

Nemzetközi utazási trendek 2002-ben és 2003-ban

Összeállította: az IPK International Guide to Global Travel Trends 2003 kutatása alapján Behringer Zsuzsanna-Sulyok Judit¹

Bevezetés

Az IPK International német kutatóintézet 1988 óta éves rendszerességgel végez felmérést az európai utazási szokásokról. A kezdetben 36 európai országban 400 000 megkérdezéssel lebonyolított felmérést 1995-ben 19 Európán kívüli országgal egészítették ki (Észak- és Dél-Amerikából, Ázsiából és a Közel-Keletről). Ezzel a kutatás az utazási szokások vizsgálata tekintetében a legnagyobb, folyamatosan végzett felméréssé vált, amelynek során eddig mintegy egy millió megkérdezés eredményeit dolgozták fel.

A „Nemzetközi utazási trendek 2002-ben és 2003-ban” című kutatási jelentés két nagy témát ölel fel: a jelenlegi általános turisztikai trendek mellett piac- és termék-specifikus témákkal foglalkozik.

A 2002-es év turisztikai trendjeit az alábbi témakörök szerint tárgyalja a jelentés:

- A beutazó turizmus trendjei a világon,
- Európa kiutazó és beutazó turizmusa,
- Az Amerikai Egyesült Államok turizmusának alakulása,
- A dél-kelet ázsiai térség turizmusának alakulása,
- Ausztrália és a Csendes-óceániai térség turizmusának alakulása, amelyen belül részletesebben kerül tárgyalásra Japán kiutazó turizmusa és a Közel-Kelet turizmusa.

A piac- és termékspecifikus témák közül a jelentés az alábbiakat elemzi:

- Holland utazási trendek,
- Észak-Afrika (kiemelten Marokkó) turizmusa,
- Kanadai örökségturizmus,
- Az európai szálláshelyek iránti üzleti kereslet alakulása,
- A kereslet és a desztinációk kapacitása közötti egyre növekvő szakadék problémája,
- Az új fogyasztói igényektől elmaradó kínálat,
- Az idősödő társadalom turisztikai keresletre gyakorolt várható hatása.

Jelen tanulmányban csak a Magyarország számára is jelentős, a hazai turisztikai szakemberek számára közvetlenül használható témák kerülnek bemutatásra. A teljes kutatási jelentés a Magyar Turizmus Rt. Kutatási Igazgatóságán megtalálható.

A világ turizmusa 2002-ben és 2003-ban

Ahogy azt a makrogazdasági szakértők előrevetítették, 2002 meglehetősen nehéz évnek bizonyult a turizmus számára.

Az Amerikai Egyesült Államokban történt, 2001. szeptember 11-i tragikus eseményeknek és az újabb, Djerbán, Balin, Moszkvában és Mombasában történt terrortámadásoknak komoly negatív hatásai voltak és vannak a turisztikai keresletre. A talpraállás jelei már mutatkoznak, és a 2001. szeptember 11-e előtti növekedési ütem 2003-tól újra folytatódni látszik, illetve néhány kulcsfontosságú piacon már 2002-ben is növekedés volt megfigyelhető.

A 2001-ben bekövetkezett 0,6%-os csökkenést követően a szakemberek 2002-re 0,8%-os növekedést jeleztek előre a világ kiutazó turizmusára. A 2002-es év első hat hónapjában 0,9%-os csökkenést tapasztaltak, az év második felévre azonban a trendek 5-6%-os emelkedést mutattak.

2003-ban a világgazdasági és -politikai helyzetet továbbra is bizonytalanságok jellemzik, összességében azonban mintegy 5%-os növekedés várható, aminek hátterében elsősorban a 2001. szeptember 11-ét követően kialakult viszonylag alacsony bázis áll. 2004-re a kiutazások száma 3-4%-kal emelkedhet a világon, ami az eddigi legjobb eredményeket jelentheti.

A korábbi felmérések alapján az Amerikai Egyesült Államok turizmusát érintették legnagyobb mértékben a terrorcselekmények, a terrorizmustól való félelem, valamint a recessziós gazdasági helyzet. Az amerikai kiutazások száma 2002-ben 12%-kal esett vissza, a költség tekintetében azonban mindössze 3%-os visszaesés volt megfigyelhető, míg az USA-t felkereső turisták száma 6%-kal maradt el 2002-ben az előző év adataitól.

Az európai előrejelzések ennél optimistábbak, a 2002. év első nyolc hónapját jellemző 1,2%-os csökkenést követően az európai kiutazások száma az év egészében összességében 0,3%-os növekedést mutatott, továbbá mérsékelt javulás várható 2003-ban is. A szabadidős célú utazások területén jobb eredményeket könyvelhettek el, mint az üzleti utazásokén. Az ár továbbra is meghatározó az európai utazási döntései során, aminek eredményeként az alacsony árszínvonalú desztinációk – Bulgária, Horvátország és Szlovákia – jelentős növekedést regisztráltak beutazó turizmusukban, illetve a többi európai desztináció is profitált a megdrágult Európán kívüli úti célokkal szemben (az Észak-Amerikába irányuló kereslet például 13%-kal esett vissza).

