Desztinációfejlesztési stratégia

GYULA ÉS TÉRSÉGE TURISZTIKAI TÉRSÉG



Magyar Turisztikai Ügynökség

Desztinációfejlesztési stratégia



MAGYAR
TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG





1.

Bevezető





1.1 Előzmények

A Magyar Turisztikai Ügynökség (továbbiakban: MTÜ) megalakulásával az állami turizmus irányítása alapjaiban változott meg, **a korábbi kommunikációs feladatok mellé a szervezet fejlesztési feladatokat is kapott, a gondolkodás alapját képező régiókat felváltották a desztinációk, másnéven kiemelt turisztikai fejlesztési térségek, ma már turisztikai térségek.** A versenyképes értékesítés alapja a kiemelkedő termékalap és a megfelelő pozicionálás, mely utóbbi tevékenységet az MTÜ egységes módszertan mentén GINOP forrás bevonásával 2018. évben kezdett meg.


OVAE SVRSVM SVNT OVAERITE.



1.2. Tanulmány célja – kapcsolódás a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 dokumentumhoz

Jelen stratégia a Gazdaságfejlesztési Operatív Program (továbbiakban: GINOP) 1.3.4-17 konstrukció számú pályázati felhívás keretében készült az MTÜ megbízásából. Célja az MTÜ által lehatárolt és a Kormány által elfogadott turisztikai térségek 2020-2030 évekre vonatkozó desztinációfejlesztési irányainak kijelölése, a térség turizmusban betöltött szerepének, pozíciójának meghatározása. **A desztinációfejlesztési stratégia kereteit az NTS 2030 általános céljai és eszközrendszere határozza meg, annak nemzeti szintű beavatkozási logikáját hozza le a desztinációk és vonzerők szintjére.**


OVAE SVRSVM SVNT OVAERITE.



1.3. A stratégiát meghatározó felvezető gondolatok

1.3.1. Desztinációk lehatárolása

A 2016. évi CLVI. törvény alapjaiban változtatta meg a turizmus fejlesztéséről és kommunikációjáról való gondolkodást. Míg a 2016. évet megelőzően a nemzeti turizmusért felelős állami szervezet (Magyar Turizmus Zrt.) kizárólag marketing és azon belül is jellemzően kommunikációs típusú feladatokat látott el és azokat egy adminisztratív szintre (régiókra) delegálta, addig **az új gondolkodás alapján a desztinációk kerültek előtérbe. Azaz a régiók és adminisztratív határok helyett turisztikailag egységes fogadóterületek kerültek lehatárolásra,** melyek kiemelkedő vendégforgalommal rendelkeznek vagy olyan potenciállal bírnak, hogy az azok iránti kereslet rövidtávon jelentősen növelhető. **A földrajzi lehatárolás mellett a korábbi marketingfeladatokat kiegészítette a stratégiai tervezés mint alapfeladat, mely lehetővé teszi az egyes desztinációk komplex fejlesztését,** a vonzerő meglététől a termékfejlesztésen át a kommunikációs feladatokig. A Kormány ezen komplex feladatok ellátásával a Magyar Turisztikai Ügynökséget bízta meg.

A törvény értelmezésében a turisztikai térség (desztináció) „olyan földrajzilag körülhatárolható, beazonosítható területrész, amely a turisztikai kínálati piacon egységes fogadóterületként jeleníthető meg, épített környezeti, természetföldrajzi vagy kulturális értékek tekintetében összefüggő elemek alkotják, ezért egységes koncepcióban történő tervezéséhez, fejlesztéséhez és térségi turisztikai márka kialakításához országos érdek fűződik.”

A jogszabályban foglalt feladatok mentén **a Kormány 2020 őszéig 5 kiemelt turisztikai fejlesztési térséget határolt le, majd ezt követően további 6 turisztikai térséget nevesített,** egyes desztinációk esetén az eredeti települési lehatárolást némiképp módosítva. A korábbi Kormányrendelet és Kormányhatározatok, illetve az MTÜ szakmai előkészítése alapján az alábbi lehatárolások voltak érvényben:

1. **Balaton**
   (a 429/2016 (XII.15.) Kormányrendelet alapján 174 települést érintve)
2. **Debrecen, Hajdúszoboszló, Hortobágy és Tisza-tó**
   (az 1522/2017 (VII.14.) Kormányhatározat alapján 27 települést érintve)
3. **Dunakanyar**
   (az 1550/2017 (VIII.18.) Kormányhatározat alapján 70 települést érintve)
4. **Gyula-Békéscsaba**
   (az MTÜ szakmai előkészítő anyaga alapján 2 települést érintve)
5. **Mátra-Bükk**
   (az MTÜ szakmai előkészítő anyaga alapján 44 települést érintve)
6. **Pécs-Villány**
   (az MTÜ szakmai előkészítő anyaga alapján 22 települést érintve)
7. **Sopron-Fertő**
   (a 429/2016 (XII.15.) Kormányrendelet alapján 15 települést érintve)
8. **Szeged-Makó**
   (az MTÜ szakmai előkészítő anyaga alapján 6 települést érintve)
9. **Szigetköz-Győr-Pannonhalma**
   (az MTÜ szakmai előkészítő anyaga alapján 21 települést érintve)
10. **Tokaj, Felső-Tisza és Nyírség**
    (a 429/2016 (XII.15.) Kormányrendelet alapján 104 települést érintve)

A turisztikai térségekkel kapcsolatos tevékenység következő lépését a korábbi 429/2016-os Kormányrendelet módosítása jelentette. A módosított rendelet a korábbi rendelkezéseket hatályon kívül helyezte, így a jelenleg érvényben lévő 429/2020 (IX.14.) Kormányrendelet definiálja az egyes turisztikai térségekbe tartozó települések listáját:

1. **Balaton turisztikai térség**
   (az eredetihez képest 3 településsel – Herend, Kislőd, Zirc – bővült)
2. **Sopron-Fertő turisztikai térség**
   (az eredetihez képest a térségből kikerült Bük és Zsira település)
3. **Bük-Sárvár turisztikai térség**
   (új térség 22 településsel, többek között Bükkel és Zsirával)
4. **Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség**
   (az eredetihez képest 16 településsel bővült)

   4.a. Tokaj térsége
   4.b. Felső-Tisza térsége
   4. c. Nyírség térsége
5. **Mátra-Bükk turisztikai térség**
   (az eredeti lehatároláshoz képest 4-gyel kevesebb település)

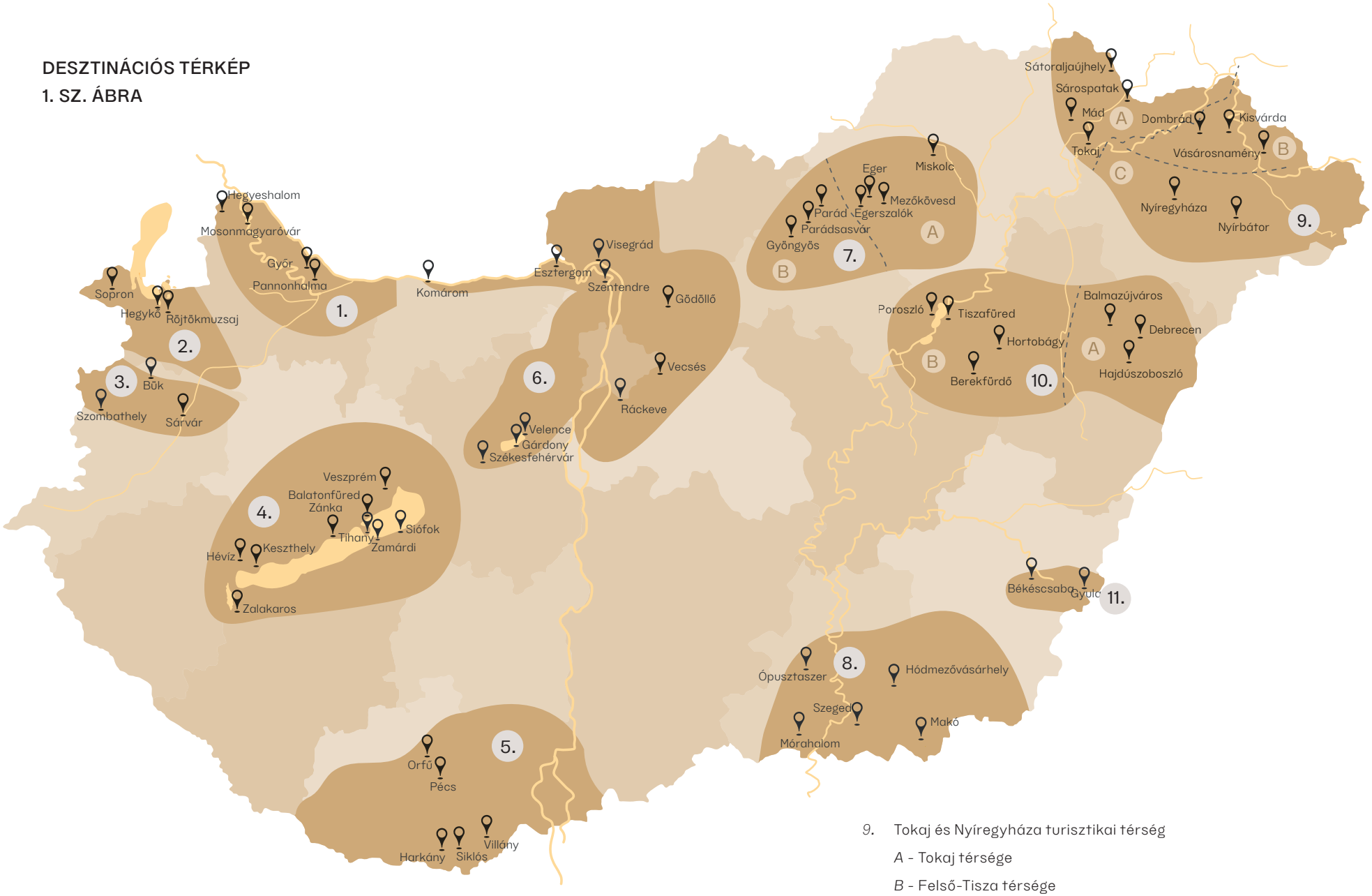
   5.a. Bükk térsége
   5.b. Mátra térsége
6. **Gyula és térsége turisztikai térség**
   (az eredeti lehatárolással megegyező)
7. **Győr-Pannonhalma turisztikai térség**
   (az eredeti lehatárolással megegyező)
8. **Szeged és térsége turisztikai térség**
   (az eredetihez képest 1 településsel, Sándorfalvával bővült)
9. **Pécs-Villány turisztikai térség**
   (a településszám nem változott, de 3 település módosult)
10. **Debrecen és térsége turisztikai térség**
    (az eredeti lehatárolással megegyező)

    10.a. Debrecen – Hajdúszoboszló térsége
    10.b. Tisza-tó – Hortobágy térsége
11. **Budapest környéke turisztikai térség**
    (új, 133 településből álló térség, amely magában foglalja a korábban Dunakanyarként nevesített desztináció 70 települését)

A 429/2020. (IX.14.) Kormányrendelet a térségek bővítésén, települési lehatárolásának módosításán túl megszüntette a kiemelt turisztikai fejlesztési térség meghatározást, elnevezést, és korlátozta azt turisztikai térségekre, melyek között a legjelentősebb módszertani különbség, hogy nem fejlesztési térségként tekint rá a jövőben, hanem elsődlegesen kommunikációs aktivitásban megmutatkozó egységes fogadóterületként, ennek kialakítása válik a jövőben hangsúlyossá.

Budapest mint kiemelt fogadóterület kérdéseivel a térségi desztinációs stratégiák csak témaspecifikusan foglalkoznak (kapcsolódási pontok, eltérések és egyedi érvényesítendő szempontok), **a Budapesttel kapcsolatos szakmai célok és az ahhoz kapcsolt eszközrendszer** – a téma kiemelt fontossága okán - **a vidéki desztinációk programjait követően a Budapest turizmusában értintett szereplők bevonásával közösen kerülhet kialakításra.**

DESZTINÁCIÓS TÉRKÉP
1. SZ. ÁBRA



1. Győr - Pannonhalma turisztikai térség
2. Sopron - Fertő turisztikai térség
3. Bük - Sárvár turisztikai térség
4. Balaton turisztikai térség
5. Pécs – Villány turisztikai térség
6. Budapest környéke turisztikai térség
7. Mátra - Bükk turisztikai térség
   - *A* - Bükk térsége
   - *B* - Mátra térsége
8. Szeged és térsége turisztikai térség
9. Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség
   - *A* - Tokaj térsége
   - *B* - Felső-Tisza térsége
   - *C* - Nyírség térsége
10. Debrecen és térsége turisztikai térség
    - *A* - Debrecen-Hajdúszoboszló térsége
    - *B* - Tisza-tó - Hortobágy térség
11. Gyula és térsége turisztikai térség

A fentiekben leírt, törvényben is megjelent desztináció fogalma alapvetően megegyezik a turizmusban is használt alapfogalommal, melynek lényege, hogy az adott térség földrajzilag egységes fogadóterület legyen. **Miben más mégis az MTÜ által nevesített térségek sora? Az általános definíció mellett a lehatárolás során az alábbi kiegészítő gondolatok voltak meghatározók:**

- olyan földrajzilag összekapcsolódó terület, ahol **jelentős vendégforgalom realizálódik, azaz ma is kiemelkedő kereslet mutatkozik iránta** (több, mint 600 e vendégéjszakával rendelkezik),
- olyan térség, ahol, ha **a kereslet jelenleg ugyan nem éri el a 600 e vendégéjszakát, de annak fejlesztéséhez stratégiai érdek fűződik** (annak vitathatatlan nemzeti értéke kapcsán, pl. Tokaj, Pannonhalma mint világörökségi helyszínek),
- a települések, térségek összekapcsolásával **kialakuljon mind a kínálatban, mind az alapinfrastruktúrában az a kritikus tömeg és sokszínűség, melyek fejlesztéssel (rövid- vagy középtávon) nemzetközi szinten is versenyképessé tehető,**
- **egy-egy földrajzilag is könnyen körbejárható területen a kínálati elemek** megléte (nemzetközi/országos/regionális jelentőségű vonzerők darabszáma, sűrűsége és azok kapcsolatai) eléri azt a kritikus tömeget, mely **megfelelő módon turisztikai termékké fejleszthető,** és többnapos tartózkodást tesz lehetővé a belföldi piacon.

Az ezen logika mentén történő desztinációs lehatárolás ma a Magyarországon realizált kereskedelmi szálláshelyi vendégforgalom több mint 86%-át fedi le (a Budapesten kívüli vendégforgalom több mint 80%-át), azaz minden olyan térség, mely kiemelt vendégforgalommal bír, bekerült nevesített térségek közé.

Mit jelent, ha egy település nincs a lehatárolt térségek között?

A desztinációs logika nem azt jelenti, hogy egy-egy település vagy térség csak akkor tud „látható" lenni a turisztikai térképen, ha kormányrendeletben nevesítésre került. A desztinációkban történő gondolkodás annak optimalizálása, hogy **a nemzeti turisztikai célok** (végső soron a turizmusból származó bevételek növekedése, a meghatározott foglalkoztatási szándékok és a NTS2030-ban nevesített közvetlen és horizontális célok) **minél hatékonyabban elérhetők legyenek**, azaz elsősorban ott érjünk el vendégforgalom és/vagy költés növekedést, ahol kisebb ráfordítással, azaz nagyobb hatékonysággal ez megtehető. **A térségi gondolkodás az együttműködés magasabb szintje, mely ott valósítható meg hatékonyan, ahol ehhez megfelelő alap áll rendelkezésre.**

Területfejlesztési szempontokat figyelembe véve **a hazai területek, térségek, települések eltérő érettségi szakaszban vannak a turizmus fejlettségi szintjét vizsgálva. Ennek alapján megkülönböztethetünk:**

1. **kiemelkedő vendégforgalommal bíró, nemzetközi keresletet is generáló desztinációt** (Budapest), amely önmagában is – akár távolabbi piacokat is megszólítani képes – komplex vonzerővel rendelkezik, **melynek versenytársai a regionális vagy globális élmezőnybe tartoznak**,
2. **kiemelkedő vendégforgalommal rendelkező, de jobbára belföldi keresletet generáló desztinációt** (Mátra-Bükk, Balaton, Debrecen és térsége, Budapest környéke, Bük-Sárvár), **ahol a piaci alapú működéshez és a nemzetközi értékesíthetőség erősítéséhez szükséges sikertényezők** (meglévő termékalap, vonzerők, szálláshelykapacitások és azok minősége, ismertség és márkaérték) tudatos és koncentrált – termék-, infrastrukturális- és humán - beavatkozással **rövidtávon biztosíthatók.** Ezek a térségek tudnak legnagyobb valószínűséggel a nemzetközi piacon is versenyképesen helyt állni,
3. **az országos teljesítményt meghatározó mértékben befolyásoló vendégforgalommal rendelkező turisztikai térséget**, kiemelkedő turisztikai vonzerővel (Pécs-Villány,

Gyula és térsége, Szeged és térsége, Győr-Pannonhalma, Sopron-Fertő, Tokaj-Nyírség), **ahol a piaci alapú működéshez és a nemzetközi értékesíthetőség erősítéséhez szükséges sikertényezők** (meglévő termékalap, vonzerők, szálláshelykapacitások és azok minősége, ismertség és márkaérték) tudatos beavatkozással **középtávon biztosíthatók,**

4. **olyan települést, melynek vendégforgalma** (magyar viszonylatban) **számottevő, azonban térségi szinten nem rendelkezik olyan komplex kínálati struktúrával, mely desztinációként értékesíthető** (pl. Pápa, Szarvas), ugyanakkor rövid- és középtávon a belpiaci értékesíthetőség erősítése reális cél lehet,
5. **olyan települést, mely a környezete nélkül, önállóan meghatározó vendégforgalommal rendelkezik egy-egy önmagában turizmust generáló tényezőnek** (pl. figyelemre méltó szálláshely vagy speciális forgalmat generáló üzleti környezet) **köszönhetően, de még belföldi összehasonlításban sincs jelentős nagyságrendű szabadidős turisztikai vonzereje** (Kecskemét, Kaposvár, Zalaegerszeg), ugyanakkor a belföldi kereslet erősödésével és az utazó közönség létszámának bővülésével középtávon jelentős turisztikai szerephez juthat,
6. olyan települést, mely tágabb környezete nélkül önállóan meghatározó vendégforgalommal rendelkezik egy-egy pontszerű attrakciónak köszönhetően (Hollókő, Lenti, Bikal, Kiskunmajsa) és amelynek jelentős szerepe van a helyi gazdaság erősítésében.

A fenti kategóriák definiálása azért fontos, mert **ezek a területek eltérő beavatkozási logikát és eltérő fejlesztési forráskihelyezést igényelnek. A fejlett térségekben a meglévő kapacitásokat kell fejleszteni, nemzetközi szinten versenyképessé tenni, a fejletlenebb térségeket pedig alapinfrastrukturális szinten szükséges megerősíteni, szem előtt tartva a kereslet bővüléséből származó tényleges turisztikai potenciált. Minden térség esetében** – figyelembe véve az adottságait és növekedési lehetőségeit vagy céljait - **a saját magához képest való előrelépés a cél, nem szabad a kínálati és fejlettségi színvonal homogenizálásának hamis illúzióját kergetni.**

Az MTÜ a fentieket mérlegelve **a Kisfaludy Program meghirdetésével egyszerre tette lehetővé, hogy az általa elérhetővé vált források szolgálják az alapvető desztinációs logikán alapuló fejlesztési célokat** (koncentrált fejlesztések, versenyképesség növelése, új piaci igényeknek való megfelelés előmozdítása), oda csoportosítva a jelentős forrásokat, ahol a legjobban hasznosulnak (amelyek a turisztikai versenyképesség javulását a legnagyobb határhaszonnal biztosítják), **ugyanakkor ezzel párhuzamosan támogatja az ország teljes területén a turisztikai alapinfrastruktúra általános minőségi fejlesztését** (panziók, üzleti célú egyéb szálláshelyek, strandok). **Azaz egyszerre próbálja fejleszteni a lehatárolt és a nem lehatárolt területeket is,** utóbbiakat fejlesztést követően egy további rendeletmódosítással integrálva egy már meglévő desztinációba vagy újat létrehozva. Az **MTÜ** a Kisfaludy Programmal és a szakpolitikai felelősséggel általa irányított GINOP 7-es beavatkozási konstrukciókkal az **országos és desztinációs versenyképességre fókuszál,** megtartva **a helyi döntéshozók felelősségét a szintén jelentős TOP-os turisztikai források tervezésében, allokációjában és hatékony felhasználásában.**

1.3.2. A stratégia készítését közvetlenül meghatározó alapgondolatok

Mit értünk desztinációfejlesztési stratégia alatt?

A desztináció fejlesztésére irányuló stratégia elkészítése előtt a legfontosabb tisztázandó fogalomkör, hogy mit értünk „fejlesztés” szó alatt, hiszen jellemzően ezen szó hallatán mindenki nagyszabású beruházási projektekre asszociál, ugyanakkor jelen esetben erről egyáltalán nincs szó. A dokumentumnak nem célja és nem

feladata projekt szintű javaslatok meghatározása, beruházási igények definiálása. A stratégia alapvetően egy keretdokumentum, mely meghatározza azokat az irányokat, melyek mentén haladva a térség elérheti a térségi céljait (nem az egyéni települési célokat!).

Vagyis a desztináció fejlesztési stratégia elkészítésének célja elsődlegesen az újonnan lehatárolt térségek közös céljainak definiálása, az együttműködési keretek meghatározása, legyen szó a szolgáltatók, turisztikai szereplők együttműködési készségének fejlesztéséről vagy térségi szervezetek létrehozásáról. Mindez támogatja a desztinációs identitás megszilárdulását, az együttműködések kialakítását, a desztinációs üzemméret értelmezését és megadja az alapokat a márkázási és pozícionálási stratégiához.

A helyzetértékelés eredménye és az elmúlt évek szakmai munkája, az elkészült elemző tanulmányok mindegyike a térségekben azonos problémákat mutat, melyek hangsúlyosan az együttműködési készség hiánya, a kommunikáció hiánya és a nem megfelelő szolgáltatási minőség (attrakciók, fogadó infrastruktúra, települési környezet) biztosítása, a versenyképesség elveszítése, melyet a humánerőforrás problémaköre csak tovább mélyít. A versenyképesség megőrzése és/vagy javítása érdekében a turisztikai térségek elsődleges feladata a humánerőforrás fejlesztése (képzésekkel, szemléletformáló rendezvényekkel), a turisztikai szolgáltatók, mint tulajdonosok tudásának bővítése (képzésekkel, szemléletformáló rendezvényekkel), termékfejlesztés (meglévő kínálat szolgáltatási struktúrájának szükségszerű átalakítása, bővítése, szolgáltatási minőség javítása), együttműködési készség erősítése, keresztértékesítés fejlesztése. Természetszerűen szükséges a térségekben a meglévő vonzerők infrastrukturális fejlesztése, a kapacitások bővítése is, ugyanakkor ezek részben saját erőből megvalósíthatók, részben pedig pályázatok útján tudatos tervezést követően.

Gazdasági racionalitás

A stratégia készítése során a tanulmány ívét és logikáját alapvetően meghatározta a sokszor hangoztatott gondolat, hogy a turizmus alapvetően üzlet, vagyis a cél, hogy a szektorban működő szolgáltatások összessége a gazdasági racionalitás elvét követve fenntartható módon működjön. Természetesen a turisztikai vonzerők és attrakciók között találhatunk ingyenes természeti látnivalókat és kulturális attrakciókat, melyek nem képesek önfenntartóak lenni, azonban ezeknek nem is csupán turisztikai funkciójuk van, hanem szabadidős, jóléti és közművelődési is. A szálláshelyek, turizmusra épülő vállalkozások (kerékpáros szolgáltatók, hajózás, túravezetők, idegenvezetők, utazási irodák, stb.) viszont tisztán üzleti céllal jönnek létre, ahol kulcsfontosságú a gazdasági fenntarthatóság, melyet megfelelő bevétel mellett képesek biztosítani. A mai turisztikai vállalkozások jelentős része nem tudja kigazdálkodni a megújulását szolgáló fejlesztési tartalékot, támogatás hiányában így folyamatosan veszít versenyképességéből. A piaci fenntarthatóságot a megfelelő kereslet tudja garantálni, mely egyrészt következik a mennyiségből (vendégforgalom) és a költés nagyságából.

A fenti logikán alapulva jelen anyagban azon célközönség kerül fókuszba, aki részese a turizmusnak, megfelelő diszkrecionális jövedelemmel rendelkezik és feltételezhetően megszólítható a belföldi kínálattal. Vagyis célcsoport szempontjából jelen stratégiában nem hangsúlyos a szerepe a napi látogatóknak, a szociális üdültetésben résztvevő közönségnek vagy az alacsony költési hajlandósággal rendelkező szegmensnek.

1.3.3. A turizmusban használt fogalmak és definíciók tartalmi meghatározása

A desztinációk keresletének és kínálatának elemzése előtt fontos, hogy tisztában legyünk a stratégia során használt fogalmak valós jelentésével, a korábbi módszertani/keresleti meghatározások újszerű megközelítésével. Ez szükséges ahhoz, hogy a desztinációfejlesztési stra-

tégiát olvasók ugyanazon fogalom alatt ugyanazt értsék, segítve a „szakmai mellé- és elbeszélés” elkerülését.
Az elmúlt évek során elkészült, az országos keresletet és kínálatot általában és témaspecifikusan is feldolgozó, a desztinációk pozicionálását előkészítő MTÜ által megrendelt tanulmányok, kutatások és anyagok felhívták arra a figyelmet, hogy **az eddigi sémák, definíciós megközelítések nem fedik a teljes valóságot, nem teszik lehetővé a megfelelő és pontos megállapítások megtételét és ezáltal a megfelelő stratégiai irányok meghatározását. Ez a dinamikusan és gyorsan változó fogyasztói környezetnek, az egyre könnyebben elérhető akár távoli desztinációk megismerésének és a digitalizációnak köszönhető, melyek állandó hatással vannak a turisztikai folyamatokra.**

A minőségi turizmus céljai és a minőségi turista keresése

Az elmúlt évtized szakmai diskurzusának központjában a „minőségi turizmus” feltételeinek megteremtése és a „minőségi turista” megszólítása volt. Ismerjük ezen fogalmak pontos tartalmát? Ki a minőségi turista ellentétpárja, az igénytelen turista? Ha egyértelmű a fogalom lényege, akkor konszenzus van abban, hogy kit is keresünk (szezonálisan, desztinációnként vagy attrakciónként/szolgáltatónként)? Aki sokat költ? Aki nagy autóval érkezik, de a fűre parkol? Aki sokáig marad vendégként? Aki figyelemmel van a többi vendég pihenésére? Aki szülőként rászól a viselkedni nem tudó gyermekére? Aki nem tonnányi vacsoraadaggal visz be minden este tízezer kalóriát a svédasztalról? Aki megtartja a szaunaetikettet? Aki megértette, hogy a „vendég” pozíció nem a „bármit megtehetek” felhatalmazást biztosítja?

Ezzel csak arra szeretnénk felhívni a figyelmet, hogy ahogy a rugalmasan változó kínálat sokszínű és végtelen féle vendégigény kielégítésére képes, úgy a vele szembeni kereslet is heterogén és nem köthető egy szubjektív fogalmi meghatározáshoz („minőségi”).
A minőség fogalma mindenki számára más és más, függően az életkortól, az élettapasztalattól, átfogóan az eltérő élethelyzetektől. A minőség érzete ugyanakkor minden vendég számára fontos, hiszen ez része az élményígéret valóra váltásának vagy meghaladásának. Vagyis egyszerre igaz, hogy a minőség ugyan egy szubjektív kategória, de a magas minőség fogalmát – mi szakmabéliek – a tartalom pontos meghatározása nélkül is célként tudjuk meghatározni és a szakmai diskurzusnak egyértelműen központi eleme.

Négyévszakos kínálat – négyévszakos kereslet

A térségek keresletének meghatározása során fontos megállapítást jelent általában, hogy egy térség mennyire kitett a szezonális ingadozásnak (mennyire „négyévszakos”) és ez alapvetően megoldandó feladatként jelentkezik minden stratégiában.
A mi megközelítésünk ezzel részben ellentétes. **Nyilvánvalóan van egy egészséges főszezoni kicsúcsosodás minden térségben,** hiszen ez az az időszak, amikor az időjárás kedvezőbb, továbbá a szabadidő lehetőségek is adottak az iskolai szünetek okán (ez hasonlóan van Magyarország minden tényleges turisztikai versenytársa esetében is).
A pihenés, mint motiváció pedig minden lakosnál, családnál létezik, az utazási döntést és választást pedig jellemzően az anyagi erőforrások korlátozzák. Tehát az, hogy a nyári (iskolai szünettel és szabadságolásokkal bíró) időszakban megjelenő kereslet magasabb, mint a többi időszakban, nemcsak itthon természetes. **Az egész évben azonos kereslettel bíró térségek illúziója téves út a desztinációk fejlesztése kapcsán. A négyévszakos kereslet fenntartása és a főszezonon kívüli kereslet élénkítése sokkal inkább a desztinációk egy részterületére korlátozódik, mintsem annak egészére.** Azaz minden desztinációnak vannak egész évben működő szolgáltatásai és szezonálisan működő egységei (és ennek megfelelően tökéletesen vagy korlátosan kielégíthető célcsoporti igényei) is. **A feladat**

ezek megfelelő egyensúlyának megtalálása, illetve a desztinációk fenntarthatóságának biztosítása a nyári kiemelkedő vendégforgalom időszakán kívül is.

A négyévszakos kínálatról alkotott általános képet még árnyalja az a gondolat is, hogy a desztináció kínálata milyen célközönséget szólít meg, azaz jellemzően milyen motivációval érkeznek a vendégek, és számukra az adott termékkörben található-e egész évben elérhető szolgáltatás. Konkrétabban pl. egy egészségturisztikai térségben a fürdőzés és gyógyászati szolgáltatás egész évben elérhető, tehát a gyógyulni vágyó idősebb korosztály számára négyévszakos a desztináció, azonban pl. egy kerékpározni vágyó fiatalabb korosztálynak csak három évszakban tud reális alternatívát jelenti. Azaz **a négyévszakosságot meghatározza a desztináció termékalapja, a desztinációt felkereső célcsoportok fő motivációja és ezáltal az életkora is.** Megfordítva ezt a gondolatsort vannak olyan célcsoportok, melyek számára egy desztináció egész évben meghatározó és vannak, amelyek csak szezonális érdeklődést mutatnak, hiszen számukra nincs téli kínálati alternatíva.

Célcsoport lehatárolás

A fogyasztói szokások dinamikus változása egyre inkább szorgalmazza a tankönyvekben ma is létező célcsoport szegmentáció átértékelését. Ma részletes kutatási eredmények nem állnak rendelkezésre, ugyanakkor a szakmai konzultációk, valamint az MTÜ utastípus kutatásának eredménye részben igazolják ezen fogyasztói minták változását. **A klasszikus célcsoport lehatárolás hármasa, a földrajzi, motivációs és korosztály szerinti kategorizálás nem fedik már le a mai kor keresleti attitűdjeit, önmagukban nem segítik a megfelelő marketingcsatornák és eszközök kiválasztását vagy a fejlesztési irányok meghatározását.**

A három szegmentációs típus közül a földrajzi lehatárolás talán még a leginkább valós szegmentáció, hiszen az általunk megfogalmazott hipotézis alapján (melyet az NTAK adatai alá is támasztanak) az adottságoktól függően **egy belföldi desztináció jellemző küldőterülete annak 200-250 km-es** (belföldi vagy külpiaci) **körzete vagy onnan maximum 2,5-3,5 órányi autóútra lévő területek összessége, kiegészülve a fővárossal és Pest megye küldőterületeivel.**

A földrajzi megközelítést **azonban a külpiacok tekintetében** is **újra kell értelmezni**, hiszen az, hogy a szomszédos országból jelentős számú vendégforgalom mutatható ki, az nem feltétlenül jelent valós nemzetközi keresletet, főleg a határmenti területek számára. Hiszen utóbbi esetében ezek **ugyanúgy a néhány órás távolságra fekvő küldőterületek regionális** (vagy akár határtelepülés esetén lokális) **keresletének tudhatók be, viselkedési mintában inkább működnek belpiacként, mintsem valóban nemzetközi keresletként.**

A küldőterületek és földrajzi lehatárolás kapcsán részletezni szükséges azt is, hogy egy adott ország mely részéből érkeznek a vendégek, hiszen nem a teljes osztrák, cseh vagy német terület jelent valós küldőpiacot, hanem azoknak egy-egy (közeli) tartománya, régiója vagy talán még ennél is kisebb területi egysége.

A motivációra alapozott szegmentáció tekintetében szintén teljesen új alapokat érdemes teremteni, hiszen a **terméktípusokra alapozott motivációk** (kulturális, aktív, egészség, bor, gasztro) **tiszta motivációként nem (vagy csak szűk körben) értelmezhetők.** Ráadásul egyes kategóriák mögött számtalan altípus fedezhető fel.

Például a tiszta kulturális motivációjú turista majdhogynem egy nem létező fogalom, hiszen a Schönbrunni- vagy Versailles-i kastély látogatóinak többsége nem (mély) kulturális motivációval érkezik, hanem kötelező látnivalóként kipipálja a 40 perces (Neuschwanstein esetében a 25 perces!) látogatói útvonal tömegben történő bejárásával az attrakció felkeresését. Valós és komoly kulturális érdeklődés nem övezi (és a látogathatóság-látogatómenedzsment feltételei miatt nem is övezheti) ezeket a látogatásokat, de ugyanez elmondható számos, nagy népszerűségnek örvendő kulturális attrakcióról is.

Ugyanez elmondható az aktív turistáról is, aki egy desztinációt nem kirándulási céllal keres fel, azonban szívesen ütemez be egy egy-két órás sétát vagy kilátó meglátogatását.

Ráadásul a direkt motivációval érkező turisták száma jóval alacsonyabb (aki csak kirándul, vagy csak kerékpározik), mint akik az utazásuk során egyébként szabadidős lehetőségként igénybe veszik az aktív vagy kulturális turisztikai kínálatot. A kevés klasszikus kerékpáros turista mellett sok turistáról beszélhetünk, aki szabadideje tartalmas eltöltése során kerékpározik és ugyanazon alapinfrastruktúrát használja és szolgáltatást vesz igénybe.

A fenti motivációs szegmensek közül **a legerősebb (és talán egyedüli) kivételt egyrészt a tényleges betegséget megszüntetni célzó gyógyulási célú turizmus jelenti.** Itt az utazási cél direkt (betegség, amelyet gyógyítani szeretne a vendég), a helyszínválasztás (vagy azok elvi alternatívája) igazodik a gyógyuláshoz szükséges tényezők elérhetőségéhez, időtartama pedig a kúra időigényéhez. Hasonlóan viselkedik **az üzleti célú turizmus is,** ahol az utazást nem szabadidős-pihenési, hanem egy konkrét gazdasági célt támogató motiváció határozza meg, meghatározva ezzel az utazás célállomását is.

Azon utazási motivációt, mely kifejezetten gyógyulási, üzleti vagy a fentiekben részletezett tiszta motivációnak köszönhetően merül fel, a későbbiekben direkt motivációnak nevezzük.

A fentieken leírtak mellett (azt nem cáfolva, pusztán árnyalva) az utazói döntéshozatalban **a fogyasztói „termékalapú" motivációnak jelentősége van.** Tudom, hogy mit keresek, meghatároztam, hogy milyen élményigéret valóra váltását várom az utazástól, ismerem, hogy körülbelül mennyit szeretnék az utazásra időben és pénzben fordítani, majd a rendelkezésemre álló információk alapján választom ki a desztinációt. **Az utazást követően pedig értékelem, hogy az előzetesen megfogalmazott feltételezéseim beigazolódtak-e. Termékfejlesztői oldalról pedig akkor végiggondolt a fejlesztési beavatkozás, ha pontosan tudom, hogy milyen konkrét fogyasztói igény kielégítését szeretném elérni.**

A harmadik, **korcsoport szerinti szegmentáció ugyan fontos, hiszen az életkorból fakadóan vannak eltérő szükségletek, azonban ezek már nem köthetők egyértelműen egy adott motivációhoz,** hiszen a rendezvényeket (akár egy trendi fesztivált is gyerekek és szülők) együtt is látogatják, de a kerékpározás sem életkortól függ. Így korcsoport alapján nehezen meghatározható egy-egy desztináció célközönsége, hiszen a kínálati sokaság okán minden korcsoport megtalálja a számításait. Természetesen mikrotérségi vagy egy-egy kínálati elem szintjén jobban alkalmazható ezen típusú szegmentáció, sőt **zavaró is lehet, ha egy adottságai alapján egy-egy korosztályt (akár nemzetközi szinten is) direkt módon megszólítani képes település vagy térség inkább a „mindenki a célcsoportom" megközelítést alkalmazza,** létező komparatív versenyelőnyének kiaknázása (pl. világszínvonalú és világon egyedülálló gyógyüdülőhely) helyett eleve vesztes vagy kétes sikerrel kecsegtető (családbarát gyógyhely) víziót képviselve.

Egy desztináció megfelelő célcsoporti szegmentációját illetően figyelembe kell venni a fenti témakörök összemosódását, az eltérő küldőterületekről érkező vendégek eltérő igényeit, jellemzőit, melyet tovább árnyal a költési hajlandóság vagy a minőségi elvárás.

Emiatt **sok esetben teljesen elhalványul** (és az anyag későbbi részében ezen felvetés adatokkal maximálisan alátámasztva igazolást nyer) **a korábban gyakran szerepeltetett „belföldi-külföldi" megkülönböztetés jelentősége is, egy-egy település/vonzerő vendégmegszólító képességében az elérhető szolgáltatás/minőség/ár sokkal fontosabb tényezők mint, hogy azt belföldi vagy külföldi vendégek veszik majd igénybe.** A települési konkrét költési adatokat (település/küldőpiac/költés mértéke) ismertetve látható lesz, hogy a pl. Balatonfüreden vagy Sárváron pihenő osztrák és román vendég „kosárértéke" azonos, a település árszínvonala inkább az adott küldőpiacról odaérkező vendégek számát, mintsem az általuk egyedileg elköltött „kosárérték" mértékét határozza meg.

Látható, hogy az osztrák határmenti magyar és osztrák fürdők egyaránt fogadják a magyar és az osztrák vendégeket, az eltérés nem (csak) a víz összetételében, hanem **a kínált szolgáltatások körében, minőségében, túlterheltségében, presztízsében és árában van,** és ezek alapján dönt egy magyar vagy osztrák vendég,

hogy melyik szolgáltatás felel meg jobban igényeinek/lehetőségeinek. Emiatt „természetszerűen" kialakul az a helyzet, hogy az osztrák fürdők 100 euró körüli egy főre jutó kosárértékkel nyújtanak szolgáltatást az ezt a minőséget kereső minőségérzékeny (osztrák és) magyar vendégeknek (belépő, étkezés, szolgáltatások), míg a magyar fürdők a 20-30 euró körüli napi költés ígéretével szólítják meg az árérzékeny osztrák vendéget. A **nyelvi különbözőségek akadályozó tényezője részben a belépő új fogyasztói generációk nyelvismeret-bővülésével, részben a termékek többnyelvűsítésével fokozatosan halványulnak** (és persze köszönhetően a konkrét esetben a szinte kizárólag magyar személyzettel működő burgenlandi attrakcióknak).

Nem véletlen, hogy **a burgenlandi szolgáltatók komoly erőfeszítéseket tesznek a magasabb költési hajlandóságú/igényszintű magyar/szlovák vendégek megszólítására, felismerve, hogy akár a magyar fogyasztók egy része rendelkezik olyan jövedelmi szinttel, amely lehetővé teszi az osztrák árszínvonal megfizetését, feltéve, ha a kínált szolgáltatási minőség** (ami osztrák viszonylatban átlagos, egy tiroli vendég számára megszokott) **meghaladja a Magyarországon elérhetőt.** Ezzel szemben a magyar belföldi piac pedig megszólítani igyekszik az alacsonyabb igényszintű / alacsonyabb jövedelmi szintű vagy árérzékenyebb osztrák vendégeket. Ez a természetes folyamat hasonlóan zajlik a gyulai szolgáltatók esetében a román, a mórahalmi szolgáltatók esetében pedig a szerb piac kapcsán, ott **mi magyarok igyekszünk a túloldalinál fejlettebb turisztikai infrastruktúrával a legfizetőképesebb ottani vendégeket megszólítani.**

Belföldiek és külföldiek által generált vendégforgalom

Elsőre talán értetlenséget szül, hogy miért gondoljuk ennek a fogalmi körnek a rövid magyarázatát. A belföldi vendég fogalma nem szorul pontosításra, ugyanakkor **a külföldiek által generált vendégforgalom kapcsán indokolt szót ejteni a Magyarországon állandó lakhatással rendelkező** – a magángazdaságból származó jövedelmeik okán jelentős elkölthető forrással rendelkező - **külföldiek (rezidensek) többtízezer fős táboráról.** Ők a vendégforgalmi nyilvántartásokban külföldinek minősülnek, ugyanakkor fogyasztásuk és keresleti mutatóik alapján „belföldiként" utaznak.

Ugyanígy **speciális szerepük van** – főleg a határmenti térségekben és attrakciókban – **a külföldről érkező egynapos látogatóknak.** A keresletet növelik, pótlólagos bevételhez juttatják a szolgáltatókat, jelenlétükkel (vendégterek méretezésben, árazásban, termékfejlesztésben, kommunikációban, többnyelvűsítésben, belföldiektől eltérő utazási szokásaikkal, kulturális hátterükben stb.) – a szálláshely statisztikákban is szereplő honfitársaikkal azonos - speciális igények kielégítését igénylik.

Perszónák a turizmusban

Viszonylag újkeletű megközelítés a turizmusban az utasperszónák kialakítása. A turisztikai marketingtevékenység ma még elsődlegesen a fentiekben bemutatott célcsoportokban gondolkodik, azonban a perszóna ennél jóval több: **az utasperszóna megmutatja, hogy pontosan kik az adott desztináció vendégei, utazási döntéseikben milyen motivációk vezérlik őket, hogyan gondolkodnak, hogyan választanak, hol, mikor és miért döntenek egy-egy adott térség/település mellett.**

Az „utaskarakter" összeállítása **figyelembe veszi** a célcsoport képzéseknél is használt általános ismérveket (szocio-demográfiai tényezők, küldőterületek, alapmotivációk), azonban ennél mélyebbre ás: **meghatározza a személyiséget** (családi állapot, képzettség, jövedelem, szabadidő stb.), **az igényeket** (mi jelent számára élményígéretet, mennyit hajlandó fizetni érte, melyek azok az előnyök, amiket elvár stb.), **az elutazást okozó tényezőket** (biztonság, először fogyasztás, elvárt minőség, árszínvonal stb.), **az információszerzés alkalmazott csatornáit, az információszerzés szintjét** (milyen mélységben érdeklődik a szolgáltatástartalom iránt, melyek a számára szükséges kulcsinformációk), **és**

a további, a döntést és fogyasztást befolyásoló egyéb tényezőket. A megfelelően elkészített utasperszónák segítik a megfelelő célcsoport-szegmentáció és jelentősen növelhetik az értékesítés hatékonyságát. Ma ugyanakkor nem áll rendelkezésre olyan kutatás, mely ilyen részletezettséggel tudná leírni az egyes belföldi és külföldi szegmenseket az MTÜ által végzett utastípus-kutatás kivételével, mely a legnagyobb vendégforgalommal rendelkező fürdőtelepülések külföldi vendégeit vizsgálta csupán.

1.3.4. Fogyasztói elvárások változása, fogyasztói trendek a turizmusban

A korábbi részekben számtalan esetben hivatkozunk a megfelelő szolgáltatási és infrastrukturális minőségi színvonalra és a fogyasztói elvárások gyors ütemű változására, mely alapjaiban határozza meg a tervezési feladatokat és a fejlesztési irányokat, vagy egy térség pozícióját. Hiszen **a fogyasztói elvárások változása, mely a mindig magasabb minőségi igény felé tolódik el, folyamatos versenyhelyzetet teremt és már nemcsak belföldön, hanem a környező országok közeli desztinációival szemben is (mint a magyarok számára létező utazási cél alternatíva).** A (mai) balatoni háromcsillagos szállodák 40 éve sokak számára elérhetetlenek voltak (árban és akkori szinten kiemelkedő minőségben), ugyanakkor ma értékesítési nehézségekkel küzdenek. A klíma és szúnyogháló nélküli szálláshely, a nejlon ágynemű kevesebb és kevesebb vendég számára nyújt kielégítő szolgáltatásminőséget. A SZOT üdülők kényelmi szintje értelmezhetetlen távolságban van a mai fiatalabb és újonnan a következő 10 évben belépő generáció igényeitől.

A szocializmus tömegturizmusának uniformizált kereslet-kínálati viszonyaihoz képest mára a jövedelmi és igényszint sokszínűvé vált, a magas és még magasabb igények is megjelennek a fogyasztók körében, gyakran a minőségben való kompromisszumképesség hiányával párosulva. A mai közép- és idősebb korú vendégek számára az „amikor én gyerek voltam hogy örültem volna ennek is" intelem, vagy az „ami a tányérodon van azt meg kell enned" bölcsesség a mai fiatalabb generációk számára gyakran őszinte értetlenséget szül. **A bejövő generációk nemcsak mást, de máshogy is fogyasztanak. Minőségben (utazásban, telefonban, ruházatban, autóban, étkezésben) sokkal kevésbé kompromisszumkészek, fogyasztásukban sokkal tudatosabbak. A mai gyerekek a jövő felnőttjei, akik egyrészt saját igényeiket jelenítik meg a turizmus szereplőivel szemben, másrészt ezt az új fogyasztói attitűdöt közvetítik majd saját gyerekeik felé.**

A fentiek miatt a stratégia szempontjából elengedhetetlen ismerni azokat a fogyasztói elvárásokat és trendeket, melyek közvetlen hatással vannak a turisztikai keresletre. Azaz egy turisztikai desztináció sikeres értékesítésének alapvető feltétele a piac mélységi ismerete és az abban várhatóan bekövetkező változások (piaci folyamatok) előrejelzése.

Az igényeknek való megfelelés érdekében a feladat nem egyszeri (alkalmankénti), hanem folyamatos monitoring tevékenységet irányoz elő, amely azt jelenti, hogy a fogyasztói elvárások változása és a versenytársak erre adott válaszai (reakciói) folyamatosan vizsgálat és elemzés tárgyát kell, hogy képezzék, szem előtt tartva a profitorientációt, azaz az elsődleges célt, a turizmusból származó bevételek maximalizálását. A változó igény visszautalva a minőséggel foglalkozó bekezdésre egyértelműen mindenkinek magához képesti előrelépést jelent, tehát itt ma és a jövőben is különbség lesz a nagyvárosi, városi és vidéken kisebb településen élők igényeit illetően. Azaz a turisztikai infrastruktúra továbbra is széles skálán mozgó vendégigény kielégítését kell, hogy támogassa, azonban a folyamatos fejlesztés és szolgáltatásminőség emelése mellett.

Ebben a fejezetben a jelenlegi fogyasztói elvárásokat, a turizmust érintő keresletet befolyásoló trendeket mutatjuk be, hiszen a turizmust érintő globális változások alapjaiban változtatták meg az utazási szokásokat, az élményígéret valóra váltásához pedig megkerülhetetlen ezeknek a trendeknek a mélyreható ismerete és az arra megfelelő időben adott megfelelő reakció.

Tartózkodási idő lerövidülése

Általános és sokat hangoztatott trend, hogy a ma utazói **egy-egy hosszabb utazás helyett inkább évente többször utaznak**, a korábbinál sokkal rövidebb időre, jellemzően maximum hosszú hétvégére (2-3 éjszakára). A hagyományos főnyaralási helyszínnek tekintett Balatonon 20 éve létező igény volt a kéthetes nyaralás, mára a szállodák fókusza nyáron inkább az 5-7 napos csomagajánlatokra irányul, miközben a tényleges vendégtartózkodás még nyáron is inkább csak 3-4 nap. (Bár megjegyzendő, hogy létezik egyhetes nyaralás a Balatonon, ugyanakkor ez nem kereskedelmi szálláshelyen realizálódik.) A desztinációk számára ez azt jelenti, hogy **az egyre rövidülő tartózkodás idejére korlátozódik a térségi kínálati elemek minél nagyobb mennyiségben és/vagy minél magasabb áron történő értékesítése.** A jellemző hibás szolgáltatói válasz a vendég „mindenáron bent tartása" a szálláshelyen, ahelyett, hogy a vendég azzal a vággyal távozna, hogy „sok mindent láttam a településen/térségben, de sok minden élmény megélése miatt vissza kell jönnöm hamarosan". Ennek javításán együttesen kell dolgoznia a szálláshelynek és egyéb szolgáltatóknak, mert számos esetben (szolgáltatói elmondások alapján) a szálláshely nem talál stabil együttműködő partnert, nincs közös gondolkodás, nincs desztinációs szemlélet.
A rövid utazási idő azt is jelenti, hogy olyan helyszínt választunk ehhez, ami viszonylag rövid idő alatt, hozzávetőlegesen 2,5-3,5 órás autóúttal elérhetünk, azaz a legjelentősebb küldőpiacainkat ez a desztináció körüli láthatatlan kör képezi (NTAK adatok is alátámasztják ezen állítást).

Utazásban szerzett tapasztalat

A turizmus fogyasztói mára tapasztalt utazóvá váltak, amelynek oka – és ez a jelenség hazánkra fokozottan igaz –, hogy a vendégforgalom növekedése nem feltétlenül a társadalom szélesebb rétegének turizmusban való részvételét, sokkal inkább ugyanazon fogyasztói kör többszöri utazását jelenti. Ezek az utazók pedig tapasztalataik révén nagy magabiztossággal képesek az egymással versenyző termékek összehasonlítására és a különbségtételre. A gyakoribb utazás, több desztináció felkeresését teszi lehetővé, mely a bővülő tapasztalatok okán növeli a fogyasztói elvárásokat és a versenyhelyzetet.

Új típusú döntéshozatal

A körülöttünk lévő információáramlás hatására a fogyasztó egyre tájékozottabb, és a tudás egyre inkább igénnyé, kínálati oldalról pedig a siker feltételévé válik. A ma utazójának döntésére az azonnaliság jellemző („itt és most"), ahol a döntést meghatározó tényezőkké váltak a tervezett igénybevételhez kapcsolódó és könnyen áttekinthető háttér információk, illetve mások véleménye a termékekről és szolgáltatásokról (közösségi média, értékelő oldalak, online értékesítő oldalak).

Biztonság

Mára a mindennapjainkba beépülő igények részét képezi a biztonság, amely fokozottan igaz az utazásra is, mint a vendégek komfortérzetét biztosító egyik alapismérv. Ez nemcsak a fizikai biztonságérzetet jelenti, az online térben tapasztalható adatkitettségre éppúgy igaz – a fogyasztó biztonsághoz kötődő elvárása ilyen szempontból extrém magas, minimális tolerancia mellett.
A biztonság a ma aktuális vírushelyzet okán más aspektusból is fontossá, ha nem a legfontosabbá vált. Bár ma még nem látjuk a jelenleg kialakult helyzetnek milyen hatása lesz az utazási szokásokra, de a bizalmat ezen a téren újra kell építeni.

Célcsoportok változása

A változást nemcsak a társadalom elöregedése, a szenior szegmens egyre fontosabbá válása jelenti, folyamatosan változóban és átalakulóban van a hagyományos családi szerkezet is, amely a hagyományostól eltérő összetételű és igényszintű együtt utazó csoportokat eredményez. Ehhez még hozzátartozik az is, amit feljebb is részleteztünk, hogy a

klasszikus turisztikai termék szerinti célcsoport lehatárolások a gyakorlatban nem (vagy csak korlátosan) érvényesíthetők, az egyes szegmensek tiszta terméktípus iránti motivációval nem tipizálhatók. Ez annyit jelent, hogy az élményígéret valóra váltásának szintjén elenyésző például a kulturális turisták, a kerékpáros turisták vagy éppen a gasztroturisták száma, sokkal inkább ezen motivációk keveredése és/vagy felhígulása figyelhető meg (azaz a valóságban inkább beszélhetünk kerékpározó, egy-egy kulturális spotot a pihenés alatt felkereső és a fiziológiai szükségletet (evést) magas minőségben kielégíteni kívánó turistáról, mintsem speciálisan egy adott igényre kizárólagos hangsúlyt helyező perszónáról).

A desztináció (és a térségi szereplők) olvasatában szükségszerű a változás abban, hogy a cél ne a „mindenki" elérése és „minden felmerülő igény" jobb vagy rosszabb kiszolgálása legyen, hanem sokkal inkább a tervezett térségi profilhoz illeszkedő szegmensek lehatárolása és a desztinációs kínálat célcsoport-specifikus igényeknek való megfeleltetése. **Ez a típusú gyakorlat (desztinációs, települési és szolgáltatói szinten egyaránt) belföldön csak szűk körben és kezdetleges mélységben része a termékfejlesztési, értékesítési és üzemeltetési gondolkodásnak, ezt szemléletfejlesztő programokkal segíteni, támogatni szükséges.**

Élményígéret – a vendégélmény perszonalizálása

Az általános, sablonos értékesítési technikák, a klasszikus sztenderdeken alapuló kínálat egyre kevésbé elégíti ki a ma vendégigényeit. Az utazó ma már személyre szabott szolgáltatásokat keres, függetlenül az utazás motivációjától (ti. szabadidős vagy üzleti célú) és a célterülettől. A technikai fejlődés, a digitalizáció és az ennek révén elérhető információhalmaz egyre inkább lehetővé teszi a perszonalizálást (személyiség alapú megkülönböztetés és egyedi ajánlatok létrehozása), amely az elmúlt néhány év egyik legfontosabb trendjévé vált.

Vendégigényekre fordítva **a perszonalizálás nem jelent mást, mint hogy a fogyasztói élményígéret alapját képezi a megkülönböztetés** (vagyis a fogyasztó nem csupán egy a tömegből), **azaz a személyre szabott ajánlatok alapján saját maga állítja össze a számára legmegfelelőbb szolgáltatáscsomagot és ezáltal egyéni/egyedi élményt teremt.** Egyszerű megközelítésben arra gondolhatunk, hogy az elmúlt évtizedben **az osztrák szabadidős szállodákban az eltérő vendégigények kielégítésére a „hagyományos" wellness területek mellett kialakításra kerültek a „felnőtt spa" egységek, vagy a még egyedibb szolgáltatást kínáló „private spa" szolgáltatások.**

Vagy ha egy kedves belföldi példával szeretnénk szemléltetni, akkor **a turisztikai fürdők világában egyidejűleg jelen lévő vendégigény**, hogy egyes vendégek a kikopott fű helyén lévő döngölt földön helyezik el törölközőjüket, vannak, akik legalább füvön szeretnek feküdni. Van, aki plusz pénzért pihenőágyat bérel, vagy további felár ellenében matracot is kér rá (esetleg még azért is fizet, hogy a kijelölt helyre vigyék neki az ágyat és ne neki kelljen cipelnie). Esetleg a kínálat része lehet az ilyen pihenőágyak szeparált, szellősebb elhelyezése (prémium pihenőrész) saját büfével vagy vizesblokkal, esetleg napi sokezer forintért baldachinos dizájnnal. **Ezek a vendégigények egyszerre jelennek meg egy átlagos fürdőnapon, az eltérő igények eltérő költést és kosárértéket generálnak.**

Digitalizáció

A gyorsan fejlődő digitális világ alapkövetelménye, hogy a turizmus szereplői lépést tartsanak és megfeleljenek az információs forradalom elvárásainak (pl. aktív közösségi média használat megfelelő tartalommenedzsmenttel, online foglalás és értékesítés), másrészt az utazás élményígéretét lehetőség szerint teljeskörűen megvalósítsák.

