



Kluczowe trendy kształtujące przyszłe podróże

Korzystne trendy

W ciągu ostatnich pięćdziesięciu lat na świecie nastąpił gwałtowny wzrost zainteresowania podróżami, który jak się powszechnie uważa, utrzyma się podczas następnego dziesięciolecia, stymulowany szeregiem czynników społecznych, kulturowych, politycznych i ekonomicznych.

Wzrost światowej populacji

Rośnie światowa populacja: ONZ szacuje, że do roku 2025 osiągnie ona 8 miliardów, co oznacza przyrost o około 1.5 miliarda od roku 2005¹.



Globalizacja biznesu

Gwałtowny wzrost w światowym handlu prowadzi do wzrostu transgranicznego przepływu towarów, usług i kapitału. Według Narodowej Rady Wywiadu USA, w ciągu najbliższych 15 lat najprawdopodobniej utrzyma się wzrost w światowej gospodarce, głównie dzięki rozwojowi światowego handlu. Przewiduje się, że nastąpi wzrost o 80% w porównaniu do roku 2000².

Globalizacja gospodarki światowej i polityki stworzyła konieczność częstszych podróży zagranicznych w celu umacniania i wypełniania międzynarodowych umów i sojuszy. Liberalizacja światowego handlu spowodowała również szereg zmian społecznych. Kraje wymieniają się nie tylko towarami i usługami, lecz również kulturą, systemami wartości oraz wzorcami zachowań.



Wzrost globalnej migracji

Rosnąca globalna migracja zwiększa potrzebę podróży zagranicznych. Wielu imigrantów odczuwa silną więź z ojczystymi krajami oraz ma wiele powodów do powrotu, takich jak odwiedzanie rodziny lub przyjaciół. Liczba ludzi pragnących opuścić swój kraj ojczysty rośnie w skali globalnej; według ONZ, obecnie liczba imigrantów na całym świecie przekracza 180 milionów i przewiduje się, że do roku 2050 dojdzie ona do 250 milionów³. Aktualne kierunki podróży pokazują, że najpopularniejsza jest migracja do Ameryki Północnej (w tym do USA i Kanady), Europy oraz Oceanii (w tym Nowej Zelandii i Australii), zaś większość imigrantów pochodzi z Azji, Ameryki Łacińskiej/Karaibów oraz Afryki.





Kluczowe trendy kształtujące przyszłe podróże

Korzystne trendy

Globalizacja podróży i turystyki

Podczas ostatniego pięćdziesięciolecia turystyka stała się jedną z największych i najbardziej dynamicznych branż na świecie. Światowa Organizacja Handlu przewiduje, że same przeloty w turystyce zagranicznej do roku 2020 przekroczą liczbę 1.56 miliarda, przy przewidywanej średniej rocznej stopie wzrostu w Azji i na Środkowym Wschodzie powyżej 6% w latach 1995 - 2020⁴.



Rosnący poziom zamożności

Wzrost w przemyśle turystycznym w dużej mierze wynika z rosnącej zamożności konsumentów. W miarę zaspokajania potrzeb materialnych, ludzie zaczynają przykładać większą wagę do przyjemnego spędzania czasu. W ciągu ostatniego dziesięciolecia dochody gospodarstw domowych w Europie Zachodniej znacznie wzrosły. Jednak to powstanie coraz bogatszej klasy średniej w szybko rozwijających się gospodarczo krajach, takich jak Brazylia, Rosja, Indie i Chiny, będzie zapewne miało największy wpływ na liczbę podróży zagranicznych w przyszłości. Przewiduje się, że, przy zachowaniu obecnego tempa wzrostu gospodarczego, do roku 2020 40% populacji w Chinach osiągnie status klasy średniej (z rocznym dochodem pomiędzy 18,137 a 36,275 USD)⁵.

Przewidywany wzrost w liczbie światowych podróży

Na podstawie powyższych i innych przesłanek wiele źródeł prognozuje wzrost liczby podróży zagranicznych. Agencja badań rynku konsumentów i medialnego Mintel przewiduje, że całkowita liczba zagranicznych podróży, w które wybiorą się turyści z 15 najczęściej podróżujących narodów do roku 2020, wzrośnie niemal dwukrotnie, z 433 do 837 milionów. Największy wzrost w latach 2010 - 2015 jest przewidywany w Chinach (9.9%)⁷.