Az ázsiai kontinens rendkívül jó eredményeket ért el 2002-ben, amint a WTO és a Pacific Asia Travel Association (PATA) nemzetközi szervezetek adatai is mutatják. A kínai kiutazások erőteljes növekedése jelentős mértékben hoz-

¹ Vezető kutató, Magyar Turizmus Rt. Kutatási Igazgatóság

zárult a világ turizmusának pozitív eredményeihez az elmúlt évben. Japán is mérsékelt növekedést (1-2%) mutatott 2002-ben a 2001. évi 9%-os csökkenés után.

Az ausztráliai kiutazások száma 2002-ben 1%-kal nőtt, az elkövetkezendő tíz évre szóló előrejelzések azonban évi 6-7%-os növekedést valószínűsítene. Ezzel párhuzamosan fokozódik a közeli, ázsiai úti célok szerepe.

A közel-keleti térség kiutazó turizmusa csökkent 2002-ben, itt a legnépszerűbb desztinációk sorában is változás következett be. A növekedést regisztráló úti célok között található maga a közel-keleti régió, Dél-Kelet- és Dél-Ázsia, Ausztrália és Új-Zéland (a korábban népszerűbb Törökországgal, USA-val, Spanyolországgal, Nagy-Britanniával és Görögországgal szemben). Az iraki háború tovább erősítette ezen országok versenyhelyzetét a hagyományosan kedvelt desztinációkhoz viszonyítva, különösen annak eredményeképpen, hogy ezek az új desztinációk konkrét erőfeszítéseket is tettek (például vízumkönnyítésekkel) a közel-keleti beutazó turizmus megerősítésére érdekében.

Globális trendek 2020-ig

Az elkövetkező közel két évtizedre – 2020-ig – a makrogazdasági szakértők három lehetséges fejlődési irányt vázoltak fel a turizmus iparág számára:

- visszatérés a növekedési pályára, amely a sikeres globalizációt jelenti,
- enyhe leszállóág, amely a fenntartható megoldást jelenti,
- erős leszállóág, amikor is folytatódnak a feszültségek, a terrorista fenyegetések és a háborúk.

Az IPK felmérése a következő főbb globális trendeket határozta meg:

- Új „kiutazó boom” – A kiutazó turizmus bázisa a XX. században főképp a világ harminc leggazdagabb országa volt. A XXI. században várhatóan újabb növekedési hullám indul majd be, ennek bázisa azonban áttevődik keletre: a kínaiak részesedése a világ kiutazó turizmusából a mostani 1%-os értékről 2050-re becslések szerint meg fogja közelíteni a 10%-ot. Hasonló arányú emelkedést prognosztizálnak Indiában is, ahol a mai 0,5%-os értékről várhatóan 5%-ra emelkedik ez az érték.
- Belföldi utazási boom – A XXI. században a belföldi utazási kereslet várhatóan világszerte növekedni fog. Sok fejlődő országban ez lesz a „kiutazási boom” előhírnöke.
- Fenntartható fejlődés – Nem kétséges, hogy a turizmus növekedése soha nem látott mértékben van hatással a természeti környezetre. A turizmus fejlesztésének ezért fenntarthatónak kell lennie az elkövetkező húsz évben, ellentétben a mostani trenddel, amely a megszokott életminőség lerombolásával fenyeget.
- Nagyobb elvárt érték – A turisták egyre inkább elvárják a minőséget és egyre kevésbé hajlandóak többet fizetni

az extra minőségért. Ezért a kínálati oldal szereplőinek hatékonyabb költséggazdálkodást kell bevezetni.

