

ЭХО

Читатели
по всей (и не только)

Самостоятельно-публицистическое издание
www.echo.sz

29 декабря 2011
10:00 (время Алматы)

Туристический рынок нужно исследовать

Вместе с туристами в 2011 году прибыло в КТ 1,4 млн человек, что на 10% больше, чем в прошлом году.

В. ПУГАЧОВА

Туристический рынок Казахстана развивается и по мере своего развития становится объектом внимания исследователей. В частности, туризм, как и любая

иная сфера экономики, в последние годы не только развивается, но и становится объектом пристального внимания ученых. В частности, туризм, как и любая другая сфера экономики, становится объектом пристального внимания исследователей. В частности, туризм, как и любая другая сфера экономики, становится объектом пристального внимания исследователей.

Вместе с туристами в 2011 году прибыло в КТ 1,4 млн человек, что на 10% больше, чем в прошлом году. Вместе с туристами в 2011 году прибыло в КТ 1,4 млн человек, что на 10% больше, чем в прошлом году.



иная сфера экономики, в последние годы не только развивается, но и становится объектом пристального внимания ученых. В частности, туризм, как и любая другая сфера экономики, становится объектом пристального внимания исследователей.

Вместе с туристами в 2011 году прибыло в КТ 1,4 млн человек, что на 10% больше, чем в прошлом году. Вместе с туристами в 2011 году прибыло в КТ 1,4 млн человек, что на 10% больше, чем в прошлом году.

иная сфера экономики, в последние годы не только развивается, но и становится объектом пристального внимания ученых. В частности, туризм, как и любая другая сфера экономики, становится объектом пристального внимания исследователей.

Вместе с туристами в 2011 году прибыло в КТ 1,4 млн человек, что на 10% больше, чем в прошлом году. Вместе с туристами в 2011 году прибыло в КТ 1,4 млн человек, что на 10% больше, чем в прошлом году.

иная сфера экономики, в последние годы не только развивается, но и становится объектом пристального внимания ученых. В частности, туризм, как и любая другая сфера экономики, становится объектом пристального внимания исследователей.

Вместе с туристами в 2011 году прибыло в КТ 1,4 млн человек, что на 10% больше, чем в прошлом году. Вместе с туристами в 2011 году прибыло в КТ 1,4 млн человек, что на 10% больше, чем в прошлом году.

Туристический рынок нужно исследовать

◆ Александр Шендерович

Иногда говорят, что проблема с туризмом в России заключается в том, что страна не умеет продавать себя. Но проблема заключается не в том, что страна не умеет продавать себя, а в том, что страна не умеет исследовать себя. Исследования туристического рынка в России отсутствуют. Не только в России, но и в странах СНГ.

Иногда же говорят, что туристический рынок в России не развивается, потому что страна не умеет продавать себя. Но проблема заключается не в том, что страна не умеет продавать себя, а в том, что страна не умеет исследовать себя. Исследования туристического рынка в России отсутствуют. Не только в России, но и в странах СНГ.

Иногда же говорят, что туристический рынок в России не развивается, потому что страна не умеет продавать себя. Но проблема заключается не в том, что страна не умеет продавать себя, а в том, что страна не умеет исследовать себя. Исследования туристического рынка в России отсутствуют. Не только в России, но и в странах СНГ.

Иногда же говорят, что туристический рынок в России не развивается, потому что страна не умеет продавать себя. Но проблема заключается не в том, что страна не умеет продавать себя, а в том, что страна не умеет исследовать себя. Исследования туристического рынка в России отсутствуют. Не только в России, но и в странах СНГ.

Иногда же говорят, что туристический рынок в России не развивается, потому что страна не умеет продавать себя. Но проблема заключается не в том, что страна не умеет продавать себя, а в том, что страна не умеет исследовать себя. Исследования туристического рынка в России отсутствуют. Не только в России, но и в странах СНГ.

Иногда же говорят, что туристический рынок в России не развивается, потому что страна не умеет продавать себя. Но проблема заключается не в том, что страна не умеет продавать себя, а в том, что страна не умеет исследовать себя. Исследования туристического рынка в России отсутствуют. Не только в России, но и в странах СНГ.