



ALMATY
TOURISM
BUREAU

Visit Almaty



Путь туриста в Алматы

Декабрь 2024

Содержание

1

Мировые тренды в сфере туризма

[3](#)

2

Тренды в сфере туризма в Казахстане

[5](#)

3

Тренды входящего туристического потока в Алматы

[6](#)

4

Основные этапы пути туриста в Алматы

[9](#)

4.1

Планирование

[10](#)

4.2

Бронирование

[12](#)

4.3

Размещение

[14](#)

4.4

Времяпрепровождение

[16](#)

5

Заключение

[26](#)

1

Мировые тренды в сфере туризма

Мировые тренды в сфере туризма продолжают показывать положительную динамику: в 2024 году эффект COVID утратил влияние, и в прошедшем году сектор в целом преодолевал рекордные отметки. Согласно исследованию Mastercard Economics Institute Travel Trends [1], до марта 2024 года потребительские расходы на путешествия оставались высокими, а пассажиропоток резко вырос. Одной из основных причин этого тренда является заметное улучшение показателей мирового рынка труда, в то время как растут располагаемые доходы домохозяйств благодаря экономической стабильности. Не менее важным является заметный сдвиг в структуре потребительских расходов в сторону создания значимых и запоминающихся впечатлений, и путешествия – один из главных способов это сделать. Позитивные тренды не сдерживаются такими барьерами, как колебания

обменных курсов, климатическая повестка и различный уровень доступности – желание путешествовать остается сильным. Тем не менее, люди становятся более стратегически подходят к тому, как, когда и куда они путешествуют, и в 2024 году мы увидим значительные сдвиги как в общем объеме поездок, так и в моделях предпочтений путешественников. За такими выводами стоят агрегированные и анонимизированные данные о глобальных транзакциях Mastercard, которые показывают, что 2024 год начался с сильного роста туристической индустрии – как с точки зрения расходов, так и количества туристов.



Некоторые заслуживающие внимания примеры тенденций, свидетельствующих об усилении путешествий в 2024 году, включают:

1 Рост международного туризма

В 1 квартале 2024 года за рубеж выехало около 15,9 миллиона американцев, в то время как в марте 2024 года Япония приняла более 3 миллионов прибытий.

2 Рост потребительских расходов

По состоянию на март 2024 года девять из последних 10 рекордных дней в мировой круизной и авиационной индустрии пришлось на 2024 год.

3 Более длительные отпуска

Туристы проводят больше времени в отпуске, примерно на один дополнительный день по сравнению с тенденциями до COVID, особенно в местах с более низкими затратами. Более того, чем теплее климат, тем сильнее сохраняется эта тенденция, что делает регион Ближнего Востока и Африки ведущим бенефициаром этой тенденции.

4 Развитие событийного туризма

Памятные события являются движущей силой тенденций в сфере туризма, будь то концерты или спортивные мероприятия, а это означает, что любое мероприятие, такое как шоу Тейлор Свифт, Солнечное затмение, карнавал в Бразилии или чемпионат Европы, привлечет значительный туристический поток в место, где оно проводится.

5 Рост цен на путешествия

В сфере туризма цены, особенно в отельном бизнесе, остаются высокими по сравнению с уровнем до COVID. Здесь играют роль два фактора: инфляция увеличивает операционные расходы отелей, а повышенный потребительский спрос повышает цены. В результате этого наблюдается бум выгодных для кошелька вариантов путешествий.

В то время как вышеупомянутые тенденции положительно повлияли на большинство стран мира, лидерами роста стали Япония, Ирландия и Румыния, которые испытали самый сильный рост доли расходов туристов по сравнению с прошлым годом.



2

Тренды в сфере туризма в Казахстане

Туризм имеет стратегическое значение для будущего казахстанской экономики. В марте 2023 года утверждена Концепция развития туристской отрасли на 2023-2029 годы, в которой туризм определен в качестве одного из национальных приоритетов для Республики Казахстан. Предполагается, что туризм станет одним из прибыльных направлений бизнеса для местных предпринимателей, что приведет к мультипликативному эффекту для всех заинтересованных сторон – государства, бизнеса и рабочей силы. Занятость в отрасли прогнозируется на 800 тыс. человек, а прирост к ВВП составит около 6 трлн тенге [2].

Действительно, туризм является важной отраслью для развития по ряду причин:

- Туризм является трудоемким явлением и, вероятно, создаст много новых рабочих мест
- Въездной туризм оказывает

такое же экономическое влияние, как и экспортная отрасль, поскольку товары и услуги предоставляются иностранцам, которые тратят иностранную валюту из-за рубежа

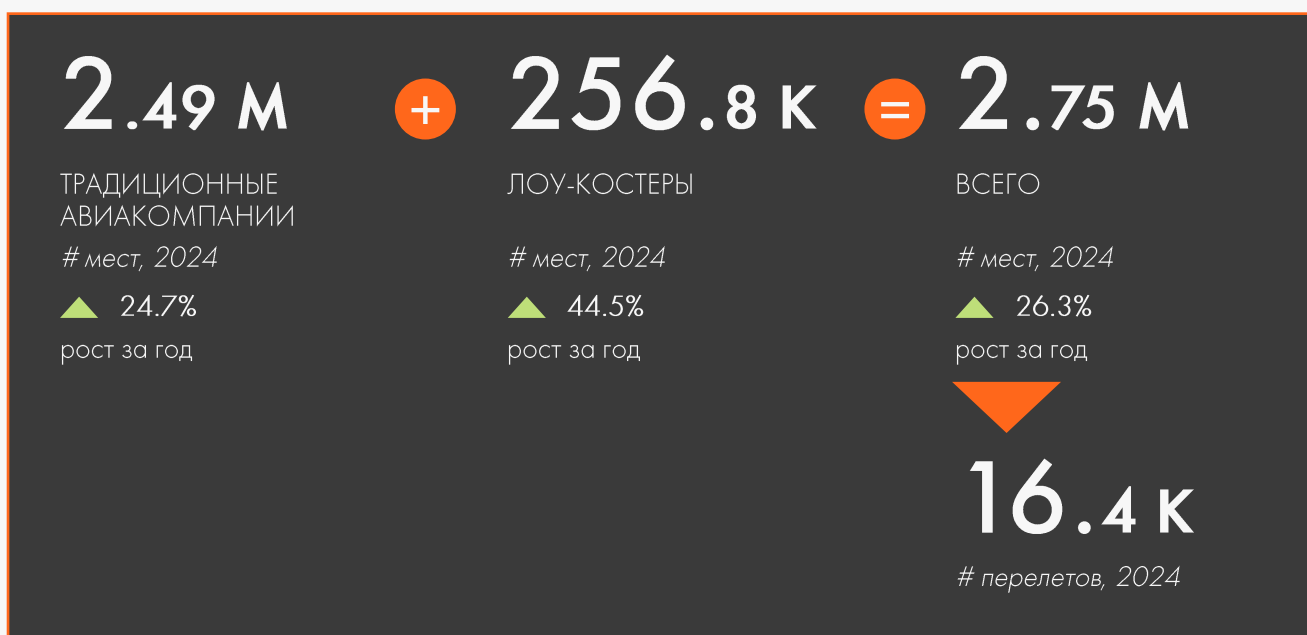
- Кроме того, туризм также увеличивает потребительскую и инвестиционную составляющие ВВП
- Таким образом, туристические тенденции уже выглядят позитивными для Казахстана. В 2023 году Казахстан посетили 1,1 млн иностранных граждан, что на 17% больше, чем годом ранее. Около половины из этого числа посетили Алматы в качестве основного направления [3].



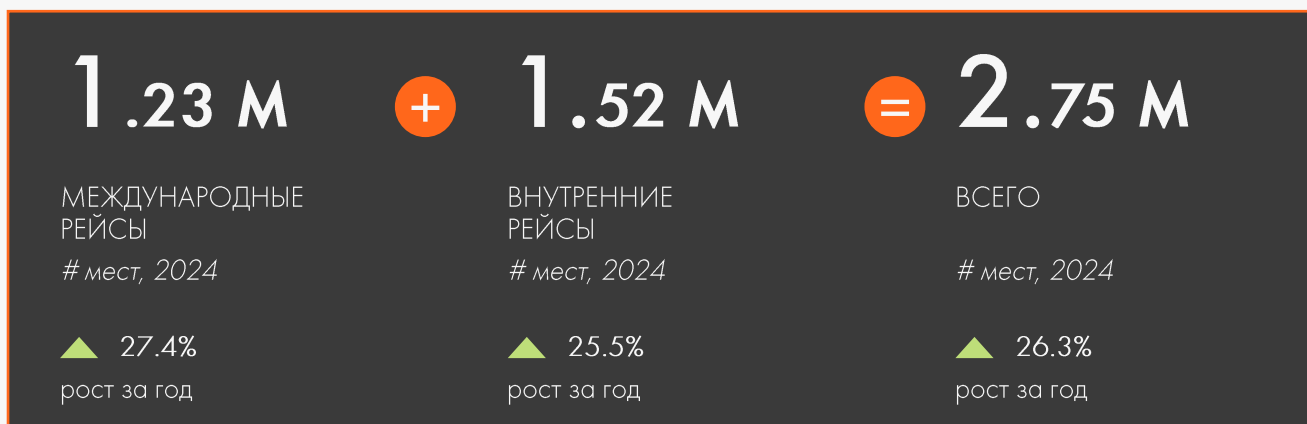
3

Тренды входящего туристического потока в Алматы

Алматы как туристический хаб страны стал главным бенефициаром роста мирового туризма, который затронул и Казахстан. Одним из главных показателей туризма любой страны является количество прибывающих в страну рейсов, что в конечном итоге отражается на уровне пассажиропотока. Ниже представлены общие цифры въездного авиатрафика за первое полугодие 2024 года, как международных рейсов стран дальнего зарубежья, так и внутренних рейсов.



