

## **Információk Oroszország utazási piacáról – A Phocuswright Russia Consumer Travel Report alapján –**

Az orosz gazdaság 2013 óta nehéz helyzetben van. Az ország számára a nyugati tőkepiac továbbra is zárt, az ukrajnai válság miatti szankcióknak jelentős negatív hatása van az orosz gazdasági helyzetre. A nemzetközi olajárcsökkenés miatt drasztikusan csökkentek a szövetségi bevételek is, melyek több mint fele az olaj- és gázeladásból, további egyharmada pedig egyéb ásványi anyagok forgalmából áll össze. A 2014-es olajárcsökkenés miatt az orosz rubel összeomlott és szignifikánsan gyengült az euróhoz és az amerikai dollárhoz képest. A jövőbeni kilátások sem igazán biztatóak, 2015-ben 3%-os csökkenést prognosztizáltak az orosz gazdaságban.

Ugyanakkor a gazdasági helyzet önmagában kevés a teljes képhez. A munkanélküliség viszonylag alacsony, 6% alatti, és a feltörekvő, növekvő orosz középosztály továbbra is fontos szereplő az utazási piacon. Noha az áremelkedések, a valutagyengülés és a vásárlóerő csökkenése nehéz döntésekre kényszerítik az orosz utazókat az utazási célok kiválasztásánál, a vakáció típusának és az utazások különböző elemeinek összeállításánál, mindezek nem veszik el a kedvet magától az utazástól. Az orosz fogyasztók vágya és igénye saját országuk és távoli tájak megismerésére továbbra is erős.

A teljes, 18 év feletti oroszországi népesség (119 millió fő) 59%-a (70 millió fő) rendelkezik internet hozzáféréssel, és 41%-a (49 millió fő) tekinthető online utazónak, azaz olyannak, aki használja az internetet utazási információ keresésére, utazás megszervezésére, lefoglalására. Ez a tömeg kétszerese a francia piacnak és jóval nagyobb, mint a legnagyobb európai, a német piac. Ez a szám hatalmas lehetőségeket ígér az utazási cégek részére. Az internet-hozzáféréssel rendelkező oroszországiak háromnegyede tett legalább egy szabadidős utazást az elmúlt egy évben. A fiatalabb, 35 év alatti korosztály több mint fele legalább három vagy több utazást tesz évente. Az átlagos éves utazási költség 3099 dollár háztartásonként. A legtöbbet a 35–54 éves korosztályba tartozók költik utazásra. A magas költségű kategóriába tartozó utazókat elsősorban természeti, történelmi és kulturális látnivalók érdeklik.

Az összes utazó 60%-a látogatott külföldre a legutóbbi utazása során, és az utazók több mint felének valamely európai ország volt az úti célja. A földrajzi közelség és a kedvező közlekedési lehetőségek könnyen elérhetővé teszik Európa országait az orosz utazók számára. A hagyományos szállások a legnépszerűbbek; 10 utazóból 6 hotelben, motelben vagy vendégfogadóban száll meg. A magán szállások igénybevétele nem terjedt el jelentősen, az utazók 23%-a foglalt magán szállást vagy apartmant. A magán szállások igénybevétele elsősorban belföldi és rövidebb távú utazások során jellemző. Az oroszok körében népszerűek az üdülési csomagok, mivel ezek során mentesülnek a vízumokkal kapcsolatos ügyintézésről és a nyelvi, kulturális korlátokból adódó nehézségektől. Az orosz utazók harmada vásárolt előre összeállított utazási csomagot és egyötödük választott dinamikus csomagot. A legnépszerűbbek a 7–11 éjszaka közötti vakációk.

Az orosz utazók 86%-a rendelkezik lappal, 84%-a okostelefonnal, 77%-a asztali PC-vel és 60%-a tablettel, ugyanakkor utazástervezés során elsősorban a hagyományos PC-t használják. A fiatalabb korosztályban 10-ből 9-en rendelkeznek okostelefonnal és 6-an tablettel, ugyanakkor a mobil eszközök használata az utazással kapcsolatban még mindig alacsony az orosz piacon.

A repülőjegyet vagy hotelt online foglalók több mint 85%-a asztali PC-t vagy laptopot használ erre a célra. Az utazók 64%-a keres információt, 76%-a vásárol, 44%-a intéz foglalást online, és 56%-uk végez valamilyen utazással kapcsolatos online tevékenységet az utazás helyszínén. Mobil eszközt ezekben a fázisokban csak 25% használ, kivéve a foglalást: itt csak 8%-os az arány. A 35 év alatti korosztályba tartozók 29%-a használja az okostelefont utazási információk keresésére, 27% vásárlásra és 10% foglalásra. Noha ezek az arányok más fejlettebb piacokhoz képest alacsonyak, de fokozatosan nőnek, és a szolgáltatóknak érdemes ez irányban fejleszteni a kínálatukat.

Az utazások gyakoriságától függetlenül a *Yandex* portál áll az első helyen az oroszok körében, amikor úti cél kereséséről, kiválasztásáról van szó. Az évente háromszor vagy többször utazók 73%-a használ valamilyen utazási keresőt.

**Forrás: Phocuswright Russia Consumer Travel Report (megjelenés: 2015. július)**