Wpływ tanich linii lotniczych na zachowanie konsumenta

Pojawienie się na rynku tanich linii lotniczych zmieniło znacznie branżę podróży lotniczych, zauważalnie zwiększając możliwości podróżowania tym grupom, które wcześniej nie mogły sobie na to pozwolić z uwagi na wysokie koszty. Wykorzystując lotniska regionalne, tanie linie lotnicze zaczęły na wielu rynkach konkurować z sieciami kolejowymi. Bez wątplenia w krajach rozwiniętych podróże zagraniczne nie są już zarezerwowane tylko dla bogatych i coraz częściej postrzegane jako norma a nie luksus.

Tanie linie lotnicze pozwoliły przedsiębiorstwom na znaczne obniżenie kosztów podróży zagranicznych oraz ułatwiły organizację bezpośrednich spotkań. Wiele firm przedsięwzięło środki mające na celu zmniejszenie kosztów i obecnie wymagają, by ich pracownicy podróżowali w ramach ograniczonego budżetu.

Chociaż wpływ tanich linii lotniczych tradycyjnie dotyczył tylko krótkich dystansów, starają się rozszerzać ofertę o dłuższe przeloty, z bardziej kompleksową obsługą zapewniającą większy komfort, niż obecnie oferowany na krótkich dystansach.





Kluczowe trendy kształtujące przyszłe podróże

Korzystne trendy

Nowe modele samolotów

Zmiany w sposobie projektowania samolotów będą miały znaczny wpływ na jakość podróży, na przykład większe samoloty zaoferują pasażerowi większy komfort, mniejsze umożliwią większą elastyczność w doborze tras a dzięki bardziej wydajnym technologiom zmaleje emisja spalin i hałasu, wzrośnie zaś możliwy zasięg przelotu.

Obecnie pracuje się nad projektami samolotów, które mogą jednocześnie przewieźć kilka setek pasażerów i rozwijających dużą prędkość. Zapewnią one pasażerowi większy komfort, umożliwiając dłuższe podróże bez międzylądowań oraz powodując mniejsze zanieczyszczenie środowiska. Na przykład, dwupoziomowy Airbus A380, mieszczący 555 pasażerów, ma o 49% większą powierzchnię użytkową, lecz tylko o 35% więcej miejsc niż poprzedni największy samolot, oferuje więc pasażerom szersze siedzenia i przejścia oraz większy komfort⁸. Dzięki zastosowaniu nowoczesnych technologii, A380 ma o 10 - 15% większy zasięg lotu niż poprzedni model i umożliwi dłuższe podróże bez międzylądowań przy niższym poziomie emisji spalin i hałasu⁹.

Jednocześnie przewiduje się, że mniejsze samoloty o mniejszych wymaganiach co do lądowania, umożliwią loty do nowych, mniejszych miejscowości; na przykład nowe modele lekkich odrzutowców VLJ mają coraz większy zasięg, a ich krótszy rozbieg umożliwi latanie z większej liczby lotnisk. W Stanach Zjednoczonych rzecznicy NASA rozważają wykorzystanie samolotów typu VLJ w charakterze taksówek powietrznych wykorzystywanych w połączeniach bezpośrednich¹⁰. Dostępność ww. usługi jeszcze wzrośnie wraz z obniżeniem kosztów operacyjnych i ceny, dzięki efektywnemu wykorzystaniu samolotów i wysokiej wydajności cykli przewozowych oraz zmianom w systemie planowania lotów, które umożliwią rezerwowanie pojedynczych miejsc zamiast całego samolotu¹¹.

Innowacje technologiczne spowodują również mniejsze zużycie paliwa przez samoloty. Według Międzynarodowego Zrzeszenia Przewoźników Powietrznych IATA, nowe samoloty są o 70% bardziej wydajne, niż 40 lat temu, i o 20% bardziej wydajne, niż dziesięć lat temu¹². Przemysł dąży do tego, aby zmniejszyć zużycie paliwa o dodatkowe 50% do roku 2020¹³.



