

12. szám  
2020. 12. 16.

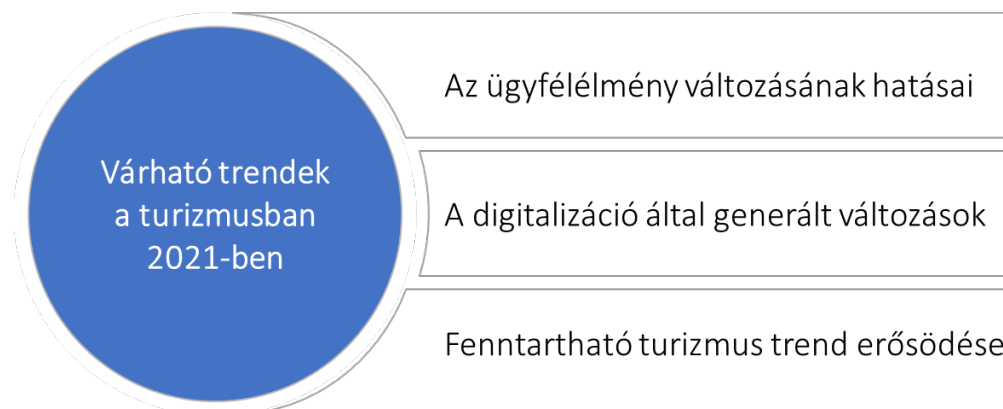
# Hírháttér

## adatok – elemzések – módszerek

Bizakodóan tekintünk a jövőbe és reméljük, hogy a 2020-as év folyamán meghozott intézkedések, valamint a beharangozott védőoltás belátható időn belül pozitív változásokat eredményeznek, ami a turizmusban is érezteti majd kedvező hatását. Ezzel együtt is megmaradnak életünkben a megváltozott hétköznapi szokásaink, az átíródott társasági kapcsolattartási formáink, az otthoni munkavégzés miatt átalakult családi életterünk, a kiemelkedően fontos higiénias előírások, az érintésmentes kapcsolattartási és kiszolgálási modellek, valamint az átalakult és felgyorsult digitális környezet.

Az előttünk álló esztendő számos további változást hozhat. Ezekből három csokorba szedtük a turizmus szakmát érintő jelenlegi trendekre illeszkedő várakozásainkat.

### Várható trendek a turizmusban 2021-ben



Ez évi utolsó Hírháttér elemzésünkben a Covid-19 által generált ügyfélművelés változásokra, valamint a digitalizáció által kiváltott változásokra térünk ki részletesen, míg a fenntartható turizmus témának a jövő év elején szentelünk majd egy önálló elemzést.

## 1. Az ügyfélélmény változásának hatásai

---

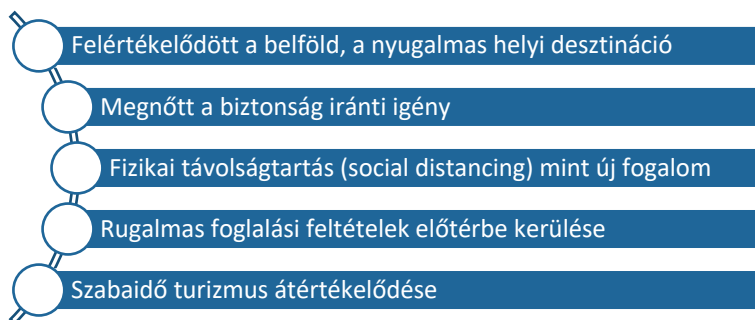
### A COVID-19 által generált változások

---

A turizmus egyike azoknak az ágazatoknak, amelyeket a koronavírus-járvány következményei drasztikusan érintettek. Miközben mindennapjainkban kezdjük megszokni az új normálist, az utazási szokásainkat is átformálják az új trendek.

Az már néhány héttel a korlátozások nyári enyhítése után is látszott, hogy a pandémia nem vette el az emberek felfedezés iránti kedvét, csak teljesen átírta a klasszikus értelemben vett utazás fogalmát.