A szakmai felmérések (online kutatás) **azt mutatják, hogy a vidéki térségek számára a digitalizációval való lépéstartás még mindig folyamatosan feladatot jelent**, ezért a turisztikai szolgáltatók számára (legyen szó attrakciókról, vagy a turisztikai alapinfrastruktúrát jelentő szálláshelyekről és vendéglátóhelyekről) ma

még elsődleges feladatot a felzárkózás jelent. Ezen belül a legkritikusabb a megfelelő tartalommenedzsment, a célcsoportot megszólító nyelvi változatok elérhetősége, teljeskörűsége, valamint az értékesítés.

Minőség iránti fokozott igény

Korábbi bekezdésekben részben érintett témakör a társadalom általános jólétének növekedése, amely **nemcsak a szabadon elkölthető (diszkrecionális) jövedelem, de a szolgáltatási minőséggel kapcsolatos elvárások emelkedésével is jár.** A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy vendégelégedettség alapvető kritériuma, hogy **az utazás során igénybe vett szolgáltatások minősége nem lehet alacsonyabb a mindennapok megszokott életszínvonalánál.** Azaz, ha valaki otthon magasabb minőségű és egészséges reggelit fogyaszt (magasabb minőségű joghurt, frissen facsart narancslé, jó minőségű kávé (Nespresso), jó minőségű pékárú és felvágott), akkor a szállodában is ez az elvárás fogalmazódik benne. Ráadásul a most felnövő generációnak a minőségi szolgáltatás a természetes (hiszen részben már ebben nőtt fel – a saját gyerekeinknek a legjobb minőséget akarjuk adni), és döntését nem kompromisszumokkal hozza meg: ha megfelelő a minőség, utazik, ha nem, elmegy máshová vagy egyáltalán nem utazik. Ráadásul a minőséget egyes üzletek, mint például az Aldi és az Ikea **elérhető áron közelebb hozták az átlag fogyasztóhoz is, így már nem kizárólag pénzügyi kérdés a megfelelő minőség elérése.**
A megfelelő ár-érték arányú szolgáltatások biztosítása, tehát ha lehet, még nagyobb jelentőséggel bír, mint korábban, mert a ma fogyasztója (utazója) növekvő igényszintje mellett egyre tudatosabb is, és pontosan tudja, hogy az általa kifizetett összegért mit vár el: az árérzékeny fogyasztó mellett párhuzamosan megjelent a minőségérzékeny fogyasztó is. A **mai hazai piac egyes desztinációkban túlárazza a szolgáltatásait (pl. trendi vendéglátóhelyek), de az nem párosul az elvárható minőséggel.** Tehát nem a vásárlóerő hiányzik egyértelműen, hanem a megfelelő vendégélmény. Azaz a fogyasztói elvárás a megfelelően magas (vagy még magasabb) minőség, megfelelő és korrekt árakon.
A hazai és nemzetközi turizmus tapasztalatai azt mutatják, hogy **az igények növekedése jóval gyorsabb, dinamikusabb, mint a kínálat erre adott válaszai.** Kiemelkedően fontos szemponttá vált ezzel, hogy **a ma fejlesztései a jövő vendégigényeinek kielégítését célozzák** (hiszen a ma kialakított kínálati-szolgáltatási környezetnek kell középtávon is versenyképesnek lennie), és elkerülendő, hogy a fókusz a 15-20 évvel ezelőtti vendégigények kielégítését biztosítsák a jövőben is. Ezen felismerés korrigáltatta 2016-ban a teljes EU-s turisztikai beavatkozási logikát a GINOP 719-es konstrukció kialakításával, illetve a TOP-os turisztikai projektekben megvalósuló MTÜ-s szakmai támogató tevékenységgel. Ugyanígy új logika jelent meg a szálláshelyfejlesztési pályázatok során is, mikor is a tényleges versenyképességi szempontok (hol és mit szabad fejleszteni) jelentek meg az értékelések során. Ehhez **nemcsak az állami szereplőknek, a tényleges projektgazdáknak, a tanácsadói szektornak, de a projektek előkészítésében és végrehajtásában dolgozó mérnököknek** (beruházások szakmai előkészítése és megvalósítási támogatása) **és pénzügyi szakembereknek** (reális üzleti tervek) **is kiemelt szerep jut.**

Társadalmak elöregedése

Magyarországon és a főbb európai küldőpiacokon évtizedes jelenség, hogy a társadalmak elöregednek, a fiatalabb korosztályok részaránya a teljes lakosságon belül folyamatosan csökken, az idősebb korosztályok részesedése pedig növekszik. **Ebből fakadóan a középkorú és idősebb korosztályok által keresett szolgáltatások által támasztott igény is növekszik, amelyre a turisztikai szolgáltatóknak is fel kell készülniük.** Ráadásul a mai középkorú és idősödő generációk egy része nemcsak mást keres, de máshogy is utazik, nem szemet szúró, ha egy középkorú fesztiválátogatóval vagy egy idősebbekből álló kerékpározó csoporttal találkozunk. Az alábbi táblázat Magyarország korfáját (2020-as és 10 évenként a várható jövőbeni) mutatja be, szemléltetve a magyar társadalom fokozatos elöregedését.

MAGYARORSZÁG KOROSZTÁLY SZERINTI MEGOSZLÁSA MA ÉS PROGNÓZISA A KÖVETKEZŐ 40 ÉVBEN
1. SZ TÁBLÁZAT

	Évek				
	2020	2030	2040	2050	2060
Várható lakosságszám (fő)	9 769 526	9 047 193	8 597 777	8 232 439	7 902 861
Életkori összetétel (év közöttiek)					
0-18	18,57%	18,14%	17,15%	16,62%	16,59%
19-24	6,21%	6,38%	6,32%	5,83%	5,60%
0-24	24,78%	24,52%	23,47%	22,45%	22,19%
25-34	12,60%	10,41%	10,83%	11,06%	10,11%
35-44	15,94%	12,41%	10,82%	11,40%	11,65%
45-54	13,58%	15,09%	12,74%	11,18%	11,80%
25-54	42,12%	37,91%	34,39%	33,64%	33,56%
55-64	14,65%	13,96%	14,87%	12,70%	11,25%
65+	18,94%	23,60%	27,26%	31,21%	32,99%
55+	33,59%	37,56%	42,13%	43,91%	44,24%

Forrás: KSH (https://www.ksh.hu/interaktiv/korfak/orszag.html)

1.3.5. Szolgáltatási minőség a turizmusban

A turizmusban tapasztalt fogyasztási trendek egyes ismérveinek csaknem mindegyikében (nemcsak az utolsó kiemelt tényező esetében) az elsődleges szerep a minőségé. De mit is a jelent a turizmusban a minőség? Az UNWTO (United Nations World Tourism Organization – Turisztikai Világszervezet) szerint a minőség a turisztikai kínálatot alkotó minden egyes láncszem tekintetében a versenyben maradás feltétele. Ahogy a fogyasztói igények változnak, a minőség fogalma és tartalmi elemei sem állandóak, sőt definíciója tulajdonképpen az egyéni igények szintjén változik, azaz **szinte lehetetlenség kategorikusan meghatározni, mit értünk jó vagy rossz szolgáltatási minőség alatt.** Minden utazónak mást jelent, mindenki a saját életszínvonalához/igényszintjéhez mérten tudja megfogalmazni. (Lásd a bevezető fejezetekben is).

A szolgáltatási minőség dimenziói érthetően megfogalmazva:

- **Fizikai evidencia/kézzelfoghatóság:** tárgyi berendezések, felszerelések, kommunikációs anyagok, a személyzet megjelenése,
- **Megbízhatóság/hihetőség/biztonság:** az ígért szolgáltatás megbízható, pontos teljesítésének képessége,
- **Készségesség/fogékonyság:** a vevő segítése és azonnali kiszolgálása, hajlandóság a gyors és személyre szabott reagálásra,
- **Hozzáértés/kompetencia/bizalom:** az alkalmazottak képzettek, rendelkeznek a szükséges ismeretekkel és képesek bizalmat kiváltani,
- **Udvariasság/empátia/gondoskodó figyelem:** a szolgáltatások korlátozások nélküli, könnyű elérése, folyamatos kapcsolattartás a szolgáltatásnyújtás előtt, közben és után, a fogyasztó és igényeinek megértésére tett erőfeszítés.

Bármely szint is jelentse a megcélzott vendégkör igényeihez kapcsolódó szolgáltatási minőséget, alapvető szempont a teljes szolgáltatási helyszínt, annak minden egységét és alapfunkciót kiegészítő helyiségeit érintő azonos minőségben történő biztosítása (egységes szolgáltatási minőség megteremtése). Gyakorlati példával élve: egy vadonatúj, interaktív, a modern technológiákat alkalmazó kiállítótérhez nem kapcsolódhat egy elhanyagolt, töredezett szaniterekkel és higiéniai problémákkal jellemezhető vizesblokk, vagy egy gazos és a hulladékgyűjtőkből kifolyó szeméttel leírható udvar, mert a vendégélmény sérül, és a negatívumok a fogyasztó részéről sokkal előbb megjegyzésre és megosztásra kerülnek, mint az átlagosan megfelelő interpretáció. **A fentiek alapján különböző paraméterek mentén leírható egységes szolgáltatási minőség megteremtése a szolgáltatók feladata, míg annak értékelése a fogyasztók értékítéletében nyilvánul meg.**

1.3.6. Értékesíthetőség, versenyképességi tényezők

A szakirodalom szerint egy turisztikai desztináció abban az esetben tekinthető versenyképesnek, ha a térség fenntartja és adott esetben növelni tudja keresletét, turizmusból származó közvetlen és közvetett bevételei növekednek, amelyből profitot termel úgy, hogy mindeközben a desztináció gazdaságára is pozitív hatással van, és figyelembe veszi a társadalmi és környezeti fenntarthatóság elveit is. A versenyképesség tehát nem más, mint az értékesítési lehetőségek kiaknázása, amely az alábbi ismérvek mentén határozható meg.

TERMÉKALAP

Az első tényező a termékalap (**vagyis mivel rendelkezünk, amely alkalmas lehet a potenciális vendégek megszólítására**), ebből következően a termékfejlesztés irányainak meghatározása a termékalappal kapcsolatos megfelelő tudáson alapul. A fogalom a desztinációk egymástól való megkülönböztethetőségét is megcélozza, legyen szó hazai vagy a nemzetközi piaci USP-ről (egyedi terméktulajdonságról). Nemzetközi (de legalábbis európai) viszonylatban Magyarország mai vitán felülállóan legalább egy ilyen termékalappal rendelkezik, ez pedig a Hévízi-tó, amelyhez nincs világviszonylatban sem hasonló. A turisztikai kínálat egyéb aspektusaiban a termékalap a versenytársakéhoz hasonló, vagy közel azonos, amely rendkívül erős versenyhelyzetet teremt, ahol a megkülönböztetést a létrejövő turisztikai termék egyéb megkülönböztető ismérvei jelenthetik.

ÁRSZÍNVONAL

Egy-egy desztináció **értékesíthetőségét behatárolja annak árszínvonala**, azaz, hogy a célcsoportok mentális térképén „olcsó", avagy „drága" az adott célterület, amely hazánkban elsődlegesen a szálláshelyi kínálat szintjén határozható meg, hiszen az elérhető attrakciók árazása jellemzően nem (tisztán) piaci alapon történik. Ennek oka, hogy a turisztikai kínálatot jelentő szolgáltatók többségében állami és/vagy önkormányzati tulajdonban vannak (pl. várak, kastélyok, fürdők, nemzeti parki látogatóközpontok), azaz a jegyárat a képviselő testület/egyéb állami-önkormányzati grémium határozza meg, figyelembe véve a turizmus rendszerén kívül feltételezhető igénybevételt (helyi lakossági igények és teherbíró képesség) vagy a kultúrához való „egyenlő" hozzáférés megfelelő biztosításának igényét. Az elérhető attrakciók ára tehát kevésbé a kereslet-kínálat viszonyainak, inkább „piacon túli" szempontoknak felel meg.

Tehát, ha egy desztináció olcsóbb, akkor jellemzően olyan szegmenst tud megszólítani, akik abban az ársávban keresik a pihenés lehetőségét, ugyanakkor az alacsony árak alacsonyabb szolgáltatási színvonalat tudnak biztosítani (költségszint okán), mely rontja/ronthatja a versenyképességet. A fejlettebb országokhoz képest hazánk olcsó desztinációnak számít, azonban tisztán a belföldi turizmust tekintve és úti célokra bontva már belföldön is jelentős különbségek figyelhetők meg (pl. Balatonfüred vs. Hajdúszoboszló).

A külpiaci értékesíthetőség kapcsán az árszínvonal sajátos összefüggése **a nemzeti fizetőeszköz és a küldőpiac fizetőeszköze közötti árfolyam és annak változása.** Egy ország turizmusának versenyképességét rövid távon javíthatja, ha a nemzeti fizetőeszköz gyengül, amely következtében az utazó nemzeti fizetőeszköze Ft-ban kifejezve többet ér. A későbbiekben bemutatott, 2012-2018-as küldőpiaci folyamatokat annak figyelembevételével érdemes értelmezni, hogy **a jelentősebb küldőpiacaink többségén a forint gyengülése okán a magyar piac olcsóbbá vált az utazók számára.** Az alábbi táblázatban a főbb küldőpiacaink fizetőeszköze és a Forint átváltási arányának alakulását mutatjuk be. Mint látható, az orosz és az ukrán piac kivételével a küldőpiacok fizetőeszközei a Forinthoz képest jelentős mértékben erősödtek, relatíve olcsóbbá téve ezzel számukra a magyarországi tartózkodást.

FŐBB KÜLDŐPIACOK FIZETŐESZKÖZE ÉS A FORINT ÁTVÁLTÁSI ARÁNYA
2. SZ TÁBLÁZAT

Küldőpiac fizetőeszköze	Árfolyam (2010)	Árfolyam (2020)	Változás
€ (euro)	263	361	+37,2%
Kč (cseh korona)	10,50	13,60	+29,5%
ZŁ (lengyel zlotyi)	68	80	+17,6%
LEI (román lej)	63,70	74,10	+16,3%
$ (amerikai dollár)	194	303	+56,1%
CHF (svájci frank)	184	334	+81,5%
UAH (ukrán hrivnya)	27	10,8	-60%%
₽ (orosz rubel)	4,70	4,02	-14,5%

Forrás: www.napiarfolyam.hu

MINŐSÉG

Ahogy az a fogyasztói trendek és igények változásánál már említésre került, **a ma fogyasztóját az árérzékenység ismérve mellett a minőség iránti érzékenység is perszonalizálja,** amely az utazó részéről (a desztináció választását követően) elsődlegesen ugyancsak a szálláshely választásokban nyilvánul meg. A megfelelő minőség és az ehhez kapcsolódó árazás alapvetően határozza meg egy desztináció értékesíthetőségét, melynek szubjektivitását az előző fejezetekben részleteztük. A szolgáltatási minőség iránti igények különbözősége és az ehhez kapcsolódó fizetési hajlandóság az utastipológia egyik meghatározó eszköze lehet.

ISMERTSÉG – MÁRKAERŐSSÉG

Az utazási döntést, így a versenyképességet és értékesíthetőséget jelentős mértékben befolyásolja egy desztináció ismertsége, márkaerőssége vagy márkaértéke. Egyértelműen **könnyebb értékesíteni egy olyan térséget, ahol már előzetesen kialakult egy percepció az utazó fejében, nagy valószínűséggel két úticél közül a többségi utazó a névről ismertebbet választja még akkor is, ha a kevésbé ismert térségben kínált szolgáltatások minősége magasabb.** Ezt a komparatív előnyt egyes desztinációk jól, egyesek gyengébben használják ki, ugyanis az utazó fejében megjelenő imázs az ismert térségeknél (pl. Sopron és Tokaj) gyakran eltér a helyszínre érkezéskor tapasztalt kínálati spektrumtól és szolgáltatási színvonaltól. A valóság a percepciót felül is múlhatja, ugyanakkor csalódást is okozhat.

ÉRTÉKESÍTÉSI ÉS TERMÉKFEJLESZTÉSI TUDÁS

Szenzitív kérdéskör, de ki kell mondani, hogy az értékesíthetőség nagyban függ a desztinációban dolgozó szakemberek kompetenciájától. Ez nemcsak (és nem is elsősorban) a szakirányú végzettséget jelenti, sokkal inkább a szakmában megszerzett általános tudást és folyamatos ismeretbővítést, mind a saját desztinációra, mind pedig a külső környezetre vonatkozóan, amely utóbbi a versenytársak, illetve a jó és rossz gyakorlatok tapasztalati ismeretét is magában foglal-

ja. E körben az önbecsapás csak a nemzetközi versenytársaink malmára hajtja a vizet.
Az értékesítési tudásnál esetenként nagyobb hiátus mutatkozik meg a termékfejlesztési tudással kapcsolatban, maga a fogalom tartalma is sokszor magyarázatra szorult a stratégia készítése során megtartott workshopokon.

Közvetett sikertényezők

Ehhez az ismérvhez sorolandó minden olyan egyéb tényező, amely az értékesítésre ugyan közvetlen hatással van, de amelyre a desztinációs szereplők nem, vagy kevésbé vannak hatással.

KÜLDŐPIACOKTÓL VALÓ TÁVOLSÁG/ KÜLDŐPIACI JÖVEDELMI HELYZETE

A küldőpiacoktól való távolság (amely nemcsak kilométerben megtett távolságot, de időt is jelent, amelyet a közlekedés minőségi feltételei is befolyásolnak), ahogy korábban is írtuk eleve meghatározza egy térség sikerét, melyet még befolyásol a küldőpiac jövedelmi helyzete is. Azaz mivel az utazásra szánt idő lerövidült, így gyorsabban elérhető desztinációkat választ a fogyasztó, azaz a térség 2 órás autóútra lévő területét lehet (reálisan) fő küldőpiacnak nevezni. Az itt élők jövedelmi helyzete alapvetően meghatározza a keresletet és az értékesíthetőséget, egyszerűbb az értékesítés ott, ahol a megszólítottaknak jelentős(ebb) elkölthető jövedelme van. Ezzel az értékesítési szemponttal válik kiegészítetté a korábbi **ár/érték arány** szempontja az utazási szokások átalakulása okán mára az **ár/érték/elérési idő** tényezővé.
A jelzett 2,5-3,5 órás eléréshez képest csak a főnyaralási motivációnál (hosszabb megszakítás nélküli pihenés), **az utazás jellegéből fakadóan** (pl. gyógykúra minimális időtartama) **vagy kiemelkedő vonzerő esetén van reális lehetőség. Minél több kiemelkedő versenyképességű vonzerővel rendelkezünk, annál reálisabb a hosszabb elérési idővel együtt is a vendégek megszólítása.**

POLITIKAI/SZERVEZETI STABILITÁS

Ezen pont alatt azt értjük, hogy a fejlesztések a stratégiai irányvonalakhoz igazodóan valósulnak-e meg, vagy egy esetleges vezetőváltás esetén új irányok kerülnek meghatározásra. Azaz kardinális kérdés, hogy van-e egy település/térség életében folytonosság és stabil, kiszámítható irány, mely a befektetéseket is befolyásolja.

VÁROS/TÉRSÉG/ATTRAKCIÓVEZETÉS INTELLEKTUSA ÉS HOZZÁÉRTÉSE

Nagyon fontos szempont egy város/térség/attrakció vezetésének intellektuális képessége, vagyis, hogy az elöljárók miképpen segítik/támogatják a sikeres értékesítéshez szükséges tevékenységek megvalósítását, mennyire innovatívak a város/térség/attrakciófejlesztés tekintetében, mennyire hoznak létre vonzó települési/attrakciós környezetet, annak milyen a minőségi üzenete. Az elmúlt évtized minden prosperáló – turisztikai részesedésben/átlagárban/termékfejlesztésben/pozícióban jelentős előrelépést mutató - turisztikai települése nagy formátumú vezetőket tudhat magáénak. A pályázzunk a „mindenre és maximumra” helyett a tudatos építkezés a közelmúlt legfontosabb sikertényezője.

FENNTARTHATÓSÁG (KÖRNYEZETI ÉS PÉNZÜGYI)

Ez a szempont összefüggően az előző ponttal azt jelenti, hogy egy településen belül zajló fejlesztések, folyamatok fenntarthatósági szempontból támogatják-e az értékesíthetőséget vagy sem, hiszen a túlzsúfolt helyek visszafordítják a potenciális utazót, de mindenképpen értéktelenebbé teszik az adott desztinációt, kivéve, ha olyan értékesítési előnnyel rendelkezik, mely miatt a „must see” helyszínek közé tartozik.
Értékesítési szempontból az attrakciók szintjét vizsgálva elmondható, hogy a fejlesztést követő pénzügyi fenntarthatóság kulcsfontosságú, hiszen a forrásszűkösség az elmaradó karbantartás, fejlesztési és pótlási feladatok okán rontja a helyszín versenyképességét.

1.3.7. Mérési módszertan és azok problémaköre

A desztinációk iránt jelentkező kereslet meghatározása alapvető fontosságú a stratégiai irányok meghatározásához. A kereslet témaköre alatt nemcsak a vendégforgalmi adatokat értjük (vendégéjszakaszám, vendégszám), hanem azon hozzáadott információk halmazát is, melyek közelebb visznek a térség vendégeinek, viselkedési mintáinak megismeréséhez (költési szokások, térségen belüli utazások tervezése, attrakciók kiválasztása, stb.). A tényleges információk nélkül a turizmus szereplői (állami, önkormányzati, vállalkozói) **„vakon repülnek"**, mind a siker, mind a sikertelenség inkább a véletlennek tudható be, semmint a tervezési folyamatnak. **Ma Magyarországon korlátozott a statisztikai vagy egyéb információkra irányuló kutatási adatok elérése. Ha kizárólag statisztikai, számszaki adatokról beszélünk, akkor a legkézenfekvőbb és mindenki számára elérhető adathalmazt a Központi Statisztikai Hivatal** (továbbiakban: KSH) **teszi elérhetővé.** Ezen adatok jellemzően a kereskedelmi és üzleti célú egyéb szálláshelyekkel kapcsolatos információkra korlátozódnak úgy, mint a vendégek, vendégéjszakák száma, szállodai átlagárak, kapacitás, kapacitáskihasználtság és bevételi adatok. Ugyanakkor **a KSH által közzétett információk alapvetően önkéntes adatszolgáltatáson alapulnak és módszertanilag becsléseket is tartalmaznak, melyek nem teszik lehetővé a pontos adatismeretet.** Árnyalja még a képet az is, hogy az adatvédelem okán települési szinten az adatok gyakran csak korlátozottan hozzáférhetők, azaz, ha három szálláshelyi egységnél kevesebb található az adott településen, akkor nem közölnek adatokat, csak az összesített információkban szerepelnek. Az MTÜ által lehatárolt területi egységekre nincsenek aggregált adatok, azokat a települési adatokból lehet összesíteni, azok hiányában nem kapunk pontos képet. Érdekesség továbbá, hogy az EU statisztikai hivatala felé (Eurostat) is a KSH szolgáltat adatot, de ezek teljesen eltérnek a hazai adatoktól, melynek oka az eltérő módszertan, mely az adatgyűjtést érinti. Vagyis szélsőséges esetben az is előfordulhat, hogy egy desztinációban 500.000 vendégéjszaka van, de az is lehet, hogy 1.000.000. **A KSH adatai ettől függetlenül arra jók, hogy évekre visszamenően kereshetők, így a tendenciák láthatók benne és a térségek egymáshoz képest összehasonlíthatók, azonban pontos képet sajnos nem enged láttatni.** Ezt a hiányt vagy problémakört megoldandó **az MTÜ létrehozta a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központot** (továbbiakban: NTAK), melynek előnye, hogy a szálláshelyek csatlakozása kötelező (azaz nem önkéntes adatszolgáltatáson alapul), továbbá azok elektronikus vendégforgalmi rendszerével összekapcsolt, így nemcsak valós idejű adatokat enged láttatni előrejelzésekkel, hanem **sokkal pontosabb és stabilabb képet ad a vendégek számáról, az eltöltött éjszakákról, küldőterületről, korosztályról és ezek csoportos, szállodán belüli fogyasztási szokásairól is.**

A desztinációk fejlesztési irányainak definiálásához nem kizárólag a szálláshelyi vendégforgalom ismerete szükséges, hanem a térségben található turisztikai attrakciók forgalma és a vendégek költési, fogyasztási szokásai **is. Az egyes attrakciók forgalmi adatai méginkább pontatlan képet mutatnak,** melynek oka, hogy **semmilyen egységes módszertan nincs azok gyűjtésére** és jellemzően az eladott jegyek számán kívül más adat nem is áll rendelkezésre. Az állam által fenntartott múzeumi egységek szintén önkéntes adatszolgáltatással küldenek **forgalmi adatokat** az EMMI, mint fenntartó részére, melyeket **a MuzeumStat.hu oldalán el lehet érni, azonban az adatok nem precízek és pontosak,** nem tartalmazzák jegytípusonként az eladást, az évek között sok esetben irreális eltérések tapasztalhatók. Ha az egyéb attrakciókat vizsgáljuk, akkor az önkormányzatokhoz köthető intézmények kérésre szolgáltatnak adatot, de pl. a fürdők esetében nem képesek a tényleges látogatóforgalmat megmondani, mert eladott jegyeket látnak, és mivel az árazásuk és jegystruktúrájuk szerteágazó, ezért, ha egy vendég három jegytípust vásárol (fürdőjegy, szauna jegy és csúszda jegy), akkor az három fővel szerepel a statisztikában. A kevés, magánkézben lévő attrakció (pl. kalandparkok) eltérő okoknál fogva pedig nem adja ki a valós adatot.





1.4. A desztinációfejlesztési stratégia elkészítésének módszertana

A Kormány által lehatárolt térségek fejlesztési stratégiájának elkészítése a Magyar Turisztikai Ügynökség egyik legfontosabb szakmai feladata, melynek **előkészítése közel két éve zajlik. A munka megkezdését a GINOP-1.3.4-17 konstrukció keretén belül benyújtott pályázatok szakmai tartalmának összeállítása jelentette, melyet megelőzően minden térség vonatkozásában helyszíni bejárások, térségi szereplőkkel történő szakmai egyeztetések zajlottak** annak érdekében, hogy megfelelő kép rajzolódjon ki a desztinációk jelenlegi helyzetéről és a jövőbeni lehetőségeikről.

A benyújtott pályázati dokumentációt követően sor került a támogatási szerződések megkötésére, melyet rendszeresen konzorciumi megbeszélések, szakmai egyeztetések követettek. **A desztinációfejlesztési stratégia elkészítését illetően a térség szakmai szereplői** (TDM-ek, Tourinform irodák, konzorciumi partnerek) **bevonásával** összeállítottunk egy partnerlistát, melyben minden olyan turizmusban érintett szereplő megtalálható, akiknek véleménye és tudása meghatározó a helyzetértékelés és a jövőbeni vízió kidolgozásához.

A szereplők között voltak az önkormányzatok vezetői, turisztikai szakmai szervezetek (TDM, Tourinform, civil szervezet), felsőoktatási intézmények (turizmusban érintett oktatók), szolgáltatók (szálláshelyek, vendéglátóegységek, borászatok, attrakciók) és olyan meghatározó térségi szereplők is, melyek valamilyen érdekeltségből fakadóan kötődnek a turizmushoz. Az érintett szereplők körében **minden térségben kettő kérdőíves felmérést végeztünk. Az első felmérés célja és fókusza az egyes desztinációk ismertsége volt, azaz, hogy az ország turizmusban érdekelt köre hogyan látja saját, valamint az ország többi desztinációját**, milyen imázs alakult ki róla, mit tart fő profiljának, kik a célcsoportjai.

A kitöltést „nehezítette", hogy minden kérdésnél sorrendet kellett kialakítani az egyes térségek között, azaz meg kellett határozni, hogy melyik desztináció miben első, miben pedig akár tizedik, vagyis **a kérdés nem önmagában egy-egy térségre vonatkozott, hanem azok egymáshoz képesti pozícióit vizsgálta.**

A második kérdőíves felmérés az egyes desztinációk belső információit volt hivatott felmérni, azaz, hogy a térség szereplői mit gondolnak a saját térségükről, mi az erősségük vagy gyengeségük, miben látják a fejlődés lehetőségét, hogyan látják a saját kínálati spektrumukat.

A kérdőívek kiértékelését követően **az MTÜ tartott egy országos konferenciát, melyben bemutatta az első kérdőív eredményeit.** A stratégia előkészítésének következő állomása egy **minden térségben megtartott szakmai workshop** volt, melyen **bemutatásra került a második kérdőíves felmérés eredménye, valamint azok a jövőbeni célokat meghatározó trendek, keresleti adatok ismertetése, melyek a térség szempontjából relevánsak voltak.** Ezen kívül ismertetésre került a térségek egymáshoz képesti vizsgálata, egy-egy desztináció országon belül betöltött pozíciója és értékesíthetősége is. **A rendezvény keretén belül szakmai diskurzusra is sor került**, melyen a résztvevők visszajelezhettek az eddigi helyzetértékelést támogató információkkal kapcsolatban, valamint kötetlen beszélgetés keretében elmondhatták a térségben tapasztalt problémákat, lehetőségeket, a jövőbeni fejlesztési terveiket, a desztináció vonatkozásában a lehetséges jövőbeni irányokat.

A stratégia elkészítéséhez elengedhetetlen **a térségek vendégforgalmi adatainak** ismerete és azok **elemzése**, melyet a fenti anomáliák okán is **nem kizárólag a KSH adatbázisban szereplő adatokra támaszkodva végzünk el, hanem** a 2019. év közepétől működő **Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ adatait is figyelembe vesszük.**

Az egyes évek közötti változás elemzéséhez továbbra is a KSH adatait vizsgáljuk, elemezzük azonban **az egyes térségeken belül tapasztalható kereslet pontos értékeléséhez** (külföldi és belföldi vendégforgalom arány, külföldi és belföldi küldőterületek, vendégek korosztály szerinti összetétele és a térségek egymáshoz való viszonya, eredményei) **az NTAK adatbázis adatait használjuk.**

A térségek elemzése során Budapest adatait is figyelembe vesszük, mivel azok aránya alapvetően meghatározza a többi térségről tehető megállapításokat és a tisztán látást. Budapest az elemzések során fogadó és küldőterületként is megjelenik, utóbbi esetében a megyék között szerepel (bár közigazgatásilag nem tekinthető annak) **ahol nem teszünk jelen anyagban különbséget közöttük, hiszen az elemzés szempontjából nincs jelentősége a közigazgatási besorolásnak.** Budapest belföldi piaci pozíciójának elemzését mellőzzük, mivel nem része a lehatárolt térségeknek. Budapest keresletét elsősorban a külpiac határozza meg, belföldi keresletet az üzleti turizmus és MICE események, rendezvények generálnak. Az ágazatot sújtó vírushelyzet és ennek következményeként fellépő utazási korlátozások okán Budapest elveszítette vendégkörét (külföld) a jövőben csökkenteni

szükséges a piaci kitettséget és a belföldi utazók megszólítását is kezdeményezni szükséges. Ha Budapest erre az útra lép, akkor a főváros elkezd versenyezni a belföldi utazókért, mely átrajzolhatja a mai keresleti térképet.





1.5. Turisztikai kereslet elemzése NTAK adatok alapján

Az MTÜ a korábban részletezett KSH-mérési módszertan anomáliája és a pontatlan keresleti adatok okán **létrehozta a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központot** (továbbiakban: NTAK), **mely egy új, digitális adatszolgáltatási rendszer, amely lehetővé teszi, hogy valós időben legyen látható az országban található összes szálláshely forgalmi, statisztikai adata.** Az NTAK rendszer bevezetés **2019.** év közepén indult el, elsőkörben a kereskedelmi szálláshelyek közül a **szállodák** csatlakozását kezdték meg, majd később szeptembertől a **panziók és minden további kereskedelmi szálláshelytípus** adatai is bekerültek a rendszerbe**. 2020.** januártól a kereskedelmi szálláshelyek adatai mellé **az üzleti célú (korábban magán-) egyéb szálláshelyek is csatlakoztak az adatbázishoz.** Ettől az évtől kezdődően már nemcsak lehetőség, hanem kötelező adatot szolgáltatni minden szálláshely-szolgáltatónak , melyet a vendégforgalmi szoftverrel rendelkező helyek esetében egy közvetlen kapcsolat biztosít, egyéb esetben pedig manuális rögzítés szükséges.

Az adatbázisban az alábbi adatokat kötelező megadni:

- kapacitás (szobakapacitás és férőhely-kapacitás)
- vendégszám
- vendégéjszaka szám
- tartózkodási idő
- lakcím
- születési idő
- előfoglalások (foglalások db-száma érhető el, nem a vendégszám), foglalások értéke
- lemondások (lemondások száma, nem a vendégszám), lemondások értéke
- bevételek, terhelések (szállás, vendéglátás, gyógy-wellness, egyéb szolgáltatásból származó bontásban)
- REVPAR
- egy szoba átlagára
- IFA
- SZÉP kártya felhasználás (zsebenkénti megoszlásban)

A fenti adathalmazból különböző lekérdezések végezhetők, melyek alapján mély és részletes piacelemzést lehet végezni. Az információhalmaz **külföld/ belföld bontásban is elérhető.** Belföldi vendégek esetén lehetséges a településszintű lekérdezés is (pl. Gyulán nyaraló belföldi vendégszám x időszakban, mely településről érkezett, meddig maradt és melyik korcsoportba tartozik).
Az adatok feldolgozása során az egyes turisztikai térségek legjelentősebb vendégforgalmával rendelkező települései adatainak feldolgozásával jártunk el, amelyek lefedik a teljes országos vendégforgalom legalább 85%-át.

ELEMZÉSBE BEVONT TELEPÜLÉSEK LISTÁJA DESZTINÁCIÓNKÉNT 3. SZ TÁBLÁZAT

Desztináció megnevezése[1]	Bevont települések száma	Települések megnevezése
Balaton	37	Hévíz, Cserszegtomaj, Alsópáhok, Zalakaros, Keszthely, Vonyarcvashegy, Zamárdi, Balatonszemes, Siófok, Balatonfüred, Zánka, Tihany, Tapolca, Alsóörs, Veszprém, Zalacsány, Kehidakustány, Balatongyörök, Sümeg, Badacsonytomaj, Badacsonytördemic, Balatonlelle, Balatonföldvár, Balatonboglár, Balatonkenese, Balatonszárszó, Balatonakali, Szántód, Balatonfenyves, Balatonberény, Balatonmáriafürdő, Balatonvilágos, Fonyód, Révfülöp, Csopak, Paloznak, Zirc
Gyula és térsége	2	Békéscsaba, Gyula
Budapest környéke	24	Bánk, Esztergom, Komárom, Nagybörzsöny, Visegrád, Velence, Gárdony, Herceghalom, Rácalmás, Ráckeve, Gödöllő, Székesfehérvár, Telki, Vecsés, Sukoró, Vác, Göd, Fehérvárcsurgó, Veresegyház, Gyömrő, Zsámbék, Martonvásár, Szigetmonostor, Bodajk
Bük-Sárvár	5	Kőszeg, Celldömölk, Szombathely, Sárvár, Bükfürdő

1 desztináció alatt 429/2020 (IX.14) Korm. rendelet desztinációs lehatárolását értjük

Desztináció megnevezése[1]	Bevont települések száma	Települések megnevezése
Debrecen és térsége	10	Hajdúszoboszló, Debrecen, Tiszafüred, Berekfürdő, Karcag, Hajdúböszörmény, Balmazújváros, Sarud, Poroszló
Győr-Pannonhalma	7	Győr, Mosonmagyaróvár, Hegyeshalom, Lipót, Győrújbarát, Dunakiliti, Gönyű
Mátra-Bükk	14	Miskolc, Bogács, Eger, Egerszalók, Mezőkövesd, Gyöngyös, Felsőtárkány, Mátraszentimre, Noszvaj, Demjén, Szilvásvárad, Parád, Parádsasvár, Bükkszentkereszt
Pécs-Villány	6	Pécs, Villány, Harkány, Orfű, Siklós, Villánykövesd
Sopron-Fertő	3	Sopron, Hegykő, Röjtökmuzsaj
Szeged és térsége	4	Szeged, Makó, Hódmezővásárhely, Mórahalom
Tokaj és Nyíregyháza	11	Tarcal, Telkibánya, Nyírbátor, Kisvárda, Tokaj, Sátoraljaújhely, Nyíregyháza, Sárospatak, Hernádvécse, Vásárosnamény, Erdőbénye
Desztináción kívül	39	Tiszaújváros, Kaposvár, Pápa, Kiskunmajsa, Szentgotthárd, Cegléd, Bikal, Dombóvár, Budaörs, Orosháza, Szolnok, Lenti, Szarvas, Tata, Várgesztes, Cserkeszőlő, Körmend, Tiszakécske, Zalaegerszeg, Dunaújváros, Nagykanizsa, Baja, Hollókő, Balástya, Füzesgyarmat, Törökbálint, Inárcs, Komló, Bakonybél, Hajdúnánás, Kazincbarcika, Kerepes, Márokföld, Tatabánya, Szekszárd, Martfű, Dunaszentmiklós, Salgótarján, Kecskemét
	1	Budapest

Forrás: saját szerkesztés

A feldolgozott adatokkal kapcsolatos előzetes észrevételek:

- az NTAK-adatok rögzítése a kereskedelmi szálláshelyeken 2019-ben indult meg. A szálláshelyek belépése a rendszerbe 2019 nyarától indult meg, az egyes szálláshelyek fokozatosan kapcsolódtak a rendszerhez, emiatt az **adatok is az adott szálláshelytől érdemben eltérő időpontoktól találhatóak meg**,
- az NTAK-os adatok rögzítése az adott szálláshely személyzetének feladata, így **az adatpontosság nem 100%-os:** vannak karakterhibás adatok (több vagy kevesebb karakter), nem létező (pl. irányítószám) adatbevitelek, belföldiként rögzített külföldiekre vonatkozó adatok (és fordítva). A jelzett anomáliák miatt a teljes adatmennyiség kb. 1-2% kiszűrésre került, és csak a rendelkezésre álló adatmennyiség 98-99%-a került feldolgozásra.
- a fentiek alapján (adatok beérkezése 2019. második félévétől felmenő rendszerben + elsődleges hibás adatok kiszűrése) **összesen 3.348.465 vendég 7.967.852 vendégéjszakájának az adatai kerültek feldolgozásra.**
- fontos megjegyezni, hogy az elemzés során megkapott értékek esetében **az ARÁNYOK feldolgozására nyílik lehetőség egy jelentős minta alapján, tekintettel arra, hogy az NTAK-ban szereplő adatok egyrészt nem az egész éves vendégforgalmat fedik le, másrészt nem minden kereskedelmi szálláshely azonnal kezdett adatokat**

szolgáltatni. Ide tartozik továbbá az is, hogy a magánszálláshelyek adatszolgáltatási kötelezettsége csak 2020. január 1-jétől hatályos, így vélhetően teljes körű és a magyar turisztikai szektor egészét átfogó adatok értékelésére (a pandémiás helyzetet követő piacreparáció után) várhatóan a 2022-es évet követően 2023-ban kerülhet sor.

A vizsgálat legfontosabb célkitűzései és vizsgálati fókuszai a következők voltak:

- az egyes települések küldőterületei megyei bontásban, életkor szerinti megoszlásban (belföld)
- az egyes települések küldőterületeinek átlagos tartózkodási ideje (belföld)
- az egyes települések vendégeinek életkor szerinti összetétele és tartózkodási ideje (belföld)
- az egyes települések küldőterületi kitettsége (a saját megyéből érkezők részaránya az összes vendégen belül, a szomszédos megyékből érkezők aránya az összes vendégen belül, a Központi-Régióból (Budapest és Pest megye) érkezők aránya az összes vendégen belül (belföld)
- az egyes desztinációk küldőterületei megyei bontásban, életkor szerinti megoszlásban (belföld)
- az egyes desztinációk küldőterületeinek átlagos tartózkodási ideje (belföld)
- az egyes desztinációk vendégeinek életkor szerinti összetétele és tartózkodási ideje (belföld)
- az egyes desztinációk küldőterületi kitettsége (a saját megyéből érkezők részaránya az összes vendégen belül, a szomszédos megyékből érkezők aránya az összes vendégen belül, a Központi-Régióból (Budapest és Pest megye) érkezők aránya az összes vendégen belül (belföld)
- Budapest küldőterületei megyei bontásban, életkor szerinti megoszlásban (belföld)
- Budapest küldőterületeinek átlagos tartózkodási ideje (belföld)
- Budapest vendégeinek életkor szerinti összetétele és tartózkodási ideje (belföld)
- Budapest küldőterületi kitettsége (a saját megyéből érkezők részaránya az összes vendégen belül, a szomszédos megyékből érkezők aránya az összes vendégen belül, a Központi-Régióból (Budapest és Pest megye) érkezők aránya az összes vendégen belül (belföld)
- a vidéki desztinációk (Budapest nélkül az értékelésbe bevont összes desztináció) küldőterületei megyei bontásban, életkor szerinti megoszlásban (belföld)
- a vidéki desztinációk (Budapest nélkül az értékelésbe bevont összes desztináció) küldőterületeinek átlagos tartózkodási ideje (belföld)
- a vidéki desztinációk (Budapest nélkül az értékelésbe bevont összes desztináció) vendégeinek életkor szerinti összetétele és tartózkodási ideje (belföld)
- a vidéki desztinációk (Budapest nélkül az értékelésbe bevont összes desztináció) küldőterületi kitettsége (a saját megyéből érkezők részaránya az összes vendégen belül, a szomszédos megyékből érkezők aránya az összes vendégen belül, a Központi-Régióból (Budapest és Pest megye) érkezők aránya az összes vendégen belül (belföld)
- a fenti adatok összesítése a teljes belföldi vendégforgalomra
- az egyes települések külföldi küldőterületei küldőpiaci bontásban, életkor szerinti megoszlásban (külföld). A vizsgálatba bevont küldőországok: Ausztria, Csehország, Szlovákia, Lengyelország, Németország, Románia, Belgium, Svájc, Dánia, Nagy-Britannia, Horvátország, Hollandia, Szerbia, Oroszország, Svédország, Szlovénia, Ukrajna, Egyesült Államok, Spanyolország, Franciaország, Izrael, Olaszország.
- az egyes települések külföldi küldőterületeinek átlagos tartózkodási ideje (külföld)
- az egyes települések külföldi vendégeinek életkor szerinti összetétele és tartózkodási ideje küldőpiaci bontásban (külföld)
- az egyes desztinációk külföldi küldőterületei küldőpiaci bontásban, életkor szerinti megoszlásban (külföld). A vizsgálatba bevont küldőországok: Ausztria, Csehország, Szlovákia, Lengyelország, Németország, Románia, Belgium, Svájc, Dánia, Nagy-Britannia, Horvátország, Hollandia, Szerbia, Oroszország, Svédország, Szlovénia, Ukrajna, Egyesült Államok, Spanyolország, Franciaország, Izrael, Olaszország.
- az egyes desztinációk külföldi küldőterületeinek átlagos tartózkodási ideje (külföld)

- az egyes desztinációk külföldi vendégeinek életkor szerinti összetétele és tartózkodási ideje küldőpiaci bontásban (külföld)
- Budapest külföldi küldőterületei küldőpiaci bontásban, életkor szerinti megoszlásban (külföld). A vizsgálatba bevont küldőországok: Ausztria, Csehország, Szlovákia, Lengyelország, Németország, Románia, Belgium, Svájc, Dánia, Nagy-Britannia, Horvátország, Hollandia, Szerbia, Oroszország, Svédország, Szlovénia, Ukrajna, Egyesült Államok, Spanyolország, Franciaország, Izrael, Olaszország, Kanada, India, Kína, Japán, Korea, Norvégia
- Budapest külföldi küldőterületeinek átlagos tartózkodási ideje (külföld)
- Budapest külföldi vendégeinek életkor szerinti összetétele és tartózkodási ideje küldőpiaci bontásban (külföld)
- a vidéki desztinációk (Budapest nélkül az értékelésbe bevont összes desztináció) külföldi küldőterületei küldőpiaci bontásban, életkor szerinti megoszlásban (külföld). A vizsgálatba bevont küldőországok: Ausztria, Csehország, Szlovákia, Lengyelország, Németország, Románia, Belgium, Svájc, Dánia, Nagy-Britannia, Horvátország, Hollandia, Szerbia, Oroszország, Svédország, Szlovénia, Ukrajna, Egyesült Államok, Spanyolország, Franciaország, Izrael, Olaszország.
- a vidéki desztinációk (Budapest nélkül az értékelésbe bevont összes desztináció) külföldi küldőterületeinek átlagos tartózkodási ideje (külföld)
- a vidéki desztinációk (Budapest nélkül az értékelésbe bevont összes desztináció) külföldi vendégeinek életkor szerinti összetétele és tartózkodási ideje küldőpiaci bontásban (külföld)
- a fenti adatok összesítése a teljes külföldi vendégforgalomra
- az egyes desztinációk és jelentősebb települések részesedése a belföldi vendégforgalomból
- az egyes desztinációk és jelentősebb települések részesedése a külföldi vendégforgalomból
- az egyes desztinációk és jelentősebb települések részesedése a teljes vendégforgalomból
- az egyes települések részesedése az egyes küldőpiacok teljes vendégforgalmából (külföld)
- az egyes megyék részesedése a belföldi vendégéjszakaszámokból (belföld).

AZ ANYAG KÖNNYEBB ÁTLÁTHATÓSÁGA ÉRDEKÉBEN AZ EGYES FELDOLGOZOTT TELEPÜLÉSEK ADATAIT KÖVETKEZETESEN – DESZTINÁCIÓS MEGKÖZELÍTÉSSEL – AZONOS SZÍNEKKEL JELÖLJÜK A KÖVETKEZŐKÉPPEN, 2. SZ. ÁBRA:

Balaton turisztikai térség települései

Budapest környéke turisztikai térség települései

Bük-Sárvár turisztikai térség települései

Debrecen és térsége turisztikai térség települései

Győr-Pannonhalma turisztikai térség települései

Gyula és térsége turisztikai térség települései

Mátra-Bükk turisztikai térség települései

Pécs-Villány turisztikai térség települései

Sopron-Fertő turisztikai térség települései

Szeged és térsége turisztikai térség települései

Tokaj-Nyíregyháza turisztikai térség települései

Turisztikai térségen (desztináción) kívüli releváns település

1.5.1. A vizsgálatba bevont települések és desztinációk részesedése a TELJES vendégforgalomból

A vizsgálatban összesen 7.967.852 vendégéjszaka adatai értékelhetők. Az alábbi táblázat azt mutatja, hogy a teljes mennyiségen belül mennyi az egyes desztinációk és települések részesedése. A desztinációk mellett a bemutatott táblázatba (terjedelmi okokból) **csak azok a települések adatai kerültek be, amelyek önmagukban elérik a teljes magyarországi vendégforgalom 0,01%-át** (vagyis legalább minden tízezredik vendég az adott településre érkezik).

A teljes vendégforgalmon belül Budapest részesedése kiemelkedő (30,88%), és a Balatonnal (22,94%) együtt részesedésük meghaladja az 50%-ot. Jelentős részesedéssel bír (5-10% közötti érték) a Mátra-Bükk térsége (8,22%), a Debrecen és térsége (7,66%), a Bük-Sárvár térsége (5,58%), a Budapest környéke (5,45%) és a desztináción kívüli települések összessége (7,24%). 3% alatti részesedéssel bír a Győr-Pannonhalma térsége (2,62%), a Szeged és térsége (2,32%), a Gyula és térsége (2,32%), a Pécs-Villány térsége (2,22%), a Sopron-Fertő térsége (2,13%), míg a legszerényebb desztinációs részesedéssel a Tokaj és Nyíregyháza térsége rendelkezik (1,69%).

A táblázat azt is bemutatja, hogy **egyes jelentősebb vendégforgalommal rendelkező vidéki települések önmagukban tudnak magasabb vendégéjszakaszámot generálni**, mint egy-egy teljes desztináció:

- **Hévíz (5,36%)** település magasabb részesedéssel bír, mint Győr-Pannonhalma térsége (2,62%), a Szeged és térsége (2,32%), a Gyula és térsége (2,32%), a Pécs-Villány térsége (2,22%), a Sopron-Fertő térsége (2,13%) és a Tokaj és Nyíregyháza desztinációk (1,69%) desztinációs szinten,
- **Hajdúszoboszló (4,32%), Bükfürdő (3,45%), Zalakaros (2,97%), Balatonfüred (2,96%) és Debrecen (2,76%)** magasabb részesedéssel bír, mint Győr-Pannonhalma térsége (2,62%), a Szeged és térsége (2,32%), a Gyula és térsége (2,32%), a Pécs-Villány térsége (2,22%), a Sopron-Fertő térsége (2,13%) és a Tokaj és Nyíregyháza desztinációk (1,69%) desztinációs szinten,
- **Gyula (2,17%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Sopron-Fertő térsége (2,13%) és a Tokaj és Nyíregyháza desztinációk (1,69%) desztinációs szinten,
- **Sopron (1,93%), Eger (1,82%) és Győr (1,69%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Tokaj és Nyíregyháza desztináció (1,69%) desztinációs szinten.

EGYES DESZTINÁCIÓK ÉS TELEPÜLÉSEK VENDÉGÉJSZAKASZÁMA ÉS RÉSZESEDÉSE A TELJES VENDÉGFORGALOMBÓL (MINIMUM 0,10% RÉSZESEDÉSSEL) 4.SZ TÁBLÁZAT

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
ÖSSZESEN	7967852	100,00%
BUDAPEST	2 460 547	30,88%
BALATON	1 828 079	22,94%
MÁTRA-BÜKK	654 749	8,22%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
DEBRECEN ÉS TÉRSÉGE	610 450	7,66%
DESZTINÁCIÓN KÍVÜLI TELEPÜLÉSEK	577 212	7,24%
BÜK-SÁRVÁR	444 362	5,58%
BUDAPEST KÖRNYÉKE	434 312	5,45%
Hévíz	427 289	5,36%
Hajdúszoboszló	343 821	4,32%
Bükfürdő	274 542	3,45%
Zalakaros	236 908	2,97%
Balatonfüred	235 922	2,96%
Debrecen	219 979	2,76%
GYŐR-PANNONHALMA	208 663	2,62%
Siófok	208 357	2,61%
SZEGED ÉS TÉRSÉGE	184 980	2,32%
GYULA ÉS TÉRSÉGE	184 687	2,32%
PÉCS-VILLÁNY	176 498	2,22%
Gyula	173 232	2,17%
SOPRON-FERTŐ	169 880	2,13%
Sopron	153 775	1,93%
Eger	145 256	1,82%
Győr	134 964	1,69%
TOKAJ ÉS NYÍREGYHÁZA	134 514	1,69%
Szeged	133 508	1,68%
Sárvár	128 860	1,62%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Visegrád	119 303	1,50%
Miskolc	115 481	1,45%
Tihany	100 451	1,26%
Nyíregyháza	78 502	0,99%
Cserszegtomaj	75 586	0,95%
Gyöngyös	72 896	0,91%
Harkány	70 521	0,89%
Egerszalók	69 995	0,88%
Pécs	66 121	0,83%
Kecskemét	63 545	0,80%
Tapolca	53 745	0,67%
Alsópáhok	51 611	0,65%
Esztergom	51 093	0,64%
Sümeg	48 186	0,60%
Mátraszentistván	41 804	0,52%
Vecsés	41 359	0,52%
Székesfehérvár	40 975	0,51%
Balatonalmádi	40 376	0,51%
Noszvaj	40 367	0,51%
Mezőkövesd	39 082	0,49%
Keszthely	38 732	0,49%
Bikal	38625	0,48%
Cserkeszőlő	36682	0,46%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Szentgotthárd	35 661	0,45%
Balatonkenese	35 605	0,45%
Velence	34 165	0,43%
Parád	33 965	0,43%
Gyenesdiás	33 686	0,42%
Zamárdi	33 051	0,41%
Szilvásvárad	32 839	0,41%
Orosháza	32 711	0,41%
Mosonmagyaróvár	31 375	0,39%
Dombóvár	30 606	0,38%
Mórahalom	30 043	0,38%
Veszprém	30 013	0,38%
Hegyeshalom	28 922	0,36%
Tata	27 683	0,35%
Balatonvilágos	24 219	0,30%
Demjén	22 730	0,29%
Szombathely	22 648	0,28%
Herceghalom	21 774	0,27%
Kehidakustány	21 309	0,27%
Balástya	20 472	0,26%
Balatonszárszó	20 336	0,26%
Cegléd	19 926	0,25%
Felsőtárkány	19 913	0,25%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Lenti	17 964	0,23%
Balatongyörök	17 065	0,21%
Villány	16 955	0,21%
Berekfürdő	16 635	0,21%
Balatonlelle	16 070	0,20%
Szolnok	15 881	0,20%
Komárom	15 662	0,20%
Komló	15 452	0,19%
Tiszafüred	15 173	0,19%
Nagybörzsöny	14 893	0,19%
Márokföld	14 875	0,19%
Hegykő	14 544	0,18%
Hollókő	14 396	0,18%
Gárdony	14 125	0,18%
Siklós	13 871	0,17%
Badacsony	13 601	0,17%
Gödöllő	13 033	0,16%
Kőszeg	12 799	0,16%
Zalacsány	12 381	0,16%
Makó	12 349	0,15%
Bánk	11 936	0,15%
Tatabánya	11 707	0,15%
Körmend	11 461	0,14%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Békéscsaba	11 455	0,14%
Parádsasvár	11 404	0,14%
Füzesgyarmat	11 386	0,14%
Tarcal	10 684	0,13%
Szarvas	10 554	0,13%
Inárcs	10 372	0,13%
Vonyarcvashegy	9 689	0,12%
Alsóörs	9 638	0,12%
Dunaújváros	9 591	0,12%
Tiszakécske	9 487	0,12%
Zalaegerszeg	9 398	0,12%
Budaörs	9 355	0,12%
Szekszárd	9 306	0,12%
Kaposvár	9 167	0,12%
Balatonboglár	9 135	0,11%
Törökbálint	9 109	0,11%
Hódmezővásárhely	9 080	0,11%
Martfű	8 808	0,11%
Telki	8 785	0,11%
Bogács	8 779	0,11%
Hernádvécse	8 686	0,11%
Balatonföldvár	8 660	0,11%
Bakonybél	8597	0,11%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Villánykövesd	8 324	0,10%
Kisvárda	8 107	0,10%
Szentendre	7 996	0,10%
Tokaj	7 749	0,10%
Balmazújváros	7 716	0,10%
Zsámbék	7 706	0,10%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

1.5.2. A vizsgálatba bevont települések és desztinációk részesedése a BELFÖLDI vendégforgalomból

A vizsgálatban összesen 4.125.825 vendégéjszaka adatai értékelhető. A következő táblázat azt mutatja, hogy a teljes mennyiségen belül mennyi az egyes desztinációk és települések részesedése.

A teljes belföldi vendégforgalmon belül a Balaton részesedése kiemelkedő (30,66%), amelyet szintén kiemelkedő vendégforgalmi arányokkal a Mátra-Bükk (13,47%) és a Debrecen és térsége (10,13%) követ. Jelentős részesedéssel bír (5-10% közötti érték) a Budapest környéke (7,64%), a Bük-Sárvár térsége (5,34%) és Budapest (5,19%). Közel 4%-os részesedéssel rendelkezik a Gyula és térsége (3,88%), 3% körüli részesedéssel bír a Pécs-Villány térsége (3,40%), a Szeged és térsége (3,20%), és a Sopron-Fertő térsége (2,99%). 3% alatti részesedéssel bír a Tokaj és Nyíregyháza térsége (2,48%), míg a legszerényebb részesedéssel a Győr-Pannonhalma térsége rendelkezik (1,78%). A desztinációkon kívüli feldolgozott 39 település összteljesítménye (Desztináción kívül elnevezéssel) 9,82%.
A táblázat azt is bemutatja, hogy egyes jelentősebb vendégforgalommal rendelkező vidéki települések önmagukban tudnak magasabb vendégéjszakaszámot generálni, mint egy-egy teljes desztináció:

- **Hajdúszoboszló (5,58%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Bük-Sárvár térsége (5,35%), Budapest (5,19%), Gyula és térsége (3,88%), Pécs-Villány (3,40%), Szeged és térsége (3,20%), Sopron-Fertő (2,99%), több mint kétszeres (vagy akár háromszoros) részesedéssel bír, mint a Tokaj és Nyíregyháza (2,48%) és a Győr-Pannonhalma desztinációk (1,78%) desztinációs szinten,
- **Hévíz (4,57%), Zalakaros (4,40%) és Balatonfüred (4,32%)** magasabb részesedéssel bír, mint Gyula és térsége (3,88%), Pécs-Villány (3,40%), Szeged és térsége (3,20%), Sopron-Fertő (2,99%), a Tokaj és Nyíregyháza (2,48%), és több mint kétszeres részesedéssel bír, mint Győr-Pannonhalma desztináció desztinációs szinten,
- **Gyula (3,66%), Siófok (3,64%) és Debrecen (3,54%)** magasabb részesedéssel bír, mint Szeged és térsége (3,20%), Sopron-Fertő (2,99%), Tokaj és Nyíregyháza (2,48%) és Győr-Pannonhalma desztinációk (1,78%) desztinációs szinten,
- **Bükfürdő (3,20%)** magasabb részesedéssel bír, mint Sopron-Fertő (2,99%), Tokaj és Nyíregyháza (2,48%) és Győr-Pannonhalma desztinációk (1,78%) desztinációs szinten,
- **Sopron (2,81%), Visegrád (2,51%), Eger (2,49%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Tokaj és Nyíregyháza (2,48%), és a Győr-Pannonhalma desztinációk (1,78%) desztinációs szinten,
- **Miskolc (2,25%) és Szeged (2,23%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Győr-Pannonhalma desztinációk (1,78%) desztinációs szinten.