- Nagyobb standardizáció – Az előző trenddel összhangban világszerte folytatódik a standardizáció, ami a költségcsökkentés egyik eszköze lehet.
- „High-touch” – Amikor a szolgáltatások standardizációja normává válik, egyre kevésbé lesz fontos a személyesség iránti igény, és a standardizáció együtt kell, hogy haladjon a növekvő attraktivitással. A tömegpiac sikerének záloga a kis költségű standardok sok „high-touch” elemmel való kombinálása.
- Személyre szabott vendéglátás – Az autentikus ajánlatokat és a tradicionális vendégszeretetet magasan fogják értékelni a XXI. században, főként a 40 év feletti turisták, akik aránya a társadalomban egyre nő.
- Változó fogyasztói igények – A 40 év alatti lakosság szerte a világon világmárkák olyan fogyasztójává vált és válik továbbra is, akinek fő célja az életben a szabadság és a vidámság, de szinte lényegtelen, hogy ezt melyik országban találja meg. Ezen fogyasztók újfajta marketingtechnikákat és új turisztikai termékeket igényelnek.
- Csökkenő fogyasztói lojalitás – Az előző trend egyik következménye várhatóan az lesz – mivel az emberek egyre kevésbé szeretnék többször ugyanarra a helyre utazni vagy ugyanolyan típusú vakáción részt venni –, hogy csökkenni fog az ismételt utazások száma. Már az 1990-es években is 80%-ról 65%-ra csökkent az ugyanazon desztinációba történő utazásokon részt vevők aránya, ez az érték 2010-re várhatóan legalább további 10%-kal csökken majd.
- A higiénia iránti igény – A biztonság iránti igény alapvetővé vált, de a jövőben fontossága még tovább fog nőni. A XXI. század globális társadalmában nagy fontosságot fog tulajdonítani a higiénia. Azon szálláshelyek, városok vagy vidéki területek, ahol a higiénia alulértékelik, elveszítik versenyképességüket.
- Különleges helyszínek – A XXI. század folyamán a turizmusban egyre népszerűbbé fognak válni a különleges helyszínek, mint például az úrbén történet, vagy a víz alatti turizmus.
- Idősödő társadalom – A fejlett országok születési rátájának drasztikus csökkenése jelentős mértékben fogja befolyásolni a turisztikai keresletet az elkövetkező húsz évben. Ez a hatás abból a szempontból pozitív lesz, hogy az idősebb korosztály mindennapjaiban is egyre inkább megjelenik a külföldi utazások iránti kereslet.

Európai kiutazások 2002-ben

A 16 legnagyobb európai küldőország kiutazó turizmusát vizsgáló felmérés az európai kiutazások 90%-át foglalja magában. A 2002. év során a kiutazásokra negatív hatással voltak a recesszióban lévő, illetve recesszió közeli gazdaságok, a részvénytőke hanyatlása, a terrorizmustól való

félelem, a palesztin-izraeli konfliktus, valamint az iraki háború veszélye. Pozitívan hatott ugyanakkor az euró erősödése a dollárral szemben, valamint az olyan nagyrendezvények, mint a Japánban és Dél-Koreában megrendezett Labdarúgó Világbajnokság, a Salt Lake City-i Téli Olimpiai Játékok és Erzsébet királynő uralkodásának 50. évfordulója Nagy-Britanniában.

2002. január és augusztus között² 1,2%-kal csökkent a kiutazások száma az előző év azonos időszakához képest. Ez a vendégejszakák tekintetében mérsékeltebb, 0,8%-os visszaesést jelent, az utazásokra fordított összeg azonban 3%-kal maradt el a 2001. év azonos időszakának adataitól. Az egyes küldőpiacok vonatkozásában a legerőteljesebb (5-10% közötti) növekedést Magyarország, Norvégia és Szlovákia könyvelhette el 2002 első nyolc hónapjában, míg 1-5%-os emelkedés jellemezte Ausztriát, Hollandiát és Nagy-Britanniát. A Csehországból, Írországból, Olaszországból, Lengyelországból és Spanyolországból külföldre utazók száma kismértékben, a Dániából, Franciaországból, Németországból, Svédországból és Svájcban külföldre látogatók száma pedig 1%-kal vagy ennél nagyobb mértékben esett vissza.

2002-ben a közeli desztinációkba történő utazások száma 2%-kal emelkedett, míg a távoli utazások 10%-os visszaesést mutattak. Az Észak-Amerikába utazók száma 13%-kal, a Dél-Kelet Ázsiába látogatóké 5%-kal csökkent. A felkeresett desztinációk tekintetében a 2002. év nyertesei Bulgária, Horvátország és Szlovákia voltak, amely országok 10%-ot meghaladó növekedést regisztráltak európai beutazó turizmusukban. Mérsékelt (5-10% közötti) emelkedés jellemezte Svédországot, Írországot, Hollandiát, Belgiumot, Kínát és Dél-Koreát, a kismértékű – 2-5% – emelkedést regisztráltak között található Dánia, Finnország, Nagy-Britannia, Franciaország, Spanyolország, Törökország, Ausztria, Ausztrália és Thaiföld. Stagnálás jellemezte Norvégia, Németország, Portugália, Olaszország, Görögország, Csehország és a balti államok beutazó turizmusát, míg számos desztináció – Svájc, Málta, Ciprus, Magyarország, Oroszország, Lengyelország, Egyiptom, Tunézia, Vietnám, Marokkó, USA, Kanada, a Karib-térség, Malajzia, a Fülöp-szigetek, India, Sri Lanka és a Közel-Kelet – 2%-osnál nagyobb visszaesést könyvelt el az európai beutazók száma tekintetében 2002 első nyolc hónapjában.