Co więcej, granice podróżowania stale się przesuwają, pierwsze turystyczne suborbitalne loty kosmiczne, organizowane przez firmy komercyjne, są planowane na rok 2009¹⁴. Opracowywane innowacje, mogą być w przyszłości stosowane na większą skalę. Nowe materiały kompozytowe mogą w przyszłości być wykorzystane do produkcji samolotów a bardziej przyjazne dla środowiska biopaliwa mogą mieć znaczny wpływ na kondycję przemysłu lotniczego¹⁵.



Rozwój technologii zmniejszy koszty podróży

Wymagania techniczne oraz złożoność zarządzania danymi związanymi z podróżnymi w ciągu następnych 15 lat będą rosnąć wykładniczo. Wzrost ilości danych i liczby transakcji może się stać tak duży, że konieczna będzie redukcja kosztów w celu zapewnienia przewoźnikom dostępu do technologii zarządzania informacjami.

Zostanie to osiągnięte przypuszczalnie na dwa sposoby. Po pierwsze, ekonomia skali umożliwi obniżenie kosztów w miarę wzrostu ilości danych i liczby transakcji. Po drugie, przewiduje się ciągły spadek kosztu mocy obliczeniowej co najmniej do roku 2013. Prognozuje się, że „prawo Moore’a”, mówiące, że koszt danej mocy obliczeniowej maleje o połowę średnio co osiemnaście miesięcy, będzie obowiązywało jeszcze co najmniej do 2013 roku, kiedy to zostanie osiągnięta granica możliwości technicznych. Oczekuje się zatem, że pomiędzy rokiem 2006 a 2012 koszt mocy obliczeniowej zmaleje 16 krotnie.

Jednak największe znaczenie i wpływ na proces zarządzania danymi będą miały: rozwój wydajnej architektury systemów zarządzania danymi, użycie kompatybilnego sprzętu komputerowego, oprogramowania typu open source oraz powszechne wykorzystanie Internetu jako sieci komunikacyjnej. Zastosowanie tych rozwiązań sprawi, że przewoźnicy będą dysponować środkami finansowymi na wdrożenie nowych technologii zarządzania informacjami, co pozwoli im oferować korzystniejsze ceny oraz bardziej komfortowe i bezpieczne warunki podróży.



Kluczowe trendy kształtujące przyszłe podróże

Niekorzystne trendy mające wpływ na przyszłe podróże

Równoległe do korzystnych trendów stymulujących rozwój podróży, występują również takie, które mogą go potencjalnie osłabić – dotyczą one zwłaszcza ochrony środowiska i zachowania równoważnego rozwoju

Rosnąca świadomość w kwestii emisji dwutlenku węgla i jej wpływu na środowisko

Narastają obawy, że wskutek emisji do atmosfery dwutlenku węgla wyprodukowanego przez człowieka następuje globalne ocieplenie i zmiana klimatu Ziemi. Naukowcy powszechnie zgadzają się co do dotkliwych konsekwencji tego zjawiska, takich jak wymieranie gatunków czy wzrost częstotliwości anomalii pogodowych. Ostatnio debatę na ten temat zaostrzyły prognozy co do globalnych konsekwencji ekonomicznych wzrostu emisji dwutlenku węgla przy dotychczasowym tempie wzrostu działalności gospodarczej¹⁶.

Chociaż jeszcze nie ustalono, kto ma odpowiadać za podjęcie odpowiednich działań w tej kwestii, na firmy w wielu sektorach już wywiera się naciski, by zajęły się swoimi „obowiązkami” w dziedzinie ochrony środowiska, zarówno odgórnymi, wynikającymi z umów międzynarodowych oraz krajowego prawodawstwa, jak i oddolnymi, wskutek działań obywateli.

Podróże powietrzne znalazły się szczególnie na celowniku jako najszybciej rozwijające się źródło emisji dwutlenku węgla¹⁷. Już dziś niektóre rządy europejskie rozważają wprowadzenie ustaw mających na celu ograniczenie emisji dwutlenku węgla, poprzez opodatkowanie samolotów lub nawet wprowadzenie limitów emisji dwutlenku węgla na osobę, co zmusiłoby ludzi do przykładania większej wagi do kwestii konsumpcji energii i uczestniczenia w programach handlu emisjami dwutlenku węgla. W rezultacie niektóre linie lotnicze już przygotowują swoje zalecenia w kwestii ochrony środowiska. Strategie obejmują, m.in., redukcję emisji poprzez wprowadzenie nowych samolotów, poszukiwanie technologii przyjaznych dla środowiska, oferowanie podróżnym możliwości kompensaty emisji poprzez darowizny na rzecz organizacji ekologicznych.



