Кому: Управление туризма акимата города Шымкент
От: ТОО «Action Media»

ОТЧЕТ
по проекту создания
«Туристификации Старого города Шымкент»

20 декабря 2020 года.

ТЕХНИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКАЦИЯ СОЗДАНИЯ ТУРИСТИФИКАЦИИ СТАРОГО ГОРОДА ШЫМКЕНТ

Разработка проекта «Туристификации Старого города Шымкента» осуществляется в соответствии с Государственной программой развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы, утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2019 года № 360.

Потенциальный поставщик должен разработать проект «Туристификации Старого города Шымкента» (далее– Проект) соответствующий международным стандартам, включая разработку бизнес-модели, мастер-плана, маркетингового плана, плана по привлечению инвестиций и прочих элементов, указанных в настоящей технической спецификации. Комплекс историко-культурных объектов Старого города Шымкента (далее – Старый город) – это древнее городище, цитадель, прочая культурная и туристско-развлекательная инфраструктура. Единственная в стране сохранившаяся в центральной части Шымкента территория объектов Старого города (древнего городища и цитадели) на маршруте Великого Шелкового Пути. Место оказания услуг: Республика Казахстан. В случае, если отдельные виды услуг оказываются иностранными экспертами, возможно оказание услуг за пределами Республики Казахстан.

Требования к разработке Проекта: Проект должен состоять из следующих разделов, включающих детализированную информацию по следующим направлениям:

Раздел 1 «Исследование и анализ рынка туристских услуг г. Шымкент»

1.1. Анализ текущего спроса, количества туристских прибытий, рынков, генерирующих основные туристские потоки в г. Шымкент, характеристики рынков-источников;

1.2. Анализ индустрии туризма г. Шымкент (процессы развития и тенденции, влияющие на формирование, ключевые факторы успеха г. Шымкента и т.д.).

Раздел 2 «Определение бизнес-модели»

2.1. Разработка концепции туристификации Старого города Шымкента. - разработка 2-х вариантов видения использования земель под проект Старый город; - предоставление моделей международного опыта развития подобных объектов (мин. 2 дестинации).

2.2. Определение основных компонентов бизнес-модели Старого города для обеспечения рентабельности, узнаваемости и долгосрочной

конкурентоспособности, с использованием международного опыта и методологий: - определение наиболее привлекательных целевых сегментов (социально-демографические характеристики, стиль жизни и т.д.); - определение потребительского предложения (материальные и эмоциональные элементы предложения, особенности Старого города); - разработка конкурентных преимуществ Старого города и стратегии ее развития путем определения получения впечатлений и ожиданий туриста, создание уникальной системы опытов. - определение ключевых компонентов Старого города (отелей, недвижимости, развлекательных объектов, транспортной инфраструктуры и прочих туристских зон); - определение ключевой деятельности (планирование, маркетинг, менеджмент и т.д.); - определение ключевых партнеров для развития и управления Старого города (инвесторы, операторы отелей, управляющие компании, торговые партнеры и т.д.); - определение источников денежных поступлений (поступление денежных потоков в процессе деятельности Старого города); - определение ценовой политики на услуги.

Раздел 3 «Мастер-план»

3.1. Создание иллюстрированного мастер–плана с указанием использования земель под объекты Старого города;

- организация сессий для проведения обсуждений и консультаций предварительной версии мастер-плана с местным, экспертным и турсообществом;

- разработка иллюстрированного мастер-плана с детальным указанием объектов Старого города в соответствующих масштабах;

- 2 карты проекта Старый город, включая 1 перспективы с высоты «птичьего полета»;

- видеопрезентация мастер-плана в произвольном формате.

Раздел 4 «Предложения по формированию общей инфраструктуры туризма Старого города»

4.1 Предложения по развитию инженерно-транспортной инфраструктуры Старого города, включая: - дороги, энерго-, тепло-, водообеспечение объектов, канализации, санитарно-гигиенических узлов, вывоза ТБО и др. инженерных сетей; - разработка технических планов:

а) ландшафтной стратегии,

б) концептуальной архитектурной стратегии.

4.2. Предложения по развитию «мягкой» инфраструктуры, но не ограничиваясь, следующими сферами:

- информационная инфраструктура для туристов и инвесторов;

- формирование конкретных туристских продуктов для Старого города;

- инфраструктура подготовки кадров для Старого города, туристского информационного центра.

Раздел 5 «Разработка бренда»

5.1. Определение образа Старого города для создания бренда с отражением характера, стиля и духа центра г. Шымкента, включая разработку логотипа и слогана и позиционирования.

Раздел 6 «Маркетинговая стратегия»

6.1 Определение маркетинговых целей, стратегии и тактики для создания, продвижения и реализации туристского продукта Старого города на внутреннем и международном рынках:

- выбор целевых стран и городов, партнерство, целевые сегменты;
- создание дорожной карты по реализации маркетинговой стратегии.

Раздел 7 «Проведение финансового исследования»

7.1 Создание устойчивой финансовой модели Старого города для усиления инвестиционной привлекательности Старого города;

7.2 Разработка не менее 7 финансовых моделей компонентов (недвижимость, отели, объекты общественного питания, ритэйл, СПА, развлекательные объекты и т.д.), содержащие:

- оценку требуемых инвестиций;
- оценку денежных потоков;
- финансовую модель основных компонентов развития Старого города;
- оценку рентабельности основных компонентов Старого города с разработкой сценариев возврата инвестиций.

Раздел 8 «План поиска инвесторов»

8.1 Создание плана действий по определению и привлечению инвесторов:

- разработка инвестиционных пакетов (тизеров) на основные компоненты Старого города (не менее 5);
- разработка предложений по необходимым механизмам поддержки от государства;
- разработка проекта дорожной карты и плана действий по поиску инвесторов с определением необходимого финансирования.

Сопутствующие услуги: Исполнитель услуг при оказании услуг руководствуется утвержденными нормами законодательства Республики Казахстан и положениями международных соглашений, ратифицированных Республикой Казахстан. При формировании отчета должны быть использованы официальные данные по мере доступности в органах статистики, информации уполномоченных органов и у других

официальных источников. Все приведенные в Проекте данные должны быть достоверными и сопровождаться ссылками на источник или иметь подтверждающие документы. При этом, Заказчик предоставит в распоряжение Исполнителя имеющуюся у него информацию, необходимую для выполнения Исполнителем услуг по данной технической спецификации, с обязательством соблюдения условий конфиденциальности и нераспространения информации третьим лицам. По результатам оказания услуги официальным письмом Исполнителя, а также на электронном носителе в адрес Заказчика предоставляется отчет (в формате Word, а также таблицы в формате Excel, слайды в формате PPT) с полной информацией об оказанных услугах с комментариями, выводами, заключениями и рекомендациями. Отчет должен быть составлен в 5 (пяти) экземплярах на казахском, русском и английском языках, и содержать материалы, подготовленные в соответствии с содержанием технического задания, а также презентации в Power Point и видеопрезентации произвольного формата. Документы должны быть сброшюрованы пластиковой пружиной и иметь обложку, прозрачную со стороны титульного листа и картонную с обратной стороны. Текстовые и расчетные материалы должны быть представлены на казахском, английском и русском языке, напечатаны 14 шрифтом «Times New Roman».

Видеопрезентация и все исходные графические и текстовые материалы передаются Поставщику на электронном носителе. Исполнитель при передачи готового мастер-плана и всех сопутствующих документов, и материалов передает Заказчику исключительные имущественные права в соответствии с законодательском Республики Казахстан.

Срок оказания услуг: Исполнитель в течение 10 (десяти) календарных дней со дня заключения договора должен представить и согласовать с Заказчиком план-график мероприятий по разработке Проекта туристификации Старого города Шымкента.

Промежуточный отчет, включающий разделы 1, 2, 5, 6 Проекта предоставляется до 31 августа 2020 года.

Доработанный отчет, включая все разделы Проекта, предоставляется до 30 сентября 2020 года.

Итоговый отчет об оказанных услугах предоставляется до 30 октября 2020 года.

Для рассмотрения промежуточных результатов исследования Заказчик имеет право приглашать экспертов и консультантов, которые по итогам рассмотрения промежуточных результатов исследования, выносят

на рассмотрение Заказчика замечания и предложения по доработке Проекта.

Исполнитель обязан полностью устранить и учесть замечания и предложения Заказчика, без увеличения стоимости оказываемых Услуг, в срок не более 30 (тридцати) рабочих дней.

СОГЛАСОВАНИЕ ПЛАНА-ГРАФИКА РАБОТ.

На предварительном этапе проекта был разработан план-график работ, включающий в себя каждый из разделов технической спецификации и направлен на согласование заказчику.

Письмо от ТОО «Action Media» от 12 июня 2020 года, Вх. №24-74-45

12.06.2020

ГУ «Управление туризма города Шымкент»
Вр.и.о. руководителя Шинтаеву О.М.

Настоящим ТОО «Action Media» обращается к вам с нижеследующим.

В соответствии с договором о государственных закупках услуг № 59 (далее – Договор), направляем план-график выполнения услуг.

Дополнительно сообщаем, что не можем установить контакт с ответственным лицом от Заказчика по номеру телефона, указанному в заявке к Договору.

Просим Вас определить контактное лицо для получения нами данных, необходимых для надлежащего исполнения взятых на себя обязательств по Договору, в том числе статистические данные по туристическому потоку за 2019 год, генплан по развитию «Старого города», списки местных участников и экспертных сообществ, которые по мнению Заказчика должны принимать участие в обсуждении проекта и другую релевантную информацию.

Приложение в 1 экз. на 3 листах

Исполнительный директор

Р. Закиев

+7 708 377 3865

rashid@actionmedia.kz

"ШЫМКЕНТ ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРИЗМ БАСҚАРМАСЫ" МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕСІ
Кіріс № _____
"___" _____ 20___ ж.

12.06.2020
24-74-45

План-график мероприятий по разработке Проекта туристификации Старого города Шымкента

Наименование мероприятий	Описание мероприятий	Срок выполнения
Понимание ожиданий, целей и задач Проекта	Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании. Определение ключевых экспертов рабочей группы. По итогам встречи - составление чек-листа по необходимым первичным данным от Заказчика для эффективной реализации Проекта.	до 12 июня 2020г.
Изучение места дислокации Проекта	Выезд экспертов рабочей группы на место расположения Старого города. По итогам выезда – определение зон ответственности каждого члена рабочей группы, уточнение настоящего плана-графика, создание графика выездов/постоянного пребывания экспертов по месту дислокации Проекта.	до 19 июня 2020г.
Раздел 1 «Исследование и анализ рынка туристских услуг г. Шымкент»	1.1. Маркетинговый анализ текущего спроса, количества туристских прибытий, рынков, генерирующих основные туристские потоки в г. Шымкент, характеристики рынков-источников посредством кабинетного исследования данных из открытых источников, а также данных, полученных от Заказчика.	до 20 июля 2020г.
	1.2. Анализ индустрии туризма г. Шымкент на основании данных в открытых источниках и данных от Заказчика (процессы развития и тенденции, влияющие на формирование, ключевые факторы успеха г. Шымкента и т.д.).	до 20 июля 2020г.
	1.3. Подготовка заключения по разделу с выводами и обоснованием актуальности разработки Проекта туристификации Старого города Шымкента.	до 30 июля 2020г.
Раздел 2 «Определение бизнес-модели»	2.1. Разработка концепции туристификации Старого города Шымкента с предоставлением 2-х вариантов видения использования земель под проект Старый город; - предоставление моделей международного опыта развития подобных объектов (минимум 2 дестинации) с указанием возможности использования удачного международного опыта в разрабатываемой концепции.	до 31 августа 2020г.
	2.2. Организация и проведение круглого стола с местным экспертным сообществом (историки-краеведы, ученые, представители туристической отрасли) для получения максимально информативного объема данных, для использования при разработке бизнес-модели Проекта.	до 20 июля 2020г.
	2.3. Создание бизнес-модели Проекта Старого города с определением основных компонентов: - наиболее привлекательных целевых сегментов (социально-демографические характеристики, стиль жизни и т.д.); - потребительского предложения (материальные и эмоциональные элементы предложения, особенности Старого города); - конкурентные преимущества Старого города и стратегии ее развития путем определения получения впечатлений и ожиданий туриста, создание уникальной системы опытов; - ключевые компоненты Старого города (отелей, недвижимости, развлекательных объектов, транспортной инфраструктуры и прочих туристских зон);	до 27 августа 2020г.

	- ключевой деятельности (планирование, маркетинг, менеджмент и т.д.) и партнеров для развития и управления Старого города (инвесторы, операторы отелей, управляющие компании, торговые партнеры и т.д.); - источников денежных поступлений (поступление денежных потоков в процессе деятельности Старого города) и ценовой политики на услуги.	
	2.4. Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, рассмотрение и обсуждение бизнес-модели, внесение замечаний/дополнений.	до 31 августа 2020г.
Раздел 3 «Мастер-план»	3.1. Организация сессий рабочей группой для проведения обсуждений и консультаций предварительной версии мастер-плана с местным, экспертным и турсообществом в г.Шымкент.	до 20 июля 2020г.
	3.2. Создание иллюстрированного мастер–плана с детальным указанием использования земель под объекты Старого города в соответствующих масштабах, включая разработку 2-х карт проекта Старого города, в том числе 1 перспективу с высоты «птичьего полета»	до 11 сентября 2020г.
	3.3. Подготовка и проведение видеопрезентации мастер-плана в произвольном формате. Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, рассмотрение и обсуждение мастер-плана, внесение замечаний/дополнений.	до 15 сентября 2020г.
Раздел 4 «Предложения по формированию общей инфраструктуры туризма Старого города»	4.1 Подготовка предложений по развитию инженерно-транспортной инфраструктуры Старого города, включая: - дороги, энерго-, тепло-, водообеспечение объектов, канализации, санитарно-гигиенических узлов, вывоза ТБО и др.инженерных сетей; - разработку технических планов: а) ландшафтной стратегии, б) концептуальной архитектурной стратегии.	до 11 сентября 2020г.
	4.2. Подготовка предложений по развитию «мягкой» инфраструктуры, но не ограничиваясь, следующими сферами: - информационная инфраструктура для туристов и инвесторов; - формирование конкретных туристских продуктов для Старого города; - инфраструктура подготовки кадров для Старого города, туристского информационного центра.	до 11 сентября 2020г.
	4.3. Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, рассмотрение и модели инфраструктуры, внесение замечаний/дополнений.	до 15 сентября 2020г.
Раздел 5 «Разработка бренда»	5.1. Определение образа Старого города для создания бренда с отражением характера, стиля и духа центра г. Шымкента, включая разработку логотипа, слогана и позиционирования.	до 10 августа 2020г.
	5.2. Согласование онлайн логотипа и слогана с Заказчика, рассмотрение предложений. дополнений.	до 31 августа 2020г.
Раздел 6 «Маркетинговая стратегия»	6.1 Определение маркетинговых целей, стратегии и тактики для создания, продвижения и реализации туристского продукта Старого города на внутреннем и международном рынках: - выбор целевых стран и городов, партнерство, целевые сегменты; - создание дорожной карты по реализации маркетинговой стратегии.	до 31 августа 2020г.

	6.2 Подготовка заключения по разделу с описанием стратегии и тактики продвижения Проекта туристификации Старого города Шымкента.	до 31 августа 2020г.
Промежуточный отчет, включающий раздел 1, 2, 5, 6 плана-графика	6.3. Подготовка промежуточного отчета, который включает в себя разделы 1, 2, 5, 6 плана-графика, в формате Word, а также таблицы в формате Excel, слайды в формате PPT с информацией об оказанных услугах по разделам 1, 2, 5, 6 настоящего плана-графика.	до 31 августа 2020г.
Раздел 7 «Проведение финансового исследования»	7.1 Создание устойчивой финансовой модели Старого города для усиления инвестиционной привлекательности Старого города	до 15 октября 2020г.
	7.2 Разработка не менее 7 финансовых моделей компонентов (недвижимость, отели, объекты общественного питания, ритэйл, СПА, развлекательные объекты и т.д.), содержащие: - оценку требуемых инвестиций; - оценку денежных потоков; - финансовую модель основных компонентов развития Старого города; - оценку рентабельности основных компонентов Старого города с разработкой сценариев возврата инвестиций.	до 15 октября 2020г.
Раздел 8 «План поиска инвесторов»	8.1 Создание плана действий по определению и привлечению инвесторов: - разработка инвестиционных пакетов (тизеров) на основные компоненты Старого города (не менее 5); - разработка предложений по необходимым механизмам поддержки от государства; - разработка проекта дорожной карты и плана действий по поиску инвесторов с определением необходимого финансирования	до 15 октября 2020г.
Доработка отчета, включая все разделы плана-графика	Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, обсуждение дополнений, изменений, устранение замечаний.	до 15 октября 2020г.
Подготовка итогового отчета об оказанных услугах	Итоговый отчет включает в себя все разделы Проекта, в формате Word, а также таблицы в формате Excel, слайды в формате PPT с полной информацией об оказанных услугах с комментариями, выводами, заключениями и рекомендациями в 5 (пяти) экземплярах на казахском, русском и английском языках, а также подготовка презентации в Power Point и видеопрезентации произвольного формата.	до 30 октября 2020г.

Письмо от Управления Туризма города Шымкент от 25 июня 2020 г. Исх.№ 36-04-48

«ШЫМКЕНТ ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРИЗМ БАСҚАРМАСЫ»

МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕСІ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

«УПРАВЛЕНИЕ ТУРИЗМА ГОРОДА ШЫМКЕНТ»

160000, Шымкент қаласы, Nursultan Nazarbayev даңғылы, 10
тел.: 8 (7252) 247-445, 247-446, 247-443,
БСН 180740018845, жеке ҚҰ 3809851
БИК KKMFKZ2A, ИИК KZ580701O2KSN5901010
Шымкент қаласының Қазынашылық департаменті

160000, город Шымкент, проспект Nursultan Nazarbaev, 10
тел.: 8 (7252) 247-445, 247-446, 247-443,
БИН 180740018845, жеке ҚҰ 3809851
БИК KKMFKZ2A, ИИК KZ580701O2KSN5901010
Департамент Казначейства города Шымкент

"ШЫМКЕНТ ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРИЗМ БАСҚАРМАСЫ" МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕСІ
Шығыс № 36-04-48/351
"25" 06 2020 ж.

№

Исполнительному директору
ТОО «Action Media»
Закиеву Р.

ГУ «Управление туризма города Шымкент» выражает Вам благодарность за обращение и сообщает, что вся контактная информация об ГУ «Управление туризма города Шымкент» размещена на официальном сайте государственных органов города Шымкент www.gov.kz и shymkent.gov.kz.

Кроме этого сообщаем, что направили Вам запрашиваемые Вами данные на электронную почту rashid@actionmedia.kz

ГУ «Управление туризма города Шымкент» сообщает Вам о необходимости пересмотра плана мероприятии высланного Вами в качестве приложении к письму.

На основании вышеизложенного, считаем целесообразным, проведение офлайн или онлайн встречу для утверждения плана графика выполнения услуг в соответствии технической спецификации к договору государственных закупках №59.