Az Európában tapasztalható gazdasági helyzet, a biztonsággal kapcsolatos félelmek számos vállalatot üzleti utazásaik lemondására kényszerítettek, aminek következtében az üzleti célú utazások volumene 7%-kal maradt el a 2001. évi³ adatoktól. A üdülési céllal történő európai kiutazások száma 1%-kal nőtt, míg az egyéb szabadidős célú utak száma 4%-os csökkenést mutatott. Az

üdülésen belül továbbra is a napfény-vízpart utazások a legkedveltebbek (az üdülések mintegy egyharmada tartozik ide). A városlátogatások iránti érdeklődés csökkent, míg a 2002. év nyertesei a körutazások és a hegyvidéki üdülések voltak. Az igénybe vett közlekedési eszközök tekintetében a légi közlekedésben nagymértékű, 46%-os csökkenést regisztráltak 2002 első nyolc hónapjában, ezzel szemben a szárazföldi közlekedés 51%-os növekedést mondhatott magáénak, a vízi közlekedés forgalma pedig 3%-kal nőtt. A leggyakrabban igénybe vett szálláshely a szálloda, amelynek piaci részesedése 54% (-1%-os változás 2001-hez képest) volt, ezt követte az egyéb kereskedelmi szálláshely (24%, -7%), míg az ingyenes szálláshelyek részesedése 22%-ot tett ki (a legnagyobb, 12%-os növekedést ez a szegmens mutatta). Az európai utazások 48%-ának megszervezésében vettek részt utazási irodák, ez 3%-os csökkenést jelent 2001-hez képest. Az európai kiutazások mintegy harmadában (31%) szerepet játszott az internet: az utazók 21%-ban információkat kerestek a világhálón, 10%-ban pedig konkrét foglalásokat is lebonyolítottak. Az internetet használók száma összességében 20%-os növekedést mutatott, ennél azonban lényegesen nagyobb mértékben, 43%-kal nőtt a világhálón foglalkozók száma. Növekedett továbbá a késői foglalások jelentősége, az európai kiutazások 24%-át mindössze az elutazás előtt egy héttel (vagy az indulás előtt ennél is rövidebb idővel) foglalták le az utazók, míg a három hónapnál korábban foglalkozók aránya csupán 20% volt. A legtöbben (62%) utazásukat az indulás előtt egy hónappal foglalták le.

Európa beutazó turizmusa

Európa beutazó turizmusának vizsgálata az European Travel Commission harminchárom tagországa által rendelkezésre bocsátott adatokon alapul, amelyek a legfrissebb⁴ vendégforgalmi statisztikákon túl 2003. évi előrejelzéseket, valamint információkat tartalmaznak az egyes desztinációkat jellemző trendekről.

A huszonkilenc, teljes körű adatokat szolgáltató tagország közül tizenhat számolt be beutazó turizmusának növekedéséről, tizenkét ország csökkenést regisztrált. Utóbbiak között található a kisebb mediterrán desztinációk – Monaco⁵ (-17,5%), Ciprus⁶ (-14,0%) és Málta⁷ (-8,8%), továbbá Németország⁸ (-1,3%), Litvánia⁹ (-1,1%) és Svájc⁸ (-9,8%). Növekvő beutazó turizmusról adott számot Belgium⁹ (+3,2%), Hollandia⁹ (+3,1%), Ausztria⁷ (+2,3%), Horvátország

⁴ A legfrissebb rendelkezésre álló adatok 2002 első félévére, illetve 2002 első kilenc hónapjára vonatkoznak.

⁵ 2002. január-július

⁶ 2002. január-augusztus

⁷ 2002. január-június

⁸ 2002. január-szeptember

⁹ 2002. január-május

² A felmérés során a legfrissebb rendelkezésre álló adatok 2002 első nyolc hónapjára vonatkoztak.

³ 2001. január-augusztus közötti időszakra vonatkozó adat.

és Lettország. Spanyolország 2002 első kilenc hónapjában növekedést tapasztalt a beutazások tekintetében, a portugál vendégéjszakák száma 8%-kal maradt el 2002 első fél évében az előző év azonos időszakától. Nagy-Britannia¹⁰ és Írország⁹ egyaránt emelkedést regisztrált, amelynek hátterében a 2002. nyári megnövekedett kereslet, illetve a 2001. évi, a száj- és körömfájás járvány miatt bekövetkezett jelentős visszaesés áll. Kelet-Európában Szlovákia (+11,2%), Törökország (+10,1%) és Bulgária (+8,5%) beutazó turizmusa növekedett jelentős mértékben, nagymértékű visszaesés jellemezte ezzel szemben Lengyelországot (-22,8%), Romániát (-13,7%), Csehországot (-7,0%) és Magyarországot (-3,8%). Több ország esetében a visszaesés okát a 2002. évi nyári, Közép-Európát sújtó árvizek jelentették.

