



**Loughborough  
University**

Centre for Research in  
Communication & Culture



## **Рекомендации по приему российских туристов в Алматы: отчёт исследования**

Авторы: к.соц.н. Гузель Юсупова и док. соц. н. Алена Пфозер

Команда проекта «Туризм как производство памяти:  
российские туристы на пост-советском пространстве»

Университет Лафборо, Великобритания

Март 2020

## **Введение**

Российские туристы являются одной из основных групп туристов, посещающих Алматы. Согласно статистике, предоставленной управлением туризма города Алматы, в 2018 году город посетило 135 тысяч российских граждан, составляя почти одну треть всех туристов. Данный отчет представляет собой ключевые выводы, сделанные в рамках проекта «Туризм как производство памяти» (2019-2021, ES/R011680/1), который направлен на изучение российского туризма в постсоветских городах и профинансирован Научным Советом Великобритании. Отчет отражает основные причины, которые приводят туристов в Алматы, чего они ожидают от города и как оценивают своё пребывание. На основе этих данных мы предлагаем некоторые рекомендации, которые могут помочь улучшить качество предоставляемых туристических услуг и увеличить позитивные отзывы об отдыхе в Алматы. Отчет основан на одиннадцати структурированных качественных интервью и восьмью неструктурированных интервью с российскими туристами, проведенных в июле-августе 2019 года в туристических местах Алматы. Кроме того, были взяты экспертные интервью с тургидами, чиновниками и представителями профессиональных союзов работников туристической индустрии, а также проведено детальное этнографическое исследование, включающее в себя включенное наблюдение одиннадцати предлагаемых туров по городу. Результаты исследования не являются репрезентативными, однако, позволяют понять важные качественные аспекты восприятия опыта российских туристов в Алматы.

## **Портрет российских туристов – посетителей Алматы**

Существует несколько категорий российских туристов, останавливающихся в Алматы.

Первая категория состоит из деловых туристов, приехавших в город по работе. Эти туристы характеризуются тем, что останавливаются в городе на несколько дней, и, как правило, посещают основные достопримечательности в организованной группе. Чаще всего в список этих достопримечательностей попадает Медео и Чимбулак, иногда Парк 28-ми Панфиловцев, Зеленый базар и другие достопримечательности центрального района города. В эту категорию входят люди из самых разных городов России.

Следующая категория состоит из транзитных туристов, едущих через Алматы в другие города Средней Азии, такие как Ташкент и Бухара. Эти туристы чаще всего приезжают в одиночку или по парам, реже в малых группах. Как правило, они останавливаются в центральных хостелах города и предпринимают самостоятельные попытки ознакомления с Алматы несмотря на то, что запрос на групповые сборные туры по городу среди них высок. В эту категорию входят люди из самых разных городов России, однако, чаще всего жители Москвы, Санкт-Петербурга или крупных городов Сибири.

Ещё одна категория туристов – это семейные туристы, то есть, люди, приехавшие посетить родственников или уладить семейные дела. Как правило, такие туристы посещают те же основные достопримечательности, что и деловые туристы, с той лишь

разницей, что экскурсии по городу им проводят их родственники, знакомые или друзья.

И, наконец, последняя категория туристов состоит из людей, приехавших посетить различные природные заповедники в окрестностях Алматы. Это, как правило, туристы, путешествующие с семьей. В Алматы они останавливаются на день или два и так же предпринимают самостоятельные попытки ознакомиться с городом, как и транзитные туристы. Как правило, это жители сибирских городов России, но среди них бывают и жители двух российских столиц.

### **Ожидания туристов от посещения Алматы**

Неожиданным результатом исследования стало то, что российские туристы, как правило, имеют слабые представления об Алматы до прибытия. Они также мало знакомы с историей города. Мы не смогли выявить какие-то определенные символы и образы, однозначно ассоциирующиеся у российских туристов с городом до его посещения. Однако, каждый турист имеет свои ассоциации: для кого-то это родина 29-ти панфиловцев, а для кого-то арыки и яблоки. Многие не имеют совсем никаких ассоциаций. Так, типичный ответ российских туристов на ожидания от города:

“Ожиданий не было, потому что, когда едешь, например, в Питер, да, есть ожидания, потому что богатая история, а тут истории не знаешь, все новое, поэтому с открытыми глазами и ртом, собственно говоря, на все это смотришь. Масса новых впечатлений!” (Учитель, 35 лет, из Томска).

### **Отзывы туристов о посещении города**

Российские туристы в интервью отмечали сразу несколько положительных впечатлений от города. Во-первых, чаще всего отмечается чистота и порядок на улицах, хорошее уличное освещение, масштабное озеленение в центре города и появившиеся в последние годы клумбы цветов, которые очень радуют гостей Южной столицы. Также многие туристы, приезжающие неоднократно, обязательно отмечают появившиеся в последние годы прогулочные улицы в центре города и динамично развивающуюся городскую инфраструктуру в целом. Во-вторых, почти все российские туристы отметили дешевизну услуг питания и гостиничного проживания. Ещё одним довольно часто отмечаемым положительным моментом была оригинальность городской архитектуры:

“Другая архитектура, другие дома, здесь все по-другому.”

(Чиновник, 48 лет, из Кемерово).

“Мне нравится архитектура, город интересный, есть старые дома, очень симпатичные улочки.”