Между тем, распределение увеличенной пропускной способности между международными и внутренними рейсами осталось примерно таким же по сравнению с первой половиной 2023 года:



Как видно, за один год количество рейсов значительно увеличилось как у традиционных, так и у лоу-костеров. Этот факт говорит о том, что спрос на авиаперелеты в прошедшем году увеличился, и авиакомпании отреагировали на это увеличением количества доступных рейсов в Алматы. Это может быть связано с несколькими причинами, а именно:



В декабре 2023 года в Казахстане введена пятая свобода воздушного транспорта – максимально возможная, которая технически позволяет иностранным авиакомпаниям летать в любой город Казахстана без каких-либо ограничений [4].



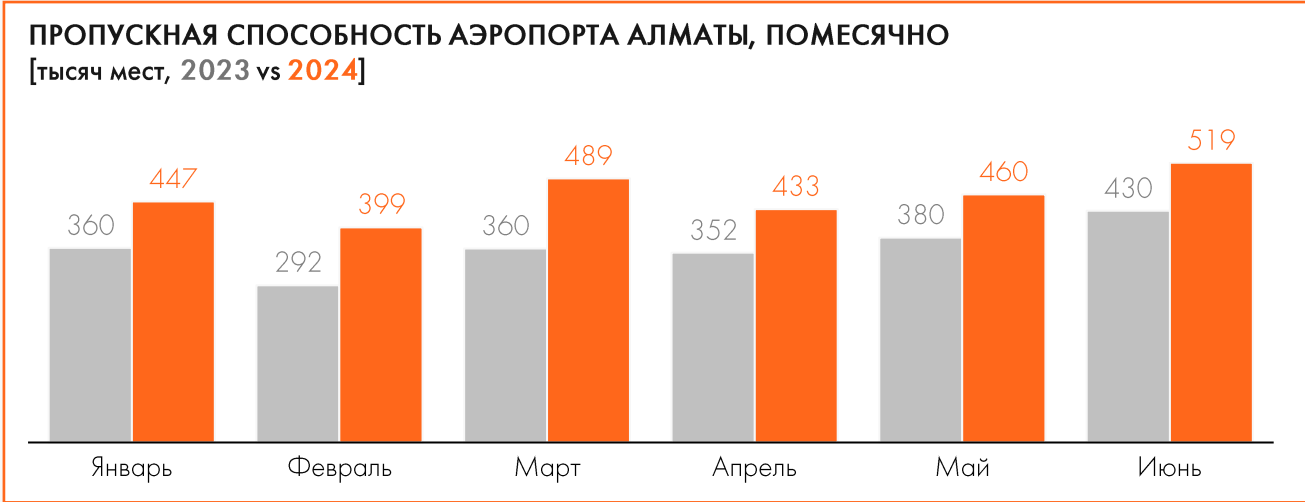
Кроме того, наблюдается широкая популяризация лоукостеров как в Казахстане, так и во всем мире [5]. Бюджетные авиакомпании, как правило, имеют большую пассажироместимость рейсов из-за конфигурации самолетов, которая исключает места в бизнес-классе и первом классе. Это является основной причиной увеличения количества свободных мест на рейсах, прибывающих в Алматы.



Кроме того, правительство Казахстана стало уделять особое внимание развитию туризма в стране. В июне 2024 года Касым-Жомарт Токаев провел официальную встречу, на которой обсуждались вопросы развития туризма в стране, где Алматы был упомянут в качестве основного хаба для туристов в Казахстане, а также о том, что для размещения растущего объема входящего трафика требуется дальнейшее развитие инфраструктуры [6].



Наконец, новый терминал в международном аэропорту Алматы изначально планировалось открыть в конце лета 2024 года. Но в связи с быстрым ростом пассажиропотока строительство было ускорено, и с середины июня все международные рейсы были переведены в новый терминал, а старый терминал был перепрофилирован на внутренние рейсы. Это окажет серьезное влияние на общую пропускную способность во 2-й половине 2024 года. [7]



Еще одним подтверждением вышеуказанного тезиса является то, что пропускная способность рейсов в Алматы увеличивалась каждый месяц с января по июнь 2024 года по сравнению с 2023 годом, при этом разница между месяцами сохранялась примерно на одном уровне.

Далее статья фокусируется на странах дальнего зарубежья и исключает из рассмотрения соседние страны и регион СНГ. Это связано с тем, что туристы из

стран дальнего зарубежья в целом расходуют больше по сравнению с туристами из региона СНГ. Кроме того, подсчитано, что каждый турист из дальнего зарубежья создает две вакансии в Казахстане [8].

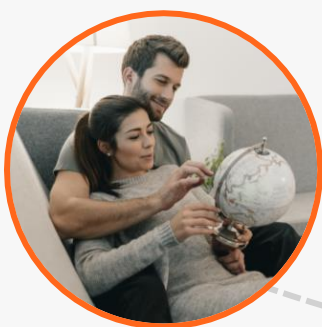


4

Основные этапы пути туриста в Алматы

Исходя из рассмотренных выше данных, общая картина для Алматы выглядит позитивной. Но для детального понимания причин роста въездного туристического потока необходимо проанализировать каждый этап клиентского пути туриста.

Путь туриста состоит из следующих этапов:



ПЛАНИРОВАНИЕ

Поиск билетов, вариантов размещения и активностей, чтобы определиться с планами и датами поездки



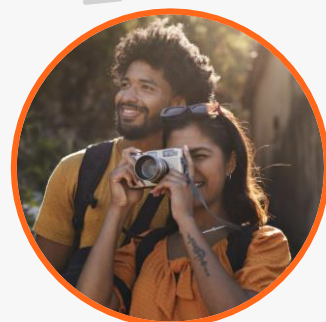
БРОНИРОВАНИЕ

Как только турист определился с планами, он переходит к этапу бронирования



РАЗМЕЩЕНИЕ

Расходы туриста на проживание после прибытия в город



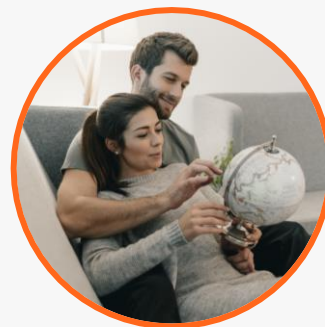
ВРЕМЯ ПРОВОЖДЕНИЯ

Расходы туриста на отдых и развлечения в городе



4.1 Этап планирования

На первом этапе клиентского пути турист принимает решение о точных датах и плане своей поездки.



29.7%

ДОЛЯ ПОИСКОВЫХ
ЗАПРОСОВ, СВЯЗАННЫХ
С ТУРИЗМОМ

▲ 0.02%
рост за год

До

40

 дней

ЗАБЛАГОВРЕМЕННЫЙ
ПОИСК

▲ 24%
рост за год

25%

ДОЛЯ ПОВТОРНЫХ
ПОСЕЩЕНИЙ

▲ 78.6%
рост за год

Среди всех поисковых запросов в Центральной Азии доля запросов, связанных с туризмом в Алматы, увеличилась на 2 п.п. за один год, что является относительно высоким результатом. Это связано высокими темпами развития туризма в Центральной Азии – наиболее заметным примером является Узбекистан с такими направлениями, как Ташкент, Самарканд и Бухара [9].