Руководитель управления **О. Шинтаев**

Қазақстан Республикасы Алматы қаласы ACTION MEDIA Республика Казахстан город Алматы

0000023

Приложение к Письму от Управления Туризма города Шымкент от 25 июня 2020 г. Исх.№ 36-04-48

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ 2019-2025

ТОП-50 КАРТЫ ТУРИСТИФИКАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ

Пункт **50**

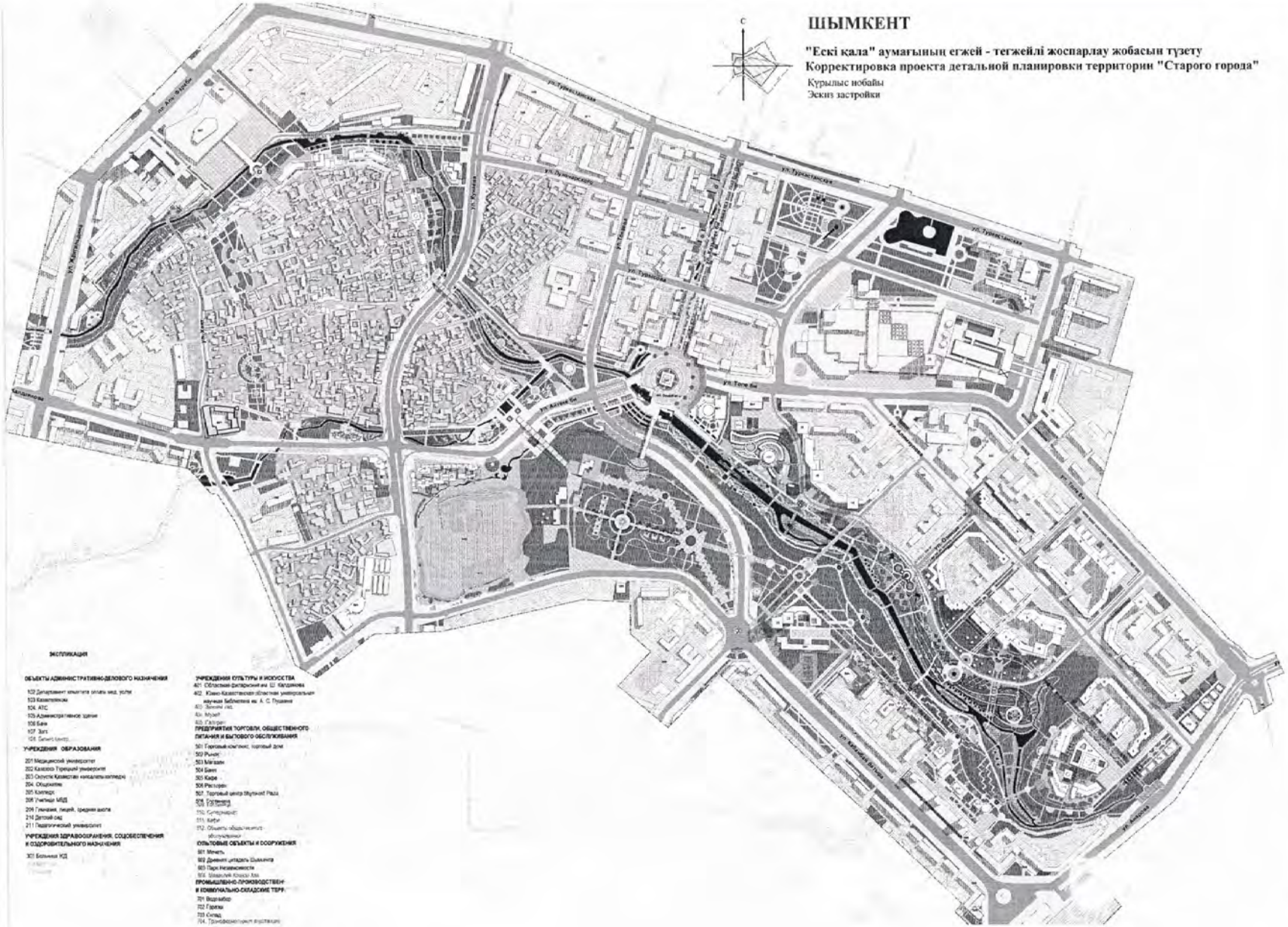
СТАРЫЙ ГОРОД (ШЫМКЕНТ)

«Старый город» – это комплекс историко-культурных объектов старой части города Шымкент. Туристификация Старого города предполагает обустройство благоустроенной зоны, включающая в себя несколько архитектурных комплексов, исторических объектов в один облик, в частности, древнее городище Шымкента «Цитадель», набережная реки «Кошкар ата», дом уездного начальника, мечеть «Жами», парк Независимости, восточный базар (Верхний рынок) и пр.

Потенциальный якорный объект г. Шымкент.

Необходимо проведение Туристификации - разработки мастер-плана комплекса Старого города для создания и функционирования привлекательной территории для туристов

Старый город (Шымкент)
ТОП-50 Карты
туристификации регионального уровня
Цитадель


ШЫМКЕНТ
"Ескі қала" аумағының егжей - тегжейлі жоспарлау жобасын түзету
Корректировка проекта детальной планировки территории "Старого города"
Құрылыс нобайы
Эскиз застройки
С
ЭКСПЛИКАЦИЯ
ОБЪЕКТЫ АДМИНИСТРАТИВНО-ДЕЛОВОГО НАЗНАЧЕНИЯ
102 Департамент комитета охраны мед. услуг
103 Казахтелеком
104. АТС
105 Административное здание
106 Банк
107 Загс
108. Загсы центр
УЧРЕЖДЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ
201 Медицинский университет
202 Казахско-Турецкий университет
203 Институт Казахстан инкаель-колледж
204. Общежитие
205 Колледж
206 Училищи МВД
209 Гимназия, лицей, средняя школа
210 Детский сад
211 Педагогический университет
УЧРЕЖДЕНИЯ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ, СОЦОБЕСПЕЧЕНИЯ И ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ
301 Больница КД
УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА
401. Областная библиотека им. Ш. Калдаякова
402. Южно-Казахстанская областная универсальная научная библиотека им. А. С. Пушкина
403. Зрелищ. зал
404. Музей
405. Галерея
ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ, ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И БЫТОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ
501 Торговый комплекс, торговый дом
502 Рынок
503 Магазин
504 Банк
505 Кафе
506 Ресторан
507. Торговый центр Шуранат Раза
508. Парикмах
510. Супермаркет
511. Кафе
512. Обществ. обществ. питания
ОБЛУЖИВАНИЕ
КУЛЬТОВЫЕ ОБЪЕКТЫ И СООРУЖЕНИЯ
601 Мечеть
602 Древний цитадель Шымкента
603 Парк Независимости
604. Мемориал Конаев Ал.
ПРОМЫШЛЕННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ И КОММУНАЛЬНО-СКЛАДСКИЕ ТЕРР.
701 Водозабор
702 Гаражи
703 Склад
704. Трансформаторная подстанция

По запросу от Управления Туризма была запланирована и проведена встреча 25 июня 2020 г в городе Шымкент с руководителем Управления Туризма города Шымкент, Шинтаевым О.М., на которой приступствовали маркетолог проекта Омарова Зауреш и менеджер проекта Ахмедов Гасан.

В ходе встречи выяснили пожелания и требования заказчика к проекту и к его исполнению.

Протокол встречи:

г. Шымкент **25 июня 2020 г.**

Встреча с Олжасом Шинтаевым, руководителем управления Туризма города Шымкент.

Основные тезисы встречи:

1. Изучить опыт создания мастер-плана Маккензи, так как было много критики со стороны общественности. Особенно изучить кейс Маккензи по Туркестану. Взять актуальную статистику, исключить завышение и дублирование цифр. Спрогнозировать актуальную цифру посещений.
2. Минимизировать бюрократию.
3. Проект не является медиа или маркетинговым, финальный документ ляжет в основу генерального плана застройки Старого Города.
4. Инвестиционный план будет утверждаться КазахИнвестом.
5. При разработке мастер-плана Туркестана опирались на опыт Конья (Турция). Также изучить методы управления Султан-Ахмет, София Айя и Топкапы как объекты наследия UNESCO. Можно также опираться на опыт Тбилиси (Грузия) и Баку (Азербайджана)
6. Строительство музеев не является магнитом, несмотря на важность в культурной миссии.
7. Шымкент на данный момент транзитный, внутренняя областная миграция составляет около 350-500 тысяч человек в день. Агломерация составляет от 2 до 5 млн человек.
8. Влияние на поток оказывает Ташкент, который всего в 100 км. Культурно, исторически и экономически Ташкент является и примером, и конкурентом Шымкенту. Особенно сейчас с либерализацией границ Узбекистана он оказывает влияние. Также нужно обратить внимание на строительство центрально азиатского приграничного таможенного центра по типу Хоргос, в связи с чем начнется борьба за туристов.
9. Узбекистан показывает 2.5 млн туристов в год, также есть чартеры. Учитывая климат 300 дней в году теплой погоды, то нужно будет думать о концепции 4 сезона. Купаться можно и зимой, по типу Турции.
10. ТЗ говорит об основных тезисах, но важно чтобы не привлечь туристов, а удержать. Пассажиропоток есть, но мало кто задерживается в городе больше суток.
11. На каждый потраченный тенге мы должны привлечь 5-10 тенге извне.
12. Предел мастер плана в строительстве должен быть выполним в течение его срока исполнения, пять лет. Опираться на бюджет города на туризм. Комитет по исполнению бюджета, маслихат и акимат будут утверждать план.
13. Физические границы на карте показал уже Турар. Олжас показал всю территорию старого города, от устья реки до цитадели. Ждём мнение архитекторов.
14. Олжас настаивал на участии Б.К. Аширбаева.
15. В экспертный совет также нужно включить турбизнес.
16. Айгуль Талапову внести в список экспертов. Убрать из списка тех кто умер и чей бизнес уже не активен.
17. Проверить всех экспертов на готовность участия.
18. Сакеев нежелателен так как часто меняет мнение на проекте Цитадели.
19. Экспертный совет должен сформировать один человек из авторитетов. Б.К.Аширбаев как вариант.
20. Чем больше людей, тем дольше согласование.
21. Провести среди экспертов анкетирование. "Что для вас Шымкент" кто, что хочет.
22. Олжас похвалил апекс за то, что они много знают о Шымкенте.
23. Когда утвердят план Цитадели то они нам его предоставят. Для понимания общей концепции.
24. Предложил консультироваться с Тураром, так как Олжас не видит необходимости в мастер плане. Нужно уточнить зачем он в принципе необходим.
25. Посмотреть кейс Көшпенділер әлемі и Игры Кочевников, и продумать событийный маркетинг. Также подумать про кейс АлашGames от КазахТуризма
26. Предложить варианты с сохранением домов и со сносом.
27. Попробовать найти инсайдерскую информацию с Ташкента. В плане маркетинга. Адван тур, Марко поло и т.д.
28. Создать среду удобную не только для туристов, но и для горожан, урбанистика
29. 3.1 с ТЗ разбить по профилям и с отделом урбанистики. Турар.

30. Создание модели с указанием дат создания объектов с высоты птичьего полета.
31. Привлечение земельщиков в плане инфраструктуры (ТБО, водоснабжения, газа, и т.п.)
32. Под мягкой инфраструктурой подразумевается указатели, инфобудки, знаки и т.п. (провести инвентаризацию и сверить с акиматом и городскими службами)
33. Не менее семи финмоделей включает в себя одну общую и минимум шесть моделей по отраслям. Учитывая особенности прохождения РБК
34. План по инвесторам 7и 8. Чем привлекательнее финмодель тем проще работа по привлечению инвестиций.
35. Не нужно чтобы план был в стол.

По предложению Управления Туризма заказчиком было предоставлено письмо поддержки в проведении круглого стола, а также для проведения экспертного опроса.

Письмо Исх№36-02-05/365 от 3 июля 2020 г.

«ШЫМКЕНТ ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРИЗМ БАСҚАРМАСЫ»
МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕСІ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«УПРАВЛЕНИЕ ТУРИЗМА ГОРОДА ШЫМКЕНТ»

160000, Шымкент қаласы, Nursultan Nazarbayev даңғылы, 10
тел.: 8 (7252) 247-445, 247-446, 247-43,
БСН 180740018845, коды ГУ 3809851
БИК KKMFKZ2A, ИИК KZ58070102KSN5901010
Шымкент қаласының Қазынашылық департаменті

160000, город Шымкент, проспект Nursultan Nazarbayev, 10
тел.: 8 (7252) 247-445, 247-446, 247-43,
БИН 180740018845, коды ГУ 3809851
БИК KKMFKZ2A, ИИК KZ58070102KSN5901010
Департамент Казначейства города Шымкент

№ 36-02-05/365
03.07.2020

Первому руководителю
(по списку)

Настоящим ГУ «Управление туризма акимата г. Шымкент» сообщает, что ТОО «Action Media» в рамках Договора о государственных закупках услуг г. Шымкент №592020-06-05 от 5 июня 2020 года осуществляет проект туристификации Старого города (района г.Шымкент).

В связи с этим, просим Вас оказать содействие ТОО «Action Media» в реализации вышеуказанного проекта и принять в нем активное участие в качестве эксперта.

Вам будет предложено пройти анкетирование по вопросам, связанным с Вашим восприятием и знанием Шымкента, а также пожеланиями и рекомендациями относительно развития туристического потенциала города.

Дополнительно, в случае стабилизации эпидемиологической ситуации, Вы будете приглашены к участию в круглом столе с остальными экспертами проекта, либо включены в список участников онлайн-обсуждения проекта.

Надеемся на Ваше содействие и активное участие в реализации столь важного для нашего города проекта.

И.о. руководителя управления **О. Шинтаев**

Исп.: Отдел развития туризма
Тел.: 8 7252 24 74 43
+7 700 533 88 67 – Гасан (Action Media)

Проведение рабочей встречи согласно плану графику работ, с участием экспертов, представителей заказчика и исполнителей:

1. Закиев Рашид, исполнительный директор ТОО «Action Media»
2. Ахмедов Гасан, руководитель проектов ТОО «Action Media»
3. Тобылбаева Жанна, генеральный-директор ТОО «Apex Consult»
4. Хаматдинова Алина, эксперт-консультант создания бренда Шымкент
5. Илимбаев Расул, заместитель председателя правления СПК города Шымкент-
6. Шинтаев Олжас, Руководитель управления по туризму города Шымкент
7. Нуримбетов Азамат, врио руководителя департамента развития туризма города Шымкент

Протокол рабочей встречи от 8 июля 2020 года, в городе Шымкент, парк Тәуелздік.

Протокол рабочей встречи

г. Шымкент, парк Независимости

8 июля 2020 г.

Цель: обсуждение рабочей группой основных моментов

1. Для эффективного использования объекта – дополнительно ориентировать внимание на местных жителей. Предложено размещение: ресторанной улицы с различным ценовым сегментом, банный комплекс.
2. Необходимо учесть регуляцию потока людей, чтобы направлять из одной точки в другую, создать кольцевую структуру объектов (например, из банного комплекса в бутики, в рестораны).
3. Сервисные услуги должны привлекать местных горожан, что позволит мотивировать местный бизнес, кроме того, туристы имеют культуру ходить в те места куда ходят местные жители.
4. Музеи нужно планировать с элементом торговли. Такие как, музей музыкальных инструментов, посуды, музей национальных видов спорта, музей ковров. Возможно создать столицу казахских видов спорта, так как уже есть база для Кокпара, а в амфитеатре проводить казакша курес.
5. Продумать концепт Набережной, со сносом и без сноса существующих объектов, которые будут в гармонии с проектом Старого Города.
6. Генеральный план города Шымкент на данный момент отсутствует, действует план Областного центра, в связи с этим первичный концепт Старого города необходимо предоставить до 31 августа, для основания последующего плана города.
7. При создании общего концепта мастер-плана учитывать расположение и направление автомобильных дорог и велодорожек, для единого плана развития транспортных узлов и общей инфраструктуры. Пример: улица Кунаева.
8. Необходимо учитывать концепцию полицентризма города, чтобы местные жители без острой необходимости не имели нужды ездить в другую часть города, что повысит удобство проживания, уровень жизни, создаст условия для МСБ, а также разгрузит дорожный поток. Придерживаться принципа джентрификации – реконструкции пришедших в упадок городских кварталов путём благоустройства и последующего привлечения более состоятельных жителей.
9. Сохранить образ исторического ряда Старого города, с его духом для контраста между Шымкент Сити.
10. Технически использовать опыт города Нур-Султан, для создания необходимой законодательной базы для привлечения инвестиций и формирования ГЧП.
11. На сегодняшний день, постепенный процесс изъятия земель строительного рынка начался.
12. Необходимо учесть существующий жилой фонд в зоне планирования, продумать буферную зону для застройки. Если есть возможность, привести постройки к единой айдентике/визуальному коду.
13. По зоне земель, принадлежащих юридическим лицам, предложить реновацию с учётом нового проекта. Также продумать создание облагороженных пешеходных дорожек и велодорожек VeloCity внутри частного сектора. Велокультура имеет потенциал к развитию, учитывая климат Шымкента. Оба концепта смогут создать условия для малого бизнеса, связывая Шымкент Плаза со Старым городом.
14. В качестве экспертов предложено участие Агитаева Садвакас, Аширбаева Бахытжана, Хаматдинова Алина, Касиенова Дюсена, Байтанасова Даулена, Байтанаева Бауыржана.
15. Принять во внимание строительство Центрально-азиатского приграничного таможенного центра, в Жибек Жолы, в котором планируется обслуживание физических лиц. Также в проекте ввод экономического коридора между Шымкентом и Ташкентом. Учесть фактор влияния Узбекистана на Южный Казахстан, также принять во внимание направленность Ташкента на деловой туризм. Шымкенту необходимо сохранить исторически сложившийся статус «перевалочной точки».

16. Экотуризм является трендом в нынешнее время, что необходимо понимать при создании мастер-плана. Продумать концепцию комбинированных туров Шымкент+Область, паломнические туры в Туркестан +Туры по старому городу.
17. В качестве руководителя архитектуры проекта, согласована кандидатура Б.К. Аширбаев.

Присутствовали:

Закиев Рашид, исполнительный директор ТОО «Action Media»

Ахмедов Гасан, руководитель проекта ТОО «Action Media»

Тобылбаева Жанна, генеральный директор ТОО «Apex Consult»

Хаматдинова Алина, эксперт-консультант создания бренда Шымкент

Илимбаев Расул, заместителе председателя правления СПК города Шымкент

Шинтаев Олжас, Руководителе управления по туризму города Шымкент

Нуримбетов Азамат, врио руководителя департамента развития туризма города Шымкент

Фотоматериалы с рабочей встречи, 8 июля 2020 г.
г. Шымкент, парк Тәуелсіздік

По итогам рабочей встречи были определены необходимые компоненты для исполнения проекта, а также решено переработать план-график работ, приведя его в соответствие с временем предоставления материалов профильными ведомствами Акимата города Шымкент.

Письмо от ТОО «Action Media» в Управление Туризма города Шымкент от 13 июля 2020 г.

Руководителю управления

туризма города Шымкент

О. Шинтаеву

13.07.20 20

В ответ на письмо исх. № 36-04-48 / 351 от 25.06.2020

Согласно запросу, высылаем следующие документы:

1. Протокол рабочей встречи на двух листах в одном экземпляре;
2. Обновленный план-график работ.

ТОО «Action Media» выражаем искреннюю признательность за помощь в проведении рабочей встречи по проекту «мастер-план по туристификации Старого Города Шымкент» от 8 июля 2020 года.