EGYES DESZTINÁCIÓK ÉS TELEPÜLÉSEK VENDÉGÉJSZAKASZÁMA ÉS RÉSZESEDÉSE A BELFÖLDI VENDÉGFORGALOMBÓL

5. SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
ÖSSZESEN	4 125 825	
BALATON	1 264 947	30,66%
MÁTRA-BÜKK	555 784	13,47%
DEBRECEN ÉS TÉRSÉGE	417 944	10,13%
DESZTINÁCIÓN KÍVÜL	405 191	9,82%
BUDAPEST AGGLOMERÁCIÓ	315 357	7,64%
Hajdúszoboszló	230 030	5,58%
BÜK-SÁRVÁR	220 669	5,35%
BUDAPEST	214 276	5,19%
Hévíz	188 473	4,57%
Zalakaros	181 557	4,40%
Balatonfüred	178 363	4,32%
GYULA ÉS TÉRSÉGE	160 160	3,88%
Gyula	151 178	3,66%
Siófok	150 089	3,64%
Debrecen	145 949	3,54%
PÉCS-VILLÁNY	14 0174	3,40%
Bükfürdő	132 232	3,20%
SZEGED ÉS TÉRSÉGE	132 199	3,20%
SOPRON-FERTŐ	123 176	2,99%
Sopron	115 734	2,81%
Visegrád	103 753	2,51%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Eger	102 566	2,49%
TOKAJ ÉS NYÍREGYHÁZA	**102 474**	**2,48%**
Miskolc	92 669	2,25%
Szeged	92 205	2,23%
GYŐR-PANNONHALMA	**73 474**	**1,78%**
Gyöngyös	67 053	1,63%
Cserszegtomaj	67 014	1,62%
Sárvár	61 418	1,49%
Egerszalók	60 422	1,46%
Nyíregyháza	57 563	1,40%
Harkány	56 361	1,37%
Győr	54 746	1,33%
Pécs	46 759	1,13%
Tihany	44 452	1,08%
Sümeg	43 398	1,05%
Esztergom	43 298	1,05%
Alsópáhok	42 092	1,02%
Mátraszentistván	41 266	1,00%
Tapolca	40 219	0,97%
Bikal	37 747	0,91%
Noszvaj	36 727	0,89%
Kecskemét	35 861	0,87%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Cserkeszőlő	35 418	0,86%
Keszthely	33 696	0,82%
Gyenesdiás	33 193	0,80%
Parád	32 171	0,78%
Mezőkövesd	32 024	0,78%
Balatonkenese	31 965	0,77%
Szilvásvárad	31 441	0,76%
Balatonalmádi	31 351	0,76%
Velence	30 543	0,74%
Dombóvár	29 057	0,70%
Zamárdi	29 024	0,70%
Orosháza	28 927	0,70%
Mórahalom	25 442	0,62%
Szentgotthárd	24 204	0,59%
Balatonvilágos	23 149	0,56%
Demjén	21 667	0,53%
Veszprém	20 714	0,50%
Székesfehérvár	20 630	0,50%
Felsőtárkány	19 399	0,47%
Cegléd	17 635	0,43%
Balatonszárszó	16 724	0,41%
Herceghalom	16 690	0,40%
Balatongyörök	15 474	0,38%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Berekfürdő	15 571	0,38%
Balatonlelle	15 286	0,37%
Villány	14 945	0,36%
Komló	14 783	0,36%
Nagybörzsöny	14 481	0,35%
Tata	14 404	0,35%
Tiszafüred	14 081	0,34%
Hollókő	13 630	0,33%
Siklós	13 233	0,32%
Márokföld	13 113	0,32%
Szombathely	12 900	0,31%
Kehidakustány	12 718	0,31%
Ráckeve	12 517	0,30%
Badacsony	12 310	0,30%
Gárdony	11 893	0,29%
Kőszeg	11 329	0,27%
Parádsasvár	10 802	0,26%
Füzesgyarmat	10 502	0,25%
Bánk	9 874	0,24%
Szarvas	9 699	0,24%
Zalacsány	9 380	0,23%
Szolnok	9 285	0,23%
Lenti	8 982	0,22%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Békéscsaba	8 982	0,22%
Komárom	8 959	0,22%
Tiszakécske	8 904	0,22%
Makó	8 845	0,21%
Mosonmagyaróvár	8 656	0,21%
Alsóörs	8 455	0,20%
Bakonybél	8 394	0,20%
Villánykövesd	8 295	0,20%
Hernádvécse	8 254	0,20%
Martfű	8 087	0,20%
Inárcs	7 955	0,19%
Tarcal	7 887	0,19%
Vonyarcvashegy	7 804	0,19%
Bogács	7 395	0,18%
Szekszárd	7 070	0,17%
Balatonboglár	7 058	0,17%
Vecsés	6 863	0,17%
Kaposvár	6 859	0,17%
Balatonföldvár	6 714	0,16%
Hegykő	6 496	0,16%
Tokaj	6 475	0,16%
Telki	6 418	0,16%
Hajdúnánás	6 289	0,15%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Balmazújváros	6 002	0,15%
Szentendre	5 985	0,15%
Sárospatak	5 856	0,14%
Baja	5 736	0,14%
Hódmezővásárhely	5 707	0,14%
Dunaújváros	5 527	0,13%
Zalaegerszeg	5 454	0,13%
Tatabánya	5 444	0,13%
Zsámbék	5 380	0,13%
Poroszló	5 354	0,13%
Csopak	5 150	0,12%
Zirc	4 880	0,12%
Gödöllő	4 523	0,11%
Körmend	4 371	0,11%
Kisvárda	4 357	0,11%
Lipót	3 980	0,10%
Erdőbénye	3 847	0,09%
Rácalmás	3 714	0,09%
Törökbálint	3 612	0,09%
Dunakiliti	3 552	0,09%
Kiskunmajsa	3 487	0,08%
Veresegyház	3 411	0,08%
Kazincbarcika	3 283	0,08%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Telkibánya	3 036	0,07%
Nyírbátor	3 027	0,07%
Celldömölk	2 790	0,07%
Tiszaújváros	2 428	0,06%
Gyömrő	2 207	0,05%
Pápa	2 118	0,05%
Balatonfenyves	1 929	0,05%
Fehérvárcsurgó	1 779	0,04%
Salgótarján	1 746	0,04%
Budaörs	1 741	0,04%
Hegyeshalom	1 475	0,04%
Balatonszemes	1 473	0,04%
Vásárosnamény	1 270	0,03%
Balástya	1 061	0,03%
Nagykanizsa	974	0,02%
Győrújbarát	950	0,02%
Röjtökmuzsaj	946	0,02%
Sátoraljaújhely	902	0,02%
Vác	892	0,02%
Szigetmonostor	883	0,02%
Karcag	837	0,02%
Várgesztes	705	0,02%
Göd	597	0,01%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Orfű	581	0,01%
Zánka	548	0,01%
Dunaszentmiklós	487	0,01%
Kerepes	212	0,01%
Bükkszentkereszt	182	0,00%
Fonyód	144	0,00%
Hajdúböszörmény	120	0,00%
Gönyű	115	0,00%
Szántód	74	0,00%
Bodajk	67	0,00%
Balatonmáriafürdő	59	0,00%
Badacsonytördemic	10	0,00%
Balatonakali	8	0,00%
Sarud	0	0,00%
Martonvásár	0	0,00%
Sukoró	0	0,00%
Paloznak	0	0,00%
Révfülöp	0	0,00%
Balatonberény	0	0,00%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

1.5.3. A vizsgálatba bevont települések és desztinációk részesedése a KÜLFÖLDI vendégforgalomból

A vizsgálatban összesen 3.842.027 vendégéjszaka értékelhető. A következő táblázat azt mutatja, hogy a teljes mennyiségen belül mennyi az egyes desztinációk és települések részesedése.

A teljes külföldi vendégforgalmon belül Budapest részesedése kiemelkedő (55,83%), amelyet szintén kiemelkedő vendégforgalmi arányokkal a Balaton térsége (14,66%) követ. Jelentős részesedéssel bír (5% körüli érték) a Bük-Sárvár térsége (5,82%) és a Debrecen és térsége (5,01%). 3% feletti részesedéssel bír a Győr-Pannonhalma térsége (3,52%) és a Budapest környéke (3,10%), 2% feletti részesedéssel bír a Mátra-Bükk térsége (2,58%), 1-2% közötti részesedéssel bír a Szeged és térsége (1,37%) és a Sopron-Fertő térsége (1,22%). Az összes többi desztináció részesedése 1% alatti (Pécs-Villány 0,95%), Tokaj és Nyíregyháza térsége (0,83%) és Gyula és térsége (0,64%).

A táblázat azt is bemutatja, hogy egyes, jelentősebb vendégforgalommal rendelkező vidéki települések önmagukban tudnak magasabb vendégéjszakaszámot generálni, mint egy-egy teljes desztináció:

- **Hévíz (6,22%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Bük-Sárvár térsége (5,82%), a Debrecen és térsége (5,01%), a Győr-Pannonhalma térsége (3,52%), több mint kétszeres részesedéssel bír, mint a Budapest környéke (3,10%) és a Mátra-Bükk térsége (2,58%), több mint ötszörös részesedéssel bír, mint a Szeged és térsége (1,27%), a Sopron-Fertő (1,22%), több mint hatszoros részesedéssel bír, mint a Pécs-Villány (0,95%), Tokaj és Nyíregyháza (0,83%), Gyula és térsége (0,64%) desztinációk desztinációs szinten,
- **Bükfürdő (3,70%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Győr-Pannonhalma térsége (3,52%), a Budapest környéke (3,10%) és a Mátra-Bükk térsége (2,58%), több mint kétszeres részesedéssel bír, mint a Szeged és térsége (1,37%), több mint háromszoros részesedéssel bír, mint a Sopron-Fertő térsége (1,22%), több mint négyszeres részesedéssel bír, mint a Pécs-Villány térsége (0,95%) és a Tokaj és Nyíregyháza (0,83%), több mint ötszörös részesedéssel bír, mint a Gyula és térsége (0,57%) desztinációk desztinációs szinten,
- **Hajdúszoboszló (2,96%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Mátra-Bükk térsége (2,58%), több mint kétszeres részesedéssel bír, mint a Szeged és térsége (1,37%), a Sopron-Fertő térsége (1,22%), több mint háromszoros részesedéssel bír, mint a Pécs-Villány térsége (0,95%), Tokaj és Nyíregyháza (0,83%), több mint négyszeres részesedéssel bír, mint a Gyula és térsége (0,64%) desztinációk desztinációs szinten,
- **Győr (2,09%), Debrecen (1,93%), Sárvár (1,76%), Siófok (1,52%), Balatonfüred (1,50%), Tihany (1,46%), Zalakaros (1,44%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Szeged és térsége (1,37%), Sopron-Fertő térsége (1,22%), részben több mint kétszeres részesedéssel bír, mint a Pécs-Villány térsége (0,95%), Tokaj és Nyíregyháza (0,83) és a Gyula és térsége (0,64%) desztinációk desztinációs szinten,
- **Eger (1,19%), Szeged (1,08%) és Sopron (0,99%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Pécs-Villány térsége (0,95%), a Tokaj és Nyíregyháza (0,83%) és a Gyula és térsége (0,64%) desztinációk desztinációs szinten,
- **Vecsés (0,90%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Tokaj és Nyíregyháza (0,83%) és a Gyula és térsége (0,64%) desztinációk desztinációs szinten
- **Kecskemét (0,72%) és Hegyeshalom (0,71%)** magasabb részesedéssel bír, mint a Gyula és térsége (0,64%) desztináció desztinációs szinten.

EGYES DESZTINÁCIÓK ÉS TELEPÜLÉSEK VENDÉGÉJSZAKASZÁMA ÉS RÉSZESEDÉSE A KÜLFÖLDI VENDÉGFORGALOMBÓL
6. SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
ÖSSZESEN	3 842 027	
BUDAPEST	2 145 190	55,83%
BALATON	563 132	14,66%
Hévíz	238 816	6,22%
BÜK-SÁRVÁR	223 693	5,82%
DEBRECEN ÉS TÉRSÉGE	192 506	5,01%
DESZTINÁCIÓN KÍVÜL	172 021	4,48%
Bükfürdő	142 310	3,70%
GYŐR-PANNONHALMA	135 189	3,52%
BUDAPEST KÖRNYÉKE	118 955	3,10%
Hajdúszoboszló	113 791	2,96%
MÁTRA-BÜKK	98 965	2,58%
Győr	80 218	2,09%
Debrecen	74 030	1,93%
Sárvár	67 442	1,76%
Siófok	58 268	1,52%
Balatonfüred	57 559	1,50%
Tihany	55 999	1,46%
Zalakaros	55 351	1,44%
SZEGED ÉS TÉRSÉGE	52 781	1,37%
SOPRON-FERTŐ	46 704	1,22%
Eger	42 690	1,11%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Szeged	41 303	1,08%
Sopron	38 041	0,99%
PÉCS-VILLÁNY	**36 324**	**0,95%**
Vecsés	34 496	0,90%
TOKAJ ÉS NYÍREGYHÁZA	**32 040**	**0,83%**
Kecskemét	27 684	0,72%
Hegyeshalom	27 447	0,71%
GYULA ÉS TÉRSÉGE	**24 527**	**0,64%**
Miskolc	22 812	0,59%
Mosonmagyaróvár	22 719	0,59%
Gyula	22 054	0,57%
Nyíregyháza	20 939	0,54%
Székesfehérvár	20 345	0,53%
Balástya	19 411	0,51%
Pécs	19 362	0,50%
Visegrád	15 550	0,40%
Harkány	14 160	0,37%
Tapolca	13 526	0,35%
Tata	13 279	0,35%
Szentgotthárd	11 457	0,30%
Szombathely	9 748	0,25%
Alsópáhok	9 519	0,25%
Egerszalók	9 573	0,25%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Veszprém	9 299	0,24%
Balatonalmádi	9 025	0,23%
Lenti	8 982	0,23%
Kehidakustány	8 591	0,22%
Cserszegtomaj	8 572	0,22%
Gödöllő	8 510	0,22%
Hegykő	8 048	0,21%
Esztergom	7 795	0,20%
Budaörs	7 614	0,20%
Körmend	7 090	0,18%
Mezőkövesd	7 058	0,18%
Kerepes	6 742	0,18%
Komárom	6 703	0,17%
Szolnok	6 596	0,17%
Tatabánya	6 263	0,16%
Gyöngyös	5 843	0,15%
Törökbálint	5 497	0,14%
Pápa	5 406	0,14%
Herceghalom	5 084	0,13%
Keszthely	5 036	0,13%
Sümeg	4 788	0,12%
Mórahalom	4 601	0,12%
Dunaújváros	4 064	0,11%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Zamárdi	4 027	0,10%
Zalaegerszeg	3 944	0,10%
Orosháza	3 784	0,10%
Kisvárda	3 750	0,10%
Tiszaújváros	3 724	0,10%
Balatonkenese	3 640	0,09%
Noszvaj	3 640	0,09%
Velence	3 622	0,09%
Balatonszárszó	3 612	0,09%
Makó	3 504	0,09%
Hódmezővásárhely	3 373	0,09%
Kazincbarcika	3 047	0,08%
Zalacsány	3 001	0,08%
Tarcal	2 797	0,07%
Celldömölk	2 723	0,07%
Nagykanizsa	2 658	0,07%
Békéscsaba	2 473	0,06%
Inárcs	2 417	0,06%
Telki	2 367	0,06%
Kaposvár	2 308	0,06%
Cegléd	2 291	0,06%
Gárdony	2 232	0,06%
Bánk	2 062	0,05%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Zsámbék	2 326	0,06%
Szekszárd	2 236	0,06%
Balatonboglár	2 077	0,05%
Lipót	2 047	0,05%
Szentendre	2 011	0,05%
Villány	2 010	0,05%
Balatonföldvár	1 946	0,05%
Vonyarcvashegy	1 885	0,05%
Parád	1 794	0,05%
Márokföld	1 762	0,05%
Balmazújváros	1 714	0,04%
Dunakiliti	1 625	0,04%
Balatongyörök	1 591	0,04%
Dombóvár	1 549	0,04%
Baja	1 546	0,04%
Kőszeg	1 470	0,04%
Rácalmás	1 450	0,04%
Szilvásvárad	1 398	0,04%
Bogács	1 384	0,04%
Badacsonytomaj	1 291	0,03%
Tokaj	1 274	0,03%
Cserkeszőlő	1 264	0,03%
Hajdúnánás	1 214	0,03%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Alsóörs	1 183	0,03%
Tiszafüred	1 092	0,03%
Balatonvilágos	1 070	0,03%
Berekfürdő	1 064	0,03%
Demjén	1 063	0,03%
Fehérvárcsurgó	1 030	0,03%
Gönyű	1 016	0,03%
Csopak	986	0,03%
Ráckeve	969	0,03%
Füzesgyarmat	884	0,02%
Balatonfenyves	887	0,02%
Bikal	878	0,02%
Szarvas	855	0,02%
Nyírbátor	827	0,02%
Balatonlelle	784	0,02%
Hollókő	766	0,02%
Gyömrő	740	0,02%
Martfű	721	0,02%
Karcag	697	0,02%
Vásárosnamény	683	0,02%
Komló	669	0,02%
Siklós	638	0,02%
Göd	624	0,02%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Röjtökmuzsaj	615	0,02%
Parádsasvár	602	0,02%
Tiszakécske	583	0,02%
Sárospatak	578	0,02%
Mátraszentistván	538	0,01%
Felsőtárkány	514	0,01%
Gyenesdiás	493	0,01%
Zánka	465	0,01%
Hernádvécse	432	0,01%
Kiskunmajsa	429	0,01%
Sátoraljaújhely	428	0,01%
Nagybörzsöny	412	0,01%
Vác	391	0,01%
Várgesztes	277	0,01%
Szigetmonostor	230	0,01%
Erdőbénye	214	0,01%
Bakonybél	203	0,01%
Szántód	173	0,00%
Fonyód	132	0,00%
Telkibánya	118	0,00%
Győrújbarát	117	0,00%
Salgótarján	89	0,00%
Poroszló	88	0,00%

Desztináció/település	Rögzített vendégéjszaka	Országos részesedés
Balatonmáriafürdő	59	0,00%
Zirc	57	0,00%
Balatonmáriafürdő	34	0,00%
Hajdúböszörmény	30	0,00%
Villánykövesd	29	0,00%
Balatonszemes	12	0,00%
Bodajk	6	0,00%
Orfű	4	0,00%
Dunaszentmiklós	3	0,00%
Badacsonytördemic	2	0,00%
Sarud	0	0,00%
Martonvásár	0	0,00%
Veresegyház	0	0,00%
Sukoró	0	0,00%
Bükkszentkereszt	0	0,00%
Balatonberény	0	0,00%
Balatonakali	0	0,00%
Révfülöp	0	0,00%
Paloznak	0	0,00%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

1.5.4. Belföldiek a lehatárolt turisztikai térségekben

Az összes korábbi stratégia (beleértve az NTS2030 készítését is) adatok híján nem tudott azzal a kérdéssel érdemben foglalkozni, hogy **a belföldi turizmus küldőterületei desztinációnként** (esetleg azon belül, szezonálisan, életkori megoszlásban) **hogyan alakulnak.** Nem álltak rendelkezésre olyan adatok, amely a belföldi turizmus pontosabb keresleti viszonyait képes lett volna bemutatni, az elemzések-értékelések desztinációnként mindösszesen abszolút értékben a vendég/vendégéjszakaszám értékeire (és esetleg azok évek közötti változásaira) tudtak fókuszálni.

Az NTAK óriási hozzáadott értéke, hogy **nemcsak annak bemutatására képes, hogy HOVA érkeztek (hányan és hány éjszakára) vendégek, hanem hogy HONNAN érkeztek és KIK VOLTAK a vendégek.** Emellett annak vizsgálatára is lehetőség nyílik, hogy az adott belföldi küldőterület között milyen eltérés mutatkozik a küldőpiacokat illetően.

A 2019-es évben a belföldi vendégforgalmat illetően 1.813.582 vendég összesen 4.125.825 vendégéjszaka adatai érhetőek el. **A belföldi átlagos tartózkodási idő 2,27 éjszaka. Az átlaghoz képest az alábbi megyékből utazó vendégek vesznek részt magasabb vagy alacsonyabb átlagos tartózkodási idejű utazásokon.**

Az alábbi táblázat az átlaghoz képest **alacsonyabb** tartózkodási időt generáló belföldi küldőpiacokat mutatja be.

AZ ORSZÁGOS ÁTLAGNÁL ALACSONYABB TARTÓZKODÁSI IDŐVEL RENDELKEZŐ TELEPÜLÉSEK
7. SZ. TÁBLÁZAT

Megye	Átlagos tartózkodási idő
Országos átlag	**2,27 éj**
Budapest	2,16 éj
Baranya megye	2,20 éj
Zala megye	2,21 éj
Vas megye	2,23 éj
Csongrád-Csanád megye	2,24 éj
Somogy megye	2,25 éj
Győr-Moson-Sopron megye	2,27 éj

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Az alábbi táblázat az átlaghoz képest **magasabb** tartózkodási időt generáló belföldi küldőpiacokat mutatja be.

AZ ORSZÁGOS ÁTLAGNÁL MAGASABB TARTÓZKODÁSI IDŐVEL RENDELKEZŐ TELEPÜLÉSEK
8 SZ. TÁBLÁZAT

Megye	Átlagos tartózkodási idő
Országos átlag	**2,27 éj**
Pest megye	2,28 éj
Jász-Nagykun-Szolnok megye	2,29 éj
Békés megye	2,29 éj
Hajdú-Bihar megye	2,31 éj
Veszprém megye	2,31 éj
Bács-Kiskun megye	2,34 éj
Fejér megye	2,35 éj
Nógrád megye	2,36 éj
Heves megye	2,39 éj
Borsod-Abaúj-Zemplén megye	2,40 éj
Tolna megye	2,42 éj
Komárom-Esztergom megye	2,44 éj
Szabolcs-Szatmár-Bereg megye	2,53 éj

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Amennyiben azt vizsgáljuk, hogy az adott megyei küldőterületekről átlagos tartózkodási időben az egyes desztinációk hogyan teljesítenek, akkor a következő eredményeket kapjuk. A **táblázat alapján megállapítható, hogy az elérési idő és az átlagos tartózkodási idő fordítottan arányos** egymással, vagyis a távolabbi desztinációkba való utazás (hétvége helyett hosszabb tartózkodási idő) egyben magasabb várható tartózkodási időt is jelent. Ebből következik, hogy azon desztinációk, amelyek távolabbi megyék vendégeit is meg tudják sikerrel szólítani, onnan magasabb átlagos tartózkodási idejű vendégek fognak érkezni. A Balaton a kelet-magyarországi megyékből, Gyula és térsége pedig a dunántúli megyékből generál az átlagost messze meghaladó tartózkodási időt.

AZ EGYES KÜLDŐTERÜLETEK ÁLTAL GENERÁLT ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDŐ, 9 SZ. TÁBLÁZAT

Megye	Legmagasabb tartózkodási időt generáló desztináció	Átlagos tartózkodási idő	Átlagos tartózkodási idő (országosan)	Legalacsonyabb tartózkodási időt generáló desztináció	Átlagos tartózkodási idő
Baranya	Gyula és térsége	2,71 éj	2,20 éj	Budapest	1,55 éj
Békés	Balaton	2,85 éj	2,29 éj	Tokaj és Nyíregyháza	1,77 éj
Bács-Kiskun	Bük-Sárvár	3,01 éj	2,34 éj	Szeged és térsége	1,88 éj
Borsod-Abaúj-Zemplén	Gyula és térsége	3,00 éj	2,40 éj	Tokaj és Nyíregyháza	1,74 éj
Budapest	Bük-Sárvár	2,74 éj	2,16 éj	Debrecen és térsége	1,59 éj
Csongrád-Csanád	Balaton	2,78 éj	2,24 éj	Budapest	1,71 éj
Fejér	Gyula és térsége	2,96 éj	2,35 éj	Budapest	1,83 éj
Győr-Moson-Sopron	Gyula és térsége	2,87 éj	2,27 éj	Budapest	1,51 éj
Heves	Balaton	2,92 éj	2,39 éj	Mátra-Bükk	1,81 éj
Hajdú-Bihar	Balaton	2,99 éj	2,31 éj	Tokaj és Nyíregyháza	1,75 éj
Jász-Nagykun-Szolnok	Balaton	2,75 éj	2,29 éj	Szeged és térsége	1,89 éj
Komárom-Esztergom	Bük-Sárvár	3,15 éj	2,44 éj	Budapest	1,74 éj
Nógrád	Debrecen és térsége	2,83 éj	2,36 éj	Budapest környéke	1,92 éj
Pest	Gyula és térsége	2,87 éj	2,28 éj	Budapest környéke	1,79 éj
Somogy	Győr-Pannonhalma	3,22 éj	2,25 éj	Pécs-Villány	2,00 éj
Szabolcs-Szatmár-Bereg	Balaton	3,04 éj	2,53 éj	Szeged és térsége	1,99 éj
Tolna	Debrecen és térsége	3,50 éj	2,42 éj	Budapest	1,78 éj
Vas	Gyula és térsége	2,88 éj	2,23 éj	Budapest	1,57 éj
Veszprém	Gyula és térsége	2,92 éj	2,31 éj	Budapest	1,85 éj
Zala	Gyula és térsége	2,80 éj	2,21 éj	Budapest környéke	1,93 éj

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Az adatok elemzése során nemcsak az adott megyék által generált (abszolút értékben kifejezett) vendégszámot és vendégéjszakaszámot vizsgáltuk, hanem azt is megnéztük, hogy ezek az értékek az adott megye összlakosságszámához viszonyítva milyen információkkal szolgálnak. Az előzetesen is várható volt, hogy minden desztináció legjelentősebb küldőpiaca (a legnagyobb lakosságszámú) Budapest (és Pest megye), ugyanakkor a vizsgálat arra irányult, hogy a lakosságszámhoz viszonyított, átlaghoz képesti felül- vagy alulreprezentáltságot meghatározzuk. **Az értékek áttekintése során így nem azok abszolút mértéke, hanem az átlaghoz és egymáshoz viszonyított aránya hordoz információt.**

Az alábbi táblázat azt mutatja, hogy a belföldi vendégforgalomban az adott megye 1 lakosára mekkora vendégszám jutott 2019-ben, vagyis arra mutat rá, hogy **az átlaghoz képest mekkora eltéréssel vesznek részt az egyes megye lakosai a belföldi turizmusban.** Leegyszerűsítve azt mutatja, hogy **egy főre vetítve mennyien utaznak egyik vagy másik megyéből belföldön vendégéjszakát is generálva.** Általánosságban megállapítható, hogy az adott megye jövedelmi szintje és a belföldi turizmusban való részvétel gyakorisága között szoros kapcsolat mutatható ki.

A táblázat alapján a következő részletes megállapítások tehetők:

- **a legalacsonyabb értékeket mutató megyék az országos átlaghoz képest 50%-kal alacsonyabb értékeket mutatnak.** Ez azt jelenti, hogy pl. a Békés megyében lakók közel 50%-kal kisebb valószínűséggel vesznek részt a belföldi turizmusban, mint az országos átlag, és egy főre vetítve Budapest lakosága közel két és félszer nagyobb valószínűséggel generál egy vendégéjszakát mint egy Békés megyei,
- az országos átlaghoz képest a (0,19 fő) **csak a legfejlettebb (legjelentősebb váráslóerővel rendelkező) küldőterületek mutatnak magasabb értéket,** az átlagot megközelíti Vas megye, az átlagnak megfelelő értéket Fejér megye mutat, **átlag felettit Komárom-Esztergom megye (0,21 fő), Győr-Moson-Sopron megye és Pest megye (0,23 fő). Budapest értékei e körben kiemelkedőek, Budapest lakossága az országos átlaghoz képest is 50%-kal magasabb mértékben jelenik meg a belföldi turizmusban egy lakosra vetítve.**

EGY MEGYE 1 LAKOSÁRA JUTÓ ORSZÁGOS BELFÖLDI VENDÉGSZÁM
10 SZ. TÁBLÁZAT

Megye	1 lakosra jutó vendégszám
Békés megye	0,12 fő
Szabolcs-Szatmár-Bereg megye	0,12 fő
Jász-Nagykun-Szolnok megye	0,12 fő
Somogy megye	0,12 fő
Borsod-Abaúj-Zemplén megye	0,13 fő
Nógrád megye	0,13 fő
Bács-Kiskun megye	0,15 fő
Csongrád-Csanád megye	0,15 fő

Megye	1 lakosra jutó vendégszám
Baranya megye	0,15 fő
Heves megye	0,15 fő
Tolna megye	0,15 fő
Hajdú-Bihar megye	0,15 fő
Zala megye	0,15 fő
Veszprém megye	0,16 fő
Vas megye	0,18 fő
Országos átlag	**0,19 fő**
Fejér megye	0,19 fő
Komárom-Esztergom megye	0,21 fő
Győr-Moson-Sopron megye	0,23 fő
Pest megye	0,23 fő
Budapest	0,28 fő

Forrás: NTAK adatok alapján saját szerkesztés

Hasonló következtetésre juthatunk, ha azt vizsgáljuk, hogy egy adott megye egy lakosára vetítve mennyi vendégéjszaka jut az NTAK 2019-es adatai alapján, itt a vendégek száma mellett figyelembe vettük az átlagos tartózkodási időt is. A legszerényebb értékeket mutató megyék esetében 50%-kal alacsonyabb az országos átlaghoz képest az egy lakosra jutó vendégéjszakaszám, Budapest lakossága pedig egy főre vetítve a megyék fele esetében közel kétszeres vendégéjszakaszámot generál egy lakosra vetítve. **A fejlettebb küldőterületekről így arányaiban nemcsak többen utaznak, de több vendégéjszakát is generálnak abszolút értékben.**

EGY MEGYE 1 LAKOSÁRA JUTÓ ORSZÁGOS BELFÖLDI VENDÉGÉJSZAKASZÁM
11 SZ. TÁBLÁZAT

Megye	1 lakosra jutó vendégéjszaka
Békés megye	0,27 éjszaka
Jász-Nagykun-Szolnok megye	0,27 éjszaka

Megye	1 lakosra jutó vendégéjszaka
Somogy megye	0,28 éjszaka
Nógrád megye	0,30 éjszaka
Szabolcs-Szatmár-Bereg megye	0,30 éjszaka
Borsod-Abaúj-Zemplén megye	0,30 éjszaka
Zala megye	0,32 éjszaka
Csongrád-Csanád megye	0,33 éjszaka
Baranya megye	0,33 éjszaka
Bács-Kiskun megye	0,35 éjszaka
Hajdú-Bihar megye	0,35 éjszaka
Tolna megye	0,36 éjszaka
Heves megye	0,36 éjszaka
Veszprém megye	0,38 éjszaka
Vas megye	0,39 éjszaka
Országos átlag	**0,42 éjszaka**
Fejér megye	0,46 éjszaka
Győr-Moson-Sopron megye	0,51 éjszaka
Komárom-Esztergom megye	0,52 éjszaka
Pest megye	0,53 éjszaka
Budapest	0,61 éjszaka

Az NTAK adatai arra is lehetőséget biztosítanak, hogy **a belföldi vendégek korcsoporti összetételét is vizsgálhassuk.** Jelen fejezetben az országos értékeket vizsgáljuk (a későbbiekben kerülnek bemutatásra a desztinációs egyedi adatok), összehasonlításképpen bemutatjuk a belföldi összesített vendégadatok mellett a külföldiekre vonatkozó értékeket is. Az alábbi táblázat alapján a következő megállapításokat tehetjük:

- belföldi turizmus esetében az országos arányokhoz képest Budapest a 19-24 éves, a 25-34 éves, a 35-44 éves korosztályokban felülreprezentált, a Budapesten kívüli desztinációk pedig a 0-18 éves (vélhetően a gyermekekkel tör-

ténő szabadidő utazások nagyobb aránya miatt), az 55-64 éves és a 65+-os korosztályban (vélhetően az egészségturisztikai motivációjú utazások nagyobb aránya miatt) felülreprezentáltak.

- a külföldiek és belföldiek életkori összetételét figyelembe véve a külföldiek a 0-18-as korosztályban (gyermekkel történő szabadidős utazások) jelentősen kisebb arányt képviselnek, mint a belföldiek esetében, ugyanakkor az idősebb korosztályokban (65+) legalább 40%-kal magasabb arányt képviselnek, mint a belföldiek az összes fogadóterületen (Budapesten kívüli desztinációk). **A külföldiek körében tehát Magyarország fogadóterületei a fiatalok esetében a belföldiekhez képest arányaiban kevésbé népszerűek, az idősebb külföldi korosztályokat viszont nagyobb sikerrel szólítjuk meg, mint a belföldieket.**

Az egyes megyék részletes küldőpiaci elemzésére a későbbiekben kerül sor, jelen fejezetben pusztán annak bemutatására kerül sor, hogy **a 12 beazonosított fogadóterület** (Budapest és 11 vidéki desztináció) **nem „önmagában" népszerű vagy kevésbé népszerű országosan, hanem a népszerűség és a küldőterület távolsága között összefüggés van.** Ugyancsak ennek kapcsán kihangsúlyozni érdemes, illetve, hogy az ország egyes részeiről bizonyos desztinációk elérhetősége olyan mértékben korlátozott (pl. Gyula Vas megyéből), és hogy a desztinációk elérhetősége kapcsán a szomszédos külföldi területek inkább jelennek (vagy jelenhetnek) meg „lokális" keresletként, mint egyes belföldi desztinációk. Még érthetőbben: **Gyula és térsége esetében a határmenti román vendégek (külföldi létük ellenére) lokális keresletként jelennek meg, amely reálisabb értékesítési lehetőségekkel kecsegtet, mint a Vas megyei vendégek megszólítása.**

ADOTT KOROSZTÁLYOK ARÁNYA A TELJES VENDÉGFORGALMON BELÜL, 12 SZ. TÁBLÁZAT

	Korosztályok									
	0-18	19-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	0-44	25-54	55+
Belföld összesen	14,45%	5,32%	14,81%	23,17%	23,27%	13,38%	9,87%	57,85%	56,98%	23,25%
Belföld Budapest	6,66%	7,73%	20,07%	33,90%	19,45%	8,34%	3,84%	68,36%	73,42%	12,18%
Belföld Budapesten kívül	14,93%	5,17%	14,49%	22,61%	18,66%	18,87%	10,24%	57,20%	55,97%	23,93%
Külföld összesen	6,86%	5,25%	13,25%	30,87%	19,99%	14,07%	9,69%	56,25%	64,12%	23,76%
Külföld Budapest	4,71%	5,15%	14,59%	38,17%	19,50%	11,47%	6,40%	62,63%	72,27%	17,87%
Külföld Budapesten kívül	9,81%	5,14%	11,30%	21,51%	20,29%	17,70%	14,50%	47,50%	52,84%	32,20%

Forrás: NTAK adatok alapján saját szerkesztés

A belföldi vendégforgalom vizsgálatakor az NTAK arra is lehetőséget biztosít, hogy megvizsgáljuk, **hogy egy-egy adott megyéből mely desztinációkat keresik fel legnagyobb számban és legtöbb vendégéjszakát generálva a vendégek.** Ez az elemzés lehetőséget biztosít arra, hogy **a küldőpiac és fogadóterület kapcsolatában az elérési idő** (értsd: küldőmegye és desztináció távolsága) **és ahhoz kapcsolódóan a tartózkodási idő összefüggéseit is vizsgáljuk** (hétvégi utazás realitása sokórás utazási idő mellett).

Az egyes desztinációk legmagasabb és legalacsonyabb belföldi küldőterületi részesedését az alábbi táblázat mutatja be. Látható, hogy a megyei részesedések két desztináció kivételével a legjelentősebb és legcsekélyebb részesedések között 3–6-szoros eltérést mutatnak, **csak a Balaton és Budapest környéke esetében tekinthető a részesedés országosan kiegyensúlyozottnak** (Balaton kétszeres, Budapest környéke másfélszeres az eltérés legjelentősebb és legcsekélyebb részesedés között).

A Balaton legkisebb megyei részesedése (Hajdú-Bihar: 22,49%) is megközelíti a második és harmadik legjelentősebb desztináció legmagasabb megyei részesedését (Debrecen és térsége: 26,10%, illetve Mátra-Bükk: 24,17%). A Mátra-Bükk legalacsonyabb megyei részesedése (Vas: 6,80%) eléri a Pécs-Villány legmagasabb megyei részesedését (Somogy: 6,80%), illetve meghaladja a Sopron-Fertő (Somogy: 6,29%), a Tokaj-Nyíregyháza (Szabolcs-Szatmár-Bereg: 4,56%) és a Győr-Pannonhalma (Somogy: 3,77%) legmagasabb részesedését. A Debrecen és térsége és a Budapest környéke legalacsonyabb megyei részesedése (Vas: 5,05%, illetve Szabolcs-Szatmár-Bereg: 6,14%) meghaladja a Tokaj-Nyíregyháza (Szabolcs-Szatmár-Bereg: 4,56%) és a Győr-Pannonhalma (Somogy: 3,77%) legmagasabb részesedését. Ez utóbbiak arra világítanak rá, hogy **a legjelentősebb desztinációk esetében a legszerényebb részesedés is magasabb lehet, mint mások esetében akár a legjelentősebb részesedés.**

AZ EGYES DESZTINÁCIÓK LEGMAGASABB ÉS LEGALACSONYABB BELFÖLDI KÜLDŐTERÜLETI RÉSZESEDÉSE 13 SZ. TÁBLÁZAT

	Megye megnevezése, ahol a részesedése a legjelentősebb a teljes megyei vendégforgalomból	Részesedés	Megye megnevezése, ahol a részesedése a legcsekélyebb a teljes megyei vendégforgalomból	Részesedés
Balaton	Vas	49,57%	Hajdú-Bihar	22,49%
Debrecen és térsége	Szabolcs-Szatmár-Bereg	26,10%	Vas	5,05%
Mátra-Bükk	Hajdú-Bihar	24,17%	Vas	6,80%
Budapest	Zala	11,78%	Komárom-Esztergom	2,13%
Bük-Sárvár	Veszprém	11,47%	Szabolcs-Szatmár-Bereg	1,72%
Budapest környéke	Budapest	9,95%	Szabolcs-Szatmár-Bereg	6,14%
Gyula és térsége	Csongrád-Csanád	7,52%	Győr-Moson-Sopron	1,84%
Szeged és térsége	Baranya	7,24%	Szabolcs-Szatmár-Bereg	1,88%
Pécs-Villány	Somogy	6,80%	Szabolcs-Szatmár-Bereg	1,61%
Sopron-Fertő	Somogy	6,29%	Borsod-Abaúj-Zemplén	1,76%
Tokaj-Nyíregyháza	Szabolcs-Szatmár-Bereg	4,56%	Vas	1,20%
Győr-Pannonhalma	Somogy	3,77%	Nógrád	1,19%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az alábbi táblázat azt mutatja, hogy **az egyes megyék utazói vendégéjszakák száma alapján milyen sorrendben választják az egyes desztinációkat.** A mérés mind a 11 + Budapest desztinációra elkészült, jelen táblázat csak megyénként a legjelentősebb 6 desztináció sorrendjét mutatja. Az értékelés kapcsán a következő fontosabb megállapításokat tesszük:

- **a Balaton, mint országosan legnépszerűbb desztináció szerepe megkérdőjelezhetetlen.** A 20 megyei fogadóterület közül 17-ben a legnépszerűbb célpontként szerepel, két esetben második (Borsod-Abaúj-Zemplén megye és Hajdú-Bihar megye), egy esetben harmadik (Szabolcs-Szatmár-Bereg megye).
- a Balaton után **a második legtöbb „dobogós" helyezéssel a Mátra-Bükk térsége szerepel** (összesen 18 „dobogós" hely, egyszer a legnépszerűbb, tízszer a második legnépszerűbb, hétszer a harmadik legnépszerűbb) **és minden megye esetében az 1-4. legnépszerűbb desztináció egyike.** Kimondható, hogy a Mátra-Bükk térsége országosan is stabilan képes vendégeket megszólítani.
- a Mátra-Bükk után a második legtöbb „dobogós" helyezéssel a **Debrecen és térsége szerepel** (összesen 10 „dobogós" hely, kétszer a legnépszerűbb, háromszor a második legnépszerűbb, ötször a harmadik legnépszerűbb). **Baranya, Somogy és Zala megye kivételével minden megye esetében az 1-6. legnépszerűbb desztináció.** Megállapítható az is, hogy a Debrecen és térsége vonzereje az elérési idő növekedésével (vagy akár a közelebb is kielégíthető hasonló termékkínálatot nyújtó desztinációk elérésével) csökken a belföldi vendégek körében. **Minél nyugatabbi megyét vizsgálunk, annál nagyobb valószínűséggel csökken a Debrecen és térsége népszerűsége a belföldi piacon.**
- a vidéki desztinációk közül 20 megye közül a **Bük-Sárvár térsége** kilenc esetben (Baranya és Tolna megyék kivételével az összes dunántúli megye esetében) szerepel a hat legnépszerűbb desztináció között, kettő esetben a Balaton után a második legnépszerűbb, két esetben a harmadik megnépszerűbb desztináció. A Dunától keletre eső megyék esetében a Bük-Sárvár térség nincs a legnépszerűbb hat desztináció között.
- a **Budapest környéke** – heterogén termékkínálata ellenére vagy éppen azért – **mind a húsz megye esetében a legnépszerűbb hat** (jellemzően 4-6. legnépszerűbb) **desztináció egyike,** két esetben tekinthető a harmadik legnépszerűbb desztinációnak (Budapest és Fejér megye), egy esetben (Vas megye) a második legnépszerűbbnek. **Stabil és kiegyensúlyozott, országos kereslet jellemzi tehát a Budapest környéke desztinációt.**
- relatíve **kiegyensúlyozott kereslet jellemzi** – a periférikus elhelyezkedése ellenére - **a Gyula és térséget,** kilenc megye esetében található meg a hat legnépszerűbb desztináció között, valamennyi Dunától keletre eső megye (kiegészülve Komárom-Esztergom megyével) esetében népszerű úticélnak tekinthető.
- a többi desztináció közül a **Szeged és térsége** három esetben (Baranya megye: ötödik legnépszerűbb, Békés megye: hatodik legnépszerűbb, Tolna megye ötödik legnépszerűbb) szerepel a hat legnépszerűbb desztináció között, a **Pécs-Villány térsége** hat esetben (Baranya, Bács-Kiskun, Fejér, Somogy, Tolna és Zala megyék esetében hatodik legnépszerűbb).
- A **Sopron-Fertő,** a **Tokaj és Nyíregyháza és a Győr-Pannonhalma térségek egyetlen megye esetében sem szerepelnek a hat legnépszerűbb desztináció között.**

A LEGTÖBB VENDÉGÉJSZAKÁT GENERÁLÓ DESZTINÁCIÓK MEGYEI BONTÁSBAN
(AZ ADOTT MEGYÉBŐL AZ ELSŐ HAT LEGNÉPSZERŰBB DESZTINÁCIÓ)
14 SZ. TÁBLÁZAT

	Legnépszerűbb desztinációk sorrendje az adott küldőmegyéből					
Megye	1.	2.	3.	4.	5.	6.
Baranya	Balaton	Budapest	Mátra-Bükk	Budapest környéke	Szeged és térsége	Pécs-Villány
Bács-Kiskun	Balaton	Mátra-Bükk	Debrecen és térsége	Gyula és térsége	Budapest környéke	Pécs-Villány
Békés	Balaton	Mátra-Bükk	Debrecen és térsége	Budapest	Budapest környéke	Szeged és térsége
Borsod-Abaúj-Zemplén	Debrecen és térsége	Balaton	Mátra-Bükk	Budapest	Budapest környéke	Gyula és térsége
Budapest	Balaton	Mátra-Bükk	Budapest környéke	Debrecen és térsége	Bük-Sárvár	Budapest
Csongrád-Csanád	Balaton	Mátra-Bükk	Budapest	Budapest környéke	Debrecen és térsége	Gyula és térsége
Fejér	Balaton	Mátra-Bükk	Budapest környéke	Debrecen és térsége	Bük-Sárvár	Pécs-Villány
Győr-Moson-Sopron	Balaton	Bük-Sárvár	Mátra-Bükk	Budapest környéke	Debrecen és térsége	Budapest
Heves	Balaton	Debrecen és térsége	Mátra-Bükk	Budapest környéke	Gyula és térsége	Budapest
Hajdú-Bihar	Mátra-Bükk	Balaton	Debrecen és térsége	Budapest	Budapest környéke	Gyula és térsége
Jász-Nagykun-Szolnok	Balaton	Debrecen és térsége	Mátra-Bükk	Budapest	Budapest környéke	Gyula és térsége
Komárom-Esztergom	Balaton	Mátra-Bükk	Bük-Sárvár	Budapest környéke	Debrecen és térsége	Gyula és térsége
Nógrád	Balaton	Mátra-Bükk	Debrecen és térsége	Budapest környéke	Budapest	Gyula és térsége

Pest	Balaton	Mátra-Bükk	Debrecen és térsége	Budapest környéke	Bük-Sárvár	Gyula és térsége
Somogy	Balaton	Mátra-Bükk	Budapest	Budapest környéke	Bük-Sárvár	Pécs-Villány
Szabolcs-Szatmár-Bereg	Debrecen és térsége	Mátra-Bükk	Balaton	Budapest	Budapest környéke	Gyula és térsége
Tolna	Balaton	Debrecen és térsége	Mátra-Bükk	Budapest környéke	Szeged és térsége	Pécs-Villány
Vas	Balaton	Budapest környéke	Budapest	Mátra-Bükk	Bük-Sárvár	Debrecen és térsége
Veszprém	Balaton	Bük-Sárvár	Mátra-Bükk	Budapest környéke	Budapest	Debrecen és térsége
Zala	Balaton	Budapest	Bük-Sárvár	Mátra-Bükk	Budapest környéke	Pécs-Villány

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az alábbi táblázat azt mutatja, hogy **mi az egyes desztinációk „átlagos”** (számtani átlag) **helyezése a 11 desztináció és Budapest között.** A táblázat alapján rögzíthető fontosabb megállapítások a következők:

- amint fentebb is jeleztük, **a Balaton, mint első számú belföldi desztináció szerepe megkérdőjelezhetetlen.** Mind a „népszerűségi sorrendben”, mind a népszerűség - kevésbé népszerűség szempontjai szerint kiemelkedő szerepet játszik, mögötte a Mátra-Bükk országos második helyezése is meggyőző (csak Vas és Zala megyékben a 4. legnépszerűbb).
- **a Budapest-környéke és a Debrecen és térsége átlagos népszerűsége meggyőző** (4,10-es és 4,20-as átlagos „népszerűség”), a Budapest környéke kereslete országosan kiegyensúlyozott, a Debrecen és térsége a szomszédos megyékben a legnépszerűbb és távoli megyében a legnépszerűtlenebb, vagyis esetében a lokális-térségi kereslet szempontjai nagyobb súllyal esnek latba, mint a Balaton és a Mátra-Bükk esetében,
- **5 desztináció esetében** (Bük-Sárvár, Gyula és térsége, Szeged és térsége, Pécs-Villány, Sopron-Fertő) **a küldőpiacoktól való távolság kiemelten fontos sikertényező,** ezek a desztinációk a relatíve közeli megyékből relatíve könnyen, a nagyon távoli megyékből csak csekély mértékben tudnak vendégeket megszólítani,
- kettő desztináció esetében (Tokaj és Nyíregyháza és Győr-Pannonhalma) nincsenek markánsan erős küldőpiacok, ugyanakkor értelemszerűen a küldőpiac (megye) távolsága az egyébként sem erős keresletet tovább gyengíti,
- érdekesség, hogy a (szinte) mindenhol legjelentősebb küldőpiacnak tekinthető Budapest és Pest megye kiegyensúlyozott keresletet biztosít az összes desztináció számára (szinte sehol nem a legmagasabb a részesedése egy-egy desztináció kapcsán).
- Ugyancsak figyelemre méltó, hogy a legperiférikusabb megyék (Szabolcs-Szatmár-Bereg megye a nyugati desztinációkkal összefüggésben, illetve Vas megye a keleti desztinációkkal összefüggésben) a legkevésbé tudnak azonos mértékben hozzájárulni a távoli(bb) desztinációk vendégforgalmához (a 12 desztinációból hét esetében ebben a két megyében tekinthető a desztináció a legkevésbé népszerűnek).

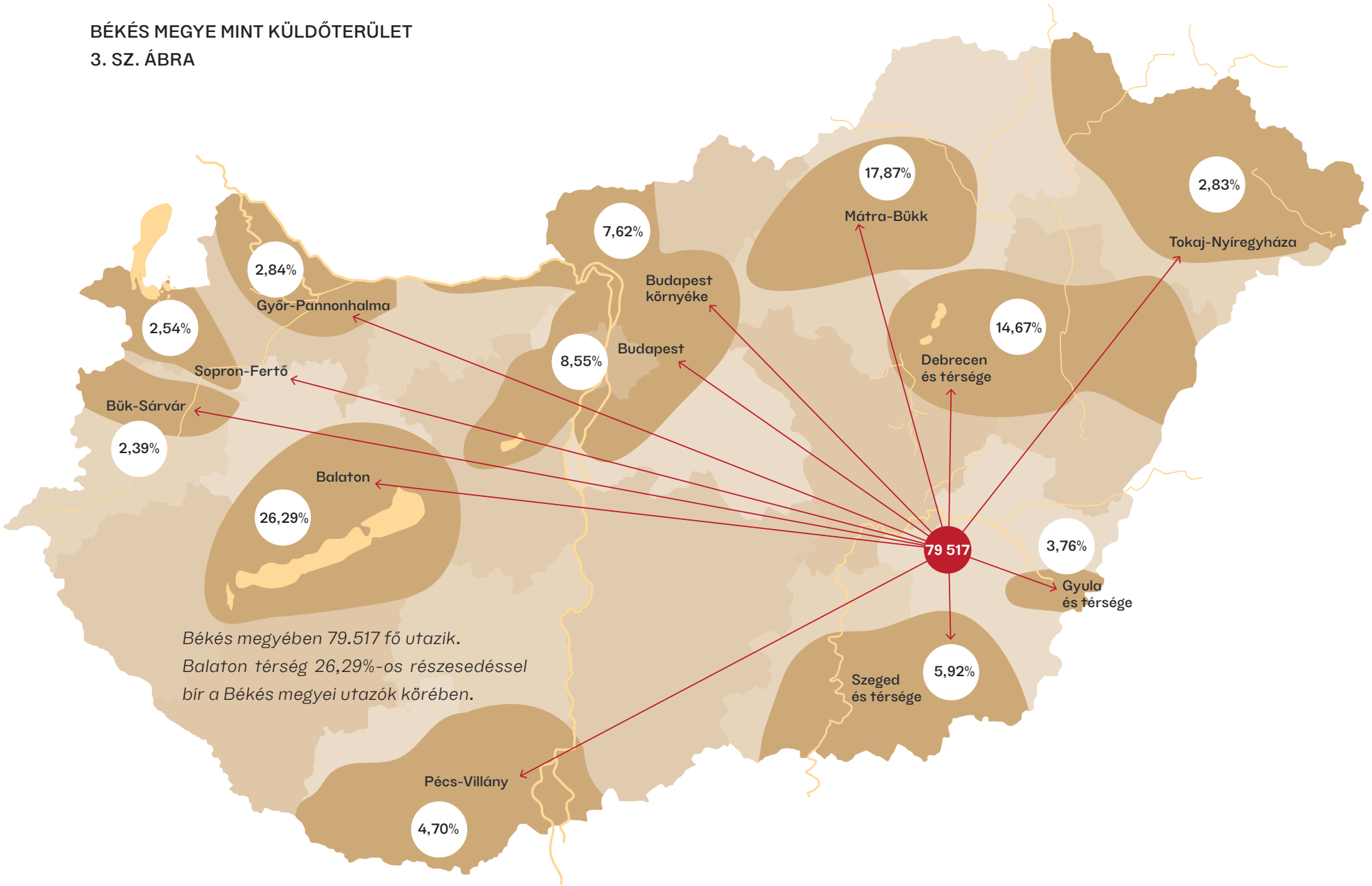
AZ EGYES DESZTINÁCIÓK „ÁTLAGOS” (SZÁMTANI ÁTLAG) HELYEZÉSE
15 SZ. TÁBLÁZAT

	Megyei (+Budapest) sorrendek számtani átlaga
Balaton	1,25
Mátra-Bükk	2,45
Budapest környéke	4,10
Debrecen és térsége	4,20
Budapest	5,40
Bük-Sárvár	6,70
Gyula és térsége	7,60
Szeged és térsége	8,25
Pécs-Villány	8,20
Sopron-Fertő	9,25
Tokaj és Nyíregyháza	10,05
Győr-Pannonhalma	10,65

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

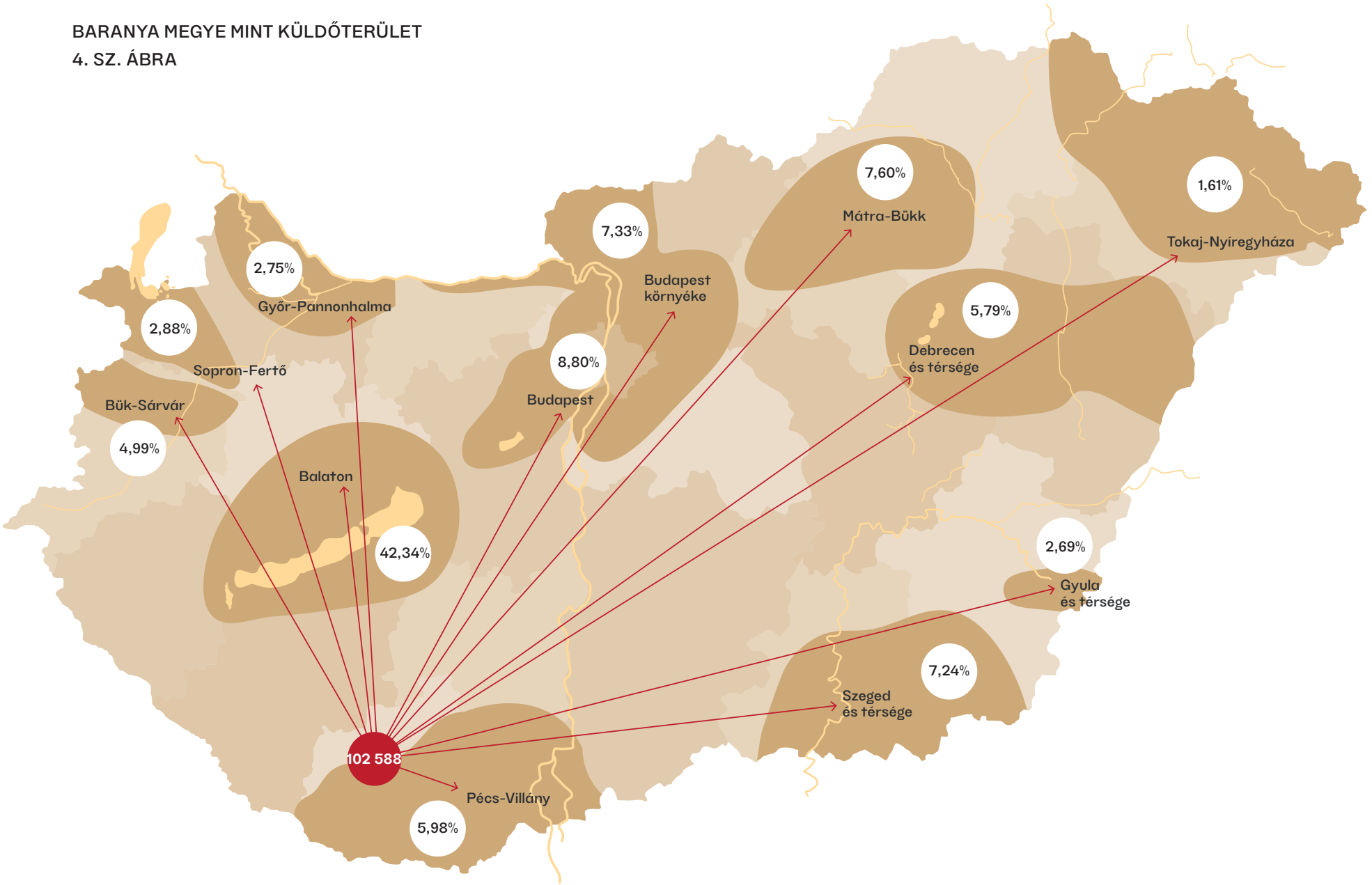
Az alábbi térképek bemutatják, hogy az egyes megyék mely desztinációk legfontosabb küldőterületeit jelentik.

