

**Б.Т. ИМАНБЕКОВА,<sup>1</sup>**

докторант.

Алматинский технологический университет<sup>1</sup>

## **ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ В АЛМАТИНСКОМ РЕГИОНЕ: ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ И УРОВНЯ КАЧЕСТВА**

### **Аннотация**

В статье на уровне научно-методических исследований автор поднимает вопросы оценки состояния и качественного уровня въездного туризма в Алматинской области. Выявлены тенденции качественного развития туристского бизнеса в регионе, изучена роль туристского кластера «Алматы – свободная культурная зона Казахстана» как основного фактора повышения качества туристских продуктов и услуг для развития въездного туризма. Однако необходимо отметить, что, обладая уникальностью, разнообразием природных ресурсов, туристский продукт области недостаточно конкурентоспособен и проигрывает зарубежным аналогам по доступности, уровню сервиса и цене туристских услуг. Общий уровень туристских предложений остается низким вследствие недостаточного уровня развития туристских продуктов и недостатка специализированных услуг и удобств для туристов. Сегодня туризм в Алматинской области определен в качестве стратегического приоритета развития. С целью развития туризма в области были разработаны и реализуются на постоянной основе специальные мастер-планы. Непосредственное воздействие на развитие туристского кластера оказывают экономические факторы. Их влияние на туристский кластер главным образом обусловлено тем, что рост доходов от въездного туризма оказывает позитивное воздействие как на социально-экономическое положение региона, так и на повышение материального уровня и качества жизни населения. В целом совокупность политических и экономических факторов окажет синергетический эффект как на развитие самого туристского кластера, так и на развитие сопутствующих отраслей экономики, культуры, образования и инновационной деятельности.

Ключевые слова: въездной туризм, туристская индустрия, туристский кластер, синергетический эффект, туристская привлекательность.

В современном мире развитие туризма, прежде всего въездного, осуществляется в форме кластера, целью создания которого является повышение конкурентоспособности региона на глобальном туристском рынке за счет синергетического эффекта. Благодаря кластеру туризма формируется имидж региона, происходит его позиционирование на международном туристском рынке.

Синергетический эффект от туристского кластера достигается за счет его влияния на развитие целого ряда отраслей экономики: «во-первых, обеспечивает спрос потребителей на туристские услуги, удовлетворяя их потребности, а во-вторых, способствует социально-экономическому развитию страны, увеличивая доход в бюджет, способствует вливанию инвестиций в смежные отрасли, создает дополнительные рабочие места, влияет на оздоровление нации, сохранение и рациональное использование историко-культурного наследия и охрану окружающей среды» [1].

В Концепции развития туризма в РК до 2023 года туристский кластер «Алматы – свободная культурная зона Казахстана» наряду с кластером «Астана – сердце Евразии» назван приоритетом первого уровня.

Алматинский регион и город Алматы чрезвычайно привлекательны для развития въездного туризма, обладая огромным туристским потенциалом с богатейшими рекреационными ресурсами и памятниками истории, культуры, природы, уникальными спортивными объектами и насыщенной культурной и событийной жизнью.

Между тем въездной туризм пока еще не играет значительной роли в Алматинской области. Так, в 2012 г. количество обслуженных посетителей въездного туризма составляло 1 342 чел., в 2013 г. уменьшилось до 1065, в 2014 г. опустилось еще ниже – до 748, в 2015 г. – до 735, в 2016 г. выросло до 1 914 чел., в 2017 г. вновь снизилось до 1 731 чел. По данным за январь–сентябрь 2018 г. местами размещения области было обслужено 3392 въездных туриста. Учитывая, что это данные лишь за 9 месяцев, можно предположить, что за год их число достигнет минимум

4-х тысяч. Здесь мы берем в расчет, что оставшиеся месяцы – не сезон для посещений. Тем не менее рост очевиден. Динамика изменений численности въездных туристов в 2012–2018 гг. показана на рисунке 1.