Стоит отметить, что количество потенциальных туристов, которые при планировании своей поездки в Алматы увеличили срок предварительного поиска до 40 дней, значительно возросло – на 24%. Этот рост вписывается в глобальные тренды, представленные в начале статьи: потребители ищут наиболее выгодные варианты путешествий из-за роста цен, а в случае с Алматы – еще и из-за недостаточного количества доступных

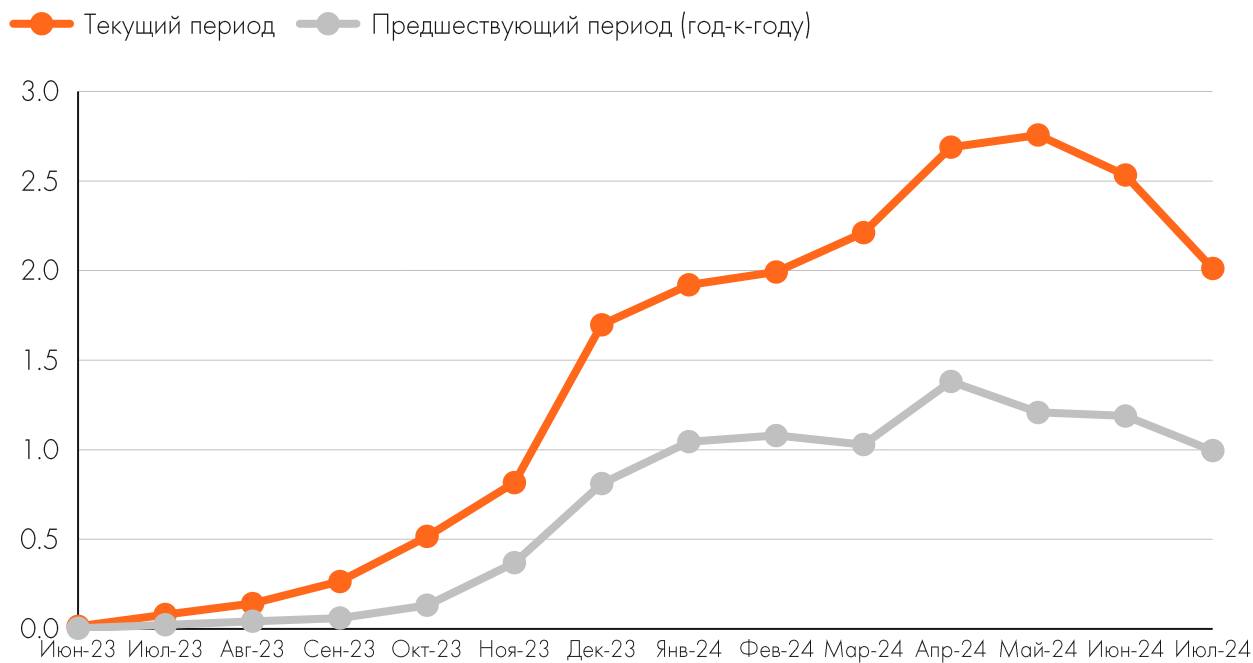
вариантов размещения, как мы увидим далее в разделе «Размещение».

Доля повторных посещений увеличилась на 78,6% в годовом исчислении и достигла 25%. Это означает, что значительная часть прибывающих в Алматы уже знакомы с городом и заранее определили свои планы, будь то встреча с родственниками или осмотр достопримечательностей.

Также поездки туристов из дальнего зарубежья связаны с посещением мероприятий мирового уровня, которые проходили в Алматы. Например, в первом полугодии 2024 года в Алматы проводились этапы кубка мира по лыжному фристайлу (8-10 марта), полумарафон Алматы (21 апреля), концерт рок-группы Scorpions (28 мая). Так как заблаговременный поиск составляет ~40 дней, мы видим рост в количестве поисковых запросов перед вышеупомянутыми мероприятиями.



КОЛИЧЕСТВО ПОИСКОВЫХ ЗАПРОСОВ АВИАБИЛЕТОВ ДО АЛМАТЫ [миллионов]



4.2 Этап бронирования



КОЛИЧЕСТВО БРОНИРОВАНИЙ АВИАБИЛЕТОВ ДО АЛМАТЫ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СТРАНЫ ВЫЛЕТА [тысяч пассажиров, январь-июнь 2024]



25.3%

ПАССАЖИРЫ, СОВЕРШИВШИЕ ОСТАНОВКУ

1 п.п.
Рост за год

Что касается этапа бронирования, то количество пассажиров на бронировании рейсов в Алматы увеличилось в 1,5 раза, что также связано с увеличением спроса и предложения – в виде увеличения количества доступных рейсов. Доля пассажиров, совершающих промежуточную остановку, увеличилась на 1 п.п., и с учетом роста в абсолютном выражении это означает, что больше пассажиров совершают дополнительные пересадки и в других городах до прибытия в Алматы.

Наибольшее количество бронирований билетов было совершено в Турции, что в по большей части связано с деловыми связями между Казахстаном и Турцией. Если сравнивать динамику бронирований билетов до Алматы, то этот показатель значительно вырос для 9

из топ-10 стран по бронированиям – за исключением Нидерландов. Наибольший темп роста наблюдается в Китае, где количество бронирований билетов в первом полугодии 2024 года увеличилось в 7 раз по сравнению с соответствующим периодом 2023 года и достигло 25,2 тыс. забронированных билетов. Эффект может быть связан с улучшением международных отношений между Казахстаном и Китаем, а именно, в сфере бизнеса и в государственном секторе. Кроме того, еще больше активизировало сотрудничество между странами введение безвизового въезда в Китай для казахстанцев с ноября 2023 года.



8.1 дней

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ
ПРЕБЫВАНИЯ

▼ 11%

снижение за год

За

35.4 дней

ЗАБЛАГОВРЕМЕННЫЙ ПОИСК

▲ 12.4%

рост за год

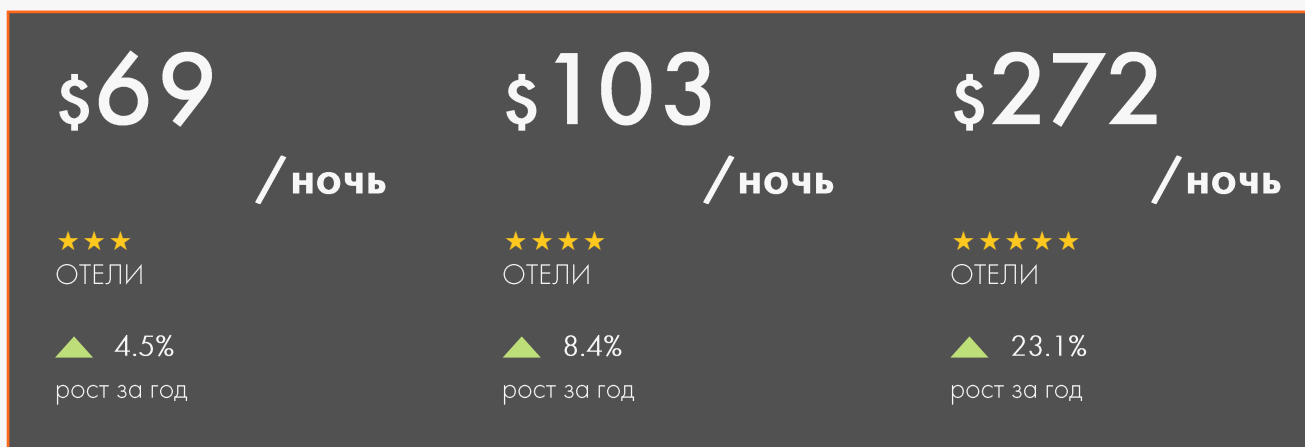
Продолжительность пребывания сократилась на 11%, а срок предварительного бронирования увеличился на 12%, что можно объяснить ограниченным предложением доступных мест в отелях [10] и тем, что все больше туристов стараются найти более доступные предложения, или сокращая продолжительность своего пребывания, или бронируя заранее, что помогает снизить расходы. Кроме того, рост объема доступных вариантов размещения не успевает за ростом числа прибывающих туристов, поскольку строительство гостиничной инфраструктуры требует значительно больших временных затрат, и это тоже приводит к сокращению продолжительности пребывания туристов.



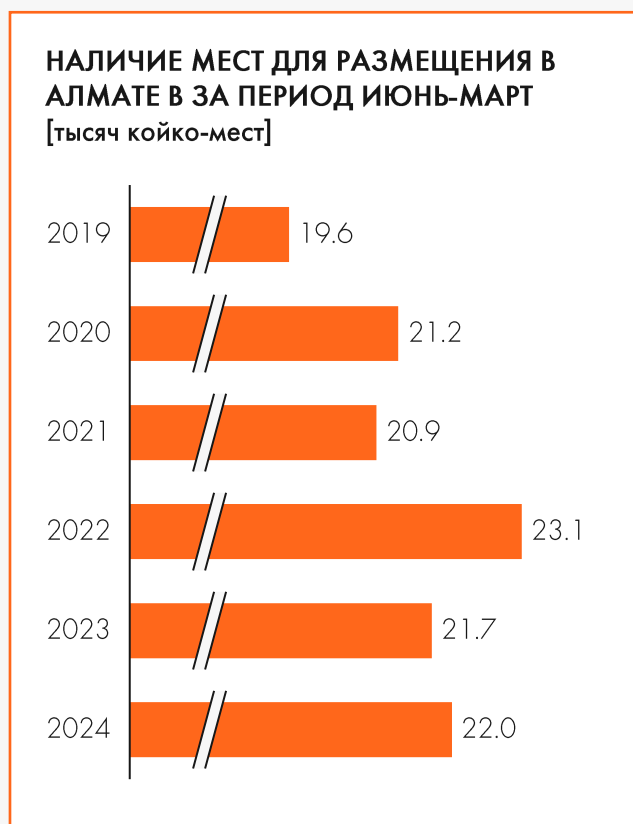
4.3 Этап размещения



Этот этап клиентского пути включает в себя пребывание туриста в Алматы и расходы, понесенные им на проживание.