BÉKÉS MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
3. SZ. ÁBRA

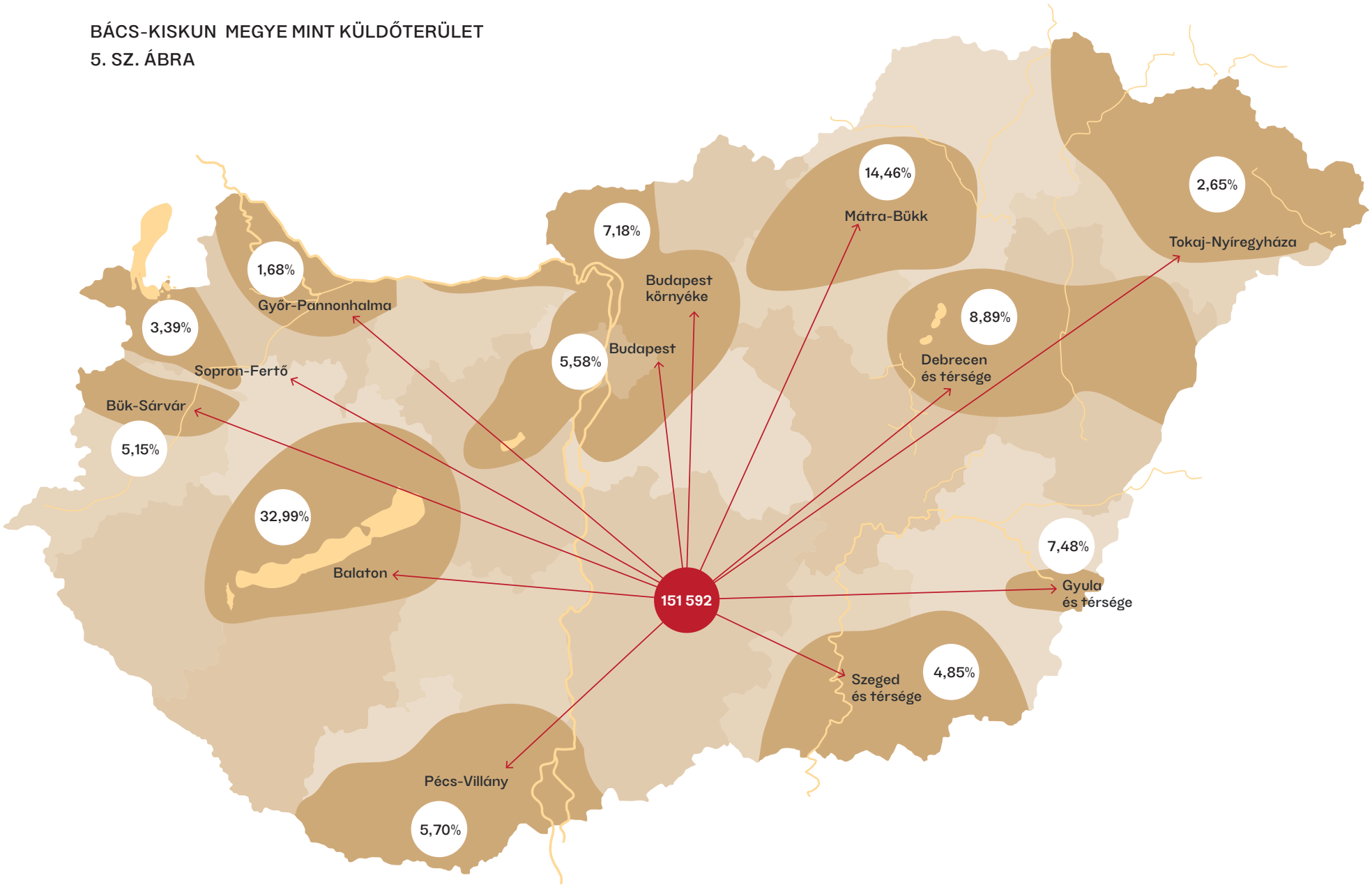


BARANYA MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET

4. SZ. ÁBRA

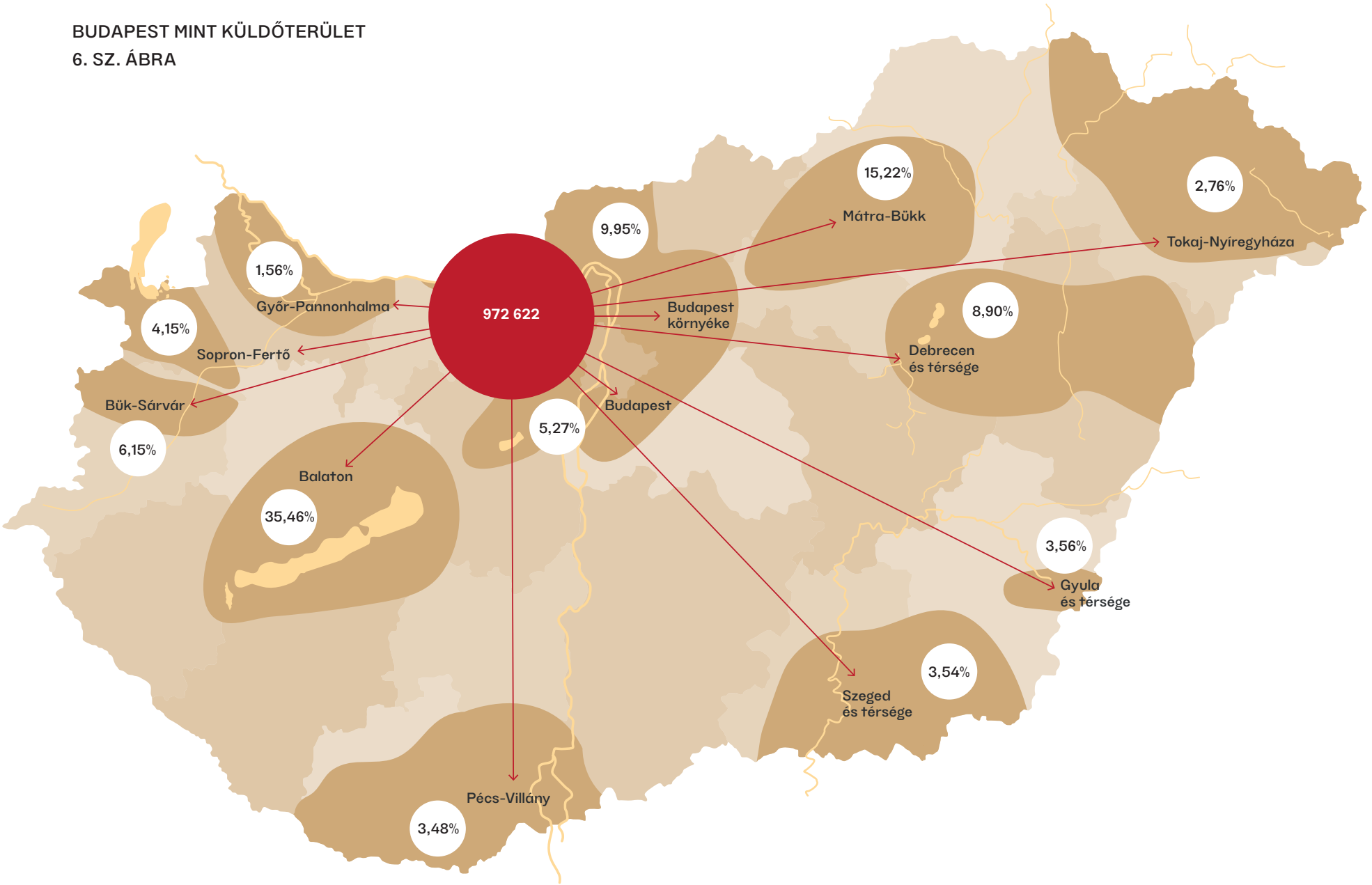


BÁCS-KISKUN MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
5. SZ. ÁBRA

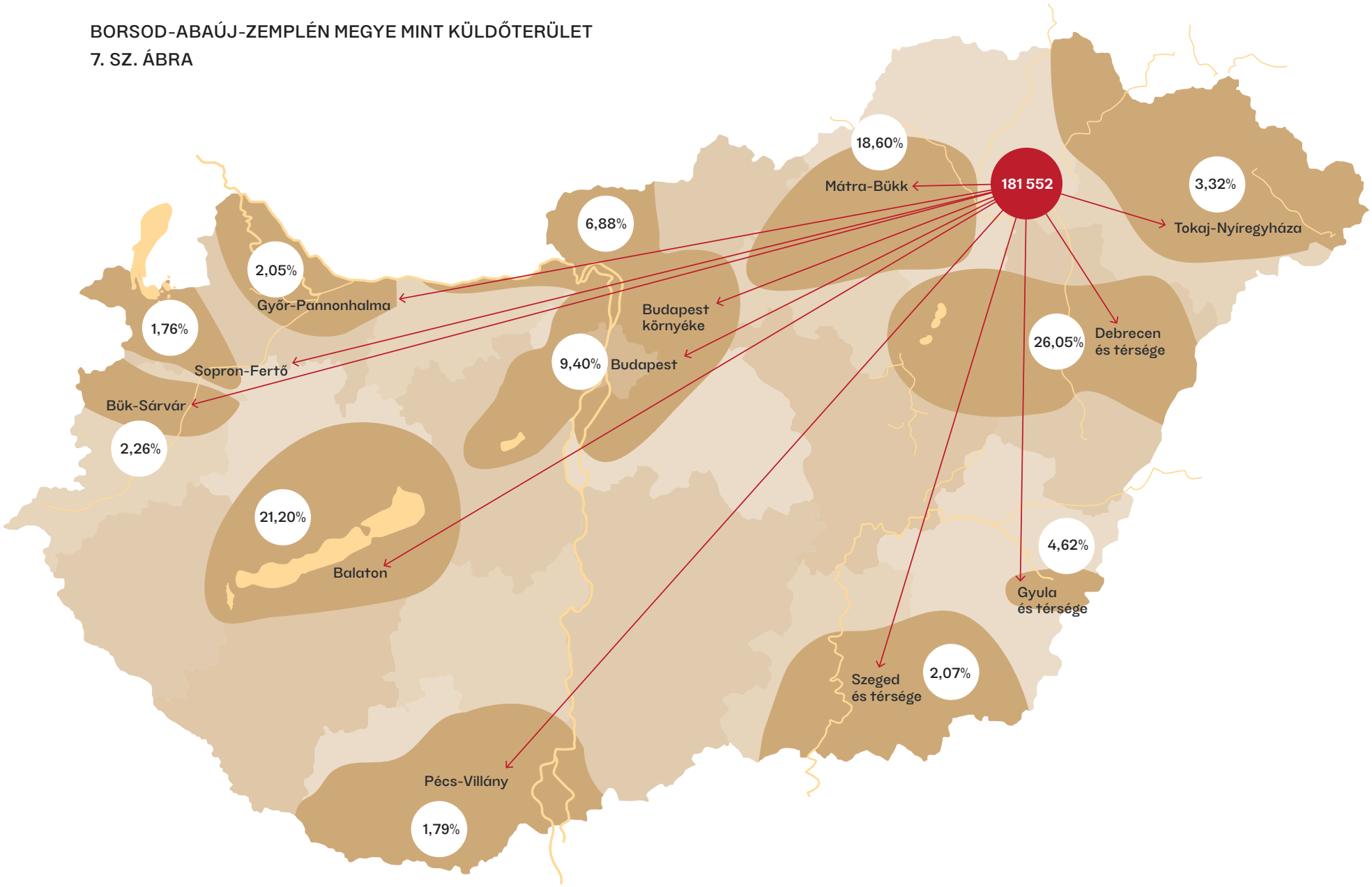


BUDAPEST MINT KÜLDŐTERÜLET

6. SZ. ÁBRA

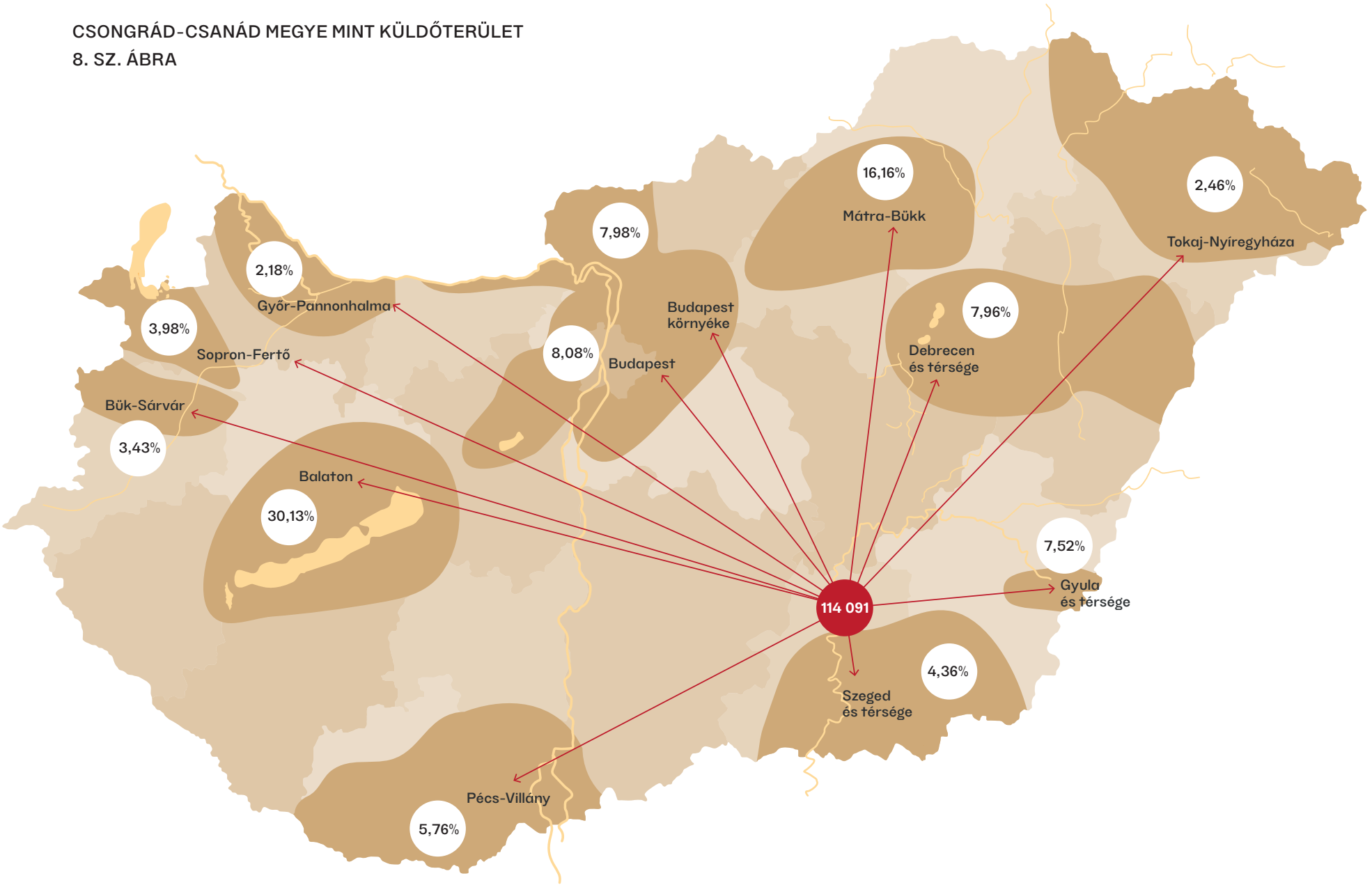


BORSOD-ABAÚJ-ZEMPLÉN MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
7. SZ. ÁBRA



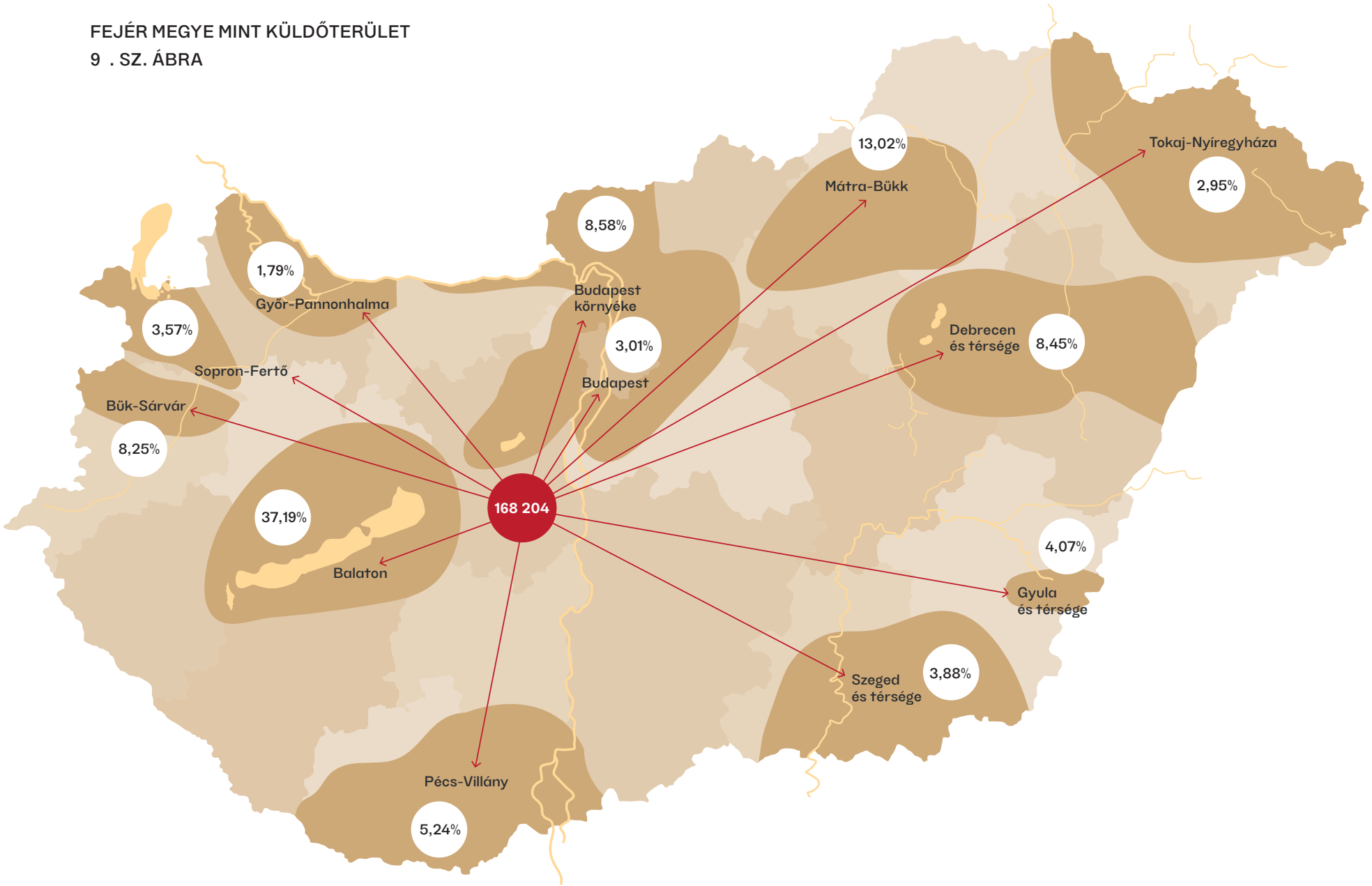
CSONGRÁD-CSANÁD MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET

8. SZ. ÁBRA

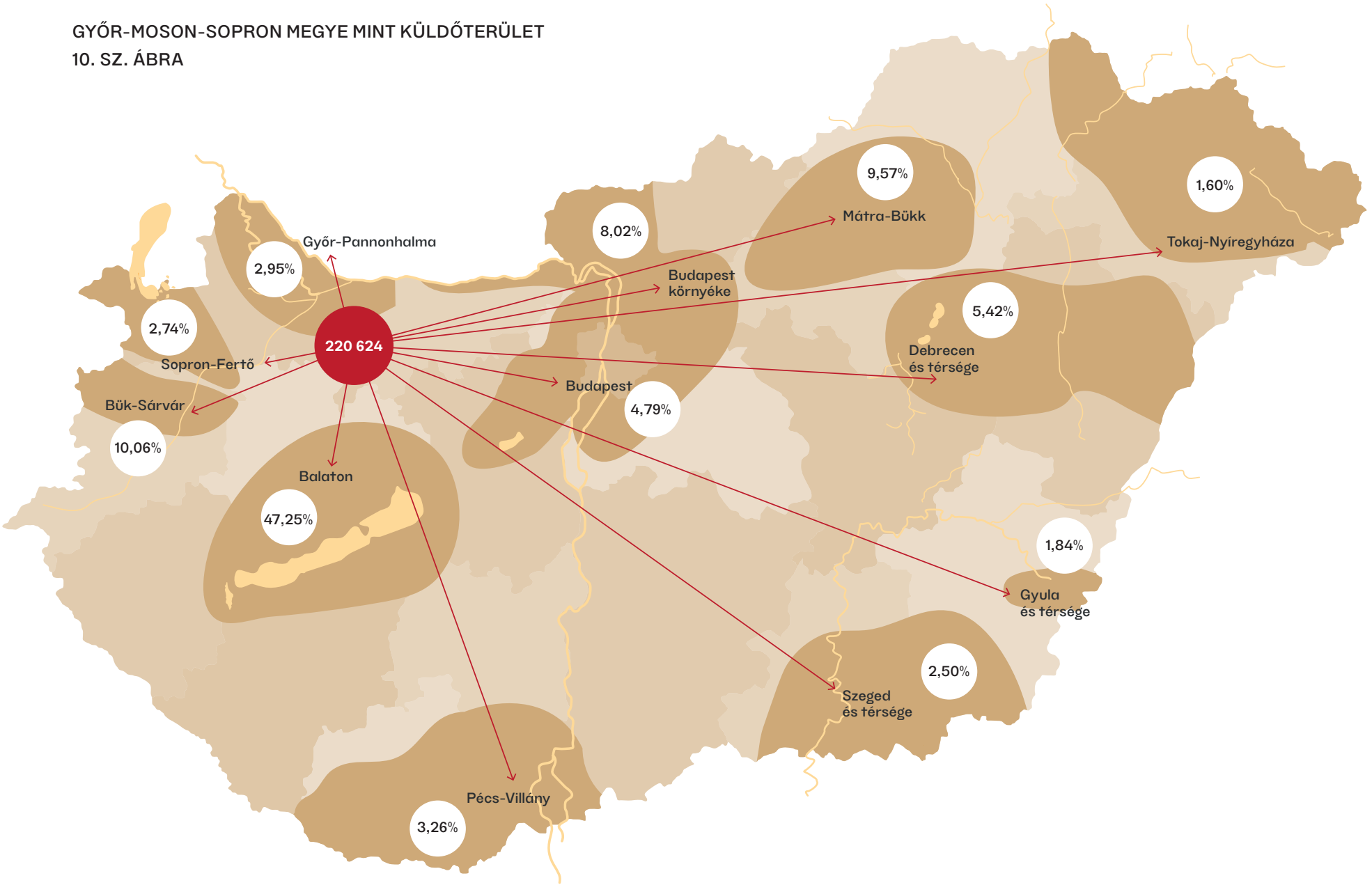


FEJÉR MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET

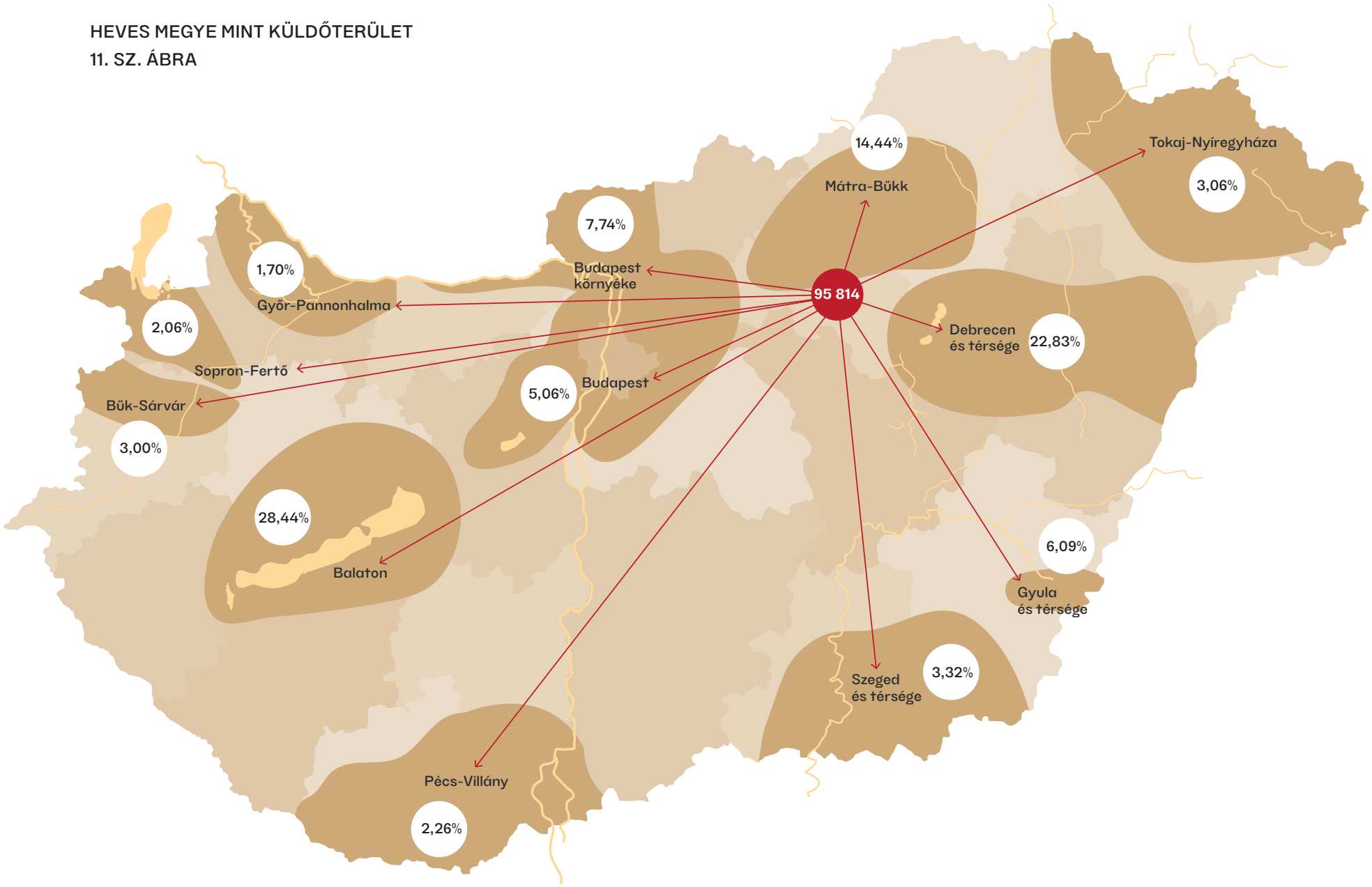
9 . SZ. ÁBRA



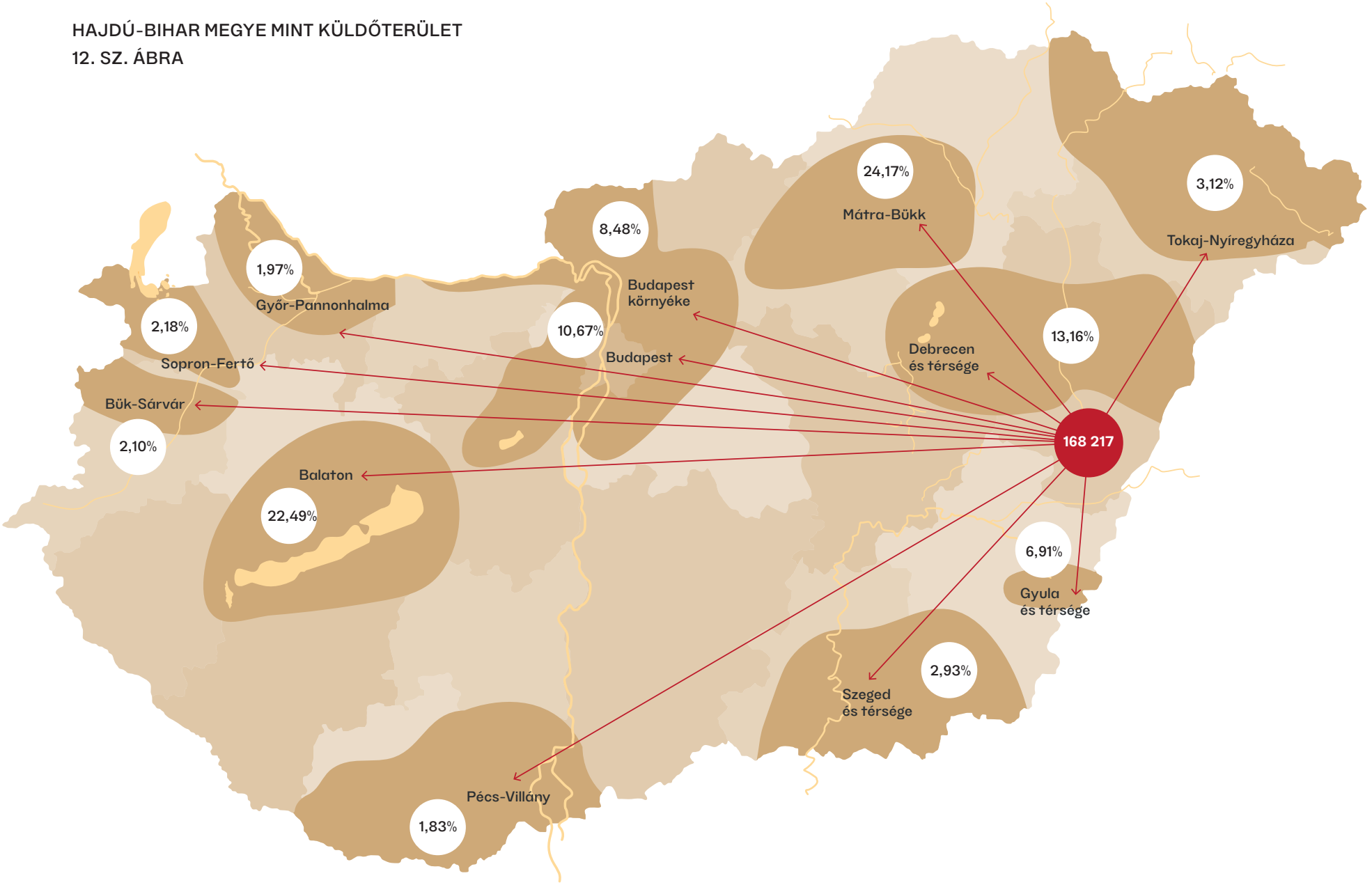
GYŐR-MOSON-SOPRON MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
10. SZ. ÁBRA



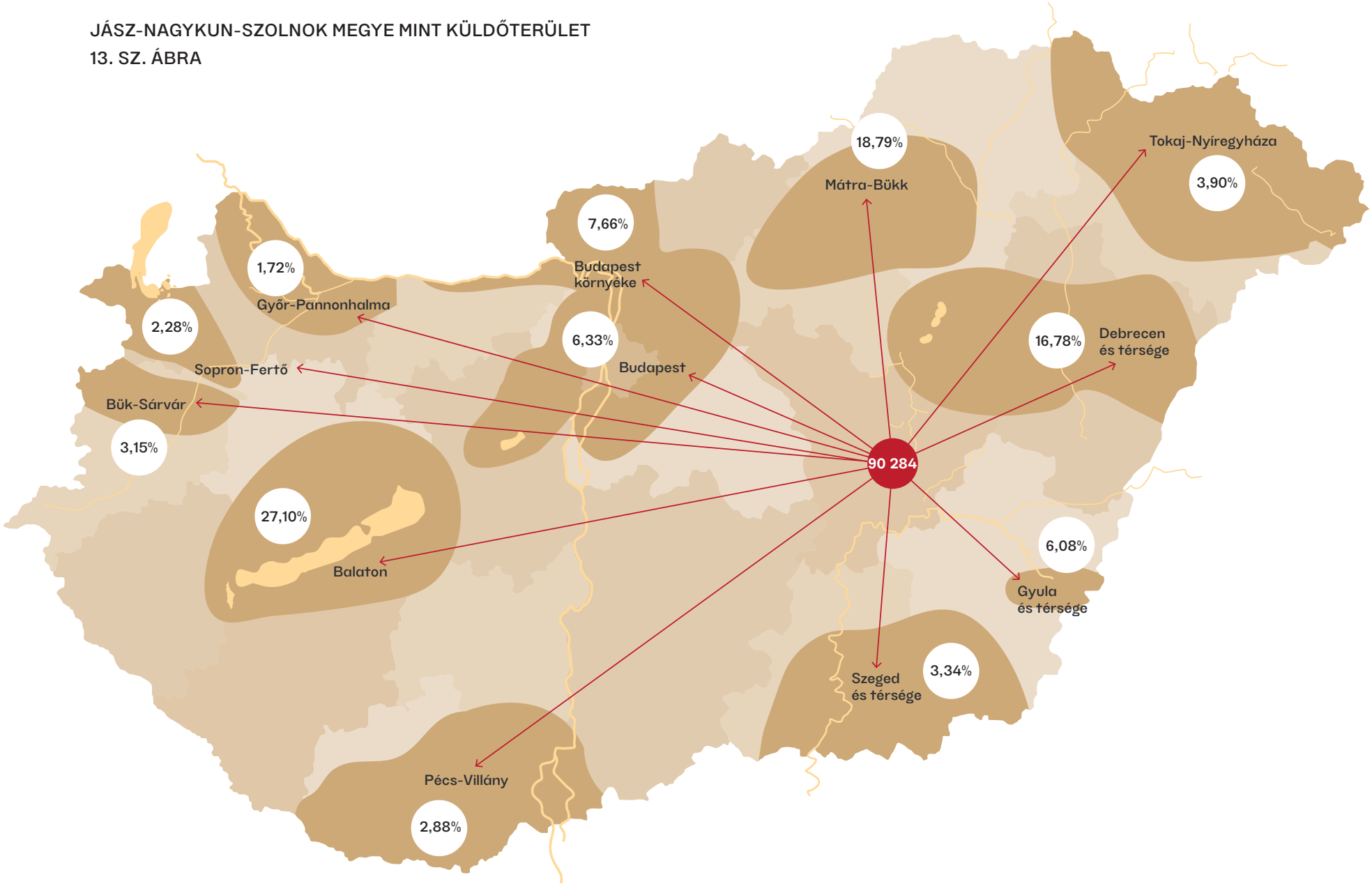
HEVES MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
11. SZ. ÁBRA



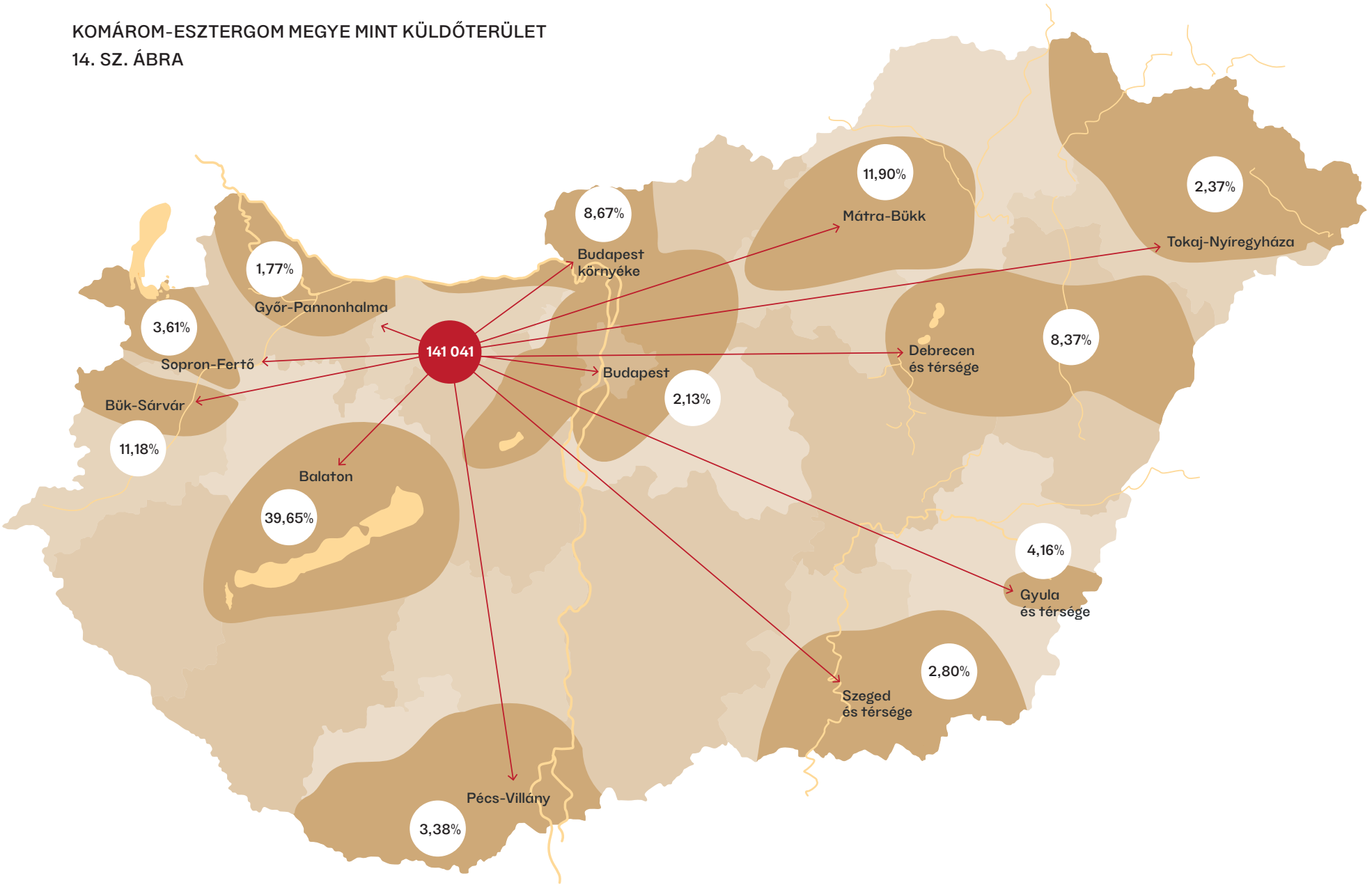
HAJDÚ-BIHAR MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
12. SZ. ÁBRA



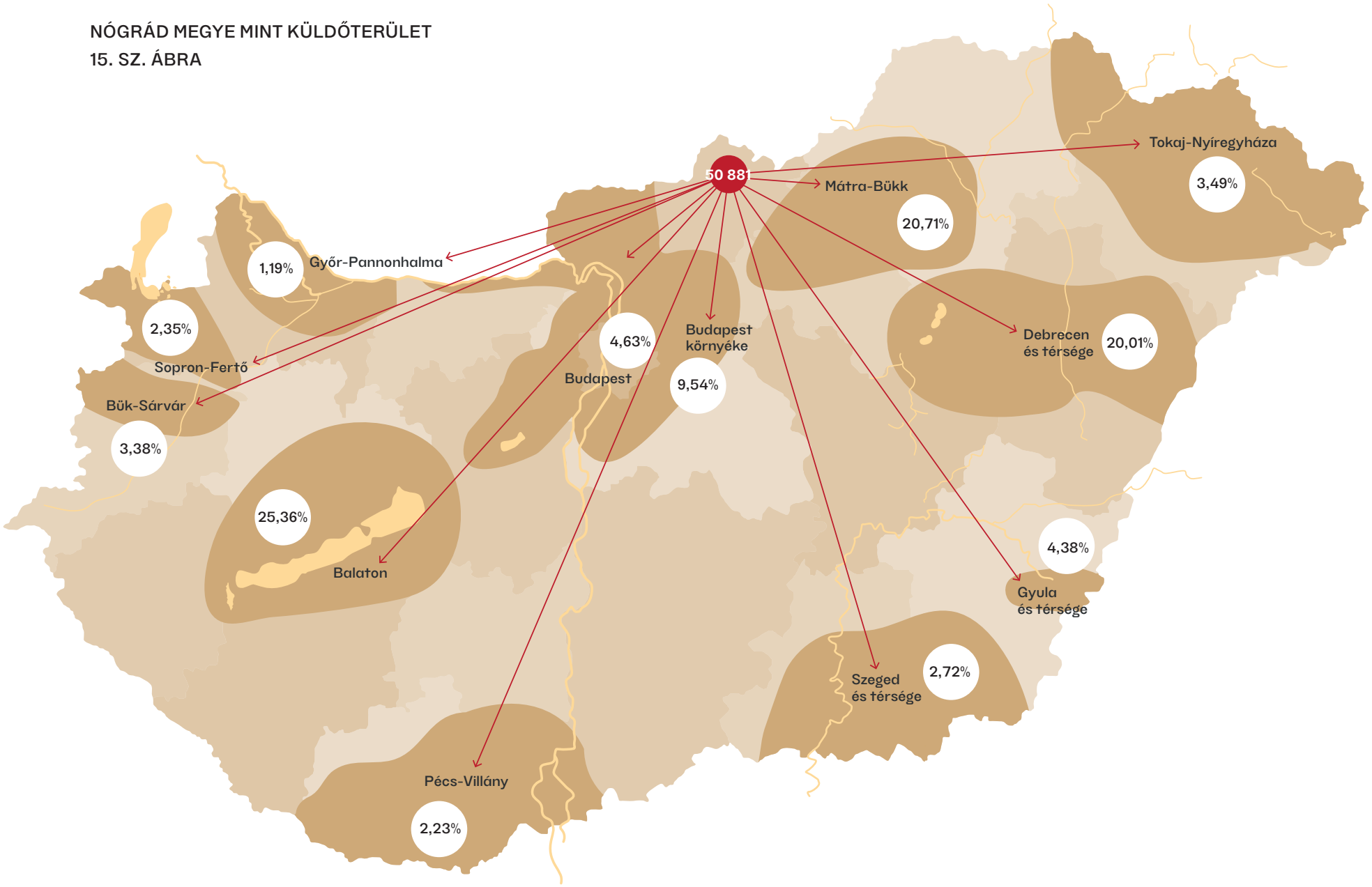
JÁSZ-NAGYKUN-SZOLNOK MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
13. SZ. ÁBRA



KOMÁROM-ESZTERGOM MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
14. SZ. ÁBRA

