



NEMZETKÖZI HÍREK

A KIUTAZÓ KÍNAI TURIZMUS 2018 ÉVI KILÁTÁSAI

Kiutazó turizmus szempontjából 2018-ban további növekedésre számítanak, bár 2018 a Kutya Éve, ami – a kínai hagyományok szerint – sok bizonytalanságot jelent úgy az üzleti, mint a magánéletben. Ugyanakkor a COTRI tanulmánya, előrejelzése szerint jövőre 154 millió kiutazással számolnak, ami 6,4%-kal meghaladja az egy évvel ezelőtti, 2017-re készült becslés szerinti adatot. Meg kell jegyezni, hogy ebből a számból kb. 68 millió az ún. Greater China területére irányul, ami Makaót, Hongkongot, s egyéb kínai nyelvet használó területeket jelent. Az előrejelzés szerint a kiutazó kínai turisták kb. 56%-a utazik távolabbi országokba.

A COTRI előrejelzése 3 tendenciát emel ki a kiutazó kínai turistákkal kapcsolatban:

1. A kínai kormány továbbra is támogatja, ösztönzi úgy az üzleti, mint a szabadidős kiutazást, bár ez jelentős volumenű keményvaluta kiadást jelent az országnak, s köztudott, hogy a kínai turisták – a hivatalos megítélés szerint – sok pénzt költenek „nem feltétlenül szükséges dolgokra”, pl. helikopter utakra, drága árucikkek vásárlására. Ugyanakkor – politikai szempontból – a korlátozásmentes kiutazás a társadalom felső 10%-a részére a szabadság érzetét biztosítja. Ezen túlmenően a nagy számú kínai turistát az ország „nagyköveteinek” tekintik, akik a barátságos, támogató országkép kialakításában játszanak jelentős szerepet. Azt is meg kell jegyezni, hogy a kínai politika a turizmust ún. „soft power”-ként értelmezi, kezeli, azaz kedvező utazási feltételekkel elősegíti az olyan baráti országokba irányuló kiutazást, mint pl. a Fülöp szigetek, Törökország, vagy Tunézia, míg bünteti az olyanokat, melyek politikájával nem ért egyet, pl. Dél-Korea, vagy Tajvan.
2. A kínai kiutazás rezisztens a nemzetközi terrorcselekményekre, a kínai turistákkal helyenként – Barcelona, Velence, Sydney – tapasztalat ellenérzésekre, ami az ún. „overtourism” következménye. Arra is számítani lehet, hogy a korábban kínai turisták által igen kedvelt Makaó, Hongkong népszerűsége csökken, részben ezek zsúfoltsága miatt, részben pedig mivel a kínai turisták egyre igényesebbek.
3. A felmérés azt is kiemeli, hogy a kiutazó kínai turisták körében egyre erősebb az individualizmus, a szegmentáció, azaz csökken a hagyományos csoportos kiutazás. Ezek helyét egyre inkább az érdeklődési körnek, kornak, fizetőképességnek megfelelő kereslet veszi át. Ugyanakkor a kínai turistát továbbra is a „value for money” szemlélet jellemzi. 2017 januárjában a davosi Gazdasági Fórumon tartott beszédében Xi Jinping, az ország elnöke azt mondta, hogy 5 éven belül a kínai kiutazó turisták száma meg fogja haladni a 200 milliót, s ezzel a nemzetközi turizmusban központi szerepet fognak játszani.



VÁLTOZÁS A HYATT BEFEKTETÉSI POLITIKÁJÁBAN

Megugrott a Hyatt részvényárfolyama arra a hírre, hogy a 2017 évi várható eredménye kedvezőbb lesz a vártnál, illetve, hogy a következő 3 évben több szállodáját el fogják adni, mintegy 1,5 milliárd USD értékben, s az ebből származó bevételt osztalékként részvényeseiknek fogják juttatni.

A Hyatt más globális szállodavállalatokhoz képest nagyobb számban tulajdonosa az általa működtetett szállodáknak. Jelenlegi 180.060 szobás portfóliójának 11%-a van a tulajdonában, ami 44 hotelt jelent 19.784 szobával.

A szállodai ingatlanok tervezett eladásával megszabadulnak az épületek tulajdonosra háruló korszerűsítési, felújítási kötelezettségeitől, miközben hosszú távú management, franchise szerződésekkel megtartják azokat a „HYATT BRANDNAME” alatt.

AZ ACCORHOTELS TOVÁBBRA IS ELKÖTELEZETT A HÁTRÁNYOS HELYZETŰ VENDÉGEK FOGADÁSÁBAN, S TOVÁBB JAVÍTJA A RÉSZÜKRE NYÚJTOTT SZOLGÁLTATÁSOKAT

A megosztó gazdaság keretében működik az ún. „Jaccede” nevű portál és applikáció, melyen keresztül a világon több, mint 100.000, a mozgáskorlátozottak részére szolgáltatásokat nyújtó vállalkozás – szálloda, étterem, pékség, patika, stb. honlapja érhető el.

