



NEMZETKÖZI HÍREK

Az Airbnb növekvő népszerűsége egyre inkább a szállodákat, kevésbé az OTA-kat érinti

A Morgan Stanley által készített tanulmány szerint az Airbnb részaránya a szállásadás nemzetközi piacán a 2015 évi 12%-ról idén várhatóan már 18-19% körülire növekszik. Ez a növekedés gyorsabb, mint amit szakértők vártak. Elmondható, hogy úgy a szabadidős, mint az üzleti utazók közel ötöde ezt a szállástípust választja. Bár az Airbnb iránti kereslet növekedésének üteme várhatóan csökken 2017-ben, ennek ellenére részesedése 23-25% között alakulhat. A további növekedés hajtóereje, hogy ismertsége a fogyasztók körében már 75%-os, az elégedettség pedig 93%-os a tanulmány szerint. Ugyancsak érdekes megállapítás, hogy a felmérésben résztvevők válaszaik szerint az elmúlt egy évben azok 49%-a hagyományos hotelektől pártolt át a magánlakásokhoz, s hasonló szám várható 2017-ben is. Az elemzés figyelemre méltó megállapítása, hogy a várakozásokkal ellentétben a szobafoglalási platformok – a Booking.com, az Expedia, stb. – kevésbé veszítenek, mint a szállodák. Ez azzal magyarázható, hogy az OTA-k felveszik kínálatukba a hagyományos szállodák mellett a fogyasztók körében egyre kedveltebb alternatív szállástípusokat, melyek az Airbnb részére jelentenek konkurenciát, pl. Homestays, stb. Emellett a meghatározó OTA-k pénzügyi erejüknél fogva hatalmas összegeket tudnak marketingre fordítani, ami ugyancsak javítja pozíciójukat az Airbnb-vel szemben a fogyasztókért folytatott versenyben.

Lehet, hogy az USA megválasztott elnöke szállodák építését tervezi Tajvanon?

Diplomáciai bonyodalmakat okozott az a hír, hogy Donald Trump, az USA nemrégiben megválasztott elnöke telefonon beszélt Tajvan elnökével. Ezzel kapcsolatos érdekesség, hogy Donald Trump szállodavállalata állítólag hotelek építését tervezi az országban. Arról van szó ugyanis, hogy Tajvan legnagyobb repülőtere – a Taoyuan Nemzetközi repülőtér közelében - egy nagy volumenű városfejlesztési projekt építése van előkészítés alatt. Taoyuan polgármesterének a város honlapján megjelent közleménye szerint a Trump Group-tól kapcsolatba léptek velük, mivel részt vennének a projektben főleg a szállodaépítések területén.



Szállodafejlesztési trendek 2017-ben

Az Amerikai Szállodaszövetség által a tagjai körében elvégzett felmérés szerint 2017-ben a következő fejlesztési, szolgáltatási trendek várhatók:

1. A vendégek megnyerése érdekében feltétlenül javítani kell a vendégszobában kínált korszerű technológiákat. Ez első sorban az internet nagy sebességű WIFI elérését, valamint a nagy, síkképernyős korszerű TV készülékeket jelenti. Ezek egyébként a 8.000 válaszadó által képviselt szálloda 98, illetve 88%-ban már rendelkezésre állnak.
2. Több étkezési lehetőséget kell kínálni a szállodáknak úgy az üzleti, mint a szabadidős vendégek részére. A felmérésben részt vevő szállodák 62%-a kínál reggelit is tartalmazó szobaárat. Ez általánosan jellemző a középkategóriás szállodákra, melyek 96%-a teszi ezt meg. A felső középkategóriában 80%, az ún. „economy” szegmensben 81% ezek aránya. A luxus és különösen az üdülő szállodák napszaknak megfelelően többféle étkezési lehetőséget kínálnak vendégeiknek, szállodánként átlag 3 F&B üzletet működtetnek.
3. A felső középkategóriás és luxus hoteleket egyre inkább az általuk nyújtott szolgáltatások széles köre különbözteti meg. A luxus hotelekben van „valet” service – amikor a vendég autóját a kocsirendező kérésre a parkolóba viszi, vagy onnan kihozza - , a felső középkategóriás szállodák 64%-nál számíthat erre a vendég. Mosodai szolgáltatás szinte minden luxus és felső középkategóriás szállodánál megtalálható. Általában csökken a room service-t kínáló hotelek száma, de nem a luxus és felső kategóriás szegmensben. Ugyancsak a luxus hotelekre jellemző, hogy éjszakai bár működtetnek – 55% - , míg az ilyennel rendelkező szállodák aránya országos szinten csupán 9%.
4. A mai világban a biztonság jelentősége megnőtt. A szállodai előcsarnokban biztonsági kamerával rendelkező hotelek aránya a 2012 évi 58%-ról mára 86%-ra emelkedett.
5. A vendég kényelmét szolgáló korszerű technológia rohamosan terjed. Erre jó példa a mobil check in, azt ezt lehetővé tevő applikációk térnyerése. A felmérésben résztvevők 2/3-a biztosítja ezt a szolgáltatást. A luxus és felső középkategóriás hoteleknél ez az arány ennél magasabb.



