

Приоритетные туристические рынки России в 2024 году: Юго-Восточная Азия

RUSSPASS.Бизнес продолжает серию материалов, посвященных 19 приоритетным странам, для продвижения РФ в качестве туристического направления. В этом тексте речь пойдет о Юго-Восточной Азии (ЮВА).

В 2023 г. Мостуризм провел комплексное социологическое исследование туристического рынка ЮВА. Оно включало в себя как кабинетное исследование, так и экспертные интервью с представителями туриндустрии ЮВА и Москвы.

Общая информация о регионе

Юго-Восточная Азия представляет собой макрорегион, в который входит 11 государств. Крупнейшие из них — Индонезия, Малайзия, Филиппины и Вьетнам. В Индонезии, например, проживает около **270 млн** человек на момент 2020 г.

В последние годы территория ЮВА стала одной из мировых лидеров экономического роста. По данным Международного Валютного Фонда, планировалось, что рост ВВП в 2024 г. в этом макрорегионе составит более **4,5%**. Причем эксперты прогнозируют сохранение темпа на 2025 и 2026 гг. Для сравнения, рост ВВП в ЕС планируется около **1%**, а в США — **2,6%**. Кроме того, по итогам первого квартала 2024 года экспорт Вьетнама, по сравнению с первым кварталом прошлого года, вырос на **18%**. На Филиппинах — на **7,5%**.

Экономический рост способствует увеличению уровня доходов населения. В 2022 г. в Малайзии, Индонезии, в Таиланде, Вьетнаме и на Филиппинах количество представителей среднего класса увеличилось на **50 млн** человек. Например, в Индонезии валовый национальный доход на душу населения составил **4600 долл.** А в Малайзии у каждого 5-го домохозяйства доход более **2650 долл.** в месяц.

Портрет туриста из ЮВА

Чтобы компетентно развивать рынок путешествий для туристов из ЮВА, эксперты составили портрет туриста. В центре анализа — Индонезия и Малайзия.

Индонезия

Большая часть населения представлена мусульманами. Для этой группы путешественников очень важно, чтобы во время поездки они могли найти место для молитвы. Не менее важно наличие халяльной еды и напитков.

В Индонезии уровень владения английским языком у граждан находится на достаточно низком уровне. Несмотря на это индонезийцы посещают европейские страны. Около трети таких туристов — в возрасте от 25 до 34 лет. Жители Индонезии часто путешествуют всей семьей, в том числе с родственниками старшего поколения. При планировании поездки за рубеж, в первую очередь, они ориентируются на информацию в соцсетях и на сайтах о путешествиях. При размещении они отдают предпочтение отелям 4 и 5 *. Чаще всего жители Индонезии путешествуют во второй

половине года, особенно в декабре. На такие поездки приходится **66%** от всего количества.

Малайзия

Малазийцы тоже планируют путешествие в Европу на основании информации на сайтах о путешествиях и в социальных сетях. Они активно путешествуют за границу, **43%** туристов — в возрасте от 25 до 34 лет. Однако их привычки несколько отличаются от предпочтений индонезийцев.

Например, граждане Малайзии в большинстве хорошо владеют английским языком, а путешествовать предпочитают не только с семьей, но и с друзьями или парой. Поездки они обычно планируют на весну или зиму. Малазийцы считаются одними из самых экономных путешественников в Азии.

Авторы исследования обратили внимание на экспертное мнение заместителя директора туристического офиса Посольства Малайзии в Москве по туризму Зулкифли Бин Мохамеда. Он рассказал, что малазийцы очень любят шоппинг, особенно локальную продукцию. Без острой кухни они себя не представляют, поэтому часто возят с собой продукты, напоминающие о доме. При этом путешествовать предпочитают в холодную погоду, когда повсюду лежит снег.

Женщин и мужчин среди туристов из Малайзии в Европейские страны примерно одинаковое количество — **57%** и **43%** соответственно. Средняя продолжительность путешествия составляет 10 дней, больше всего малазийцев привлекают достопримечательности и природа. В среднем, во время путешествия они тратят **1,7 тыс. евро**, однако туристы из Малайзии очень экономные, поэтому во время поездки пользуются калькулятором, чтобы пересчитать цену в своей валюте.

Малазийцы любят смотреть обзоры путешественников на их сайтах. Жилье туристы из Малайзии бронируют с помощью специальных сервисов, например, через Agoda.

Зулкифли Бин Мохамед также поделился самыми эффективными, на его взгляд, каналами продвижения. По мнению эксперта, в Малайзии это социальные сети, выставки, которые устраивают в Куала-Лумпуре, газеты, наружная реклама, роуд-шоу и журналы для путешественников.

Ключевые особенности приема и размещения туристов из ЮВА

О том, как принять туристов из Малайзии так, чтобы те остались довольны и рекомендовали поездку знакомым, рассказала ведущий менеджер по въездному туризму в компании Fun&Sun Надежда Нестерова.

По ее словам, малазийцы, при выборе отеля, в первую очередь обращают внимание на наличие качественного шведского стола. Селиться они предпочитают в сетевых четырехзвездочных отелях, при этом локация — это последнее, на что туристы из Малайзии обращают внимание.

Также эксперт обратила внимание на то, что туристам из ЮВА нужен гид, который знает английский язык. Но иногда востребован специалист со знанием китайского языка. Помимо стандартных программ малазийцы любят посещать различные мастер-классы и активности.

Питание — это одно из самых главных пунктов программы, поэтому меню нужно заранее согласовывать с азиатским туроператором. Из еды малайзийские туристы предпочитают местную или азиатскую кухню, иногда халяльное питание. Кроме того, на каждого туриста нужно предоставить 1–2 бутылки воды в день, когда планируется экскурсионная поездка на автобусе. В отеле вода также должна быть.

Для поездок по туристическим местам нужен вместительный комфортабельный автобус, в котором предусмотрено просторное место для багажа. В некоторых случаях в дополнение к автобусу нужен минивэн для перевозки чемоданов.

В России туристы из Малайзии предпочитают посещать Москву, однако популярны поездки и в Санкт-Петербург, Казань, Мурманск и Иркутск — на озеро Байкал.

Взаимодействие с ЮВА

У жителей Юго-Восточной Азии есть интерес к посещению России и, в частности, Москвы. Привлечение туристов из этих стран является перспективным направлением. В связи с этим Мостуризм организует различные мероприятия и воплощает проекты в этой сфере.

Так, 27 ноября в Куала-Лумпуре и 29 ноября 2024 года в Джакарте намечены выездные бизнес-миссии для налаживания связей с иностранным турбизнесом. Представители комитета встретятся с местными туристическими компаниями, которые хотят продавать туры в Россию.

В случае спроса со стороны туристов, Росавиация готова открыть новые направления и развивать логистику. В выборе направлений помогают сервис RUSSPASS.Бизнес и брендированный информационный туристический портал Discover Moscow.

Для продвижения Москвы в качестве популярного места для путешествий за рубежом, в столицу привлекают блогеров и кинопроизводителей из ЮВА для съемки фильмов в Москве.

Помимо перечисленного, эксперты считают важным для развития туризма такие нововведения как возможность для иностранных туристов оформить карту российского банка и запуск электронной визы. По их мнению, в ближайшее время это получит отклик в виде интереса к реальным поездкам.