A COVID-19 által generált változások:



Az elmúlt időszakban tapasztalt változó ügyfél-élmény részleteiről az „Ügyfélélmény változása a turizmusban” e-learning tananyagban tájékozódhat:

([https://ujturizmus.turizmusakademia.hu/sites/ujturizmus/files/2020-11/09\\_Az%20%20C3%BCgyf%20%20C3%A9lm%20%20C3%A9ny%20v%20%20C3%A1toz%20%20C3%A1sa%20a%20turi%20m%20a%20Covid%20ut%20%20C3%A1n\\_0.pdf](https://ujturizmus.turizmusakademia.hu/sites/ujturizmus/files/2020-11/09_Az%20%20C3%BCgyf%20%20C3%A9lm%20%20C3%A9ny%20v%20%20C3%A1toz%20%20C3%A1sa%20a%20turi%20m%20a%20Covid%20ut%20%20C3%A1n_0.pdf))

### Felértékelődött a belföld, a nyugalmas helyi desztinációk

A fokozatos könnyítések a 2020-as év nyarára lehetővé tették az utazás megindulását. A koronavírus-járvány hatására idén nyáron az emberek többsége a biztonságosabbnak vélt belföldi utazás mellett döntött. Felértékelődött a belső turizmus, megerősödtek a hazai értékek. Ez a változás figyelhető meg világszerte, erősek a belföldi üdülést ösztönző állami programok, ami várhatóan 2021-ben is érezteti majd hatását.

Megerősödtek a vidéki turizmus helyszínei, különösen azok a területek és országrészek, ahol eddig az elszigeteltség jelentett kereslethiányt. Ami a járvány előtt ezeknek a helyszíneknek megoldhatatlan kihívást jelentett, az most az elkülönülési vágy, illetve a biztonság miatt a turisták keresett úticélja lett.

Nagy keletje lett a világtól eldugott, kicsi és békés helyeknek a nagy szállodák helyett, az egyszerűbb szállásoknak, így a világ zajától távol levő kunyhók és kalyibák iránt is megnőtt a kereslet.

Csodás helyekre lehet eljutni az ország határain belül is, de ha épp egy utazásmentes hétvégére vágyunk, akkor helyben is rengeteg izgalmas programmal tölthetjük ki a hétvégét. (Forrás: <https://igenyvesferfi.hu/uzlet-siker/ezek-lehetnek-2021-meghatarozo-utazasi-trendjei-az-airbnb-szerint.php>)

Amíg a bizonytalanság fennáll, a belföldi utazás hangsúlyos lesz, a várakozások szerint 2021-ben is a helyi úti célok lesznek a legnépszerűbbek.

---

### Szeresd a hazait!

---

---

## A biztonság és a higiénia fontossága

---

### Megnőtt a biztonság iránti igény

A turizmus bármely területét nézzük a légitársaságoktól, szálloda- és vendéglátóiparon át a körutazásokig a Covid-19 kitörése óta a biztonsági és higiéniai normák a legfontosabb szempontok közé tartoznak. A biztonság iránti igény több területen is változásokat vagy még szigorúbb intézkedéseket indukált, ami hosszú távon is velünk maradhat. Ilyenek például a fokozott takarítás, a megfelelő fizikai távolsággal elrendezett ülések, a kézfertőtlenítő biztosítása és a (kötelező) maszkhordás.

A biztonsági szempontoknak a turisztikai marketingben is kiemelt szerepe van. A turisztikai szolgáltatóknak folyamatosan hangsúlyt kell fektetniük az óvintézkedések kommunikációjára, hogy az érkező vendég biztonságos ott tartózkodása számukra az elsődleges szempont.

### Fizikai távolságtartás (social distancing), mint új fogalom

A megfelelő fizikai távolságtartás rendkívül fontos a vírus tovább terjedésének megakadályozásában. Ezért előírások és rendelkezések születtek mind a munkavégzés, mind a hétköznapi életben való alkalmazhatósággal kapcsolatosan, ami a turisztikai szektort is kihívások elé állította:

- A munkaállomások egymástól 1,5 méter távolságban történő kialakításának szükségessége, valamint
- ahol sorban állás fordulhat elő, ott 1,5 méterenként jól látható jelzéssel kell biztosítani, a várakozó vendégek közötti távolságtartást.

