

Budapest, 2014. június 24.

DÉL-ÁZSIA KIUTAZÓ PIACA

A MINTEL „SOUTH ASIA OUTBOUND” CÍMŰ KIADVÁNYÁNAK ÖSSZEFOGLALÓJA

A MINTEL tanulmánya Dél-Ázsia (Afganisztán, Banglades, Bhután, India, a Maldív-szigetek, Nepál, Pakisztán és Srí Lanka) gazdaságának és turizmusának jelenlegi helyzetéről ad tájékoztatást, valamint a kiutazó turizmus összetételét és a főbb úti célokat is vizsgálja. Leírást ad a piac legfontosabb tulajdonságairól, például a demográfiai összetételről, a foglalási szokásokról, az utazások fő céljáról, a költségről és az utazások hosszáról. Bemutatja a legnépszerűbb közlekedési módokat és a leggyakrabban igénybe vett szálláshelytípusokat, valamint az utazásszervező és utazásközvetítő szektort is.

A kiadvány a másodlagos források széles körét dolgozza fel, amit szakmai beszámolók, értékelések egészítenek ki, figyelmeztetve a felhasználókat az információk korlátozott összehasonlíthatóságára. Az alábbiakban röviden összegezzük a tanulmány legfontosabb megállapításait.

A MINTEL elemzőinek várakozása szerint a régió kiutazó turizmusa példátlan mértékben fog bővülni a következő 20 év során, amelynek legfőbb motorja India lesz, ahol 2020-ra a jelenlegi 17 milliőről 50 millióra fog nőni a nemzetközi utazások száma, azaz mindenképp figyelmet érdemel a régió.

Dél-Ázsia lakossága megközelíti az 1,5 milliárd főt, amelyből mintegy egymilliárdan Indiában, a világ második legnépesebb országában élnek. Az OECD adatai szerint a régió lakossága évente átlagosan 2,2%-kal nőtt az 1960-as évek óta (szemben az 1,6%-os világtalaggal), és némiképp fiatalabb is a világ népességéhez képest. Az elmúlt 20 év során erőteljes gazdasági növekedés jellemezte a régiót (évente átlagosan 6%-kal nőtt Dél-Ázsia GDP-je), és bár az egy főre jutó jövedelem továbbra is ezer dollár alatt van a régió három legnagyobb gazdaságában (Indiában, Pakisztánban és Bangladesben), a szegénység folyamatosan mérséklődött az egész térségben. A 2008-as globális pénzügyi válság erőteljesen sújtotta a régiót, de viszonylag hamar ki is lábalt belőle, 2010-ben a gazdasági növekedés (+8,4%) már elérte a válság előtti szintet.

Dél-Ázsia kiutazó piaca „gyerekcipőben jár” még, a lakosság kevesebb mint 2%-a utazott eddig a tengerentúlra, így a közeljövőben sok, segítséget és teljes körű csomagokat kereső „első utazóra” számíthatnak a desztinációk. Hosszabb távon azonban a tapasztaltabb, résziaci termékek iránt is érdeklődő utazók számának növekedés várható. A nemzetközi utazások számának bővülését hátráltatja a megfelelő légi összeköttetés hiánya és a régió belüli jelentős politikai feszültségek. A dél-ázsiaiak elsősorban Ázsián belül utaznak, a kiutazók első számú célpontja Délkelet-Ázsia (a tanulmány ezen belül Szingapúrt, Malajziát és Thaiföldet emeli ki). Az indiai utazások száma Délkelet-Ázsiába 2012-ben is folyamatosan növekedett a kedvezőtlen külső tényezők ellenére is.

Európa a második legnépszerűbb régió a dél-ázsiaiak körében. Az európai városok iránti érdeklődés növekszik, és nem csak a hagyományos nyugat-európai turisztikai célpontok iránt (Franciaország, Olaszország, Spanyolország). A kelet-európai országok is egyre vonzóbbak, elsősorban a kultúrák sokszínűsége és az utazás nyújtotta lehetőségek megtapasztalása iránt nyitott dél-ázsiai utazók számára. Az ETC adatai szerint az Európába tett dél-ázsiai utazások 40%-a szabadidős céllal történik. Öt európai ország uralja a dél-ázsiai beutazó piacot, mégpedig az Egyesült Királyság, Franciaország, Olaszország, Németország és Svájc. Az európai utazásokkal kapcsolatban a tanulmány felhívja a figyelmet arra, hogy a dél-ázsiai utazók a magas árakra asszociálnak. A főbb európai desztinációk, továbbá Amerika és a csendes-óceáni térség beutazó turizmusának részletes elemzése a tanulmányban olvasható.