В свою очередь просим Вас оказать содействие в предоставлении следующей информации:

1. План по развитию автомобильных дорог от департамента транспорта города Шымкент;

2. План проекта VeloCity по размещению велошейринга и велосипедных дорожек в городе Шымкент;

3. Список экспертов в сфере туризма в городе Шымкент;

4. Поспособствовать в размещении анкеты для жителей города на online сервисе Visit Shymkent. Анкета прилагается.

С уважением,

исполнительный директор

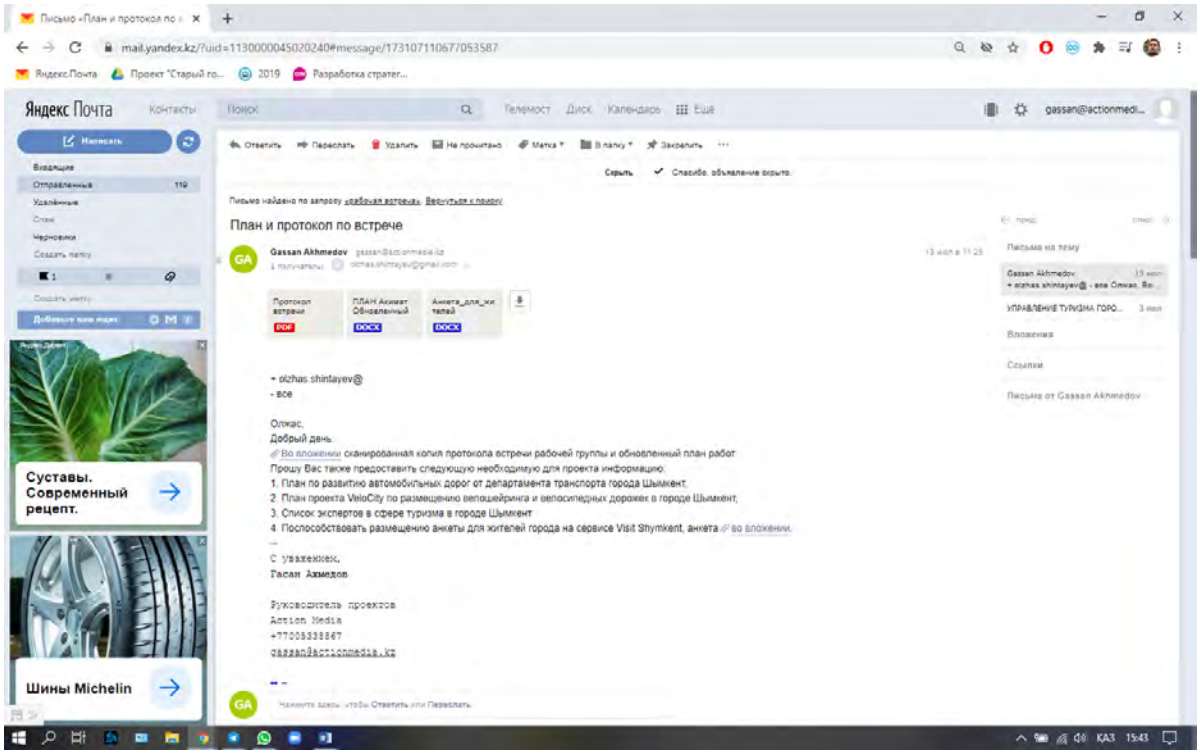
Р. Закиев

План-график мероприятий по разработке Проекта туристификации Старого города Шымкента для Акимата

Наименование мероприятий	Описание мероприятий	Срок выполнения
Понимание ожиданий, целей и задач Проекта	Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании. Определение ключевых экспертов рабочей группы. По итогам встречи - составление чек-листа по необходимым первичным данным от Заказчика для эффективной реализации Проекта.	25 июня 2020г.
Изучение места дислокации Проекта	Выезд экспертов рабочей группы на место расположения Старого города. По итогам выезда - определение зон ответственности каждого члена рабочей группы, уточнение настоящего плана-графика, создание графика выездов/постоянного пребывания экспертов по месту дислокации Проекта.	8 июля 2020г.
Раздел 1 «Исследование и анализ рынка туристских услуг г. Шымкент»	1.1. Маркетинговый анализ текущего спроса, количества туристских прибытий, рынков, генерирующих основные туристские потоки в г. Шымкент, характеристики рынков-источников посредством кабинетного исследования данных из открытых источников, а также данных, полученных от Заказчика.	до 20 июля 2020г.
	1.2. Анализ индустрии туризма г. Шымкент на основании данных в открытых источниках и данных от Заказчика (процессы развития и тенденции, влияющие на формирование, ключевые факторы успеха г. Шымкента и т.д.).	до 25 июля 2020г.
	1.3. Подготовка заключения по разделу с выводами и обоснованием актуальности разработки Проекта туристификации Старого города Шымкента.	до 15 августа 2020г.
Раздел 2 «Определение бизнес-модели»	2.1. Разработка концепции туристификации Старого города Шымкента с предоставлением 2-х вариантов видения использования земель под проект Старый город; - предоставление моделей международного опыта развития подобных объектов (минимум 2 дестинации) с указанием возможности использования удачного международного опыта в разрабатываемой концепции.	до 31 августа 2020г.
	2.2. Организация и проведение круглого стола с местным экспертным сообществом (историки-краеведы, ученые, представители туристической отрасли) для получения максимально информативного объема данных, для использования при разработке бизнес-модели Проекта.	до 15 августа 2020г.
	2.3. Создание бизнес-модели Проекта Старого города с определением основных компонентов: - наиболее привлекательных целевых сегментов (социально-демографические характеристики, стиль жизни и т.д.), - потребительского предложения (материальные и эмоциональные элементы предложения, особенности Старого города); - конкурентные преимущества Старого города и стратегии ее развития путем определения получения впечатлений и ожиданий туриста, создание уникальной системы опытов; - ключевые компоненты Старого города (отелей, недвижимости, развлекательных объектов, транспортной инфраструктуры и прочих туристских зон); - ключевой деятельности (планирование, маркетинг, менеджмент и т.д.) и партнеров для развития и управления Старого города (инвесторы, операторы отелей, управляющие компании, торговые партнеры и т.д.); - источников денежных поступлений (поступление денежных потоков в процессе деятельности Старого города) и ценовой политики на услуги.	до 27 августа 2020г.
	2.4. Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, рассмотрение и обсуждение бизнес-модели, внесение замечаний/дополнений.	до 31 августа 2020г.
Раздел 3 «Мастер-план»	3.1. Организация сессий рабочей группой для проведения обсуждений и консультаций предварительной версии мастер-плана с местным экспертным и туросообществом в г. Шымкент. Онлайн опрос экспертного сообщества.	до 30 июля 2020г.
	3.2. Создание иллюстрированного мастер-плана с детальным указанием использования земель под объекты Старого города в соответствующих масштабах, включая разработку 2-х карт проекта Старого города, в том числе 1 перспективу с высоты «птичьего полета»	до 31 августа 2020г.
	3.3. Подготовка и проведение видеопрезентации мастер-плана в произвольном формате. Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, рассмотрение и обсуждение мастер-плана, внесение замечаний/дополнений.	до 15 сентября 2020г.
Раздел 4 «Предложения по формированию общей инфраструктуры туризма Старого города»	4.1 Подготовка предложений по развитию инженерно-транспортной инфраструктуры Старого города, включая: - дороги, энерго-, тепло-, водообеспечение объектов, канализации, санитарно-гигиенических узлов, вывоза ТБО и др.инженерных сетей; - разработку технических планов: а) ландшафтной стратегии, б) концептуальной архитектурной стратегии.	до 11 сентября 2020г.
	4.2. Подготовка предложений по развитию «мягкой» инфраструктуры, но не ограничиваясь, следующими сферами:	до 11 сентября 2020г.
	- информационная инфраструктура для туристов и инвесторов; - формирование конкретных туристских продуктов для Старого города; - инфраструктура подготовки кадров для Старого города, туристского информационного центра.	
	4.3. Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, рассмотрение и модели инфраструктуры, внесение замечаний/дополнений.	до 15 сентября 2020г.
Раздел 5 «Разработка бренда»	5.1. Определение образа Старого города для создания бренда с отражением характера, стиля и духа центра г. Шымкента, включая разработку логотипа, слогана и позиционирования. Онлайн опрос жителей и гостей города.	до 15 августа 2020г.
	5.2. Согласование онлайн логотипа и слогана с Заказчика, рассмотрение предложений, дополнений.	до 31 августа 2020г.
Раздел 6 «Маркетинговая стратегия»	6.1 Определение маркетинговых целей, стратегии и тактики для создания, продвижения и реализации туристского продукта Старого города на внутреннем и международном рынках: - выбор целевых стран и городов, партнерство, целевые сегменты; - создание дорожной карты по реализации маркетинговой стратегии.	до 15 августа 2020г.
	6.2 Подготовка заключения по разделу с описанием стратегии и тактики продвижения Проекта туристификации Старого города Шымкента.	до 31 августа 2020г.
Промежуточный отчет, включающий раздел 1, 2, 5, 6 плана-графика	6.3. Подготовка промежуточного отчета, который включает в себя разделы 1, 2, 5, 6 плана-графика, в формате Word, а также таблицы в формате Excel, слайды в формате PPT с информацией об оказанных услугах по разделам 1, 2, 5, 6 настоящего плана-графика.	до 31 августа 2020г.
Раздел 7 «Проведение финансового исследования»	7.1 Создание устойчивой финансовой модели Старого города для усиления инвестиционной привлекательности Старого города.	до 15 сентября 2020г.
	7.2 Разработка не менее 7 финансовых моделей компонентов (недвижимость, отели, объекты общественного питания, ритэйл, СПА, развлекательные объекты и т.д.), содержание: - оценку требуемых инвестиций; - оценку денежных потоков; - финансовую модель основных компонентов развития Старого города; - оценку рентабельности основных компонентов Старого города с разработкой сценариев возврата инвестиций.	до 25 сентября 2020г.
Раздел 8 «План поиска инвесторов»	8.1 Создание плана действий по определению и привлечению инвесторов: - разработка инвестиционных пакетов (тизеров) на основные компоненты Старого города (не менее 5); - разработка предложений по необходимым механизмам поддержки от государства; - разработка проекта дорожной карты и плана действий по поиску инвесторов с определением необходимого финансирования.	до 15 сентября 2020г.
Доработка отчета, включая все разделы плана-графика	Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, обсуждение дополнений, изменений, устранение замечаний.	до 30 сентября 2020г.
Подготовка итогового отчета об оказанных услугах	Итоговый отчет включает в себя все разделы Проекта, в формате Word, а также таблицы в формате Excel, слайды в формате PPT с полной информацией об оказанных услугах с комментариями, выводами, заключениями и рекомендациями в 5 (пяти) экземплярах на казахском, русском и английском языках, а также подготовка презентации в Power Point и видеопрезентации произвольного формата.	до 30 октября 2020г.

Action Media помимо протокола встречи, плана-графика и протокола встречи, направили Управлению Туризма примеры анкет для опроса местных жителей и экспертного сообщества для проведения маркетингового анализа.

Скриншот электронного письма от 13 июля 2020 г.



Анкета_для_экспертов.docx

Анкета_для_жителей Шымкента.docx

Текст анкеты для экспертов:

ТУРИСТИФИКАЦИЯ СТАРОГО ГОРОДА ШЫМКЕНТ

Добрый день! Меня зовут_____, я представляю компанию Action Media, г.Нур-Султан. Наша компания осуществляет проект туристификации Старого города (района в г.Шымкент). Прошу Вас принять участие в данном проекте в качестве эксперта и ответить на вопросы нашей анкеты. Поделившись своими знаниями, Вы внесете неоценимый вклад в определение туристского потенциала данной дестинации.

Все сведения, полученные в ходе опроса, будут сохранены в полной конфиденциальности и использованы в целях подготовки рекомендаций по дальнейшей работе.

Заранее благодарим за Ваши ответы.

Раздел 1. Шымкент. Шымкентцы.

1. Знаете ли Вы что-нибудь о том, как жители Шымкента проводят свой досуг? (пожалуйста, укажите как бесплатные, так и платные варианты досуга)

   _____

2. Как Вам кажется, чего не хватает Шымкенту для увеличения потока туристов? (в плане культуры, досуга, развлечений)

   _____

3. Что, на Ваш взгляд, было бы интересно посмотреть/сделать туристам в Шымкенте?

   _____

4. Как Вы считаете, что в Шымкенте может не понравиться туристам, что может их раздражать?

   _____

5. Что, на Ваш взгляд, будет наиболее привлекательно и интересно туристам в Шымкенте?

   а) пешие прогулки вдоль Кошкар-Ата

б) купание у истока Кошкар-Ата

в) посещение музеев

г) осмотр достопримечательностей

д) другое_____

6. Что Вы знаете о выставках/музеях в Шымкенте?

_____

7. В какое время года лучше всего приезжать туристам в Шымкент?

_____

Раздел 2. «Старый город»

8. Что такое «Старый город»? Знаете ли Вы историю «Старого города»? Что Вы знаете о цитадели? Чем она может привлечь местных жителей, чем – туристов?

_____

9. Что, по-Вашему, должно окружать цитадель, какие здания и строения? Что должно располагаться внутри этих зданий и сооружений?

_____

10. Знаете ли Вы, где в Шымкенте начинается и где заканчивается «Старый город»? (Укажите любые известные Вам локации в указанном районе)

_____

11. Какие исторические события, явления, личности должны быть отражены и показаны в «Старом городе»?

_____

12. Что, на Ваш взгляд, должно быть обязательно в «Старом городе»? Чего точно НЕ должно быть (машин, ночных клубов, например?)

_____

13. Какую сумму, по Вашей оценке, готов будет потратить турист при посещении «Старого города», при условии пребывания там в течение уик-энда, например?

_____

14. Что могло бы побудить Вас посетить «Старый город»? Ради чего Вы бы поехали туда наверняка?

_____

15. Что бы Вы хотели купить в «Старом городе» и увезти с собой на память, а также в качестве подарков родным и друзьям?

_____

16. Если бы Вы были инвестором, вложили ли бы Вы деньги в Старый город? Если да, во что именно - в отель на территории Старого города? Ресторан? Жилой комплекс?

_____

Раздел 3. Рекомендации.

Пожалуйста, расскажите / опишите все, что Вы знаете / слышали о Старом городе, его истории, легендах - любую информацию, которая может оказаться полезной при разработке проекта туристификации этого района и которая не была озвучена в ходе настоящего опроса.

_____

Благодарим за участие в опросе!

ИНФОРМАЦИЯ ОБ ЭКСПЕРТЕ

ФИО эксперта
_____

Регион проживания_____
Род занятий_____

Возраст / _____/ полных лет

Пол: 1. Мужской 2. Женский
****

В связи с эпидемиологической ситуация в стране, опрос проводился онлайн, для чего была создана форма в сервисе google.

Ссылка на онлайн форму опроса:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeGyoMqcMI12w8Ha7HbzfydLpcpFW2CN136Y3u7CL2EU41bHg/viewform?usp=sf_link

Текст анкеты для жителей города Шымкент:

ТУРИСТИФИКАЦИЯ СТАРОГО ГОРОДА ШЫМКЕНТ

Добрый день! Меня зовут_____, я представляю компанию Action Media, г.Нур-Султан. Наша компания осуществляет проект туристификации Старого города (района в г.Шымкент). Прошу Вас принять участие в опросе, который проводится среди жителей Шымкента. Поделившись своими знаниями, Вы внесете неоценимый вклад в определение туристского потенциала данной дестинации.

Все сведения, полученные в ходе опроса, будут сохранены в полной конфиденциальности и использованы в целях подготовки рекомендаций по дальнейшей работе.

Заранее благодарим за Ваши ответы.

Раздел 1. Шымкент. Шымкентцы.

1. Как жители Шымкента проводят свой досуг? (пожалуйста, укажите как бесплатные, так и платные варианты досуга)

   _____

2. Как Вам кажется, чего не хватает Шымкенту для увеличения потока туристов? (в плане культуры, досуга, развлечений)

   _____

3. Что бы Вы хотели показать туристам в Шымкенте, чем Вы гордитесь в своем городе?

   _____

4. Как Вы считаете, что в Шымкенте может не понравиться туристам, что может их раздражать?

   _____

5. Что будет наиболее привлекательно и интересно туристам в Шымкенте?

   а) пешие прогулки вдоль Кошкар-Ата

   б) купание у истока Кошкар-Ата

   в) посещение музеев

г) осмотр достопримечательностей

д) другое_____

6. Любите ли Вы посещать выставки/музеи, что Вы знаете о выставках/музеях в Шымкенте?

_____

7. В какое время года лучше всего посещать Шымкент туристам?

_____

Раздел 2. «Старый город»

8. Что такое «Старый город»? Знаете ли Вы историю «Старого города»? Что Вы знаете о цитадели? Чем она может привлечь Вас, а чем – туристов?

_____

9. Что, по-Вашему, должно окружать цитадель, какие здания и строения? Что должно располагаться внутри этих зданий и сооружений?

_____

10. Где, на Ваш взгляд, начинается и где заканчивается Старый город? (Укажите любые известные Вам локации в указанном районе)

_____

11. Что, на Ваш взгляд, должно быть обязательно в «Старом городе»? Чего точно НЕ должно быть (машин, ночных клубов, например?)

_____

12. Стали бы Вы жить (приобрели бы/арендовали бы квартиру/дом) в районе Старого города на длительный срок - не как турист, а как житель города?

Раздел 3. Рекомендации.

Пожалуйста, расскажите / опишите все, что Вы знаете / слышали о Старом городе, его истории, легендах - любую информацию, которая может

оказаться полезной при разработке проекта туристификации этого района.

Благодарим за участие в опросе!

***

В связи с эпидемиологической ситуация в стране, опрос проводился онлайн, для чего была создана форма в сервисе google.

Ссылка на онлайн форму опроса:

https://forms.gle/HB1L2th7toCnjgyS7

РАЗДЕЛ 1 «ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ Г. ШЫМКЕНТ»

1.1. Анализ текущего спроса, количества туристских прибытий, рынков, генерирующих основные туристские потоки в г. Шымкент, характеристики рынков-источников;

1.2. Анализ индустрии туризма г. Шымкент (процессы развития и тенденции, влияющие на формирование, ключевые факторы успеха г. Шымкента и т.д.).

Маркетинговый анализ представлен в приложении №1 «Концепция туристификации Старого Города Шымкент» к данному отчету. Страницы 5-36

Заключение и выводы раздела.

Шымкент обладает огромным туристическим потенциалом, который уже сейчас привлекает туристов из разных уголков Казахстана и других стран. «Старый город» Шымкента с его историческим прошлым способен стать новой точкой притяжения туристов со всего мира и внести вклад в развитие туризма города в ощутимой степени.

Бауыржан Абишевич Байтанаев, советский и казахстанский археолог, доктор исторических наук, академик НАН РК, генеральный директор Института археологии имени А. Х. Маргулана: *«Я всем и всегда говорю, что я из Шымкента, пусть даже многим это не нравится, – смеется археолог с мировым именем. – Лучшего города я не знаю. Очень переживаю за будущее Шымкента. Но в одном я не сомневаюсь: наш город обречен на сенсации!»*

Рекомендации

1. Рекомендуется наладить активные коллаборации с Узбекистаном, путем привлечения к посещению Шымкента приезжающих в нее туристов. Основной объект таких коллабораций – европейский турист, приезжающий в Бухару и Хиву. Для такого туриста рекомендуется создать туристическое предложение, в котором Шымкент станет одним из пунктов посещения. Дополнительно рекомендуется планировать событийный туризм в Шымкенте, соотнося его с календарем событий в Ташкенте. Так, планирующие поездку в Ташкент, смогут посетить и Шымкент, если анонсируемое событие покажется им интересным.