A 2001. szeptember 11-i események a távoli desztinációkon kívül az Európán belüli utazásokra is hatással voltak, aminek következtében csökkent a repülőgépes utazások száma, és ezzel párhuzamosan növekedett a szárazföldi közlekedés szerepe. A piacot jellemző bizonytalanságok, a késői foglalások a tour operátorok kapacitásának csökkenéséhez vezettek, ami negatív következményekkel járt a tour operátoroktól nagymértékben függő desztinációk – jellemzően a mediterrán térség – számára. A nemzeti légitársaságokat nagymértékben érintette az ún. „fapados” szolgáltatók megjelenése. Negatív hatásként szükséges megemlíteni továbbá a megszigorított biztonsági intézkedéseket. A 2002. évi nagyobb nemzetközi rendezvények pozitívan hatottak az európai beutazó turizmusra. Az euró bevezetése átláthatóbbá és összehasonlíthatóvá tette az utazási költségeket, néhány desztináció ugyanakkor drágábbá vált, illetve az euró kedvezőtlenül hatott az USD-t használó küldőpiacokból Európába látogatók utazásaira.

Az Amerikai Egyesült Államok kiutazó turizmusa

2001-ben az amerikai kiutazások száma 58 millió utat tett ki, ebből 25,2 millió volt a tengerentúli utazások száma, 17,2 millió alkalommal választották úti célul az Egyesült Államok-beli Mexikót, 15,6 millió alkalommal pedig Kanadát. A tengerentúli utazások 6,3%-os csökkenést mutattak a 2000. évhez képest, a külföldi utazásokra költött összeg pedig 7,4%-kal esett vissza (82,5 milliárd USD). 2002 első felében a kiutazásokat további visszaesés (-12%) jellemezte, a tengerentúli utak száma 11,7 millióra csökkent. A desztinációk között Afrika (-33%), Európa (-18%) és a Közel-Kelet (-18%) regisztrálta a legnagyobb mértékű visszaesést, figyelembe kell azonban venni, hogy a két fő

¹⁰ A részesedés az USA-ból tengerentúlra utazók számából való részesedést jelenti (Kanada és Mexikó kivételével minden desztináció ide tartozik).

tengerentúli úti cél – Európa és Ázsia – már a 2001. év elején, a szeptember 11-i terrorcselekményeket megelőzően kevesebb vendéget fogadott az Amerikai Egyesült Államokból. Az európai országok közül a legkedveltebb desztinációk között található Nagy-Britannia (14%-os részesedés¹⁰), ezt követi Franciaország (11%), Olaszország (9%) és Németország (9%).

A tengerentúli utazások többsége (57%)¹¹ szabadidős célú utazás, illetve üdülés volt, ezt követte a rokonok és barátok meglátogatása (40%). Üzleti céllal az utak 30%-a történt, a tanulás az utak 5%-ában jelent meg motivációként, míg a kongresszusi turizmus/szakmai rendezvények felkeresése az utak 4%-át jellemezte¹². Az utazások átlagos tartózkodási ideje a desztinációtól függően különbözően alakult, az átlagos tartózkodási idő 16 éjszakát tett ki. Az egy tengerentúli útra eső költség szintén eltérő volt: átlagosan 1295 USD, Nyugat-Európa esetében 1364 USD, a Kelet-Európát felkeresők pedig átlagosan 1473 USD-t költöttek utazásuk során.

Délkelet-Ázsia kiutazó turizmusa

A PATA nemzetközi szervezet meghatározása szerint a régióba több mint 50 ázsiai ország, a világ lakosságának kétharmada tartozik. A régió fontos szerepet tölt be a világ turizmusában: itt realizálódik a nemzetközi turisztikai bevételek mintegy 40%-a, megközelítőleg 177 milliárd USD.

A 2001. évben a régióba érkező nemzetközi látogatók száma 1998 óta első alkalommal, 2%-kal csökkent (171,3 millió fő). A küldőpiacok között a legnagyobb visszaesés Amerikát (-6,8%) és Dél-Ázsiát (-6,6%) jellemezte. Növekedett azonban az Északkelet-Ázsiából (+3,0%) és Délkelet-Ázsiából (+5,2%) a régióba érkezők száma.

Az IPK International 2001-ben első alkalommal végezte el a régió kiutazásait vizsgáló Pacific Asia Travel Monitor felmérést. 2002-ben a kutatásba bevont desztinációk között Kína, Dél-Korea, Hong Kong, Malajzia, Szingapúr, Tajvan, Thaiföld, Japán és India¹³ szerepelt. A Turisztikai Világszervezet adatai szerint 2001-ben a PATA régió kiutazásainak száma elérte a 119 milliót, ezzel Európa és Amerika után a harmadik helyet foglalva el a világ küldőrégiói között. A kiutazások döntő hányada (77%) a régióba belülről történik, Európa csupán 12%-os, Amerika 7%-os, az Öböl-térség 3%-os, Afrika pedig 1%-os részesedéssel rendelkezett 2002-ben¹⁴. A nyolc ország¹⁵ kiutazó turizmusát vizs-

¹¹ 2001. január-szeptember közötti időszakra vonatkozó adat.

¹² A megkérdezettek több választ is megjelölhettek motivációként, ennek következtében a részesedések összege 100%-nál többet ad eredményül.

¹³ Japán és India csak 2002-től szerepel a felmérésben.

¹⁴ 2002 első nyolc hónapjára vonatkozó adat.

