

# מחקר מגלה את המגה-טרנדים שיעצבו את הנסיעות בשנים הבאות

Posted on 11 בדצמבר 2018 by עירית רוזנבלום



מגמות-על: מטשטוש קווי התעשייה, דרך שמחה על החמצה וכלכלה שיתופית בטיסות - סקירה

**Categories:** תיירות, ראשי

**Tag:** מגה-טרנדים, [Euromonitor International](#), [WTO](#), [JOMO](#), [FOMO](#), [access economy](#), [Voom](#)

תעשיית הנסיעות פורחת, וגידול של 5% בנסיעות בינלאומיות צפוי בשנת 2018. עם זאת, אנחנו חיים בעולם משתנה שעל תעשיית התיירות להתאים את עצמה אליו ללא הרף. [Euromonitor International](#) חשף בחודש שעבר ביריד התיירות העולמי בלונדון WTM את הממצאים האחרונים בטרנדים שיעצבו את עולם הנסיעות בשנים הקרובות, כדי לסייע

## לתעשייה להבין את הדרישות והציפיות לעתיד.

לפי הדו"ח, מספר הנסיעות העולמי צפוי להגיע ל-1.4 מיליארד בשנת 2018. על רקע תחזית כלכלית אופטימית עבור כלכלות גדולות כגון ארה"ב, יפן וגוש היורו, התקבולים מתיירות נכנסת צפויים לעלות אף יותר ולהגיע ל-11%. תיירות הפנים פורחת באסיה-פסיפיק, ושם צפוי ענף הנסיעות לגדול ב-10% עד סוף השנה. ההוצאה הממוצעת לנסיעה גדלה אף היא, כשהיא מונעת על ידי שוק אסיה-פסיפיק וההוצאה הגלובלית צפויה לעלות ב-9%.

בתחום התעופה, חברות הלואו-קוסט מראות ביצועים טובים יותר מחברות הלגאסי המסורתיות במונחים של צמיחה <sup>2</sup> 7% לעומת 5% - וצמיחה במכירות ב-9% לעומת 8%. עם זאת, הן עושות זאת מבסיס מחיר נמוך יותר. במונחים אבסולוטיים, הגידול בחברות הלגאסי גבוה יותר מכיוון שהן חדשניות ויצירתיות יותר במוצר ובתמחור.

סך מכירות תעשיית הנסיעות צפוי להתקרב ל-2.5 טריליון דולר בשנת 2018. מכירות לא מקוונות עדיין מהוות למעלה מ-50% של מכירות הנסיעות הגלובליות, אבל עם שיעור צמיחה שנתי (CAGR) של 12% בשנים 2018-2023, המכירות הסולריות צפויות לגבור באופן משמעותי על הזמנות לא מקוונות ומקוונות כאחד, עם שיעור צמיחה שנתי של 1% ו-2% בהתאמה.

קטגוריית הלינה העולמית צפויה לצמוח ב-6.1% ב-2018, כאשר ההשכרות לטווח קצר (דוגמת Airbnb) עולות על כל שאר הקטגוריות, ורושמות צמיחה של 12.7%. מלונות מהווים כ-73% מסך מכירות הלינה, כשמלונות יוקרה רושמים את הגידול הרב ביותר בתחום המלונאות.

לפי החוקרים, מגה-טרנד הוא לא תחביב לטווח קצר, אלא מגמה עם אריכות ימים, המייצגת שינוי יסודי בהתנהגות שווקים צרכניים. כל מגמות הנסיעות הנדונות בדו"ח זה קשורות קשר הדוק למגמות-על אלה. בסביבה הגלובלית המשתנה במהירות, ניתוח טרנדים מובילים הוא קריטי עבור שחקנים בעולם הנסיעות, המבקשים להישאר רלוונטיים, עם התגברות התחרות והתחזקות החדשנות המשבשת את התעשייה.



ריינאייר מובילה את שוק הלואו-קוסט באירופה, עם צפי למכירות של קרוב ל-9 מיליארד דולר ב-2018. צילום Depositphotos הדו"ח כולל מגמות לארבעה אזורים: אירופה, אסיה, אמריקה והמזרח התיכון ואפריקה.

## אירופה

**הליך הזמנת הנסיעה** הליך הזמנת החופשה של הלקוחות הוא כיום שטוח וליניארי - מסוכן הנסיעות האינטרנטי (OTA) לחברת התעופה ולמלון. זו אמנם הצגה פשטנית של הנושא, אך היא אינה רחוקה מהמציאות. שלא כבעבר, כשסוכן הנסיעות היה המקור לכל הזמנת החופשה, כיום הלקוחות נמצאים באינטרקאציה יומיומית און ליין עם מותגים כמו פייסבוק וגוגל, אך רק פעמים אחדות בשנה עם מלונות וחברות תעופה. קשה לשמור על נאמנות של הלקוחות כאשר המגע אתם הוא מוגבל.

**פסולת פלסטיק** - מודעות גבוהה בעקבות סדרות טלוויזיה כמו Blue Planet II של ה-BBC, שהביאה תמונות של ההרס שהפסולת הפלסטית גורמת לאוקיאנוסים של העולם. גדלה מאוד מודעות בקרב הצרכנים ושורה של חברות בתחום הנסיעות התחייבו לצמצם או לאסור את השימוש בפלסטיק.