2. Рекомендуется развитие туристического предложения, связывающего

Шымкент и Туркестан в единый туристический маршрут. Ключевым посылом такого предложения должно стать утверждение, что Шымкент – это ворота в самое сердце казахстанской духовности, Туркестан. Хотя туркестанский мавзолей Ходжа Ахмета Яссауи является главным местом притяжения для большинства людей, Шымкент предлагает удивительно приятную остановку для людей, желающих задержаться. Это и должно лечь в основу туристского предложения Шымкента для планирующих поездку в Туркестан и Туркестанскую область.

3. Учитывая то, что реализация проекта туристификации «Старого города» носит долгосрочный характер и займет несколько этапов на протяжении не одного года, рекомендуется усиление созданного образа города-сада Шымкента через рассадку садов на территории «Старого города» – абрикосовых, сиреневых, создание «бесконечной» аллеи тюльпанов. Несмотря на то, что цветение садов – дело не одного года, к моменту функционирования туристского объекта «Старый город» в штатном режиме можно будет организовывать тематические туры в момент цветения.

4. Учитывая наличие официального статуса у Шымкента города-миллионника и его привлекательности в глазах поклонников городского туризма, рекомендуется продвижение и активная работа по презентации туристических возможностей региона в крупных городах Казахстана. Туристское предложение «Выходного дня в Шымкенте» может работать все четыре сезона, круглый год привлекая внутреннего туриста, а также въездного туриста из России, к примеру. Рассмотреть возможность запуска лоукостера в г. Шымкент из стран СНГ.

5. Развитие рекреационного и развлекательного туризма рекомендуется усиливать в направлении популярных у горожан способов проведения досуга и излюбленных мест посещения. На основании результатов опроса жителей г. Шымкент рекомендуется включить Арбат в туристский кластер «Старого города», предусмотрев возможность пешей прогулки до Арбата из района «Старого города». Также важно учесть популярность у горожан ресторанов, кафе и летников, используя эту возможность в туристификации «Старого города». При этом открывается возможность создания уникального места в городе, где в непосредственной близости от туристского объекта расположен целый ряд объектов питания для максимального удобства и обеспечения возможности выбора у жителей и гостей города.

6. Рекомендуется использование потенциала событийного туризма в свете его привлекательности для иностранных туристов. Организация международного фестиваля «Көшпенділер әлемі», игр номадов,

реконструкция боев, костюмированные битвы, нациаональные фэшн-фесты могут стать магнитом для любителей зрелищного и приключенческого туризма. Обязательной рекомендацией в сфере событийного туризма является создание цикличных (повторяющихся) событий, слух о которых будет распространяться все дальше и дальше, привлекая любителей зрелищ со всего Казахстана и других стран. Так, например, каждые выходные на территории «Старого города» может проходить импровизированный караван из верблюдов и лошадей, в сопровождении купцов Великого Шелкового пути. Шествие может сопровождаться аниматорами для взросылх и детей, на пути следования каравана могут быть организованы тематические фотозоны.

1. Гастрономический туризм, обладающий огромнейшим потенциалом привлечения въездных туристов, также рекомендуется ориентировать, прежде всего, на иностранного туриста. Организация живых мастер-классов по жарке баурсаков, искусству скручивания хвороста, лепки курта с участием самих туристов способны привести в восторг даже самого искушенного путешественника.

2. Для увеличения туристских потоков в регион также рекомендуется увеличить количество туристических якорей в г. Шымкент – уникальных туристских объектов, легенд и загадок, способных пробуждать интерес к приключенческому и познавательному туризму. Вовлечь жителей города, проводить все культурные мероприятия на территории «Старого города» (выставки, конкурсы художников, дизайнерские показы и пр.), создание инфраструктурных объектов для жителей, детских учреждений культуры (музыкальную, арт-школу, театр, фотостудии и т. д.).

3. Для повышения узнаваемости Шымкента как внутри Казахстана, так и за его пределами рекомендуется усилить промо- и презентационную деятельность, направленную не на обобщенное представление Шымкента как туристической дестинации, а с акцентом на детали, точечные туристские объекты, конкретные события и мероприятия. Одним из вариантов усиления мер по привлечению туристов является приглашение иностранных, например, российских туроператоров, блогеров, журналистов в инфотуры по Шымкенту. »

30 июля 2020 г. На летней террасе отеля Rixos Khadisha проведена рабочая встреча с экспертным и бизнес-сообществом. На рабочей встрече на ряду с представителями ресторанного, отельного и туристического бизнеса также принимали участие историки, архитекторы и представители Акимата г. Шымкент.

В программе встречи были представлены следующие компоненты проекта:

- Маркетинговое исследование;
- Видение архитекторов ПФ «Градо».

В ходе обсуждения с экспертами было выделено следующее:

- Определены ключевые факторы, влияющие на индустрию туризма в регионе и городе.
- Опыт реализации проекта «Цитадель»
- Опыт работы индустрии HoReCa из первых уст.

Программа круглого стола 30 июля 2020 г.
Летняя терраса отеля Rixos Khadisha, г. Шымкент

ПРОГРАММА КРУГЛОГО СТОЛА:

«ПРОЕКТА ТУРИСТИФИКАЦИИ СТАРОГО ГОРОДА г. ШЫМКЕНТА»

Место проведения: г. Шымкент, RIXOS KHADISHA
Время проведения: 30 июля 2020 года, 14:30 – 17:20

14:30 - 15:00	**АККРЕДИТАЦИЯ УЧАСТНИКОВ КРУГЛОГО СТОЛА**
14:30 - 15:10	**Приветственный кофе-брейк**
15:10 - 15:20	**Представление участников** Модератор: Гасан Михайлович – руководитель проекта «Action Media»
15:20 - 15:30	**Приветственное слово Руководителя управления туризма Акимата города Шымкент** – Шинтаев Олжас Маратович
	СЕССИЯ «ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ г. ШЫМКЕНТ»
15:30 -15:40	**Тема: «Презентация маркетингового анализа текущего спроса, количества туристских прибытий, рынков, генерирующих основные туристские потоки в г. Шымкент»** Спикер: Омарова Зауреш - маркетолог проекта
15:40 - 15:50	**Тема: «Анализ индустрии туризма г. Шымкент. Результаты опроса жителей и экспертов»** Спикер: Омарова Зауреш - маркетолог проекта.
	СЕССИЯ «РАССМОТРЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ БИЗНЕС МОДЕЛИ И МАСТЕР ПЛАНА СТАРОГО ГОРОДА»
15:50-16:10	**Тема: «Видение по расположению объектов Старого города и ключевых компонентов»** Спикер: Маметов Аркинжан Ахметжанович – директор Проектной группы «Градо» Спикер: Щербинин Михаил – архитектор проектной группы «Градо»
	Дискуссия
16:10-16:20	**Эксперты архитектурного сообщества, научные деятели и урбанистики**
16:20-16:30	**Эксперты туристского сообщества**
16:30-16:40	**Эксперты гостиничного и ресторанного бизнеса**
16:40-16:50	**Обсуждение мнений**
16:50-17:10	**Тема: «Предложения по визуальному стилю архитектурного решения, дизайн – кода Старого города»** Спикер: Щербинин Михаил – архитектор проектной группы «Градо» Спикер: Хаматдинова Алина Наильевна - эксперт-консультант создания бренда Шымкент
17:10-17:20	**Дискуссия , подведение итогов**
17:20-17:30	**Подписание протокола заседания круглого стола**
17:30	**Shuttle bus до Старого города**

Список участников круглого стола 30 июля 2020 г.
Летняя терраса отеля Rixos Khadisha, г. Шымкент

УЧАСТНИКИ КРУГЛОГО СТОЛА

Место проведения: г. Шымкент, RIXOS KHADISHA
Время проведения: 30 июля 2020 года, 14:30 – 17:20

№	ФИО УЧАСТНИКА	ДОЛЖНОСТЬ
1	ШИНТАЕВ ОЛЖАС МАРАТОВИЧ	Руководитель управления по туризму Акимата города Шымкент
2	НУРИМБЕТОВ АЗАМАТ АЛМАТОВИЧ	И.о. руководителя отдела развития туристской деятельности города Шымкент
3	АШИРБАЕВ БАХЫТЖАН КУДАЙБЕРГЕНОВИЧ	Главный архитектор ЮКО, лауреат Государственной премии
4	АГИТАЕВ САДВАКАС САХИЕВИЧ	Архитектор-реставратор научно-исследовательского и проектного филиала РГП «Казреставрация»
5	ИЛИМБАЕВ РАСУЛ РУСЛАНОВИЧ	Заместитель председателя правления СПК города Шымкент
6	МАМЕТОВ АРКИНЖАН АХМЕТЖАНОВИЧ	Директор Проектной группы «Градо»
7	ЩЕРБИНИН МИХАИЛ	Архитектор проектной группы «Градо»
8	АХМЕДОВ ГАСАН МИХАЙЛОВИЧ	Руководитель проектов «Action Media»
9	ТОБЫЛБАЕВА ЖАННА АСКАРОВНА	Консультант маркетинговой компании
10	ОМАРОВА ЗАУРЕШ ТАЛГАТОВНА	Магистр маркетолог
11	АХБЕРДИЕВА ГУЛЬМИРА АСАТИЛЛАЕВНА	Руководитель управления туризма Туркестанской области
12	ХАМАТДИНОВА АЛИНА НАИЛЬЕВНА	Эксперт-консультант создания бренда Шымкент
13	ИБРАГИМОВ КАХРАМАН ХАБИБУЛЛАЕВИЧ	Собственник ресторана «Кук-сарай» и «Ак-сарай», партнер сети ресторанов «Мейрам –групп»
14	ИБРАГИМ ЧЕЛИК	Генеральный менеджер RIXOS KHADISHA SHYMKENT
15	АЗИЗОВ ДАУРЕН	Генеральный директор гостиницы «Кайнар»
16	САГИНДИКОВ БАКЫТЖАН	Генеральный директор гостиницы «Канвас»
17	ОМИР ШЫНЫБЕКУЛЫ	Консультант исторических наук
18	МИРОШНИЧЕНКО ПЕТР	Гид экскурсовод
19	КАЛАНИ ИСЛАМ	Гид экскурсовод
20	БУХАРЕВА ВИКТОРИЯ	Экспедиция ЮГ
21	ШАТАЛИНА ОЛЬГА	Туристский оператор «Turkestan Elit Tour»

Фотографии с круглого стола, 30 июля 2020 г.
Летняя терраса отеля Rixos Khadisha, г. Шымкент

Фотографии с круглого стола, 30 июля 2020 г.
Летняя терраса отеля Rixos Khadisha, г. Шымкент

Фотографии с круглого стола, 30 июля 2020 г.
Летняя терраса отеля Rixos Khadisha, г. Шымкент

РАЗДЕЛ 2 «ОПРЕДЕЛЕНИЕ БИЗНЕС-МОДЕЛИ»

2.1. Разработка концепции туристификации Старого города Шымкента. - разработка 2-х вариантов видения использования земель под проект Старый город; - предоставление моделей международного опыта развития подобных объектов (мин. 2 дестинации).

2.2. Определение основных компонентов бизнес-модели Старого города для обеспечения рентабельности, узнаваемости и долгосрочной конкурентоспособности, с использованием международного опыта и методологий: - определение наиболее привлекательных целевых сегментов (социально-демографические характеристики, стиль жизни и т.д.); - определение потребительского предложения (материальные и эмоциональные элементы предложения, особенности Старого города); - разработка конкурентных преимуществ Старого города и стратегии ее развития путем определения получения впечатлений и ожиданий туриста, создание уникальной системы опытов. - определение ключевых компонентов Старого города (отелей, недвижимости, развлекательных объектов, транспортной инфраструктуры и прочих туристских зон); - определение ключевой деятельности (планирование, маркетинг, менеджмент и т.д.); - определение ключевых партнеров для развития и управления Старого города (инвесторы, операторы отелей, управляющие компании, торговые партнеры и т.д.); - определение источников денежных поступлений (поступление денежных потоков в процессе деятельности Старого города); - определение ценовой политики на услуги.

Бизнес-модель представлена в приложении №1 «Концепция туристификации Старого Города Шымкент» к данному отчету, страницы 60-94

Заключение и выводы раздела.

Предлагаемый формат концентрированной бизнес-модели за счет географически локализованной в пределах отдельного туристского объекта Цитадели позволит привлечь туриста на ключевой объект, но получение основного дохода будет происходить за счёт комплекса услуг (размещение, питание, торговля, отдых).

Результативность выбранной бизнес-модели будет оцениваться в возникшем интересе предпринимателей и инвесторов, а также региональных туристских администраций к созданию менее масштабных аналогичных региональных и локальных кластерных туристских образований на местах.

Потребительское предложение «Старого города» включает в себя три основных эмоциональных элемента, соединенных в едином продукте – культурно-познавательный (историческая уникальность объекта), рекреационно-развлекательный (туристские зоны) и приключенческо-эмоциональный (городской туризм), что позволит удовлетворить основные потребности человека (здесь – туриста). Первые две базовые потребности в питании, отдыхе, комфорте и безопасности обеспечиваются рекреационно-развлекательным элементом предложения. Отсутствие необходимости покидать пределы «Старого города» для того, чтобы поесть, а также возможность выбрать место для проживания там же, в шаговой доступности делает отдых туриста безопасным и комфортным. Духовные потребности – обеспечиваются культурно-познавательным элементом. Посетитель музея под открытым небом, погружаясь в историю, получая новые знания (а для внутренних туристов это еще и познание истории своего народа, причастность к своему прошлому), развивает тем самым свои высокие ценности и предполагает духовное развитие.

При условии введения в эксплуатацию всех предусмотренных настоящей бизнес-моделью объектов общее количество созданных рабочих мест составит 5 066 единиц (сокращение текущего уровня безработицы на 22%).

Постпандемический период обусловит ограничение на международные поездки, что представляет возможность развивать внутренний и региональный въездной туризм из Центрально-азиатского региона и стран СНГ, авиасообщение с которыми будет налаживаться быстрее, чем с другими международными дестинациями. Несмотря на то, что общие показатели заполняемости гостиниц все еще будут низкими из-за сокращения международного туризма, быстрое восстановление внутреннего туризма, а также потенциал развития въездного туризма их Центрально-Азиатского региона и стран СНГ, поможет смягчить воздействие на весь туристический сектор.

Рекомендованная бизнес-модель с комплексным туристическим предложением с концентрацией всех развлекательных услуг в одном месте для удобства местных жителей будет менее подвержена влиянию пандемии, чем бизнес-модели, полагающиеся исключительно на международных посетителей. Тем не менее, фокус на международных посетителях должен оставаться несмотря на то, что в первое время пост-пандемического периода «Старый город» будет привлекать больше внутренних посетителей.

Для планомерного воплощения в жизнь предлагаемой бизнес-модели необходимо поэтапное возведение/ реконструкциия объектов обслуживания

туристов, модернизацию их инженерно-технического оснащения при сохранении внешнего облика, выявление и подчеркивание индивидуальности каждой культурно-туристской зоны и комплекса с использованием выразительных архитектурных сооружений, ландшафтных объектов и элементов благоустройства.

Рекомендации

1. Формировать и развивать дестинацию «Старого города» как туристский кластер со сконцентрированной на определенной территории

группы взаимосвязанных провайдеров туристских услуг. Взаимодействующие и взаимодополняющие друг друга организации, функционирующие на территории туристского объекта, обеспечат синхронное движение к единой цели по созданию комплексного туристского продукта.

2. Придерживаться рекомендованного концентрированного формата бизнес-модели для успешного позиционирования туристского объекта. Приоритетность посещения Цитадели перед другими видами туристской деятельности на территории «Старого города» позволит использовать якорный объект в качестве мощного магнита для туристов. Посещение Цитадели, в свою очередь, повлечет за собой потребление остальных туристских продуктов и услуг, предлагаемых в качестве комплексного потребительского предложения.

3. Уникальное торговое предложение «Старого города», соединившее в себя историческую уникальность, территориальную особенность, удобное местоположение, особенности участка, природу и климат, а также возможность получения комплекса туристских услуг в одном месте, должно ложиться в основу коммуникационной стратегии, видоизменяясь в ключевых месседжах в зависимости от потребностей разных целевых сегментов.

4. В разрезе ключевых целевых сегментов рекомендовано продвигать внутренний (казахстанский) и региональный въездной (страны Центральной Азии, Россия) туризм в постпандемический период, чтобы содействовать восстановлению туристского сектора в период значительно меньшего объема международных туристских потоков. Это поможет активизировать туристический сектор г. Шымкент, обеспечивая столь необходимый доход для отелей, ресторанов и туристских достопримечательностей. Хотя цель будет заключаться в том, чтобы содействовать туризму в краткосрочной перспективе, это также может оказать положительное долгосрочное воздействие и в отдаленный период времени.

5. Увеличивать внутренние авиаперевозки через авиакомпанию лоукостер, а также включать в сетку полетов как можно больше регулярных рейсов из восточных и северных регионов РК, из Центрально-азиатского региона (Азербайджан, Кыргызстан, КНР) и северных регионов России (Тюмень, Томск, Новосибирск, Омск, Челябинск, Барнаул) как источник туристских потоков с большим потенциалом. Учитывая влияние пандемии, самолеты считаются относительно безопасными, учитывая их современные фильтры. Автобусы и поезда могут рассматриваться как транспорт с повышенным риском. Казахстан имеет особенно хорошее расположение для привлечения внутренних авиапассажиров благодаря низким тарифам и молодому населению, которое желает путешествовать.

6. Инициировать рассмотрение возможности формирования «зеленых полос», способствующих развитию туризма и экономической деятельности. Использовать программу ЦАРЭС в качестве платформы для двусторонних и многосторонних соглашений. Концепция «зеленой полосы» предоставляет для стран, которые относительно преуспели в сдерживании распространения вируса, возможность открыться друг другу с соблюдением определенных руководств или требований. Требования для поездок по «зеленой полосе» варьируются в зависимости от страны, но могут включать отрицательный результат теста на COVID-19, который необходимо получить до поездки. Также есть возможность установить ограничения на количество путешественников в день.

7. Инициировать трансформацию опыта перевозок посетителей, прибывающих в город и системы работы аэропортов и вокзалов г. Шымкент, чтобы минимизировать риск распространения вируса. Необходимо ускорение внедрения новых технологий для поддержки бесконтактных авиа- и наземных путешествий. Необходимо создание процедур по управлению ограничениями пропускной способности, для соблюдения требований социального дистанцирования, особенно в терминалах аэропорта города. Используя новые технологии, пассажиры могут проходить мимо стойки регистрации и оставлять свой багаж на багажной ленте без необходимости взаимодействия с персоналом.