A dél-ázsiai kiutazó piac fő szereplői, az indiaiak kapcsán a MINTEL elemzése további részletes információkat közöl. Az indiaiak különösen figyelnek arra, hogy hol található a kiválasztott úti cél, és milyen az ár-érték arány. Az STB Leisure segmentation (2011) című tanulmánya szerint az indiaiak 71%-a felkeres egy utazási irodát az utazási döntése előtt, míg 44%-uk egy korábbi látogatót kérdez meg a tapasztalatairól, vagy egy útikönyvet hív segítségül. A Nielsens India Outbound Travel Monitor (2012) című tanulmányából pedig az derül ki, hogy a megkérdezett szabadidős utazók 64%-a, az üzleti utazók 56%-a tájékozódik keresőoldalak vagy utazási honlapok segítségével.

A dél-ázsiai kiutazó turisták legfőbb motivációja a rokonok, barátok, ismerősök meglátogatása, főként igaz ez a távoli desztinációkba történő utazásokra, például az Egyesült Királyságra, az USA-ra vagy a Közel-Kelet országaira. A Délkelet-Ázsiába irányuló utazások között kevésbé gyakori motiváció a rokon, barát, ismerős meglátogatása, ebben a térségben inkább a szabadidős és az üzleti turizmus a jellemző. A MINTEL azt feltételezi, hogy a dél-ázsiai régió többi országa utazási költségeit tekintve jelentősen elmarad az indiaiakétól, mivel a vagyoni Indiában koncentrálódik. A legtöbb indiai pedig, aki megengedheti magának, hogy utazzon, a magas jövedelműek osztályából kerül ki. Egy átlagos indiai turista utazásai során vásárlásra, városnézésre, vendéglátásra és luxuscikkek vásárlására költi pénzét. A dél-ázsiaiak utazásaikat főleg az iskolai szünetek idejére szervezik, azaz a június–szeptemberi időszakra.

A tanulmány értékes információkkal szolgál az üzleti turizmusról is. A régióban az üzleti utazások fontos szegmensnek tekinthetők, mert több ország is intenzív gazdasági kapcsolatban áll a világgal. Az ICCA világrangsorában India a 27. helyen található a küldőországok rangsorában, ami éves szinten 1,5 millió indiai üzleti utazót jelent.

A dél-ázsiaiak főként repülővel utaznak, a növekvő diszkrécionális jövedelmeknek köszönhetően egyre megszokottabb szabadidős tevékenység a repülővel történő külföldi nyaralás, főleg a közép- és a felső osztály körében. A dél-ázsiaiak tengeren túli tartózkodásaik során a szálláshelyek széles körét veszik igénybe. Figyelembe véve a más országokban élő dél-ázsiai bevándorlók magas számát, utazásaik során gyakran rokonoknál, barátoknál, ismerősöknél szállnak meg, azonban a szabadidős és az üzleti turisták körében a szálloda a legnépszerűbb szállástípus.

India egyik legnagyobb online utazási irodája, a MakeMyTrip 2013 I. negyedéves felmérése során kiderült, hogy az indiaiak a szálloda kiválasztásakor – belföldön és külföldön egyaránt – elsősorban az árak alapján döntenek.

Az előrejelzések szerint a régióban a külföldi utazások egyre népszerűbbek lesznek, és ennek a tendenciának az erősödésére számítanak az indiai és a dél-ázsiai jövedelmek növekedésének, valamint az indiai rúpia erősödésének hatására. A TA kutatása alapján várhatóan Szingapúr, az USA, Ausztrália, Svájc, Malajzia, Kanada, az Egyesült Királyság, Thaiföld, Hong Kong és Olaszország lesznek a fő úti célok az indiai szabadidős turisták körében. A régió többi országa számára még csak nemrégiben vált elérhetővé a külföldi utazások lehetősége, az utazások nagy része rokon, barát, ismerős meglátogatásának motivációjával történik. A MINTEL várakozásai szerint a szabadidős beutazások számának növekedésére lehet számítani Srí Lankáról és Pakisztánból.

A MINTEL „South Asia Outbound” című kiadványa megtekinthető a Kutatási Irodán előzetes időpont egyeztetés után, fogadóóra keretében minden csütörtökön 14–17 óra között.

További információk:**Magyar Turizmus Zrt.****Kutatási Iroda**

Tel.: 488-8710

Fax.: 488-8711

E-mail: kutatas@itthon.huInternet: szakmai.itthon.hu