

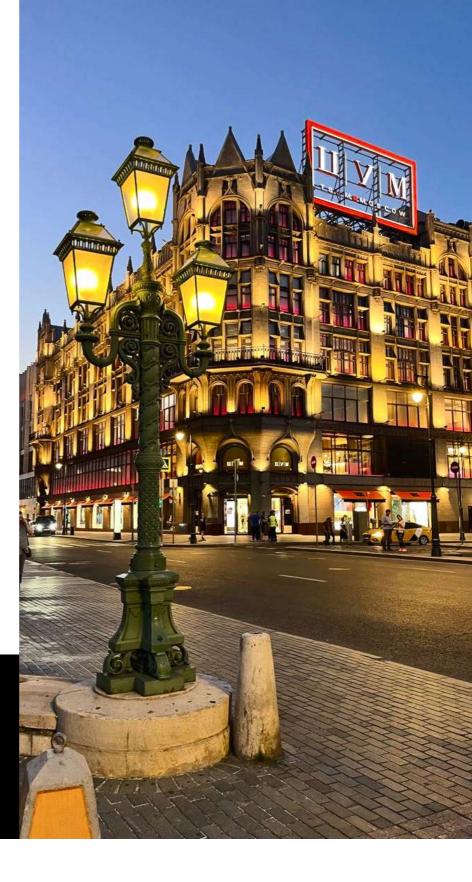
Спрос на турпоездки в Москву растет, за первое полугодие 2022 года столицу посетило более 9 млн гостей, в том числе 8,3 млн гостей из регионов страны (+ 7% к первому полугодию 2021 года) и 740 тысяч международных туристов.

Как и в период 2020-2021 гг., среди международных поездок преимущество принадлежит туристам из стран ближнего зарубежья.

Казахстан
Азербайджан
Армения

Беларусь

На данный момент эти страны являются перспективными рынками для продвижения туристского потенциала Москвы как дестинации.



Кроме того, туристы из перечисленных стран часто приезжают в Москву с деловыми целями или в командировку, также многие рассматривают посещение Москвы как направление для сити-брейка.

Гости из этих стран традиционно часто бывают в столице, однако исследование, проведенное Комитетом по туризму города Москвы, выявило незакрытые потребности и ожидания туристов от путешествия в Россию. Выводы, которые представил Комитет в рамках первого в этом году маркет-трека от Moscow Travel Hub, позволят лучше узнать туристов из СНГ и взаимодействовать с ними более эффективно.



Ольга Нечаева, начальник управления программно-целевого планирования Комитета по туризму города Москвы, рассказала, как жители этих стран принимают решение о поездке в столицу, какие объекты размещения и какой тип отдыха они выбирают, на что обращают наибольшее внимание и с какими впечатлениями от путешествия возвращаются домой.

99

По итогам первого полугодия 2022 года, среди стран СНГ наибольшее увеличение туристического потока относительно аналогичного периода 2021 года наблюдается из Беларуси – в 3,5 раза – более 21,1 тысячи прибытий. Количество граждан Туркменистана и Молдовы, посетивших Москву в первом полугодии 2022 года, возросло более чем в два раза, количество граждан Азербайджана и Казахстана – выросло на треть.

## Портреты туристов из разных стран отличаются, но есть и схожие моменты при выборе поездки.

- Так, например, планируя поездку, туристы из СНГ ориентируются на мнения и советы друзей, родственников и коллег (65% респондентов). Второй по популярности канал поиска информации составляют социальные сети (34%). Поэтому важно формировать лояльность к отдыху в Москве.
- Чаще всего гости едут в столицу не одни и заинтересованы в совместных активностях с детьми, при этом не знают, где получить релевантную информацию о семейном досуге, сезонных предложениях и скидках. Доступные программы для детей и семей должны широко рекламироваться у туроператоров, в лобби гостиниц, в социальных сетях.

Отчетливо виден рост лечебнооздоровительных поездок. Стоит обратить внимание на этот восходящий тренд и включать в турпредложение информацию об оздоровительных программах и медицинских центрах Москвы и области, предлагать пакетные лечебные туры и активно рекламировать соответствующие предложения с прицелом на определенные возрастные группы.

Полную презентацию исследования и детальные портреты туристов из каждой страны можно найти <u>здесь</u>.

Статистика бронирования жилья показывает, что гости из Казахстана, Азербайджана и Беларуси чаще всего планируют свою поездку и выбирают, где остановиться, за месяц или за неделю до отъезда, предпочитая селиться в гостиницах 3-5 категории звезд. Качественная рекламная кампания и точечное информирование о преимуществах других локаций помогут расширить предпочтения туристов по размещению.

Приглашенные на маркет-трек от Moscow Travel Hub зарубежные эксперты прокомментировали результаты исследования, поделились своей экспертизой и аналитикой последних месяцев. О том, что сейчас ценят в поездках в Москву гости из Азербайджана, Казахстана и Беларуси, рассказали представители местных туроператоров.



## Что важно знать о туристах из Беларуси

«Москва для белорусов интересна прежде всего не как столица России, а как крупный, удобный и логистически связанный с Минском мегаполис, где есть всё, в том числе широкий выбор ресторанов и шикарный шопинг.

Еще в Москву едут за впечатлениями, театральным досугом, лекциями, роскошными этническими ресторанами, прежде всего кавказской и тюркской кухни, спакомплексами: за тем, чего нет в Минске и Варшаве», – отметил Филипп Гулый, председатель Правления Республиканского союза туристической индустрии.