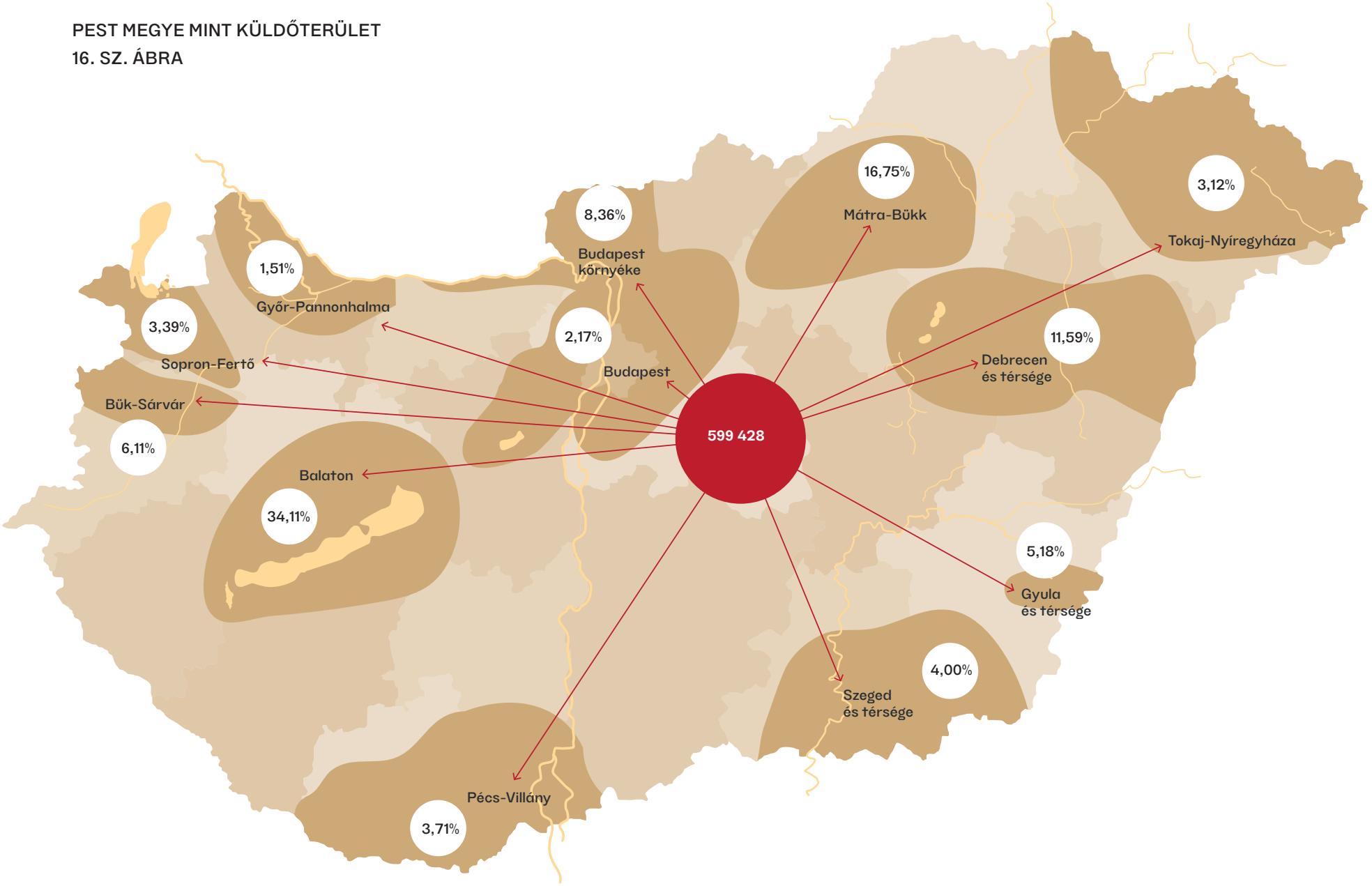


NÓGRÁD MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
15. SZ. ÁBRA

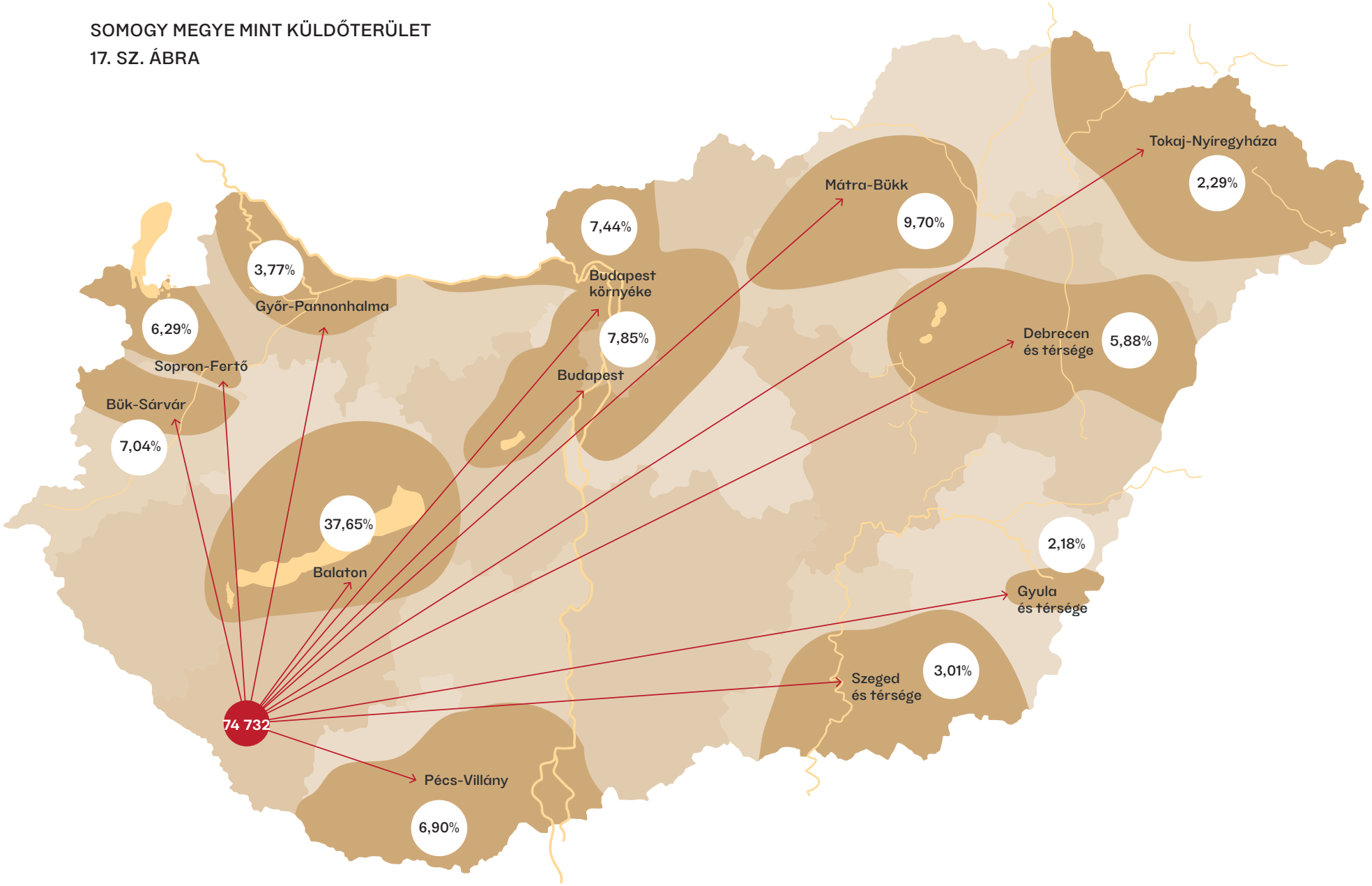


PEST MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET

16. SZ. ÁBRA

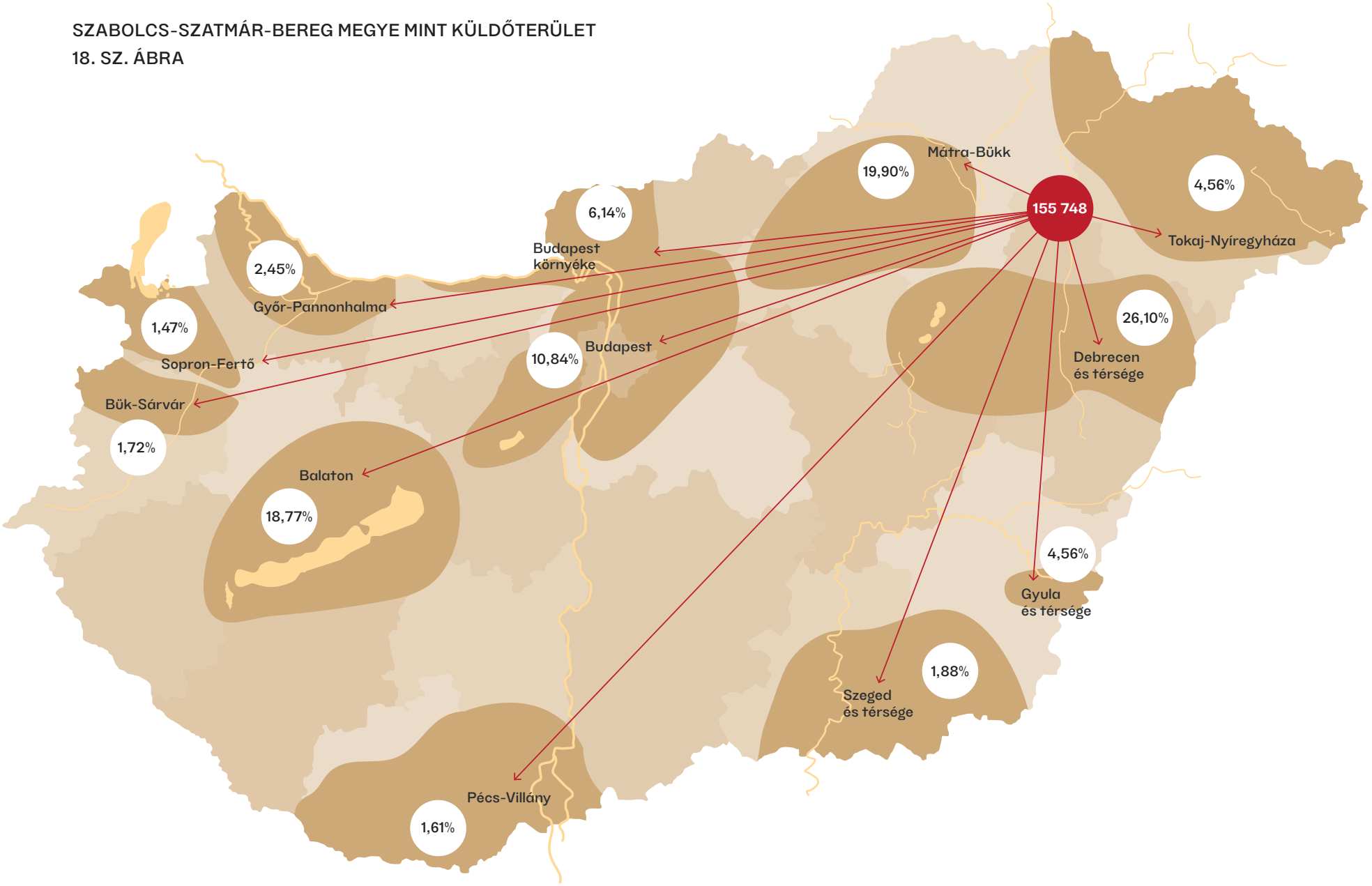


SOMOGY MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
17. SZ. ÁBRA

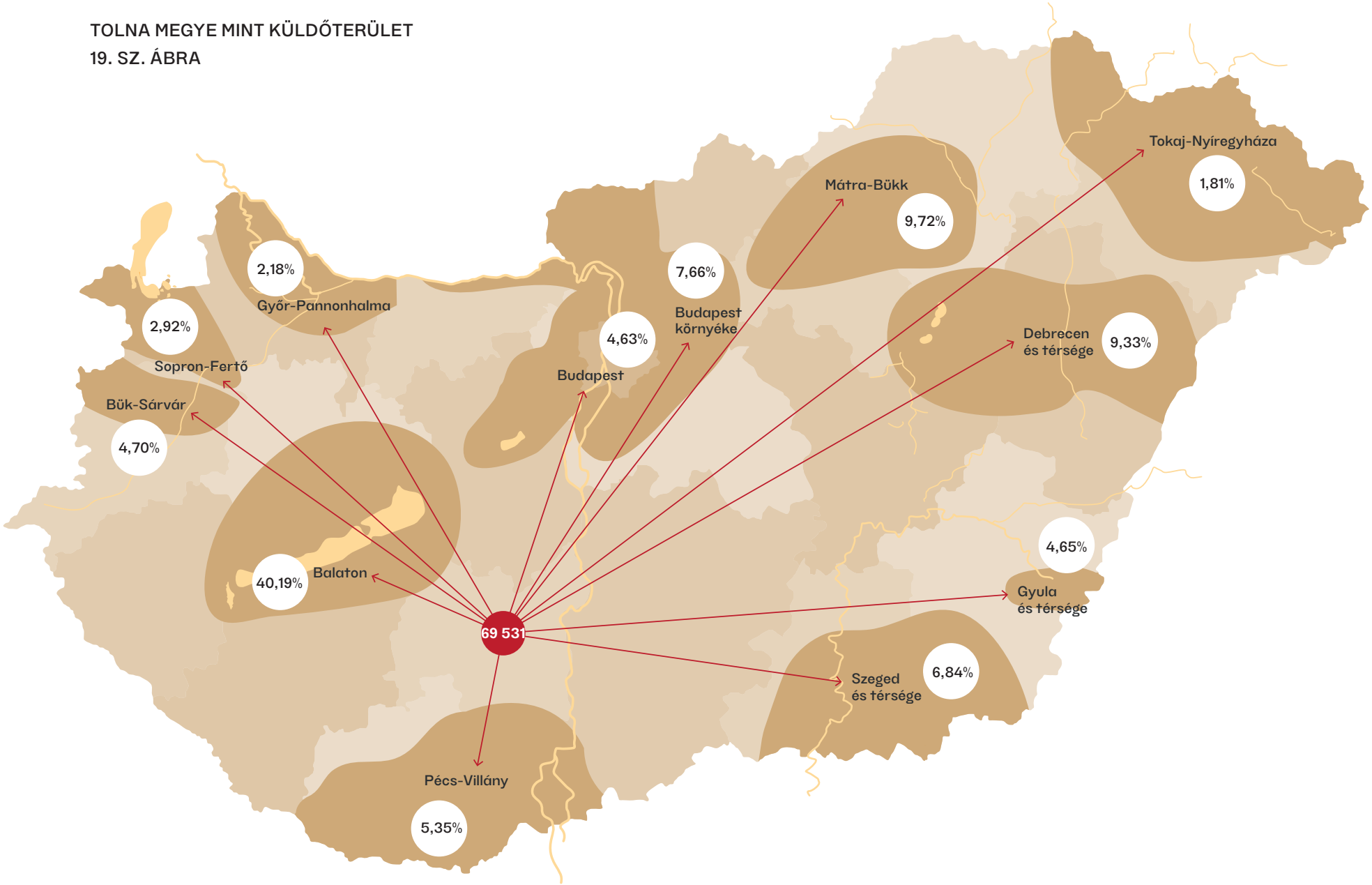


SZABOLCS-SZATMÁR-BEREG MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET

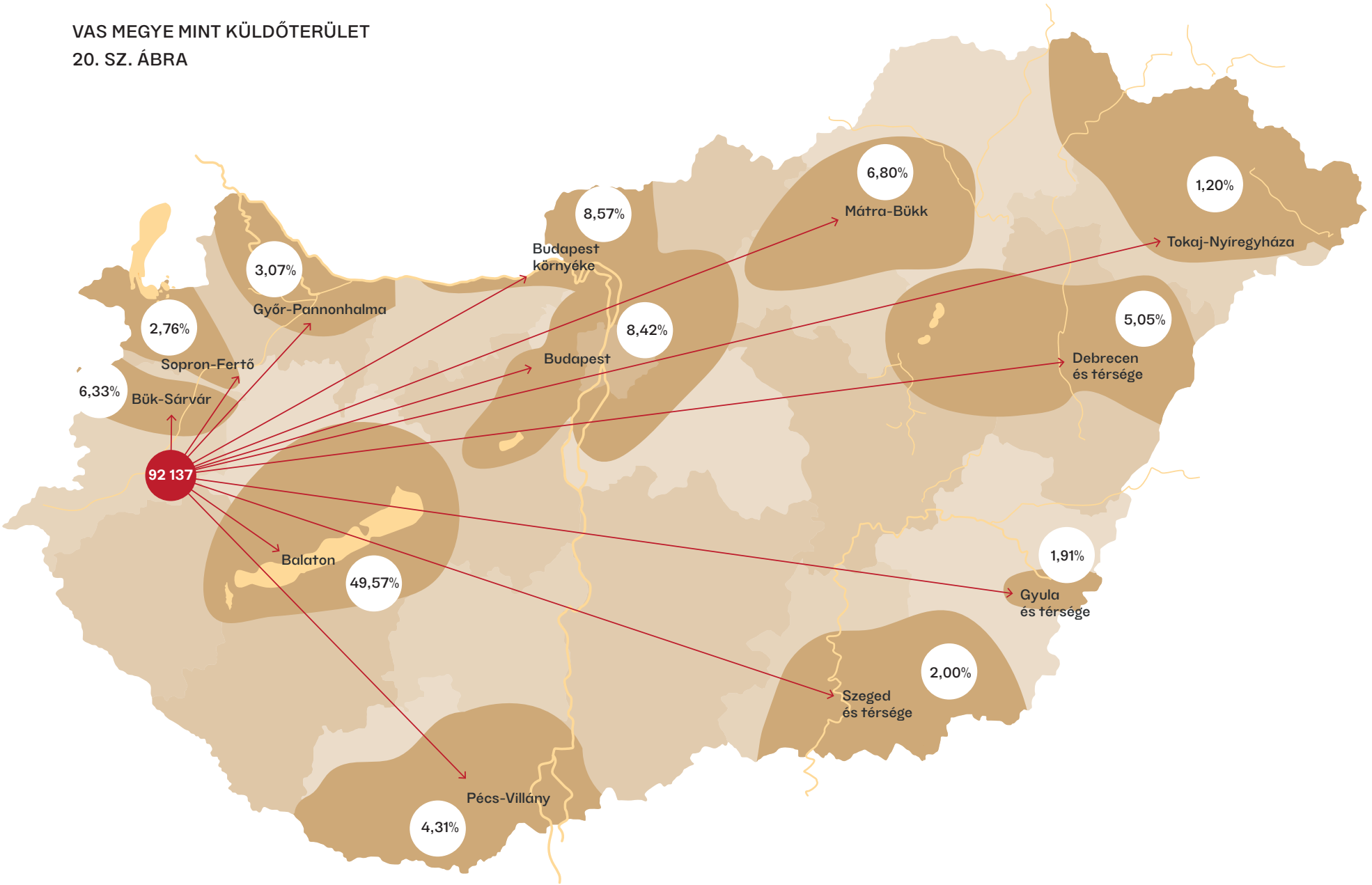
18. SZ. ÁBRA



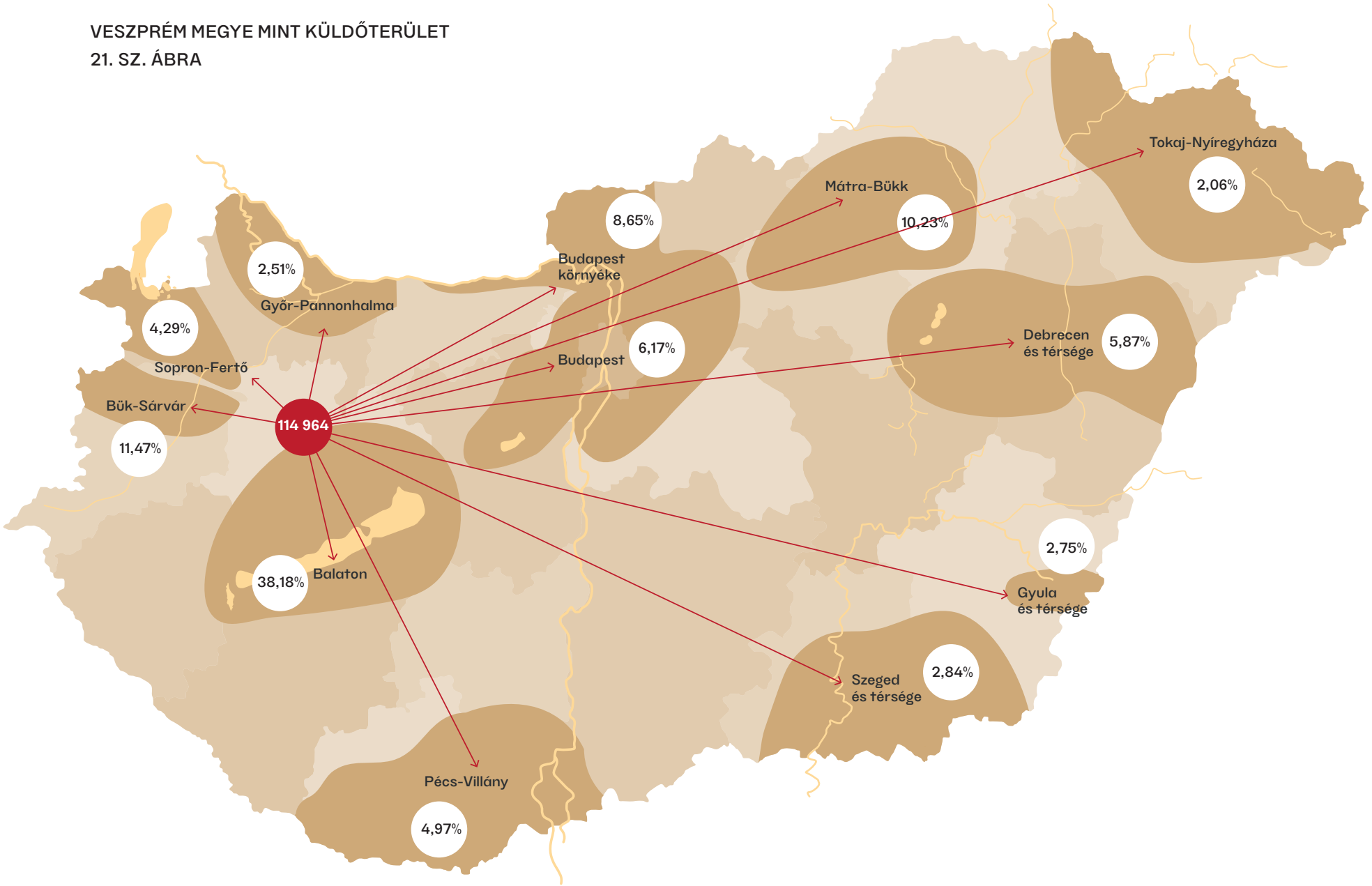
TOLNA MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
19. SZ. ÁBRA



VAS MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
20. SZ. ÁBRA

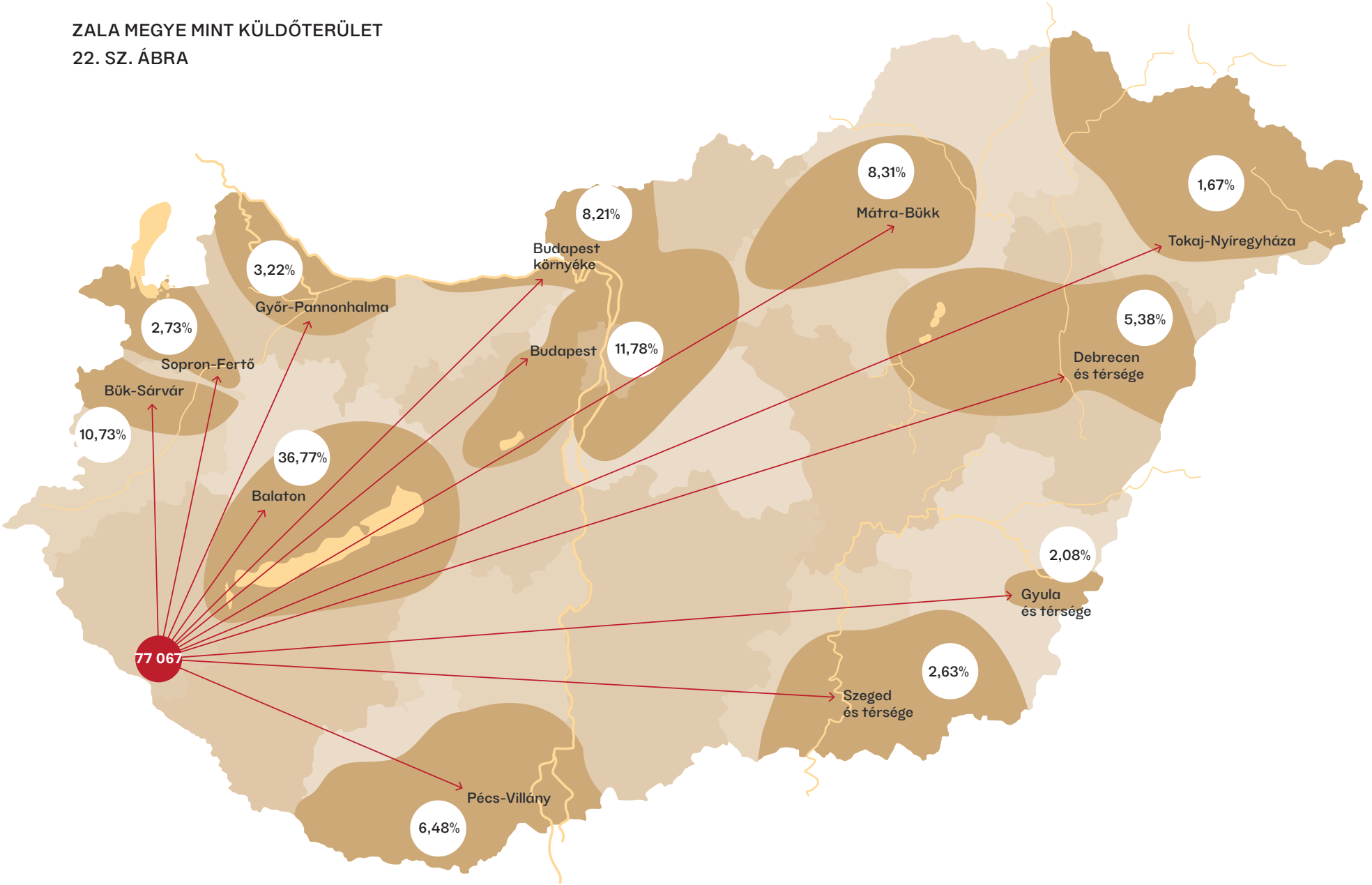


VESZPRÉM MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET
21. SZ. ÁBRA



ZALA MEGYE MINT KÜLDŐTERÜLET

22. SZ. ÁBRA



Amennyiben az egyes megyei küldőterületeket annak alapján vizsgáljuk, hogy **a megye lakossága a desztináció választást követően** (vagy desztinációs dilemma megfontolása nélkül) **milyen konkrét települést választ legnagyobb valószínűséggel**, akkor megyei bontásban a legnépszerűbb 25 település megyénként a következőképpen néz ki.

A **Baranya megyeiek** TOP 25-ös települési listáján 10 balatoni (Zalakaros, Hévíz, Siófok, Balatonfüred, Cserszegtomaj, Tapolca, Veszprém, Alsópáhok, Zamárdi és Sümeg), kettő Debrecen és térségi (Debrecen és Hajdúszoboszló), kettő Mátra-Bükk térségi (Miskolc és Eger), kettő Pécs-Villányi (Pécs és Harkány), kettő Bük-Sárvári (Bükfürdő és Sárvár) és kettő Szeged és térségi (Szeged és Mórahalom) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Sopron, Gyula, Győr, Visegrád és Nyíregyháza. A TOP 5 legnépszerűbb település körébe négy balatoni település (az összes Baranya megyeiek által generált belföldi vendégéjszaka 22,17%a-a így ezen a négy településen realizálódik) Szegeddel kiegészülve került be (részesedésük összesen 25,68%), melyen belül két dunántúli fürdőtelepülés található az első két helyen. Harkányt (mint a megye kézenfekvőnek tűnő fürdőtelepülési desztinációját) népszerűségben megelőzi a fentieken felül Szeged, Bükfürdő, Debrecen, Hajdúszoboszló, Mórahalom és Gyula (fürdő) települése is, ami a Harkány-termék versenyképességromlását (is) igazolja.
A megyei kereslet részesedése a megye lakosságszámához viszonyítva Zalakaros, Hévíz, Siófok, Szeged, Mórahalom, Pécs, Győr, Harkány, Tapolca, Veszprém, Alsópáhok és Zamárdi esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Balatonfüred, Bükfürdő, Sopron, Gyula, Debrecen, Hajdúszoboszló, Visegrád, Miskolc, Cserszegtomaj, Eger, Sárvár, Sümeg és Nyíregyháza esetében pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
16 SZ. TÁBLÁZAT

BARANYA			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		118 440
Zalakaros	9 574	1.	8,08%
Hévíz	7 107	2.	6,00%
Siófok	5 393	3.	4,55%
Balatonfüred	4 189	4.	3,54%
Szeged	4 163	5.	3,51%
Bükfürdő	2 828	6.	2,39%
Sopron	2 818	7.	2,38%
Debrecen	2 792	8.	2,36%

BARANYA			
Hajdúszoboszló	2 782	9.	2,35%
Mórahalom	2 683	10.	2,27%
Gyula	2 584	11.	2,18%
Pécs	2 531	12.	2,14%
Győr	2 494	13.	2,11%
Visegrád	2 227	14.	1,88%
Harkány	2 221	15.	1,88%
Miskolc	1 753	16.	1,48%
Cserszegtomaj	17 42	17.	1,47%
Eger	1 521	18.	1,28%
Sárvár	1 460	19.	1,23%
Tapolca	1 454	20.	1,23%
Veszprém	1 451	21.	1,23%
Alsópáhok	1 216	22.	1,03%
Zamárdi	1 208	23.	1,02%
Sümeg	1 177	24.	0,99%
Nyíregyháza	1 174	25.	0,99%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A Békés megyeiek TOP 25-ös települési listáján kilenc balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Veszprém, Cserszegtomaj, Tihany, Balatonvilágos és Zamárdi), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), öt Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók, Mátraszentistván), kettő Pécs-Villányi (Harkány és Pécs) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Szeged, Visegrád, Gyula, Sopron, Győr, Nyíregyháza és Bükfürdő. A TOP 5 legnépszerűbb településbe csak a három legnépszerűbb desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 21,90%), melyen belül a Debrecen és térsége két húzótelepülése népszerűsége kiemelkedő, (két-háromszorosan) megelőzik a megyei első számú fürdőtelepülés (Gyula) népszerűségét.

A megyei kereslet részesedése Hajdúszoboszló, Debrecen, Miskolc, Harkány, Győr, Balatonvilágos és Zamárdi esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Balatonfüred, Gyula, Siófok, Bükfürdő, Sopron, Visegrád, Eger, Szeged, Gyöngyös, Cserszegtomaj, Egerszalók Nyíregyháza, Pécs, Tihany és Zalakaros pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
17 SZ. TÁBLÁZAT

BÉKÉS			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		88 890
Hajdúszoboszló	6 384	1.	7,18%
Debrecen	4 039	2.	4,54%
Balatonfüred	3 130	3.	3,52%
Eger	3 039	4.	3,42%
Hévíz	2 879	5.	3,24%
Szeged	2 808	6.	3,16%
Siófok	2 718	7.	3,06%
Miskolc	2 431	8.	2,73%
Visegrád	2 159	9.	2,43%
Gyula	2 081	10.	2,34%
Sopron	1 967	11.	2,21%
Győr	1 875	12.	2,11%
Harkány	1 796	13.	2,02%
Gyöngyös	1 689	14.	1,90%
Egerszalók	1 632	15.	1,84%
Zalakaros	1 299	16.	1,46%
Nyíregyháza	1 258	17.	1,42%

BÉKÉS			
Veszprém	1 192	18.	1,34%
Mátraszentistván	1 190	19.	1,34%
Cserszegtomaj	1 116	20.	1,26%
Bükfürdő	1 107	21.	1,25%
Tihany	923	22.	1,04%
Balatonvilágos	922	23.	1,04%
Pécs	850	24.	0,96%
Zamárdi	808	25.	0,91%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Bács-Kiskun megyeiek** TOP 25-ös települési listáján hét balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Tihany és Keszthely), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), öt Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók, Mátraszentistván), kettő pécs-villányi (Harkány és Pécs), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár), kettő Budapest környéki (Visegrád és Esztergom) és kettő Szeged és térségi (Szeged és Mórahalom) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Sopron és Nyíregyháza. A TOP 5 legnépszerűbb településbe három desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 23,16%), melyen belül a Balaton három húzótelepülésének népszerűsége jelentős (12,12%). Kiemelhető Gyula stabil vezető szerepe, mint fürdőtelepülés a Bács-Kiskun megyei lakosok utazási szokásai alapján.

A megyei kereslet részesedése Gyula, Harkány, Cserszegtomaj, Mórahalom, Egerszalók, Pécs, Keszthely esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Hajdúszoboszló, Hévíz, Balatonfüred, Zalakaros, Siófok, Sopron, Bükfürdő, Eger, Debrecen, Visegrád, Miskolc, Szeged, Gyöngyös, Sárvár, Nyíregyháza, Tihany, Mátraszentistván és Esztergom településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
18 SZ. TÁBLÁZAT

BÁCS-KISKUN			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		175 430
Gyula	10 977	1.	6,26%
Hajdúszoboszló	8 391	2.	4,78%
Hévíz	7 920	3.	4,51%
Balatonfüred	6 858	4.	3,91%
Zalakaros	6 486	5.	3,70%
Siófok	6 358	6.	3,62%
Sopron	4 857	7.	2,77%
Bükfürdő	4 856	8.	2,77%
Eger	4 278	9.	2,44%
Debrecen	4 104	10.	2,34%
Harkány	4 055	11.	2,31%
Visegrád	3 831	12.	2,18%
Miskolc	3 746	13.	2,14%
Szeged	3 624	14.	2,07%
Cserszegtomaj	3 384	15.	1,93%
Gyöngyös	2 776	16.	1,58%
Mórahalom	2 746	17.	1,57%
Egerszalók	2 698	18.	1,54%
Pécs	2045	19.	1,17%
Sárvár	2 020	20.	1,15%
Nyíregyháza	2 000	21.	1,14%

BÁCS-KISKUN			
Tihany	1 676	22.	0,96%
Keszthely	1 666	23.	0,95%
Mátraszentistván	1 609	24.	0,92%
Esztergom	1 582	25.	0,90%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Borsod-Abaúj-Zemplén megyeiek** TOP 25-ös települési listáján tíz Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók, Mátraszentistván, Mezőkövesd, Parád, Noszvaj, Szilvásvárad, Demjén), öt balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő Budapest környéki (Visegrád és Esztergom) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Győr, Sopron, Szeged, Nyíregyháza és Bükfürdő. A TOP 5 legnépszerűbb településbe négy desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 32,83%!), melyen belül a legnépszerűbb Mátra-Bükk térség csupán egy településsel szerepel benne, Debrecen és térsége viszont kiemelkedő, a hajdúszoboszlói keresletnek köszönhetően 21,81%-os részesedést mutat, mely magasabb, mint más megyékben a TOP5 település részesedése összesen. Ha a 10 Mátra-Bükk település részesedését nézzük, akkor bár nem a TOP települések között helyezkednek el, így is 15,97%-kos részesedéssel bírnak.
A megyei kereslet részesedése Hajdúszoboszló, Debrecen, Gyula, Eger, Gyöngyös, Egerszalók, Mezőkövesd, Győr, Parád, Mátraszentistván, Noszvaj, Esztergom, Szilvásvárad és Demjén települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Balatonfüred, Siófok, Hévíz, Visegrád, Sopron, Zalakaros, Szeged, Nyíregyháza, Miskolc, Bükfürdő és Cserszegtomaj településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
19 SZ. TÁBLÁZAT

BORSOD-ABAÚJ-ZEMPLÉN			
ÖSSZESEN	**Vendégéjszaka**		**194 368**
Hajdúszoboszló	30 363	1.	15,62%
Debrecen	12 025	2.	6,19%
Gyula	8 049	3.	4,14%
Balatonfüred	6 868	4.	3,53%

BORSOD-ABAÚJ-ZEMPLÉN			
Eger	6 520	5.	3,35%
Siófok	6 047	6.	3,11%
Hévíz	5 929	7.	3,05%
Visegrád	3 950	8.	2,03%
Gyöngyös	3 901	9.	2,01%
Egerszalók	3 347	10.	1,72%
Mezőkövesd	3 256	11.	1,68%
Győr	3 125	12.	1,61%
Sopron	3 085	13.	1,59%
Parád	3 041	14.	1,56%
Zalakaros	2 944	15.	1,51%
Szeged	2 883	16.	1,48%
Nyíregyháza	2 673	17.	1,38%
Miskolc	2 618	18.	1,35%
Bükfürdő	2 497	19.	1,28%
Mátraszentistván	2 472	20.	1,27%
Noszvaj	2 417	21.	1,24%
Esztergom	2 202	22.	1,13%
Szilvásvárad	1 864	23.	0,96%
Cserszegtomaj	1 755	24.	0,90%
Demjén	1 619	25.	0,83%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **budapesti lakosok** TOP 25-ös települési listáján nyolc balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Tihany, Alsópáhok, Balatonkenese), négy Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Mátraszentistván), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), három Budapest környéki (Velence, Visegrád és Esztergom), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár), kettő pécs-villányi (Pécs és Harkány) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, és Nyíregyháza. A TOP 5 legnépszerűbb településbe kettő desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 21,59%), melyen belül a legnépszerűbb négy településsel a Balaton, 17,38%-os részesedéssel. A fővárosi lakosok településeken realizált vendégfogalmának aránya viszonylag kiegyenlített, azaz nincs egyértelműen preferált település, amit választanak, a TOP25 települések közé az országban egyébként is jelentős forgalmat realizáló települések kerültek be.
A megyei kereslet részesedése Hévíz, Balatonfüred, Siófok, Sopron, Gyula, Visegrád, Eger, Miskolc, Szeged, Sárvár, Cserszegtomaj, Tihany, Nyíregyháza, Balatonkenese, Alsópáhok, Pécs, Velence, Harkány, Esztergom és Mátraszentistván települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Hajdúszoboszló, Zalakaros, Bükfürdő és Debrecen településeken pedig alulreprezentált.

BUDAPESTI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
20 SZ. TÁBLÁZAT

BUDAPEST			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		1 072 341
Hévíz	51 853	1.	4,84%
Balatonfüred	50 363	2.	4,70%
Hajdúszoboszló	45 133	3.	4,21%
Siófok	44 998	4.	4,20%
Zalakaros	39 051	5.	3,64%
Sopron	38 177	6.	3,56%
Bükfürdő	32 632	7.	3,04%
Gyula	32 561	8.	3,04%
Debrecen	31 863	9.	2,97%
Visegrád	30 568	10.	2,85%
Eger	26 730	11.	2,49%
Miskolc	26 236	12.	2,45%

BUDAPEST			
Szeged	26 163	13.	2,44%
Sárvár	19 792	14.	1,85%
Cserszegtomaj	19 667	15.	1,83%
Gyöngyös	19 379	16.	1,81%
Tihany	16 945	17.	1,58%
Nyíregyháza	15 296	18.	1,43%
Balatonkenese	14 268	19.	1,33%
Alsópáhok	13 646	20.	1,27%
Pécs	13 062	21.	1,22%
Velence	12 452	22.	1,16%
Harkány	11 872	23.	1,11%
Esztergom	11 624	24.	1,08%
Mátraszentistván	11 596	25.	1,08%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Csongrád-Csanád megyeiek** TOP 25-ös települési listáján nyolc balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Keszthely, Balatonvilágos, Tihany), hat Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Mátraszentistván, Egerszalók, Szilvásvárad), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő pécs-villányi (Pécs és Harkány) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, Visegrád, Bükfürdő, Győr és Nyíregyháza. A TOP öt legnépszerűbb települések közé négy desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 20,81%), melyen belül a legnépszerűbb kettő településsel a Balaton (7,37%), melytől csak minimálisan marad le az első helyezett Gyula (6,24%), mely esetében ez az érték kiemelkedő teljesítménynek értékelhető. Elmondható, hogy a megyeiek először Gyulát, mint fürdőtelepülést választják úticélul, melyet a Balaton és a Mátra-Bükk települései követnek a népszerűségi listán.

A megyei kereslet részesedése Gyula, Sopron, Szeged, Debrecen, Miskolc, Cserszegtomaj, Gyöngyös, Pécs, Harkány, Győr, Mátraszentistván, Szilvásvárad, Keszthely és Balatonvilágos települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Balatonfüred, Hajdúszoboszló, Hévíz, Siófok, Visegrád, Eger, Zalakaros, Bükfürdő, Egerszalók, Nyíregyháza és Tihany településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
21 SZ. TÁBLÁZAT

CSONGRÁD-CSANÁD			
ÖSSZESEN	**Vendégéjszaka**		**129 805**
Gyula	8 099	1.	6,24%
Balatonfüred	5 113	2.	3,94%
Hajdúszoboszló	4 931	3.	3,80%
Hévíz	4 448	4.	3,43%
Sopron	4 408	5.	3,40%
Siófok	4 062	6.	3,13%
Szeged	3 332	7.	2,57%
Debrecen	3 246	8.	2,50%
Visegrád	3 192	9.	2,46%
Eger	3 168	10.	2,44%
Miskolc	3 095	11.	2,38%
Zalakaros	2 747	12.	2,12%
Cserszegtomaj	2 692	13.	2,07%
Gyöngyös	2 227	14.	1,72%
Pécs	2 217	15.	1,71%
Harkány	2 171	16.	1,67%
Bükfürdő	2 083	17.	1,60%
Győr	1 923	18.	1,48%
Egerszalók	1 824	19.	1,41%
Mátraszentistván	1 757	20.	1,35%
Szilvásvárad	1 680	21.	1,29%

CSONGRÁD-CSANÁD			
Nyíregyháza	1 645	22.	1,27%
Keszthely	1 531	23.	1,18%
Balatonvilágos	1 278	24.	0,98%
Tihany	1 226	25.	0,94%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Fejér megyeiek** TOP 25-ös települési listáján 9 balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Sümeg, Alsópáhok, Tapolca, Gyenesdiás), négy Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár), kettő pécs-villányi(Pécs és Harkány), kettő Budapest környéki (Székesfehérvár és Visegrád) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron és Nyíregyháza. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé négy desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 24,93%), melyen belül a legnépszerűbb két településsel a Balaton (12,68%). A települési ranglistát elemezve elmondható, hogy a Fejér megyeiek elsődleges motivációja az egészségturizmus, ezen belül is a szórakoztató víz (élményfürdő) funkció, az első öt településből négy rendelkezik ezen terméktípussal, az 5. pedig gyógymotivációt feltételez.

A megyei kereslet részesedése Zalakaros, Hévíz, Bükfürdő, Gyula, Sopron, Szeged, Cserszegtomaj, Sárvár, Nyíregyháza, Sümeg, Harkány, Tapolca, Székesfehérvár, Gyenesdiás, Pécs és Alsópáhok települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Debrecen, Miskolc, Balatonfüred, Hajdúszoboszló, Siófok, Visegrád, Eger, Gyöngyös, Egerszalók településeken pedig alulreprezentált.

Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje
22 sz. táblázat

FEJÉR			
ÖSSZESEN	**Vendégéjszaka**		**190 322**
Zalakaros	14 404	1.	7,57%
Hévíz	9 727	2.	5,11%
Bükfürdő	8 584	3.	4,51%
Hajdúszoboszló	8 284	4.	4,35%
Gyula	6 461	5.	3,39%
Siófok	5 905	6.	3,10%

FEJÉR			
Sopron	5 546	7.	2,91%
Balatonfüred	5 529	8.	2,91%
Debrecen	4 762	9.	2,50%
Szeged	4 395	10.	2,31%
Miskolc	4 246	11.	2,23%
Harkány	4 123	12.	2,17%
Visegrád	3 980	13.	2,09%
Cserszegtomaj	3 693	14.	1,94%
Sárvár	3 671	15.	1,93%
Eger	3 574	16.	1,88%
Nyíregyháza	3 298	17.	1,73%
Sümeg	2 851	18.	1,50%
Egerszalók	2 705	19.	1,42%
Gyöngyös	2 642	20.	1,39%
Tapolca	2 623	21.	1,38%
Székesfehérvár	2 616	22.	1,37%
Gyenesdiás	2 323	23.	1,22%
Pécs	2 280	24.	1,20%
Alsópáhok	2 111	25.	1,11%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Győr-Moson-Sopron megyeiek** TOP 25-ös települési listáján tíz balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Sümeg, Alsópáhok, Tapolca, Gyenesdiás, Tihany), négy Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő Bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár), kettő Budapest környéki (Esztergom és Visegrád) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, Harkány és Győr. A TOP 5 leg-

népszerűbb települések közé kettő desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 34,60%!), melyen belül a legnépszerűbb négy településsel a Balaton (27,57%). A települési ranglistát elemezve elmondható, hogy a Győr-Moson-Sopron megyeiek elsődleges motivációja az egészségturizmus, ezen belül is a szórakoztató víz (élményfürdő és strand) funkció, az első öt településből négy rendelkezik ezen terméktípussal, az 5. pedig gyógymotivációt feltételez. A többi település arányaiban jelentősen elmarad az előzőektől, vagyis kimondható, hogy ezen megyéből alacsony kereslet mutatkozik a keleti országrészben fekvő megyék irányába.

A megyei kereslet részesedése Balatonfüred, Zalakaros, Bükfürdő, Hévíz, Gyenesdiás, Visegrád, Sümeg, Tapolca, Sárvár, Győr, Cserszegtomaj, Alsópáhok, Esztergom és Tihany települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Siófok, Hajdúszoboszló, Sopron, Eger, Debrecen, Szeged, Miskolc, Gyula, Harkány, Egerszalók, Gyöngyös településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
23 SZ. TÁBLÁZAT

GYŐR-MOSON-SOPRON			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		239 294
Balatonfüred	19 230	1.	8,04%
Zalakaros	16 992	2.	7,10%
Bükfürdő	15 520	3.	6,49%
Hévíz	15 067	4.	6,30%
Gyenesdiás	7 394	5.	3,09%
Siófok	7 270	6.	3,04%
Visegrád	6 610	7.	2,76%
Hajdúszoboszló	6 204	8.	2,59%
Sopron	5 207	9.	2,18%
Eger	5 014	10.	2,10%
Sümeg	4 908	11.	2,05%
Tapolca	4 870	12.	2,04%
Sárvár	4 843	13.	2,02%
Debrecen	4 785	14.	2,00%

GYŐR-MOSON-SOPRON			
Szeged	4 567	15.	1,91%
Győr	4 199	16.	1,75%
Miskolc	41 76	17.	1,75%
Cserszegtomaj	4 067	18.	1,70%
Alsópáhok	3 598	19.	1,50%
Gyula	3 536	20.	1,48%
Esztergom	3 449	21.	1,44%
Harkány	2 743	22.	1,15%
Egerszalók	2 655	23.	1,11%
Tihany	2 613	24.	1,09%
Gyöngyös	2 489	25.	1,04%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Heves megyeiek** TOP 25-ös települési listáján hét balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Balatonalmádi és Balatonvilágos), hét Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók, Parád, Mátraszentistván és Mezőkövesd), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő Budapest környéki (Esztergom és Visegrád) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, Harkány, Bükfürdő, Nyíregyháza és Győr. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé három desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 32,46%!), melyen belül a legnépszerűbb két településsel a Debrecen és térsége, köszönhetően Hajdúszoboszló iránt mutatkozó kiemelkedő kereslet részesedésének (12,96%). Vagyis az bátran kijelenthető, hogy a Heves megyeiek számára a fürdőtelepülés, az Hajdúszoboszló, melyet valamelyest kiegészít Gyula.

A megyei kereslet részesedése Hajdúszoboszló, Gyula, Debrecen, Hévíz, Siófok, Visegrád, Szeged, Gyöngyös, Nyíregyháza, Balatonalmádi, Mezőkövesd, Mátraszentistván, Esztergom, Parád és Balatonvilágos települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Balatonfüred, Miskolc, Zalakaros, Sopron, Bükfürdő, Eger, Győr, Cserszegtomaj, Egerszalók és Harkány településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
24 SZ. TÁBLÁZAT

HEVES			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		105 233
Hajdúszoboszló	13 635	1.	12,96%
Gyula	5 620	2.	5,34%
Debrecen	5 541	3.	5,27%
Hévíz	5 137	4.	4,88%
Balatonfüred	4 225	5.	4,01%
Siófok	3 877	6.	3,68%
Visegrád	2 761	7.	2,62%
Szeged	2 457	8.	2,33%
Gyöngyös	2 263	9.	2,15%
Miskolc	2 261	10.	2,15%
Zalakaros	2 212	11.	2,10%
Sopron	1 867	12.	1,77%
Eger	1 722	13.	1,64%
Nyíregyháza	1 691	14.	1,61%
Bükfürdő	1 665	15.	1,58%
Balatonalmádi	1 387	16.	1,32%
Mezőkövesd	1 358	17.	1,29%
Mátraszentistván	1 278	18.	1,21%
Győr	1 255	19.	1,19%
Cserszegtomaj	1 117	20.	1,06%

HEVES			
Esztergom	1 116	21.	1,06%
Egerszalók	1 029	22.	0,98%
Parád	974	23.	0,93%
Harkány	911	24.	0,87%
Balatonvilágos	911	25.	0,87%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Hajdú-Bihar megyeiek** TOP 25-ös települési listáján hat balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj és Balatonvilágos), tíz Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók, Parád, Mátraszentistván, Noszvaj, Szilvásvárad, Demjén és Mezőkövesd), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő Budapest környéki (Esztergom és Visegrád) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, Bükfürdő és Győr. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé négy desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 23,87%), melyen belül a legnépszerűbb két településsel a Debrecen és térsége, köszönhetően kivételesen a Debrecen iránt mutatkozó keresletnek (12,96%). Saját megyéjén belül Debrecen népszerűbb, mint Hajdúszoboszló, a Mátra-Bükk térség iránti kereslet pedig egyötöde a teljes keresletnek. Vagyis Hajdú-Bihar megyében élő lakosok tekintetében minden 5. vendégéjszaka a Mátra-Bükk térségben realizálódik. A megyei kereslet részesedése Debrecen, Gyula, Eger, Miskolc, Visegrád, Gyöngyös, Egerszalók, Noszvaj, Parád, Mátraszentistván, Szilvásvárad, Mezőkövesd, Győr, Balatonvilágos, Esztergom és Demjén települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Balatonfüred, Hajdúszoboszló, Siófok, Hévíz, Szeged, Sopron, Zalakaros, Cserszegtomaj és Bükfürdő településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
25 SZ. TÁBLÁZAT

HAJDÚ-BIHAR			
ÖSSZESEN	**Vendégéjszaka**		**183 399**
Debrecen	12 209	1.	6,66%
Gyula	11 040	2.	6,02%
Balatonfüred	7 714	3.	4,21%
Hajdúszoboszló	6 666	4.	3,63%

HAJDÚ-BIHAR			
Eger	6 148	5.	3,35%
Miskolc	6 043	6.	3,30%
Siófok	5 709	7.	3,11%
Visegrád	5 649	8.	3,08%
Hévíz	4 418	9.	2,41%
Gyöngyös	4 413	10.	2,41%
Egerszalók	4 175	11.	2,28%
Szeged	3 851	12.	2,10%
Sopron	3 593	13.	1,96%
Noszvaj	3 573	14.	1,95%
Parád	3 449	15.	1,88%
Mátraszentistván	2 964	16.	1,62%
Szilvásvárad	2 830	17.	1,54%
Mezőkövesd	2 825	18.	1,54%
Győr	2 619	19.	1,43%
Balatonvilágos	2 426	20.	1,32%
Zalakaros	2 111	21.	1,15%
Esztergom	2 077	22.	1,13%
Cserszegtomaj	2 017	23.	1,10%
Bükfürdő	1 781	24.	0,97%
Demjén	1 684	25.	0,92%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Jász-Nagykun-Szolnok megyeiek** TOP 25-ös települési listáján hét balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Tihany és Balatonvilágos), hét Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók, Parád, Mátraszentistván, Noszvaj), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Visegrád, Szeged, Nyíregyháza, Sopron, Pécs és Győr.

A TOP 5 legnépszerűbb települések közé három desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 26,51%), melyen belül a legnépszerűbb két településsel Debrecen és térsége (13,37%). A megyéből a Balaton desztináció is magas részesedéssel bír 16,16%.

A megyei kereslet részesedése Hajdúszoboszló, Debrecen, Gyula, Eger, Miskolc, Visegrád, Nyíregyháza, Gyöngyös, Egerszalók, Mátraszentistván, Noszvaj, Parád és Balatonvilágos települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Hévíz, Balatonfüred, Siófok, Szeged, Sopron, Zalakaros, Bükfürdő, Cserszegtomaj, Tihany, Győr, Sárvár és Pécs településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
26 SZ. TÁBLÁZAT

JÁSZ-NAGYKUN-SZOLNOK			
ÖSSZESEN	**Vendégéjszaka**		**101 349**
Hajdúszoboszló	7 833	1.	7,73%
Debrecen	5 717	2.	5,64%
Gyula	5 147	3.	5,08%
Hévíz	4 144	4.	4,09%
Balatonfüred	4 025	5.	3,97%
Siófok	3 667	6.	3,62%
Eger	3 273	7.	3,23%
Miskolc	2 608	8.	2,57%
Visegrád	2 567	9.	2,53%
Szeged	2 100	10.	2,07%
Nyíregyháza	2 041	11.	2,01%
Gyöngyös	2 026	12.	2,00%
Sopron	1 984	13.	1,96%

JÁSZ-NAGYKUN-SZOLNOK			
Zalakaros	1 676	14.	1,65%
Egerszalók	1 647	15.	1,63%
Mátraszentistván	1 516	16.	1,50%
Bükfürdő	1 391	17.	1,37%
Noszvaj	1 238	18.	1,22%
Parád	1 131	19.	1,12%
Cserszegtomaj	999	20.	0,99%
Tihany	975	21.	0,96%
Győr	974	22.	0,96%
Sárvár	894	23.	0,88%
Balatonvilágos	894	23.	0,88%
Pécs	886	25.	0,87%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Komárom-Esztergom megyeiek** TOP 25-ös települési listáján nyolc balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Gyenesdiás, Tapolca és Sümeg), négy Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő Budapest környéki (Esztergom és Visegrád), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár), kettő pécs-villányi (Harkány és Pécs) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, Nyíregyháza és Győr. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé három desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 28,67%), melyen belül a legnépszerűbb három településsel a Balaton. A települések között az első két helyen a két legnépszerűbb nyugat-magyarországi élményfürdő áll, melyet 5. helyen kiegészít Hajdúszoboszló is. Vagyis a fő motivációt jelen esetben is az egészségturizmus, azon belül is a szórakoztató víz funkció jelenti.

A megyei kereslet részesedése Bükfürdő, Zalakaros, Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Sopron, Sárvár, Cserszegtomaj, Gyenesdiás, Nyíregyháza, Sümeg, Tapolca és Esztergom települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Hajdúszoboszló, Gyula, Visegrád, Eger, Miskolc, Debrecen, Szeged, Harkány, Egerszalók, Gyöngyös, Győr és Pécs településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
27 SZ. TÁBLÁZAT

KOMÁROM-ESZTERGOM			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		154 872
Bükfürdő	11 342	1.	7,32%
Zalakaros	8 719	2.	5,63%
Balatonfüred	8 433	3.	5,45%
Hévíz	8 290	4.	5,35%
Hajdúszoboszló	7 611	5.	4,91%
Siófok	6 265	6.	4,05%
Gyula	5 537	7.	3,58%
Sopron	4 761	8.	3,07%
Visegrád	3 849	9.	2,49%
Sárvár	3 450	10.	2,23%
Eger	3 321	11.	2,14%
Miskolc	3 304	12.	2,13%
Debrecen	3 186	13.	2,06%
Cserszegtomaj	3 112	14.	2,01%
Szeged	2 899	15.	1,87%
Gyenesdiás	2 343	16.	1,51%
Nyíregyháza	2 184	17.	1,41%
Sümeg	2 127	18.	1,37%
Harkány	2 074	19.	1,34%
Tapolca	1 952	20.	1,26%

KOMÁROM-ESZTERGOM			
Egerszalók	1 908	21.	1,23%
Esztergom	1 683	22.	1,09%
Gyöngyös	1 602	23.	1,03%
Győr	1 436	24.	0,93%
Pécs	1 401	25.	0,90%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Nógrád megyeiek** TOP 25-ös települési listáján hét balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Tihany és Tapolca), hét Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók, Parád, Mátraszentistván és Mezőkövesd), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő Budapest környéki (Esztergom és Visegrád), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, Nyíregyháza és Harkány. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé négy desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 28,87%), melyen belül a legnépszerűbb két településsel a Debrecen és térsége, köszönhetően Hajdúszoboszló iránt mutatkozó kiugróan magas részarányú keresletnek (12,10%).

A megyei lakosok két desztinációt preferálnak utazásaik során, melynek alapja itt is a megfelelő élményfürdő kínálat, Debrecen és térsége, valamint Mátra-Bükk térség.

A megyei kereslet részesedése Hajdúszoboszló, Eger, Debrecen, Gyula, Visegrád, Miskolc, Mezőkövesd, Nyíregyháza, Esztergom, Egerszalók, Mátraszentistván és Parád települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Hévíz, Zalakaros, Siófok, Balatonfüred, Sopron, Bükfürdő, Szeged, Gyöngyös, Cserszegtomaj, Tihany, Harkány, Sárvár és Tapolca településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
28 SZ. TÁBLÁZAT

NÓGRÁD			
ÖSSZESEN	**Vendégéjszaka**		**56 459**
Hajdúszoboszló	6 830	1.	12,10%
Eger	3 028	2.	5,36%
Debrecen	2 194	3.	3,89%
Gyula	2 152	4.	3,81%
Hévíz	2 095	5.	3,71%

NÓGRÁD			
Zalakaros	1 886	6.	3,34%
Siófok	1 786	7.	3,16%
Balatonfüred	1 766	8.	3,13%
Visegrád	1 518	9.	2,69%
Miskolc	1 344	10.	2,38%
Mezőkövesd	1 320	11.	2,34%
Sopron	1 157	12.	2,05%
Bükfürdő	1 079	13.	1,91%
Szeged	1 049	14.	1,86%
Nyíregyháza	949	15.	1,68%
Esztergom	909	16.	1,61%
Egerszalók	900	17.	1,59%
Mátraszentistván	829	18.	1,47%
Gyöngyös	722	19.	1,28%
Cserszegtomaj	644	20.	1,14%
Parád	572	21.	1,01%
Tihany	569	22.	1,01%
Harkány	533	23.	0,94%
Sárvár	462	24.	0,82%
Tapolca	419	25.	0,74%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Pest megyeiek** TOP 25-ös települési listáján nyolc balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Alsópáhok, Tihany és Sümeg), 6 Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók, Mátraszentistván, Noszvaj), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő Budapest környéki (Esztergom és Visegrád), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, Nyíregyháza és Harkány. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé három desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 23,13%), melyen belül a legnépszerűbb három településsel a Balaton, de népszerűsége ellenére csupán a 3-5. helyet foglalja el. Pest megye az egyik legnagyobb küldőpiaca a belföldi desztinációknak, mindenképpen kiemelendő, hogy a nehezebb elérhetőség ellenére a 2. helyet Gyula városa foglalja el. Az is kijelenthető, hogy a Pest megyei lakosok számára Hajdúszoboszló jelenti az szórakoztató motivációjú fürdőt.

A megyei kereslet részesedése Hajdúszoboszló, Gyula, Zalakaros, Siófok, Sopron, Eger, Miskolc, Visegrád, Nyíregyháza, Sárvár, Cserszegtomaj, Gyöngyös, Egerszalók, Harkány, Alsópáhok, Mátraszentistván, Tihany, Sümeg, Esztergom és Noszvaj települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Hévíz, Balatonfüred, Bükfürdő, Debrecen és Szeged településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
29 SZ. TÁBLÁZAT

PEST			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		672 349
Hajdúszoboszló	41 198	1.	6,13%
Gyula	29 796	2.	4,43%
Zalakaros	29 603	3.	4,40%
Hévíz	27 503	4.	4,09%
Balatonfüred	27 429	5.	4,08%
Siófok	25 899	6.	3,85%
Bükfürdő	21 055	7.	3,13%
Debrecen	20 240	8.	3,01%
Sopron	18 872	9.	2,81%
Eger	17 849	10.	2,65%
Miskolc	16 880	11.	2,51%

PEST			
Szeged	15 811	12.	2,35%
Visegrád	14 823	13.	2,20%
Nyíregyháza	11 881	14.	1,77%
Sárvár	11 654	15.	1,73%
Cserszegtomaj	11 610	16.	1,73%
Gyöngyös	11 297	17.	1,68%
Egerszalók	11 137	18.	1,66%
Harkány	10 209	19.	1,52%
Alsópáhok	9 402	20.	1,40%
Mátraszentistván	7 242	21.	1,08%
Tihany	7 975	22.	1,19%
Sümeg	7 406	23.	1,10%
Esztergom	7 169	24.	1,07%
Noszvaj	6 451	25.	0,96%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Somogy megyeiek** TOP 25-ös települési listáján kilenc balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Sümeg, Tapolca, Veszprém és Gyenesdiás), négy Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár), kettő pécs-villányi (Pécs és Harkány) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, Visegrád, Nyíregyháza és Győr. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé három desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 26,44%), melyen belül a legnépszerűbb három településsel a Balaton, köszönhetően a Zalakaros iránt mutatkozó kiemelkedő keresletnek (8,20%). A Somogy megyei lakosok számára Debrecen és térsége két legjelentősebb települése, valamint a Mátra-Bükk települései nem bírnak olyan jelentőséggel, mint más megyékben. Meglepő eredmény, hogy Sopron városa bekerült a TOP5 települések rangsorába, ez az elért legjobb helyezése a városnak. A megyei kereslet részesedése Zalakaros, Hévíz, Sopron, Győr, Harkány, Pécs, Cserszegtomaj, Sümeg, Sárvár, Tapolca, Veszprém és Gyenesdiás települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Bükfürdő, Siófok, Hajdúszoboszló, Visegrád, Balatonfüred, Debrecen, Miskolc, Gyula, Eger, Szeged, Nyíregyháza, Egerszalók és Gyöngyös településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
30 SZ. TÁBLÁZAT

SOMOGY			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		83 938
Zalakaros	6 887	1.	8,20%
Hévíz	5 044	2.	6,01%
Sopron	4 558	3.	5,43%
Bükfürdő	3 090	4.	3,68%
Siófok	2 619	5.	3,12%
Hajdúszoboszló	2 511	6.	2,99%
Győr	2 428	7.	2,89%
Harkány	2 146	8.	2,56%
Visegrád	2 028	9.	2,42%
Pécs	1 967	10.	2,34%
Balatonfüred	1 814	11.	2,16%
Cserszegtomaj	1 612	12.	1,92%
Debrecen	1 609	13.	1,92%
Miskolc	1 596	14.	1,90%
Gyula	1 543	15.	1,84%
Sümeg	1 455	16.	1,73%
Eger	1 534	17.	1,83%
Szeged	1 375	18.	1,64%
Sárvár	1 311	19.	1,56%
Tapolca	1 122	20.	1,34%
Nyíregyháza	1 086	21.	1,29%

SOMOGY			
Egerszalók	978	22.	1,17%
Veszprém	966	23.	1,15%
Gyöngyös	853	24.	1,02%
Gyenesdiás	816	25.	0,97%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Szabolcs-Szatmár-Bereg megyeiek** TOP 25-ös települési listáján hat balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj és Balatonvilágos), 10 Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók, Parád, Mátraszentistván, Noszvaj, Szilvásvárad, Demjén és Mezőkövesd), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Visegrád, Szeged, Sopron, Bükfürdő, Nyíregyháza és Győr. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé négy desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 33,98%!), melyen belül a legnépszerűbb két településsel a Debrecen és térsége (23,31%), köszönhetően mindkét település iránt mutatkozó kiugróan magas, 10% feletti keresletnek. A megyei lakosok másodsorban a Mátra-Bükk térség településeit választják úticélul és jellemzően fürdőtelepülésekre utaznak.

A megyei kereslet részesedése Hajdúszoboszló, Debrecen, Gyula, Eger, Miskolc, Egerszalók, Gyöngyös, Győr, Nyíregyháza, Mátraszentistván, Mezőkövesd, Noszvaj, Parád, Balatonvilágos, Szilvásvárad és Demjén települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Balatonfüred, Siófok, Hévíz, Visegrád, Szeged, Sopron, Bükfürdő, Zalakaros és Cserszegtomaj településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
31 SZ. TÁBLÁZAT

SZABOLCS-SZATMÁR-BEREG			
ÖSSZESEN	**Vendégéjszaka**		**164 949**
Hajdúszoboszló	20797	1.	12,61%
Debrecen	17646	2.	10,70%
Gyula	6856	3.	4,16%
Balatonfüred	5507	4.	3,34%
Eger	5230	5.	3,17%
Miskolc	4263	6.	2,58%

SZABOLCS-SZATMÁR-BEREG			
Egerszalók	4 175	7.	2,53%
Siófok	4 123	8.	2,50%
Gyöngyös	3 739	9.	2,27%
Hévíz	3 731	10.	2,26%
Visegrád	3 042	11.	1,84%
Győr	3 032	12.	1,84%
Nyíregyháza	2 680	13.	1,62%
Szeged	2 385	14.	1,45%
Mátraszentistván	2 249	15.	1,36%
Sopron	2 236	16.	1,36%
Mezőkövesd	2 162	17.	1,31%
Parád	2 107	18.	1,28%
Noszvaj	1 882	19.	1,14%
Bükfürdő	1 685	20.	1,02%
Zalakaros	1 661	21.	1,01%
Balatonvilágos	1 529	22.	0,93%
Cserszegtomaj	1 497	23.	0,91%
Szilvásvárad	1 487	24.	0,90%
Demjén	1 353	25.	0,82%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Tolna megyeiek** TOP 25-ös települési listáján kilenc balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Sümeg, Tapolca, Alsópáhok és Keszthely), négy Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő Bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár), kettő Szeged és térségi (Szeged és Mórahalom) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Sopron, Harkány, Visegrád, Nyíregyháza és Győr. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé három desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 24,73%), melyen belül a legnépszerűbb háron településsel a Balaton. Érdekesség, hogy bár Tolna megye számára elérhetőbb Harkány, mint fürdőtelepülés, Zalakaros a TOP1, de még Gyula is majdnem kétszeres részesedéssel bír, valamint Mórahalom sem marad le sokkal Harkánytól. Vagyis a közelében lévő, történelmileg is evidens fürdő ma nem jelent akkora vonzerőt a környékbeli lakosok számára. A megyei kereslet részesedése Zalakaros, Debrecen, Hévíz, Gyula, Siófok, Szeged, Harkány, Mórahalom, Cserszegtomaj, Győr, Sümeg, Tapolca, Keszthely és Alsópáhok települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Balatonfüred, Hajdúszoboszló, Sopron, Bükfürdő, Visegrád, Eger, Miskolc, Sárvár, Egerszalók, Gyöngyös és Nyíregyháza településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
32 SZ. TÁBLÁZAT

TOLNA			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		78 878
Zalakaros	5 513	1.	6,99%
Debrecen	3 943	2.	5,00%
Hévíz	3 795	3.	4,81%
Gyula	3 154	4.	4,00%
Balatonfüred	3 097	5.	3,93%
Siófok	3 044	6.	3,86%
Szeged	2 619	7.	3,32%
Hajdúszoboszló	2 232	8.	2,83%
Harkány	2 001	9.	2,54%
Sopron	1 978	10.	2,51%
Bükfürdő	1 949	11.	2,47%
Mórahalom	1 830	12.	2,32%

TOLNA			
Visegrád	1 757	13.	2,23%
Cserszegtomaj	1710	14.	2,17%
Eger	1 395	15.	1,77%
Győr	1 269	16.	1,61%
Miskolc	1 258	17.	1,59%
Sümeg	1 194	18.	1,51%
Tapolca	995	19.	1,26%
Keszthely	975	20.	1,24%
Sárvár	935	21.	1,19%
Egerszalók	905	22.	1,15%
Gyöngyös	866	23.	1,10%
Alsópáhok	864	24.	1,10%
Nyíregyháza	745	25.	0,94%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Vas megyeiek** TOP 25-ös települési listáján tizenegy balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Gyenesdiás, Tapolca, Sümeg, Tihany, Alsópáhok és Balatonalmádi), kettő Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő Budapest környéki (Esztergom és Visegrád), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár), kettő pécs-villányi (Pécs és Harkány) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron és Győr. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé egy desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 30,64%!), melyen belül a legnépszerűbb települések a klasszikusok, kivéve Gyenesdiást, amely feltételezhetően a lokációjának is köszönheti népszerűségét. Saját megyén belül Bükfürdőnek nagyobb kereslete van, de nem sokkal marad le tőle Hajdúszoboszló, ami azt jelenti, hogy még ilyen távolságból is vonzerőt jelent a lakosoknak, vagyis erős versenytársa a helyi fürdőknek.