¹⁵ Malajzia, Thaiföld, Japán, Kína, Tajvan, Korea, Hong Kong és Szingapúr.

gáló kutatásban első helyen áll Japán, 28%-os részesedéssel, ezt követi Kína (24%), Tajvan (13%) és Korea (12%). Az utazások között leggyakoribbak az üdülések (65%), az üzleti utazás 24%-ot képvisel, míg az egyéb szabadidős célú utazás az utak 11%-át jellemzi.

A régióban vezető szerepet játszik Kína, mind a beutazó, mind a kiutazó turizmus vonatkozásában. 2002 első nyolc hónapjában a Kínába látogató nem kínai származású beutazók száma elérte a 8,5 millió főt, a Hong Kong-ból, Makaóról, Tajvanról érkezőket és a külföldön élő kínaiakat figyelembe véve viszont az összes beutazó száma elérte a 64,2 millió főt, év végére az előrejelzések szerint pedig elérhette a 100 millió főt is (+4%). A Kínából külföldre történő kiutazások száma 2001-ben 12,1 milliót tett ki, a növekedés évek óta folyamatos, a 2001. évi adatok 15%-kal haladják meg a 2000. év eredményeit. A PATA régióba történő utazások ebből 11,5 millió főt jelentettek, az éves növekedés itt is jelentős, 20-30% közötti. Kína mint küldőpiac kiemelten fontos Japán (az érkezők 14%-a kínai), Vietnam (29%), Makaó (29%), Hong Kong (32%) és Mongólia (35%) számára.

Becslések szerint a kínai utazások száma 2002-ben elérte a 12,3 milliót (ebből 6,2 millió volt külföldi út), a külföldi vendégéjszakák száma 150 millióra nőtt. Az utazások 64%-a üdülés volt, az üzleti utak 31%-ot képviseltek. Az üdüléseken belül a városlátogatások (2,5 millió út) voltak a legkedveltebbek, amelyek során a kínai turisták a látnivalók megtekintésén túl szívesen vásároltak és ismerkedtek meg a helyi ételspecialitásokkal. A körutazások száma 1,2 millió volt, alig megelőzve a napfény-vízpart üdüléseket (1 millió). A kínai kiutazók 38%-a kívánt visszatérni a felkeresett desztinációba. Az igénybe vett közlekedési eszközök között kimagasló szerepet tölt be a repülőgép, amelyet a kiutazások 82%-ában választottak a kínaiak. A vasút 11%-os részesedéssel rendelkezik (elsősorban a Hong Kongba irányuló utak esetében). A külföldön üdülők 78%-a szállodában szállt meg, 5%-uk egyéb kereskedelmi szálláshelyet választott, a barátoknál, rokonoknál megszállók pedig 17%-ot képviseltek. A külföldre utazó kínaiak átlagos életkora 35,3 év, a felsőbb társadalmi osztályokba tartozók aránya 34% volt.

Ausztrália és a Csendes-óceáni térség turizmusa

A régió országai meglehetősen változatos képet mutatnak a beutazó turizmus vonatkozásában. Míg például Tonga 14%-os, Fidzsi 16%-os növekedést regisztrált 2002 első félévében, Ausztráliát 4%-os visszaesés jellemezte a nemzetközi érkezések számának tekintetében. A csökkenés ellenére továbbra is Ausztrália a legfontosabb desztináció a régióban, beutazó turizmusát azonban jelentős mértékben befolyásolták a 2001. szeptember 11-i események.

A WTO adatai szerint a távoli úti célok vendégforgalmát eltérően befolyásolják a terrorcselekmények, Ausztrália esetében növekedést jeleztek előre a szakemberek a brit, a német és az amerikai piacokról érkezők számában. Az ország a talpraállás lassú jeleit mutatta, 2002-re az előrejelzések 5%-os növekedést valószínűsítettek. Mind a beutazó, mind a kiutazó turizmus alakulásában érezhető volt a légi közlekedés kapacitás-csökkenésének hatása.

Az ausztráliai kiutazások fő úti céljai¹⁶ közé tartozott Délkelet-Ázsia (25%-os részesedés), Óceánia és az Antarktisz (25%), Európa és a volt Szovjetunió (20%), Északkelet-Ázsia (12%), Amerika (11%), a Közel-Kelet és Észak-Afrika, valamint Dél-Ázsia és Afrika (2-2%). Az elmúlt évtizedben legnagyobb mértékben a Kínába (+26%), Thaiföldre (+10%) és Új-Zélandra (+6%) irányuló kiutazások száma emelkedett.

Az új-zélandi kiutazások fő úti célja 2002-ben Ausztrália és Óceánia (62%) volt, amelyet Ázsia (13%), Európa (8%) és Amerika (6%) követett. 2002 első kilenc hónapjában a Csendes-óceáni térségbe történő utazások száma 6%-kal, az Amerikába történőké 9%-kal esett vissza, Ázsia 2%-os növekedést regisztrált, míg az európai kontinenst stagnálás jellemezte. A természeti adottságoknak, vonzerőknek és az aktív marketingtevékenységnek, valamint jó imázsának köszönhetően Új-Zéland az elmúlt évtizedben évi átlagos 7%-os növekedést regisztrált a nemzetközi érkezések számában.

