

2014. október 31.

SZAÚD-ARÁBIA KIUTAZÓ TURIZMUSA**MEGJELENT A MINTEL „SAUDI ARABIA OUTBOUND” CÍMŰ KIADVÁNYA**

A MINTEL tanulmánya Szaúd-Arábia gazdaságának és turizmusának jelenlegi helyzetéről tájékoztat, 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, a legfontosabb motivációkról, a turisták költségéről, a szezonálisról és az utazások hosszáról. Bemutatja a legnépszerűbb közlekedési módokat és a leggyakrabban igénybe vett szálláshelytípusokat, valamint a tour operátorok és az utazási irodák tevékenységét is.

A tanulmány elsődlegesen a szaúd-arábiai Turisztikai Információs és Kutatási Központ (MAS) adataira támaszkodik. A további források között nemzeti és nemzetközi turisztikai szervezetek, állami intézmények, szakemberek publikációi szerepelnek. Felhívják az olvasók figyelmét arra, hogy az egyes szervezetek által szolgáltatott adatok eltérőek lehetnek az adatgyűjtési módszerek különbözősége miatt. Az alábbiakban röviden összegezzük a MINTEL kiadványának legfontosabb megállapításait.

Szaúd-Arábia turizmusának vizsgálatakor mindenképp fontos ismerni *a piac főbb jellemzőit*. A lakosságot illetően a legfontosabb tudnivaló, hogy rendkívül magas a fiatalok – 34 évesek és ennél fiatalabbak – aránya, az átlagéletkor 26,4 év. A szaúdiaknak nagyon fontos a család, nem ritka, hogy több generáció él – és utazik – együtt. Az előrejelzések szerint azonban ez a helyzet 2050-re megváltozhat: az 50 éven felüliek aránya a jelenlegi 10%-ról 30% fölé emelkedhet. Ez a jelentős változás számos kihívás elé állítja a turizmust is.

A Szaúd-Arábiai Királyság nagy gazdagságnak örvend olaj alapú gazdaságának köszönhetően, amely azt is megakadályozta, hogy a 2009-es globális recesszió negatívan érintse az országot. Mivel a szaúdi polgárok nem fizetnek közvetlen jövedelemadókat, a munkavállalók rendelkezésre álló jövedelme magas. A királyság egyik gyengesége a kiforratlan oktatási rendszer, ami nem elégíti ki a növekvő igényeket, ezért a kormány nemzetközi ösztöndíjakkal támogatja állampolgárai külföldi tanulmányait. Fontos megemlíteni a szociális, illetve vallási korlátozásokat, amelyek jelentősen befolyásolják a lakosság mindennapos életvitelét.

Az utóbbi években *a szaúd-arábiai kiutazó piac* elképesztő sebességgel növekedett, amit a magasabb jövedelmek és az egyre növekvő utazási kedv alapozott meg. A nagyobb „élményfaktor” és jobb lehetőségek a belföldi utazásokról a külföldi utazások felé terelték a turisták figyelmét. A szaúdi turisták többsége az Arab-öbölben és a Közel-Keleten szeret maradni a kulturális hasonlóságok és a könnyű elérhetőség miatt, a környező országokba való utazáshoz pedig vízum igénylése sem szükséges. A hasonló kultúra, az arab nyelv ismerete a távolabbi úti célok kiválasztásakor is fontos szempont. Ázsia csendes-óceáni térsége a második legnépszerűbb régió, ami muszlim népesség nagy arányának tudható be. A kulturális hasonlóságok mellett fontos tényező még a közbiztonság is az adott desztinációban.

A legnépszerűbb desztinációk között elsősorban a környező országok szerepelnek: Bahrein, az Egyesült Arab Emírségek, Kuvait, Jordánia, Egyiptom, Jemen, Katar, Libanon, Omán és Szíria. Az ázsiai térségből Indiát, Pakisztánt, Bangladeszt, a Fülöp-szigeteket, Srí Lankát és Szingapúrt látogatja a legtöbb szaúdi utazó. Európában Törökország, az Egyesült Királyság és Németország a legkedveltebb úti célok, míg az amerikai kontinensen az Egyesült Államokat preferálják. Afrikában Szudánt, Marokkót, Tunéziát és Etiópiát keresi fel a legtöbb szaúdi turista.

Az utazást megelőző információszerezés egyik legfontosabb forrása az internet – derül ki a tanulmányból. 2013-ban a szaúdi utazók több mint egyharmada használta a világhálót az utazás megtervezésére, az üzleti turisták esetében pedig ez arány megközelítette az 50%-ot. A mobil- és okostelefonok használata szintén számottevő az utazás tervezési szakaszában, ami nem meglepő, hiszen Szaúd-Arábiában a lakosság nagy többsége rendelkezik a megfelelő mobilkészülékekkel. A hagyományos közösségi oldalak mellett – amelyek közül a Twitter a legnépszerűbb – a szaúdi turisták előszeretettel tájékozódnak online videókból az utazás előtt.

Mindezek ellenére az online foglalástól és fizetéstől idegenkednek a szaúdiak. Konzervatív beállítottságuk a foglalási szokások terén is visszatükröződik: nagyban támaszkodnak az utazási irodák szolgáltatásaira, sokan inkább náluk fizetnek vagy személyesen az üdülés helyszínén. A MINTEL tanulmányából azt is megtudhatjuk, hogy a szaúdi turisták szeretik az utolsó pillanatra hagyni az utazással kapcsolatos teendőket: több mint 50%-uk az utazás előtti két hétben intézte foglalását.