A megyei kereslet részesedése Zalakaros, Hévíz, Balatonfüred, Gyenesdiás, Visegrád, Győr, Tapolca, Cserszegtomaj, Harkány, Pécs, Sümeg, Esztergom, Alsópáhok és Balatonalmádi települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Siófok, Bükfürdő, Hajdúszoboszló, Sopron, Debrecen, Gyula, Szeged, Eger, Miskolc, Sárvár és Tihany településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
33 SZ. TÁBLÁZAT

VAS			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		99 930
Zalakaros	9 451	1.	9,46%
Hévíz	7 528	2.	7,53%
Balatonfüred	6 768	3.	6,77%
Siófok	3 501	4.	3,50%
Gyenesdiás	3 374	5.	3,38%
Visegrád	2 944	6.	2,95%
Bükfürdő	2 712	7.	2,71%
Hajdúszoboszló	2 498	8.	2,50%
Győr	2 262	9.	2,26%
Sopron	2 255	10.	2,26%
Tapolca	1 980	11.	1,98%
Debrecen	1 810	12.	1,81%
Cserszegtomaj	1 671	13.	1,67%
Harkány	1 581	14.	1,58%
Gyula	1 574	15.	1,58%
Pécs	1 504	16.	1,51%
Szeged	1 458	17.	1,46%
Sümeg	1 395	18.	1,40%
Eger	1 383	19.	1,38%
Miskolc	1 361	20.	1,36%
Esztergom	1 162	21.	1,16%

VAS			
Sárvár	1 045	22.	1,05%
Alsópáhok	1 040	23.	1,04%
Tihany	933	24.	0,93%
Balatonalmádi	833	25.	0,83%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Veszprém megyeiek** TOP 25-ös települési listáján nyolc balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Gyenesdiás, Sümeg és Veszprém), négy Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő Budapest környéki (Esztergom és Visegrád), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár), kettő pécs-villányi (Pécs és Harkány) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, Nyíregyháza és Győr. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé négy desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 29,19%), melyen belül a legnépszerűbb két településsel a Balaton, azonban nem a vízparti motiváció ösztönzi utazásra a lakosokat, hanem a gyógy- és élményfürdőzés. Meglepően magas részaránnyal bír Sopron (4. hely), valamint Visegrád települések, mely arra enged következtetni, hogy ebben a megyében a wellness termék kiegészítő motivációja a kulturális kínálat lehet.

A megyei kereslet részesedése Zalakaros, Bükfürdő, Hévíz, Sopron, Visegrád, Sárvár, Harkány, Győr, Pécs, Sümeg, Esztergom és Veszprém települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Hajdúszoboszló, Siófok, Gyula, Balatonfüred, Debrecen, Eger, Miskolc, Szeged, Egerszalók, Cserszegtomaj és Gyöngyös és településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
34 SZ. TÁBLÁZAT

VESZPRÉM			
ÖSSZESEN	**Vendégéjszaka**		**129 139**
Zalakaros	12 609	1.	9,76%
Bükfürdő	8 854	2.	6,86%
Hévíz	7 996	3.	6,19%
Sopron	4 527	4.	3,51%
Visegrád	3 701	5.	2,87%
Hajdúszoboszló	3 481	6.	2,70%

VESZPRÉM			
Siófok	3 421	7.	2,65%
Gyula	2 996	8.	2,32%
Sárvár	2 921	9.	2,26%
Balatonfüred	2 842	10.	2,20%
Debrecen	2 627	11.	2,03%
Harkány	2 616	12.	2,03%
Eger	2 603	13.	2,02%
Szeged	2 518	14.	1,95%
Miskolc	2 231	15.	1,73%
Győr	1 939	16.	1,50%
Egerszalók	1 878	17.	1,45%
Pécs	1 842	18.	1,43%
Sümeg	1 785	19.	1,38%
Cserszegtomaj	1 781	20.	1,38%
Nyíregyháza	1 675	21.	1,30%
Gyenesdiás	1 526	22.	1,18%
Esztergom	1 468	23.	1,14%
Gyöngyös	1 445	24.	1,12%
Veszprém	1 411	25.	1,09%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **Zala megyeiek** TOP 25-ös települési listáján kilenc balatoni (Balatonfüred, Hévíz, Siófok, Zalakaros, Cserszegtomaj, Tapolca, Sümeg, Gyenesdiás ás Tihany), négy Mátra-Bükk térségi (Eger, Miskolc, Gyöngyös, Egerszalók), kettő Debrecen és térségi (Hajdúszoboszló és Debrecen), kettő bük-sárvári (Bükfürdő és Sárvár), kettő pécs-villányi (Pécs és Harkány) település található, illetve a népszerű települések között található (az adott desztinációból egyedüliként) Gyula, Szeged, Sopron, Visegrád, Nyíregyháza és Győr. A TOP 5 legnépszerűbb települések közé két desztináció települései kerültek be (részesedésük összesen 25,46%), melyen belül a legnépszerűbb 4 településsel a Balaton, ezen belül is Zalakaros. A megyei kereslet részesedése Zalakaros, Bükfürdő, Siófok, Visegrád, Győr, Harkány, Pécs, Sárvár, Sümeg, Tapolca és Gyenesdiás települések esetében az országos teljes kereslethez képest felülreprezentált, Hévíz, Balatonfüred, Hajdúszoboszló, Szeged, Sopron, Debrecen, Gyula, Eger, Miskolc, Cserszegtomaj, Gyöngyös, Egerszalók, Tihany és Nyíregyháza településeken pedig alulreprezentált.

MEGYEI LAKOSOK ÁLTAL VÁLASZTOTT LEGNÉPSZERŰBB TELEPÜLÉSEK SORRENDJE
35 SZ. TÁBLÁZAT

ZALA			
ÖSSZESEN	Vendégéjszaka		86 440
Zalakaros	5 732	1.	6,63%
Bükfürdő	5 522	2.	6,39%
Hévíz	3 862	3.	4,47%
Balatonfüred	3 463	4.	4,01%
Siófok	3 427	5.	3,96%
Visegrád	2 597	6.	3,00%
Hajdúszoboszló	2 266	7.	2,62%
Győr	2 031	8.	2,35%
Harkány	1 986	9.	2,30%
Pécs	1 897	10.	2,19%
Sárvár	1 881	11.	2,18%
Sopron	1 881	11.	2,18%
Szeged	1 748	13.	2,02%
Debrecen	1 611	14.	1,86%

ZALA			
Gyula	1415	15.	1,64%
Sümeg	1379	16.	1,60%
Eger	1236	17.	1,43%
Miskolc	1219	18.	1,41%
Tapolca	1195	19.	1,38%
Cserszegtomaj	1128	20.	1,30%
Gyenesdiás	985	21.	1,14%
Gyöngyös	938	22.	1,09%
Egerszalók	894	23.	1,03%
Tihany	864	24.	1,00%
Nyíregyháza	847	25.	0,98%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az elkészült megyei bontásban fentebb részletezett települési rangsor összesített eredményeit az alábbi két táblázatban szemléltetjük. Az első táblázat azt mutatja, hogy adott megye lakosai által generált utazások során melyik település került be a 25 legnépszerűbb úti cél közé. és hányadik helyet foglalja el. Azaz pl. Hajdúszoboszló Békés megyében az 1. helyen áll, Baranya megyében a 9., Bács-Kiskun megyében pedig a 2. és így tovább. Tehát a cellákban lévő számok az adott település helyezését jelentik a TOP25 úticél között, a színek pedig sávosan szemléltetik az eredményt (jelmagyarázat a táblázat alatt látható). A megyéket felsoroló oszlopok alatt szürke háttérrel azokat a településeket jelöltük, amelyek valamennyi megye esetében a TOP25 települési listán rajta vannak.

Az összesített eredmények kapcsán elmondható, hogy:

- az ország belföldi turisztikai keresletében meghatározó szerepet betöltő települések száma 42. A meghatározó szerep egyrészt köszönhető ismertségüknek (klaszszikus úticélok), másrészt a településeken elérhető kapacitások mennyiségének (több szálláshely nagyobb vendégforgalmat tudnak generálni), harmadrészt pedig a szálláshelyeken dolgozó szakemberek értékesítési tevékenységének.
- a táblázatban látható települések közül 14 település minden megyében bekerült a TOP25 közé, melyek: Hajdúszoboszló, Debrecen, Balatonfüred, Eger, Hévíz, Szeged, Siófok, Miskolc, Visegrád, Gyula, Sopron, Bükfürdő, Zalakaros és Cserszegtomaj,
- 14 település között láthatunk nagyvárosokat (Debrecen, Szeged), ahol a turisztikai motiváció nem egyértelmű (egyetem, üzleti, sport, szabadidős), láthatunk fürdőtelepüléseket (Hajdúszoboszló, Hévíz, Miskolc, Gyula, Bükfürdő, Zalakaros, Cserszegtomaj), ahol a motiváció gyógy- és élményfürdőzés, láthatunk erős márkaként ismert településeket (Eger, Sopron), valamint balatoni településeket (Bala-

tonfüred és Siófok). Visegrád szerepe a wellnesshétvége igényével bíró budapesti lakosok kiszolgálása, melyet kiegészít a környező megyék lakosainak kereslete is.

- a 42 település között 17 fürdőtelepülés látható, mely mellett 9 vízparti, 5 wellness „wellnesshétvégőzős" úti cél is azonosítható, vagyis elmondható, hogy a belföldi lakosság utazási motivációját az egészségturizmus termékcsoportba tartozó gyógy- és élményfürdőzés, wellnesshétvégézés, valamint strandolás határozza meg leginkább,
- legkiemelkedőbb teljesítményt Siófok nyújtja, mely település minden megyében bekerült az első 8. helyezett közé, vagyis minden megye lakosai számára az első 8 úti cél közé került,
- Siófok mellett második Hajdúszoboszló, mely település minden megyében bekerült az első 9. helyezett közé, vagyis minden megye lakosai számára az első 9 úti cél közé került,
- Hajdúszoboszló mellett harmadik Hévíz település, minden megyében bekerült az első 10. helyezett közé, vagyis minden megye lakosai számára az első 10 úti cél között van,
- számos esetben elmondható, hogy a település iránti keresletet, nem maga a település vonzereje generálja, hanem egy olyan szálláshely, mely utazási döntést befolyásoló tényező, vagyis, ha más településen működne, akkor oda mennének a turisták. Ilyen települések pl. Sümeg (Hotel Kapitány), Tapolca (Hunguest hotel és gyógybarlang), Velence (Velence Resort&Spa) és Alsópáhok (Kolping Hotel).

EGYES MEGYÉK LAKOSAI ÁLTAL ÚTI CÉLKÉNT VÁLASZTOTT TOP25 TELEPÜLÉSE ÉS AZOK VENDÉGFORGALMI ADATOK ALAPJÁN FELÁLLÍTOTT SORRENDJE,

Település neve	Békés	Baranya	Bács-Kiskun	Borsod-Abaúj-Zemplén	Budapest	Csongrád-Csanád	Fejér	Győr-Moson-Sopron	Heves
Hajdúszoboszló	1	9	2	1	3	3	4	8	1
Debrecen	2	8	10	2	9	8	9	14	3
Balatonfüred	3	4	4	4	2	2	8	1	5
Hévíz	5	2	3	7	1	4	2	4	4
Siófok	7	3	6	6	4	6	6	6	6
Zalakaros	16	1	5	15	5	12	1	2	11
Cserszegtomaj	20	17	15	24	15	13	14	18	20
Veszprém	18	21	-	-	-	-	-	-	-
Tihany	22	-	22	-	17	25	-	24	-
Balatonvilágos	23	-	-	-	-	24	-	-	25
Zamárdi	25	23	-	-	-	-	-	-	-
Tapolca	-	20	-	-	-	-	21	12	-
Alsópáhok	-	22	-	-	20	-	25	19	-
Sümeg	-	24	-	-	-	-	18	11	-
Keszthely	-	-	23	-	-	23	-	-	-
Balatonkenese	-	-	-	-	19	-	-	-	-
Gyenesdiás	-	-	-	-	-	-	23	5	-
Balatonalmádi	-	-	-	-	-	-	-	-	16
Szeged	6	5	14	16	13	7	10	15	8
Mórahalom	-	10	17	-	-	-	-	-	-
Eger	4	18	9	5	11	10	16	10	13

36 SZ. TÁBLÁZAT

Hajdú-Bihar	Jász-Nagykun-Szolnok	Komárom-Esztergom	Nógrád	Pest	Somogy	Szabolcs-Szatmár-Bereg	Tolna	Vas	Veszprém	Zala
4	1	5	1	1	6	1	8	8	6	7
1	2	13	3	8	13	2	2	12	11	14
3	5	3	8	5	11	4	5	3	10	4
9	4	4	5	4	2	10	3	2	3	3
7	6	6	7	6	5	8	6	4	7	5
21	14	2	6	3	1	21	1	1	1	1
23	20	14	20	16	12	23	14	13	2	20
-	-	-	-	-	23	-	-	-	25	-
-	21	-	22	22	-	-	-	24	-	24
20	23	-	-	-	-	22	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	20	25	-	20	-	19	11	-	19
-	-	-	-	20	-	-	24	23	-	-
-	-	18	-	23	16	-	18	18	19	16
-	-	-	-	-	-	-	20	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	16	-	-	25	-	-	5	22	21
-	-	-	-	-	-	-	-	25	-	-
12	10	15	14	12	18	14	7	17	14	13
-	-	-	-	-	-	-	12	-	-	-
5	7	11	2	10	17	5	15	19	13	17

Település neve	Békés	Baranya	Bács-Kiskun	Borsod-Abaúj-Zemplén	Budapest	Csongrád-Csanád	Fejér	Győr-Moson-Sopron	Heves
Miskolc	8	16	13	18	12	11	11	17	10
Gyöngyös	14	-	16	9	16	14	20	25	9
Egerszalók	15	-	18	10	-	19	19	23	22
Mátraszentistván	19	-	24	20	25	20	-	-	18
Mezőkövesd	-	-	-	11	-	-	-	-	17
Parád	-	-	-	14	-	-	-	-	23
Noszvaj	-	-	-	21	-	-	-	-	-
Szilvásvárad	-	-	-	23	-	21	-	-	-
Demjén	-	-	-	25	-	-	-	-	-
Visegrád	9	14	12	8	10	9	13	7	7
Esztergom	-	-	25	22	24	-	-	21	21
Velence	-	-	-	-	22	-	-	-	-
Székesfehérvár	-	-	-	-	-	-	22	-	-
Gyula	10	11	1	3	8	1	5	20	2
Sopron	11	7	7	13	6	5	7	9	12
Győr	12	13	-	12	-	18	-	16	19
Harkány	13	15	11	-	23	16	12	22	24
Pécs	24	12	19	-	21	15	24	-	-
Nyíregyháza	17	25	21	17	18	22	17	-	14
Bükfürdő	21	6	8	19	7	17	3	3	15
Sárvár	-	19	20	-	14	-	15	13	-

Hajdú-Bihar	Jász-Nagykun-Szolnok	Komárom-Esztergom	Nógrád	Pest	Somogy	Szabolcs-Szatmár-Bereg	Tolna	Vas	Veszprém	Zala
6	8	12	10	11	14	6	17	20	15	18
10	12	23	19	17	24	9	23	-	24	22
11	15	21	17	18	22	7	22	-	17	23
16	16	-	18	21	-	15	-	-	-	-
18	-	-	11	-	-	17	-	-	-	-
15	19	-	21	-	-	18	-	-	-	-
14	18	-	-	25	-	19	-	-	-	-
17	-	-	-	-	-	24	-	-	-	-
25	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-
8	9	9	9	13	9	11	13	6	5	6
22	-	22	16	24	-	-	-	21	23	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	3	7	4	2	15	3	4	15	8	15
13	13	8	12	9	3	16	10	10	4	11
19	22	24	-	-	7	12	16	9	16	8
-	-	19	23	19	8	-	9	14	12	9
-	25	25	-	-	10	-	-	16	18	1-
-	11	17	15	14	21	13	25	-	21	25
24	17	1	13	7	4	20	11	7	2	2
-	23	10	24	15	19	-	21	22	9	11

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

A következő táblázat a fenti adatok alapján azt mutatja, hogy az egyes fogadótelepülések a megyék TOP25-ös rangsorában hány alkalommal szerepelnek az adott pozícióban. Vagyis, hogy pl. Szeged városa a megyék rangsorában 1× található az 5. helyen, 1× a 6. helyen, 2× a 7. helyen és így tovább. A cellákban látható egyes színek az előfordulás sokaságát jelölik.

Megállapítható, hogy:

- annak ellenére, hogy Siófok legrosszabb helyezése is csak 8. hely, a leggyakrabban (10 megyében) a 6. helyet tölti be,
- legkiemelkedőbb települések a helyezések sorában Zalakaros és Hajdúszoboszló, akik mindketten hét megyében az 1. helyen állnak, vagyis a leggyakrabban választott úti célnak tekinthetők. A két település között a jelentős különbséget az adja,

AZ EGYES FOGADÓTERÜLETEK EGYES HELYEZÉSEKBEN MUTATKOZÓ ELŐFORDULÁSÁNAK GYAKORISÁGA, 37 SZ. TÁBLÁZAT

Település neve	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
Hajdúszoboszló	7	1	2	2	1	2	1	3	1	0	0
Debrecen	1	5	2	0	0	0	0	3	2	1	1
Balatonfüred	1	2	4	5	4	0	0	2	0	1	1
Eger	0	1	0	1	3	0	1	0	1	3	2
Hévíz	1	4	4	6	2	0	1	0	1	1	0
Szeged	0	0	0	0	1	1	2	1	0	2	0
Siófok	0	0	1	2	2	10	4	1	0	0	0
Miskolc	0	0	0	0	0	2	0	2	0	2	3
Visegrád	0	0	0	0	1	2	2	2	6	1	1
Gyula	2	3	3	2	1	0	1	2	0	1	1
Sopron	0	0	1	1	1	1	3	1	2	2	2
Győr	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0
Harkány	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1
Gyöngyös	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0
Egerszalók	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1
Zalakaros	7	2	1	0	2	1	0	0	0	0	1

hogy Hajdúszoboszló a kelet-magyarországi megyékben éri el az 1. helyezést, míg Zalakaros a nyugat-magyarországi megyékben. Annak ellenére, hogy két alapvetően hasonló termékről beszélhetünk (fürdők), ugyanakkor mégis más léptékről az utazók fejében, ha valaki fürdőtelepülésre akar menni, akkor nyugati országrészen Zalakarost, keleti országrészen Hajdúszoboszlót választja nagy valószínűséggel,

- legnagyobb keresletet generáló települések, akik 10-nél több megyében kerülnek be az első öt helyre a következők: Hévíz (17), Balatonfüred (16), Hajdúszoboszló (13), Zalakaros (12) és Gyula (11). Minél magasabb az összesített szám, annál jobban beszélhetünk országos hatókörű desztinációról.

12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	2	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	2	4	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	1	1	1	1	2	2	0	1	0	0	0	0	0
1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
2	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	1	0	0	3	0	1	2	0	0	1	0	1	0
2	1	1	1	1	0	0	2	0	0	1	1	2	0
1	0	2	0	2	1	0	1	1	0	1	2	2	1
0	0	0	2	0	2	2	2	0	1	3	2	0	0
1	0	1	1	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0

Település neve	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
Nyíregyháza	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Veszprém	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mátraszentistván	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cserszegtomaj	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bükfürdő	1	2	2	1	0	1	3	1	0	0	1
Tihany	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Balatonvilágos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pécs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0
Zamárdi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mórahalom	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Sárvár	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Tapolca	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Alsópáhok	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sümeg	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Keszthely	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Esztergom	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mezőkövesd	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Parád	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Noszvaj	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Szilvásvárad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Demjén	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Balatonkenese	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Velence	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.
0	1	2	1	0	4	1	0	0	3	1	0	0	3
0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1
0	0	0	1	2	0	2	1	2	1	0	0	1	1
1	2	3	2	1	1	1	0	6	0	0	2	1	0
0	1	0	1	0	2	0	1	1	1	0	0	1	0
0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	1	3	1
0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1
1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	2	2
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
0	1	1	2	0	0	0	2	1	1	1	1	0	1
1	0	0	0	0	0	0	2	3	1	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	1	1	1
0	0	0	0	2	0	4	1	0	0	0	1	1	0
0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	3	3	1	2	1
0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0
0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0
0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1
0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0

Település neve	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.
Székesfehérvár	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gyenesdiás	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
Balatonalmádi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

	5 feletti előfordulás adott helyezésben
	3-5 közötti előfordulás adott helyezésbe
	1-3 közötti előfordulás adott helyezésben
	10-nél többször fordul elő az 1-5. helyen

12.	13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.	21.	22.	23.	24.	25.
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1
0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

1.5.5. A térségek belföldi küldőpiacai

Az NTAK adatbázisban vizsgált adatok alapján elkészítettük az egyes desztinációk vendégkörének megyei eloszlását, azaz, hogy az adott desztinációba, mely megyékből hány százaléka érkezik a vendégeknek. Tettük ezt azért is, hiszen **alapvetően úgy véljük, hogy egy adott térség küldőpiaca jellemzően a saját megyéje és a szomszédos megyék, kiegészülve Budapesttel (Pest megyével), melyek a korábban is részletezett maximum 2,5 – 3,5 órás autóútra lévő koncentrikus körbe esnek.** Természetesen, ha egy térség a határ mellett fekszik, ez ugyanúgy érvényes a külföldi szomszédos megyére is, ezen logika mentén ezt a vendégforgalmat mi a nemzetközi kereslet speciális megjelenési formájának tekintjük. Sorrendbe téve, hogy egy-egy desztináció vendégforgalmának hány százalékát adják a szomszédos megyék, illetve Budapest és Pest megye, az alábbi táblázat szemléleti.

SZOMSZÉDOS MEGYÉK VENDÉGFORGALMÁNAK ARÁNYA
38 SZ. TÁBLÁZAT

Turisztikai térség	A szomszédos megyék, Budapest és Pest megye vendégforgalmának aránya (%)
Debrecen és térsége	83,71
Balaton	78,22
Budapest környéke	76,78
Mátra-Bükk	71,10
Tokaj és Nyíregyháza	70,44
Bük-Sárvár	67,68
Sopron-Fertő	64,38
Pécs-Villány	59,37
Szeged és térsége	59,35
Gyula és térsége	58,91
Győr-Pannonhalma	52,98

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Az adatokból jól látható, hogy **mindegyik térség vendégforgalmának 52,98-83,71%-át a szomszédos megyéi és Budapest, valamint Pest megye adják**, ezen kívül még a könnyen elérhető megyék biztosítanak nagyobb vendégforgalmat. Amennyiben egy térséghez autópálya vezet, akkor látható, hogy a 2 – 2,5 órás autóút miatt egy desztináció, akár egy harmadik „szomszédos" megyét is jó eséllyel meg tud szólítani, de ez annak is függvénye lehet, hogy „útközben" van-e olyan helyszín, mely hasonló kínálattal rendelkezik, ezáltal közelebb is kielégíthető a fogyasztói igény. Mindenesetre, minél alacsonyabb egy térség belföldi küldőpiaci koncentrációja annál inkább tekinthető „országos hatókörű" desztinációnak, hiszen annál kisebb arányt képviselnek a közeli megyék vendégei az összes vendégéjszakán belül és fordítva: a távolabbi megyék utazói hol jelennek meg legkevésbé a vendégforgalmi kimutatásokban.

E körben a következő kiegészítő megjegyzést tennénk:

- a fenti számítást alapvetően befolyásolja, hogy egy-egy desztináció hány szomszédos megyével rendelkezik, illetve azok lakosságszáma mekkora,
- a Budapest környéke desztináció esetében ez kismértékben eltérő eredményt jelent annak centrális elhelyezkedése okán, illetve, hogy maga a desztináció és annak legjelentősebb küldőterülete földrajzilag gyakorlatilag egybeesik,
- a Balaton esetében pedig az a tény, hogy a saját megye + szomszédos megyék terület a Dunántúl egészét lefedi jóval magasabb értéket mutat eleve (bár ettől függetlenül nem vitatható el országos hatóköre)

Az alábbi táblázat a legfontosabb belföldi küldőterületnek tekintett Budapest és Pest megye részesedését mutatja az adott desztináció vendégforgalmán belül.

BUDAPEST ÉS PEST MEGYE ÁLTAL GENERÁLT VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉS AZ EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
39 SZ. TÁBLÁZAT

Turisztikai térség	Budapest vendégforgalmának aránya (%)	Pest megye vendégforgalmának aránya (%)	összesen (%)
Budapest környéke	30,68	15,89	56,56
Sopron-Fertő	32,76	16,50	49,26
Mátra-Bükk	26,63	18,06	44,70
Tokaj és Nyíregyháza	26,22	18,25	44,47
Szeged és térsége	26,05	18,13	44,18
Bük-Sárvár	26,71	16,44	43,47
Balaton	27,26	16,16	43,43
belföld (Budapest nélkül)	26,10	16,86	42,96
belföld teljes (Budapesttel)	25,99	16,30	41,89

Turisztikai térség	Budapest vendégforgalmának aránya (%)	Pest megye vendégforgalmának aránya (%)	összesen (%)
Gyula és térsége	21,62	18,38	41,00
Pécs-Villány	24,11	15,85	39,96
Debrecen és térsége	20,72	16,63	37,75
Győr-Pannonhalma	20,64	12,30	32,94

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Az alábbi táblázat az egyes megyék részesedését mutatja be az adott desztinációk vendégforgalmában (vendégéjszakaszám), ahol az aláhúzott értékek a lakosságszámhoz képesti felülreprezentáltságot jelölik.

A táblázat alapján az alábbi megállapítások tehetők:

- **a belföldi kereslet döntő részét a fővárosi és Pest megyei lakosság generálja**, ezen küldőterületek mindenhol felülreprezentáltak a lakosságszámhoz képest,
- **belföldi összesített keresletben kiemelkedő teljesítményt nyújt** és az egész vendégforgalmat vizsgálva lakosságszámhoz képest felülreprezentált **Fejér megye, Komárom-Esztergom megye, Győr-Moson-Sopron megye,**
- amikor azt vizsgáljuk, hogy egy megye kereslete egy adott desztinációban, vagy a teljes belföldi keresletben felülreprezentált, akkor ez azt is jelenti, hogy ezekből a megyékből a lakosok többször utaznak, vagyis magasabb jövedelmi szinttel rendelkeznek, mint a több megye – így visszaigazolódik, hogy **a gazdaságilag legerősebb megyék vesznek részt leginkább a turizmusban**,
- lakosságszámhoz viszonyítottan a vizsgált desztinációkban **a legkevesebb utazást a következő megyék generálják: Békés, Borsod-Abaúj-Zemplén, Csongrád-Csanád, Jász-Nagykun-Szolnok, Nógrád és Tolna megye**,
- **a kelet-magyarországi megyékből** viszonylag kevesen lépik át a Duna határát, azaz **minimális keresletet generálnak a nyugat-magyarországi desztinációkban**,
- ugyanígy elmondható, hogy **a nyugat-magyarországi megyékből kevesen látogatnak el a kelet-magyarországi desztinációkba**, de mégis többen, mint fordítva (legmagasabb arányban Fejér és Komárom-Esztergom megyéből).

EGYES MEGYÉK RÉSZESEDÉSE AZ ADOTT DESZTINÁCIÓ VENDÉGFORGALMÁBAN
40 SZ. TÁBLÁZAT

	lakosságszám-arány	Belföld	Belföld (Budapest nélkül)	Balaton	Debrecen és térsége	Mátra-Bükk	Gyula és térsége	Sopron-Fertő	Győr-Pannonhalma	Pécs-Villány	Szeged és térsége	Tokaj-Nyíregyháza	Budapest-környéke	Bük-Sárvár
Békés	3,42	2,15	2,10	1,65	2,79	2,56	1,87	1,64	3,07	2,67	3,56	2,20	1,92	0,86
Baranya	3,69	2,87	2,80	3,43	1,42	1,40	1,73	2,40	3,84	4,38	5,62	1,61	2,38	2,32
Bács-Kiskun	5,16	4,25	4,27	3,95	3,22	3,94	7,08	4,17	3,47	6,16	5,56	3,92	3,45	3,54
Borsod-Abaúj- Zemplén	6,57	4,71	4,53	3,04	11,31	6,08	5,25	2,59	5,05	2,32	2,84	5,89	3,96	1,86
Budapest	17,93	25,99	26,10	27,26	20,72	26,63	21,62	32,76	20,64	24,11	26,05	26,22	30,68	27,13
Csongrád-Csanád	4,08	3,15	3,08	2,72	2,17	3,32	5,36	3,68	3,39	4,68	3,77	2,74	2,89	1,78
Fejér	4,27	4,61	4,74	4,95	3,40	3,94	4,27	4,87	4,10	6,29	4,93	4,84	4,57	6,29
Győr-Moson-Sopron	4,78	5,80	5,85	8,24	2,86	3,80	2,53	4,92	8,86	5,13	4,17	3,45	5,61	10,05
Heves	3,01	2,55	2,57	2,15	5,23	2,49	3,64	1,60	2,21	1,54	2,41	2,86	2,35	1,30
Hajdú-Bihar	5,40	4,45	4,23	2,99	5,30	7,31	7,26	2,98	4,50	2,20	3,73	5,13	4,52	1,60
Jász-Nagykun- Szolnok	3,79	2,46	2,44	1,93	3,62	3,05	3,43	1,67	2,11	1,85	2,28	3,43	2,19	1,29
Komárom-Esztergom	3,06	3,75	3,88	4,42	2,83	3,02	3,66	4,13	3,39	3,41	2,99	3,26	3,88	7,14
Nógrád	1,94	1,37	1,38	1,02	2,44	1,90	1,39	0,97	0,83	0,81	1,05	1,73	1,54	0,78
Pest	13,09	16,30	16,86	16,16	16,63	18,06	19,38	16,50	12,31	15,85	18,13	18,25	15,89	16,61
Somogy	3,08	2,03	2,00	2,22	1,05	1,30	1,02	3,82	3,83	3,68	1,70	1,67	1,76	2,38
Szabolcs-Szatmár-Bereg	5,66	4,00	3,79	2,31	9,73	5,58	4,44	1,86	5,18	1,79	2,21	6,93	3,03	1,21

	lakosságszám-arány	Belföld	Belföld (Budapest nélkül)	Balaton	Debrecen és térsége	Mátra-Bükk	Gyula és térsége	Sopron-Fertő	Győr-Pannonhalma	Pécs-Villány	Szeged és térsége	Tokaj-Nyíregyháza	Budapest-környéke	Bük-Sárvár
Tolna	2,23	1,91	1,93	2,21	1,55	1,22	2,02	1,65	2,07	2,66	3,60	1,23	1,69	1,48
Vas	2,59	2,42	2,36	3,61	1,11	1,13	1,01	2,07	3,85	2,83	1,40	1,08	2,50	2,64
Veszprém	3,49	3,13	3,12	3,47	1,62	2,12	1,97	4,10	3,93	4,07	2,47	2,31	3,15	5,97
Zala	2,75	2,10	1,98	2,24	0,99	1,15	1,00	1,71	3,37	3,56	2,75	1,26	2,01	3,75

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés





1.6. Külföldiek a turisztikai térségekben (Budapest és vidéki desztinációk)

1.6.1. Bevezetés – küldőpiacok és piaci részesedés

Az Európai Unió hivatalos Statisztikai Hivatala az Eurostat évről évre – azonos módszertan alapján – a tagállamok adatszolgáltatása alapján készíti el a turisztikai szektorral kapcsolatos jelentéseit. A turisztikai szektorral kapcsolatos adatgyűjtés ugyan nem teljesen azonos módszertan mentén történik a Központi Statisztikai Hivatal (és főleg nem az NTAK) adatgyűjtésével és feldolgozásával összehasonlítva, de az átfogó trendek leírásához nagy segítséget nyújt.

A következő táblázat azt mutatja meg, hogy az egyes EU-országok (Norvégiával és Svájccal kiegészülve) 2017-ben 15 éven felüli polgárai összesen hány napot töltöttek (belföldön és külföldön) turisztikai célú utazásokon (vendégéjszakát generálva). **A kérdés úgy is megfogalmazható a későbbiekben, hogy**

- **a magyar turisztikai piac milyen valós sikerességgel tud versenybe szállni az adott országban a külföldön eltöltött vendégéjszakákért?**
- **a számunka fontos küldőországok polgárai nemzetközi összehasonlításban inkább többet vagy kevesebbet utaznak?**
- **az európai átlaghoz képest az adott ország polgárai sokat vagy keveset utaznak, mekkora lehet a várható növekedés ebben a jövedelmi szint esetleges javulásával?**
- **hogyan alakulnak az összes utazáson belül a belföldi vagy külföldi utazások arányai, ezen arányok hogyan változnak többéves távlatban?**
- **milyen Magyarország piaci pozíciója az adott országban, mekkora Magyarország részesedése a kiutazó piacon, ezen részesedés növekszik vagy csökken?**

Látható, hogy a vizsgálatba bevont országok ezen adatok (tartózkodási idő) alapján öt kategóriába sorolhatók (táblázat „ÖSSZESEN" oszlopa):

- legalább négy hetet (28 éjszakát) – sőt Svédország esetében öt hetet - meghaladó mértékben vesznek részt turisztikai célú utazásokban évente az adott ország polgárai átlagosan: Svédország, Luxemburg és Finnország,
- legalább három hetet (21 éjszakát) meghaladó mértékben[2] vesznek részt turisztikai célú utazásokban évente az adott ország polgárai átlagosan: Norvégia, Franciaország, Ciprus, Dánia és Németország,
- legalább kettő hetet (14 éjszakát) meghaladó mértékben[3] vesznek részt turisztikai célú utazásokban évente az adott ország polgárai átlagosan: Svájc, Hollandia, Írország, Észtország, Egyesült Királyság, Spanyolország, Csehország és Ausztria,
- legalább 1 hetet (hét éjszakát) meghaladó mértékben[4] vesznek részt turisztikai célú utazásokban évente az adott ország polgárai átlagosan: Szlovénia, Belgium, Szlovákia, Málta, Lengyelország, Litvánia, Magyarország, Horvátország, Portugália, Lettország, Görögország és Olaszország,
- 1 hetet (hét éjszakát) el nem érő mértékben vesznek részt turisztikai célú utazásokban évente az adott ország polgárai átlagosan: Románia és Bulgária.

Ugyancsak megállapítható, hogy egy-egy adott ország gazdasági fejlettségi szintje és az utazással töltött napok között erős összefüggés figyelhető meg.

2 de 4 hetet el nem érő mértékben
3 de 3 hetet el nem érő mértékben
4 de 2 hetet el nem érő mértékben

A VIZSGÁLT ORSZÁGOK ÁLTAL GENERÁLT VENDÉGFORGALOM (2017)
41 SZ. TÁBLÁZAT

15 év felettiek	Belföldi aránya az összesen belül	Belföldi	Éjszakaszám	Külföldi	Éjszakaszám	Összesen	Összes vendégéj-szakaszám
Svédország	43,41%	135 214 314	16,46	176 278 541	21,46	37,92	311 492 855
Luxemburg	0,93%	148 403	0,30	15 819 287	31,73	32,03	15 967 690
Finnország	58,53%	78 355 746	17,17	55 510 398	12,16	29,33	133 866 144
Norvégia	52,10%	62 324 437	14,51	57 289 244	13,34	27,85	119 613 681
Franciaország	69,63%	917 022 625	16,99	399 995 370	7,41	24,40	1 317 017 995
Ciprus	23,56%	3 684 230	5,15	11 955 548	16,72	21,87	15 639 778
Dánia	48,10%	48 712 395	10,25	52 560 853	11,06	21,30	101 273 248
Németország	39,20%	587 418 926	8,29	911 128 220	12,86	21,15	1 498 547 146
Svájc	17,90%	26 509 727	3,72	121 621 898	17,05	20,77	148 131 625
Hollandia	33,83%	98 667 286	6,94	193 011 133	13,58	20,52	291 678 419
Írország	29,86%	21 374 146	5,68	50 197 497	13,35	19,04	71 571 643
Észtország	40,20%	8 262 469	7,57	12 292 867	11,26	18,83	20 555 336
Egyesült Királyság	36,20%	319 937 939	5,96	563 945 045	10,50	16,46	883 882 984
Spanyolország	80,41%	507 826 590	12,95	123 686 742	3,15	16,10	631 513 332
Csehország	66,59%	93 646 722	10,59	46 994 452	5,31	15,90	140 641 174
Ausztria	35,48%	41 037 924	5,50	74 626 464	10,00	15,50	115 664 388
Szlovénia	23,82%	5 411 773	3,11	17 305 373	9,96	13,07	22 717 146
Belgium	12,39%	14 746 286	1,58	104 276 180	11,16	12,74	119 022 466
Szlovákia	48,94%	26 020 146	5,73	27 149 927	5,98	11,70	53 170 073
Málta	14,39%	650 037	1,60	3 868 712	9,54	11,15	4 518 749
Lengyelország	64,26%	214 207 468	6,73	119 143 892	3,74	10,47	333 351 360

15 év felettiek	Belföldi aránya az összesen belül	Belföldi	Éjszakaszám	Külföldi	Éjszakaszám	Összesen	Összes vendégéj-szakaszám
Litvánia	33,30%	7 191 203	3,04	14 404 777	6,10	9,14	21 595 980
Magyarország	52,88%	37 328 318	4,52	33 266 034	4,03	8,55	70 594 352
Horvátország	60,20%	17 581 322	5,06	11 625 601	3,35	8,41	29 206 923
Portugália	77,84%	56 754 835	6,48	16 160 009	1,84	8,32	72 914 844
Lettország	42,99%	5 513 759	3,42	7 311 554	4,54	7,96	12 825 313
Görögország	88,81%	60 391 301	6,65	7 609 652	0,84	7,48	68 000 953
Olaszország	69,94%	256 510 815	4,95	110 255 062	2,13	7,08	366 765 877
Románia	87,47%	60 296 496	3,71	8 637 449	0,53	4,24	68 933 945
Bulgária	72,00%	16 455 090	2,75	6 397 986	1,07	3,82	22 853 076
	jellemzően belföldön pihen (75%+)				inkább külföldön pihen (25%+)		
	inkább belföldön pihen (50%+)				jellemzően külföldön pihen (25%-)		

Forrás: Eurostat alapján saját szerkesztés

Az alábbi táblázat sorrendbe állítva mutatja a vizsgálatba bevont országokat annak alapján, hogy az adott ország 15 éves kornál idősebb polgárai évente hány KÜLFÖLDI vendégéjszakát realizálnak. Látható, hogy a vizsgálatba bevont országok ezen adatok alapján – tartózkodási idő alapján – négy kategóriába sorolhatók (táblázat „KÜLFÖLDI - ÉJSZAKASZÁM" oszlopa):

- legalább négy hetet (28 éjszakát) meghaladó mértékben vesznek részt turisztikai célú utazásokban KÜLFÖLDÖN évente az adott ország polgárai átlagosan: Luxemburg és Svédország,
- legalább kettő hetet (14 éjszakát) meghaladó mértékben[5] vesznek részt turisztikai célú utazásokban KÜLFÖLDÖN évente az adott ország polgárai átlagosan: Svájc és Ciprus,
- legalább egy hetet (hét éjszakát) meghaladó mértékben[6] vesznek részt turisztikai célú utazásokban KÜLFÖLDÖN évente az adott ország polgárai átlagosan: Hollandia, Írország, Norvégia, Németország, Finnország, Észtország, Belgium, Dánia, Egyesült Királyság, Ausztria, Szlovénia, Málta és Franciaország,
- egy hetet (hét éjszakát) el nem érő mértékben vesznek részt turisztikai célú utazásokban évente az adott ország polgárai átlagosan: Litvánia, Szlovákia, Csehország, Lettország, Magyarország, Lengyelország, Horvátország, Spanyolország, Olaszország, Portugália, Bulgária, Görögország és Románia.

A fentiekkel azonos módon megállapítható, hogy egy-egy adott ország gazdasági fejlettségi szintje és a külföldi utazással töltött napok között szintén erős összefüggés figyelhető meg.

5 de 3 hetet el nem érő mértékben

6 de 2 hetet el nem érő mértékben

A VIZSGÁLT ORSZÁGOK ÁLTAL GENERÁLT KÜLFÖLDI VENDÉGFORGALOM (2017)
42 SZ. TÁBLÁZAT

15 év felettiek	Belföldi aránya az összesen belül	Belföldi	Éjszakaszám	Külföldi	Éjszakaszám	Összesen	Összes vendégéj-szakaszám
Luxemburg	0,93%	148 403	0,30	15 819 287	31,73	32,03	15 967 690
Svédország	43,41%	135 214 314	16,46	176 278 541	21,46	37,92	311 492 855
Svájc	17,90%	26 509 727	3,72	121 621 898	17,05	20,77	148 131 625
Ciprus	23,56%	3 684 230	5,15	11 955 548	16,72	21,87	15 639 778
Hollandia	33,83%	98 667 286	6,94	193 011 133	13,58	20,52	291 678 419
Írország	29,86%	21 374 146	5,68	50 197 497	13,35	19,04	71 571 643
Norvégia	52,10%	62 324 437	14,51	57 289 244	13,34	27,85	119 613 681
Németország	39,20%	587 418 926	8,29	911 128 220	12,86	21,15	1 498 547 146
Finnország	58,53%	78 355 746	17,17	55 510 398	12,16	29,33	133 866 144
Észtország	40,20%	8 262 469	7,57	12 292 867	11,26	18,83	20 555 336
Belgium	12,39%	14 746 286	1,58	104 276 180	11,16	12,74	119 022 466
Dánia	48,10%	48 712 395	10,25	52 560 853	11,06	21,30	101 273 248
Egyesült Királyság	36,20%	319 937 939	5,96	563 945 045	10,50	16,46	883 882 984
Ausztria	35,48%	41 037 924	5,50	74 626 464	10,00	15,50	115 664 388
Szlovénia	23,82%	5 411 773	3,11	17 305 373	9,96	13,07	22 717 146
Málta	14,39%	650 037	1,60	3 868 712	9,54	11,15	4 518 749
Franciaország	69,63%	917 022 625	16,99	399 995 370	7,41	24,40	1 317 017 995
Litvánia	33,30%	7 191 203	3,04	14 404 777	6,10	9,14	21 595 980
Szlovákia	48,94%	26 020 146	5,73	27 149 927	5,98	11,70	53 170 073
Csehország	66,59%	93 646 722	10,59	46 994 452	5,31	15,90	140 641 174
Lettország	42,99%	5 513 759	3,42	7 311 554	4,54	7,96	12 825 313

15 év felettiek	Belföldi aránya az összesen belül	Belföldi	Éjszakaszám	Külföldi	Éjszakaszám	Összesen	Összes vendégéj-szakaszám
Magyarország	52,88%	37 328 318	4,52	33 266 034	4,03	8,55	70 594 352
Lengyelország	64,26%	214 207 468	6,73	119 143 892	3,74	10,47	333 351 360
Horvátország	60,20%	17 581 322	5,06	11 625 601	3,35	8,41	29 206 923
Spanyolország	80,41%	507 826 590	12,95	123 686 742	3,15	16,10	631 513 332
Olaszország	69,94%	256 510 815	4,95	110 255 062	2,13	7,08	366 765 877
Portugália	77,84%	56 754 835	6,48	16 160 009	1,84	8,32	72 914 844
Bulgária	72,00%	16 455 090	2,75	6 397 986	1,07	3,82	22 853 076
Görögország	88,81%	60 391 301	6,65	7 609 652	0,84	7,48	68 000 953
Románia	87,47%	60 296 496	3,71	8 637 449	0,53	4,24	68 933 945
	jellemzően belföldön pihen (75%+)				inkább külföldön pihen (25%+)		
	inkább belföldön pihen (50%+)				jellemzően külföldön pihen (25%-)		

Forrás: Eurostat alapján saját szerkesztés

A következő táblázat azt mutatja, hogy az összes vendégéjszakán belül az adott ország 15 évesnél idősebb polgárai hány %-ban választanak BELFÖLDI desztinációt. E körben az általános gazdasági fejlettségi szint mellett szerephez juthatnak az adott országban elérhető turisztikai termékek jellemzői (elérhetőség, ár, színvonal, kínálat sokszínűsége), az adott ország polgárainak általános pihenési-utazási szokásai, az ország földrajzi elhelyezkedése ugyanúgy, mint egyéb speciális jellemzők (pl. Luxemburg esetében az ország mérete és ebből fakadóan az elérhető kínálat).

Látható, hogy a vizsgálatba bevont országok ezen adatok alapján – tartózkodási idő alapján – négy kategóriába sorolhatók (táblázat „BELFÖLD ARÁNYA AZ ÖSSZESEN BELÜL" oszlopa):

- az összes vendégéjszakán belül 75%-ot meghaladó mértékűek a belföldön eltöltött vendégéjszakák, vagyis ezen államok polgárai jellemzően belföldön pihennek: Görögország, Románia, Spanyolország és Portugália,
- az összes vendégéjszakán belül 50%-ot meghaladó mértékűek (de 75%-ot el nem érő mértékű) a belföldön eltöltött vendégéjszakák, vagyis ezen államok polgárai többségében belföldön pihennek: Bulgária, Olaszország, Franciaország, Csehország, Lengyelország, Horvátország, Finnország, Magyarország és Norvégia,
- az összes vendégéjszakán belül 25%-ot meghaladó mértékűek (de 50%-ot el nem érő mértékű) a belföldön eltöltött vendégéjszakák, vagyis ezen államok polgárai többségében külföldön pihennek: Szlovákia, Dánia, Svédország, Lettország, Észtország, Németország, Egyesült Királyság, Ausztria, Hollandia, Litvánia és Írország,
- az összes vendégéjszakán belül 25%-ot el nem érő mértékűek a belföldön eltöltött vendégéjszakák, vagyis ezen államok polgárai jellemzően külföldön pihennek: Szlovénia, Ciprus, Svájc, Málta, Belgium és Luxemburg.

A VIZSGÁLT ORSZÁGOK ÁLTAL GENERÁLT BELFÖLDI VENDÉGFORGALOM (2017)
43 SZ. TÁBLÁZAT

15 év felettiek	Belföldi aránya az összesen belül	Belföldi	Éjszakaszám	Külföldi	Éjszakaszám	Összesen	Összes vendégéj-szakaszám
Görögország	88,81%	60 391 301	6,65	7 609 652	0,84	7,48	68 000 953
Románia	87,47%	60 296 496	3,71	8 637 449	0,53	4,24	68 933 945
Spanyolország	80,41%	507 826 590	12,95	123 686 742	3,15	16,10	631 513 332
Portugália	77,84%	56 754 835	6,48	16 160 009	1,84	8,32	72 914 844
Bulgária	72,00%	16 455 090	2,75	6 397 986	1,07	3,82	22 853 076
Olaszország	69,94%	256 510 815	4,95	110 255 062	2,13	7,08	366 765 877
Franciaország	69,63%	917 022 625	16,99	399 995 370	7,41	24,40	1 317 017 995
Csehország	66,59%	93 646 722	10,59	46 994 452	5,31	15,90	140 641 174
Lengyelország	64,26%	214 207 468	6,73	119 143 892	3,74	10,47	333 351 360
Horvátország	60,20%	17 581 322	5,06	11 625 601	3,35	8,41	29 206 923
Finnország	58,53%	78 355 746	17,17	55 510 398	12,16	29,33	133 866 144
Magyarország	52,88%	37 328 318	4,52	33 266 034	4,03	8,55	70 594 352
Norvégia	52,10%	62 324 437	14,51	57 289 244	13,34	27,85	119 613 681
Szlovákia	48,94%	26 020 146	5,73	27 149 927	5,98	11,70	53 170 073
Dánia	48,10%	48 712 395	10,25	52 560 853	11,06	21,30	101 273 248
Svédország	43,41%	135 214 314	16,46	176 278 541	21,46	37,92	311 492 855
Lettország	42,99%	5 513 759	3,42	7 311 554	4,54	7,96	12 825 313
Észtország	40,20%	8 262 469	7,57	12 292 867	11,26	18,83	20 555 336
Németország	39,20%	587 418 926	8,29	911 128 220	12,86	21,15	1 498 547 146
Egyesült Királyság	36,20%	319 937 939	5,96	563 945 045	10,50	16,46	883 882 984
Ausztria	35,48%	41 037 924	5,50	74 626 464	10,00	15,50	115 664 388

15 év felettiek	Belföldi aránya az összesen belül	Belföldi	Éjszakaszám	Külföldi	Éjszakaszám	Összesen	Összes vendégéj-szakaszám
Hollandia	33,83%	98 667 286	6,94	193 011 133	13,58	20,52	291 678 419
Litvánia	33,30%	7 191 203	3,04	14 404 777	6,10	9,14	21 595 980
Írország	29,86%	21 374 146	5,68	50 197 497	13,35	19,04	71 571 643
Szlovénia	23,82%	5 411 773	3,11	17 305 373	9,96	13,07	22 717 146
Ciprus	23,56%	3 684 230	5,15	11 955 548	16,72	21,87	15 639 778
Svájc	17,90%	26 509 727	3,72	121 621 898	17,05	20,77	148 131 625
Málta	14,39%	650 037	1,60	3 868 712	9,54	11,15	4 518 749
Belgium	12,39%	14 746 286	1,58	104 276 180	11,16	12,74	119 022 466
Luxemburg	0,93%	148 403	0,30	15 819 287	31,73	32,03	15 967 690
	jellemzően belföldön pihen (75%+)				inkább külföldön pihen (25%+)		
	inkább belföldön pihen (50%+)				jellemzően külföldön pihen (25%-)		

Forrás: Eurostat alapján saját szerkesztés

Az alábbi táblázat az egyes európai országok 15 éven felüli lakosságának külföldi utazásai során eltöltött vendégéjszakaszámait mutatja be az EUROSTAT adatai alapján, jellemzően a 2018-as naptári év alapján[7]. A táblázat harmadik és negyedik oszlopa az összes külföldi vendégéjszakán belül Magyarország részesedését mutatja vendégéjszakaszámban és piaci részesedés mértékében.

A táblázatból kiolvasható, a négy legjelentősebb részesedéssel négy hagyományos küldőpiacunkon rendelkezünk, amelyből három ország szomszédos országunk is, de az 1% feletti piaci részesedéssel rendelkező országok között találjuk a szomszédos Horvátországot (1,47%-os külpiaci részesedés) és a fontos küldőpiacnak tekintett Lengyelországot (1,28%-os külpiaci részesedés) is. A legmagasabb vendégéjszakaszámot produkáló német küldőpiacon Magyarország 0,75%-os piaci részesedéssel rendelkezik. A „0" értékkel szerepeltetett adatok esetén az EUROSTAT nem rendelkezik Magyarországra vonatkozó specifikus adatokkal.

7 Egyes esetekben az adatok éve 2017., amely az adott országra vonatkozóan publikált utolsó naptári év.

EGYES EURÓPAI ORSZÁGOK KÜLFÖLDÖN, EZEN BELÜL MAGYARORSZÁGON ELTÖLTÖTT VENDÉGÉJSZAKÁINAK SZÁMA (2017/2018)
44 SZ. TÁBLÁZAT

	Összes külföldön töltött vendégéjszaka	Magyarországon töltött vendégéjszaka	Piaci részesedés
Románia	8 637 449	545 190	6,31%
Szlovákia	27 149 927	1 045 883	3,85%
Csehország	46 994 452	1 457 520	3,10%
Ausztria	74 626 464	1 201 057	1,61%
Görögország	7 609 652	116 695	1,53%
Horvátország	11 625 601	170 802	1,47%
Lengyelország	119 142 892	1 519 286	1,28%
Norvégia	57 289 244	673 225	1,18%
Málta	3 868 712	37 693	0,97%
Hollandia	193 011 133	1 814 678	0,94%
Finnország	55 510 398	496 281	0,89%
Dánia	52 560 853	446 115	0,85%
Spanyolország	123 686 742	1 025 025	0,83%
Szlovénia	17 305 373	136 021	0,79%
Svájc	95 110 971	915 608	0,96%
Németország	911 128 220	6 854 741	0,75%
Belgium	104 276 180	602 988	0,58%
Luxemburg	15 819 287	84 416	0,53%
Írország	50 197 497	246 643	0,49%
Egyesült Királyság	563 945 045	2 608 021	0,46%
Franciaország	399 995 370	1 765 048	0,44%
Svédország	176 278 541	652 590	0,37%
Litvánia	14 404 777	27 056	0,19%
Portugália	16 160 009	0	0,00%

	Összes külföldön töltött vendégéjszaka	Magyarországon töltött vendégéjszaka	Piaci részesedés
Lettország	7 311 554	0	0,00%
Ciprus	11 955 548	0	0,00%
Bulgária	6 397 986	0	0,00%
Észtország	12 292 867	0	0,00%
Olaszország	110 255 062	0	0,00%

Forrás: Eurostat alapján saját szerkesztés

Az alábbi táblázat a legfontosabb küldőpiacainkon a magyar piaci részesedés változását mutatja. Látható, hogy a cseh piac kivételével nemcsak az összes Magyarországon eltöltött adott küldőpiaci vendégéjszaka száma csökkent, de ezzel párhuzamosan Magyarország piaci részesedése is (a német piac esetében akár 40%-os mértékű) jelentősen csökkent. A jelzett 5-6 éves időtávban ezen országcsoporton belül kizárólag a cseh piacon tudott mind volumenében, mind részesedésében a magyar turizmus pozíciót javítani.

AZ EGYES EURÓPAI ORSZÁGOK ÁLTAL GENERÁLT KÜLFÖLDI VENDÉGÉJSZAKA ÉS MAGYARORSZÁG PIACI RÉSZESEDÉSE, VALAMINT ANNAK VÁLTOZÁSA (2018/2012) 45 SZ. TÁBLÁZAT

	Összes külföldön töltött vendégéjszaka (2018)	Magyarországon töltött vendégéjszakák száma (2018)	Piaci részesedés (2018)	Összes külföldön töltött vendégéjszaka (2012)	Magyarországon töltött vendégéjszakák száma (2012)	Piaci részesedés (2012)
Románia	8 637 449	545 190	6,31%	8522640	630613	7,40%
Szlovákia	27 149 927	1 045 883	3,85%	20045360	1142060	5,70%
Csehország	46 994 452	1 457 520	3,10%	40953875	1013410	2,47%
Ausztria	74 626 464	1 201 057	1,61%	67450202	1589531	2,36%
Lengyelország	119 142 892	1 519 286	1,28%	85954178	1321135	1,54%
Németország	911 128 220	6 854 741	0,75%	687371570	9076609	1,32%

Forrás: Eurostat alapján saját szerkesztés

1.6.2. Külföldiek Magyarországon az NTAK adatai alapján

A feldolgozott NTAK adatok a legfontosabb küldőpiacainkról a következő információkat szolgáltatják. **Az elemzésbe bevont 163 településen a szálláshely szolgáltatók 1.534.883 külföldi vendég összesen 3.842.027 vendégéjszaka adatát rögzítették** átlagosan 2,50 éjszakás átlagos tartózkodási idővel. Átlagot meghaladó tartózkodási idővel csak három korosztály (0-18 év: 2,63 éj, 55-64 év: 2,68 éj és 65 év felettiek: 3,50 éj) rendelkezik.