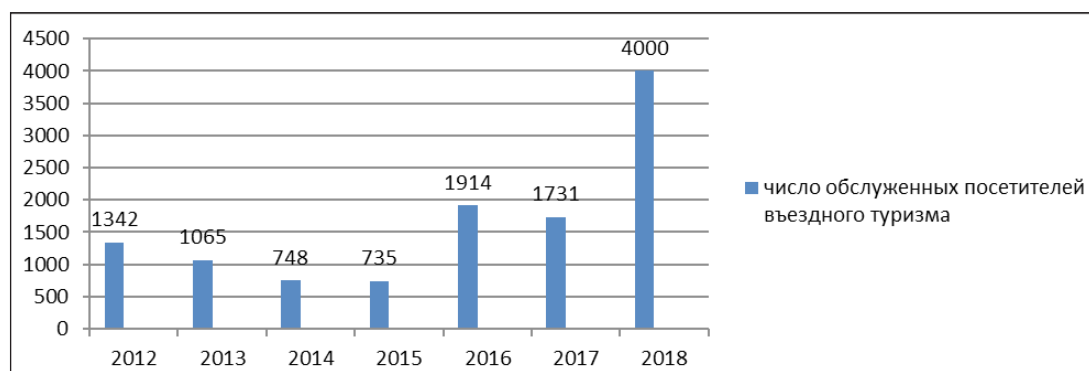


Рисунок 1 – Число обслуженных посетителей местами размещения в Алматинской области в 2012–2018 гг. [2]

Как видим, число въездных туристов в Алматинской области крайне незначительно, в отдельные годы – несколько сотен и только с 2016 г. наметился рост, несколько снизившийся до 1731 чел. в 2017 г. Однако 2018 год принес резкий рост численности въездных туристов, что свидетельствует об определенных подвижках в развитии отрасли в связи с реализацией мер по формированию Алматинского туристского кластера. Доля въездного туризма в общем количестве туристов, посетивших область, составлявшая в 2017 г. всего 0,1%, в 2018 г. поднялась до 0,6%.

По данным Всемирной туристской организации, из 100% в мировых туристских потоках лишь около 40% было отведено деловому туризму и посещению друзей и родственников. Значительно большую долю – примерно 60% занимает досуговый и пляжный отдых. В Казахстане же ситуация значительно отличается. Так, к примеру, в 2017 г. 78% въездов представлено по целям – поездками к друзьям и родственникам, т.е. носят личный характер, 20% составляет деловой туризм и лишь 2% – это «чистый туризм», нацеленный на отдых.

Распределение посетителей по целям поездок в местах размещения в Алматинской области в период 2012–2018 гг. характеризуется данными, приведенными в таблице 1.

Таблица 1 – Распределение посетителей по целям поездок в местах размещения в 2012–2018 гг. (чел.) [3]

Годы	Всего	Личные	Деловые и профессиональные
2012	110 504	69 571	40 933
2013	116 542	88 336	28 206
2014	196 718	124 680	72 038
2015	264 819	203 324	61 495
2016	435 239	366 348	68 891
2017	614 624	402 521	212 103
2018	721 398	490 678	230 720

Личные цели посетителей в местах размещения в указанный период доминируют над деловыми и профессиональными. Однако в 2014 г. число посетителей с деловыми целями выросло почти в 2,5 раза по сравнению с 2013 г. Это свидетельствует о том, что развивается бизнес-среда в области и связанный с ней поток предпринимателей. В 2015 и 2016 гг. показатели ниже, чем в 2014 г., но заметно выше, чем в начале указанного периода. 2017 и 2018 гг. показали серьезный рост как общего числа туристов, так и прибывших с деловыми целями. Так, в 2018 г. по сравнению с 2012 г. первый показатель увеличился в 6,5 раза, число прибывших по личным целям – в 7,1 и туристов, путешествующих с деловыми и профессиональными целями, – в 5,6 раза.

Среди нерезидентов личные цели также преобладают над деловыми и профессиональными. Их соотношение на 2018 г. представлено на рисунке 2.

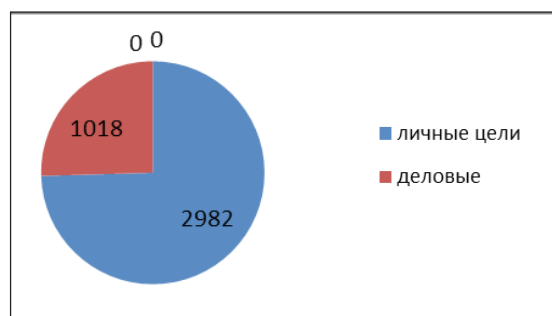


Рисунок 2 – Распределение посетителей-нерезидентов по целям поездок в местах размещения за 2018 г. (чел.) [3]

Если, например, в 2016 г. число въездных посетителей по целям поездок отличалось почти двукратным превышением туристов с личными целями над посетителями, прибывшими с деловыми и профессиональными целями, то в 2018 г. соотношение составило почти 1/3.