A Brexit várható hatásai

A 2016. novemberi londoni World Travel Market-en résztvevő vezető turisztikai szakértők szerint a Brexit a következők szerint érintheti a turizmust:

- A Thomas Cook, UK&Ireland: a Brexit-nek nem lesz hatása a turizmusra, mivel az Egyesült Királyság EU-ból való kilépése egy hosszabb folyamat lesz, évekig fog tartani. Ugyanakkor fontosnak tartják, hogy a jelenlegi repülőtéri illetéket szüntessék meg. Ez a szigetországba történő beutazás elősegítése érdekében kulcs fontosságú.
- Monarch Group: változatlanul fenn kell tartani az „emberek szabad mozgásának elvét”. Ez nem csak azért fontos, hogy a turisták szabadon, korlátozások nélkül utazhassanak, hanem azért is, hogy a külföldi munkaerő foglalkoztatása előtt se álljanak korlátok. Európában, szinte minden országban általános a munkaerőhiány a turizmusban. Az Egyesült Királyság turizmusának utóbbi években elért sikereit nagyban segítette, hogy Kelet Európából sok, fiatal munkavállalót tudtak alkalmazni.
- Cox&Kings: A kiutazás szempontjából is nagyon fontos, hogy utazási és a munkaerő eddigi szabad mozgását érintő korlátozások ne lépjenek életbe a Brexit következtében.

Befejeződött a Starwood Hotels Marriott által történő akvizíciója

A Marriott International sajtóközleménye szerint a Starwood Hotels&Resorts akvizíciója befejeződött, s ezzel létrejött a világ legnagyobb szállodavállalata. A Starwood felvásárlásával a Marriott kínálata jelentősen bővült. Portfólijában számos hotel brand - közöttük városi, resort hotelek, lifestyle brandek – megtalálhatók. A Marriott világviszonylatban piacvezető lett úgy a luxus, mint a kongresszusi, üdülőszálloda szegmensekben. A vállalathoz jelenleg több mint 5.700 szálloda tartozik management és franchise szerződések keretében, melyekben 110 országban 30 szálloda brand-ben kb. 1,1 millió szobát üzemeltetnek.

Új szolgáltatási trendek szállodákban

A megosztáson alapuló gazdaság új formái jelennek meg, terjednek sok területen. Ezt igazolja az Egyesült Királyságban és az USA-ban a Westfield Shopping által végzett felmérés, amely szerint a 25-34 év közötti vendégek közel fele hajlandó lenni bizonyos havi díj ellenében ruhákat bérelni. Látva ezt az új keresletet egyes szállodaláncok már reagáltak, s lehetővé teszik, hogy vendégeik ruhákat béreljenek náluk. Erre néhány példa:

- A Starwood Westin az egészségtudatos vendégeik részére futásra alkalmas ruhák, cipők bérlését teszi lehetővé havi 35 USD áron.



- A Pimkie divatcég több párizsi, brüsszeli, antwerpeni, milánói szállodával együttműködve „mini bárserű” formában kínálja ruhákat megvételre.
- A Virgin Hotel Chicago a Gap-pel együttműködve teszi lehetővé vendégeinek, hogy az ott vásárolt ruhákat azok szobáiba szállítsák.
- Az unPack nevű startup börönd és különböző ruhák bérbevételét szervezi szállodában és Airbnb lakásokban megszálló vendégek részére.

Az Airbnb alkalmazkodik San Francisco-ban a polgármesteri hivatal elvárásaihoz

San Francisco-ban a városi hatóság még 2015 februárjában olyan szabályozást léptetett életbe, amely szerint az Airbnb-n csak a rövidtávú lakáskiadásra engedéllyel rendelkezők szerepelhessenek.

Ennek ellenére a szobafoglalási portálon jelenleg az ott szereplő 8-10 ezer lakáskiadó közül csupán 1.800 rendelkezik engedéllyel. A városvezetés nyomására engedve az Airbnb bejelentette, hogy az eddigiektől eltérően hajlandó megadni a hatóságoknak a honlapján szereplő lakások tulajdonosainak, a lakásokban megszálló vendégek adatait az előírt formában. Az eddigi szabályozás szerint San Francisco-ban a rövidtávú lakáskiadással foglalkozók évente összesen maximum 90 napra fogadhattak vendéget. A városvezetés az eddigi szabályozást úgy tervezi módosítani, hogy az eddigi 90 nap éves bérbeadási lehetőséget csak azok élvezhetik, akik már regisztrálták lakásukat az előírtak szerint. Akik ezt csak most fogják elvégezni, azok már csak maximum évi 60 napra adhatják bérbe lakásaikat.