9. Благоустройство и безопасность аэропортов, железнодорожных и автовокзалов будет способствовать активизации туризма в Шымкенте и созданию новых рабочих мест в пост-пандемический период. Соблюдая новые мировые стандарты, Шымкент будет способствовать возобновлению международных поездок и сокращению негативного влияния пандемии на развитие туризма в мегаполисе.
10. В целях обеспечения прогнозной посещаемости «Старого города»

туристами и местными жителями важно следовать рекомендованному графику введения/реконструкции объектов в соответствии с предложенным распределением объектов. Продуманная застройка каждой рекомендованной зоны обеспечит получение посетителем комплекса услуг в соответствии с описанным в данном разделе концептом бизнес-модели. Кроме того, введение на каждой зоне части объектов в течение каждого этапа строительства/реновации обеспечит создание кольцевого маршрута туриста по всем объектам. Это поможет достичь запланированных показателей по оцененному размеру среднего чека и выполнить прогнозный план по денежным поступлениям.

11. Для отслеживания и управления развитием туристского объекта в рамках предложенной бизнес-модели рекомендуется создание инициативной управляющей компании. Основной функцией управляющей компании должно стать управление всеми бизнес-процессами «Старого города». На первом этапе ввиду высоких организационных рисков, связанных с созданием дополнительных институтов, функции управляющей компании может выполнять руководство ТИЦ или городское Управление туризма. Дополнительно, к работе управляющей компании должна подключаться и деятельность неформальных институтов (в форме экспертных или рабочих групп, городских советов по развитию туризма) по анализу государственных и частных инициатив в сфере туризма. В работе групп должны принимать участие представители профильных местных исполнительных органов, представители туристских компаний. Данные группы должны на начальной стадии оказывать содействие инициаторам в проработке, прохождения процедур согласования, продвижения проекта, работа с инвесторами. Активная работа таких групп по защите и развитию проекта туристификации «Старого города» на региональном и государственном уровнях позволит достичь максимально возможных результатов для развития не только туристского объекта, но и всего города.

13. Рассмотреть возможность предоставления пакетов финансовой поддержки в виде льготных кредитов и кредитных гарантий малому и среднему бизнесу, инвестирующему в «Старый город». Пакетов общей поддержки для туристической отрасли посредством таких льгот, как субсидирование заработной платы, снижение налогов или частичное/полное освобождение от их оплаты на определенный период. Предоставление земельных участков в частную собственность с обязательным условием сохранения их целевого назначения способно простимулировать интерес инвесторов, в первую очередь, из числа казахстанского бизнес-сообщества.

14. Планировать коммуникационную стратегию «Старого города» строго в соответствии со строительством/реновацией его объектов и

инфраструктурным развитием. Это обеспечит рациональное использование маркетингового бюджета и повысит эффективность рекламной кампании, делающей акцент исключительно на действующих объектах.

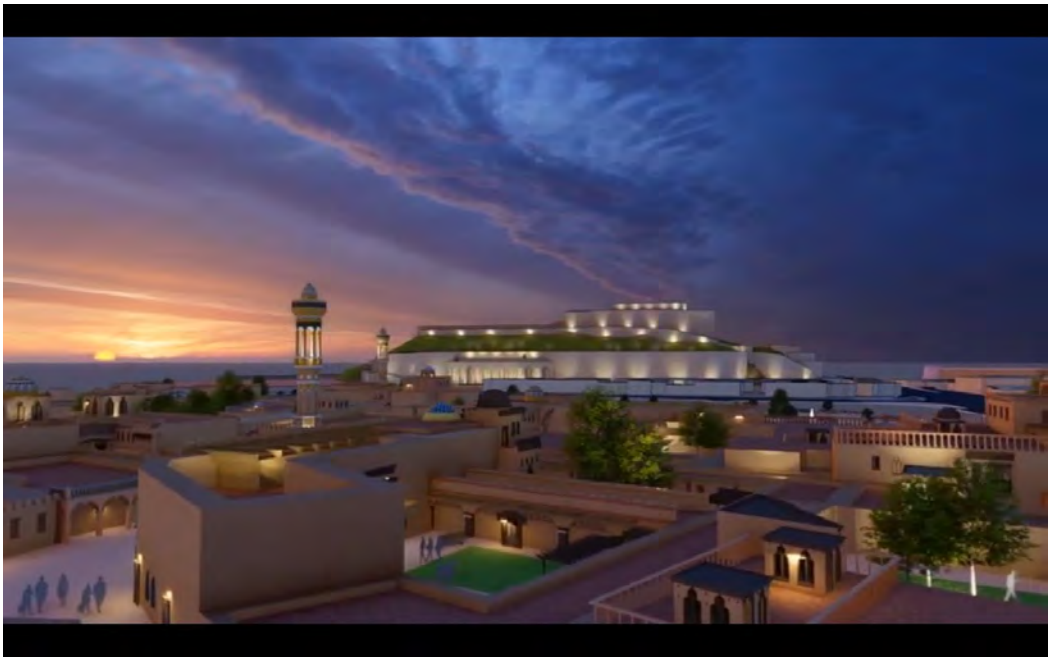
РАЗДЕЛ 3 «МАСТЕР-ПЛАН»

3.1. Создание иллюстрированного мастер–плана с указанием использования земель под объекты Старого города;

- организация сессий для проведения обсуждений и консультаций предварительной версии мастер-плана с местным, экспертным и тур-сообществом;
- разработка иллюстрированного мастер-плана с детальным указанием объектов Старого города в соответствующих масштабах;
- 2 карты проекта Старый город, включая 1 перспективы с высоты «птичьего полета»;
- видеопрезентация мастер-плана в произвольном формате. Представлена в ролике по ссылке ниже.

Альбом с мастер-планом предоставлен в приложении №3 «Альбом мастер-план туристификации Старого Города Шымкент»

Видеопрезентация проекта представлена в двух роликах.



Ссылка на ролик:

https://www.youtube.com/watch?v=hRetBFXZXs4&feature=youtu.be&ab_channel=ActionMedia

Ссылка на ролик:

https://www.youtube.com/watch?v=jGtFSAck0r0&feature=youtu.be&ab_channel=AskhatSaduov

РАЗДЕЛ 4 «ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ОБЩЕЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА СТАРОГО ГОРОДА»

4.1 Предложения по развитию инженерно-транспортной инфраструктуры Старого города, включая: - дороги, энерго-, тепло-, водо-обеспечение объектов, канализации, санитарно-гигиенических узлов, вывоза ТБО и др. инженерных сетей; - разработка технических планов:

а) ландшафтной стратегии,

б) концептуальной архитектурной стратегии.

4.2. Предложения по развитию «мягкой» инфраструктуры, но не ограничиваясь, следующими сферами:

- информационная инфраструктура для туристов и инвесторов;
- формирование конкретных туристских продуктов для Старого города;
- инфраструктура подготовки кадров для Старого города, туристского информационного центра.

Мягкая инфраструктура

Вдоль основных тур маршрутов «Старого города» рекомендуется установка информационных табло с наименованием улиц на казахском, русском и английском языках, указателей, табличек, цифровых паспортов. Эти элементы мягкой инфраструктуры являются удобными и необходимыми инструментами дополнительного географического ориентирования. Кроме того, рекомендуется установка на автобусных остановках цветных современных схем проезда и карты для туристов с определением местоположения самого туриста и основных туристских объектов поблизости.

Все современные объекты популярных среди туристов мест по всему миру снабжены специальными таблички с QR-кодами. Просканировав их с помощью специального мобильного приложения, можно тут же получить всю информацию об объекте.

К "мягкой" инфраструктуре относятся недорогостоящие, но крайне важные проекты и мероприятия, которые повысят конкурентоспособность туристской дестинации, включающие представление высококачественной информации туристам и инвесторам, высокий уровень образования и подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

Проекты и мероприятия, относящиеся к информационной среде, включают, но не ограничиваются следующим:

1) организация работы ТИЦ, предоставляющего бесплатную туристскую информацию, возможности бронирования турмашрутов, приобретения турпакетов, получения информации о местах авто- и велопроката, приобретения сувениров и прочего;

2) туристские указатели в основных местах туристских достопримечательностей, гостиницах и других местах размещения, аэропортах, на железнодорожных вокзалах, центральных автовокзалах, в портах, а также других местах туристского интереса;

3) гарантированные программы – культурные, экскурсионные и другие программы, предлагаемые туристской дестинацией;

4) карты дестинации, предлагающие пакет туристских достопримечательностей, услуг и продуктов дестинации;

5) мониторинг спроса дестинации (например, уровень удовлетворенности посетителей), предложений (например, гостиничное обслуживание), конкурентов, продуктов и т.д.;

6) партнерство среди заинтересованных сторон, вовлеченных в развитие гостиниц и других мест размещения, ресторанов, туристских достопримечательностей, туроператоров, авиалиний, местных исполнительных органов, университетов, средств массовой информации и др.;

7) формирование положительного отношения местного населения к туристам с помощью семинаров, информационных брошюр и других мероприятий, демонстрирующих положительные результаты от развития туризма;

8) привлечение как местных, так и иностранных инвесторов в развитие индустрии туризма.

Развитие и управление. Выгоды

В главе «Кластерный подход» раздела «Концепт бизнес-модели» рекомендовано создание инициативной управляющей компании для «Старого города». Основной функцией управляющей компании должно стать управление всеми бизнес-процессами туристского объекта. На первом этапе ввиду высоких организационных рисков, связанных с созданием дополнительных институтов, функции управляющей компании может выполнять руководство ключевого базового объекта (ТИЦ) или городское Управление туризма. На примере международного опыта управлением Ичери-шехер в Баку занимается специально созданное Управление государственного историко-архитектурного заповедника «Ичери-шехер», имеющее свой устав. Управление осуществляет контроль финансовых потоков Ичери-шехер, занимается заключением договоров аренды с дипломатическими организациями, отелями и ресторанами, арендующими площади на территории Ичери-шехер. Маркетингом в Ичери-шехер

управляет ТИЦ, расположенный там же, на территории историко-архитектурного заповедника.

В рамках настоящего проекта рекомендовано создание управления или управляющей компании в форме юридического лица, которая будет не только заниматься организацией туристической деятельности «Старого города», но и вопросами привлечения инвестиций, включая продвижение туристского объекта среди местного и республиканского бизнес-сообщества, а также координации вопроса использования земель. Альтернативой управляющей компании может стать туристский консорциум, однако существует риск, что подобный формат управления объектом будет сведен исключительно к защите интересов туристской отрасли. При этом вопросы использования земель и другие административные вопросы могут остаться открытыми.

В компетенцию управляющей компании входит и управление финансовым блоком, описанным в бизнес-модели (Таблица18). Функции управляющей компании в финансовом блоке призваны не только включать в себя привлечение инвесторов к созданию и ведению бизнеса на территории «Старого города», но и подразумевать аналитический, прогнозный и регулирующий компоненты. Одним из ключевых показателей финансовой эффективности туристского объекта является его вклад в объем валового регионального продукта (ВРП) в секторе соответствующих услуг, например, в услугах по питанию и проживанию. Далее, в масштабах страны необходимо оценивать эффективность туристского объекта в ключе доли ВРП города в ВРП страны.

Понимание финансовой ситуации по всем объектам «Старого города» позволит управляющей компании эффективно взаимодействовать и устанавливать объективную обратную связь с ключевыми стейкхолдерами проекта. Грамотное прогнозирование и адекватная оценка финансовых возможностей каждого объекта являются ценной информацией для всех участников процесса – участников турбизнеса, местного бизнес-сообщества, потенциальных инвесторов.
Дополнительно, к работе управляющей компании должна подключаться и деятельность неформальных институтов (в форме экспертных или рабочих групп, городских советов по развитию туризма) по анализу государственных и частных инициатив в сфере туризма. В работе групп должны принимать участие представители профильных местных исполнительных органов, представители туристских компаний. Данные группы должны на начальной стадии оказывать содействие инициаторам в проработке, прохождения процедур согласования, продвижения проекта, работа с инвесторами. Активная работа таких групп по защите и развитию

проекта туристификации «Старого города» на региональном и государственном уровнях позволит достичь максимально возможных результатов для развития не только туристского объекта, но и всего города.

Видение использования земель

Историческую ценность территории «Старого города» представляет сохранившаяся архитектурно-планировочная структура старых улиц и дорог, дающая основание рассматривать данную территорию в качестве памятника градостроительного искусства. Проектом рекомендуется проведение планомерной реконструкции кварталов махалля, в частности приведение в единый восточный стиль ограждений и фасадов вдоль улиц (сводчатые арки, геометрический орнамент, кирпичная кладка и т. д.), с уютными узкими улицами, глухими стенами, дувалами. Активное общественное пространство переносится с улицы на благоустроенные внутриквартальные площадки. При этом локальные площадки, дворики (патио) в общей планировочной структуре будут являться частью общей системы перетекающих межквартальных пространств.

Для всестороннего рассмотрения видения использования земель предлагается два варианта.

Таблица 26. Видение использования земель в двух вариантах.

I Вариант	**II Вариант**
Вариант не предусматривает большого сноса, базируется на преимуществе использования земель без объемного финансирования со стороны государства. Проект нацелен на постепенную смену функционального назначения жилых домов на объекты обслуживания гостей «Старого города». Риски: долгое время реализации от 10 до 20 лет.	Вариант подразумевает большой снос имеющихся на территории «Старого города» построек. Строительство «крепостной стены», размещение парков и других объектов на освоенной территории для привлечения большего количества посетителей потребует больших инвестиций. Риски: длительная и спорная процедура выкупа земельных участков, принадлежащих различным физическим и юридическим лицам. Затяжной поиск инвестора для больших инвестиций.

Настоящим Проектом в большей степени рекомендовано отказаться от

тотального сноса имеющихся жилых построек непрезентабельного вида. Рекомендовано изменение внешнего вида «Старого города», что будет менее затратным и более доступным в плане реализации. Для того чтобы убедить местное население о необходимости изменения фасадов их жилых домов в соответствии с историческими данными, необходимо предусмотреть первоначальные льготы и преференции для жителей, в том числе открывать гостевые дома, развивать ремесленный бизнес. Отдельным местным жителям, согласным на снос их жилья, будет предложен новый вариант постройки.

Помимо разработки механизма согласования ремонтных работ фасадов жилых домов, необходимо показательное действие, которое убедит местных жителей в том, что район, в котором они живут, действительно преображается и нацелен на привлечение туристов и повышение благосостояния горожан. В этой связи необходимо привести в порядок территорию, прилегающую к Цитадели, а именно предусмотреть ликвидацию строительного базара, который прилегает к холму городища и выходит на ул. Айтеки би. После переноса базара с данной территории необходимо произвести укрепительные работы Северной части холма, которая может разрушиться под собственным давлением. Целевое назначение данного участка предлагает несколько вариантов застройки – от государственных учреждений (детский сад, школа, акимат, ТИЦ) до парка или территории для парковки.

Общие выводы и рекомендации по разделу

Предлагаемый формат концентрированной бизнес-модели за счет географически локализованной в пределах отдельного туристского объекта Цитадели позволит привлечь туриста на ключевой объект, но получение основного дохода будет происходить за счёт комплекса услуг (размещение, питание, торговля, отдых).

Результативность выбранной бизнес-модели будет оцениваться в возникшем интересе предпринимателей и инвесторов, а также региональных туристских администраций к созданию менее масштабных аналогичных региональных и локальных кластерных туристских образований на местах.

Потребительское предложение «Старого города» включает в себя три основных эмоциональных элемента, соединенных в едином продукте – культурно-познавательный (историческая уникальность объекта), рекреационно-развлекательный (туристские зоны) и приключенческо-эмоциональный (городской туризм), что позволит удовлетворить основные потребности человека (здесь – туриста). Первые две базовые потребности в питании, отдыхе, комфорте и безопасности обеспечиваются рекреационно-развлекательным элементом предложения. Отсутствие необходимости

покидать пределы «Старого города» для того, чтобы поесть, а также возможность выбрать место для проживания там же, в шаговой доступности делает отдых туриста безопасным и комфортным. Духовные потребности – обеспечиваются культурно-познавательным элементом. Посетитель музея под открытым небом, погружаясь в историю, получая новые знания (а для внутренних туристов это еще и познание истории своего народа, причастность к своему прошлому), развивает тем самым свои высокие ценности и предполагает духовное развитие.

При условии введения в эксплуатацию всех предусмотренных настоящей бизнес-моделью объектов общее количество созданных рабочих мест составит 5 066 единиц (сокращение текущего уровня безработицы на 22%).

Пост-пандемический период обусловит ограничение на международные поездки, что представляет возможность развивать внутренний и региональный въездной туризм из Центрально-азиатского региона и стран СНГ, авиасообщение с которыми будет налаживаться быстрее, чем с другими международными дестинациями. Несмотря на то, что общие показатели заполняемости гостиниц все еще будут низкими из-за сокращения международного туризма, быстрое восстановление внутреннего туризма, а также потенциал развития въездного туризма их Центрально-Азиатского региона и стран СНГ, поможет смягчить воздействие на весь туристический сектор.

Рекомендованная бизнес-модель с комплексным туристическим предложением с концентрацией всех развлекательных услуг в одном месте для удобства местных жителей будет менее подвержена влиянию пандемии, чем бизнес-модели, полагающиеся исключительно на международных посетителей. Тем не менее, фокус на международных посетителях должен оставаться несмотря на то, что в первое время пост-пандемического периода «Старый город» будет привлекать больше внутренних посетителей.

Для планомерного воплощения в жизнь предлагаемой бизнес-модели необходимо поэтапное возведение/реконструкции объектов обслуживания туристов, модернизацию их инженерно-технического оснащения при сохранении внешнего облика, выявление и подчеркивание индивидуальности каждой культурно-туристской зоны и комплекса с использованием выразительных архитектурных сооружений, ландшафтных объектов и элементов благоустройства.

Рекомендации

2. Формировать и развивать дестинацию «Старого города» как туристский кластер со сконцентрированной на определенной территории

группы взаимосвязанных провайдеров туристских услуг. Взаимодействующие и взаимодополняющие друг друга организации, функционирующие на территории туристского объекта, обеспечат

синхронное движение к единой цели по созданию комплексного туристского продукта.

2. Придерживаться рекомендованного концентрированного формата бизнес-модели для успешного позиционирования туристского объекта. Приоритетность посещения Цитадели перед другими видами туристской деятельности на территории «Старого города» позволит использовать якорный объект в качестве мощного магнита для туристов. Посещение Цитадели, в свою очередь, повлечет за собой потребление остальных туристских продуктов и услуг, предлагаемых в качестве комплексного потребительского предложения.

3. Уникальное торговое предложение «Старого города», соединившее в себя историческую уникальность, территориальную особенность, удобное местоположение, особенности участка, природу и климат, а также возможность получения комплекса туристских услуг в одном месте, должно ложиться в основу коммуникационной стратегии, видоизменяясь в ключевых месседжах в зависимости от потребностей разных целевых сегментов.

4. В разрезе ключевых целевых сегментов рекомендовано продвигать внутренний (казахстанский) и региональный въездной (страны Центральной Азии, Россия) туризм в постпандемический период, чтобы содействовать восстановлению туристского сектора в период значительно меньшего объема международных туристских потоков. Это поможет активизировать туристический сектор г. Шымкент, обеспечивая столь необходимый доход для отелей, ресторанов и туристских достопримечательностей. Хотя цель будет заключаться в том, чтобы содействовать туризму в краткосрочной перспективе, это также может оказать положительное долгосрочное воздействие и в отдаленный период времени.