### Rugalmas foglalási feltételek előtérbe kerülése

A nyári újraindulásnál megfigyelhető volt az az új stratégiai szemlélet, melynek keretében a szálláshelyek, a légitársaságok vagy az utazási irodák minél rugalmasabb foglalási feltételeket igyekeztek biztosítani vendégeik számára. Ez várhatóan az elkövetkező időszakban is megmarad. A szolgáltatók abszolút rugalmasságot kínálnak azoknak, akik jegyet, szállást, programot foglalnak – azaz a tervezett programot indoklás nélkül lemondhatják, a befizetett díjat vagy annak értékében egy utalványt kapnak, amelyet egy másik időpontban fel tudnak használni. A kommunikációs stratégiának a jövőben is kiemelt része kell legyen a rugalmas foglalási és lemondási feltételek hangsúlyozása.

(Forrás: [https://uiturizmus.turizmusakademia.hu/sites/uiturizmus/files/2020-11/09\\_Az%20C3%BCgyf%C3%A9l%20C3%A9lm%C3%A9ny%20v%C3%A1toz%C3%A1sa%20a%20turizmusban%20a%20Covid%20ut%C3%A1n\\_0.pdf](https://uiturizmus.turizmusakademia.hu/sites/uiturizmus/files/2020-11/09_Az%20C3%BCgyf%C3%A9l%20C3%A9lm%C3%A9ny%20v%C3%A1toz%C3%A1sa%20a%20turizmusban%20a%20Covid%20ut%C3%A1n_0.pdf)  
[https://uj szo.com/utazz/5-trend-a-jovo-ev-turizmusabol?utm\\_source=website&utm\\_campaign=legfrissebb\\_cikkek](https://uj szo.com/utazz/5-trend-a-jovo-ev-turizmusabol?utm_source=website&utm_campaign=legfrissebb_cikkek) )

### Szabadidős turizmus átértékelődése

A koronavírus-járvány utazási korlátozások bevezetésére kényszerítette az országokat, a vállalkozások otthoni munkavégzésre ösztönzik az alkalmazottakat. Ezek a kényszerű változások az üzleti turizmust, konferenciákat, rendezvényeket különösen rosszul érintették. Az alkalmazott digitális megoldások jelentős költségmegtakarítása várhatóan lassítja az üzleti turizmus újraéledését.

Az ágazatban ezért megfigyelhető a szabadidős turisták felé történő fordulás. Mivel az emberek utazási hajlandósága – és vágya – a járvány ellenére is változatlan, ezért

---

## Rugalmas feltételek

---



---

## Fókuszváltás

---

az olyan turisztikai szolgáltatóknak, amelyek elsősorban az üzleti turizmusban voltak érdekeltek, érdemes megvizsgálni annak lehetőségét, hogyan tudnának, - ha átmenetileg is -, részt venni a szabadidős turizmusban. Ennek során minden valószínűséggel változtatni kell a marketingstratégián és kommunikáción, valamint felül kell vizsgálni az eddigi hirdetési csatornákat is. Vállalkozástól függően a kiválasztott célcsoportok lehetnek családok, párok vagy baráti társaságok, esetleg ezekre a csoportokra szabott csomag-ajánlatok is kidolgozhatók. Célszerű kielemezni, hogy a versenytársak hogyan reagáltak a válságra, és tesznek-e valamit, amiből inspiráció meríthető.

(Forrás: [http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/az\\_ermek\\_iranyitjak\\_most\\_az\\_utazasi\\_dontesekeket](http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/az_ermek_iranyitjak_most_az_utazasi_dontesekeket)  
<https://www.revfine.com/tourism-trends/>)

## 2. Digitalizáció, IoT, mesterséges intelligencia

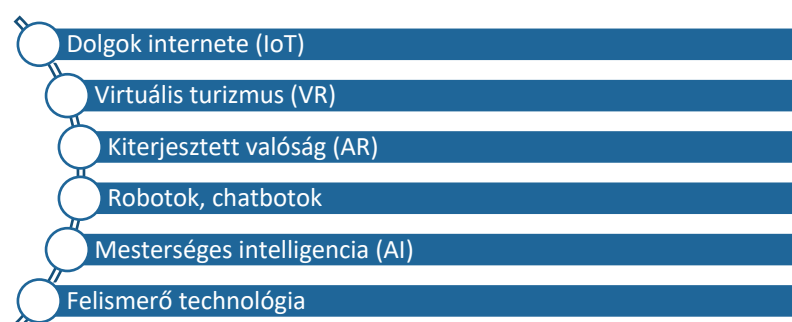
---

### *Digitalizáció a Covid nyertese*

---

A digitális technológiák alkalmazása jelentős átalakulást hozott a turizmusban is, forradalmasítva az idegenforgalmi vállalkozások termék és szolgáltatáskínálatát, az ügyfélkiszolgálás technikáit és a belső vállalati folyamatokat. Az online tér kiterjesztésével az ügyfelek újfajta utazási élményhez jutnak és virtuálisan felkereshetnek korábban elérhetetlen úticélokot is.