Az ACCOR versenyt hirdetett szállodái körében 7 régióban, hogy környezetükben 2017. október 27. és november 22. között gyűjtsenek mozgáskorlátozottak részére szolgáltatásokat nyújtó vállalkozásokat, s azok elérhetőségét töltsék fel a <https://www.jaccede.com/en/> portálra. A megadott egy hónap alatt több, mint 10.000 címmel gazdagodott a portál.

A nyertes nevét az Accor elnöke, Sébastien Bazin jelentette be egy, a cég párizsi székhelyén november 27.-én tartott sajtókonferencia keretében, melyen részt vett és felszólalt Michael Jeremiasz paraolimpiai kerekesszékes teniszező és Thu Kamkasomphou paraolimpiai asztaliteniszező is.

A sajtótájékoztatón az Accor Group bemutatta a mozgáskorlátozottak részére kifejlesztett új vendégszoba koncepciót, amely lényegesen nagyobb komfortot kínál a mozgáskorlátozottak részére kialakított hagyományos, sokszor barátságtalan, más vendég által kevésbé kedvelt szobákhoz képest. Ennek főbb jellemzői a következők:

- az új típusú vendégszobák mindig 3 személy befogadására alkalmasak,
- a szobában a világítást, zenét, a függönyöket, az audiovizuális berendezést, ott elhelyezett tabletről lehet szabályozni,
- szenzoros LEV éjszakai világítás
- speciális, mozgáskorlátozottak részére könnyen kezelhető szekrény,
- a TV 180 fokban elfordítható panelen van,
- a fürdőszobában állítható magasságú a mosdó, a zuhanyozóban felhajtható szék van.



A VENDÉGLÁTÁS, A SZÁLLODAIPAR ÁTALAKULÁSA

2017. november 14.-én a madridi „HOSPITALITY DESIGN KONFERENCIA” keretében 10 szakértő részvételével panelbeszélgetést rendeztek, melynek témája a vendéglátás és szállodaipar technológiai átalakulása, illetve az volt, hogy az átalakulás miként érinti az üzemeltetést, a szolgáltató terek kialakítását, illetve az ágazatban dolgozó munkavállalókat. A panelbeszélgetés főbb megállapításai a következők voltak:

- A „hospitality” a folyamatos növekedés mellett az egész világon olyan állapotba került, hogy elkerülhetetlen annak átalakítása a vendégek új igényeinek, a piacon megjelenő új szereplők, az általuk támasztott új kihívások miatt. Ezt az átalakulási folyamatot „új normalitásnak” is lehet nevezni.
- A sikeres átalakulást a vezetőknél kell kezdeni, azoknak kell a változások élére állni. Mindezt reális helyzetértékeléssel kell kezdeni, s meg kell határozni, hová akarnak eljutni. Nem elég az átalakulásról általánosságokban beszélni, a különbségekre kell fókuszálni.
- Vállalni kell a hibázás kockázatát. Ma kevésbé érvényes az a szabály, hogy a „nagy hal megeszi a kis halat”. Az új igazság szerint a „gyors hal eszi meg a lassút”.
- Nem lehet eléggé hangsúlyozni az emberi tényező fontosságát úgy a munkavállalók, mint a vendégek esetében. A siker egyik meghatározó tényezője, hogy el tudjuk érni, hogy a munkavállaló jó érezze magát, boldog legyen a munkahelyén. Ha ebben sikeresek vagyunk, az eredmény megmutatkozik a vendég részére nyújtott szolgáltatásban is. Kutatások igazolják, hogy a kellemes munkahelyi környezet 30%-kal, a tehetséges munkavállalók megtartása 40%-kal, a betegszabadságok csökkentése 60%-kal növeli a termelékenységet. Azaz „boldog team = jobb eredmények = elégedett vendég”.
- A munkavállalót kell a változás középpontjába helyezni. Fontos, hogy megértse a változás célját. Ha ez nem történik meg, káros következményeit a vendég fogja megérezni.

EMBEREK

- Új vendégtípusok jelentek meg, az általuk elvárt szolgáltatásokat kell biztosítani a siker érdekében.
- Az új vendégek az állandó mozgásban levő ún. „digitális nomádok”. Számukra nem válik el a munkavégzés és a szabadidő, ezeket nevezzük „bleisure” utazóknak. Jellemzőjük, hogy előszeretettel látogatják a különböző típusú vendéglátó üzleteket, éttermeket, szállodákat, egészséges életformát követnek, gondolkodásuk környezettudatos, keresik egymás társaságát.

SZOLGÁLTATÓ TEREK

- A hagyományos szolgáltatói terek teljes átalakítására van szükség a „co-work”, „co-live”, „co-everything” szellemében. Ezekre már számos példát lehet látni, amikor egyes szállodákban eltűnt a hagyományos recepciós pult, a vendéget kényelmes karosszékbe ültetve, vagy egy „bárpultnál” stb., a megszokottól eltérő, informális környezetben fogadják.