A két desztináció – Ausztrália és Új-Zéland – turizmusa évek óta hasonlóan alakul, aminek hátterében a közös gazdasági környezet, a közös külső hatások állnak (például az ázsiai pénzügyi krízis, a terrorcselekmények, a légi közlekedés problémái).

Az Öböl-térség kiutazó turizmusa

A felmérésben az Egyesült Arab Emírség, Kuvait, Omán, Bahrain és Szaúd-Arábia szerepelt, amely országok 1981-től alkotják az Öböl-térségi együttműködést (Gulf Cooperation Council, GCC). Gazdag olaj- és földgázkészleteinek köszönhetően ez az egyik leggazdagabb régió a világon, közös nyelvvel, történelemmel, kultúrával és vallással. Az Öböl-országok gazdasági helyzete kedvező, a lakosság általában magas jövedelemmel rendelkezik. A régió lakossága 32,5 millió főt tesz ki, amely a következő tíz évben várhatóan 54 millióra emelkedik. A jellemzően fiatal lakosság többsége városokban él.

A 2000. évben a régió lakossága 8,8 millió külföldi utazást tett – aminek 55%-át Szaúd-Arábia adta –, a külföldön eltöltött vendégéjszakák száma elérte a 230 milliót (ebből 58%-os Szaúd-Arábia részesedése). Az utazások átlagos hossza 26 éjszaka volt. Az üdülések a kiutazások 54%-át adták, az egyéb szabadidős célú utazások aránya 33% volt, míg az üzleti utazások 13%-ot képviseltek. Utazásaik

¹⁶ 2002 első nyolc hónapjában.

során a turisták összesen 13 milliárd eurót költöttek, ez egy útra vetítve 1554 eurót, egy napra vetítve 68 eurót jelent. Az európai utazások tekintetében az egy útra eső kiadás 848 eurót, az egy napra eső 93 eurót tett ki.

A legkedveltebb desztinációk között a Közel-Kelet (3,2 millió utazás, 36%-os részesedés), Dél-Ázsia (2,2 millió út, 25%), Egyiptom és Észak-Afrika (1,2 millió út, 13,6%) és Európa (1 millió út, 11,4%) szerepelt. Előrejelzések szerint a következő években a legkedveltebb úti célok Törökország, az USA, Spanyolország, Nagy-Britannia és Görögország lesznek. 2020-ra a Turisztikai Világszervezet adatai szerint a régióból kiutazók száma eléri a 35,2 millió főt.

A 2001. szeptember 11-i események, a terrorizmustól való félelem ugyanakkor átértékelt a régió turizmusát. Ennek eredményeként kedvelt úti cél lett Délkelet- és Dél-Ázsia, Ausztrália és Új-Zéland. Erősödött továbbá a régió belüli utazások száma, hiszen ezen országok csökkenést regisztráltak az Európából érkezők számát tekintve, aminek ellensúlyozására fokozták marketing tevékenységüket a régió belüli.

A motivációkat vizsgálva a régió belüli és a régió kívülré irányuló utazások között hasonlóság figyelhető meg, a régió belüli utakon azonban lényegesen erőteljesebb a vásárlás, a vallási turizmus és a rendezvények, fesztiválok felkeresése. A régió belüli kedveltebbek továbbá a családdal vagy barátokkal történő utazások, míg távolabbra az utazók gyakrabban utaznak egyedül vagy partnerükkel.

Észak-Afrika kiutazó turizmusa

Az észak-afrikai régió turizmusát számos tényező befolyásolja, aminek eredményeként az előrejelzések meglehetősen bizonytalan képet vetítenek elénk. 2001-ben Marokkó (4,4 millió fő, +3,2%) és Tunézia (5,4 millió fő, +6,5%) egyaránt növekedést regisztrált a nemzetközi érkezések számában. A turizusból származó bevételek Marokkó esetében 2,5 milliárd USD-t tettek ki, ez 20,6%-kal haladta meg a 2000. évi adatokat, az egy főre eső költség pedig 830 USD volt, ami egy éjszakára vetítve 170 USD-t jelentett. Tunéziában a bevételek 2000-hez képest 7,3%-kal nőttek, elérve az 1,6 milliárd USD-t, az egy főre eső költség 300 USD, az egy éjszakára jutó 50 USD volt. Algéria, amely szomszédainál lényegesen kevésbé fejlett turizmussal rendelkezik, a Turisztikai Világszervezet adatai szerint 2001-ben 900 000 nemzetközi érkezést regisztrált (+4%), a bevételek pedig mindössze 100 000 USD-t tettek ki.