5. Увеличивать внутренние авиаперевозки через авиакомпанию локоустер, а также включать в сетку полетов как можно больше регулярных рейсов из восточных и северных регионов РК, из Центрально-азиатского региона (Азербайджан, Кыргызстан, КНР) и северных регионов России (Тюмень, Томск, Новосибирск, Омск, Челябинск, Барнаул) как источник туристских потоков с большим потенциалом. Учитывая влияние пандемии, самолеты считаются относительно безопасными, учитывая их современные фильтры. Автобусы и поезда могут рассматриваться как транспорт с повышенным риском. Казахстан имеет особенно хорошее расположение для привлечения внутренних авиапассажиров благодаря низким тарифам и молодому населению, которое желает путешествовать.

6. Инициировать рассмотрение возможности формирования «зеленых полос», способствующих развитию туризма и экономической деятельности. Использовать программу ЦАРЭС в качестве платформы для двусторонних и многосторонних соглашений. Концепция «зеленой полосы»

предоставляет для стран, которые относительно преуспели в сдерживании распространения вируса, возможность открыться друг другу с соблюдением определенных руководств или требований. Требования для поездок по «зеленой полосе» варьируются в зависимости от страны, но могут включать отрицательный результат теста на COVID-19, который необходимо получить до поездки. Также есть возможность установить ограничения на количество путешественников в день.

7. Инициировать трансформацию опыта перевозок посетителей, прибывающих в город и системы работы аэропортов и вокзалов г. Шымкент, чтобы минимизировать риск распространения вируса. Необходимо ускорение внедрения новых технологий для поддержки бесконтактных авиа- и наземных путешествий. Необходимо создание процедур по управлению ограничениями пропускной способности, для соблюдения требований социального дистанцирования, особенно в терминалах аэропорта города. Используя новые технологии, пассажиры могут проходить мимо стойки регистрации и оставлять свой багаж на багажной ленте без необходимости взаимодействия с персоналом.

9. Благоустройство и безопасность аэропортов, железнодорожных и автовокзалов будет способствовать активизации туризма в Шымкенте и созданию новых рабочих мест в постпандемический период. Соблюдая новые мировые стандарты, Шымкент будет способствовать возобновлению международных поездок и сокращению негативного влияния пандемии на развитие туризма в мегаполисе.

10. В целях обеспечения прогнозной посещаемости «Старого города» туристами и местными жителями важно следовать рекомендованному графику введения/реконструкции объектов в соответствии с предложенным распределением объектов. Продуманная застройка каждой рекомендованной зоны обеспечит получение посетителем комплекса услуг в соответствии с описанным в данном разделе концептом бизнес-модели. Кроме того, введение на каждой зоне части объектов в течение каждого этапа строительства/реновации обеспечит создание кольцевого маршрута туриста по всем объектам. Это поможет достичь запланированных показателей по оцененному размеру среднего чека и выполнить прогнозный план по денежным поступлениям.

11.Для отслеживания и управления развитием туристского объекта в рамках предложенной бизнес-модели рекомендуется создание инициативной управляющей компании. Основной функцией управляющей компании должно стать управление всеми бизнес-процессами «Старого города». На первом этапе ввиду высоких организационных рисков, связанных с созданием дополнительных институтов, функции управляющей компании может выполнять руководство ТИЦ или городское Управление туризма. Дополнительно, к работе управляющей компании должна подключаться и деятельность неформальных институтов (в форме экспертных или рабочих

групп, городских советов по развитию туризма) по анализу государственных и частных инициатив в сфере туризма. В работе групп должны принимать участие представители профильных местных исполнительных органов, представители туристских компаний. Данные группы должны на начальной стадии оказывать содействие инициаторам в проработке, прохождения процедур согласования, продвижения проекта, работа с инвесторами. Активная работа таких групп по защите и развитию проекта туристификации «Старого города» на региональном и государственном уровнях позволит достичь максимально возможных результатов для развития не только туристского объекта, но и всего города.
13. Рассмотреть возможность предоставления пакетов финансовой поддержки в виде льготных кредитов и кредитных гарантий малому и среднему бизнесу, инвестирующему в «Старый город». Пакетов общей поддержки для туристической отрасли посредством таких льгот, как субсидирование заработной платы, снижение налогов или частичное/полное освобождение от их оплаты на определенный период. Предоставление земельных участков в частную собственность с обязательным условием сохранения их целевого назначения способно простимулировать интерес инвесторов, в первую очередь, из числа казахстанского бизнес-сообщества.
14. Планировать коммуникационную стратегию «Старого города» строго в соответствии со строительством/реновацией его объектов и инфраструктурным развитием. Это обеспечит рациональное использование маркетингового бюджета и повысит эффективность рекламной кампании, делающей акцент исключительно на действующих объектах.

Визуальные предложения по формированию общей инфраструктуры Старого Города предоставлен в приложении №3 «Альбом мастер-план туристификации Старого Города Шымкент»

РАЗДЕЛ 5 «РАЗРАБОТКА БРЕНДА»

5.1. Определение образа Старого города для создания бренда с отражением характера, стиля и духа центра г. Шымкента, включая разработку логотипа и слогана и позиционирования.

Заказчику представлены на утверждения следующие логотипы:

Руководителю управления

туризма города Шымкент

О. Шинтаеву

11.08.2020

Уважаемый Олжас Маратович!

В соответствии с разделом 5, пунктами 5.1 и 5.1 Плана-графика мероприятий по разработке Проекта туристификации Старого города Шымкент "Разработка бренда" предоставляем Вам три варианта логотипов и семь вариантов слоганов для обсуждение и утверждения.

Примечание: варианты логотипов представлены во вложении на трех страницах и варианты слоганов представлены во вложении на одной странице.

С уважением,

исполнительный директор

Р. Закиев

ВАРИАНТ 1

Eski Qala
Eski Qala
Eski Qala
Eski Qala
Eski Qala
Eski Qala
Eski Qala

ВАРИАНТ 2
Eski Qala

ВАРИАНТ 3
Eski Shahar
Eski Shahar
Eski Shahar
Eski Shahar
Eski Shahar

Кому: Управлению Туризма
Акимата города Шымкент
От кого: ТОО “Action Media”

Уважаемый Олжас Маратович,

В соответствии исполнения раздела 5 (п. 5.1 и п 5.2) «Разработка бренда» плана-графика, прошу Вас рассмотреть предлагаемые слоганы, семь вариантов на двух языках (казахский и русский) к проекту «Туристификация Старого города г.Шымкент».

Варианты слоганов:

1. «Тарих күші» – «Сила истории»
2. «Жібек жолының қуаты» – «Энергия Шелкового пути»
3. «Жібек жолының жүрегі» – «Сердце Шелкового пути»
4. «Жібек Жолының рухын сез» – «Почувствуй дух шелкового пути»
5. «Таспен жазылған тарих» – «История, написанная камнями»
6. «Керуендер тоғысқан мекен» – «Место, где сопрягались караваны»
7. «Шырайлы шаһардың тарихын бойла» – «Познай историю старого солнечного города»

С уважением,

исполнительный директор

Р. Закиев

По итогам зум-конференции, заказчиком было предложено доработать варианты логотипов и слоганов. Представлены следующие логотипы:

БРЕНДИНГ – логотипы и слоганы

Вариант 1

Основа лого – геральдические элементы, относящие к древности времен: щит, пики, сабли, лента.
На фоне щита – изображение входных ворот крепости/Цитадели

Варианты для слогана

1. Источник силы предков / Бабалар күшінің қайнар көзі / The source of ancestral power
2. Сила истории/ Тарих күші/ The power of history
3. Кладезь богатого исторического наследия – Древнее городище / Ұлы дала өркениетінің бөлшеґі – Ескі қалашық / A well of rich historical heritage is Ancient settlement

Вариант 2

В основе лого две первые буквы наименования
ESKI QALASHYQ – E и Q
Они стилизованы под символическое изображение ключа, открывающего туристам Старый Город. При звучании словосочетания «ESKI QALASHYQ» приходит образ открытости – «ASHYQ», именно отсюда и родился ключ

Варианты для слогана

1. Открой вековую историю древнего города/ Ескі қалашық тарихына бойла!/ Open the centuries-old history of the ancient city!
2. Древнее городище – центр цивилизации/ Ескі қалашық – өркениет ордасы/ Ancient settlement - the center of civilization

БРЕНДИНГ – логотипы и слоганы

Вариант 3

Логотип изображен в модернизированном стиле, как оазис, островок жизни. Цветовая гамма может быть использована разной, в зависимости от носителя и цели.

Варианты для слогана

1. Глубокая история древнего городища/ Тарихы терең Ескі қалашық/ A deep history of the ancient settlement
2. Оазис Шелкового пути/ Жібек жолы оазисі/ Silk Road Oasis
3. Город, ставший центром путешествий/ Саяхат орталығына айналған шаһар/ A city which became the center of travel
4. Оазис, где встречались караваны/ Керуендер жолыққан оазис/ The oasis where the caravans met

Вариант 4

Цитадель, на возвышенности (холме с дорогами), через который проходят транзитные пути Центральной Азии
Золотистый цвет – символ солнца и богатства края, наполненного светом и товарами купцов пролегавшего мимо Шелкового пути

Варианты для слогана

1. Услышь голос древнего городища/ Ескі қалашық үнін есті/ Hear the voice of the ancient city
2. Караваны древней земли / Ежелгі жер керуендері / Caravans of the ancient land
3. Древний городище – Эхо Великого Шелкового пути / Ұлы Жібек жолының жаңғырығы – Ескі қалашық / The ancient settlement is an Echo of the Great Silk Road

БРЕНДИНГ – логотипы и слоганы

Вариант 5

Логотип объединил в себе айдентику Старого и нового города – Цитадель и тюльпан. Лепестки цветка символизируют перекресток дорог, приводящих к сердцу города – Цитадели
Золотистый цвет Цитадели – благосостояние, солнечный свет, процветание края

Варианты для слогана

1. Перекрёсток дорог Великой Азии / Ұлы Азия жолдарының торабы / Crossroads of Great Asia
2. Слияние дорог Великой Азии/ Ұлы Азия жолдарының тоғысуы/ Confluence of Great Asian Roads
3. Прошлое и настоящее/ Кеше мен бүгіні үйлескен/ Past and present

Вариант 6

Логотип объединил в себе айдентику Старого и нового города – Цитадель и тюльпан. Лепестки цветка символизируют перекресток дорог, приводящих к сердцу города – Цитадели. Золотистый цвет Цитадели – благосостояние, солнечный свет, процветание края

Варианты для слогана

1. Старое городище на Великом Шелковом пути Ұлы Жібек жолындағы ескі қалашық/ Old settlement on the Great Silk Road
2. Почувствуй энергию (дух) Шелкового пути/ Жібек жолының энергиясын (рухын) сезін/ Feel the energy (spirit) of the Silk Road
3. Энергия Шелкового пути/ Жібек жолының энергиясы/ Energy of the Silk Road

БРЕНДИНГ – логотипы и слоганы

Вариант 7

В основе логотипа 2 переплетающихся абстрактного образа тюльпана, как общее переплетение. Они символизируют то, что ценно для жителей Шымкента. И делают акцент на место, где получаешь яркие впечатления

Варианты для слогана

1. Круговорот ярких впечатлений/ Жарқын әсерлер айналымы/ Cycle of vivid impressions
2. Познай/познавай историю старого солнечного города/ Көне шырайлы қала тарихын біл/зерделе/ Learn the history of the old sunny city

Вариант 8

Вдохновением для этого логотипа послужили ворота в Цитадель. Знаковый символ, который находит оклик в душе каждого казахстанца. Цветовая гамма подобрана исходя из имеющихся компонентов, Цитадели, р.Кошкар Ата, холма, зелени, и применимо для разных носителей разным цветом

Варианты для слогана

1. Послушай звук древнего городища!/ Ескі қалашықтың күмбірін тыңда!/ Listen to the sound of an ancient settlement!
2. Место, где оживают легенды/ Аңыздарын жандандыратын орын/ A place where legends come to life
3. Городок, ставший свидетелем тысячелетий/ Мыңжылдықтар куәсі болған қалашық/ A town witnessed a millennium

Также по брендингу был проведен опрос среди экспертов, результаты приведены ниже:

№	Эксперт	Логотип	Слоган
1	Илимбаев Расул – Отдел урбанистики Шымкент	3, 4	-
2	Аширбаев Бахытжан	8	
3	Омир Шыныбекулы – учитель истории	8	
4	Юлия Тен – Rixos Khadisha Shymkent	4	
5	Рауан – Ресторан Корица	4	
6	Ибрагимов Кахрман – ресторан Кок Сарай	4, 6	
7	Роза Шакенова – Quanysh ТУР	4	4/3
8	Мирошниченко Петр	6	
9	Ерлан Сакенов – урбанист	4	2
10	Алимбек Улан – блог о Туризме РК	1, 4, 6	-
11	Вика Ен – ведет страницу визит Шымкент	3, 5, 7	
12	Ахметов Турар Асхатович – рецензент проекта	2, 5, 8	Перекресток ШП, перекресток _ дорог, перекресток ярких впечатлении тысячелетии
13	Инеш – журналист Казах ТВ в сфере вн.туризма	6	
14	Сейтнурова Диляра – координатар проекта Цитадель	-	-
15	Хаматдинова Алина – эксперт брендинга г.Шымкент	4, 5, 8	
16	Гаухар Женисбек	8	Древность связана с легендами, звуками, эмоциями
17	Рустем – гид Arafa Travel	6	6/1
18	Мухамелинкызы Жанара – SABU турагенство	5	2/5
19	Ахан Жазира – Кумбез Кз турфирма	4	7/2
20	Мамырова Нургуль – гид Qazaq travel Shymkent	1	2,6
21	Сабина Аскар – ТОО Атлас Тур	5	8/2
22	Бисекенова Шымтур	3	3/1
23	Надежда Баимбетова – Континент тур	4, 6	5/2, 8/2
24	Турфирма Вокруг Света	4	
25	Марина - Daccord Trevel	4	Древний городище
26	Гаваи Тур	4, 6	

Бренд должен идентифицировать, ассоциироваться с объектом, чтобы потенциальный турист, глядя на лого, слыша слоган, чувствовал, что дает дестинация, ощущая его эмоционально.

Логотип	Кол-во голосов (итого – 36 ответов*)		%
Вариант 1		2	5,6
Вариант 2		1	2,8
Вариант 3		3	8,3
Вариант 4		13	36
Вариант 5		5	13,9
Вариант 6		7	19,4
Вариант 7		1	2,8
Вариант 8		4	11,1

*ответ считается выбором одного эксперта нескольких вариантов

Лидирует вариант 4, после вариант 6, и третье место – вариант 5, четвертое место – это вариант 8

По согласованию с заказчиком планируется размещение опроса на ресурсе Visit Shymkent, для финального определения лучшего логотипа и слогана.

Руководителю управления

туризма города Шымкент

О. Шинтаеву

4 сентября 2020 г.

Уважаемый Олжас Маратович!

В соответствии с решением, полученным в ходе презентации проекта по туристификации Старого города Шымкент, которая состоялась 4 сентября на территории Цитадели о выборе логотипа с привлечением общественности, просим Вас оказать содействие в размещении информационного сообщения с вариантами логотипов на информационном ресурсе «Visit Shymkent».

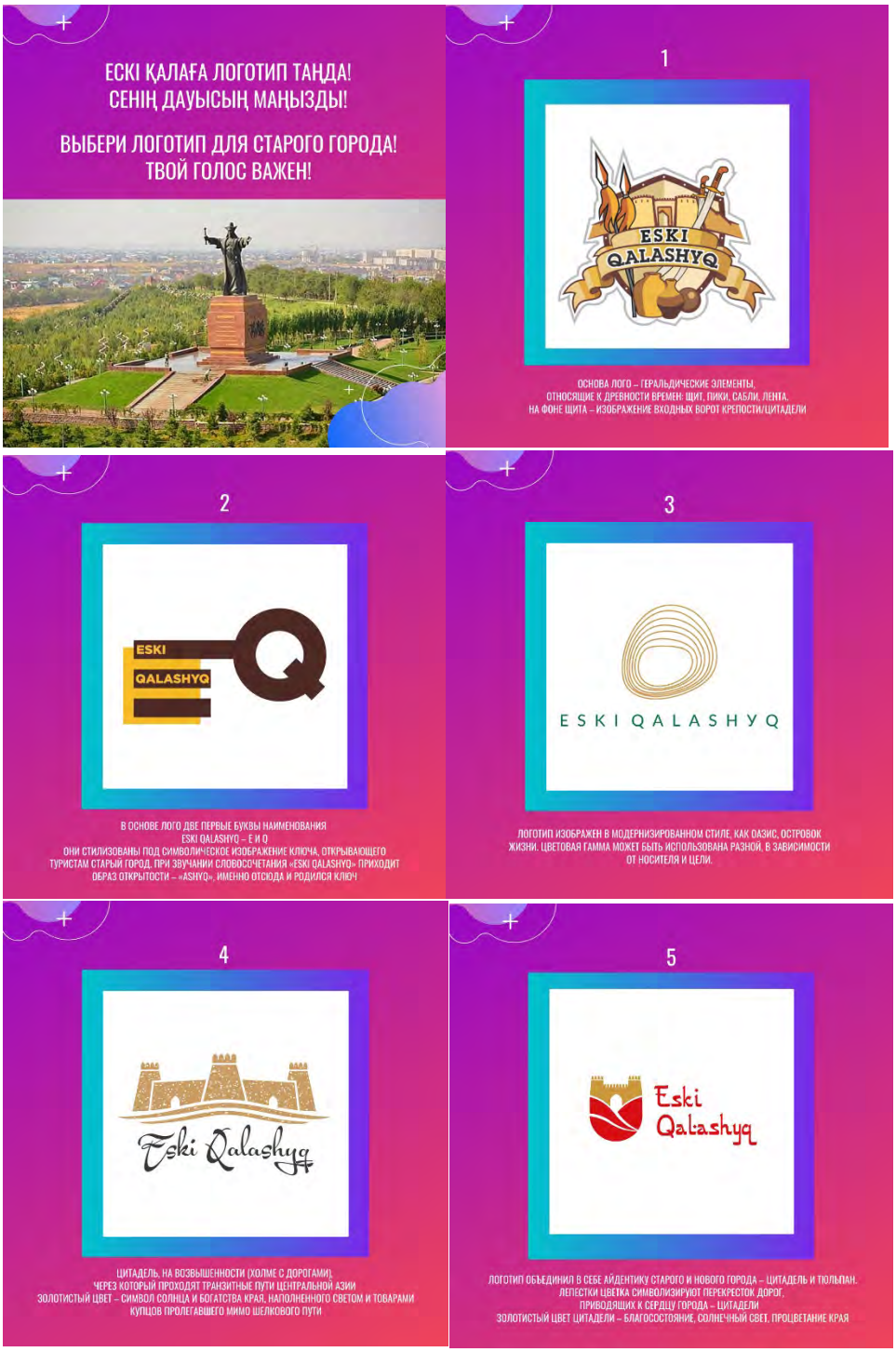
Заранее благодарим за содействие!