A digitalizációra épülő új szolgáltatások:



### Dolgok internetje (IoT, Internet of Things)

Az IoT olyan különböző, egyértelműen azonosítható elektronikai eszközöket jelent, amelyek képesek felismerni valamilyen lényegi információt, és azt egy internet alapú hálózaton egy másik eszközzel megosztani. A fogalom más szavakkal hálózatba kötött „okos” eszközöket takar, amelyek a beépített érzékelőknek és szenzoroknak köszönhetően képesek adatokat gyűjteni, távirányítással működni, mint például a vezető nélküli okos autók.

Az IoT már jelen van a turizmus területén is, és egyre nagyobb helyet követel magának. Okos szobává alakíthatók a hotelszobák internethez kapcsolódó és irányítható küttyük segítségével, mint pl. fűtő- és hűtőberendezések, szórakoztató eszközök és még sorolhatnánk. Az IoT megoldások egy okostelefon segítségével lehetővé teszik, hogy a vendég gyorsan és kényelmesen foglaljon időpontot a spa-ba, vagy uszodában, edzőterembe, szobaszervízt rendeljen, vagy addicionális ágyneműt kérjen a szobába.

### Virtuális turizmus – Virtual Reality (VR)

A virtuális valóságot szimuláló készülékek a közelmúltban váltak olyan fejletté, hogy a felhasználóban valóban képesek azt az érzetet kelteni, mintha a kiválasztott

környezetben lenne. A virtuális valóságot elsőként a szórakoztatóipar kezdte használni, de ma már teret hódít a turizmusban is. A VR az egész környezeti tapasztalatot tudja szimulálni. Egyre több szálloda teszi lehetővé VR applikáción keresztül az érdeklődők számára, hogy virtuálisan megtapasztalják a szolgáltatásait ahelyett, hogy terjengős szövegben mutatná be azt. Így megvalósulhat a „kipróbálok mielőtt lefoglalom” biztonságot adó érzés.

### Kiterjesztett valóság – Augmented Reality (AR)

A kiterjesztett valóság (AR) valamivel szegényebb tapasztalatot nyújt az egész környezetről, viszont nem szükséges hozzá külön készülék, okostelefonon is használható. A technológiát például éttermek használják egy étel bemutatásához. Ehhez kb. 200 fotót készítenek egy adag ételről különböző szögből, és ezt számítógépen 3D szimulációra konvertálják. Hotelek is alkalmazzák már az AR-t a közösségi terek és szobák bemutatására.

További alkalmazási területek: a turista okostelefonján videókat, tájékoztató anyagokat tud lehívni történelmi épületekről, a környékről, ahol éppen van, ötleteket kap merre menjen, milyen egyéb nevezetességek vannak a közelben. Sőt, környékbeli szórakozóhelyek, éttermek érhetőek el, egy klikk segítségével be tudja hívni azok menükínálatát, nyitvatartási idejét vagy akár a sorbaállási időt is. Már múzeumok is használják az AR-t, természetes környezetben bemutatva a kiállítási tárgyaikat.

### Robotok, chatbotok, automatizálás

---

#### *Utazás a jövőbe*

---

Egy nagyon jópofa új jelenség a turizmusban Connie, a Hilton Hotellánc robot concierge „alkalmazottja”. Más hotelek is alkalmaznak robotokat szállodáikban bizonyos recepciós feladatok ellátására, sőt ételt és italt is felszolgálnak már a vendégeknek. A turisták kíváncsi élvezettel figyelek ezt a fajta utazást a jövőbe.

A robotizáció az internetes alkalmazások területén is hódít. Sok turista ma már chatbotokon keresztül intézi foglalását. Mikor az élő ember éppen nem tudja a hívást fogadni, akkor a chatbot lép működésbe. A Chatbotok képesek az emberihez nagyon hasonló beszélgetésre és interaktív kommunikációra valós személy beavatkozása nélkül. Egyszerre korlátlan számú ügyfelet tudnak kiszolgálni, képesek a tanulásra is.