(Частный предприниматель, 32 года, из Новосибирска)

Среди отрицательных моментов, с которыми российским туристам пришлось столкнуться в Алматы, они отметили отсутствие доступной информации о

туристических услугах города до поездки (в том числе отсутствие специализированных туров, предлагаемых российскими туристическими компаниями в городах проживания), и во время самого нахождения в Алматы. Несмотря на обилие туристических будок "Visit Almaty" по всему городу и наличие самих экскурсий, туристы часто жаловались на отсутствие предложений специализированных городских экскурсий в публичных местах, а также на сложность получения исторической информации о городе:

“Почему, нет, допустим, штендера, или какой-нибудь промоутер не гуляет с раздаточным материалом... Я здесь пятый день и ничего подобного не видел. Если бы мне где-нибудь кто-нибудь листовочку, хотя бы, в руки дал с туром каким-нибудь обзорным по городу, я бы посмотрел, в какое время он и как протекает, по какому маршруту, и, может быть, мы даже согласились, для нас бы это было легче, чем самим гулять, на такси ездить. И, может быть, это даже интереснее было бы. Я не знаю, я не вижу ее, не слышу. На мой взгляд, пока что все умалчивается, я не вижу, чтобы кто-то рассказывал...Если не прийти в музей, по-моему, тебе никто никакой истории города не показывает.”

(Дизайнер, 37 лет, из Новосибирска)

“ Ты приезжаешь в какое-то место, тебе дают какие-то буклеты, какие-то книги по истории государства, либо данного города, люди чем-то гордятся, хотят, чтобы другие знали их историю, а здесь этого нет.”

(Частный предприниматель, 32 года, из Новосибирска)

Из других недостатков некоторые отмечали сложности и дороговизну аренды автомобиля для самостоятельных путешествий по городу и его окрестностям.

### **Отзывы туристов о местных жителях**

Среди одного из основных положительных опытов туризма в Алматы и ее окрестностях российские туристы отмечают доброжелательность и гостеприимство местных жителей. Свободное владение русским языком обслуживающего персонала и местных жителей оценивалось как условие комфортного пребывания туристов и дополнительное удобство:

“Я понимала, что в любую секунду могу кого-то спросить, все, что угодно мне объяснят, и все это довольно просто, понятно”

(Профессор, 60 лет, из Санкт-Петербурга)

Каких-либо негативных отзывов об опыте общения с местными жителями или обслуживающим персоналом в ходе исследования выявлено не было.

### **Роль международных отношений между Россией и Казахстаном в восприятии туристов**

Благоприятные дружеские отношения между Россией и Казахстаном отмечаются туристами в качестве позитивного фона для посещения Алматы. Однако большинство

комментариев относительно этих отношений строилось вокруг выгодного для них курса рубля и положительного отношения местных жителей к русскому языку. Несмотря на то, что отмечались некоторые сомнения по поводу свободного общения на русском языке до приезда в Алматы, эти сомнения рассеивались и превращались в позитивное удивление от города.

### **Интерес туристов к истории города**

Многие российские туристы заинтересованы в познании истории города и, как отмечалось выше, отмечают недостаток предложений в этой сфере. Особый интерес представляет советский период истории Алматы, в особенности период его активной застройки и особенности архитектуры.

“Интересно то время, когда город разрастался, когда его создавали. Там же много было людей со всех областей России, городов. Интересно, кто его строил, интересно, как это все было. Интересно, как строился Медео, кто там был, как это все делалось. В каком-то году сель сошел, когда опять восстанавливали эту дамбу. Мне интересно это. Также интересно, когда воздвигли собор.”

(Автомеханик, 41 год, из Красноярска).

Также россияне заинтересованы в экскурсиях, рассказывающих общую историю Казахстана и жизнеописания ее значимых деятелей. При этом важно учитывать контекст недостаточности у них базовых знаний, в отличие от местной публики. Так, один из туристов описывает свои впечатления после экскурсии:

“Может и есть что-то интересное [в истории страны], но ты же не знаешь, что. Не знаешь истории, где копать, что спросить. А вот про этих деятелей ты впервые слышишь, а как про них поподробнее узнать, если ты о них ни разу не слышал?” (Пожарный, 27 лет, из Томска)

### **Рекомендации**

По результатам исследования мы предлагаем следующие рекомендации:

- Повысить узнаваемость города в Сибири и России в целом. Для этого необходимо наладить сотрудничество с туристическими компаниями, продающими туры для жителей России. Кроме того, необходимо усилить информационную кампанию об Алматы с тем, чтобы у потенциальных туристов с городом были связаны какие-либо четкие ассоциации. По результатам нашего исследования, новый бренд Алматы ещё недостаточно известен и в этом направлении есть куда стремиться.
- Всячески развивать туры по городу и способствовать низовым инициативам, занимающимся этими видами деятельности. На сегодняшний день это остается точкой роста. Важно так же обеспечить информированность о существующих городских турах в общественных местах. Как показало исследование, киоски «Visit Almaty», расположенные в свободном порядке по городу, не достаточны.

- При разработке городских экскурсий уделить внимание истории архитектуры, что является особенным интересом у гостей города. Важно так же учитывать, что в экскурсиях по городу – как обзорных, так и тематических – необходимо давать достаточно контекстной информации в случае присутствия русскоязычных туристов, не совсем знакомых с базовой историей города и страны.