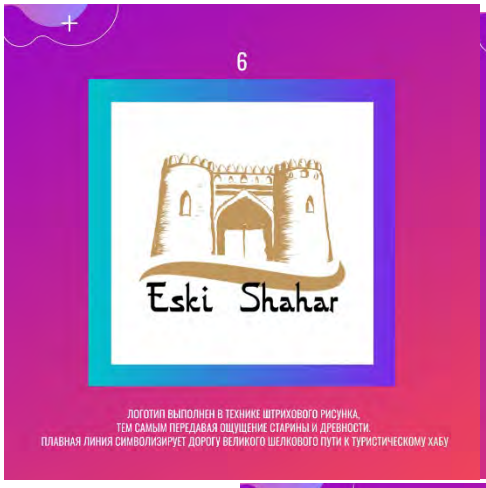
С уважением,

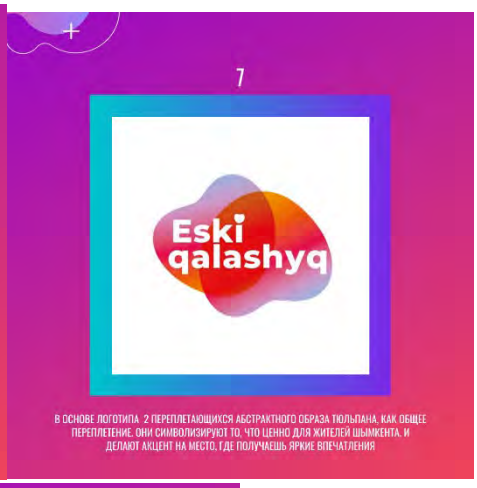
исполнительный директор

Р. Закиев

Логотипы для опроса




6
Eski Shahar
ЛОГОТИП ВЫПОЛНЕН В ТЕХНИКЕ ШТРИХОВОГО РИСУНКА,
ТЕМ САМЫМ ПЕРЕДАВАЯ ОЩУЩЕНИЕ СТАРИНЫ И ДРЕВНОСТИ.
ПЛАВНАЯ ЛИНИЯ СИМВОЛИЗИРУЕТ ДОРОГУ ВЕЛИКОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ К ТУРИСТИЧЕСКОМУ ХАБУ


7
Eski
qalashyq
В ОСНОВЕ ЛОГОТИПА 2 ПЕРЕПЛЕТАЮЩИХСЯ АБСТРАКТНОГО ОБРАЗА ТЮЛЬПАНА, КАК ОБЩЕЕ
ПЕРЕПЛЕТЕНИЕ. ОНИ СИМВОЛИЗИРУЮТ ТО, ЧТО ЦЕННО ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ ШЫМКЕНТА, И
ДЕЛАЮТ АКЦЕНТ НА МЕСТО, ГДЕ ПОЛУЧАЕШЬ ЯРКИЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ

8
Eski
Qalashyq
ВДОХНОВЕНИЕМ ДЛЯ ЭТОГО ЛОГОТИПА ПОСЛУЖИЛИ ВОРОТА В ЦИТАДЕЛЬ. ЦВЕТОВАЯ
ГАММА ПОДОБРАНА ИСХОДЯ ИЗ ИМЕЮЩИХСЯ КОМПОНЕНТОВ. ЦИТАДЕЛИ, Р.КОШКАР АТА,
ХОЛМА, ЗЕЛЕНИ, И ПРИМЕНИМО ДЛЯ РАЗНЫХ НОСИТЕЛЕЙ РАЗНЫМ ЦВЕТОМ

В ходе расширенного совещания с участием Акима города Шымкент 10 декабря 202 года, было решено остановиться на название «Көне Шаһар» и принят в работу соответствующий логотип.

Представлены следующие варианты:

1

2

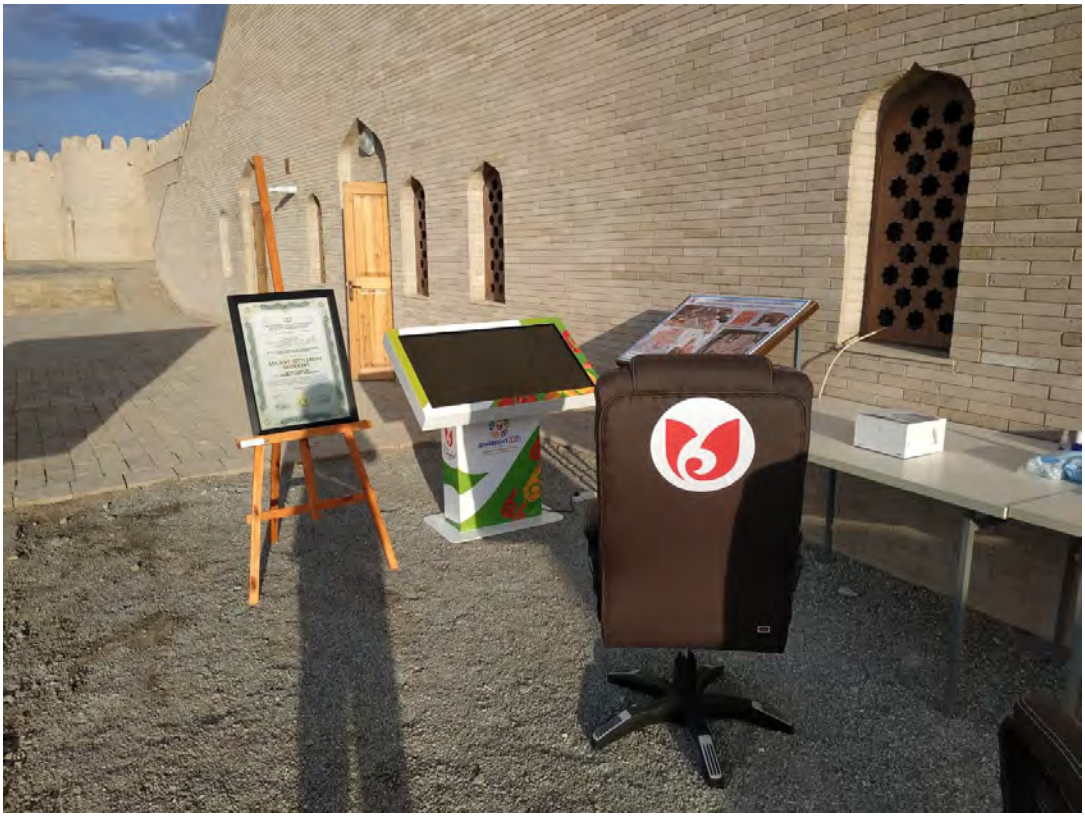
3

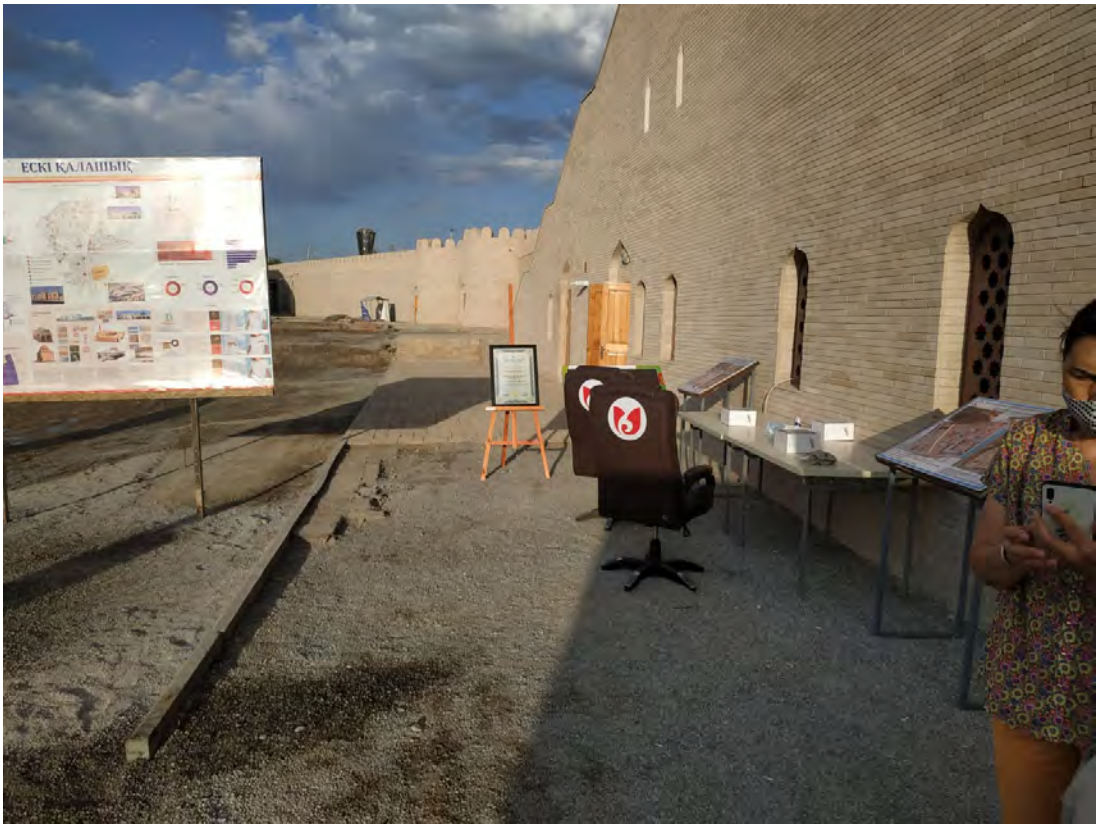
4

5

Подробная брендинговая стратегия представлена в приложении №1 «Концепция туристификации Старого Города Шымкент» к данному отчету. Страницы 104- 114

Вне разделов технической спецификации была подготовлена презентация в виде стенда в ходе визита премьер-министра Республики Казахстан А.У. Мамина на территорию Цитадели, 3 сентября 2020 г.





АРХИТЕКТУРНЫЙ ПЛАН
ЕСКІ ҚАЛАШЫҚ

АРХИТЕКТУРНЫЙ ПЛАН
ЕСКІ ҚАЛАШЫҚ

Также подготовлены материалы для презентации Елбасы Н.А. Назарбаеву, 28 сентября 2020 г.

В связи работ связанных с подготовкой к визитам первых лиц государства было принято решение о продлении сроков исполнения проекта.

Письмо в Управление Туризма от 4 сентября 202 г.

Руководителю управления

туризма города Шымкент

О. Шинтаеву

4 сентября 2020 г.

Уважаемый Олжас Маратович!

В виду непредвиденных в проекте дополнениях, связанных с оперативной подготовкой презентации проекта для первых лиц государства, нам пришлось мобилизовать все рабочие ресурсы, которые были задействованы в проекте по разработке мастер-планов, финансовых моделей, инвестиционных пакетов и стратегий, что существенно повлияло на сроки реализации проекта.

На основании вышеизложенного, просим Вас подтвердить отсрочку по проекту согласно обновленного рабочего плана-графика в приложении.

Заранее благодарим за содействие!

С уважением,

исполнительный директор

Р. Закиев

Обновленный план-график, приложение к письму от4 сентября 2020 г.

План-график мероприятий по разработке Проекта туристификации Старого города Шымкента для Акимата

Наименование мероприятий	Описание мероприятий	Срок выполнения
Понимание ожиданий, целей и задач Проекта	Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании. Определение ключевых экспертов рабочей группы. По итогам встречи - составление чек-листа по необходимым первичным данным от Заказчика для эффективной реализации Проекта.	25 июня 2020г.
Изучение места дислокации Проекта	Выезд экспертов рабочей группы на место расположения Старого города. По итогам выезда - определение зон ответственности каждого члена рабочей группы, уточнение настоящего плана-графика, создание графика выездов/постоянного пребывания экспертов по месту дислокации Проекта.	8 июля 2020г.
Раздел 1 «Исследование и анализ рынка туристских услуг г. Шымкент»	1.1. Маркетинговый анализ текущего спроса, количества туристских прибытий, рынков, генерирующих основные туристские потоки в г. Шымкент, характеристики рынков-источников посредством кабинетного исследования данных по открытых источников, а также данных, полученных от Заказчика.	до 20 июля 2020г.
	1.2. Анализ индустрии туризма г. Шымкент на основании данных в открытых источниках и данных от Заказчика (процессы развития и тенденции, влияющие на формирование, ключевые факторы успеха г. Шымкента и т.д.).	до 25 июля 2020г.
	1.3. Подготовка заключения по разделу с выводами и обоснованием актуальности разработки Проекта туристификации Старого города Шымкента.	до 15 августа 2020г.
Раздел 2 «Определение бизнес-модели»	2.1. Разработка концепции туристификации Старого города Шымкента с предоставлением 2-х вариантов видения использования земель под проект Старый город; - предоставление моделей международного опыта развития подобных объектов (минимум 2 дестинации) с указанием возможности использования удачного международного опыта в разрабатываемой концепции.	до 30 сентября 2020г.
	2.2. Организация и проведение круглого стола с местным экспертным сообществом (историки-краеведы, ученые, представители туристической отрасли) для получения максимально информативного объема данных, для использования при разработке бизнес-модели Проекта.	до 15 сентября 2020г.
	2.3. Создание бизнес-модели Проекта Старого города с определением основных компонентов: - наиболее привлекательных целевых сегментов (социально-демографические характеристики, стиль жизни и т.д.); - потребительского предложения (материальные и эмоциональные элементы предложения, особенности Старого города); - конкурентные преимущества Старого города и стратегии ее развития путем определения получения впечатлений и ожиданий туриста, создание уникальной системы опытов; - ключевые компоненты Старого города (отелей, недвижимости, развлекательных объектов, транспортной инфраструктуры и прочих туристских зон); - ключевой деятельности (планирование, маркетинг, менеджмент и т.д.) и партнеров для развития и управления Старого города (инвесторы, операторы отелей, управляющие компании, торговые партнеры и т.д.); - источников денежных поступлений (поступление денежных потоков в процессе деятельности Старого города) и ценовой политики на услуги.	до 27 сентября 2020г.
	2.4. Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, рассмотрение и обсуждение бизнес-модели, внесение замечаний/дополнений.	до 30 сентября 2020г.
Раздел 3 «Мастер-план»	3.1. Организация сессий рабочей группой для проведения обсуждений и консультаций предварительной версии мастер-плана с местным, экспертным и туросообществом в г. Шымкент. Онлайн опрос экспертного сообщества.	до 30 июля 2020г.
	3.2. Создание иллюстрированного мастер-плана с детальным указанием использования земель под объекты Старого города в соответствующих масштабах, включая разработку 2-х карт проекта Старого города, в том числе 1 перспективу с высоты «птичьего полета».	до 30 сентября 2020г.
	3.3. Подготовка и проведение видеопрезентации мастер-плана в произвольном формате. Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, рассмотрение и обсуждение мастер-плана, внесение замечаний/дополнений.	до 15 октября 2020г.
Раздел 4 «Предложения по формированию общей инфраструктуры туризма Старого города»	4.1 Подготовка предложений по развитию инженерно-транспортной инфраструктуры Старого города, включая: - дороги, энерго-, тепло-, водообеспечение объектов, канализации, санитарно-гигиенических узлов, вывоза ТБО и других инженерных сетей; - разработку технических планов: а) ландшафтной стратегии, б) концептуальной архитектурной стратегии.	до 11 октября 2020г.
	4.2. Подготовка предложений по развитию «мягкой» инфраструктуры, но не ограничиваясь, следующими сферами:	до 11 октября 2020г.
	- информационная инфраструктура для туристов и инвесторов; - формирование конкретных туристских продуктов для Старого города; - инфраструктура подготовки кадров для Старого города, туристского информационного центра.	
	4.3. Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, рассмотрение и модели инфраструктуры, внесение замечаний/дополнений.	до 15 октября 2020г.
Раздел 5 «Разработка бренда»	5.1. Определение образа Старого города для создания бренда с отражением характера, стиля и духа центра г. Шымкента, включая разработку логотипа, слогана и позиционирования. Онлайн опрос жителей и гостей города.	до 15 сентября 2020г.
	5.2. Согласование онлайн логотипа и слогана с Заказчика, рассмотрение предложений, дополнений.	до 30 сентября 2020г.
Раздел 6 «Маркетинговая стратегия»	6.1 Определение маркетинговых целей, стратегии и тактики для создания, продвижения и реализации туристского продукта Старого города на внутреннем и международном рынках: - выбор целевых стран и городов, партнерство, целевые сегменты; - создание дорожной карты по реализации маркетинговой стратегии.	до 15 сентября 2020г.
	6.2 Подготовка заключения по разделу с описанием стратегии и тактики продвижения Проекта туристификации Старого города Шымкента.	до 30 сентября 2020г.
Промежуточный отчет, включающий раздел 1, 2, 5, 6 плана-графика	6.3. Подготовка промежуточного отчета, который включает в себя разделы 1, 2, 5, 6 плана-графика, в формате Word, а также таблицы в формате Excel, слайды в формате PPT с информацией об оказанных услугах по разделам 1, 2, 5, 6 настоящего плана-графика.	до 30 сентября 2020г.
Раздел 7 «Проведение финансового исследования»	7.1 Создание устойчивой финансовой модели Старого города для усиления инвестиционной привлекательности Старого города	до 15 октября 2020г.
	7.2 Разработка не менее 7 финансовых моделей компонентов (недвижимость, отели, объекты общественного питания, ритэйл, СПА, развлекательные объекты и т.д.), содержащие: - оценку требуемых инвестиций; - оценку денежных потоков; - финансовую модель основных компонентов развития Старого города; - оценку рентабельности основных компонентов Старого города с разработкой сценариев возврата инвестиций.	до 25 октября 2020г.
Раздел 8 «План поиска инвесторов»	8.1 Создание плана действий по определению и привлечению инвесторов: - разработка инвестиционных пакетов (тизеров) на основные компоненты Старого города (не менее 5); - разработка предложений по необходимым механизмам поддержки от государства; - разработка проекта дорожной карты и плана действий по поиску инвесторов с определением необходимого финансирования	до 15 октября 2020г.
Доработка отчета, включая все разделы плана-графика	Рабочая встреча с представителями Заказчика и Компании, обсуждение дополнений, изменений, устранение замечаний.	до 30 октября 2020г.
Подготовка итогового отчета об оказанных услугах	Итоговый отчет включает в себя все разделы Проекта, в формате Word, а также таблицы в формате Excel, слайды в формате PPT с полной информацией об оказанных услугах с комментариями, выводами, заключениями и рекомендациями в 5 (пяти) экземплярах на казахском, русском и английском языках, а также подготовка презентации в Power Point и видеопрезентации произвольного формата.	до 30 ноября 2020г.

Письмо о согласованиии сроков продления исполнения проекта

362763-П

«ШЫМКЕНТ ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРИЗМ БАСҚАРМАСЫ»
МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕСІ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«УПРАВЛЕНИЕ ТУРИЗМА ГОРОДА ШЫМКЕНТ»

160000, Шымкент қаласы, Nursultan Nazarbayev даңғылы, 10
тел.: 8 (7252) 247-445, 247-446, 247-43,
БСН 180740018845, коды ГУ 3809851
БИК KKMFKZ2A, ИИК KZ58070102KSN5901010
Шымкент қаласының Қазынашылық департаменті

160000, город Шымкент, проспект Nursultan Nazarbayev, 10
тел.: 8 (7252) 247-445, 247-446, 247-43,
БИН 180740018845, коды ГУ 3809851
БИК KKMFKZ2A, ИИК KZ58070102KSN5901010
Департамент Казначейства города Шымкент

№

«ACTION MEDIA» ЖШС-нің атқарушы директоры Р. Закиевка

"ШЫМКЕНТ ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРИЗМ БАСҚАРМАСЫ" МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕСІ
Шығыс № 36-02-05/502
"15" 09 2020 ж.