Отметим, что рост числа въездных туристов обеспечивается за счет посещения национальных природных парков и зон. Поскольку отдельных данных по въездным туристам нет, проиллюстрируем эту тенденцию на сравнении общих посещений – отдохнувших в санаторно-курортных организациях и посетивших особо охраняемые природные территории.

Таблица 2 – Количество обслуженных посетителей по курортным зонам Алматинской области в 2012–2018 гг. [3]

Годы	Всего посетителей	Остановившихся в местах размещения	Отдыхавших в санаторно-курортных организациях	Посетивших особо охраняемые природные территории
2012	198 545	20 057	2 736	175 752
2013	156 779	46 078	1 765	108 936
2014	203 350	66 116	1 150	136 084
2015	258 904	111 321	1 803	145 780
2016	392 258	236 756	1 501	154 001
2017	614 624	426 342	854	187 428
2018	721 398	489376	1027	213 854

В 2012 г. из 198 545 посетителей 175 752 составляли посетившие особо охраняемые природные территории Алматинской области, в 2013 г. – число последних составило 108 936 из общего числа в 156 779 чел., в 2014 г. эти показатели составили 136 084 и 203 350, в 2015 г. – 145 780 и 258 904, в 2016 г. – 154 001 и 392 258 чел., в 2017 г. – 614 624 и 187 428, в 2018 г. – 721 398 и 213 854 чел. соответственно. То есть посещение природных территорий области в указанном периоде варьируется в диапазоне от 70 до 88,5% в 2012 и 2013 гг., до 40–56% – в 2015 и 2016 гг. и до 30,5–29,6% – в 2017 и 2018 гг. Следовательно, показатели посещаемости носят весьма волатильный погодный характер. Во многом они обусловлены недостаточным количеством мест размещения, невысоким уровнем качества сервиса и сопутствующих туристских услуг. Обладая уникальностью, разнообразием природных ресурсов, туристский продукт Алматинской области недостаточно конкурентоспособен и проигрывает зарубежным аналогам по доступности, уровню сервиса и цене туристских услуг.

Основными проблемами, оказывающими негативное влияние на развитие индустрии туризма в области, являются следующие.

Материальная база мест размещения, в т.ч. гостиниц, пансионатов, домов и баз отдыха, а также санаторно-курортных учреждений, характеризуется высокой степенью физического износа. На сегодняшний день в связи с отсутствием категории у подавляющего числа гостиниц

качество предлагаемых услуг в местах проживания для туристов не соответствует международным требованиям. Так, в области нет мест размещения с категорией «5 звезд», всего три 4-звездочных, одна гостиница – 3-звездочная. Остальные 178 мест размещения в области представляют гостиницы без категорий.

Общий уровень туристских предложений остается низким вследствие недостаточного уровня развития туристских продуктов и недостатка специализированных услуг и удобств для туристов. Так, отсутствуют комфортные условия размещения туристов непосредственно в местах локализации туристских объектов или в узловых точках маршрутов. В области слабо развивается рекламно-имиджевая работа, недостаточно представлена информация о туристском потенциале и туристских продуктах в области.

Развитие въездного потока туристов тормозится слабым уровнем подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, а также отсутствием научной базы туризма.

Несмотря на то, что область располагает довольно разветвленной транспортной сетью, представленной автомобильным, воздушным, железнодорожным и речным транспортом, по сравнению с другими регионами Казахстана, тем не менее состояние и качество ее оставляет желать лучшего.

Сегодня туризм в Алматинской области определен в качестве стратегического приоритета развития. С целью развития туризма в области были разработаны и реализуются на постоянной основе специальные мастер-планы.

Полагаем, что новый импульс туристскому кластеру придаст Дорожная карта развития туризма в Алматинской области на 2018–2020 годы, приоритеты которой направлены на развитие внутреннего и въездного туризма. В карте большое внимание сосредоточено на улучшении качества инфраструктуры туристских объектов, включая меры по созданию сервисных точек, этнографических аулов вблизи города Алматы, а также туристских комплексов в национальных природных парках.

Особое место в туристской отрасли Алматинского региона занимает город Алматы, являющийся крупнейшим финансово-экономическим, культурным, научно-образовательным и инновационным центром Казахстана. Алматы занимает 1 место в стране по объему ВРП (20,2% на 01.01.2018 г.) и является центром развития малого и среднего бизнеса. Так, в южной столице зарегистрировано почти 29% всех зарегистрированных юридических лиц в Казахстане и 13% всех индивидуальных предпринимателей.