סין בוחנת שימור ומגוון תרבויות וסביבה טבעית כהיבטים חשובים של תיירות. צילום עירית רוזנבלום  
אסיה

**השמחה של החמצה - (#JOMO - The Joy of Missing Out)** - בעוד רבים לא יכולים עוד לחיות בלי להיות מחוברים, צמחה גם תנועה הפוכה למגמת ה-FOMO (FOMO - the Fear of Missing Out) (פחד מפני החמצה). JOMO היא מענה לחששות בנוגע להשפעה של קישוריות מתמדת על חיי הצרכנים. מדובר בנטילת השליטה על הטלפון החכם שלך ועל המידע שחברות שונות מושכות ממנו.

**שימור סין -** המודרניזציה של סין בעשורים האחרונים נעשתה ברובה תוך התעלמות משמירת הסביבה הטבעית של המדינה או מורשתה. עם זאת, סין נעה במהירות לגישה מודעת יותר על ידי לקיחת תפקיד מוביל במשא ומתן הגלובלי בנושא שינוי האקלים, והעלאת נושאי איכות הסביבה על סדר יומה. באמצעות השקת תוכנית התיירות "All-for-one", המדינה בוחנת שימור, מגוון תרבויות וסביבה טבעית כאספקטים חשובים של תיירות.

אמריקה

**טשטוש קווי התעשייה -** מותגים רבים בעולם הנסיעות יודעים דבר או שניים על מוצרים ושירותים שהצרכנים היו רוצים לצרוך בנסיעותיהם. בינתיים, יש מספר הולך וגדל של מותגים קמעונאיים אשר פועלים להגדיל את נקודות המגע עם הלקוחות. הטשטוש של קווי התעשייה מתבטא בחברות נסיעות הנכנסות לתחום המסעדות או שטחי המסחר,

## מלונות מרחיבים את מרכזי הרווח בעוד הקמעונאים פותחים מלונות.



**הכלכלה השיתופית החדשה** - ה-access economy, במסגרתה הצרכנים מתרחקים רכישה ובמקום זאת מעדיפים לשלם עבור מוצרים או שירותים לזמן מוגבל, היא במגמת צמיחה. תוכניות שיתוף אופניים היו המגמה הגדולה בשנים האחרונות, אבל הדבר הגדול הבא מגיע מהחוף המערבי של ארה"ב והוא שיתוף קטנוע. בנוסף, באמריקה הלטינית קוראים תיגר על הבנתנו לגבי ניידות עירונית, שכן שיתוף הטיסה הופך למצב חלופי לתחבורה עירונית.

מדובר בשכירת מטוסים קטנים ומסוקים לנסיעות משותפות. חברה בשם Voom, יוזמה של קבוצת חשיבה של קבוצת איירבוס מעמק הסיליקון, מציעה טיסה במסוק מעל סאו פאולו ומקסיקו סיטי אותה מזמינים דרך אפליקציה דמויית אوبر. המחיר מתחיל ב-133 דולר לאדם, מחיר תחרותי למכונית עם נהג. Voom גם הודיעה על שיתוף פעולה עם אייר פראנס לטיסות מוזלות של נוסעיה לנמל תעופה של מקסיקו סיטי בהליקופטר. בדובאי נערך נסיון במוניות מעופפות ובצרפת חברה בשם Wingly מציעה פלטפורמת הזמנות בה 10,000 טייסים פרטיים מציעים טיסות משותפות.

### המזרח התיכון ואפריקה

**חוויות ללא הפרעה** - אזור המזרח התיכון נמצא במרכז החדשנות במאמץ להפוך את הנסיעה לחלקה וללא הפרעות מיותרות (Seamless Experiences). ביומטריה וזיהוי פנים הופכים נפוצים יותר ויותר בשדות תעופה. האפשרות להתנהל ללא טרחות ועצירות היא בעלת חשיבות עליונה גם ליעד - בין אם מדובר במצלמות זיהוי פנים בבתי מלון, **צ'ק אין מקוון**, **כניסה ללא מפתח**, פתרונות ניידות הוליסטית ועוד יוזמות של עיר חכמה, או מתקני תשלום נוחים.

**צומחים למטה** - Trading Down - תעשיית התיירות באפריקה שירתה היסטורית את הנוסע הבינלאומי העשיר, וכתוצאה מכך התמקדה ברשתות תעופה בין-אזוריות ואפשרויות לינה יוקרתיות. כיום, השינוי בביקוש ושיפור התשתיות משמעו צמיחה חזקה בטיסות הלואו-קוסט ודרישה להגדלת מספר הקטגוריות של מלונות, לא רק מלונות פאר. דרישה זו באה יותר ויותר מן היבשת עצמה, שכן המעמד הבינוני הצומח בעוצמה החל גם הוא לטייל.

מלון Link של רשת דן בתל אביב מאפשר כניסה לחדר באמצעות אפליקציה. צילום יח"צ