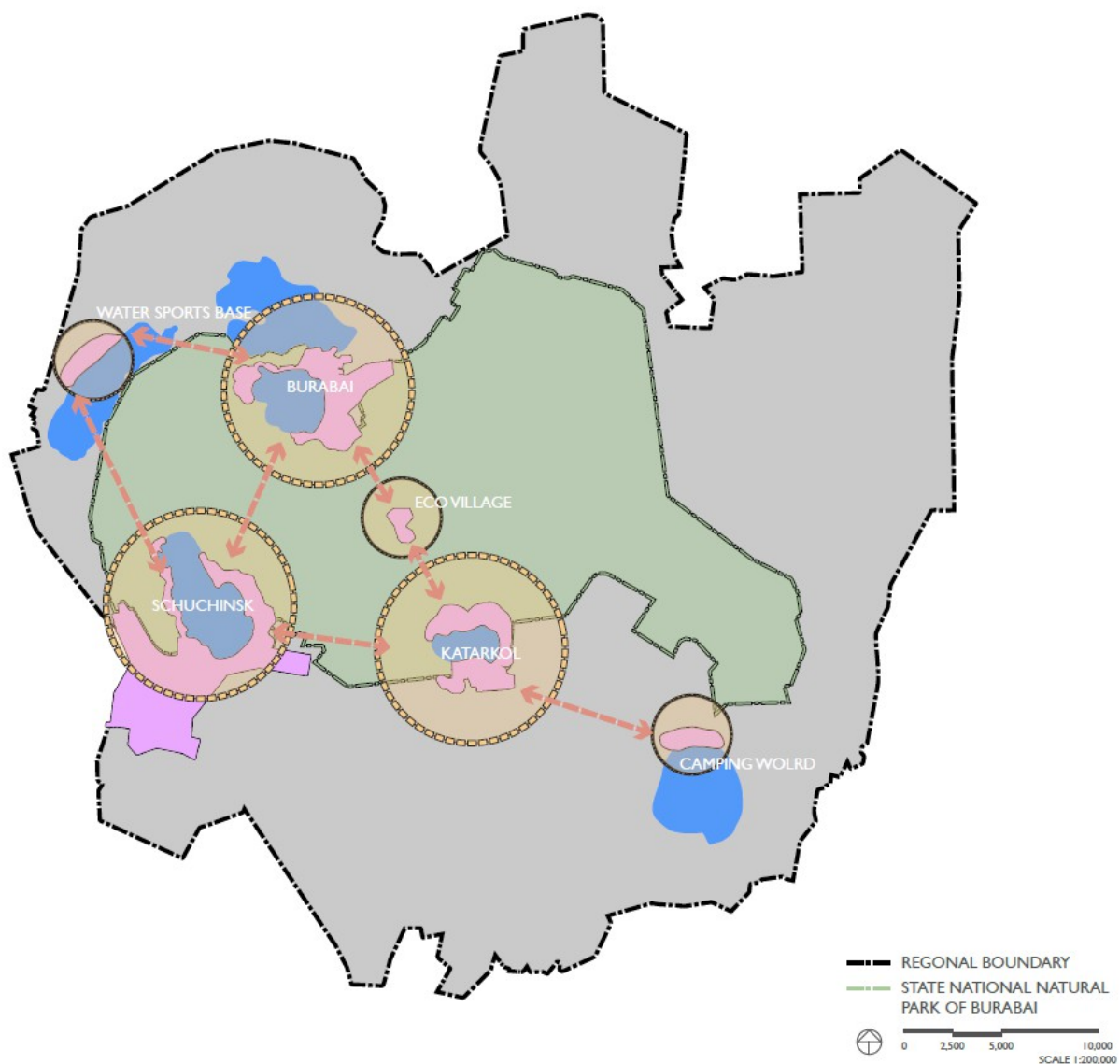
Карта A10.1.V: Предварительные варианты использования земли, июль. Варианты использования земли в Катарколе



133
Источник: THR

10.2 Варианты предложенные в октябре

Карта A10.2.I: Предварительные варианты использования земли, октябрь. Основные и второстепенные участки развития