Co więcej, odnotowano znaczny wzrost konsumpcji produktów ekologicznych – swoistą modę na ekologię. Konsumentów staje się coraz bardziej świadomi i przykładają coraz większą wagę do kwestii etycznych oraz ochrony środowiska, coraz częściej aktywnie się nimi zajmują. Raport HenleyWorld 2006 podaje, że 26% konsumentów na świecie zadeklarowało, iż przestali kupować od spółek, które mogą przynosić szkodę środowisku naturalnemu. Najwięcej takich odpowiedzi uzyskano w Hiszpanii (47%), Włoszech (42%) oraz Niemczech (38%)¹⁸.

W miarę jak ludzie coraz bardziej uświadamiają sobie skutki zmiany klimatu, pojawia się możliwość, że niektórzy z nich będą dobrowolnie unikać podróży powietrznych w celu ograniczenia swego wkładu w emisję dwutlenku węgla. Jednak z drugiej strony, zachowania konsumpcyjne niekoniecznie są spójne z deklarowanymi poglądami etycznymi i jak się zdaje, wielu konsumentów wybiera opcję bardziej etyczną tylko wtedy, gdy jest ona łatwo dostępna, nie powoduje utraty korzyści ani znacznego wzrostu kosztów własnych. I chociaż niewielka część konsumentów może zrezygnować z podróży powietrznych na rzecz bardziej ekologicznych środków transportu, wielu nadal będzie podróżowało w ten sposób. Nie oznacza to, że kwestie ekologiczne zostaną całkowicie zlekceważone. Według raportu HenleyWorld 2006, 65% przebadanych konsumentów na świecie stwierdziło, że zawsze wybrałoby opcję bardziej etyczną, gdyby cena obu produktów była taka sama¹⁹.

W rezultacie coraz ważniejsze stają się technologie przyjazne dla środowiska i przyczyniające się do zrównoważonego rozwoju, nie tylko w celu redukcji emisji dwutlenku węgla, lecz również jako strategiczne inwestycje na przyszłość, gdy zasoby naturalne staną się ograniczone. Bardziej przyjazne dla środowiska mieszanki paliw oraz rozwój technologii oferujących ograniczone zużycie paliwa lub też opracowanie metod wychwytywania i przechowywania związków węgla, które pomogłyby ustabilizować stężenie CO₂ na powszechnie akceptowanym poziomie, osłabiłyby negatywny stosunek do podróży powietrznych z powodów ekologicznych. Jednak na rozwój i wywarcie znaczącego wpływu takich technologii na podróże powietrzne potrzeba co najmniej 10 lat, współdziałania rządów, firm i obywateli, a także zastosowania szerokiej gamy środków dla zapewnienia im sukcesu.



Kluczowe trendy kształtujące przyszłe podróże

Niekorzystne trendy mające wpływ na przyszłe podróże

Oprócz kwestii ekologicznych istnieje wiele innych niekorzystnych trendów, które mogą zahamować rozwój branży podróży lotniczych.

Rosnąca cena ropy naftowej

Wzmożone zapotrzebowanie na energię w krajach gwałtownie rozwijających się gospodarczo, takich jak Chiny i Indie, spowodował wzrost cen surowców energetycznych. Od roku 1976 nie odkryto żadnych nowych złóż ropy naftowej, przy czym niektórzy komentatorzy sugerują, że szczytowa produkcja ropy naftowej zostanie osiągnięta w ciągu najbliższych kilku lat. Jednocześnie rośnie światowy popyt na ropę naftową – od 78 milionów baryłek dziennie w roku 2002 do 84 milionów baryłek dziennie w 2005 roku²⁰. Przewiduje się, że popyt na ropę naftową w Chinach do roku 2020 osiągnie poziom popytu w Stanach Zjednoczonych²¹. Jeśli więc popyt ma wzrosnąć do 103 milionów baryłek dziennie w roku 2015 i nieco ponad 119 milionów w roku 2025, można oczekiwać, że ceny ropy w przyszłości będą stale rosły²². Jednak w ciągu kilku ostatnich lat konsumenci okazali się odporni na rosnące ceny paliwa i nadal wzrasta liczba podróży lotniczych, pomimo nałożenia dodatkowych kosztów na podróżnych.