ВРП на душу населения города в 2018 г. составил 4 008,9 тыс. тенге, что вдвое превышает средний показатель по стране. Структура ВРП Алматы похожа на многие развитые города мира, где торговля составляет более 35,6% экономики города, а сектор услуг в целом – более 50%.

Таким образом, исходя из анализа основных показателей развития туристской индустрии в Алматы, можно сделать вывод о наличии положительной динамики и о том, что у города хорошие перспективы роста как мирового туристского центра.

При определении перспектив развития Алматинского туристского кластера необходимо учитывать и потенциальное влияние на туристскую деятельность изменений, которые происходят в макросреде. В процессе стратегического планирования и управления туристским кластером необходимо применение PEST-анализа.

PEST-анализ представляет собой стратегический анализ политических (P – political), экономических (E – economic), социальных (S – social) и технологических (T – technological) факторов внешней среды организации, в нашем случае – Алматинского туристского кластера.

В связи с особенностями туристской индустрии следует к анализу добавить еще экологические (E – ecology-environmental) и законодательные (L – law – legislative) факторы влияния на ведение турбизнеса.

Таким образом, проведение PESTEL-анализ туристского кластера «Алматы – свободная культурная зона Казахстана» позволит определить влияние внешних факторов на его качественное развитие.

Политическая стабильность в Алматы и Алматинской области и целенаправленное планомерное поступательное развитие туризма, в том числе въездного, а также его признание республиканскими, городскими и областными органами власти в качестве приоритета для раз-

вития экономики региона способствуют развитию отрасли. При этом непосредственное воздействие на развитие туристского кластера оказывают экономические факторы. Их влияние на туристский кластер главным образом обусловлено тем, что рост доходов от въездного туризма оказывает позитивное воздействие как на социально-экономическое положение региона, так и на повышение материального уровня и качества жизни населения. В целом совокупность политических и экономических факторов окажет синергетический эффект и на развитие самого туристского кластера, и на развитие сопутствующих отраслей экономики, культуры, образования и инновационной деятельности.

Таблица 3 – PESTEL-анализ туристского кластера «Алматы – свободная культурная зона Казахстана»

Политические факторы (P)	+/-	Экономические факторы (E)	+/-
Политическая стабильность в городе и регионе	+	Высокий производственный и финансовый потенциал Алматы, обусловленный его положением как экономического центра Казахстана. Город является средоточием малого и среднего бизнеса, с высокой долей в структуре сектора услуг – свыше 50%	+
Государственная поддержка туристского кластера в регионе (Концепция развития туризма в РК до 2023 г.)	+	Алматинская область относится к ярко выраженным аграрно-индустриальным регионам со значительным производственно-экономическим потенциалом, наибольшую долю в структуре ВРП занимают промышленность, сельское хозяйство и строительство	+
Приоритет акимата Алматы – развитие туристского кластера мирового уровня (Программа развития Алматы–2020)	+	Отсутствие конкурентоспособной диверсифицированной экономики в Алматинской области	-
Приоритетность туризма на региональном уровне (Стратегия социально-экономического развития Алматинской области на 2018–2020 гг.)	+	Слабое развитие сферы услуг в области	-
		Низкий уровень инвестиционной привлекательности сферы туризма по сравнению с другими отраслями экономики города и региона	-
		Ежегодное увеличение въездного туризма и объема туристских услуг в городе	+
		Низкое число въездных туристов в области	-
		Высокая стоимость туристских услуг	-
		Недостаток предложения оригинальных туристских продуктов	-
		Недостаточное качество туристских услуг в городе и низкое в области	-
Социальные факторы (S)	+/-	Научно-технические факторы (T)	+/-
Высокий уровень безработицы в области и в меньшей степени в Алматы	-	Наличие туристско-информационного центра в Алматы	+
Недостаточный уровень оплаты труда в Алматы и низкий в Алматинской области	-	Создание визит-центра в Алматинской области	+
	-	Отсутствие координационного центра взаимодействия туроператоров Алматы и области	-
Увеличение потока туристов в город и регион и рост числа внутренних туристов	+	Содействие органов государственной власти развитию инновационной деятельности в регионе	+