Туристы из Беларуси в России в среднем тратят на 40% больше, чем в другой зарубежной поездке. При этом почти половина предпочитает экономить на жилье и останавливается в отелях и хостелах без звезд. Наиболее популярными отелями для ночевки у второй половины приезжающих являются «Космос», «Новотель», «Адажио», «Ибис».

Москву чаще всего рассматривают как хорошее направление для поездки выходного дня, и это отличная база для создания туристического продукта и продвижения культурных и образовательных мероприятий. Активности гости из Беларуси ищут в основном в соцсетях и с помощью сарафанного радио. Вместе с этим отмечается нехватка информированности и отсутствие единого информационного портала с данными о часах посещения музеев, стоимости билетов, предстоящих культурных событиях.

Примерно 20% турпотока приходится на корпоративные поездки, 30% – на деловой туризм. Преимущественно из Беларуси в Москву приезжают мужчины до 35 лет. Поэтому главная задача для российской туристической отрасли – удержать гостя после деловой поездки на выходные, заинтересовать его провести несколько дополнительных дней в столице.

Интересно, что большинство индивидуальных туристов не доверяют российским сервисам по покупке туров и билетов: в этом направлении предстоит длительная и системная работа со стереотипными представлениями.

## Как привлечь гостя из Казахстана

Раз в год из Казахстана на отдых стабильно уезжает примерно миллион туристов. Основными направлениями для поездки являются ОАЭ, Турция, Египет, Кыргызстан, Узбекистан и Россия. Турпоток из Казахстана в Россию в целом и в Москву в частности за время пандемии упал заметно меньше, чем поток гостей из Беларуси, и быстрее восстанавливается.

Развит деловой, экскурсионный и событийный туризм, в том числе посещение концертов и крупных культурных и спортивных мероприятий.

Перспективным туристическим направлением для гостей из Казахстана выглядит объединение Москвы и Петербурга в рамках одной поездки. Пока таких пакетных предложений практически нет, однако эксперты видят растущий интерес к знакомству с двумя городами одновременно.

Турист из Казахстана, как правило, оказывается более требовательным гостем в Москве, чем внутренние туристы из России. Будучи в большинстве своем мусульманами, казахи ценят, когда принимающая сторона заботится о соблюдении принятого культурного кода, традиций и обычаев, в том числе в еде, и готова оказывать дополнительные услуги, например, организовывать богатый и разнообразный культурный досуг.

В Москву едут семьи с двумя-тремя детьми, которые ценят качественную инфраструктуру для детского отдыха на территории отеля. Часто приезжают и с деловыми целями: по работе и бизнесу. Но если типичный турист из Беларуси – это мужчина 35-40 лет, из Казахстана часто приезжают и молодые девушки, ориентированные на шопинг и бьюти-услуги.

Туристы из Казахстана любят сетевые отели и предпочитают останавливаться в качественном и квалифицированном номерном фонде, среди мест размещения в Москве лидирует, например, Radisson. Чаще всего информацию об интересных для посещения в Москве объектах ищут в Instagram (организация признана экстремистской на территории России) и сервисах Google, рассылках от турагентств и с помощью сарафанного радио.

«Чтобы увеличить поток деловых туристов из Казахстана в Москву, важно предоставить качественный сервис под ключ: это организация бизнес-мероприятий с известными спикерами под задачи конкретной компании, отраслевых конференций, прежде всего в ИТ, маркетинге, финансовой сфере и антикризисном управлении.

Бонусом будет пакетное предложение и совмещение бизнеса и досуга: международная логистика, внутренние трансферы, питание, обзорные экскурсии и дополнительные услуги, в том числе организация выгодного тарифа для гостей в рамках авиаперевозок», — говорит Светлана Ошерова, исполнительный директор компании Touroperator KOMPAS.

## Чем зацепить гостя из Азербайджана

«Туристы из Азербайджана чаще всего едут в Турцию, Россию и Дубай. Большая часть туристов, едущих в Москву, предпочитает зимний отдых и стремится попасть в город на Новый Год с детьми», — говорит Наталья Агаева, генеральный директор туроператора ALEAN.

Системная планомерная работа по продвижению Москвы как интересной локации для летнего отдыха позволит сгладить сезонность и значительно увеличить поток семейных туристов. Помочь в этом сможет памятка или специальный путеводитель, которым удобно пользоваться и делиться в соцсетях.

Высокий процент туристов из Азербайджана останавливается в гостиницах категории 5 звезд и бутиковых отелях, любит хороший сервис, ценит индивидуальный подход, посещает образовательные и развлекательные мероприятия.

В Москву едут к родственникам или по бизнес-делам. Чаще всего в столицу приезжают мужчины 45-60 лет. Экскурсионные групповые поездки пока не развиты, однако, по мнению местных операторов, это направление обладает большим потенциалом.

Интерес к Москве как к направлению для отдыха формируется чаще всего через личный опыт и впечатления знакомых, рекомендации друзей, сарафанное радио, а вот продвижение через другие каналы оказывается не таким эффективным.

Гостям из этого региона очень нравится парк Сокольники: во время поездки в столицу его старается посетить большинство туристов. Кампания по продвижению других зеленых локаций для отдыха с семьей, учитывая количество парков в городе, обязательно даст эффект и поможет в работе со стереотипными представлениями азербайджанцев об отдыхе в столице России.