Az Airbnb egyre inkább együttműködik a nagyvárosokkal

Köztudott, hogy világszerte egyre nagyobb az ellenállás a rövid távú lakáskiadásban nemzetközileg piacvezető Airbnb-vel szemben. Ennek számos oka van. Így az, hogy a lakások piacra vitelét lehetővé tevő portálok kínálatában magas a hatóságok által előírt engedéllyel nem rendelkező lakások aránya, melyek jelentős része nem fizet adót, feketén foglalkoztatja a takarítást, karbantartást végzőket. A turisztikailag népszerű városokban a lakásárak és lakbérek megemelkedtek, nagyon sok a rövid távon bérbeadásra kínált lakásokkal kapcsolatos panasz a szomszédok részéről, stb. Mind ezek következtében az Airbnb eddigi magatartásában jelentős változások történtek, egyre inkább igyekszik együttműködni a hatóságokkal. Erre példa, hogy az Airbnb december elején megjelent nyilatkozata szerint 2017-től olyan szabályozást vezet be, amellyel egy - egy lakás bérbeadását Amszterdamban 60, Londonban 90 napra korlátozzák.

E témához kapcsolódó hír, hogy a Bloomberg beszámolója szerint 2016 nyarán a világ több nagyvárosának polgármestere – köztük New York, Párizs, Szöul – együttműködést kezdeményezett, hogy a rövid távú lakáskiadás jelenlegi országonként, városonként eltérő szabályozását közelítsék egymáshoz, egységesítsék.



A kínai utazó viselkedése jelentősen megváltozott – mit kell erről tudni a szállodásoknak

A Hotels.com megbízására az Ipsos 2016-ban 3.000 kínai turista, valamint 5.800 szállásadó megkérdezésével végzett felmérése szerint a kínai turisták viselkedésében, elvárásaiban nagy változások történtek az elmúlt évtizedekben. Eszerint a kínai turistákra ma már nem az jellemző, hogy busszal, csoportban utaznak, kizárólag kínai reggelit fogadnak el, s mandarin nyelvet beszélő tolmács közvetítésével lehet velük kommunikálni.

A felmérés szerint 5 féle kínai turista figyelhető meg, melyek a következők:

- A „felfedező”, melyek aránya kb. 25%

A 60-as, 70-es években születtek. Keresik az újdonságot, optimisták, utazásukat részletesen megtervezik

- Az „óvatosak”, melyek aránya kb. 25%

Szintén a 60-as, 70-es években születtek. Szegényebb környezetből származnak, családjukkal együtt utaznak, a biztonságos, családi hoteleket keresik.

- A „kalandvágók”, melyek aránya kb. 17%.

A 80-as, 90-es években születtek. Jómódú családból származnak. A divatos szállodákat szeretik, érdeklődnek a helyi kultúra iránt. Önállóak, azért utaznak, hogy új ismereteket, tapasztalatokat szerezzenek.

- Az „álmodozók”, melyek aránya kb. 12%.

Általában a 80-as években születtek, azért utaznak, hogy álmaikat beteljesítsék, pénzügyi erejüket megmutassák. A luxus hoteleket kedvelik, különleges túrákat, programokat keresnek.

- Az „alapvető élvezeteket keresők”, melyek aránya kb. 21%

A 90-es években születtek. Közöttük a fenti csoportoktól eltérően magasabb a nők, mint a férfiak aránya. Nem az anyagi élvezeteket, hanem az esztétikai szépséget, élményeket keresik. A szálloda választásánál a „value for money” gondolkodás vezérli őket.

Míg 2015-ben 117 millió, 2016-ban már 120 millió kínai turista utazott tengeren túlra. A felmérés szerint ezek 2/3-a úgy gondolja, hogy az utazás életük szerves része, s 1/3-uk azt tervezi, hogy a jövőben az eddiginél többet költ utazásra.

A szállodások körében végzett felmérés szerint a kínai vendégek ma már jobban beszélnek angolul, magasabb az elvárásuk, megnézik mire költenek.

Mit várnak a kínai vendégek a szállodáktól?



- Ingyenes WIFI-t,
- Kínai nyelvű tájékoztatást, tolmács szolgáltatást,
- Teafőzőt, papucsot a vendégszobában.

A felmérés egyéb megállapításai:

- A kínai vendégek a leginkább barátságos desztinációknak Japánt, Hong Kongot és Dél Koreát tartották.
- A megkérdezettek 49% önálló programokon kíván részt venni csoport programok helyett.
- A kínai utazók 78%-a legalább 3*szállodában száll meg.
- Utazásuk során a szálloda mellett a legtöbbet 68%-uk vásárlásra, 59%-uk étkezésre, 42%-uk városnézésre költ.