Цены на проживание выросли в отелях всех категорий, при этом наибольший рост наблюдается в люксовом сегменте. Это объясняется рядом причин, как на стороне спроса, так и на стороне предложения:



1 В Алматы растет спрос на жилье, и зная об этом, отели могут повышать цены, существенно не теряя в количестве гостей. Кроме того, как видно из графика выше, общая доступность вариантов размещения снизилась в 2024 году по сравнению с 2022 годом (хотя при этом она выше, чем в 2023 году). В сочетании с ростом въездного туризма и увеличением использования доступного жилья на 6 п.п. в 2023 году по сравнению с 2022 годом (рост с 71% до 77%) [10] это позволяет сделать вывод о том, что предложение не удовлетворило возросший спрос, и, следовательно, отели смогли

повысить цены и собственную маржу. И это несмотря на то, что 2022 год сам по себе стал рекордным из-за геополитических факторов и значительного притока трафика из соседних стран.

2 Инфляция в годовом исчислении в Казахстане зафиксирована на уровне 15,9% на 2023 год и 8,5% на 2024 год, что также является причиной роста цен на размещение.

Отели 5* обычно имеют неэластичную кривую спроса, поэтому смогли поднять цены значительно, чем их коллеги из массового сегмента.

Также ожидается повышение цен на проживание во время мероприятий мирового масштаба, где спрос на жилье будет не только со стороны туристов из близлежащих стран, но и со стороны туристов

из дальнего зарубежья. Примерами данных мероприятий могут быть: Red Bull Soapbox Race, Алматы марафон, концерт группы Thirty Second to Mars, международный теннисный турнир ATP и матчи этапа лиги конференции Астана - Челси, данные мероприятия запланированы на 2 полугодие 2024 г.

Непростая ситуация сложилась с удовлетворенностью отелями в Алматы: общий индекс удовлетворенности составляет всего 51,2 балла из 100. Примечательно, что 3-звездочные отели превосходят отели более высокого уровня, достигнув значения индекса 54,4, в то время как 5-звездочные отели оценены несколько ниже общего уровня — 51,1. 4-звездочные отели неожиданно имеют самый низкий рейтинг удовлетворенности, всего 46,7. Эти данные указывают на то, что услуги размещения не соответствовали ожиданиям посетителей в части основных параметров (включая скорость обслуживания, качество и т.д.), и следовательно, существует значительный потенциал для совершенствования сервиса. Другая возможная причина может заключаться в том, что отели были недоукомплектованы персоналом и перегружены внезапным наплывом туристов, что привело к снижению качества обслуживания. Таким образом, от качества и доступности услуг до уровня цен и условий размещения, отели Алматы имеют перспективы для улучшения клиентского сервиса и более полного удовлетворения растущих потребностей международных путешественников.

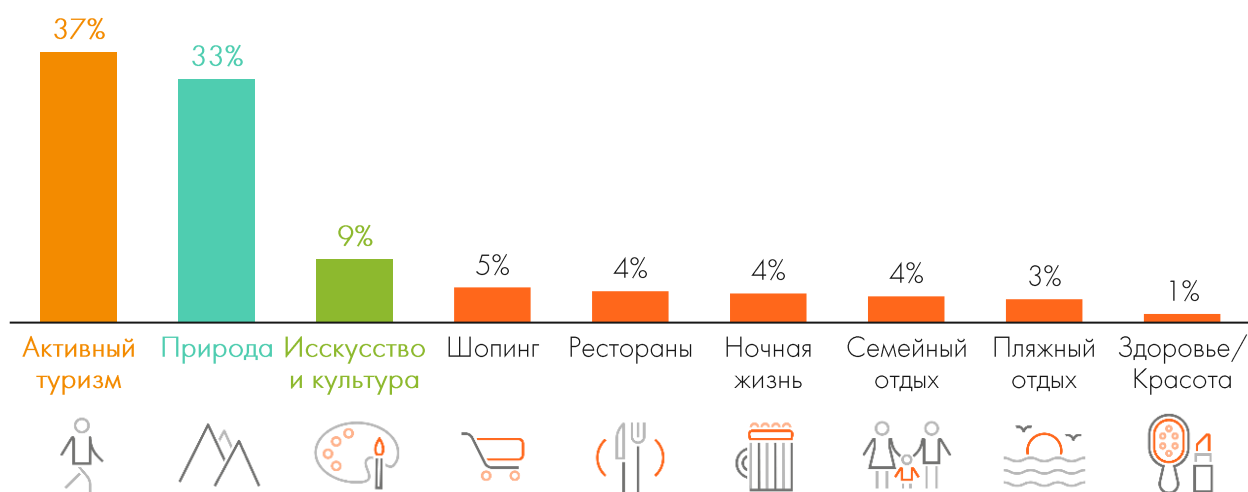


4.4 Этап времяпрепровождения

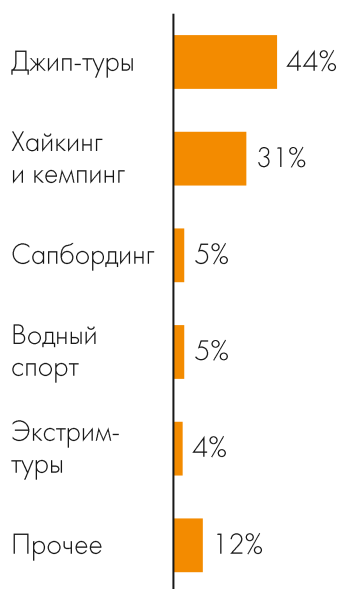


Этап времяпрепровождения включает в себя потребление развлекательных услуг и связанные с этим расходы туриста. Один из основных типов данных, которые можно анализировать в этом контексте, – это отзывы, которые туристы оставляют на различных платформах, таких как TripAdvisor или Booking.com.

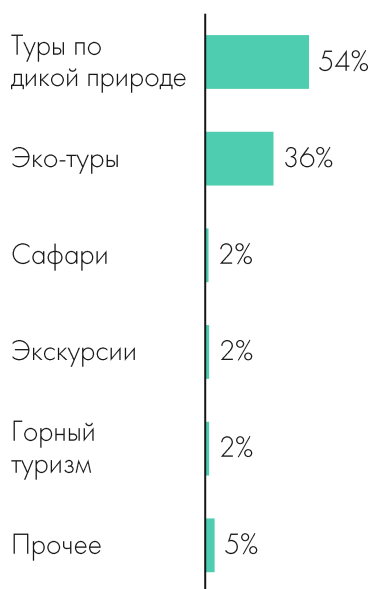
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ СПРОСА НА ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ [январь-июль 2024]