A szaúd-arábiai társadalmi korlátozások komoly ösztönzői a kiutazó turizmusnak, mivel külföldön kevésbé formális körülmények között élvezhetik a turisztikai szolgáltatásokat. Ami a fő motivációkat illeti, a szabadidős turizmus és a rokon-, barátlátogatás a legfontosabb. Ezen kívül nagy jelentősége van a bevásárlóturizmusnak, valamint a külföldön történő tanulásnak is. Az egészségturizmus általában olyan eseteknél kerül előtérbe, amikor a szóban forgó beavatkozás nem megoldható a királyságban, vagy olcsóbb megoldások keresése a cél. A hivatásturizmus a kiutazó piacnak csupán kis részét fedi le.

A szaúdiak a legtöbbet költő turisták között vannak a világon, egyéb arab nemzetekkel együtt. Az utazás során történő költés legnagyobb részét a vásárlás teszi ki, ezt követi a szállás. Ezen költsélemek fontossága és mértéke jól tükrözi a szaúdiak luxustermékek és -szolgáltatások iránti igényét. Az ételre és italokra fordított kiadások állnak a harmadik helyen.

A családi utazásokra leggyakrabban a nyári iskolai szünet alatt, a június közepétől augusztus elejéig terjedő időszakban kerül sor. A külföldi utazások emellett Szaúd-Arábia két legfontosabb vallási ünnepe köré szerveződnek. Az Eid-Al-Fitr a Ramadán havi böjt végét ünneplő kéthetes időszak nyár végén, az Eid-Al-Adha pedig a mekkai zarándoklat végének emléket állító nemzeti ünnep ősszel. A bevásárló túrákra kevésbé jellemző a szezonális.

A szaúdiak külföldi utazásai alkalmával a *légi- és a közúti közlekedés* a legelterjedtebb közlekedési forma. Az utóbbi évek során a légi közlekedésben véghezvitt infrastrukturális fejlesztések és a low-cost légitársaságok rendelkezésre állása egyre több szaúdit ösztönöz utazásra. Annak érdekében, hogy megfeleljenek a jómódú helyiek magas szintű elvárásainak, egyes fapados légitársaságok értéknövelt szolgáltatásokat vezettek be, néhányan business class biztosítottak a fedélzeten, mások pedig extra szolgáltatásokat tettek elérhetővé fizetés ellenében. A nemzeti légitársaság, a Saudi Arabian Airlines vezeti a piacot, míg a low-cost légitársaságok közül a flydubai és az Air Arabia emelkedik ki. Az ország kedvező földrajzi elhelyezkedésének és a kiváló infrastruktúrájának köszönhetően a közúti közlekedés könnyű és kényelmes közlekedési forma. A világ egyik legnagyobb olajforgalmazójaként Szaúd-Arábiában az üzemanyag is nagyon olcsó, ezen kívül minden negyedik lakosra jut egy autó. Az autóbushálózat is jól kiépített Szaúd-Arábia és a környező országok nagyvárosai között.

Mint már említettük, a *szállásbelyek* meghatározó elemei a szaúdiak utazásainak, a turisztikai kiadások jelentős részét teszik ki. A szaúdi turisták előszeretettel választják a luxushoteleket magas szintű szolgáltatásaik miatt, a családi utazások során pedig gyakran több szobát vagy lakosztályt foglalnak le egyszerre. A külföldi hotelek extra szolgáltatásokkal alkalmazkodnak az arab igényekhez: imaszőnyegek és a Korán biztosításával, halál étellekkel, arabul beszélő személyzettel és arab nyelvű weboldallal.

Egy olyan piacon, ahol a hagyományok nagyon fontosak, az *utazási irodák* továbbra is jelentős elemei a szaúd-arábiai idegenforgalomnak. Ahogy az előzőekben már említésre került, a szaúdiak nagyban támaszkodnak az utazási irodákra a foglalás lebonyolításakor. A tradicionális turisztikai cégek online felületek létrehozásával alkalmazkodtak a digitális elvárásokhoz. Ennek megfelelően számos online utazási iroda is működik a szaúd-arábiai piacon, a fizetést azonban inkább offline módon intézik.

A MINTEL kiadványából végül kiderül, hogy Szaúd-Arábia kiutazó turizmusa a jövőben további növekedésnek nézhet elébe. Ennek megalapozásaként a kormány nagymértékű befektetésekkel fejleszti a turisztikai infrastruktúrát, ami a beutazó és a kiutazó piacot egyaránt erősíti. A lakosság szerepe is fontos: a kiutazó piac a népesség növekedésével együtt bővíthet. A fejlődés közben az utazók is egyre kifinomultabbá válnak, új élmények, új úti célok fogják őket érdekelni. A nemzeti turisztikai marketingszervezetek (NTO-k) számára várhatóan az idősebbek igényeihez való alkalmazkodás jelenti a legnagyobb kihívást. Emellett az internetes és mobil oldalak fejlesztése is egyre fontosabb lesz, különös tekintettel a biztonságos online fizetési módok biztosítására. E téren az NTO-k mellett a turisztikai szolgáltatóknak is lesz tennivalójuk.

A MINTEL „Saudi Arabia 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.hu
Internet: szakmai.itthon.hu