Источник: THR

Карта А10.2.И: Предварительные варианты использования земли, октябрь. Варианты использования земли в Бурабай



Источник: THR

Карта A10.2.III: Предварительные варианты использования земли, октябрь. Варианты использования земли в Щучинске



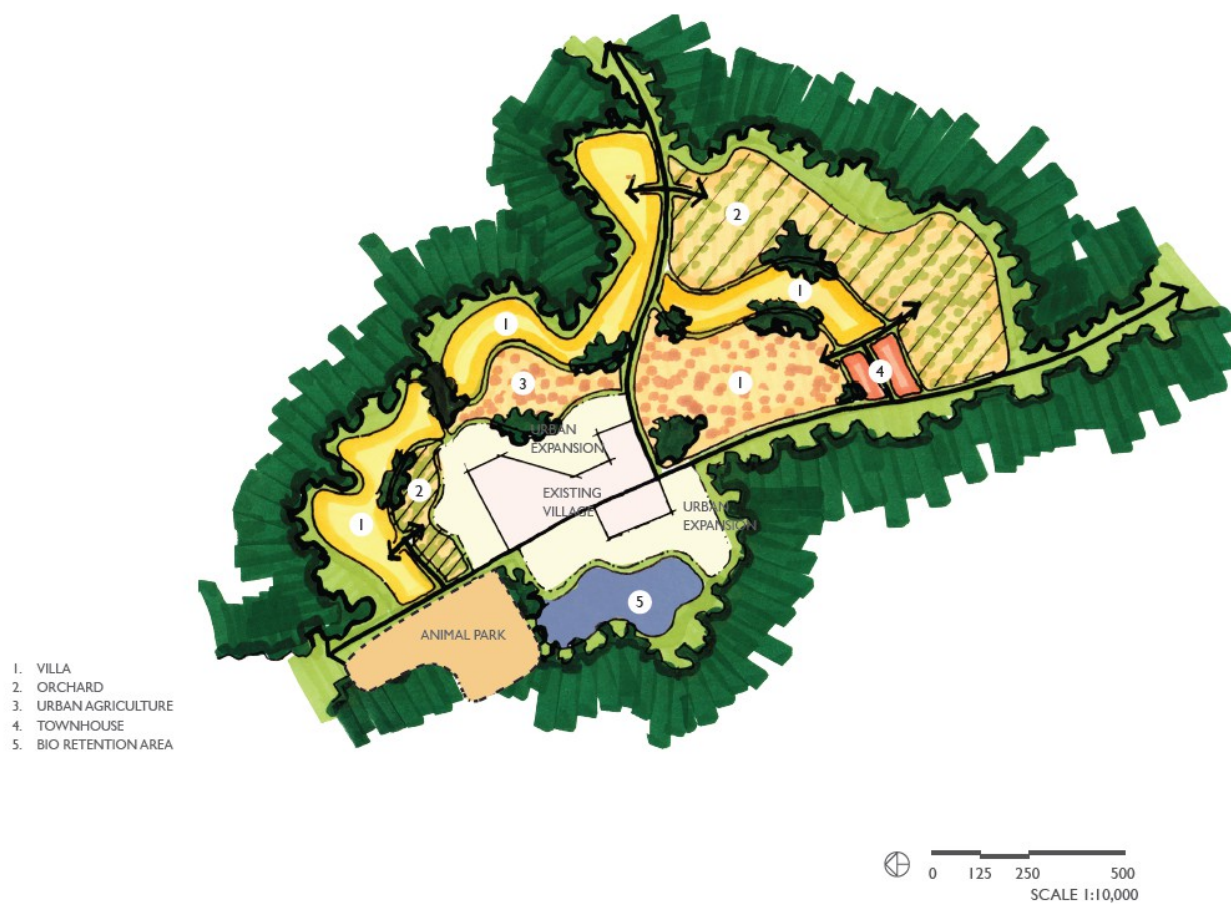
Источник: THR

Карта A10.2.IV: Предварительные варианты использования земли, октябрь. Варианты использования земли в Катарколь



Источник: THR

Карта A10.2.V: Предварительные варианты использования земли, октябрь. Варианты использования земли в экодеревне



Источник: THR