- Éttermek esetében a vendégtér és a konyha közötti falak eltűnése eredményez nagy eltérést a belsőépítészeti kialakításban, hoz új élményt a vendégek részére, s jelent új kihívást az ott dolgozóknak.

TECHNOLÓGIA

- A legnagyobb változásokat az alkalmazott technológiai újdonságok jelentik. Ebben a trendeket a kommunikációs portálok, a „collaborative economy” diktálják. A korszerű technológiai megoldások teszik lehetővé a vendéggel való személyes kommunikációt, a szállodába való „check in-t és check out-ot” a hotel munkatársainak közreműködése nélkül, továbbá azt, hogy a vendég szállodán belüli tartózkodása során nagy számú olyan adathoz jut a management, melyek révén jobb szolgáltatásra válnak képessé.
- Megjelent a mesterséges intelligencia, melynek felhasználásával egyes hotelekben robotokat állítottak be, s ezek jövőbeni felhasználása változásokat fog hozni az üzemeltetésben.

PÁRIZSBAN FELKÉRTÉK AZ AIRBNB-T A HONLAPJUKON FELTÜNTETETT 1.000 LAKÁS TÖRLÉSÉRE

Párizs városának Önkormányzata felkérte az Airbnb-t, s további lakások rövid távú bérbeadását lehetővé tevő platformot, hogy kínálatukból töröljenek 1.000 lakást, melyek a legújabb városi szabályozás ellenére nem rendelkeztek erre a tevékenységre vonatkozó engedéllyel. A 2017 december 1.-vel életbe lépett szabályozás szerint kizárólag engedéllyel rendelkező lakásokat lehet rövid távra bérbe adni, amit évente 120 napban korlátoztak. Emellett a lakás, a ház tulajdonosának engedélye is szükséges ehhez a tevékenységhez. Az is követelmény, hogy az Airbnb-n, s egyéb foglalási portálokon a bérbevételre kínált lakás mellett fel kell tüntetni engedélyének számát. Párizsban jelenleg kb. 65.000 lakást kínálnak az Airbnb-n, de csak kb. 11.000 rendelkezik önkormányzati engedéllyel az AFP szerint. Az Airbnb-n kívül hasonló felszólító levelet kapott a HomeAway, a Paris Attitude, a Sejourning és a Windu is.

Az Airbnb legnagyobb piaca Párizs, éppen ezért az önkormányzat felszólítására vállalta, hogy betartja a lakásonkénti évi 120 napos bérbeadási korlátot.

Más nagyvárosokhoz hasonlóan Párizsban is aggódik a városvezetés, mivel a rövid távú bérbeadásra kínált lakások számának robbanásszerű emelkedése negatívan hat a lakáshelyzetre, emeli a lakbéreket, a lakóingatlanok árát. A szállodatulajdonosok a lakások által támasztott verseny miatt tiltakoznak.



AZ EGÉSZSÉGMEGŐRZÉSI MOTIVÁCIÓVAL UTAZÓK SZÁMÁT TEKINTVE NÉMETORSZÁG A LEGNAGYOBB KIBOCSÁJTÓ PIAC

A mai felgyorsult világban fontossá vált a stressz csökkentése, s egyre többen ismerik fel, hogy ebben az egészséges életmód segíthet, emiatt nő az ilyen célú utazások száma nemzetközileg. 2016-ban a világon 11,4 millió ember vett részt egészségmegőrzés motivációjú utazáson, amely elérte az összes utazás 1,4%-át.

Az IPK International ITB Berlin által megrendelt kutatása szerint az egészség motivációjú utazások kb. 70%-a ún. „wellness&spa holiday”, míg a műtéttel, kórházi rehabilitációval, klinikai kezeléssel járó utazások részaránya kb. 30%.

Ezen a piacon Németország – mint kibocsájtó - nemzetközileg vezető szerepet játszik az évi 1 millió kiutazó turistával. Európában – mint kibocsájtó – a 2. helyen Oroszország áll, majd ezt követi Franciaország és Olaszország. Európán kívül az USA-ból utaznak legtöbben külföldre ezzel a motivációval, majd Dél-Korea, Kína és Japán következnek.

Németország azonban nemcsak a legnagyobb kibocsájtó, hanem a legnagyobb fogadó piac is az egészségmegőrzési motivációval utazók száma szerint. Európában Németország után – mint fogadó ország – Magyarország áll a 2. helyen, majd Ausztria és Spanyolország következnek. Európán kívül – mint fogadó ország - az USA áll az első helyen, amit Mexikó és Japán követnek. Bár Ausztria a teljes egészségmegőrzési szegmenst nézve a 3. helyen áll, de a „wellnes&spa” utazások terén az 1.

Az egészségmegőrzési motivációval utazók közül minden második a 35-54 éves korcsoporthoz tartozik, részarányuk kb. 50%. Ezeket követi – mérete szerint – a 34 évnél fiatalabbak, majd az 55 évnél idősebbek csoportja. A férfiak és nők megoszlása minden korcsoportban kb. 50 -50%.