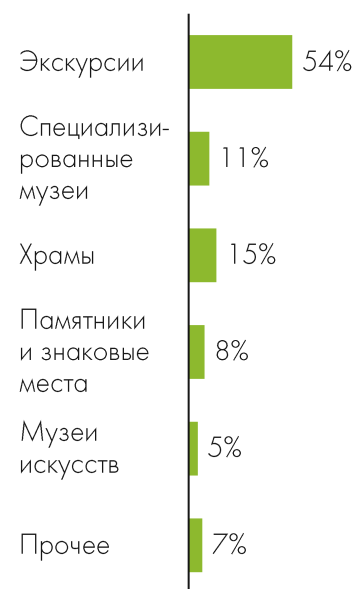
АКТИВНЫЙ ТУРИЗМ



ПРИРОДА



ИСКУССТВО И КУЛЬТУРА



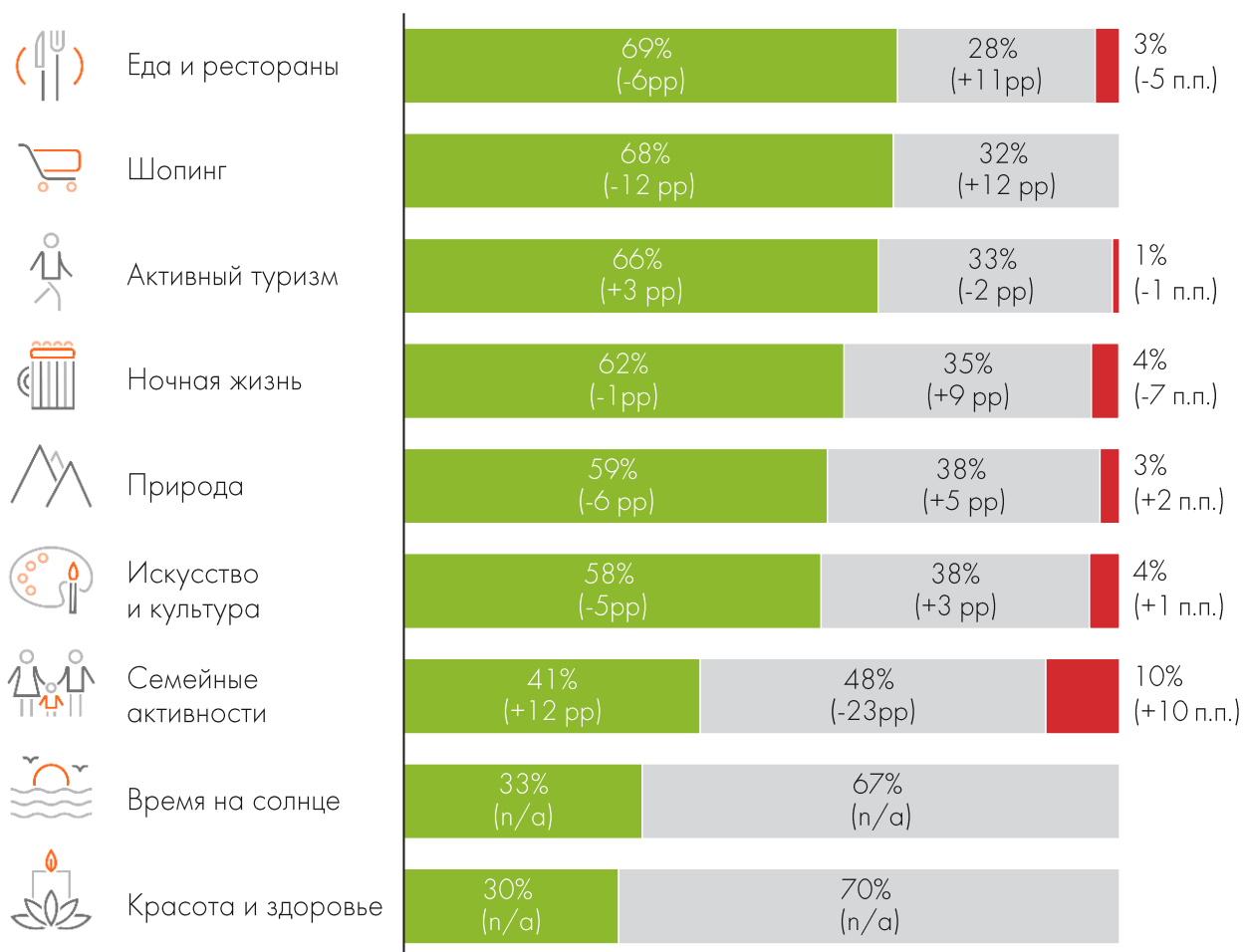
Посетителей Алматы в первую очередь привлекают предложения города в сфере активного туризма, природы, искусства и культуры. Туристы проявляют живой интерес к джип-турам, хайкингу и кемпингам, а также тяготеют к дикой природе и экотурам. Те, кто ищет культурных впечатлений, часто упоминают экскурсии и специализированные музеи. Тем не менее, такой фокус подчеркивает пробелы в туристическом потенциале города.

Помимо упомянутых популярных категорий, есть значительные возможности для роста и в других областях. Развитие инфраструктуры и повышение осведомленности туристов могут помочь разнообразить предложения Алматы, привлекая путешественников, заинтересованных в более широком спектре впечатлений. Используя эти возможности, город может еще больше укрепить свою репутацию в качестве главного туристического направления в Казахстане.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТЗЫВОВ НА ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
[январь-июнь 2024]

■ Позитивный ■ Нейтральный ■ Негативный

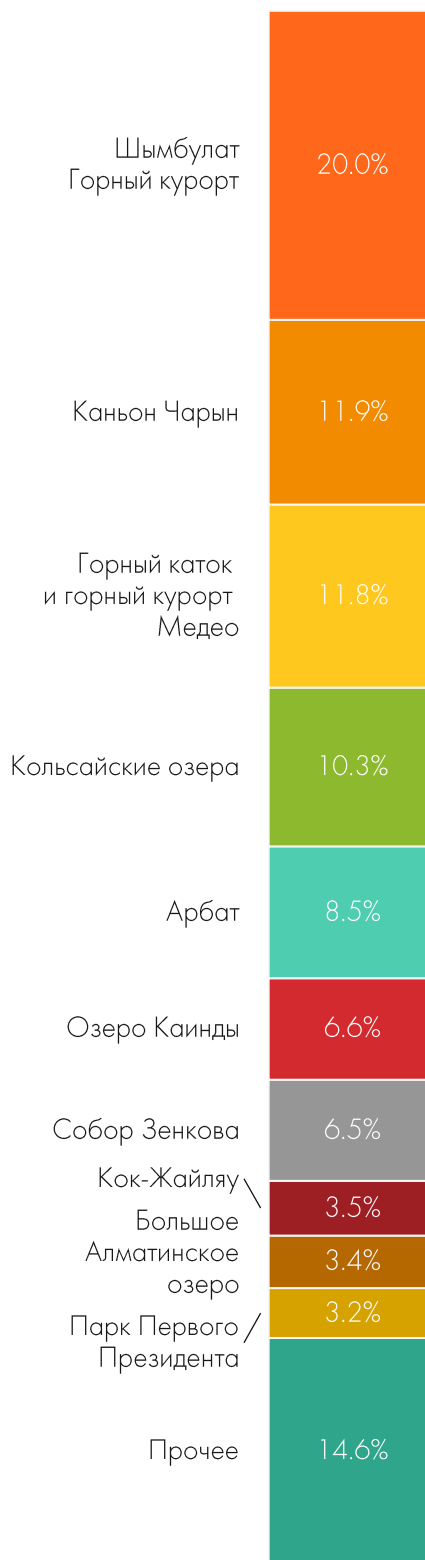
Х п.п. – изменение в процентных пунктах по отношению к соответствующему периоду прошлого года