Atmosfera strachu

We współczesnym świecie pojawili się konsumenci niepokojący się o swe bezpieczeństwo. Ludzie są coraz bardziej świadomi różnego rodzaju zagrożeń i problemów, zarówno światowych, jak i lokalnych, głównie za sprawą mediów. Wiele osób uważa, że życie stało się mniej bezpieczne – według raportu HenleyWorld 2006, 41% respondentów na całym świecie zgodnie stwierdziło, że „czuje się mniej bezpiecznie, niż w zeszłym roku”²³.

Główne obawy, które mogą mieć wpływ na podróże zagraniczne, dotyczą globalnej niestabilności wywołanej międzynarodowymi konfliktami politycznymi i terroryzmem, co może spowodować konieczność wprowadzenia dodatkowych środków bezpieczeństwa, zmiany przepisów wizowych oraz kontroli przyjeżdżających.

Inne obawy, które mogą wywrzeć wpływ na podróże zagraniczne, wiążą się z rozprzestrzenianiem się globalnych epidemii (ptasiej grypy, SARS), które przyciągnęły niedawno wzmożoną uwagę mediów.

Wpływ nowych technologii komunikacyjnych

Nowe technologie komunikacyjne oferują alternatywę dla podróży międzynarodowych, lecz kontakty utrzymywane za ich pośrednictwem są nadal postrzegane jako niedoskonały substytut bezpośrednich spotkań. W miarę ulepszania technologii, alternatywa ta stanie się bardziej realna, zwłaszcza gdy połączą się takie trendy, jak rosnąca potrzeba redukcji kosztów, obawy dotyczące globalnej niestabilności, oraz potrzeba zapewnienia większego bezpieczeństwa podczas podróży lotniczych. Po drugie, główny wpływ nowych technologii komunikacyjnych wiąże się z ryzykiem uzależnienia się od nich, co stymuluje potrzebę dostępu do nich podczas podróży. Kultura 'bycia w stałym kontakcie' oznacza, że klienci pragną przez cały czas mieć kontakt z innymi ludźmi, czy to poprzez sieć Wi-Fi, telefony komórkowe, czy łączność satelitarną.



Wiele trendów konsumenckich będzie miało wpływ na przyszłe oczekiwania podróżnych oraz przebieg podróży

Przyszli podróżni będą starsi, bardziej wyrafinowani i wymagający. Dzięki lepszemu wykształceniu, wzroście zamożności i możliwości wyboru, będą mieli większe oczekiwania co do poziomu oferowanych usług.

Starzejąca się populacja

Do roku 2020, liczba ludzi na świecie w wieku powyżej 65 lat wzrośnie trzykrotnie, do 700 milionów osób²⁴ – co czwarty Japończyk, co piąty Niemiec, Francuz i Anglik, a co szósty Amerykanin, Kanadyjczyk, Australijczyk lub Nowozelandczyk będzie miał powyżej 65 lat²⁵. W wielu rozwiniętych krajach malejący przyrost naturalny oraz rosnąca średnia długość życia powodują, że coraz większa część ludności to ludzie starsi. Społeczeństwo w Europie szybko starzeje się. Japonia jest pierwszym na świecie krajem, w którym połowa populacji ma ponad czterdzieści lat. Wielka Brytania dotyczy do niej w ciągu następnych dziesięciu lat. Jednocześnie starzejące się pokolenie jest zdrowsze i w lepszej formie, niż kiedykolwiek przedtem i - przynajmniej w chwili obecnej – zamożniejsze.



Zmiany w nawykach wydawania pieniędzy – pragnienie luksusu

Aspiracje oraz nawyki wydawania pieniędzy w krajach rozwiniętych ulegają zmianie. Rosnąca zamożność oraz zainteresowanie mediów bogactwem, sławą oraz znanymi osobistościami powodują, że rosną też aspiracje i oczekiwania konsumentów. Demokratyzacja luksusu sprawiła, że wielu konsumentów oczekuje usług najwyższej jakości po przystępnej cenie.

