

Budapest, 2013. augusztus 15.

A SKANDINÁV KIUTAZÓ PIAC HELYZETE

ÖSSZEFOGLALÓ A MINTEL „SCANDINAVIAN OUTBOUND” CÍMŰ KIADVÁNYÁBÓL

A MINTEL tanulmánya a skandináv országok (jelen tanulmányban: Dánia, Norvégia, Svédország) gazdaságának és turizmusának helyzetéről ad tájékoztatást, valamint a kiutazó turizmus jellemzőit és a főbb desztinációkat is vizsgálja. Leírást ad a piacok legfontosabb tulajdonságairól, például a demográfiai összetételről, az utazások fő céljáról, az utazások hosszáról, a költségről, a foglalási szokásokról. Tájékoztatást nyújt a legnépszerűbb közlekedési módokról és a leggyakrabban igénybe vett szálláshely-típusokról. Az alábbiakban röviden összegezzük a tanulmány legfontosabb megállapításait.

Az Észak-Európában elhelyezkedő skandináv (a fenti három országot magába foglaló) régió jelentős kiutazó piaccal rendelkezik, az Eurostat adatai szerint 2011-ben összesen 29,2 millió kiutazást regisztráltak. A három ország közül a legnagyobb és a legérettebb a svéd piac, amely az összes kiutazás 44%-át tette ki 2011-ben. A fennmaradó 56%-on Dánia és Norvégia egyenlő arányban (28-28%) osztozott.

Az elmúlt években a skandináv kiutazó piac dinamikus növekedett, mindegyik nemzet kétszámjegyű növekedést könyvelhetett el a kiutazások számában 2007 és 2011 között. 2009-ben a világgazdasági válság a skandináv országoktól is áldozatot követelt, jelentős csökkenést okozva a kiutazások terén, amikor is összesen 24 millió kiutazást regisztráltak. Azonban a skandinávoknak erős az utazási hajlandóságuk, és az országok gazdasága 2010-ben helyreállt, éppúgy, mint a külföldi utazások iránti kereslet. 2011-ben mindhárom ország rekordévet zárt a kiutazó piac tekintetében, a norvégok és a dánok svéd „unokatestvéreiket” követve egyre több külföldi utazást tesznek. Bár a 2012. évi aggregált adatokat még nem publikálta az Eurostat, Spanyolország és Törökország (mindkét ország népszerű desztináció) országos adatai azt mutatják, hogy a tavalyi év szintén erősnek mutatkozott.

A három ország közül Svédország a legtapasztaltabb, ahol a külföldi utazások is népszerűek. A dán piac erősen növekszik a gyengébb gazdasági helyzet ellenére, részben a reptéri illeték 2008-as eltörlésének köszönhetően, hiszen ezáltal a fogyasztók kiadásai csökkentek. A norvégok jelentős lépéseket tettek a kiutazó turizmus tekintetében, amit az erős gazdasági helyzetüknek, az alacsony munkanélküliségnek és a növekvő béreknek köszönhetnek. Ezek a tehetősebb polgárok értékes turistáknak számítanak, akik a tengerentúli utazások során átlagon felül költenek, és ezáltal az ország potenciális célközönséget jelent más desztinációkban is. Ezzel ellentétben a dánok és a svédek sokkal inkább költség tudatosak, és olyan ajánlatokat keresnek, olyan desztinációkat választanak, amelyek ár-érték arányban megfelelőek a számukra. Így Spanyolország, Thaiföld és Törökország a legkedveltebb úti céljuk. Összességében elsősorban a közeli európai országokba utaznak, ahol csomagajánlatok is elérhetőek.

A légit forgalom fejlődése alapvetőnek bizonyult a versenyképes árú, megfizethető utazások megteremtésében a skandináv piacon. A fapados járatok számának növekedése jelentős szerepet játszott abban, hogy az árak alacsonyabbak lettek. Ez az olyan menetrendszerinti légitársaságokra jelent veszélyt, mint például a Skandináv Légitársaság (SAS). A Norwegian Air Shuttle légitársaság az egyik dinamikus szereplője a fapados járatok piacának, és joggal érdemelte ki az Európa harmadik legnagyobb fapados légitársasága címet. A légitársaság 2013-ban elsőként indított

fapados járatokat távoli desztinációkba (USA, Thaiföld), így még több megfizethető utazást biztosít a skandinávoknak.

A skandináv országok úttörők a legújabb digitális technológiák adaptációja terén, az internethasználat aránya ezen országokban kiemelkedő, és az online foglalási/vásárlási rendszerek is fejlettek. Az internetkultúra népszerűségének köszönhetően a vezető tour operátorok jelentős bevételre tettek szert az online foglalásokból, és már az idősebb utazók is egyre többször az internetes felületet választják az utazás lefoglalására és megvásárlására.

A jövőben reménytelinek tűnik a kiutazó turizmus helyzete, amely erőteljes növekedést mutatott a gazdasági válságot követő években. Ugyanakkor nem valószínű, hogy a 2010-ben és 2011-ben tapasztalt pozitív fejlődés tartható lesz a későbbiekben, számos tényező miatt csak mérsékelt növekedés várható a kiutazások terén.

A szakemberek szerint a szabadidős utazások iránti kereslet is megnő a kedvezőbb jövedelmi viszonyoknak és a tengerentúli utazások iránti növekvő érdeklődésnek köszönhetően. Az előrejelzések szerint a 45 év feletti utazók lesznek a fő célközönség a kiutazó piacon, mivel az utazási terveikben egyre több szabadidős utazás szerepel. Hosszú távon viszont a 65 év felettiek fognak lendületet adni a szabadidős turizmusnak, mivel mindhárom skandináv nemzetnek az öregedő társadalom problémájával kell szembenéznie. A jövőben a svédek képviselik továbbra is a húzó erőt a kiutazó turizmusban, a norvégok viszont gyorsan felzárkózhatnak, hiszen többet költő turistáknak számítanak, ezáltal az utazások számát és a költséget is egyaránt növelhetik.

A légi közlekedés fejlődése is ösztönzi a kiutazó turizmust. A csatlakozások és a járatok sűrűsége is kétség kívül szélesedik annak érdekében, hogy a már meglévő és az új desztinációk iránti keresletet kielégítse.

A Norwegian Air Shuttle kiterjesztése jelzi a távoli úti célok felé való elmozdulást, ami kihívást jelenthet a közkedvelt európai úti célok számára. A norvég légitársaság a jövőben szeretné megtartani és megerősíteni a pozícióját, mint Európa harmadik legnagyobb fapados járata. A norvég légitársaság szeretné elérni, hogy a távoli országokba történő utazások megfizethetőbbek legyenek a skandinávok számára, és versenyképes árak kialakításával kihagyhatatlan utazási ajánlatot kínáljanak az ilyen utazásokra vágyók számára.

A skandináv tour operátorok eladásainak jelentős része már online történik, így a digitális technológiába való befektetés alapvető az előrelépéshez. A jövőben szükségszerű lesz az utazóközönség online módon való elérése és a velük való kapcsolat építése, főleg azokon a csatornákon, ahol a felhasználó sok időt tölt, mint például a közösségi oldalakon.

További információk:

Magyar Turizmus Zrt.
Kutatási Iroda
Tel.: 488-8710
Fax.: 488-8711
E-mail: kutatas@itthon.hu
Internet: www.itthon.hu