Az összes vendég 6,86%-a 0-18 év közötti (átlagos tartózkodási idő: 2,63 éj), 5,25% 19-24 év közötti (átlagos tartózkodási idő 2,34 éj), 13,25%-a 25-34 év közötti (átlagos tartózkodási idő 2,21 éj), 30,87%-a 35-44 év közötti (átlagos tartózkodási idő 2,33 éj), 19,99% 45-54 év közötti (átlagos tartózkodási idő 2,39 éj), 14,07% 55-64 év közötti (átlagos tartózkodási idő 2,68 éj), 9,69% 65 év feletti (átlagos tartózkodási idő 3,50 éj).

Amennyiben azt vizsgáljuk, hogy az adott küldőpiac vendégei mennyiben vannak jelen a Budapesten kívüli desztinációk vendégforgalmában, akkor az alábbi megállapításokat tehetjük.

- **vannak olyan küldőpiacok, ahol a budapesti vendégéjszakák részesedése domináns, vagyis az összes Magyarországon eltöltött vendégéjszaka több mint 75%-a Budapesten realizálódik.** Ezek a küldőpiacok a következők: **Dánia** (budapesti vendégéjszakák aránya az összes vendégéjszakán belül: 81,77%), **Franciaország** (81,90%), **Izrael** (81,27%), **Nagy-Britannia** (89,65%), **Olaszország** (82,74%), **Spanyolország** (89,10%), **Svédország** (80,81%), **Finnország** (76,18%), **Norvégia** (80,85%), **Portugália** (87,23%).
- **valamennyi long haul piac esetén a budapesti vendégéjszakák részesedése domináns: Amerikai Egyesült Államok** (budapesti vendégéjszakák aránya az összes vendégéjszakán belül: 87,48%), **India** (90,30%), **Kanada** (86,15%), **Korea** (77,48%), **Kína** (66,94%). Megjegyezzük, hogy ezen küldőpiacok esetén **a nem budapesti vendégéjszaka is sok esetben tranzithoz vagy az európai körutazás következő állomásának elérését szolgáló utazáshoz kapcsolódó vidéki vendégéjszakaként** (Vecsés, Kerepes, Gyömrő és az M1-es autópálya melletti települések vendégéjszakái) jelennek meg.
- a többségében Budapesten vendégéjszakát realizáló küldőpiacok (**az összes vendégéjszaka több mint 50%-a Budapesten realizálódik**) a következők: **Belgium** (budapesti vendégéjszakák aránya az összes vendégéjszakán belül: 71,32), **Hollandia** (67,06%), **Horvátország** (71,24%), **Svájc** (63,23%).
- **a többségében vidéki desztinációkban vendégéjszakát realizáló küldőpiacok a következők: Ausztria** (Budapesten kívüli vendégéjszakák aránya az összes vendégéjszakán belül: 76,68%), **Oroszország** (50,39%), **Ukrajna** (52,77%), **Csehország** (81,54%), **Lengyelország** (61,57%), **Németország** (66,52%), **Románia** (67,31%), **Szlovákia** (79,07%), **Szerbia** (58,41%), **Szlovénia** (50,98%).

A VIZSGÁLT ORSZÁGOK ÁLTAL GENERÁLT VENDÉGFORGALOM ÉS AZOK ARÁNYA BUDAPESTEN ÉS BUDAPESTEN KÍVÜL
46 SZ. TÁBLÁZAT

	Németország	Csehország	Ausztria	Románia	Szlovákia	Oroszország	Lengyelország	Ukrajna	Kína	Olaszország	Nagy Britannia	Izrael	Hollandia	USA	Svájc
vendégéjszaka összesen	557894	286579	232280	204966	164093	204665	159120	128621	130139	188797	314229	164056	82165	210250	61659
Budapest	186738	52887	54158	66984	34333	101527	61135	60737	87110	156204	281696	133328	55097	183924	38990
Budapest részesedése	33,47%	18,45%	23,32%	32,68%	20,92%	49,61%	38,42%	47,22%	66,94%	82,74%	89,65%	81,27%	67,06%	87,48%	63,23%
vidék	371156	233692	178122	137982	129760	103138	97985	67884	43029	32593	32533	30728	27068	26326	22669
vidék részesedése	66,53%	81,55%	76,68%	67,32%	79,08%	50,39%	61,58%	52,78%	33,06%	17,26%	10,35%	18,73%	32,94%	12,52%	36,77%

	Franciaország	Szerbia	Korea	Belgium	Spanyolország	Svédország	Szlovénia	Japán	Finnország	Horvátország	Norvégia	Dánia	Kanada	India	Portugália
vendégéjszaka összesen	121030	46132	69633	47291	123851	56816	19855	40592	34619	28131	40090	40634	37624	28774	20624
Budapest	99129	19183	53955	33726	110354	45912	9732	31633	26374	20041	32413	33228	32413	25983	17990
Budapest részesedése	81,90%	41,58%	77,48%	71,32%	89,10%	80,81%	49,02%	77,93%	76,18%	71,24%	80,85%	81,77%	86,15%	90,30%	87,23%
vidék	21901	26949	15678	13565	13497	10904	10123	8959	8245	8090	7677	7406	5211	2791	2634
vidék részesedése	18,10%	58,42%	22,52%	28,68%	10,90%	19,19%	50,98%	22,07%	23,82%	28,76%	19,15%	18,23%	13,85%	9,70%	12,77%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Az alábbi táblázat az egyes küldőországok részesedését és az onnan érkezők átlagos tartózkodási idejét mutatja be országosan. Az **ideális küldőpiac értelemszerűen az, ahonnan sokan érkeznek és az átlagnál több vendégéjszakát töltenek el a szálláshelyeken**, amíg a legkevésbé értékes küldőország az, ahonnan relatíve kevesen érkeznek és alacsony átlagos tartózkodási időt töltenek Magyarországon. Az egyes színjelölések magyarázata a következő:

SZÍNMAGYARÁZAT A 47. SZÁMÚ TÁBLÁZATHOZ, 23. SZ. ÁBRA

Kategória	szín
jelentős részesedés (3% feletti) kiemelkedően kedvező tartózkodási idővel (átlag +40%)	
jelentős részesedés (3% feletti) átlagot meghaladó tartózkodási idővel (átlag +10%)	
jelentős részesedés (3% feletti) átlagos tartózkodási idővel	
jelentős részesedés (3% feletti) átlag alatti tartózkodási idővel (átlag -10%)	
jelentős részesedés (3% feletti) jelentősen átlag alatti tartózkodási idővel (átlag -30%)	
jelentős részesedés (3% feletti) kiemelkedően átlag alatti tartózkodási idővel (átlag -40%)	
számottevő részesedés (0,5-2,99% között) átlagos vagy azt meghaladó tartózkodási idővel	
számottevő részesedés (0,5-2,99% között) átlag alatti tartózkodási idővel	

A táblázatból látható, hogy a jelentős részesedéssel bíró küldőpiacok (3% feletti részesedés) közül **átlag (2,50 éj +/-10%) feletti tartózkodási idővel rendelkeznek** a **német** (2,92 éj), a **cseh** (2,82 éj), az **orosz** (3,68 éj) és az **izraeli** (3,63 éj) vendégek, a számottevő részesedéssel bíró piacok közül pedig a **dán** (2,85 éj), a **norvég** (2,82 éj) és a **finn** (2,80 éj) vendégek.

Átlagos tartózkodási idővel bírnak a jelentős részesedéssel bíró küldőpiacok közül a **brit** (2,69 éj), az **osztrák** (2,32 éj), az **Egyesült Államokból érkező** (2,48 éj), az **olasz** (2,60 éj) és a **lengyel** vendégek (2,49 éj), a számottevő részesedéssel bíró küldőpiacok közül pedig a **spanyol** (2,65 éj), a **svájci** (2,68 éj), a **francia** (2,54 éj), a **holland** (2,45 éj), a **svéd** (2,58 éj), a **belga** (2,37 éj), a **kanadai** (2,63 éj), a **japán** (2,36 éj), a **portugál** (2,74 éj) és az **indiai** vendégek (2,65 éj).

A jelentős részesedéssel bíró küldőpiacok közül az átlagot el nem érő tartózkodási idővel rendelkeznek a **román** (1,97 éj), a **szlovák** (2,21 éj), az **ukrán** (1,89 éj) és a **kínai** vendégek (1,51 éj), a számottevő részesedéssel bíró piacok közül pedig a **horvát** (1,78 éj), a **szerb** (2,13 éj), a **koreai** (1,71 éj) és a **szlovén** vendégek (1,80 éj).

AZ EGYES VIZSGÁLT ORSZÁGOK ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDEJE ÉS ANNAK ÁTLAGHOZ VALÓ VISZONYULÁSA
47 SZ. TÁBLÁZAT

Ország	Részesedés a teljes vendégforgalomból	Átlagos tartózkodási időhöz (2,50 éj) képest a küldőország átlagos tartózkodási ideje								
		-40%	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40%
Németország	12,43%						2,92			
Nagy-Britannia	7,60%					2,69				
Románia	6,78%			1,97						
Csehország	6,61%						2,82			
Ausztria	6,52%					2,32				
Kína	5,58%	1,51								
Egyesült Államok	5,52%					2,48				
Szlovákia	4,84%				2,21					
Olaszország	4,73%					2,60				
Ukrajna	4,43%		1,89							
Lengyelország	4,16%					2,49				
Oroszország	3,63%									3,68
Franciaország	3,10%					2,54				
Spanyolország	3,02%					2,65				
Izrael	2,94%									3,63

Ország	Részesedés a teljes vendégforgalomból	Átlagos tartózkodási időhöz (2,50 éj) képest a küldőország átlagos tartózkodási ideje								
		-40%	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40%
Korea	2,65%	1,71								
Hollandia	2,19%					2,45				
Svájc	1,50%					2,68				
Svédország	1,43%					2,58				
Szerbia	1,41%				2,13					
Belgium	1,30%					2,37				
Japán	1,12%					2,36				
Horvátország	1,03%		1,78							
Dánia	0,93%						2,85			
Norvégia	0,93%						2,82			
Kanada	0,89%					2,63				
Finnország	0,81%						2,80			
India	0,71%					2,65				
Szlovénia	0,72%	1,80								
Portugália	0,49%					2,74				

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

1.6.3. Külföldiek a turisztikai térségekben (Budapest nélkül)

A feldolgozott NTAK adatok a legfontosabb küldőpiacainkról a következő információkat szolgáltatják. **Az elemzésbe bevont településeken a szálláshelyszolgáltatók 628.678 külföldi vendég összesen 1.696.837 vendégéjszaka adatát rögzítették átlagosan 2,70 éjszakás átlagos tartózkodási idővel.** Átlagot meghaladó tartózkodási idővel csak három korosztály (0-18 év: 2,86 éj, 55-64 év: 2,88 éj és 65 év felettiek: 4,14 éj) rendelkezik.
Az összes vendég 9,81%-a 0-18 év közötti (átlagos tartózkodási idő: 2,86 éj), 5,14% 19-24 év közötti (átlagos tartózkodási idő 2,14 éj), 11,30%-a 25-34 év közötti (átlagos tartózkodási idő 2,28 éj), 21,25%-a 35-44 év közötti (átlagos tartózkodási idő 2,39 éj), 20,29% 45-54 év közötti (átlagos tartózkodási idő 2,50 éj), 17,70% 55-64 év közötti (átlagos tartózkodási idő 2,85 éj), 14,50% 65 év feletti (átlagos tartózkodási idő 4,14 éj).
Az alábbi táblázat az egyes küldőországok részesedését és az onnan érkezők átlagos tartózkodási idejét mutatja be országosan. Az ideális küldőpiac értelemszerűen az, ahonnan sokan érkeznek és több vendégéjszakát töltenek el a szálláshelyeken, amíg a legkedvezőbb küldőország az, ahonnan relatíve kevesen érkeznek és alacsony átlagos tartózkodási időt töltenek Magyarországon. Az egyes színjelölések magyarázata a következő

SZÍNMAGYARÁZAT A 48. SZÁMÚ TÁBLÁZATHOZ, 24. SZ. ÁBRA

kategória	szín
jelentős részesedés (3% feletti) kiemelkedően kedvező tartózkodási idővel (átlag +40% vagy afelett)	
jelentős részesedés (3% feletti) átlagot jelentősen meghaladó tartózkodási idővel (átlag +20%)	
jelentős részesedés (3% feletti) átlagot meghaladó tartózkodási idővel (átlag +10%)	
jelentős részesedés (3% feletti) átlagos tartózkodási idővel	
jelentős részesedés (3% feletti) átlag alatti tartózkodási idővel (átlag -10%)	
jelentős részesedés (3% feletti) jelentősen átlag alatti tartózkodási idővel (átlag -20%)	
jelentős részesedés (3% feletti) kiemelkedően átlag alatti tartózkodási idővel (átlag -50%)	
számottevő részesedés (0,5-2,99% között) átlagos vagy azt meghaladó tartózkodási idővel	
számottevő részesedés (0,5-2,99% között) átlag alatti tartózkodási idővel	

Elsőként megállapítható, hogy a Budapesten kívüli világ küldőpacai jelentősen eltérőek, mint az egész országra vonatkozó értékek, egyes küldőpiacok szinte csak Budapesten jellemzőek (12 darab legalább 3% feletti részesedést elérő küldőpiac helyett csak nyolc darab legalább 3%-os részesedéssel bíró küldőpiacról beszélünk), illetve legalább 0,5%-os részesedéssel csak 22 küldőpiac rendelkezik (szemben az országos 28 darab küldőpiaccal). Ezek alapján a turisztikai térségek külpiaci stratégiát külön-külön szükséges meghatározni.

A táblázatból látható, hogy a jelentős részesedéssel bíró küldőpiacok (3% feletti részesedés) közül **átlag (2,70 éj) feletti tartózkodási idővel rendelkeznek** a **német** (3,27 éj), a **cseh** (3,09 éj) és az **orosz** (5,27 éj) vendégek. A számottevő részesedéssel (0,5-2,99% közötti részesedés) rendelkező küldőpiacok közül átlag feletti tartózkodási idővel rendelkeznek és az **izraeli** (5,60 éj), a **japán** (3,16 éj) és az **indiai** (3,38 éj) vendégek.

Átlagos tartózkodási idővel bírnak a jelentős részesedéssel bíró küldőpiacok közül a **lengyel** (2,82 éj), és az **osztrák** (2,53 éj) vendégek, a számottevő részesedéssel bíró küldőpiacok közül pedig a **brit** (2,49 éj), az **Egyesült Államok béli** (2,50 éj), a **svájci** (2,92 éj), a **finn** (2,77 éj) és a **norvég** (2,74 éj) **portugál** (2,80 éj) vendégek.

A jelentős részesedéssel bíró küldőpiacok közül az átlagot el nem érő tartózkodási idővel rendelkeznek a **román** (2,39 éj), az **ukrán** (2,24 éj) és a **kínai** (1,34 éj) vendégek, a számottevő részesedéssel bíró piacok közül pedig az **olasz** (2,28 éj), **holland** (2,19 éj), a **francia** (2,03 éj), a **svájci** (2,77 éj), a **szerb** (2,29 éj), a **koreai** (2,13 éj), a **szlovén** (1,90 éj), a **belga** (1,96 éj), a **spanyol** (2,39 éj), a **svéd** (2,15 éj) és a **horvát** vendégek (1,95 éj).

AZ EGYES VIZSGÁLT ORSZÁGOK ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDEJE ÉS ANNAK ÁTLAGHOZ VALÓ VISZONYULÁSA (BUDAPEST NÉLKÜL)
48 SZ. TÁBLÁZAT

Ország	Részesedés a teljes vendégforgalomból	Budapesten kívüli desztinációk átlagos tartózkodási idejéhez (2,70 éj) képest a küldőország átlagos tartózkodási ideje								
		-50%	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+70%
Németország	18,03%							3,27		
Csehország	12,02%						3,09			
Ausztria	11,22%					2,53				
Románia	9,95%				2,21					
Szlovákia	8,44%					2,45				
Lengyelország	5,53%					2,82				
Kína	5,06%	1,34								
Ukrajna	4,82%				2,24					
Oroszország	3,11%									5,27
Olaszország	2,27%				2,28					
Nagy-Britannia	2,08%					2,49				
Hollandia	1,97%				2,19					

Ország	Részesedés a teljes vendégforgalomból	Budapesten kívüli desztinációk átlagos tartózkodási idejéhez (2,70 éj) képest a küldőország átlagos tartózkodási ideje								
		-50%	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+70%
Szerbia	1,87%				2,29					
Franciaország	1,72%				2,03					
Egyesült Államok	1,68%					2,50				
Svájc	1,24%					2,92				
Korea	1,17%				2,13					
Belgium	1,10%			1,96						
Izrael	1,03%									4,75
Szlovénia	0,85%			1,90						
Spanyolország	0,83%				2,39					
Svédország	0,81%				2,15					
Horvátország	0,66%			1,95						
Dánia	0,52%				2,28					
Finnország	0,47%					2,77				
Japán	0,45%						3,16			
Norvégia	0,44%					2,74				
Kanada	0,39%				2,12					
Portugália	0,15%					2,80				
India	0,14%							3,38		

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Az alábbi táblázat az egyes belföldi desztinációk részesedését mutatja az egyes küldőpiacokon (a küldőországok az általuk generált vendégéjszakák sorrendjében kerülnek bemutatásra). A táblázat alapján **a jelentős küldőpiacokra nézve következő megállapítások tehetők** (a táblázat tartalmazza a kevésbé jelentős küldőpiacok adatait is, amelyek azonban csekélyebb vendégforgalmi adatok okán kevésbé alkalmasak következtetések levonására):

- **a Balaton külpiaci jelenléte kiemelkedő, a küldőpiacok jelentős részében 20% feletti részesedéssel rendelkezik**, több esetben ez eléri a 30%-os mértéket, de megközelítheti az 50%-ot (Németország) vagy akár elérheti a 70%-ot (Oroszország). A Balaton csak a román (összes román vendégéjszaka 6,91%-a realizálódik a Balatonon) és ukrán (16,49%) vendégforgalomban nem teljesít kiemelkedően,
- **a Bük-Sárvár térsége** (a Balatonhoz képest nagyságrendekkel kevesebb települést átfogva) **a cseh piacon piacvezető desztináció, az osztrák és német piacon második.** A keletről érkező vendégek körében részesedése alacsonyabb (Románia: 1,17%, Ukrajna: 3,01+, Lengyelország: 3,71%, Oroszország: 4,55%, Szlovákia: 11,03%), de összességében mégis jelentősnek mondható,
- **a Debrecen és térsége a román, lengyel és ukrán piacon piacvezető, de jelentős részesedéssel bír az orosz** (12,77%) **és a szlovák** (12,85%) **piacokon**, illetve számottevő részesedéssel (5-10% között) bír a német és kínai piacon is,
- **a Mátra-Bükk térsége külpiaci értékesíthetősége szerényebb a fentebb említetteknél**, 10-20% közötti részesedéssel csak a lengyel és szlovák piacon bír,
- **a Tokaj-Nyíregyháza térség 5% feletti piaci részesedéssel csak az ukrán piacon bír**, esetében (román, szlovák, lengyel piac) a 3-5% közötti piaci részesedés már jelentősnek tekinthető,
- **a Gyula és térsége desztináció jelentős részesedéssel csak a román piacon bír**, a többi küldőpiacról az érdeklődés elhanyagolható,
- **a Szeged és térsége desztináció csak a román piacon bír 5% feletti részesedéssel**,
- **a Győr-Pannonhalma térség külföldi vendégforgalmát alapvetően határozza meg az üzleti célú/vendégmunkás, illetve tranzitforgalomból fakadó külföldi jelenlét**, a desztináció ebből fakadóan a román piacon második, az ukrán piacon harmadik legmagasabb részesedéssel rendelkezik,
- **a Budapest környéke desztináció stabil** (10% alatti) **részesedéssel rendelkezik a legjelentősebb küldőpiacokon**, a jelentős átutazó forgalom miatt közel 20%-os a részesedése a kínai piacon,
- **a Sopron-Fertő térsége az osztrák piac kivételével** (7,36%) **az észlelhető 1-4% közötti részesedésekkel bír** a fontosabb küldőpiacokon,
- **a Pécs-Villány térség az észlelhető 1-4% közötti részesedésekkel bír** a fontosabb küldőpiacokon, legmagasabb piaci részesedést a kínai piacon ér el (3,13%).

SZÍNMAGYARÁZAT A 49. SZÁMÚ TÁBLÁZATHOZ, 25. SZ. ÁBRA

a desztináció részesedése az adott küldőpiacon nem éri el a 0,5%-ot	
a desztináció részesedése az adott küldőpiacon eléri a 0,5%-ot, de alacsonyabb mint 1%	
a desztináció részesedése az adott küldőpiacon eléri az 1%-ot, de alacsonyabb mint 3%	
a desztináció részesedése az adott küldőpiacon eléri a 3%-ot, de alacsonyabb mint 5%	
a desztináció részesedése az adott küldőpiacon eléri az 5%-ot, de alacsonyabb mint 10%	
a desztináció részesedése az adott küldőpiacon eléri a 10%-ot, de alacsonyabb mint 15%	
a desztináció részesedése az adott küldőpiacon eléri a 15%-ot, de alacsonyabb mint 20%	
a desztináció részesedése az adott küldőpiacon magasabb mint 20%	

A DESZTINÁCIÓK RÉSZESEDÉSE A VIZSGÁLT KÜLDŐPIACOKON (VENDÉGÉJSZAKASZÁM ALAPJÁN)
49 SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció/ország	Németország	Csehország	Ausztria	Románia	Szlovákia	Oroszország	Lengyelország	Ukrajna	Kína
Balaton	49,06%	26,25%	36,66%	6,91%	31,75%	70,80%	30,47%	16,49%	25,12%
Bük-Sárvár	8,84%	42,66%	28,68%	1,17%	11,03%	4,55%	3,71%	3,01%	2,32%
Debrecen térsége	6,62%	1,91%	1,38%	30,50%	12,85%	12,77%	21,25%	32,69%	8,24%
Pécs-Villány	2,51%	2,92%	1,04%	0,75%	1,35%	1,17%	1,02%	2,13%	3,13%
Mátra-Bükk	3,39%	6,58%	1,16%	5,23%	14,57%	3,27%	17,23%	4,61%	1,84%
Tokaj és Nyíregyháza	0,83%	0,42%	0,40%	3,40%	4,09%	0,30%	4,65%	7,24%	0,53%
Gyula és térsége	0,39%	0,05%	0,24%	13,53%	1,40%	0,08%	0,26%	0,45%	0,06%
Szeged és térsége	1,88%	0,75%	0,95%	8,32%	1,81%	1,10%	2,11%	1,95%	4,02%
Győr-Pannonhalma	9,09%	8,00%	4,92%	15,05%	4,75%	1,58%	2,74%	13,37%	8,44%
Budapest környéke	4,98%	3,44%	3,17%	5,20%	7,76%	1,65%	7,58%	4,50%	19,60%
Sopron-Fertő	2,76%	2,34%	7,36%	1,38%	2,19%	1,04%	1,05%	3,34%	1,93%
Desztináción kívül	9,66%	4,68%	14,04%	8,55%	6,43%	1,68%	7,93%	10,21%	24,79%

Forrás: NTAK adatok alapján

Desztináció/ország	Olaszország	Nagy Britannia	Izrael	Hollandia	USA	Svájc	Franciaország	Szerbia	Korea	Belgium
Balaton	23,21%	18,62%	32,89%	29,80%	25,46%	33,85%	21,38%	11,38%	1,70%	20,55%
Bük-Sárvár	5,21%	2,46%	2,85%	4,05%	5,14%	10,93%	4,89%	2,07%	0,11%	2,90%
Debrecen térsége	6,37%	20,60%	52,77%	6,31%	11,88%	5,03%	6,12%	4,45%	13,38%	6,31%
Pécs-Villány	2,53%	2,54%	0,31%	3,02%	3,99%	2,48%	3,26%	5,42%	0,55%	3,27%
Mátra-Bükk	5,76%	5,02%	1,81%	8,52%	7,54%	3,52%	6,84%	2,62%	1,14%	4,13%
Tokaj és Nyíregyháza	3,32%	2,81%	1,10%	1,38%	3,92%	1,17%	3,23%	0,65%	0,12%	1,76%
Gyula és térsége	1,37%	0,56%	0,26%	0,27%	0,10%	0,15%	0,52%	0,27%	0,04%	0,03%
Szeged és térsége	3,66%	4,52%	1,11%	2,45%	3,49%	3,08%	4,46%	37,53%	0,88%	2,92%
Győr-Pannonhalma	9,29%	7,42%	0,41%	8,79%	5,19%	19,89%	11,66%	10,69%	15,62%	13,38%
Budapest környéke	15,53%	22,90%	3,28%	14,29%	16,49%	6,30%	18,15%	4,42%	30,34%	21,70%
Sopron-Fertő	5,70%	1,59%	0,27%	1,19%	2,23%	4,26%	3,80%	0,96%	0,10%	2,15%
Desztináción kívül	18,05%	10,97%	2,94%	19,91%	14,55%	9,34%	15,70%	19,54%	36,03%	20,90%

Forrás: NTAK

Desztináció/ország	Spanyolország	Svédország	Szlovénia	Japán	Finnország	Horvátország	Norvégia	Dánia	Kanada	India	Portugália
Balaton	12,09%	26,05%	38,53%	11,21%	43,67%	23,49%	43,26%	22,13%	37,56%	7,52%	13,36%
Bük-Sárvár	1,71%	2,07%	4,46%	9,58%	0,81%	1,72%	1,54%	1,30%	3,17%	0,61%	3,53%
Debrecen térsége	8,20%	10,66%	9,12%	2,78%	5,18%	4,45%	4,61%	5,97%	9,69%	5,55%	14,16%
Pécs-Villány	3,58%	3,82%	4,30%	1,26%	2,85%	12,14%	7,24%	2,81%	3,34%	0,29%	2,35%
Mátra-Bükk	8,36%	13,91%	3,30%	8,43%	7,56%	3,92%	12,31%	3,92%	6,28%	5,84%	5,88%
Tokaj és Nyíregyháza	0,90%	1,82%	0,76%	1,79%	0,70%	3,50%	1,42%	12,19%	1,88%	0,39%	4,29%
Gyula és térsége	0,36%	0,10%	0,33%	0,10%	0,05%	0,26%	0,39%	0,96%	2,15%	0,00%	0,19%
Szeged és térsége	5,92%	4,66%	5,78%	5,74%	12,21%	7,74%	7,72%	2,86%	3,90%	6,66%	4,75%
Győr-Pannonhalma	10,10%	8,06%	4,49%	2,85%	5,06%	11,67%	4,03%	11,81%	7,96%	6,84%	15,41%
Budapest környéke	27,83%	10,04%	6,67%	27,10%	11,34%	10,82%	10,06%	15,66%	12,15%	33,64%	21,34%
Sopron-Fertő	2,09%	2,73%	2,47%	3,54%	1,15%	3,66%	1,88%	4,01%	3,19%	0,14%	1,94%
Desztináción kívül	18,87%	16,08%	19,81%	25,64%	9,41%	16,65%	5,55%	16,38%	8,75%	32,50%	12,79%

Forrás: NTAK adatok alapján saját szerkesztés

1.6.4. Vendégforgalmi adatok elemzése országonként az Eurostat és az NTAK adatok alapján

Németország

Magyarország Budapesten kívüli desztinációi esetében abszolút mértékben a német küldőpiac a leginkább meghatározó. A **15 év feletti német utazók 2018-ban összesen** (Németországban és külföldön együttesen) **1.498.547e vendégéjszakát töltöttek**, amelynek 39,2%-át belföldön (587.418e belföldi vendégéjszaka), a többit külföldön, amely az adott évben **átlagosan 8,29 éj belföldi és 12,86 éj külföldi vendégéjszakát jelentett személyenként** (összesen 21,15 éjjel átlagosan, amely Európában a 8. legmagasabb érték).

A német utazók a 15 éves kor feletti korosztályban **2018-ban 911.128e vendégéjszakát töltöttek külföldön, amelyből 688.454e vendégéjszaka az európai kontinensen realizálódott.**

Az összes külföldön eltöltött német vendégéjszaka száma **2012 és 2018 között 32,55%-kal bővült** (a 2012-es 687.371e vendégéjszakaszám bővült 911.128e vendégéjszakára), vagyis egy **dinamikusan növekvő német kiutaztató** piacról beszélhetünk.

A német vendégek körében a legnépszerűbb (TOP 3) desztinációk Spanyolország (113.220e vendégéjszaka), Olaszország (110.311e vendégéjszaka) és **Ausztria (77.223e** vendégéjszaka, 2012 és 2018 között a változás mértéke +17,8%).

Magyarország versenytársai közül (a fentebb említett Ausztria mellett) **Csehország 11.274e** német vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke -7,7%), **Lengyelország 18.392e** német vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke +11,5%), **Horvátország 23.093e** német vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke -29,5%) realizált (Románia, Szlovákia és Szlovénia esetében az Eurostat nem közöl adatokat). Ez azt is jelenti, hogy **közvetlen versenytársaink részesedése kétszer-háromszor nagyobb a magyar teljesítménynél!**

Magyarország részesedése a német kiutazási piacon szerény (és folyamatosan, mind abszolút értékben mind arányaiban csökken), az összes európai német vendégéjszaka mindössze **0,75%-át töltik a németek Magyarországon** (2012-ben a piaci részesedése Magyarországnak 1,32%-os volt). A német vendégéjszakák száma országosan folyamatosan csökken, **6 év alatt** a 2012-es 9.076e német vendégéjszaka 6.854e vendégéjszakára csökkent **(-2.221e vendégéjszaka, -24,48%).**

A belföldi Budapesten kívüli desztinációk közül 2012 és 2018 között a Balaton, Debrecen és térsége, Pécs-Villány, Sopron-Fertő és Győr-Pannonhalma esetében a német vendégek abszolút számában csökkenés, a Budapest környéke, a Gyula és térsége, a Mátra-Bükk, a Szeged és térsége, a Tokaj és Nyíregyháza térségek esetében növekedés volt megfigyelhető. Fontos megjegyezni, hogy a jelentős német vendégforgalommal bíró desztinációk esetében volt a legjelentősebb a visszaesés, a növekedést elérő desztinációk esetében a növekedés abszolút vendégéjszakaszámban szerény mértékű.

A német piac szűkülésével párhuzamosan **a magyarok által Németországban eltöltött vendégéjszakák száma folyamatosan bővül**, a 2012-es 3.401e vendégéjszaka 31%-os bővüléssel 2018-ra 4.461e vendégéjszakára nőtt. Ez azt jelenti, hogy **a 70 milliónyi 15 év feletti német Magyarországon 2018-ban 6.584e vendégéjszakát töltött, amíg a 8,2 milliónyi 15 év feletti magyar ugyanebben az évben 4.461e vendégéjszakát töltött Németországban.**

A német küldőpiaccal kapcsolatos legfontosabb megállapítások az NTAK adatok alapján a következők:

- az NTAK adatok elemzése alapján a **Magyarországra** érkező összes külföldi vendég **12,43%**-a Németországból érkező vendég (az összes külföldi vendégéjszaka 14,52%-a), **a Budapesten kívüli desztinációkba** érkező vendégek esetében pedig az összes külföldi vendég **18,03%**-a német (az összes külföldi vendégéjszaka 21,87%-a), vagyis vidéken közel minden 5. vendég és közel minden 4. vendégéjszaka német. Az összes német vendégéjszaka 33,47%-a Budapesten realizálódik, a vidéki desztinációk részesedése 66,53%-os.

A NÉMETORSZÁGBÓL HAZÁNKBA ÉRKEZŐK VENDÉGFORGALMI ADATAINAK RÉSZLETES BEMUTATÁSA
50 SZ. TÁBLÁZAT

	Budapest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesedés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debrecen	Budapest környéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
magyarok által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,77	1,87	2,03	2,10	2,34	2,69	2,35	1,93	2,02	2,13	2,57	2,05
külföldiek által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,76	1,87	1,86	2,55	1,97	3,24	5,24	1,90	1,71	2,41	3,75	1,76
német vendégek száma (fő)	77 476	113 366	435	2 210	4 408	3 224	3 765	6 843	3 753	8 326	18 722	4 745	34 132	22 803
országos piaci részesedés a teljes német külföldi vendégforgalomból (%)			0,07%	0,35%	0,70%	0,51%	0,60%	1,09%	0,60%	1,32%	2,98%	0,75%	5,43%	3,63%
német vendégek által generált tartózkodási idő (éj)	2,41	3,27	3,31	1,39	1,58	2,88	2,72	4,79	6,55	2,22	1,80	2,65	5,34	1,57
0-18	3,66%	9,02%	7,59%	1,63%	12,61%	3,69%	4,38%	3,52%	3,46%	3,27%	3,34%	3,37%	9,63%	20,20%
19-24	4,86%	4,80%	2,76%	5,75%	3,81%	3,50%	1,89%	1,40%	4,93%	4,68%	14,24%	1,66%	2,15%	3,50%
25-34	14,87%	9,61%	11,26%	9,23%	11,18%	7,82%	6,85%	5,57%	15,08%	13,30%	10,67%	17,28%	5,64%	12,46%
35-44	34,91%	19,89%	23,68%	11,13%	19,96%	24,94%	9,06%	9,88%	16,73%	20,86%	26,90%	21,03%	19,82%	19,12%
45-54	22,64%	18,65%	23,68%	14,62%	25,16%	19,82%	17,13%	16,43%	20,20%	30,81%	19,15%	24,66%	12,83%	20,79%

	Buda-pest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesdés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debre-cen	Buda-pest kör-nyéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
55-64	12,50%	17,24%	17,70%	54,30%	16,86%	20,07%	22,63%	20,88%	15,77%	18,05%	14,92%	16,21%	16,19%	14,98%
65+	6,56%	20,79%	20,23%	3,35%	10,41%	20,16%	38,06%	42,32%	23,82%	9,03%	10,79%	15,79%	33,73%	8,95%
0-24	8,52%	13,82%	10,34%	7,38%	16,42%	7,20%	6,27%	4,92%	8,39%	7,95%	17,58%	5,04%	11,78%	23,70%
25-54	72,42%	48,15%	58,62%	34,98%	56,31%	52,57%	33,04%	31,87%	52,01%	64,97%	56,71%	62,97%	38,30%	52,37%
55+	19,06%	38,03%	37,93%	57,65%	27,27%	40,23%	60,69%	63,20%	39,59%	27,08%	25,71%	31,99%	49,92%	23,93%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- A vidéki desztinációk közül **a német vendégek jellemzően a Balaton térségét választják** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 5,43%-a a Balaton térségébe érkező német), **jelentős német vendégforgalom jelentkezik a Győr-Pannonhalma térségben** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 2,98%-a), a Budapest környéke térségben (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 1,09%-a), **és Bük-Sárvár térségében** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 1,32%-a). A többi térségben a német vendégforgalom szerényebb mértékű, Gyula és térségében pedig elhanyagolható. Jelentős német vendégforgalom realizálódik a desztinációkon kívüli településeken is (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 3,63%-a).
- a következő táblázat a német vendégforgalom desztinációk közötti megoszlását mutatja **vendégéjszaka** alapon:

NÉMET VENDÉGFORGALOM MEGOSZLÁSA AZ EGYES DESZTINÁCIÓK KÖZÖTT 51 SZ. TÁBLÁZAT

Balaton	49,06%
Bük-Sárvár	8,84%
Debrecen és térsége	6,62%
Pécs-Villány	2,51%
Mátra-Bükk	3,39%
Tokaj és Nyíregyháza	0,83%
Gyula és térsége	0,39%
Szeged és térsége	1,88%
Győr-Pannonhalma	9,09%
Budapest környéke	4,98%
Sopron-Fertő	2,76%
Desztináción kívül	9,66%

Forrás: NTAK adatok alapján saját szerkesztés

- **A német vendégek országosan 2,92 éjszakát, Budapesten 2,41 éjszakát, a Budapesten kívüli desztinációkban 3,27 éjszakát töltenek átlagosan.** Az átlagos tartózkodási idő **jelentősen magasabb Debrecen és térségében** (6,55 éj), a **Balaton esetében** (5,34 éj) **és Bük-Sárvár térségében** (4,79 éj), visszaigazolva az egészségturisztikai motivációjú vendégek és desztinációk magasabb tartózkodási időt elérő képességét. Az összes többi desztináció esetében a tartózkodási idő alacsonyabb, mint a vidéki német átlag tartózkodási idő, sőt kimondottan alacsony a Győr-Pannonhalma (1,80 éj) térségében (amelynél egyben jelentős a vendégforgalom volumene) és Tokaj és Nyíregyháza térségében (mindössze 1,39 éj).
- A német vendégek **életkori összetétele Budapest és a vidéki desztinációk esetében teljesen eltérő képet mutat.** Budapesten a 24 év alatti korosztályok részesedése 40%-kal alacsonyabb, mint a vidék esetében, a felnőtt-középkorú (25-54 évesek) korosztályok aránya viszont 50%-kal magasabb Budapesten. Az 55+-os korosztályok aránya vidéken közel kétszeres, mint Budapesten.

ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDŐ AZ EGYES DESZTINÁCIÓKBAN, 52 SZ. TÁBLÁZAT

Térség	Országos piaci részesedés a teljes német külföldi vendégforgalomból (%)	A német vendégek vidéken realizált átlagos tartózkodási idejéhez (3,27 éj) képest az egyes desztinációkban látható átlagos tartózkodási idő								
		-40% vagy magasabb	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40% vagy magasabb
összesen	18,03%					3,27				
Balaton	5,34%									5,34
Győr-Pannonhalma	2,98%	1,80								
desztináción kívül	1,57%	1,57								
Budapest környéke	1,32%		2,22							
Bük-Sárvár	1,09%									4,79
Mátra-Bükk	0,75%				2,65					
Szeged és térsége	0,70%	1,58								
Sopron-Fertő	0,60%				2,72					
Debrecen és térsége	0,60%									6,55
Pécs-Villány	0,51%				2,88					
Tokaj és Nyíregyháza	0,35%	1,39								
Gyula és térsége	0,07%					3,31				

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Csehország

Magyarország Budapesten kívüli desztinációi esetében abszolút értékben a cseh a leginkább dinamikusan növekvő küldőpiac. A **15 év feletti cseh utazók 2018-ban összesen** (Csehországban és külföldön együttesen) **140.641e vendégéjszakát töltöttek**, amelynek 66,59%-át belföldön (93.646e belföldi vendégéjszaka), a többit külföldön, amely az adott évben **átlagosan 10,59 éj belföldi és 5,31 éj külföldi vendégéjszakát jelentett személyenként** (összesen 15,90 éjjel átlagosan, amely Európában a 15. legmagasabb érték).

A cseh utazók a 15 éves kor feletti korosztályban **2018-ban 46.994e vendégéjszakát töltöttek külföldön, amelyből 38.863e vendégéjszaka az európai kontinensen realizálódott.**

Az összes külföldön eltöltött cseh vendégéjszaka száma **2012 és 2018 között 14,75%-kal bővült** (a 2012-es 40.953e vendégéjszakaszám bővült 46.994e vendégéjszakára), vagyis egy **dinamikusan növekvő cseh kiutaztató** piacról beszélhetünk.

A cseh vendégek körében a legnépszerűbb (TOP 3) desztinációk Horvátország (6.783e vendégéjszaka, 2012 és 2018 között abszolút értékben nincs elmozdulás), Szlovákia (6.367e vendégéjszaka, 2012 és 2018 között a változás mértéke +17,28%) és Olaszország (4.545e vendégéjszaka).

Magyarország versenytársai közül (a fentebb említett Horvátország és Szlovákia mellett) **Ausztria 2.952e** cseh vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke +22,05%), **Lengyelország 944e** cseh vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke +289,33%), realizált (Románia, Szlovákia és Szlovénia esetében az Eurostat nem közöl adatokat).

Magyarország részesedése a cseh kiutazási piacon jelentős (és folyamatosan mind abszolút értékben mind arányaiban növekszik), az összes európai cseh vendégéjszaka **3,1%-át töltik a csehek Magyarországon** (2012-ben a piaci részesedése Magyarországnak 2,47%-os volt). A cseh vendégéjszakák száma országosan folyamatosan növekszik, **6 év alatt** a 2012-es 1.013e cseh vendégéjszaka 1.457e vendégéjszakára nőtt **(+444e vendégéjszaka, +43,82%).** Ez azt is jelenti, hogy **a cseh piac Magyarországon nemcsak abszolút mértékben nőtt, de jellemzően a versenytársainkhoz képest is nagyobb mértékű volt a bővülés, figyelembe véve, hogy Magyarország részesedése a horvát-szlovák-osztrák desztinációknak felét-negyedét teszi ki mindösszesen.**

A belföldi Budapesten kívüli desztinációk közül 2012 és 2018 között a Gyula és térsége desztináció kivételével mind növekvő cseh vendégéjszakaszámot realizálhattak.

A cseh piac örömteli bővülésével párhuzamosan **a magyarok által Csehországban eltöltött vendégéjszakák száma is folyamatosan bővül**, a 2012-es 1.056e vendégéjszaka 100%-os bővüléssel 2018-ra 2.177e vendégéjszakára nőtt. Ez azt jelenti, hogy a csehek Magyarországra irányuló vendégforgalmát a magyarok Csehországba irányuló vendégforgalma mind abszolút értékét, mind növekedési dinamikáját tekintve meghaladja, vagyis a cserearányok magyar-cseh relációban – a fenti kedvezőnek tűnő adatok ellenére – hat év időszakában romlottak.

A cseh küldőpiaccal kapcsolatos legfontosabb megállapítások az NTAK adatok alapján a következők:

- az NTAK adatok elemzése alapján a **Magyarországra** érkező összes külföldi vendég **6,61%**-a Csehországból érkező vendég (az összes külföldi vendégéjszaka 7,46%-a), **a Budapesten kívüli desztinációkba** érkező vendégek esetében pedig az összes külföldi vendég **12,02%**-a cseh (az összes külföldi vendégéjszaka 13,77%-a), vagyis vidéken közel minden 7-8. vendég és vendégéjszaka cseh. A cseh vendégek szerepe a vidéki Magyarország turizmusában kiemelkedő, egyes desztinációkban a legjelentősebb küldőpiacnak tekinthető (pl. Bük-Sárvár térsége). Az összes cseh vendégéjszaka 18,45%-a Budapesten realizálódik, a vidéki desztinációk részesedése 81,55%-os.

CSEHORSZÁG VENDÉGFORGALMI ADATAINAK RÉSZLETES BEMUTATÁSA
53 SZ. TÁBLÁZAT

	Buda-pest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesdés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debre-cen	Buda-pest kör-nyéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
magyarok által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,77	1,87	2,03	2,10	2,34	2,69	2,35	1,93	2,02	2,13	2,57	2,05
külföldiek által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,76	1,87	1,86	2,55	1,97	3,24	5,24	1,90	1,71	2,41	3,75	1,76
cseh vendégek száma (fő)	25 916	75 594	36	434	1 052	1 807	2 011	30 204	850	3 237	8 760	4 874	1 7749	4 580
országos piaci részesedés a teljes cseh külföldi vendégforgalomból (%)			0,01%	0,07%	0,17%	0,29%	0,32%	4,80%	0,14%	0,51%	1,39%	0,78%	2,82%	0,73%
cseh vendégek által generált tartózkodási idő (éj)	2,04	3,09	3,56	2,25	1,66	3,78	2,72	3,30	5,24	2,48	2,13	3,15	3,46	2,39
0-18	8,62%	8,13%	13,89%	9,91%	6,65%	5,64%	7,11%	7,38%	11,41%	8,80%	7,57%	5,56%	10,72%	7,38%
19-24	5,48%	2,40%	0,00%	27,19%	3,42%	1,49%	2,29%	1,32%	5,18%	5,00%	3,25%	1,68%	2,46%	3,95%
25-34	16,40%	7,61%	5,56%	14,06%	18,92%	4,54%	9,10%	4,66%	8,82%	13,75%	10,87%	7,98%	7,31%	14,34%
35-44	43,28%	18,03%	19,44%	17,28%	27,85%	14,00%	13,38%	15,58%	16,24%	25,92%	24,13%	15,51%	17,98%	21,55%
45-54	15,80%	23,05%	25,00%	20,28%	24,90%	15,16%	26,16%	23,43%	22,00%	23,60%	23,74%	22,08%	22,60%	23,32%
55-64	7,05%	21,67%	19,44%	8,99%	13,31%	18,15%	24,47%	24,26%	19,65%	14,58%	20,03%	25,83%	20,26%	17,45%
65+	3,37%	19,11%	16,67%	2,30%	4,94%	41,01%	17,50%	23,36%	16,71%	8,34%	10,40%	21,36%	18,68%	12,01%
0-24	14,10%	10,54%	13,89%	37,10%	10,08%	7,14%	9,40%	8,70%	16,59%	13,81%	10,82%	7,24%	13,17%	11,33%
25-54	75,48%	48,68%	50,00%	51,61%	71,67%	33,70%	48,63%	43,67%	47,06%	63,27%	58,74%	45,57%	47,88%	59,21%
55+	10,42%	40,78%	36,11%	11,29%	18,25%	59,16%	41,97%	47,62%	36,35%	22,92%	30,43%	47,19%	38,94%	29,45%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

- A vidéki desztinációk közül **a cseh vendégek jellemzően a Bük-Sárvár térségét választják** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 4,80%-a Bük-Sárvár térségbe érkező cseh vendég), **jelentős cseh vendégforgalom jelentkezik a Balaton térségben** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 2,82%-a), **Győr-Pannonhalma térségében** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 1,39%-a) **és a Mátra-Bükk térségben** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,78%-a). A többi térségben (Sopron-Fertő, Debrecen és térsége, Budapest környéke, Szeged és térsége, Pécs-Villány, Tokaj és Nyíregyháza, Gyula és térsége térségekben a cseh vendégek részesedése a Budapesten kívüli teljes külföldi vendégforgalmon belül 0,01-0,51%) a cseh vendégforgalom csekély mértékű, ezen térségek cseh vendégeket megszólító képessége szerény. Az összes külföldi vendég 0,78%-a a desztinációs településeken kívülre érkező cseh vendég.
- az alábbi táblázat a cseh vendégforgalom desztinációk közötti megoszlását mutatja **vendégéjszaka** alapon:

CSEH VENDÉGFORGALOM MEGOSZLÁSA AZ EGYES DESZTINÁCIÓK KÖZÖTT
54 SZ. TÁBLÁZAT

Balaton	26,25%
Bük-Sárvár	42,66%
Debrecen és térsége	1,91%
Pécs-Villány	2,92%
Mátra-Bükk	6,58%
Tokaj és Nyíregyháza	0,42%
Gyula és térsége	0,05%
Szeged és térsége	0,75%
Győr-Pannonhalma	8,00%
Budapest környéke	3,44%
Sopron-Fertő	2,34%
Desztináción kívül	4,68%

Forrás: NTAK adatok alapján saját szerkesztés

- **A cseh vendégek országosan 2,82 éjszakát, Budapesten 2,04 éjszakát, a Budapesten kívüli desztinációkban 3,09 éjszakát töltenek átlagosan.** Az átlagos tartózkodási idő a csekély vendégforgalmi volumen ellenére **jelentősen magasabb a Debrecen és térségében** (5,24 éj), a **Balaton esetében** (3,54 éj) **a Gyula és térségében** (3,56 éj) és a Pécs-Villány térségében (3,78 éj). A négy legnépszerűbb „cseh" desztináció átlagos tartózkodási ideje kettő esetében az átlagot mutatja (Bük-Sárvár: 3,30 éj, Mátra-Bükk 3,15 éj), Győr-Pannonhalma esetében pedig messze átlag alatti (2,11 éj).
- A cseh vendégek **életkori összetétele Budapest és a vidéki desztinációk esetében teljesen eltérő képet mutat.** Budapesten a 24 év alatti korosztályok részesedése 34%-kal magasabb, mint a vidék esetében, a felnőtt-középkorú (25-54 évesek) korosztályok aránya 55%-kal magasabb Budapesten. Az 55+-os korosztályok aránya vidéken közel négyszeres, mint Budapesten.

ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDŐ AZ EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
55 SZ. TÁBLÁZAT

Térség	Országos piaci részesedés a teljes cseh külföldi vendégforgalomból (%)	A cseh vendégek vidéken realizált átlagos tartózkodási idejéhez (3,09 éj) képest az egyes desztinációkban látható átlagos tartózkodási idő								
		-40% vagy magasabb	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40% vagy magasabb
összesen	12,02%					3,09				
Bük-Sárvár	7,08%					3,30				
Balaton	2,82%						3,54			
Győr-Pannonhalma	1,39%		2,11							
Mátra-Bükk	0,78%					3,15				
desztináción kívül	0,73%			2,39						
Budapest környéke	0,51%				2,48					
Sopron-Fertő	0,32%				2,72					
Pécs-Villány	0,29%							3,78		
Szeged és térsége	0,17%	1,66								
Debrecen és térsége	0,14%									5,24
Tokaj és Nyíregyháza	0,07%		2,25							
Gyula és térsége	0,01%						3,56			

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Magyarország Budapesten kívüli desztinációi esetében abszolút értékben az osztrák piac jelenléte (volumenét és vásárlóerejét is tekintve) kiemelkedő fontosságú. A **15 év feletti osztrák utazók 2018-ban összesen** (Ausztriában és külföldön együttesen) **115.664e vendégéjszakát töltöttek el**, ennek 35,48%-át belföldön (41.037e belföldi vendégéjszaka), a többit külföldön, amely az adott évben **átlagosan 5,50 éj belföldi és 10,00 éj külföldi vendégéjszakát jelentett személyenként** (összesen 15,50 éjjel átlagosan, amely Európában a 16. legmagasabb érték).

Az osztrák utazók a 15 éves kor feletti korosztályban **2018-ban 74.626e vendégéjszakát töltöttek külföldön, amelyből 61.719e vendégéjszaka az európai kontinensen realizálódott.**

Az összes külföldön eltöltött osztrák vendégéjszaka száma **2012 és 2018 között 10,64%-kal bővült** (a 2012-es 67.450e vendégéjszakaszám bővült 73.761e vendégéjszakára), vagyis egy **növekvő osztrák kiutaztató** piacról beszélhetünk.

Az osztrák vendégek körében a legnépszerűbb (TOP 3) desztinációk Olaszország (12.433e vendégéjszaka), Horvátország (8.730e vendégéjszaka, 2012 és 2018 között a változás mértéke +10,29%) és Németország (8.058e vendégéjszaka).

Magyarország versenytársai közül (a fentebb említett Horvátország mellett) **Csehország 1.005e** osztrák vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke +29,09%), **Lengyelország 1.528e** osztrák vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke +201,16%), **Szlovákia 2.039e** osztrák vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke +8,30%), **Szlovénia 921e** osztrák vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke +7,97%), **Románia 737e** osztrák vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke +48,10%) realizált.

Magyarország részesedése az osztrák kiutazási piacon számottevő (ugyanakkor mind abszolút értékben mind részesedésében csökken), az összes európai osztrák vendégéjszaka **1,6%-át töltik az osztrákok Magyarországon** (2012-ben a piaci részesedése Magyarországnak 2,4%-os volt). Az osztrák vendégéjszakák száma országosan folyamatosan csökken, **6 év alatt** a 2012-es 1.589e osztrák vendégéjszaka 1.201e vendégéjszakára csökkent **(-388e vendégéjszaka, -24,44%).** Ez azt is jelenti, hogy **az osztrák piac Magyarországon abszolút mértékben csökkent, miközben a versenytárs országokban a vendégéjszakaszám minden esetben növekedett.**

A fenti adatokat árnyalja, hogy a belföldi, Budapesten kívüli desztinációkban növekvő vagy stagnálás közeli osztrák vendégéjszakaszámot realizálhattak, tekintettel arra, hogy a vidéki vendégforgalomban az osztrák vendégéjszakák száma jellemzően változatlan és a csökkenés a budapesti értékekben mutatkozik meg.

Az osztrák piac szomorú csökkenésével párhuzamosan **a magyarok által Ausztriában eltöltött vendégéjszakák száma folyamatosan bővül**, a 2012-es 1.827e vendégéjszaka 31%-os bővüléssel 2018-ra 2.388e vendégéjszakára nőtt. Ez azt jelenti, hogy a cserearányok magyar-osztrák relációban hat év időszakában jelentősen romlottak.

Az osztrák küldőpiaccal kapcsolatos legfontosabb megállapítások az NTAK adatok alapján a következők:

- az NTAK adatok elemzése alapján a **Magyarországra** érkező összes külföldi vendég **6,52%**-a Ausztriából érkező vendég (az összes külföldi vendégéjszaka 6,05%-a), **a Budapesten kívüli desztinációkba** érkező vendégek esetében pedig az összes külföldi vendég **11,22%**-a osztrák (az összes külföldi vendégéjszaka 10,50%-a), vagyis vidéken közel minden 9. vendég és 10. vendégéjszaka osztrák. Az osztrák vendégek szerepe a vidék turizmusában kiemelkedő, a Nyugat-magyarországi desztinációkban kiemelkedő részesedéssel rendelkeznek, a többi desztinációban jelenlétük marginális. Az összes osztrák vendégéjszaka 23,32%-a Budapesten realizálódik, a vidéki desztinációk részesedése 76,68%-os.