Zmiany w sposobie wydawania pieniędzy – szukanie okazjnych cen

Rośnie także liczba osób, które pragną oszczędzać i poszukują tańszych opcji, rezygnując z jakości usług lub z niektórych świadczeń w zamian za niższą cenę. Według raportu HenleyWorld 2006 ponad 50% ankietowanych stwierdziło, że „idąc na zakupy, szuka jak najniższych cen”²⁶.

W branży podróży doprowadziło to do wzrostu liczby osób poszukujących usług po okazjnych cenach (często, choć nie tylko, ludzi młodych), które chętnie rezygnują z bardziej wyrafinowanych świadczeń w zamian za niższą cenę.





Dbczość o zdrowie i dobre samopoczucie

Wraz z ogólnoswiatowq zmianq samopoczucia zmieniaj siq te¿ przyczyny podró¿owania i potrzeby podró¿ujqcych. W kulturze, w której coraz bardziej brakuje czasu i energii, ludzie coraz bardziej pragnq dobrego samopoczucia – 43% konsumentów, z którymi przeprowadzono ankietę dla raportu HenleyWorld 2006 przyznało, że „nieustannie próbuje poprawić stan swojego zdrowia”²⁷. Czas wolny to najlepsza okazja do poprawy samopoczucia, odnalezienia sensu życia i ucieczki od coraz bardziej skomplikowanego i nerwowego codziennego trybu życia.

Przewiduje siq wzrost w turystyce zdrowotnej, wynikajqcy z chęci uniknięcia długiego oczekiwania na zabieg lub wizytę u lekarza, w celu uzyskania dostępu do zabiegów tańszych, bezpłatnych lub legalnych w porównaniu z krajem pochodzenia (np. niektóre sposoby leczenia bezpłodności sq nielegalne w wielu krajach), lub takich, które wymagajq zaawansowanej opieki medycznej niedostępczej we własnym kraju. Według analiz Konfederacji Przemysłu Indyjskiego CII i firmy konsultingowej McKinsey & Company, w samych Indiach turystyka zdrowotna do roku 2012 będzie warta aż 2.3 miliarda USD²⁸.





Dążenie do personalizacji

Pojawienie się na Zachodzie grupy konsumentów o znacznych możliwościach finansowych oraz rozwój indywidualizmu stworzyły kulturę oferującą ogromne możliwości wyboru. Rozwiązania dostosowane do potrzeb klienta oraz popyt na spersonalizowane produkty i usługi stopniowo wypierają podejście typu „to samo jest dobre dla wszystkich”. Konsumenti na rynkach rozwiniętych gospodarczo coraz częściej oczekują usług dopasowanych do swoich indywidualnych potrzeb, a nie rozwiązań masowych. Technologia bardzo ułatwia personalizację usług, a wraz z jej rozwojem zapewne będą się też stosownie zmieniać wymagania klientów.



Wielość ról życiowych

Rosnące wymagania i możliwości sprawiają, że współcześni konsumenci odgrywają w swoim codziennym życiu szereg różnych ról, z których każda wiąże się z różnymi potrzebami i wymaganiami. Konsument może mieć za każdym razem inne potrzeby odnośnie podróżowania. Różne doświadczenia podczas podróży wpływają na oczekiwania i aspiracje podróżnych, na przykład ci, którzy są przyzwyczajeni do podróży służbowych klasą biznesową, mogą wybrać klasę ekonomiczną w czasie urlopu.

Zdobywanie doświadczenia

Współcześni konsumenci pragną żyć pełnią życia. W miarę wzrostu zamożności, potrzeby materialne konsumentów są w coraz większym stopniu zaspokajane. 58% konsumentów w Europie i USA twierdzi że „ma wszystkie dobra materialne, których potrzebuje”²⁹. Po spełnieniu wszystkich tych potrzeb, zainteresowania konsumenta kierują się w inną stronę - coraz częściej przedkładają doświadczenie nad posiadanie, zarówno jako źródło przyjemności, jak i sposób określenia własnej tożsamości.

Doświadczenia takie jak podróże przynoszą większy prestiż i są nowym sposobem wyrażania statusu.