### Mesterséges intelligencia – Artificial Intelligence (AI)

---

#### *Gyors és tanulékony*

---

Alkalmazása egyre több helyen, leginkább a customer service területen tört előre az utóbbi időben. Chatbotok üzemeltetésére, közösségi média platformokon való alkalmazásra, azonnali üzenet alapú kommunikálásra egyaránt alkalmazzák. A mesterséges intelligencia értékes információkat tud adni az érdeklődőknek akkor is, amikor az élő ember nem elérhető. A kliensek egyre gyorsabb és gyorsabb reagálást várnak el az online platformokon, és a mesterséges intelligencia olyan gyorsaságot biztosít e téren, amit élő emberi munkaerővel nem, vagy csak drágán lehetne nyújtani.

### A Felismerő technológia

A felismerő technológia egyre fontosabbá válik a turizmus több területén is. A reptereken például a gyakori utazókat speciális kapukon átmenve felismeri a rendszer az arcukról, vagy arcfelismerő technológia hasonlítja az éppen becsekkoló utazót az útlevelel levő képez. Hotelekben is egyre inkább használják ezt a technológiát, főképp

a hangfelismerő változatát, ahol az okos hotelszobákban ez már egy elterjedt vezérlést támogató módszer.

### 3. Fenntartható turizmus

---

#### *Megerősödő trend*

---

A fenntartható turizmus figyelembe veszi a jelenlegi és jövőbeli gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat, valamint a turisták, az iparág, a környezet és a befogadó közösségek igényeit. Az embereket érdekli, hogyan utazhatnak úgy, hogy szénlábnyomuk a lehető legkisebb legyen. Szemléletünkben növekvő hangsúlya van az öko-barát, környezettudatos viselkedésnek. Az utazók, korosztálytól függetlenül, egyre inkább tudatában vannak a turizmus környezetre, sőt a helyi gazdaságra gyakorolt hatásával is. A fenntartható turizmus 2021-re várt fontosabb elemeivel és azok hatásaival egy következő anyagunkban foglalkozunk majd részletesen.

#### Zárszó

Világszerte nehézségekkel teli üzleti évet tudhatnak maguk mögött a turisztikai vállalkozások. A következő évre való felkészülésben nemcsak az elmúlt év tapasztalatainak a kiértékelésére, hanem jól tájékozottágra és minél szélesebb körű tudásbázis megszerzése van szükség.

Cikksorozatunkkal azt a célt tűztük ki magunk elé, hogy ebben a felkészülésben nyújtsunk segítő kezet a turisztikai szakma érdeklődői számára. Most talán még inkább igaz, hogy a tudás hatalom és megszerzésével megteremthetjük a sikeres vállalkozás alapfeltételeit.

Az alapos felkészülés és a bemutatott példák értelmezése hozzásegítheti az Ön vállalkozását is egy sikeres stratégia kialakításához az előttünk álló kihívásokkal teli időszakra.

Tisztában vagyunk azzal, hogy óriási mennyiségű információ érhető el különféle forrásokból és igen sok az ellentmondásos üzenet is, ezért elengedhetetlen, hogy szakmailag hiteles információforrásokból tájékozódjunk. A Turizmus Akadémia keretei között az alábbi alkalmazásokkal, online oktatási formákkal és turisztikai podcastokkal kívánjuk támogatni a turisztikai szakma minden szereplőjét:

---

#### *Kink ajánló*

---

Belföldi Trendek - [Trendek | Új Turizmus \(turizmusakademia.hu\)](#)

Tudástár - [Tudástár | Új Turizmus \(turizmusakademia.hu\)](#)

E-learning oktatási anyagok - [E-Tananyagok | Új Turizmus \(turizmusakademia.hu\)](#)

Podcast - [Podcast \(gov.hu\)](#)

**NIBADA**  
ANALYTICS

Szerzők

Domokos Imola ([imola.domokos@nibada.net](mailto:imola.domokos@nibada.net))

Gál Krisztina ([krisztina.gal@nibada.net](mailto:krisztina.gal@nibada.net))

Kun Zsuzsanna ([zsuzsa.kun@nibada.net](mailto:zsuzsa.kun@nibada.net))