Продолжение таблицы 3

Незначительное число въездных туристов в область	–	Проведение конкурсов инновационных проектов	+
Недостаток квалифицированных кадров в сфере туризма	–	Функционирование парка инновационных технологий «Алатау» в Алматы	+
Возрастающий интерес к народным традициям и ремеслам	+	Сотрудничество с научными организациями и вузами города и области	+
Открытие профильных туристских специальностей в высших и средних профессиональных учебных заведениях города и региона	+	Слабое взаимодействие между образовательными и научными учреждениями города и области	–
Недостаточный уровень сертификации и стандартизации туристских продуктов и услуг	–	Малый объем финансирования НИОКР в сфере туристской индустрии	–
Отсутствие стандартов для таких мест размещения, как юрта, караванинг, гостевые дома, хостелы.	–	Низкая инновационная активность бизнеса, в особенности в области	–
		Рост услуг сотовой связи и сети интернет, расширение доступа к широкополосному интернету	+/-
		Распространение внедрения услуг мобильной связи 4 поколения	+ +/-
		Невысокий уровень использования организациями региона информационно-коммуникационных ресурсов	–
		Слабое состояние персонализированных технических решений для авиаперевозчиков, отелей, турагентств	–
		Недостаточность технологий онлайн в выборе туристского направления, размещения и бронирования	–
Законодательные факторы (L)	+/-	Экологические факторы (E)	+/-
Закон «О туристской отрасли РК»	+	Высокий уровень загрязнения воздушного бассейна в Алматы	–
Закон «Об охране памятников и историко-культурного наследия»	+	Состояние окружающей среды в Алматинской области	+
Закон «Об экологии»	+	Недостаток качественной питьевой воды в области	–
Закон о природоохранных зонах	+	Слабое соблюдение санитарно-гигиенических норм на предприятиях общепита	–
Наличие Казахстанской туристской ассоциации (КТА) и КАГиР (Ассоциации гостиниц и ресторанов)	+		
Создание национальной компании «Казахтуризм»	+		
Отсутствие бренда и логотипа Алматинского кластера	–		
Слабое позиционирование и пропаганда имиджа кластера	–		
Примечание – Составлено автором.			

PESTEL-анализ туристского кластера «Алматы – свободная культурная зона Казахстана» показал, что по политическим факторам наблюдается положительная оценка по всем показателям – результат составляет +3. По экономическим факторам результат составляет +4 и –8, один показатель имеет характеристики +/-, то есть в целом по группе экономических факторов отрицательные результаты превышают положительные вдвое.

Состояние социальных факторов характеризуется наличием 7 отрицательных показателей и 3 положительных. Научно-технические факторы имеют 7 положительных и столько же отрицательных значений. Два показателя характеризует значение +/- . Положительные оценки имеют 6 показателя законодательных факторов и 2 – отрицательные. Наиболее худшие показатели имеет Алматинский кластер по экологическим факторам, где три из четырех показателей имеют отрицательные значения.

Суммируя результаты анализа, приходим к выводу, что на настоящий момент туристский кластер «Алматы – свободная культурная зона Казахстана» обладает 24 положительными оценками состояния и 23 отрицательными. Следовательно, наиболее актуальной проблемой для туристского кластера являются экономический и в особенности экологический факторы. При этом следует отметить высокий уровень финансового и сервисного потенциала кластера.

Реализация проекта в Алматинском регионе позволит сформировать эффективный и конкурентоспособный туристский кластер, соответствующий международным стандартам качества и безопасности, способствующий росту туристских услуг, их вкладу в развитие экономики Алматы и Алматинской области и ориентированный на обеспечение доступности и качества туристских продуктов и услуг для въездного и внутреннего туризма.

1. Комплексное развитие туристско-рекреационных территорий в Алматы и Алматинской области.

2. Повышение транспортной доступности мест отдыха и туристских объектов в Алматы и Алматинской области.

3. Повышение качества оказания туристских услуг.

4. Позиционирование Алматы и Алматинской области как региона, благоприятного для развития туризма, поддержание его имиджа как крупной и привлекательной международной туристской дестинации, повышение конкурентных позиций на внутреннем и внешнем рынках туристских услуг.

5. Создание в Алматы и Алматинской области современных институциональных условий развития туризма.