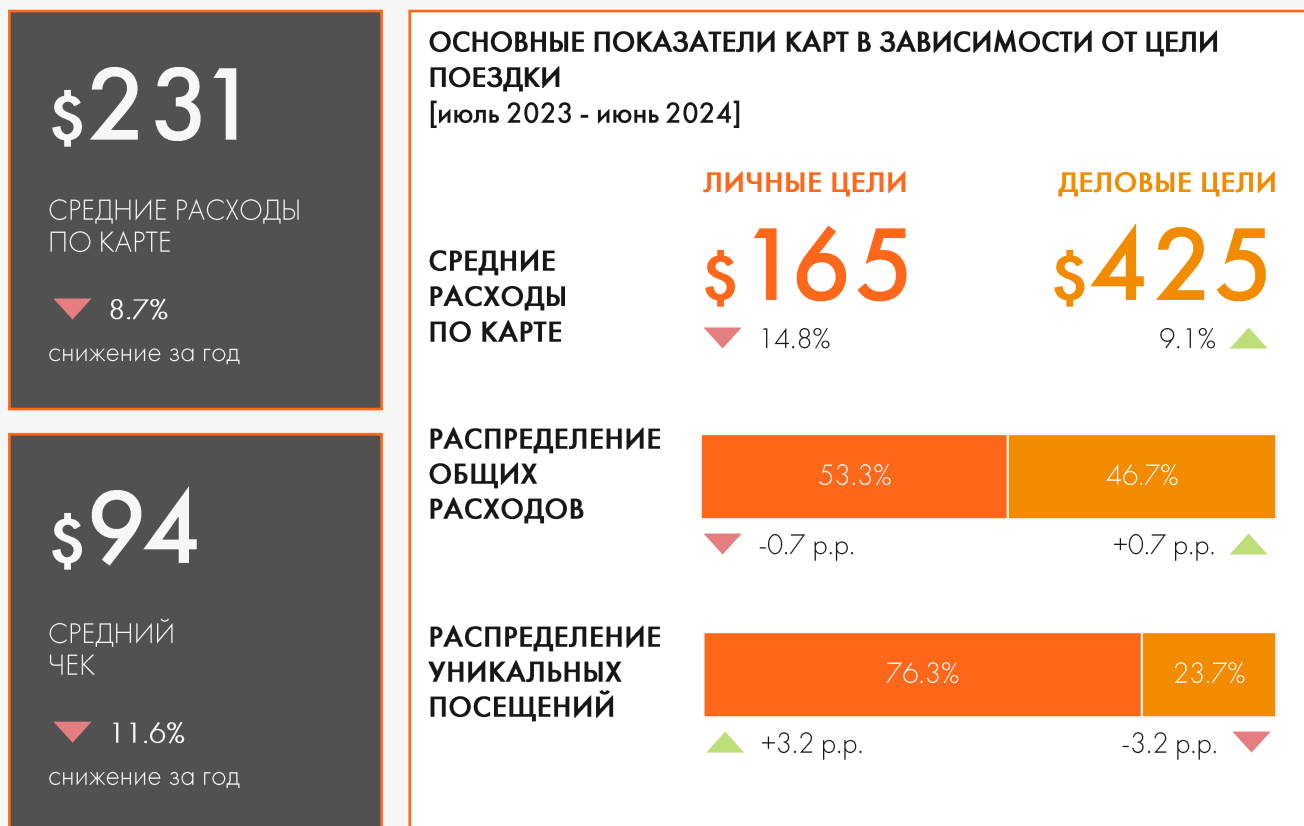


Анализируя отзывы на туристические предложения, можно заметить, что отзывы на семейные активности изменились больше всего: +12п.п. положительных и +10п.п. Отрицательных отзывов. Это можно объяснить увеличением количества и разнообразия семейных развлечений в Алматы, хороший пример – увеличение количества торговых центров, которые также предоставляют широкий выбор досуга для детей. Одним из последних пополнений в Алматы стал Aport Mall East, в котором расположено множество фирменных магазинов, а также крупнейший детский центр «Funky Planet» и самый большой кинотеатр во всем регионе СНГ [11].

Если говорить об основных достопримечательностях вокруг города Алматы, то горный курорт Шымбулак продолжает доминировать по популярности благодаря своей горнолыжной инфраструктуре, близости к центру города и относительной транспортной доступности. Еще один важный момент, о котором стоит упомянуть – из топ-10 достопримечательностей Алматы только три находятся в черте города, и семь – природные, за его пределами. Увеличение количества туристических объектов в городе может разнообразить впечатления и положительно повлиять на среднюю продолжительность пребывания и, следовательно, потенциальные расходы на одного туриста.

**РАСПРЕДЕЛЕНИЕ УПОМИНАНИЙ
ОСНОВНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ
АЛМАТЫ**
[январь-июнь 2024]

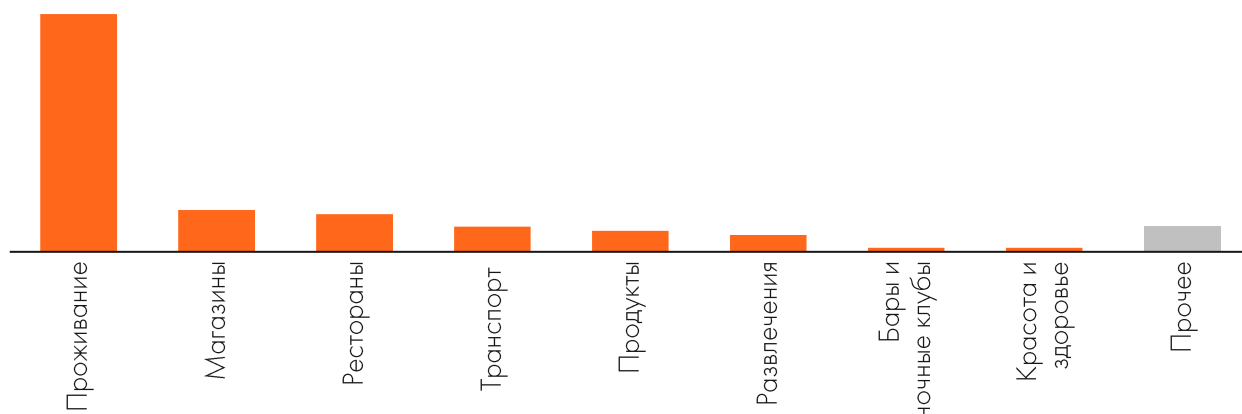




Как видно из приведенного выше рисунка, потребительские расходы во время поездок в Алматы снизились по отношению к предыдущему году. Это может быть связано с инфляционной динамикой в экономике и общим ростом цен, на фоне которого туристы стараются организовать свои поездки, тщательно планируя свой бюджет. Более того, расходы на деловые цели примерно в 3 раза превышают расходы на потребительские цели, что в основном связано с увеличением количества рабочих поездок иностранцев в Алматы, что можно объяснить повышением экономической активности Алматы, например, увеличением на 35,5% частных инвестиций в город в 2023 году [12] или увеличением количества международных форумов и конференций.

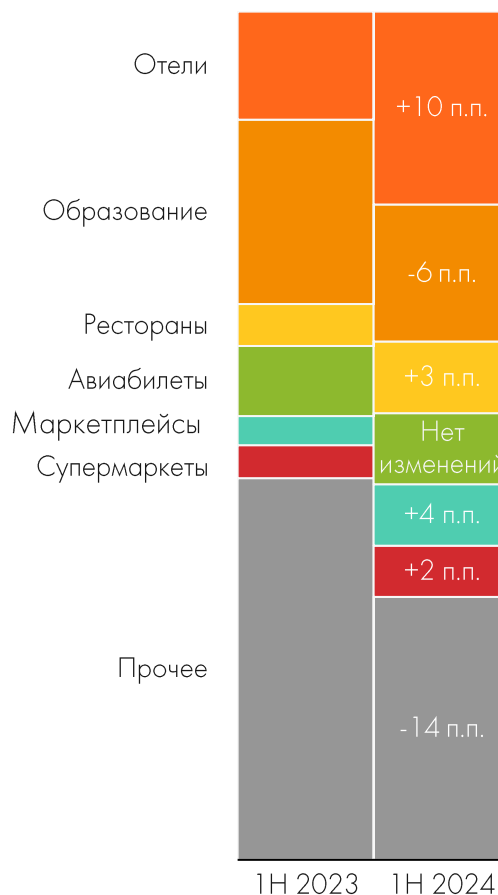
Кроме того, противоречивая динамика увеличения числа прибывающих пассажиров и снижения объема транзакционных расходов может быть связана с амбициями аэропорта Алматы стать туристическим хабом в Казахстане [13]. Туристам, которые летят через Алматы до конечного пункта назначения, может потребоваться покинуть зону трансфера и пройти самостоятельную регистрацию на рейс. Когда это происходит, такие туристы могут совершать транзакции на небольшие суммы или даже оставаться на ночь недалеко от аэропорта, что приводит к снижению среднего уровня расходов.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РАСХОДОВ ПО МСС КАТЕГОРИЯМ
 [июнь 2023 - июль 2024], категории ранжированы по объему



Как упоминалось ранее, необязательные расходы потребителей сократились. В основном это связано с тем, что туристы имеют установленный бюджет для своих поездок, а поскольку цены на проживание значительно выросли, у туристов остается меньше денежных средств на другие расходы. Это также подтверждается эмпирическими данными, согласно которым более 50% расходов в прошлом году было направлено на проживание. Как видно из данных по картам Mastercard, большая доля расходов во время поездки – расходы на проживание, и, следовательно, туристы могут остаться с ограниченным бюджетом, который они могут потратить на еду и развлечения. Фактически, в первом квартале 2024 года проживание стало самой большой категорией расходов в Казахстане.

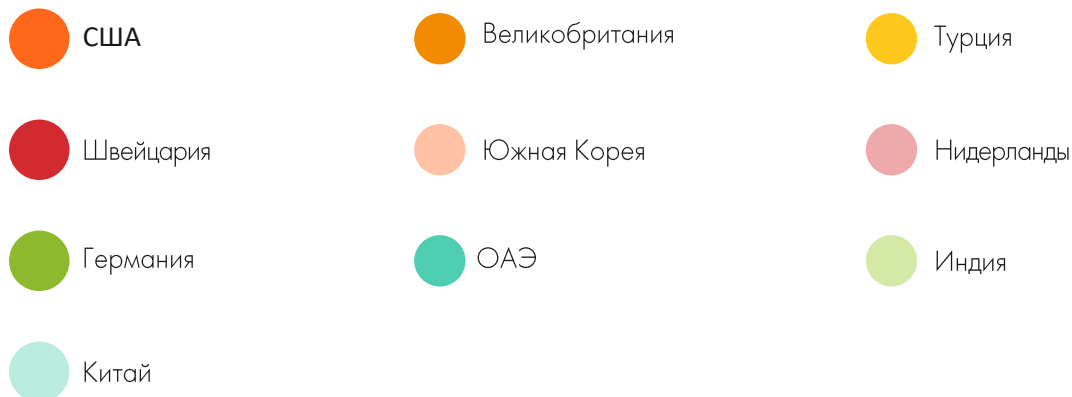
РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОБЪЕМА ТРАНЗАКЦИЙ ПО МСС