Шымкент қаласының туризм басқармасы, туристіс мастер – жоспар жобасындағы күтпеген толықтыруларға байланысты, оның ішінде Шымкенттің «Ескі қалашығын» туристендіру жобасын дамыту бойынша іс-шаралардың жаңартылған кестесін ескере отырып, жоба бойынша мерзімін кейінге қалдыру өтініщіңізді құптайтынын хабарлайды.

Басқарма басшысы **О. Шинтаев**

Орын.: Туризм саласын дамыту бөлімі
Тел.: 24 74 43

РАЗДЕЛ 6 «МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ»

6.1 Определение маркетинговых целей, стратегии и тактики для создания, продвижения и реализации туристского продукта Старого города на внутреннем и международном рынках:

- выбор целевых стран и городов, партнерство, целевые сегменты;
- создание дорожной карты по реализации маркетинговой стратегии.

Маркетинговая стратегия представлена в приложении №1 «Концепция туристификации Старого Города Шымкент» к данному отчету. Страницы 95 – 136

Также в Приложении №8 представлена Дорожная карта к маркетинговой стратегии, на трех листах в формате таблицы Excel.

РАЗДЕЛ 7 «ПРОВЕДЕНИЕ ФИНАНСОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ»

7.1 Создание устойчивой финансовой модели Старого города для усиления инвестиционной привлекательности Старого города;

7.2 Разработка не менее 7 финансовых моделей компонентов (недвижимость, отели, объекты общественного питания, ритэйл, СПА, развлекательные объекты и т.д.), содержащие:

- оценку требуемых инвестиций;
- оценку денежных потоков;
- финансовую модель основных компонентов развития Старого города;
- оценку рентабельности основных компонентов Старого города с разработкой сценариев возврата инвестиций.

Финансовые модели по отраслям являются динамичными таблицами в формате Excel и представлены в приложении №9.

Краткое описание финансовой части представлено в Приложении №1 «Концепция туристификации Старого Города Шымкент» к данному отчету. Страницы 147 – 148

РАЗДЕЛ 8 «ПЛАН ПОИСКА ИНВЕСТОРОВ»

8.1 Создание плана действий по определению и привлечению инвесторов:

- разработка инвестиционных пакетов (тизеров) на основные компоненты Старого города (не менее 5);
- разработка предложений по необходимым механизмам поддержки от государства;
- разработка проекта дорожной карты и плана действий по поиску инвесторов с определением необходимого финансирования.

Инвестиционные пакеты и план поиска инвесторов представлены в Приложении №1 «Концепция туристификации Старого Города Шымкент» к данному отчету. Страницы 149 – 159

РАЗДЕЛ ОТЧЕТНОСТИ

Согласно письму от Управления Туризма в городе Шымкент были проведены отчетные совещания в следующем порядке:

- 8 декабря 2020 г – совещание с Руководителем Управления Туризма Шинтаевым О.М.
- 9 декабря 2020 г. – расширенное заседание с руководителями управлений акимата города Шымкент, под руководством заместителя акима Исаховым М.П.
- 10 декабря 2020 г. – расширенное заседание и презентация проекта акиму города Шымкент Айтенову М.Д.
- 11 декабря 2020 г. – презентация проекта общественности, с участием следующих экспертов: руководитель Казахстанской Туристской Ассоциации Шайкеновой Р.Р. и заслуженным деятелем культуры Аширбаевым Б.К.

В ходе обсуждений были приняты в работу правки касаемо логотипа Старого Города, также в Мастер план предложено включить социально значимые объекты: Акимат Аль-Фарабийского района города Шымкент и Школу минимум на 400 учеников.

Соответствующие правки были внесены в мастер план и концепцию проекта туристификации Старого Города Шымкент, Приложение №3 и Приложение № 1 соответственно.

Письмо от управления туризма
№36-02-05/702

«ШЫМКЕНТ ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРИЗМ БАСҚАРМАСЫ»
МЕМЛЕКЕТТІК МЕКЕМЕСІ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«УПРАВЛЕНИЕ ТУРИЗМА ГОРОДА ШЫМКЕНТ»

160000, Шымкент қаласы, Nursultan Nazarbayev даңғылы, 10
тел.: 8 (7252) 247-445, 247-446, 247-43,
БСН 180740018845, коды ГУ 3809851
БИК KKMFKZ2A, ИИК KZ58070102KSN5901010
Шымкент қаласының Қазынашылық департаменті

160000, город Шымкент, проспект Nursultan Nazarbayev, 10
тел.: 8 (7252) 247-445, 247-446, 247-43,
БИН 180740018845, коды ГУ 3809851
БИК KKMFKZ2A, ИИК KZ58070102KSN5901010
Департамент Казначейства города Шымкент

02.12.2020 № 36-02-05/702

«ACTION MEDIA» ЖШС-нің
атқарушы директоры
Р. Закиевқа

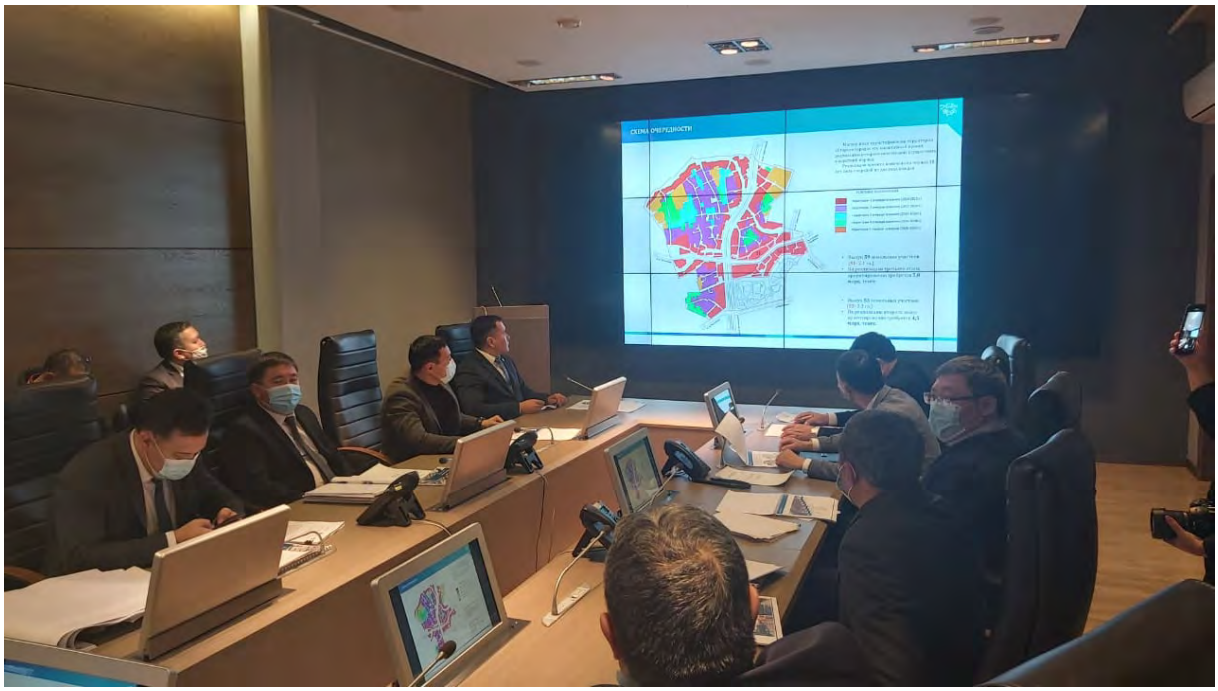
2020 жылдың
1 желтоқсандағы хатына

Шымкент қаласының туризм басқармасы, ағымдағы жылдың 23 қазан күні Шымкент қаласының әкімі М. Әйтеновтың төрағалығымен өтілген жиналыстағы барлық ескертпелерді назарға ала отырып, толыққанды **«Ескі қалашық» аумағының туристік мастер-жоспарының соңғы презентация үлгісін** ағымдағы жылдың 15 желтоқсанына дейін өткізу сұраймыз.

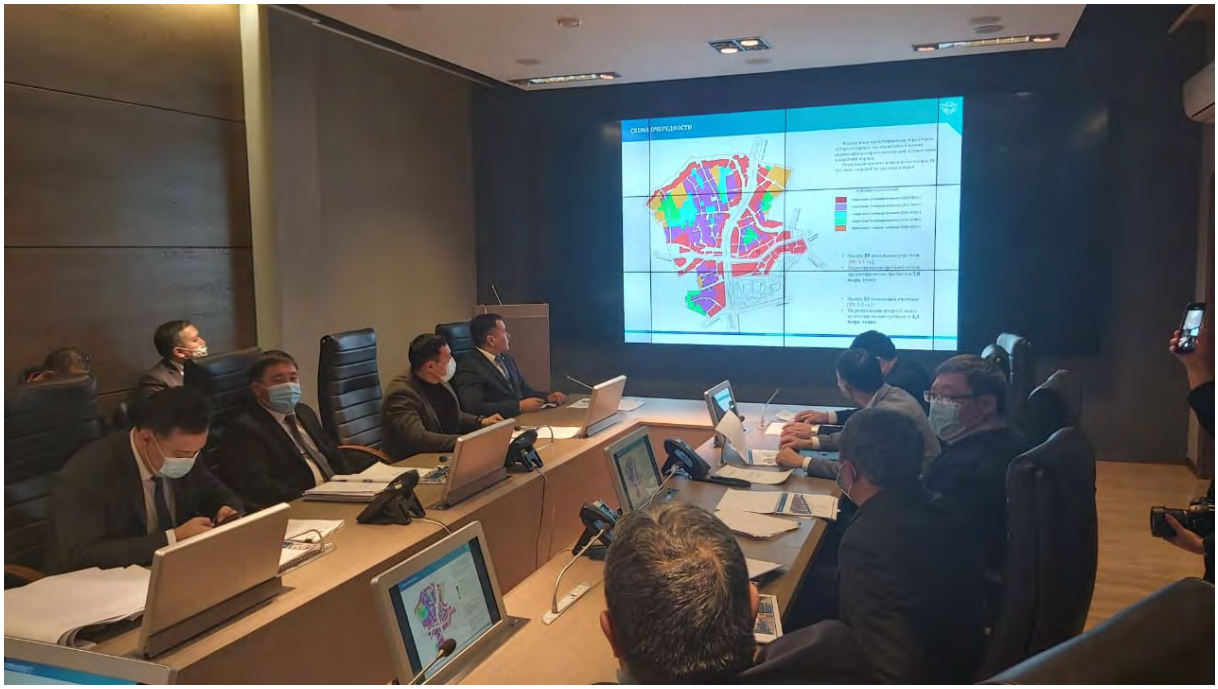
Басқарма басшысы **О. Шинтаев**

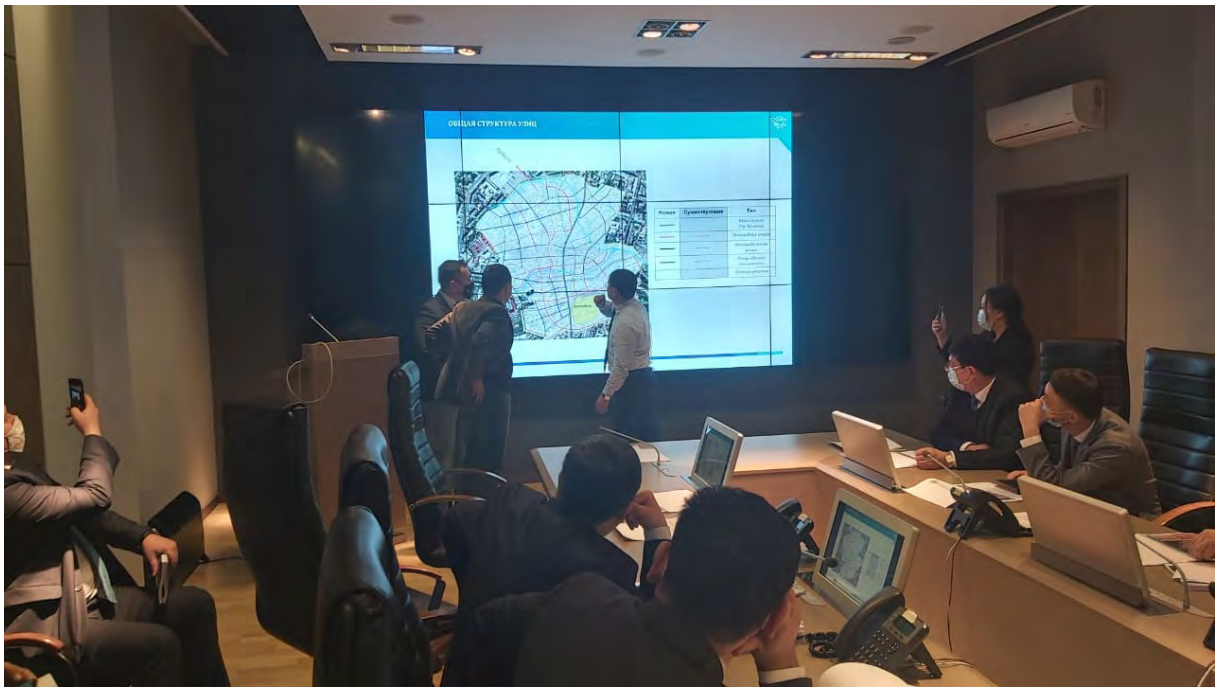
Орын.: Туризм саласын дамыту бөлімі
Тел.: 8 (7252) 24 74 43

Фотографии с расширенного заседания, 9 декабря 2020 г.
Акимат города Шымкент



Фотографии с расширенного заседания, 9 декабря 2020 г.
Акимат города Шымкент





Фотографии с презентации проекта общественности, 11 декабря 2020 г. Гостиница Кайнар, г. Шымкент

Фотографии с презентации проекта общественности, 11 декабря 2020 г. Гостиница Кайнар, г. Шымкент

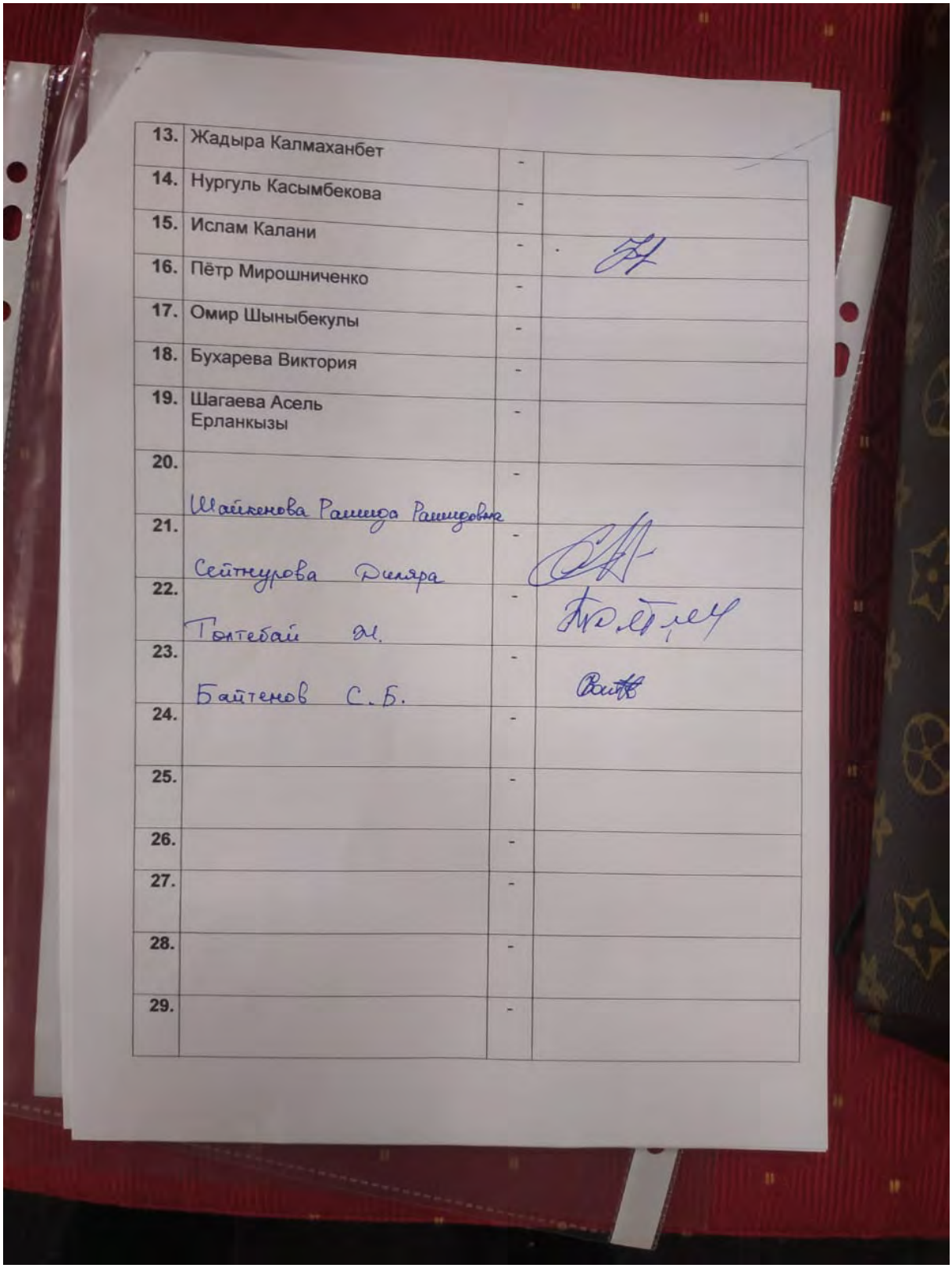
Фотографии с презентации проекта общественности, 11 декабря 2020 г. Гостиница Кайнар, г. Шымкент

Список одобрения проекта, 11 декабря 2020 г.
Гостиница Кайнар, г. Шымкент

Шымкент қаласы «Ескі қаланың тарихи-мәдени объектілерінің кешені» мастер жоспары бойынша келісім
ТІЗІМІ

Туристік бизнес өкілдері			
1.	Сагиндыков Бакитжан Оразович	-	
2.	Юлдашев Абдуллазиз Махаматалиевич	-	
3.	Шотаева Калжан Есенбеккызы	-	
4.	Шукенова Роза Курманкуловна	-	
5.	Шаталина Ольга Анатольевна	-	
6.	Корбан Кира Сергеевна	-	
7.	Ким Светлана Дмитрьевна	-	
8.	Ковченко Святослав Олегович	-	
9.	Уткина Надежда Ивановна	-	
10.	Азизов Даурен Абайхолиевич	-	
11.	Калыбаев Бекжан Байжанулы	-	
12.	Шулгаубаева Айнур Амангельдиевна	-	

Список одобрения проекта, 11 декабря 2020 г.
Гостиница Кайнар, г. Шымкент



13.	Жадыра Калмаханбет	-	
14.	Нургуль Касымбекова	-	
15.	Ислам Калани	-	
16.	Пётр Мирошниченко	-	
17.	Омир Шыныбекулы	-	
18.	Бухарева Виктория	-	
19.	Шагаева Асель Ерланкызы	-	
20.	Шайкенова Рашида Рашидовна	-	
21.	Сейтнурова Диляра	-	
22.	Тынтебай М.	-	
23.	Байтенов С.Б.	-	
24.		-	
25.		-	
26.		-	
27.		-	
28.		-	
29.		-	

Отчет и приложения к нему доступны по нижеследующей ссылке:
https://yadi.sk/d/iGLf15KjgUhGhA?w=1