Основные проблемы развития туристского кластера в регионе связаны с низкими позициями в рейтинге отраслей, привлекательных для инвестирования. Данный факт объясняется рядом таких причин, как:

- ♦ невысокая степень информированности потенциальных инвесторов об инвестиционных туристских проектах кластера;

- ♦ инвестиции в туристскую инфраструктуру (гостиницы, рестораны и т.п.) сопряжены с большим количеством рисков, которые нехарактерны для других видов инвестирования в недвижимость;

- ♦ соотношение объемов вложений со сроками окупаемости (7–10 лет);

- ♦ «порог вхождения» в гостиничный бизнес выше, чем в бизнес, связанный с недвижимостью;

- ♦ невысокое качество обслуживания;

- ♦ нехватка квалифицированных кадров и неэффективная организация труда;

- ♦ недостаточная популяризация туристских проектов кластера.

Следует полагать, что устранение вышеуказанных трудностей позволит создать благоприятный инвестиционный климат в Алматинском туристском кластере.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Швец И.Ю. Критерии оценки эффективности деятельности туристского кластера // Механізм регулювання економіки. – 2005. – № 4. – С. 275–279.

2 Сост. по: Обслужено посетителей местами размещения по въездному туризму. Обслужено посетителей местами размещения по внутреннему туризму: интернет-ресурс Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан: [www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz).

3 Информация по туристскому потоку страны на основе данных о посетителях Пограничной службы Комитета национальной безопасности Республики Казахстан, а также по обследованиям мест размещения, санаторно-курортных организаций и особо охраняемых природных территорий: интернет-ресурс Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан: [www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz).

### Аңдатпа

Мақалада автор ғылыми-әдістемелік зерттеу деңгейде Алматы облысындағы көшпелі туризмнің жағдайы мен сапа деңгейін бағалау мәселелері көтерілді. Көшпелі туризмді дамыту үшін туристік өнімдер мен қызметтердің сапасын арттырудың негізгі факторы ретінде өңірдегі туристік бизнесті дамытудың сапалы үрдісі анықталды, «Алматы – Қазақстанның еркін мәдени аймағы» туристік кластерінің рөлі зерттелді. Алайда, табиғи ресурстардың бірегейлігі мен алуан түрлілігіне ие өңірдің туристік өнімнің бәсекеге қабілеттілігі жеткіліксіз және қолжетімділік, қызмет көрсету деңгейі және туристік қызметтердің бағасы жағынан шетелдік әріптестермен бәсекеге түсе алмайды. Туристік өңірлердің даму деңгейі және туристерге арнайы қызметтер мен жайлылықтың жеткіліксіз болуынан жалпы туристік ұсынымдар деңгейі төмен болып қалуда. Бүгінгі таңда туризм Алматы облысындағы дамытудың стратегиялық басымдығы ретінде айқындалды. Өңірдегі туризмді дамыту үшін тұрақты негізде арнайы мастер-жоспарлар әзірленді және енгізілді. Экономикалық факторлар туристік кластердің дамуына тікелей әсер етеді. Олардың туристік кластерге әсері негізінен көшпелі туризмінен түскен кірістің өсуі аймақтың әлеуметтік-экономикалық жағдайына, сондай-ақ халықтың материалдық деңгейін және өмір сүру сапасын арттыруға оң әсерін тигізуіне байланысты. Жалпы алғанда, саяси және экономикалық факторлардың үйлесуі туристік кластердің дамуына, сондай-ақ экономика, мәдениет, білім беру мен инновациялық қызметтің ілесіп салаларын дамытуға синергетикалық әсер етеді.

Тірек сөздер: көшпелі туризм, туристік индустрия, туристік кластер, синергетикалық әсер, туристік тартымдылық.

### Abstract

The author raises questions of assessing the state and quality level of inbound tourism in the Almaty region at the level of scientific and methodological research in the present article. The tendencies of the qualitative development of the tourist business in the region are revealed, the role of the tourist cluster “Almaty – free cultural zone of Kazakhstan” as the main factor in improving the quality of tourist products and services for the development of inbound tourism has been studied. However, it should be noted that, possessing the uniqueness and diversity of natural resources, the tourist product of the region is not sufficiently competitive and loses to foreign counterparts in accessibility, level of service and price of tourist services. Today, tourism in the Almaty region is identified as a strategic development priority. In order to develop tourism in the region, special master plans were developed and implemented on an ongoing basis. Economic factors have a direct impact on the development of the tourist cluster. Their impact on the tourism cluster is mainly due to the fact that the growth of income from inbound tourism has a positive impact on the socio-economic situation of the region, as well as on raising the material level and quality of life of the population. In general, the combination of political and economic factors will have a synergistic effect both on the development of the tourism cluster itself and on the development of related industries, culture, education and innovation.

Key words: inbound tourism, tourist industry, tourist cluster, synergetic effect, tourist attraction.