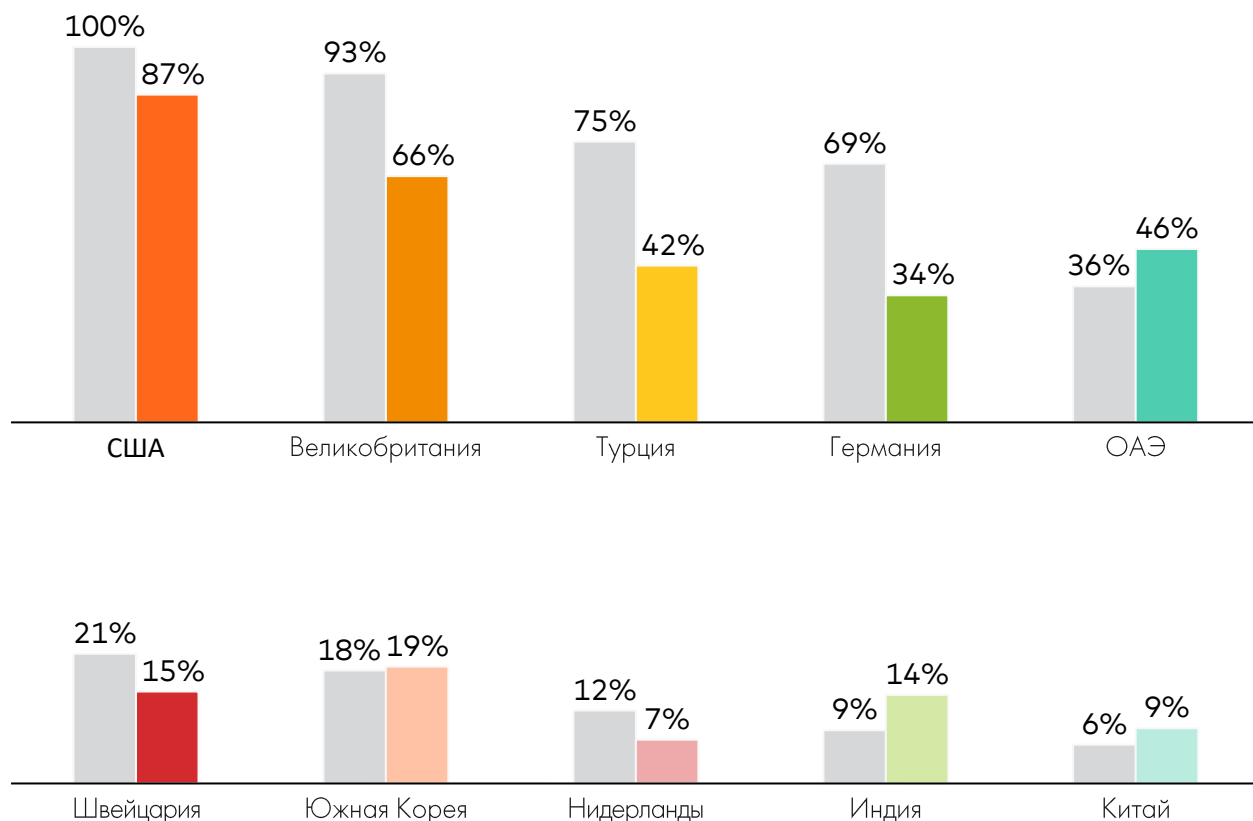
XX п.п. - изменение в процентных пунктах относительно 1П 2023



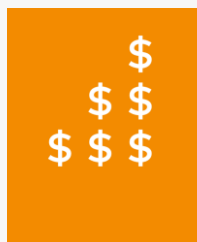
ОБЗОР РОЗНИЧНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ ПО ИНОСТРАННЫМ КАРТАМ В АЛМАТЫ
 [первое полугодие 2023 и первое полугодие 2024]



ОБЪЕМЫ ТРАНЗАКЦИЙ ТОП-10 СТРАН В АЛМАТЫ
 [млн USD, первое полугодие 2023 и **первое полугодие 2024**],
 индексировано относительно объема США в 1 полугодии 2023 года



Ключевые факторы, влияющие на объем транзакций:



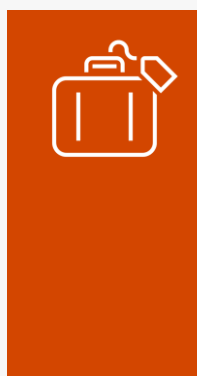
ПОКУПАТЕЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ

Туристы из данных стран обладают большей покупательной способностью из-за более высоких располагаемых доходов, более сильной валюты по сравнению с казахстанским тенге и инфляции в Казахстане.



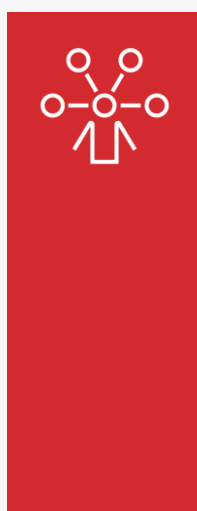
ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТОК

Количество туристов – основной драйвер объема транзакций. Рост числа туристов был обусловлен в основном политическими и развлекательными мероприятиями в регионе. Например, международные конференции, инвестиционные форумы, мероприятия политических организаций (например, Шанхайская организация сотрудничества приняла решение о признании Алматы культурной и туристической столицей на 2023-24 годы[14]). Проведение подобных мероприятий в городе может искусственно увеличить приток туристов в город, что, в свою очередь, приведет к увеличению общего объема транзакций.



БИЗНЕС-ТУРИЗМ

Поездки с деловыми целями составляют значительную часть в общем объеме расходов туристов в Алматы. Бизнес-туристы часто приезжают в составе делегаций высокого уровня, представляющих крупные транснациональные корпорации или инвестиционные фирмы. Как правило, они пользуются услугами премиум-класса, включая отели и рестораны, что увеличивает общие расходы.



ИЗМЕНЕНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Сдвиг предпочтений туристов от традиционного пляжного отдыха к более активным путешествиям, основанным на впечатлениях, отражает более широкие изменения в том, как люди стремятся проводить время. В результате Алматы набирает популярность. Расположенный в живописных горах, город предлагает уникальное сочетание активностей на природе, удовлетворяя растущий спрос на пеший туризм, осмотр природных достопримечательностей и катание на горных лыжах.

Кроме того, при сравнении объема транзакций с притоком посетителей лидирующие страны по объему транзакций США и Великобритания не входят в число ведущих стран по количеству въезжающих туристов (на основе бронирования авиабилетов), что свидетельствует об отсутствии прямой взаимосвязи между этими параметрами (количество приезжающих туристов и объем транзакций). Ранее упомянутые 10 стран можно разделить на 4 основные категории:

- **Растущее число туристов и снижение объема транзакций:** США, Великобритания, Турция, Германия, Швейцария
- **Растущее число туристов и увеличение объема транзакций:** Объединенные Арабские Эмираты, Южная Корея, Индия, Китай

- **Снижающееся число туристов и уменьшение объема транзакций:** Нидерланды
- **Снижающееся число туристов и увеличение объема транзакций:** ни одна страна не попадает в эту группу

Тем не менее, среди топ-5 из 10 стран абсолютный объем транзакций упал в топ-4 стран, и только ОАЭ показали рост объема транзакций среди лидирующей пятерки. Этот фактор может быть связан с тем, что ОАЭ становятся популярной страной для работы казахстанских специалистов, и часть расходов, относящихся к этой стране, может приходиться на расходы казахстанцев в Алматы по картам, выпущенным в ОАЭ, что создает такой положительный эффект.



Во всех рассматриваемых странах наблюдалось схожее распределение расходов по MCC-кодам, и основную долю занимают билеты, отели и рестораны. Эту тенденцию можно объяснить несколькими факторами:

- **Дальние расстояния:** Значительная географическая удаленность Казахстана от рассматриваемых стран приводит к более высоким расходам на авиабилеты. Многие из путешественников также могут выбрать премиальные опции, например, билеты бизнес-класса или первого класса, что еще больше увеличивает их долю расходов на перелет.
- **Бизнес-туризм:** Существенная часть путешественников из рассматриваемых стран посещают Казахстан с деловыми целями. Деловые путешественники часто покрывают свои расходы за счет своих компаний, что позволяет им отдавать приоритет удобству, комфорту и

качеству, а не стоимости. Кроме того, деловые путешественники в первую очередь тратят деньги на отели, авиабилеты и еду, так как это обязательные расходы, сопутствующие основной цели поездки.

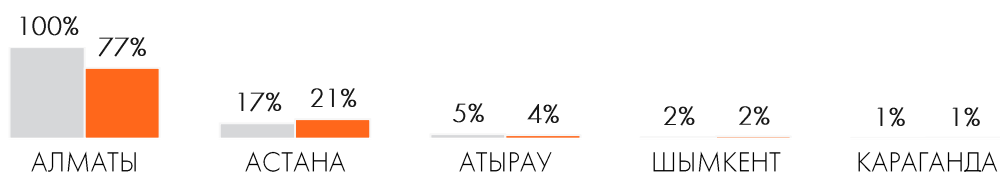
- **Ограниченность предложений:** в Алматы могут быть ограничены возможности для развлечений, так как инфраструктура и рынок товаров и услуг находятся в стадии развития. Представленность различных ценностных предложений могла бы стимулировать расходы в категориях, помимо указанных основных. Например, туристы, приезжающие в Турцию из Саудовской Аравии, тратят значительную часть своих трат на одежду, оставляя позади другие популярные категории, такие как отели и авиабилеты.