A régió főbb küldőpiacait vizsgálva megállapítható, hogy Tunézia esetében igen jelentős a német vendégforgalom, Marokkó legnagyobb küldőpiaca pedig Franciaország, amit Spanyolország, Németország és Nagy-Britannia követ. Az európai országok a régióban Marokkó és Tunézia esetében rendelkeznek a legnagyobb jelentőséggel.

A turisztikai kínálatot vizsgálva Tunéziában a szálláshelyek többsége (a hotelek több mint 70%-a) a tengerparton található, mivel az ország elsősorban olcsó, nap-

fény-tengerpart üdüléseket kínál. Marokkó ezzel szemben a kulturális turizmusra és a körutazásokra helyezi a hangsúlyt, rövidebb tartózkodási idővel, de magasabb költséssel számolva.

A régió turizmusát 2002-ben negatívan befolyásolták a 2001. szeptember 11-i események, illetve a további terrorcselekmények (Djerba, Bali, Mombasa). A turizmus hosszú távú eredményeit, várakozásait tekintve Marokkó, Algéria és Tunézia egyaránt növekedést vár, mindhárom ország kidolgozta saját stratégiáját.

Demográfiai trendek a turizmusban

A turizmus jövőbeni alakulását – a gazdasági, politikai és egyéb tényezőkön túl – nagymértékben befolyásolják a demográfiai trendek. A világ lakosságának előregedése kiemelten jellemzi Németországot, Olaszországot és Spanyolországot, míg ez a tendencia például Franciaország esetében lassúbb.

Mindezen trendek vizsgálata céljából az IPK International Kutatóintézet elkészítette 2020-ig szóló generációs elemzését (Generation Project 2020). A kutatás négy alappillérré épült: a demográfiai változásokra, a szociális-gazdasági tendenciákra, a különböző generációk jellemzőire és a World Travel Monitor felmérés eredményeire, következtetéseire. A kutatás első fázisa (2002–2003. évekre vonatkozóan) Németországot, Franciaországot, Nagy-Britanniát, Hollandiát, Olaszországot, Belgiumot, Svédországot, Spanyolországot, az USA-t és Kanadát vizsgálta, míg a 2003–2004. évekre vonatkozóan az oroszországi, a lengyel, a japán, az indiai és a kínai kiutazásokat is vizsgálja. Az elemzés jelenleg azon desztinációkra fókuszál, amelyek a projekt előfizetői – Kanada, Nagy-Britannia, Írország és Marokkó –, ez azonban a jövőben kibővítésre kerül.

Németországban 1980-ban a 46-64 év közötti lakosok száma 13,5 milliót tett ki, 2020-ra ez várhatóan megduplázódik (26 millió főre), ezzel egyidejűleg csökken a 45 év alattiak száma. Ezen generáció utazási szokásai azonban különbözni fognak a mostani 46-64 évesekétől, magasabb jövedelemmel, jobb egészségi állapottal rendelkeznek majd, tapasztaltabb utazók lesznek. A felmérés a következő hét célcsoportot különböztette meg, annak függvényében, hogy 2020-ban az egyes csoportokhoz tartozók hány évesek lesznek: „rock” (75 év feletti 2020-ban), „1968 májusa” (65-74 évesek), „krízis” (55-64 évesek), „Gorbi” (45-54 évesek), „internet” (35-44 évesek), „euró” (25-34 évesek), valamint az 1995–2004 között születettek, akik 2020-ban 15-24 évesek lesznek.

Az életkor változásán túl az európaiak értékei is változásokon mennek keresztül. Míg a múltban a család állt az első helyen, amit az önfeláldozás, a munka, a szigorú erkölcsök és a kötelességek követtek, addig a jövőben az értékek között első helyen találjuk magát az embert/személyt, ezután pedig az öröm, szabadidő, a tolerancia és a

szórakozás következnek. Az egyes célcsoportok más-más tevékenységek iránt érdeklődnek, például a „Gorbi” csoport tagjai kedvelik az úszást, a sítelést, a kerékpározást, a teniszt és a szabadidőt általában, az „1968 májusa” tagjai szívesen túráznak, sétálnak, úznak könnyű sportokat (például golf), játszanak vagy kulturális tevékenységeket végeznek.

A felmérés első eredményei világosan megmutatják, hogy a jövőben az utazók többet fognak költeni, a költés egyenes arányban nő az életkor előrehaladtával. Az idősebb utazók a jövőben kényelmesebb szálláshelyeket keresnek, és a külföldi utazások nagyobb prioritással rendelkeznek számukra. A hagyományos napfény-tengerpart

üdülések veszítenek népszerűségükből, előtérbe kerülnek a kulturális és társadalmi tevékenységek.

A jövőben várhatóan a senior szegmens fog a legnagyobb mértékben növekedni, a 2010-re már tapasztalt utazókká válók sokat utaznak, számos desztinációt és terméket ismernek meg, jól informáltak, az internetet információszerzésre és foglalásra egyaránt használják.

Felhasznált irodalom

Guide to Global Travel Trends 2003 – IPK International, München, Németország