ИЗМЕНЕНИЯ В РАСХОДАХ ПО КАРТАМ ИЗ ТОП-10 СТРАН ДАЛЬНОГО ЗАРУБЕЖЬЯ В КАЗАХСТАНЕ
 [первое полугодие 2023 vs первое полугодие 2024], расходы по картам индексируются относительно трат в Алматы в 1П 2023

СРЕДНИЙ ЧЕК [USD]



РАСХОДЫ ПО КАРТАМ [% индекс]



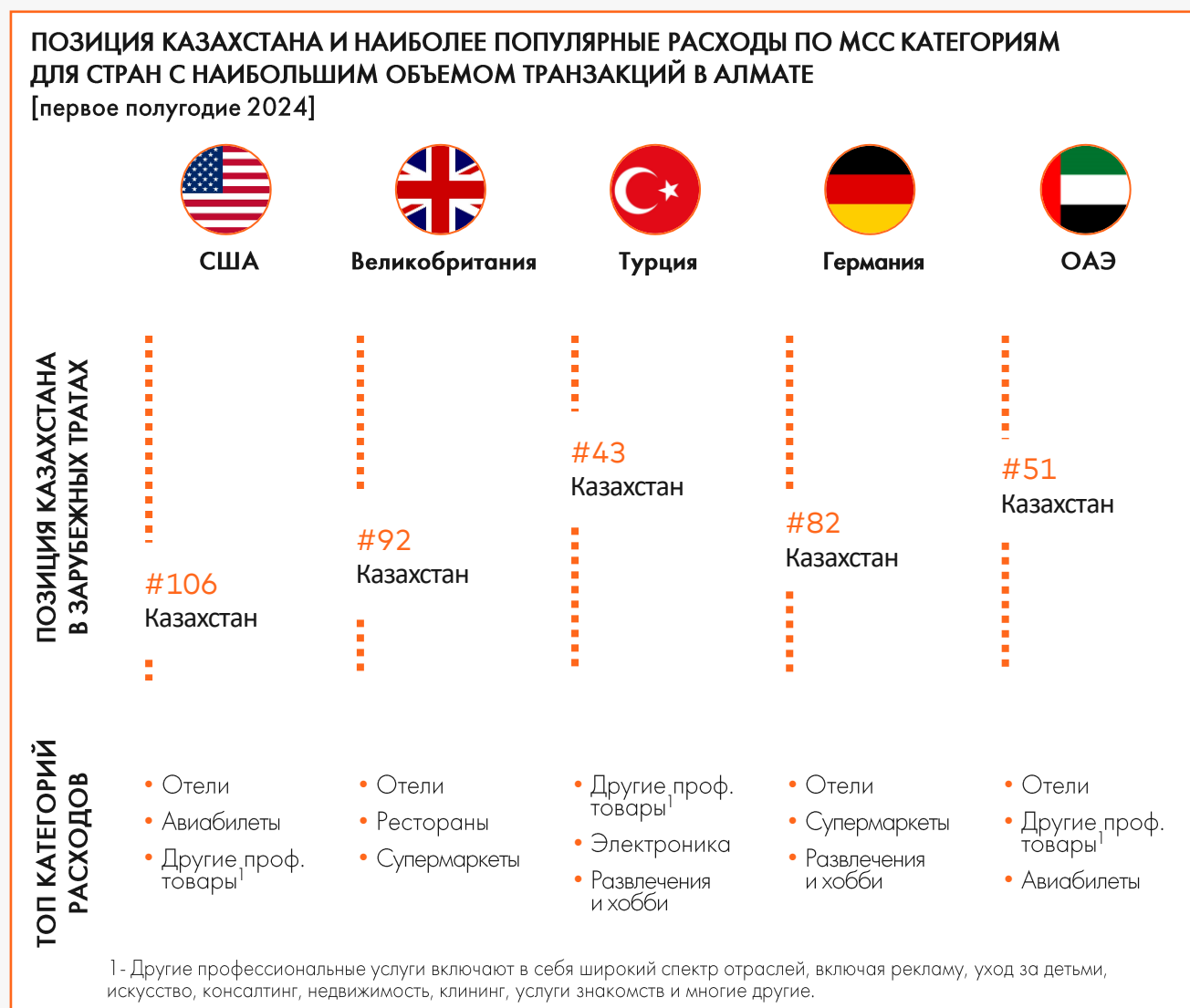
ТОП-3 КАТЕГОРИЙ В РАСХОДАХ 2023

- | | | | | |
|--------------|----------------|----------------|--------------|----------------|
| • Отели | • Отели | • Рестораны | • Авиабилеты | • Отели |
| • Авиабилеты | • Рестораны | • Отели | • Отели | • Рестораны |
| • Рестораны | • Супермаркеты | • Супермаркеты | • Рестораны | • Супермаркеты |



Если рассматривать топ-5 городов Казахстана, где отмечаются наибольшие расходы туристов из стран дальнего зарубежья, это Алматы, Астана, Атырау, Шымкент и Караганда. Алматы, занимая первое место по объему транзакций, более чем в 3 раза опережает Астану (2-е место). Это можно объяснить ограниченными предложениями других городов для таких туристов: недостаточная развитость инфраструктуры, недостаточный уровень сервиса на основных достопримечательностях, а также низкая осведомленность туристов и менее привлекательные климатические условия

ограничивают их возможности для различных расходов. В случаях низкой транспортной доступности отдаленных достопримечательностей и районов, туристы могут оставаться в центральных районах города, и их расходы в этом случае будут направлены в первую очередь на базовые потребности. Поэтому категории расходов, связанные с проживанием, авиаперелетами и питанием, являются одними из самых популярных МСС в данных городах.



5

Заключение

Несмотря на существующие вызовы, туристический сектор Алматы демонстрирует многообещающие тенденции развития. Глобальное восстановление туризма, вызванное отложенным спросом и устойчивыми потребительскими расходами, положительно сказывается на Казахстане, делая Алматы ключевым направлением для путешественников. В городе наблюдается значительный рост числа посетителей, увеличение доступности авиарейсов и заметный сдвиг в сторону заблаговременного планирования поездок. Однако этот рост сдерживается ростом цен, в первую

очередь на размещение, что сокращает дискреционные расходы туристов. Кроме того, существующий уровень развития инфраструктуры Алматы может ограничить его способность в полной мере извлечь выгоду из туристического бума. В будущем стратегические инвестиции в инфраструктуру и туристические услуги станут решающим фактором для поддержания и повышения привлекательности Алматы на конкурентном мировом туристическом рынке.



Источники

1. [Travel Trends 2024: Breaking Boundaries \(mastercardservices.com\)](https://www.mastercardservices.com)
2. [Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262 Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023 – 2029 годы - ИПС "Әділет" \(zan.kz\)](https://zan.kz)
3. [Сколько туристов посетило Казахстан в 2023 году \(kursiv.media\)](https://kursiv.media)
4. [Казахстан снял ограничения для зарубежных авиакомпаний \(orda.kz\)](https://orda.kz)
5. [Интерес к казахстанскому рынку авиаперевозок только растет – Минтранспорта - 06.12.2023 \(sputnik.kz\)](https://sputnik.kz)
6. [Глава государства провел совещание по развитию туризма — Официальный сайт Президента Республики Казахстан \(akorda.kz\)](https://akorda.kz)
7. [New International Terminal Opens at Almaty Airport \(timesca.com\)](https://timesca.com)
8. [Сколько денег тратят иностранные туристы в Казахстане \(kazpravda.kz\)](https://kazpravda.kz)
9. [В 2023 году в Узбекистан посетили 6,6 млн туристов — Новости Дарё \(daryo.uz\)](https://daryo.uz)
10. [Рост доходности на 37%: как развивался отельный бизнес в Алматы в 2023 году \(forbes.kz\)](https://forbes.kz)
11. [Обзор рынка торговых центров в Казахстане \(colliers.kz\)](https://colliers.kz)
12. [Объем инвестиций в Алматы вырос на четверть в 2023 году \(www.gov.kz\)](https://www.gov.kz)
13. [Международный аэропорт Алматы – крупный транспортно-логистический хаб Центральной Азии \(damu.kz\)](https://damu.kz)
14. [Казахстан будет председательствовать в Шанхайской организации сотрудничества с июля 2023 года по июль 2024 \(aa.com.tr\)](https://aa.com.tr)





ALMATY
TOURISM
BUREAU

Visit Almaty