AUSZTRIA VENDÉGFORGALMI ADATAINAK RÉSZLETES BEMUTATÁSA, 56 SZ. TÁBLÁZAT

	Buda-pest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesedés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debre-cen	Buda-pest kör-nyéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
magyarok által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,77	1,87	2,03	2,10	2,34	2,69	2,35	1,93	2,02	2,13	2,57	2,05
külföldiek által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,76	1,87	1,86	2,55	1,97	3,24	5,24	1,90	1,71	2,41	3,75	1,76
osztrák vendégek száma (fő)	29 603	70 534	165	446	871	1 040	7 222	18 556	644	3 241	5061	1 086	20 550	11 652
országos piaci részesedés a teljes osztrák külföldi vendégforgalomból (%)			0,03%	0,07%	0,14%	0,17%	1,15%	2,95%	0,10%	0,52%	0,81%	0,17%	3,27%	1,85%
osztrák vendégek által generált tartózkodási idő (éj)	1,83	2,53	2,61	1,59	1,95	1,77	1,82	2,75	3,82	1,74	1,73	1,90	3,18	2,15
0-18	6,55%	7,78%	6,67%	0,10	7,69%	2,98%	4,38%	6,97%	5,12%	3,64%	5,32%	4,88%	9,43%	10,97%
19-24	5,82%	3,52%	1,21%	0,14	3,56%	1,92%	1,89%	2,89%	3,26%	4,84%	5,18%	3,31%	3,08%	4,68%
25-34	14,94%	10,56%	22,42%	0,14	12,51%	9,23%	6,85%	9,35%	14,44%	14,87%	10,91%	18,88%	9,30%	13,22%
35-44	37,02%	16,88%	20,61%	0,15	24,34%	30,19%	9,06%	15,54%	20,81%	25,86%	22,45%	23,94%	15,22%	16,22%
45-54	19,24%	19,56%	23,64%	0,20	24,57%	16,15%	17,13%	21,28%	21,12%	26,38%	22,23%	21,36%	15,48%	19,04%
55-64	10,76%	19,34%	16,36%	0,22	17,34%	15,48%	22,63%	19,77%	17,24%	12,93%	19,60%	19,06%	19,55%	17,63%
65+	5,67%	22,37%	9,09%	0,00	9,99%	24,04%	38,06%	24,21%	18,01%	11,48%	14,33%	8,56%	27,94%	18,25%
0-24	12,37%	11,30%	7,88%	23,77%	11,25%	4,90%	6,27%	9,86%	8,39%	8,49%	10,49%	8,20%	12,51%	15,65%
25-54	71,20%	46,99%	66,67%	49,55%	61,42%	55,58%	33,04%	46,16%	56,37%	67,11%	55,58%	64,18%	40,00%	48,48%
55+	16,43%	41,70%	25,45%	22,42%	27,32%	39,52%	60,69%	43,97%	35,25%	24,41%	33,93%	27,62%	47,49%	35,87%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- A vidéki desztinációk közül **az osztrák vendégek jellemzően a Balaton** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 3,27 %-a a Balaton térségébe érkező osztrák vendég) **és Bük-Sárvár térségét választják** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 2,95 %-a a Bük-Sárvár térségbe érkező osztrák vendég), **jelentős osztrák vendégforgalom jelentkezik a Sopron-Fertő térségben** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 1,15%-a), és **a Győr-Pannonhalma térségben** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,81%-a). A többi térségben (Debrecen és térsége, Budapest környéke, Szeged és térsége, Pécs-Villány, Tokaj és Nyíregyháza, Gyula és térsége térségekben az osztrák vendégek részesedése a Budapesten kívüli teljes külföldi vendégforgalmon belül 0,03-0,52%) az osztrák vendégforgalom csekély mértékű, ezen térségek osztrák vendégeket megszólító képessége szerény. Jelentős osztrák vendégforgalom jelenik meg desztinációkon kívüli településeken is (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 1,85%-a).
- az alábbi táblázat az osztrák vendégforgalom desztinációk közötti megoszlását mutatja **vendégéjszaka** alapon:

OSZTRÁK VENDÉGFORGALOM MEGOSZLÁSA AZ EGYES DESZTINÁCIÓK KÖZÖTT 57 SZ. TÁBLÁZAT

Balaton	36,66%
Bük-Sárvár	28,68%
Debrecen és térsége	1,38%
Pécs-Villány	1,04%
Mátra-Bükk	1,16%
Tokaj és Nyíregyháza	0,40%
Gyula és térsége	0,24%
Szeged és térsége	0,95%
Győr-Pannonhalma	4,92%
Budapest környéke	3,17%
Sopron-Fertő	7,36%
Desztináción kívül	14,04%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- **Az osztrák vendégek országosan 2,32 éjszakát, Budapesten 1,83 éjszakát, a Budapesten kívüli desztinációkban 2,53 éjszakát töltenek átlagosan.** Az átlagos tartózkodási idő a csekély vendégforgalmi volumen ellenére **jelentősen magasabb Debrecen és térségében** (3,82 éj). A négy legnépszerűbb „osztrák" desztináció átlagos tartózkodási ideje egy esetében átlag feletti (Balaton: 3,18 éj), egy esetében az átlagot mutatja (Bük-Sárvár: 2,75 éj), Győr-Pannonhalma (1,73 éj) és a Sopron-Fertő esetében pedig messze átlag alatti (1,82 éj).
- Az osztrák vendégek **életkori összetétele Budapest és a vidéki desztinációk esetében teljesen eltérő képet mutat.** Budapesten a 24 év alatti korosztályok részesedése közel 10%-kal magasabb, mint a vidék esetében, a felnőtt-középkorú (25-54 évesek) korosztályok esetében pedig 52%-kal magasabb Budapesten. Az 55+-os korosztályok részesedése a teljes vendégforgalmon belül vidéken közel két és félszeres mint Budapesten.

AZ OSZTRÁK VENDÉGEK ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDEJE AZ EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
58 SZ. TÁBLÁZAT

Térség	Országos piaci részesedés a teljes osztrák külföldi vendégforgalomból (%)	Az osztrák vendégek vidéken realizált átlagos tartózkodási idejéhez (2,53 éj) képest az egyes desztinációkban látható átlagos tartózkodási idő								
		-40% vagy magasabb	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40% vagy magasabb
összesen	11,22%					2,53				
Balaton	3,27%							3,18		
Bük-Sárvár	2,95%					2,75				
desztináción kívül	1,85%				2,15					
Sopron-Fertő	1,15%			1,82						
Győr-Pannonhalma	0,81%			1,73						
Budapest környéke	0,52%			1,74						
Pécs-Villány	0,17%			1,77						
Mátra-Bükk	0,17%			1,90						
Szeged és térsége	0,14%			1,95						
Debrecen és térsége	0,10%									3,82
Tokaj és Nyíregyháza	0,07%		1,59							
Gyula és térsége	0,03%					2,61				

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Románia

Magyarország Budapesten kívüli desztinációi esetében a román piac jelenléte általánosságban nem kiemelkedő, ugyanakkor egyes kelet-magyarországi desztinációkban a román vendégek aránya szignifikáns. A **15 év feletti romániai (a stratégia során a „román" piac helyett – tekintettel a vélelmezetten nagy számú magyar anyanyelvű román állampolgár beutazására – a „romániai" kifejezést használjuk) utazók 2017-ben összesen** (Romániában és külföldön együttesen) **68.933e vendégéjszakát töltöttek**, amelynek 87,47%-át belföldön (60.296e belföldi vendégéjszaka), a többit külföldön, amely az adott évben **átlagosan 3,71 éjszaka belföldi és 0,53 éjszaka külföldi vendégéjszakát jelentett személyenként** (összesen 4,24 éjjel átlagosan, amely Európában a 30. legmagasabb érték).

A romániai utazók a 15 éves kor feletti korosztályban **2017-ben 8.637e vendégéjszakát töltöttek külföldön, amelyből 8.322e vendégéjszaka az európai kontinensen realizálódott.**

Az összes külföldön eltöltött romániai vendégéjszaka száma **2012 és 2017 között 1,35%-kal bővült** (a 2012-es 8.522e vendégéjszakaszám bővült 8.656e vendégéjszakára), vagyis egy csak szerényen bővülő **román kiutaztató** piacról beszélhetünk.

A romániai vendégek körében a legnépszerűbb (TOP 3) desztinációk Olaszország (2.430e vendégéjszaka), Görögország (1.276e vendégéjszaka) és Németország (867e vendégéjszaka).

Magyarország versenytársai közül **Ausztria 545e** román vendégéjszakát (2012 és 2017 között a változás mértéke +14,24%) realizált (a többi versenytársnak tekintett országról az Eurostat nem rendelkezik adatokkal).

Magyarország részesedése a román kiutazási piacon számottevő (ugyanakkor mind abszolút értékben mind részesedésében csökken), az összes európai romániai vendégéjszaka **6,3%-át töltik a romániaiak Magyarországon** (2012-ben a piaci részesedése Magyarországnak 7,4%-os volt). A romániai vendégéjszakák száma országosan folyamatosan csökken, **6 év alatt** a 2012-es 630e romániai vendégéjszaka 545e vendégéjszakára csökkent **(-85e vendégéjszaka, -14,58%).**

A fenti adatokat árnyalja, hogy a belföldi, Budapesten kívüli desztinációkban növekvő vagy stagnálás közeli romániai vendégéjszakaszámot realizálhattak, tekintettel arra, hogy a vidéki vendégforgalomban a romániai vendégéjszakák száma jellemzően változatlan (vagy akár növekszik) és a budapesti értékekben mutatkozik meg a csökkenés.

A romániai piac fenti változásaival párhuzamosan **a magyarok által Romániában eltöltött vendégéjszakák száma folyamatosan bővül**, a 2012-es 974e vendégéjszaka 115%-os bővüléssel 2017-re 2.094e vendégéjszakára nőtt. Ez azt jelenti, hogy a cserearányok magyar-román relációban öt év időszakában jelentősen romlottak.

A romániai küldőpiaccal kapcsolatos legfontosabb megállapítások az NTAK adatok alapján a következők:

- az NTAK adatok elemzése alapján a **Magyarországra** érkező összes külföldi vendég **6,78%**-a Romániából érkező vendég (az összes külföldi vendégéjszaka 5,33%-ával), **a Budapesten kívüli desztinációkba** érkező vendégek esetében pedig az összes külföldi vendég **9,95%**-a romániai (az összes külföldi vendégéjszaka 8,13%-ával), vagyis vidéken közel minden 10. vendég és 12. vendégéjszaka romániai. Az összes romániai vendégéjszaka 32,68%-a Budapesten realizálódik, a vidéki desztinációk részesedése 67,32%-os.

A RÓMÁNIÁBÓL HAZÁNKBA ÉRKEZŐK VENDÉGFORGALMI ADATAINAK RÉSZLETES BEMUTATÁSA

59 SZ. TÁBLÁZAT

	Buda-pest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesdés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debre-cen	Buda-pest kör-nyéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
magyarok által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,77	1,87	2,03	2,10	2,34	2,69	2,35	1,93	2,02	2,13	2,57	2,05
külföldiek által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,76	1,87	1,86	2,55	1,97	3,24	5,24	1,90	1,71	2,41	3,75	1,76
Romániából érkezett vendé-gek száma (fő)	41 526	62 548	6 727	2 680	6 470	520	1027	706	8 620	4 005	17 672	3 265	3 716	7 140
országos piaci részesedés a teljes román külföldi ven-dégforgalomból (%)			1,07%	0,43%	1,03%	0,08%	0,16%	0,11%	1,37%	0,64%	2,81%	0,52%	0,59%	1,14%
román ven-dégek által generált tartóz-kodási idő (éj)	1,61	2,21	2,77	1,75	1,77	2,00	1,86	2,28	4,88	1,79	1,18	2,21	2,57	1,65
0-18	9,99%	12,11%	14,17%	20,26%	14,40%	18,46%	19,08%	10,91%	16,28%	5,74%	6,48%	17,30%	18,89%	10,24%
19-24	5,88%	11,01%	2,93%	10,97%	3,35%	3,27%	3,41%	5,95%	6,15%	5,47%	26,90%	3,95%	4,57%	4,01%
25-34	19,82%	13,58%	11,30%	16,64%	14,42%	14,81%	15,19%	12,61%	13,48%	20,47%	10,43%	15,31%	15,45%	15,85%
35-44	39,48%	25,48%	20,66%	27,01%	28,01%	31,15%	21,13%	29,75%	20,78%	33,13%	26,47%	23,15%	24,25%	27,56%
45-54	15,16%	20,50%	23,49%	15,19%	21,04%	18,08%	20,35%	24,79%	21,33%	21,22%	18,24%	21,84%	19,99%	22,79%
55-64	6,44%	11,85%	17,24%	6,94%	12,47%	11,15%	14,80%	11,76%	14,56%	10,21%	8,66%	12,34%	11,46%	13,22%
65+	3,23%	5,47%	10,21%	2,99%	6,31%	3,08%	6,04%	4,25%	7,42%	3,75%	2,81%	6,09%	5,38%	6,33%
0-24	15,87%	23,12%	17,10%	31,23%	17,76%	21,73%	22,49%	16,86%	22,42%	11,21%	33,38%	21,26%	23,47%	14,24%
25-54	74,46%	59,56%	55,45%	58,84%	63,46%	64,04%	56,67%	67,14%	55,59%	74,83%	55,15%	60,31%	59,69%	66,20%
55+	9,67%	17,32%	27,46%	9,93%	18,78%	14,23%	20,84%	16,01%	21,98%	13,96%	11,47%	18,44%	16,85%	19,55%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- A vidéki desztinációk közül **az összes romániai vendég több mint 10%-a Győr-Pannonhalma térségben** (és a teljes vendégforgalom 21%-át kitevő Hegyeshalom településen) **realizálódó tranzitvendég** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 2,81%-a a Győr-Pannonhalma térségbe érkező romániai vendég), **a nem tranzitforgalomban részt vevő romániai vendégek jellemzően a Debrecen és térsége** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 1,37%-a a Debrecen és térségébe érkező romániai vendég), **a Gyula és térsége** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 1,07 %-a a térségbe érkező romániai vendég), és **a Szeged és térsége** desztinációt (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 1,03 %-a a érkező romániai vendég), **választják. Érzékelhető romániai vendégforgalom jelentkezik a Balaton, a Mátra-Bükk és a Tokaj és Nyíregyháza térségben** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,59%, 0,52% és 0,43%-a). A többi térségben (Budapest környéke, Sopron-Fertő és Bük-Sárvár térségekben a romániai vendégek részesedése a Budapesten kívüli teljes külföldi vendégforgalmon belül 0,11-0,16%) a romániai vendégforgalom csekély mértékű, ezen térségek romániai vendégeket megszólító képessége szerény. E körben fontos kihangsúlyozni, hogy a romániai vendégforgalom esetében az eltérő motivációk (egynapos tranzitvendég és többnapos szabadidős vendégforgalom) miatt a vendégszám – vendégéjszaka szám vizsgálat meglepő eredményre vezethet: vendégéjszakaszám alapján a román piacon a legnépszerűbb desztináció messze a Debrecen és térsége, vendégszám alapján ugyanakkor Hegyeshalom vendégforgalma 2,5-szeres mértékben haladja meg Hajdúszoboszlóét.
- az alábbi táblázat a romániai vendégforgalom desztinációk közötti megoszlását mutatja **vendégéjszaka** alapon:

ROMÁNIAI VENDÉGFORGALOM MEGOSZLÁSA AZ EGYES DESZTINÁCIÓK KÖZÖTT
60 SZ. TÁBLÁZAT

Balaton	6,91%
Bük-Sárvár	1,17%
Debrecen és térsége	30,50%
Pécs-Villány	0,75%
Mátra-Bükk	5,23%
Tokaj és Nyíregyháza	3,40%
Gyula és térsége	13,53%
Szeged és térsége	8,32%
Győr-Pannonhalma	15,05%
Budapest környéke	5,20%
Sopron-Fertő	1,38%
Desztináción kívül	8,55%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- **A romániai vendégek országosan 1,97 éjszakát, Budapesten 1,61 éjszakát, a Budapesten kívüli desztinációkban 2,21 éjszakát töltenek átlagosan.** Az átlagos tartózkodási idő **jelentősen magasabb a Debrecen és térségében** (4,88 éj) és Gyula és térségében (2,77 éj), magasabb a Balatonon (2,57 éj), átlagos a Mátra-Bükkben (2,21 éj), a Bük-Sárvár térségben (2,28 éj) és a Pécs-Villány desztinációban (2,00 éj), az összes többi desztinációban átlag alatti, Győr-Pannonhalma esetében pedig (tranzitforgalmat mutatóan) mindössze 1,18 éj.
- A romániai vendégek **életkori összetétele Budapest és a vidéki desztinációk esetében teljesen eltérő képet mutat.** Budapesten a 24 év alatti korosztályok részesedése közel 30%-kal alacsonyabb, mint a vidék esetében, a felnőtt-középkorú (25-54 évesek) korosztályok aránya 25%-kal magasabb Budapesten. Az 55+-os korosztályok aránya vidéken közel kétszeres, mint Budapesten.

A ROMÁNIAI VENDÉGEK ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDEJE AZ EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
61 SZ. TÁBLÁZAT

Térség	Országos piaci részesedés a teljes román külföldi vendégforgalomból (%)	A román vendégek vidéken realizált átlagos tartózkodási idejéhez (2,21 éj) képest az egyes desztinációkban látható átlagos tartózkodási idő								
		-40% vagy magasabb	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40% vagy magasabb
összesen	10,98%					2,21				
Győr-Pannonhalma	4,13%	1,18								
Debrecen és térsége	1,95%									4,88
Gyula és térsége	1,58%							2,77		
desztináción kívül	1,14%			1,65						
Balaton	0,78%						2,57			
Mátra-Bükk	0,72%					2,21				
Tokaj és Nyíregyháza	0,61%			1,75						
Szeged és térsége	0,45%				1,77					
Budapest környéke	0,25%				1,79					
Sopron-Fertő	0,24%				1,86					
Bük-Sárvár	0,17%					2,28				
Pécs-Villány	0,12%					2,00				

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Magyarország Budapesten kívüli desztinációi esetében – főleg a nyugat- és észak-magyarországi desztinációk esetében – a szlovák piacon való sikeres részvétel kulcsfontosságú. A **15 év feletti szlovákiai (a stratégia során a „szlovák" piac helyett – tekintettel a vélelmezetten nagy számú magyar anyanyelvű szlovák állampolgár beutazására – a „szlovákiai" kifejezést használjuk) utazók 2018-ban összesen** (Szlovákiában és külföldön együttesen) **53.170e vendégéjszakát töltöttek**, amelynek 48,97%-át belföldön (26.020e belföldi vendégéjszaka), a többit külföldön, amely az adott évben **átlagosan 5,73 éjszaka belföldi és 5,98 éjszaka külföldi vendégéjszakát jelentett személyenként** (összesen 11,70 éjjel átlagosan, amely Európában a 19. legmagasabb érték).

A szlovákiai utazók a 15 éves kor feletti korosztályban **2018-ban 27.149e vendégéjszakát töltöttek külföldön, amelyből 24.246e vendégéjszaka az európai kontinensen realizálódott**.

Az összes külföldön eltöltött szlovákiai vendégéjszaka száma **2012 és 2018 között 35,44%-kal bővült** (a 2012-es 20.045e vendégéjszakaszám bővült 27.149e vendégéjszakára), vagyis egy **dinamikusan növekvő szlovákiai kiutaztató** piacról beszélhetünk.

A szlovákiai vendégek körében a legnépszerűbb (TOP 3) desztinációk Csehország (5.015e vendégéjszaka, 2012 és 2018 között a változás mértéke +176,82%), Horvátország (3.481e vendégéjszaka, 2012 és 2018 között a változás mértéke +5,35%) és Olaszország (2.379e vendégéjszaka).

Magyarország versenytársai közül (a fentebb említett Horvátország és Csehország mellett) **Ausztria 1.212e** szlovákiai vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértéke +75,85%), **Lengyelország 376e** szlovákiai vendégéjszakát (2012 és 2018 között a változás mértékére nézve nincs adat), realizált (Románia és Szlovénia esetében az Eurostat nem közöl adatokat).

Magyarország részesedése a szlovákiai kiutazási piacon jelentős (ugyanakkor mind abszolút értékében mind a részesedés mértékét illetően csökken), az összes európai szlovákiai vendégéjszaka **3,85%-át töltik a szlovákiaiak Magyarországon** (2012-ben a piaci részesedése Magyarországnak még 5,7%-os volt). A szlovákiai vendégéjszakák száma országosan folyamatosan csökken, **6 év alatt** a 2012-es 1.142e szlovákiai vendégéjszaka 1.045e vendégéjszakára csökkent **(-96e vendégéjszaka, -8,42%).** Ez azt is jelenti, hogy **a szlovák piac Magyarországon nemcsak abszolút mértékben csökkent, de a versenytársainkhoz képest lemaradásunk tovább nőtt. Magyarország részesedése a horvát-cseh desztinációknak harmadát-ötödét teszi ki mindösszesen.**

A fenti adatokat árnyalja, hogy a belföldi, Budapesten kívüli desztinációkban növekvő szlovákiai vendégéjszakaszámot realizálhattak, tekintettel arra, hogy a vidéki vendégforgalomban a szlovákiai vendégéjszakák száma növekszik és a budapesti értékekben mutatkozik meg a csökkenés.

A szlovákiai piac fentebb bemutatott jellemzőivel párhuzamosan **a magyarok által Szlovákiában eltöltött vendégéjszakák száma is folyamatosan bővül**, a 2012-es 464e vendégéjszaka 186%-os bővüléssel 2018-ra 1.329e vendégéjszakára nőtt. Ez azt jelenti, hogy a cserearányok magyar-szlovák relációban hat év időszakában a magyar turizmus hátrányára romlottak.

A szlovákiai küldőpiaccal kapcsolatos legfontosabb megállapítások az NTAK adatok alapján a következők:

- az NTAK adatok elemzése alapján a **Magyarországra** érkező összes külföldi vendég **4,84%**-a Szlovákiából érkező vendég (az összes külföldi vendégéjszaka 4,27%-a), **a Budapesten kívüli desztinációkba** érkező vendégek esetében pedig az összes külföldi vendég **8,44 %**-a szlovákiai (az összes külföldi vendégéjszaka 7,65%-a), vagyis vidéken közel minden 11. vendég és 13. vendégéjszaka szlovákiai. Az összes szlovákiai vendégéjszaka 20,92%-a Budapesten realizálódik, a vidéki desztinációk részesedése 7%-os.

SZLOVÁKIA VENDÉGFORGALMI ADATAINAK RÉSZLETES BEMUTATÁSA
62 SZ. TÁBLÁZAT

	Buda-pest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesedés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debre-cen	Buda-pest kör-nyéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
magyarok által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,77	1,87	2,03	2,10	2,34	2,69	2,35	1,93	2,02	2,13	2,57	2,05
külföldiek által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,76	1,87	1,86	2,55	1,97	3,24	5,24	1,90	1,71	2,41	3,75	1,76
Szlovákiai vendégek száma (fő)	21 153	53 070	729	2 888	1 149	823	1 261	5 853	3 396	5 115	3 623	8 324	16 134	3 775
országos piaci részesedés a teljes szlovák külföldi vendégforgalomból (%)			0,12%	0,46%	0,18%	0,13%	0,20%	0,93%	0,54%	0,81%	0,58%	1,32%	2,57%	0,60%
szlovák vendégek által generált tartózkodási idő (éj)	1,62	2,45	2,50	1,84	2,05	2,13	2,26	2,45	4,91	1,97	1,70	2,27	2,55	2,21
0-18	8,99%	13,44%	4,80%	23,23%	19,23%	4,86%	1,59%	12,76%	15,69%	11,52%	10,43%	13,20%	14,84%	10,75%
19-24	6,16%	4,35%	3,16%	10,46%	3,31%	2,31%	3,57%	3,25%	6,65%	5,04%	5,55%	2,61%	3,84%	4,56%
25-34	20,24%	13,81%	6,31%	13,99%	12,88%	9,72%	10,94%	9,58%	14,93%	16,07%	19,10%	12,93%	13,98%	15,89%
35-44	40,22%	23,31%	17,70%	24,97%	23,93%	28,19%	26,41%	21,32%	19,08%	27,31%	28,07%	18,74%	23,83%	25,59%
45-54	14,59%	19,92%	19,89%	14,06%	21,24%	26,49%	23,24%	20,96%	18,76%	19,20%	18,35%	21,60%	19,53%	21,35%
55-64	6,75%	16,43%	29,49%	9,35%	12,10%	16,89%	17,53%	20,86%	16,25%	14,21%	13,75%	19,68%	16,05%	13,59%
65+	3,05%	8,73%	18,66%	3,95%	7,31%	11,54%	16,73%	11,26%	8,63%	6,65%	4,75%	11,24%	7,94%	8,26%
0-24	15,14%	17,79%	7,96%	33,69%	22,54%	7,17%	5,15%	16,01%	22,35%	16,56%	15,98%	15,81%	18,67%	15,31%
25-54	75,06%	57,04%	43,90%	53,01%	58,05%	64,40%	60,59%	51,87%	52,77%	62,58%	65,53%	53,27%	57,34%	62,83%
55+	9,80%	25,16%	48,15%	13,30%	19,41%	28,43%	34,26%	32,12%	24,88%	20,86%	18,49%	30,92%	23,99%	21,85%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- A vidéki desztinációk közül **az összes szlovákiai vendég több mint 30%-a a Balaton térségben** realizálódik (és az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 2,57%-a a Balaton térségébe érkező szlovákiai vendég), **jelentős számú a szlovákiai vendégforgalom a Mátra-Bükk** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 1,32%-a a térségébe érkező szlovákiai vendég) **és a Bük-Sárvár térségekben** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,93%-a a térségbe érkező szlovákiai vendég), **érzékelhető szlovákiai vendégforgalom jelentkezik a Budapest környéke, a Debrecen és térsége, a Győr-Pannonhalma és a Tokaj és Nyíregyháza térségekben** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,81%, 0,54%, 0,58% és 0,46%-a). A többi térségben (Szeged és térsége, Sopron-Fertő, Gyula és térsége és Pécs-Villány térségekben a szlovákiai vendégek részesedése a Budapesten kívüli teljes külföldi vendégforgalmon belül 0,12-0,20%) a szlovákiai vendégforgalom csekély mértékű, ezen térségek szlovákiai vendégeket megszólító képessége szerény.
- az alábbi táblázat a szlovákiai vendégforgalom desztinációk közötti megoszlását mutatja **vendégéjszaka** alapon:

SZLOVÁK VENDÉGFORGALOM MEGOSZLÁSA AZ EGYES DESZTINÁCIÓK KÖZÖTT 63 SZ. TÁBLÁZAT

Balaton	31,75%
Bük-Sárvár	11,03%
Debrecen és térsége	12,85%
Pécs-Villány	1,35%
Mátra-Bükk	14,57%
Tokaj és Nyíregyháza	4,09%
Gyula és térsége	1,40%
Szeged és térsége	1,81%
Győr-Pannonhalma	4,75%
Budapest környéke	7,76%
Sopron-Fertő	2,19%
Desztináción kívül	6,43%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- **A szlovákiai vendégek országosan 2,21 éjszakát, Budapesten 1,62 éjszakát, a Budapesten kívüli desztinációkban 2,45 éjszakát töltenek átlagosan.** Az átlagos tartózkodási idő **jelentősen magasabb a Debrecen és térségben** (4,91 éj), a legkedveltebb „szlovákiai" desztinációkban átlagos vagy kevéssé átlag alatti (Balaton: 2,55 éj, Mátra-Bükk: 2,26 éj, Bük-Sárvár: 2,45 éj). A szlovákiai vendégek a Győr-Pannonhalma térség kivételével mindenhol közel kétéjszakás átlagos tartózkodásra érkeznek a vidéki desztinációkba.
- A szlovákiai vendégek **életkori összetétele Budapest és a vidéki desztinációk esetében teljesen eltérő képet mutat.** Budapesten a 24 év alatti korosztályok részesedése közel 15%-kal alacsonyabb, mint a vidék esetében, a felnőtt-középkorú (25-54 évesek) korosztályok aránya ugyanakkor 30%-kal magasabb Budapesten. Az 55+-os korosztályok aránya vidéken két és félszeres, mint Budapesten.

A SZLOVÁKIÁBÓL ÉRKEZŐ TURISTÁK TARTÓZKODÁSI IDEJE AZ EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
64 SZ. TÁBLÁZAT

Térség	Országos piaci részesedés a teljes szlovák külföldi vendég-forgalomból (%)	A szlovák vendégek vidéken realizált átlagos tartózkodási idejéhez (2,45 éj) képest az egyes desztinációkban látható átlagos tartózkodási idő								
		-40% vagy magasabb	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40% vagy magasabb
összesen	8,44%					2,45				
Balaton	2,57%					2,55				
Mátra-Bükk	1,32%				2,26					
Bük-Sárvár	0,93%					2,45				
Budapest környéke	0,81%				1,97					
desztináción kívül	0,60%					2,21				
Győr-Pannonhalma	0,58%		1,70							
Debrecen és térsége	0,54%									4,91
Tokaj és Nyíregyháza	0,46%			1,84						
Sopron-Fertő	0,20%					2,26				
Szeged és térsége	0,18%				2,05					
Pécs-Villány	0,13%				2,13					
Gyula és térsége	0,12%					2,50				

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Lengyelország

Magyarország Budapesten kívüli desztinációi esetében – főleg az északkelet-magyarországi desztinációk esetében – a lengyel piacon való sikeres részvétel hagyományosan kulcsfontosságú. A **15 év feletti lengyel utazók 2017-ben összesen** (Lengyelországban és külföldön együttesen) **333.351e vendégéjszakát töltöttek**, amelynek 64,26%-át belföldön (214.207e belföldi vendégéjszaka), a többit külföldön, amely az adott évben **átlagosan 6,73 belföldi és 3,74 külföldi vendégéjszakát jelentett személyenként** (összesen 10,47 éjjel átlagosan, amely Európában a 21. legmagasabb érték).

A lengyel utazók a 15 éves kor feletti korosztályban **2017-ben 119.143e vendégéjszakát töltöttek külföldön, amelyből 105.043e vendégéjszaka az európai kontinensen realizálódott.** Az összes külföldön eltöltött lengyel vendégéjszaka száma **2012 és 2017 között 38,61%-kal bővült** (a 2012-es 85.954e vendégéjszakaszám bővült 119.142e vendégéjszakára), vagyis egy **dinamikusan növekvő lengyel kiutaztató** piacról beszélhetünk.

A lengyel vendégek körében a legnépszerűbb (TOP 3) desztinációk Németország (25.317e vendégéjszaka), az Egyesült Királyság (13.475e vendégéjszaka) és Olaszország (8.506e vendégéjszaka).

Magyarország versenytársai közül 2017-ben **Horvátország 6.098e** lengyel vendégéjszakát (2012 és 2017 között a változás mértéke +122,82%), **Ausztria 3.196e** lengyel vendégéjszakát (2012 és 2017 között a változás mértéke +78,04%), **Csehország 3.715e** lengyel vendégéjszakát (2012 és 2017 között a változás mértéke +89,28%), **Szlovákia 2.039e** lengyel vendégéjszakát (2012 és 2017 között a változás mértéke +60,02%), **Románia 234e** lengyel vendégéjszakát (2014 és 2017 között a változás mértéke +50,44%), **Szlovénia 74e** lengyel vendégéjszakát (csak a 2017-es adat áll rendelkezésre) realizált. **Magyarország részesedése a lengyel kiutazási piacon jelentős (abszolút értékben növekvő, ugyanakkor részesedésében csökkenő),** az összes európai lengyel vendégéjszaka **1,2%-át töltik a lengyelek Magyarországon** (2012-ben a piaci részesedése Magyarországnak 1,5%-os volt). A lengyel vendégéjszakák száma országosan folyamatosan növekszik, **5 év alatt** a 2012-es 1.321e lengyel vendégéjszaka 1.519e vendégéjszakára nőtt **(+198e vendégéjszaka, +15,00%).** Ez azt is jelenti, hogy **a lengyel piac Magyarországon ugyan abszolút mértékben nőtt, de a versenytársainkhoz képest a növekedés sokkal szerényebb és Magyarország részesedése a horvát-szlovák-osztrák-cseh desztinációknak csak felét-harmadát teszi ki mindösszesen.**

A belföldi Budapesten kívüli desztinációk közül 2012 és 2018 között a Gyula és térsége desztináció kivételével mind növekvő lengyel vendégéjszakaszámot realizálhattak.

A lengyel piac örömteli bővülésével párhuzamosan **a magyarok által Lengyelországban eltöltött vendégéjszakák száma is folyamatosan bővül**, a 2012-es 252e vendégéjszaka 243%-os bővüléssel 2018-ra 856e vendégéjszakára nőtt. Ez azt jelenti, hogy a lengyelek Magyarországra irányuló vendégforgalmát a magyarok Lengyelország irányuló vendégforgalma növekedési dinamikáját tekintve meghaladja, vagyis a cserearányok magyar-lengyel relációban – a fenti kedvezőnek tűnő adatok ellenére – hat év időszakában romlottak. A fenti adatsor azt is jelenti, hogy **a 32 milliónyi 15 év feletti lengyel Magyarországon 2017-ben 1.519e vendégéjszakát töltött, amíg a 8,2 milliónyi 15 év feletti magyar ugyanebben az évben 865e vendégéjszakát töltött Lengyelországban, ami a lakosságszám különbözőség figyelembe vételével kifejezett kedvezőtlen arányokat mutat Magyarország számára.**

A lengyel küldőpiaccal kapcsolatos legfontosabb megállapítások az NTAK adatok alapján a következők:

- az NTAK adatok elemzése alapján a **Magyarországra** érkező összes külföldi vendég **4,16%**-a Lengyelországból érkező vendég (az összes külföldi vendégéjszaka 4,14%-a), **a Budapesten kívüli desztinációkba** érkező vendégek esetében pedig az összes külföldi vendég **5,53%**-a lengyel (az összes külföldi vendégéjszaka 5,77%-a), vagyis vidéken minden 18. vendég és 17. vendégéjszaka lengyel. Az összes lengyel vendégéjszaka 38,42%-a Budapesten realizálódik, a vidéki desztinációk részesedése 61,58%-os.

A LENGYELORSZÁGBÓL HAZÁNKBA ÉRKEZŐK VENDÉGFORGALMI ADATAINAK RÉSZLETES BEMUTATÁSA
65 SZ. TÁBLÁZAT

	Buda-pest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesdés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debre-cen	Buda-pest kör-nyéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
magyarok által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,77	1,87	2,03	2,10	2,34	2,69	2,35	1,93	2,02	2,13	2,57	2,05
külföldiek által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,76	1,87	1,86	2,55	1,97	3,24	5,24	1,90	1,71	2,41	3,75	1,76
A lengyel vendégek száma (fő)	29 183	34 735	90	2 056	1 352	498	614	1 338	3 514	4 573	1 642	6 838	8 005	4 215
országos piaci részesedés a teljes lengyel külföldi vendégforgalomból (%)			0,01%	0,33%	0,22%	0,08%	0,10%	0,21%	0,56%	0,73%	0,26%	1,09%	1,27%	0,67%
lengyel vendégek által generált tartózkodási idő (éj)	2,09	2,82	2,79	2,21	1,53	2,00	1,68	2,72	5,93	1,62	1,63	2,47	3,73	1,84
0-18	7,72%	13,38%	4,44%	18,68%	20,27%	9,04%	7,49%	12,03%	18,16%	3,11%	7,57%	9,37%	22,15%	9,51%
19-24	5,49%	4,34%	12,22%	12,40%	3,99%	2,61%	3,09%	3,44%	5,32%	4,29%	3,25%	2,41%	3,44%	4,58%
25-34	18,79%	15,53%	13,33%	12,84%	13,46%	12,65%	16,45%	14,72%	13,66%	21,56%	10,87%	11,42%	15,97%	18,65%
35-44	39,08%	26,84%	23,33%	28,02%	23,08%	31,73%	28,01%	21,90%	20,86%	35,36%	24,13%	22,58%	27,28%	25,17%
45-54	17,16%	18,95%	16,67%	16,63%	17,83%	21,89%	21,17%	17,79%	15,59%	21,95%	23,74%	22,48%	15,70%	20,71%
55-64	8,27%	13,47%	22,22%	8,22%	11,69%	16,06%	15,80%	16,29%	14,68%	10,56%	20,03%	20,04%	10,12%	14,45%
65+	3,49%	7,48%	7,78%	3,21%	9,69%	6,02%	7,98%	13,83%	11,72%	3,17%	10,40%	11,70%	5,35%	6,93%
0-24	13,22%	17,73%	16,67%	31,08%	24,26%	11,65%	10,59%	15,47%	23,48%	7,39%	10,82%	11,79%	25,58%	14,09%
25-54	75,03%	61,32%	53,33%	57,49%	54,36%	66,27%	65,64%	54,41%	50,11%	78,88%	58,74%	56,48%	58,95%	64,53%
55+	11,76%	20,95%	30,00%	11,43%	21,38%	22,09%	23,78%	30,12%	26,41%	13,73%	30,43%	31,73%	15,47%	21,38%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- A vidéki desztinációk közül **az összes lengyel vendég több mint 50%-a Balaton és a Mátra-Bükk térségében** realizálódik, emellett az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 1,27%-a Balaton és 1,09%-a Mátra-Bükk térségébe érkező lengyel vendég, **érzékelhető lengyel vendégforgalom jelentkezik Debrecen és térségében** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,56%-a, kiemelkedően magas 5,93-as átlagos tartózkodási idővel) és a Budapest környéke desztinációban (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,73%-a). A többi térségben (Szeged és térsége, Sopron-Fertő, Gyula és térsége, Bük-Sárvár és Pécs-Villány térségekben a lengyel vendégek részesedése a Budapesten kívüli teljes külföldi vendégforgalmon belül 0,01-0,33%) a lengyel vendégforgalom csekély mértékű, ezen térségek lengyel vendégeket megszólító képessége szerény.
- az alábbi táblázat a lengyel vendégforgalom desztinációk közötti megoszlását mutatja **vendégéjszaka** alapon:

A LENGYEL VENDÉGFORGALOM MEGOSZLÁSA AZ EGYES DESZTINÁCIÓK KÖZÖTT 66 SZ. TÁBLÁZAT

Balaton	30,47%
Bük-Sárvár	3,71%
Debrecen és térsége	21,25%
Pécs-Villány	1,02%
Mátra-Bükk	17,23%
Tokaj és Nyíregyháza	4,65%
Gyula és térsége	0,26%
Szeged és térsége	2,11%
Győr-Pannonhalma	2,74%
Budapest környéke	7,58%
Sopron-Fertő	1,05%
Desztináción kívül	7,93%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- **A lengyel vendégek országosan 2,49 éjszakát, Budapesten 2,09 éjszakát, a Budapesten kívüli desztinációkban 2,82 éjszakát töltenek átlagosan.** Az átlagos tartózkodási idő **jelentősen magasabb a szabadidős vendégeket fogadó desztinációkban: Debrecen és térségében** (5,93 éj), a Balaton térségében (3,73 éj), a Bük-Sárvár térségében (2,72 éj) és a Gyula és térségében (2,79 éj). Az összes többi desztinációban átlag alatti, a tranzitforgalom által generált vendégforgalmú desztinációkban (beleértve a Vecsést is magába foglaló Budapest környékét) pedig kifejezetten alacsony.
- A lengyel vendégek **életkori összetétele Budapest és a vidéki desztinációk esetében teljesen eltérő képet mutat.** Budapesten a 24 év alatti korosztályok részesedése közel 25%-kal alacsonyabb, mint a vidék esetében, a felnőtt-középkorú (25-54 évesek) korosztályok aránya ugyanakkor 20%-kal magasabb Budapesten. Az 55+-os korosztályok aránya vidéken kétszeres, mint Budapesten.

ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDŐ AZ EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
67 SZ. TÁBLÁZAT

Térség	Országos piaci részesedés a teljes lengyel külföldi vendégforgalomból (%)	A lengyel vendégek vidéken realizált átlagos tartózkodási idejéhez (2,82 éj) képest az egyes desztinációkban látható átlagos tartózkodási idő								
		-40% vagy magasabb	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40% vagy magasabb
összesen	5,53%					2,82				
Balaton	1,27%								3,73	
Mátra-Bükk	1,09%				2,47					
Budapest környéke	0,73%	1,62								
desztináción kívül	0,67%		1,84							
Debrecen és térsége	0,56%									5,93
Tokaj és Nyíregyháza	0,33%			2,21						
Győr-Pannonhalma	0,26%	1,63								
Szeged és térsége	0,22%	1,53								
Bük-Sárvár	0,21%					2,72				
Sopron-Fertő	0,10%	1,68								
Pécs-Villány	0,08%			2,00						
Gyula és térsége	0,01%					2,79				

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Ukrajna

Az Eurostat adataira épülő küldőpiaci elemzésre nincsen lehetőség, tekintettel arra, hogy az Eurostat az ukrán turizmussal kapcsolatosan adatokat nem gyűjt és nem rendszerez. Az ukrán küldőpiaccal kapcsolatos legfontosabb megállapítások csupán az NTAK adatai alapján a következők:

- az NTAK adatok elemzése alapján a **Magyarországra** érkező összes külföldi vendég **4,43%**-a Ukrajnából érkező vendég (az összes külföldi vendégéjszaka 3,35%-a), **a Budapesten kívüli desztinációkba** érkező vendégek esetében pedig az összes külföldi vendég **4,82%**-a ukrán (az összes külföldi vendégéjszaka 4,00%-a), vagyis vidéken közel minden 20. vendég és 25. vendégéjszaka ukrán. Az összes ukrán vendégéjszaka 47,22%-a Budapesten realizálódik, a vidéki desztinációk részesedése 52,78%-os.

UKRAJNA VENDÉGFORGALMI ADATAINAK RÉSZLETES BEMUTATÁSA
68 SZ. TÁBLÁZAT

	Budapest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesedés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debrecen	Budapest környéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
magyarok által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,77	1,87	2,03	2,10	2,34	2,69	2,35	1,93	2,02	2,13	2,57	2,05
külföldiek által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,76	1,87	1,86	2,55	1,97	3,24	5,24	1,90	1,71	2,41	3,75	1,76
Ukrán vendégek száma (fő)	37 646	30 275	78	2 352	313	131	2 199	457	3 142	1 610	5 898	1 708	3 033	9 354
országos piaci részesedés a teljes ukrán külföldi vendégforgalomból (%)			0,01%	0,37%	0,05%	0,02%	0,35%	0,07%	0,50%	0,26%	0,94%	0,27%	0,48%	1,49%
ukrán vendégek által generált tartózkodási idő (éj)	1,61	2,24	3,88	2,09	4,24	11,02	1,03	4,48	7,06	1,90	1,54	1,83	3,69	0,74
0-18	14,40%	10,39%	3,85%	12,20%	8,95%	12,21%	17,78%	7,22%	14,86%	21,49%	10,26%	20,43%	8,21%	3,98%
19-24	6,98%	7,96%	8,97%	22,79%	10,22%	6,11%	10,37%	7,22%	4,17%	7,76%	11,12%	4,04%	5,11%	4,59%
25-34	17,31%	12,38%	6,41%	14,97%	18,53%	22,14%	16,33%	16,41%	10,50%	14,41%	12,31%	13,76%	12,17%	10,47%

	Buda-pest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesdés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debre-cen	Buda-pest kör-nyéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
35-44	37,71%	23,25%	14,10%	22,28%	27,48%	25,95%	26,10%	22,10%	16,10%	27,83%	47,10%	20,14%	16,88%	11,99%
45-54	12,85%	15,81%	16,67%	16,50%	23,32%	19,85%	18,51%	28,01%	20,72%	19,88%	10,85%	21,25%	22,58%	11,68%
55-64	7,85%	25,72%	19,23%	8,08%	8,95%	10,69%	7,78%	12,91%	20,46%	6,58%	6,88%	16,57%	23,57%	55,13%
65+	2,90%	4,48%	30,77%	3,19%	2,56%	3,05%	3,14%	6,13%	13,18%	2,05%	1,48%	3,81%	11,47%	2,16%
0-24	21,37%	18,35%	12,82%	34,99%	19,17%	18,32%	28,15%	14,44%	19,03%	29,25%	21,38%	24,47%	13,32%	8,56%
25-54	67,88%	51,45%	37,18%	53,74%	69,33%	67,94%	60,94%	66,52%	47,33%	62,11%	70,26%	55,15%	51,63%	34,15%
55+	10,75%	30,20%	50,00%	11,27%	11,50%	13,74%	10,91%	19,04%	33,64%	8,63%	8,36%	20,37%	35,05%	57,29%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- A vidéki desztinációk közül **az összes ukrán vendég közel hetede a Győr-Pannonhalma térségben** realizálódik, emellett az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,94%-a a Győr-Pannonhalma térségébe érkező ukrán vendég, a desztinációs településeken kívül realizálódik az ukrán vendégforgalom közel harmada.
- az alábbi táblázat az ukrán vendégforgalom desztinációk közötti megoszlását mutatja **vendégéjszaka** alapon:

UKRÁN VENDÉGFORGALOM MEGOSZLÁSA AZ EGYES DESZTINÁCIÓK KÖZÖTT
69 SZ. TÁBLÁZAT

Balaton	16,49%
Bük-Sárvár	3,01%
Debrecen és térsége	32,69%
Pécs-Villány	2,13%
Mátra-Bükk	4,61%
Tokaj és Nyíregyháza	7,24%
Gyula és térsége	0,45%
Szeged és térsége	1,95%
Győr-Pannonhalma	13,37%
Budapest környéke	4,50%
Sopron-Fertő	3,34%
Desztináción kívül	10,21%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- **Az ukrán vendégforgalmon belül nehéz megbecsülni a vendégmunkás/tranzitforgalom/kamionsofőr arányt, de a területi eloszlásából és az alacsony tartózkodási időből ezek magas arányára lehet következtetni.**
- A fentieken felül **érzékelhető ukrán vendégforgalom jelentkezik Debrecen és térségében** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,50%-a), a Balaton (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,48%-a) és a Sopron-Fertő (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,35%-a) térségekben. A többi térségben (Szeged és térsége, Gyula és térsége, Budapest környéke, Bük-Sárvár, Mára-Bükk és Pécs-Villány térségekben az ukrán vendégek részesedése a Budapesten kívüli teljes külföldi vendégforgalmon belül 0,01-0,37%) az ukrán vendégforgalom csekély mértékű, ezen térségek ukrán vendégeket megszólító képessége szerény.
- **Az ukrán vendégek országosan 1,89 éjszakát, Budapesten 1,61 éjszakát, a Budapesten kívüli desztinációkban 2,24 éjszakát töltenek átlagosan.** Az átlagos tartózkodási idő **jelentősen magasabb a Pécs-Villány** (11,02 éj), **a Debrecen és térségében** (7,27 éj), Bük-Sárvár (4,48 éj), Szeged és térségében (4,24 éj), a Gyula és térségében (3,88 éj) és a Balaton térségében (3,69 éj). A többi, jelentősebb az ukrán vendégforgalmat generáló desztinációban (Győr-Pannonhalma, Sopron-Fertő) átlagtól messze elmaradó a tartózkodási idő.
- Az ukrán vendégek **életkori összetétele Budapest és a vidéki desztinációk esetében teljesen eltérő képet mutat.** Budapesten a 24 év alatti korosztályok részesedése közel 15%-kal magasabb, mint a vidék esetében, a felnőtt-középkorú (25-54 évesek) korosztályok aránya ugyanakkor már 30%-kal magasabb Budapesten. Az 55+-os korosztályok aránya vidéken háromszoros, mint Budapesten.

AZ UKRÁN VENDÉGEK ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDEJE AZ EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
70 SZ. TÁBLÁZAT

Térség	Országos piaci részesedés a teljes ukrán külföldi vendégforgalomból (%)	Az ukrán vendégek vidéken realizált átlagos tartózkodási idejéhez (2,24 éj) képest az egyes desztinációkban látható átlagos tartózkodási idő								
		-40% vagy magasabb	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40% vagy magasabb
összesen	4,82%					2,24				
desztináción kívül	1,49%		1,41							
Győr-Pannonhalma	0,94%		1,54							
Debrecen és térsége	0,50%									7,06
Balaton	0,48%									3,69
Sopron-Fertő	0,35%	1,03								
Tokaj és Nyíregyháza	0,37%					2,09				
Mátra-Bükk	0,27%				1,83					
Budapest környéke	0,26%				1,90					

Térség	Országos piaci részesedés a teljes ukrán külföldi vendégforgalomból (%)	Az ukrán vendégek vidéken realizált átlagos tartózkodási idejéhez (2,24 éj) képest az egyes desztinációkban látható átlagos tartózkodási idő								
		-40% vagy magasabb	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40% vagy magasabb
Bük-Sárvár	0,07%									4,48
Szeged és térsége	0,05%									4,24
Pécs-Villány	0,02%									11,02
Gyula és térsége	0,01%									3,88

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

Oroszország

Az Eurostat adataira épülő küldőpiaci elemzésre nincsen lehetőség, tekintettel arra, hogy az Eurostat az orosz turizmussal kapcsolatosan adatokat nem gyűjt és nem rendszerez. Az orosz küldőpiaccal kapcsolatos legfontosabb megállapítások az NTAK adatai alapján a következők:

- az NTAK adatok elemzése alapján a **Magyarországra** érkező összes külföldi vendég **3,63%**-a Oroszországból érkező vendég (az összes külföldi vendégéjszaka 5,33%-a), **a Budapesten kívüli desztinációkba** érkező vendégek esetében pedig az összes külföldi vendég **3,11%**-a orosz (az összes külföldi vendégéjszaka 6,08%-a), vagyis vidéken közel minden 30. vendég és 16. vendégéjszaka orosz. Az összes orosz vendégéjszaka 49,61%-a Budapesten realizálódik, a vidéki desztinációk részesedése 50,39%-os.

OROSZORSZÁG VENDÉGFORGALMI ADATAINAK RÉSZLETES BEMUTATÁSA, 71 SZ. TÁBLÁZAT

	Budapest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesdés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debrecen	Budapest környéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
magyarok által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,77	1,87	2,03	2,10	2,34	2,69	2,35	1,93	2,02	2,13	2,57	2,05
külföldiek által generált tartózkodási idő országosan (éj)			2,76	1,87	1,86	2,55	1,97	3,24	5,24	1,90	1,71	2,41	3,75	1,76
Az orosz vendégek száma (fő)	36 121	19 567	14	174	413	353	699	904	1 937	934	517	1 001	11 694	927

	Buda-pest	vidék	Desztinációkban és azon kívül látható részletes adatok az érintett ország vonatkozásában (átlagos tartózkodási idő, országos piaci részesedés, egyes korosztályok részesedése, aránya)											
			Gyula	Tokaj	Szeged	Pécs	Sopron	Bük-Sárvár	Debre-cen	Buda-pest kör-nyéke	Győr	Mátra	Balaton	OUT
országos piaci részesedés a teljes orosz külföldi vendégforgalomból (%)			0,00%	0,03%	0,07%	0,06%	0,11%	0,14%	0,31%	0,15%	0,08%	0,16%	1,86%	0,15%
orosz vendégek által generált tartózkodási idő (éj)	2,81	5,27	5,86	1,79	2,74	3,43	1,53	5,19	6,80	1,83	3,16	3,37	6,24	1,87
0-18	5,07%	6,67%	0,00%	6,32%	11,86%	5,10%	10,44%	4,65%	8,21%	6,96%	10,83%	29,97%	3,98%	7,23%
19-24	4,37%	2,85%	0,00%	17,24%	5,57%	1,98%	7,58%	1,88%	5,27%	4,71%	5,61%	4,60%	1,21%	6,90%
25-34	16,15%	8,42%	7,14%	21,84%	19,61%	15,01%	12,45%	5,53%	14,77%	16,27%	10,06%	10,39%	5,14%	15,43%
35-44	45,53%	16,16%	28,57%	22,41%	23,73%	33,43%	22,32%	20,35%	17,50%	33,30%	46,03%	16,88%	10,91%	24,92%
45-54	15,55%	20,51%	21,43%	16,67%	20,34%	17,56%	21,32%	25,55%	20,86%	24,30%	16,63%	16,58%	20,16%	23,09%
55-64	9,55%	28,36%	14,29%	13,22%	14,53%	17,28%	17,31%	26,00%	20,08%	11,56%	9,28%	15,28%	35,84%	17,04%
65+	3,78%	17,02%	28,57%	2,30%	4,36%	9,63%	8,58%	16,04%	13,32%	2,89%	1,55%	6,29%	22,75%	5,39%
0-24	9,44%	9,52%	0,00%	23,56%	17,43%	7,08%	18,03%	6,53%	13,47%	11,67%	16,44%	34,57%	5,20%	14,13%
25-54	77,23%	45,10%	57,14%	60,92%	63,68%	66,01%	56,08%	51,44%	53,12%	73,88%	72,73%	43,86%	36,22%	63,43%
55+	13,32%	45,38%	42,86%	15,52%	18,89%	26,91%	25,89%	42,04%	33,40%	14,45%	10,83%	21,58%	58,59%	22,44%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- A vidéki desztinációk közül **az összes orosz vendég több mint 70%-a Balaton térségben** realizálódik, ugyanakkor az összes Budapesten kívüli külföldi vendégnek csupán 1,86%-a a Balaton térségébe érkező orosz vendég), a fentieken felül **érzékelhető orosz vendégforgalom jelentkezik** a **Debrecen és térségében** (az összes Budapesten kívüli külföldi vendég 0,31%-a), a többi térségben (Szeged és térsége, Sopron-Fertő, Tokaj és Nyíregyháza, Gyula és térsége, Budapest környéke, Bük-Sárvár, Mátra-Bükk és Pécs-Villány térségekben az orosz vendégek részesedése a Budapesten kívüli teljes külföldi vendégforgalmon belül 0,00-0,16%) az orosz vendégforgalom csekély mértékű, ezen térségek orosz vendégeket megszólító képessége szerény.
- az alábbi táblázat az orosz vendégforgalom desztinációk közötti megoszlását mutatja **vendégéjszaka** alapon:

OROSZ VENDÉGFORGALOM MEGOSZLÁSA AZ EGYES DESZTINÁCIÓK KÖZÖTT
72 SZ. TÁBLÁZAT

Balaton	70,80%
Bük-Sárvár	4,55%
Debrecen és térsége	12,77%
Pécs-Villány	1,17%
Mátra-Bükk	3,27%
Tokaj és Nyíregyháza	0,30%
Gyula és térsége	0,08%
Szeged és térsége	1,10%
Győr-Pannonhalma	1,58%
Budapest környéke	1,65%
Sopron-Fertő	1,04%
Desztináción kívül	1,68%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

- **Az orosz vendégek országosan 3,75 éjszakát, Budapesten 2,81 éjszakát, a Budapesten kívüli desztinációkban 5,66 éjszakát töltenek átlagosan.** Az átlagos tartózkodási idő **jelentősen magasabb a Debrecen és térségében** (6,80 éj), a Balaton térségében (6,24 éj) és a Gyula és térségében (5,86 éj), átlagos a Bük-Sárvár térségében (5,19 éj), a többi desztinációban átlagtól messze elmaradó a tartózkodási idő.
- Az orosz vendégek **életkori összetétele Budapest és a vidéki desztinációk esetében teljesen eltérő képet mutat.** A 24 év alatti korosztályok részesedése azonos Budapest és vidék esetében, a felnőtt-középkorú (25-54 évesek) korosztályok aránya ugyanakkor már 70%-kal magasabb Budapesten. Az 55+-os korosztályok aránya vidéken háromszoros, mint Budapesten.

ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDŐ AZ EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
73 SZ. TÁBLÁZAT

térség	országos piaci részesedés a teljes orosz külföldi vendégforgalomból (%)	Az orosz vendégek vidéken realizált átlagos tartózkodási idejéhez (5,27 éj) képest az egyes desztinációkban látható átlagos tartózkodási idő								
		-40% vagy magasabb	-30%	-20%	-10%	átlag	+10%	+20%	+30%	+40% vagy magasabb
összesen	3,11%					5,27				
Balaton	1,86%						6,24			
Debrecen és térsége	0,31%							6,80		
Mátra-Bükk	0,16%		3,37							
Budapest környéke	0,15%	1,83								
desztináción kívül	0,15%	1,87								
Bük-Sárvár	0,14%					5,19				
Sopron-Fertő	0,11%	1,53								
Győr-Pannonhalma	0,08%		3,16							
Szeged és térsége	0,07%	2,74								
Pécs-Villány	0,06%		3,43							
Tokaj és Nyíregyháza	0,03%	1,79								
Gyula és térsége	0,00%						5,86			

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

1.6.5. Egyes jelentősebb küldőpiacok országon belüli közigazgatási területi egység szintű keresletének értékelése – nemzetközi értékesíthetőség vs. határon túlról érkező lokális/térségi kereslet

Az NTAK adatrögzítési rendszere arra is lehetőséget biztosít, hogy egy-egy jelentősebb külföldi küldőpiac esetében vizsgálható legyen **a belföldi desztinációk tényleges külpiaci kereslete területi-földrajzi alapon** is.

A szálláshelyeken megszálló külföldi vendégekről irányítószám alapján meghatározhatjuk, hogy pontosan melyik részéről érkeznek az adott országnak. Ez kiemelkedően fontos annak vizsgálata során, hogy egy-egy küldőpiac valódi külpiaci keresletként jelenik-e meg, vagy a földrajzi közelség okán (150 – 200 km-es távolság vagy 2,5 – 3,5 óra autóút) inkább hasonlóan viselkedik, mint egy ugyanekkora távolságról érkező belföldi vendég. A feldolgozott adatok alapján a külföldiek körében a földrajzi közelség, mint szempont leginkább a szlovák vendégforgalom esetén látható, de a többi közelebbi küldőpiac (cseh, lengyel, román) esetén is szerényebb mértékben, de megfigyelhető.

Megjegyezzük, hogy az NTAK adatrögzítésben ezen a területen volt megfigyelhető a legnagyobb arányban az adathibás rögzítés (a berögzített adat nem volt megfeleltethető egyetlen létező irányítószámnak sem), amelynek mértéke akár a 25%-os arányt is elérhette.

Az alábbiakban az egyes fontosabbnak gondolt küldőpiacok regionális/területi keresleti adatainak elemzése történik meg. A fontosabb piacok mellett megvizsgáljuk, hogy három kisebb vendégforgalmat generáló, de határos ország (Szlovénia, Horvátország és Szerbia) esetében a határmenti területek részesedése mekkora a teljes küldőpiaci vendégforgalmon belül.

Az alábbi táblázat az osztrák vendégforgalom egészét mutatja be azzal, hogy látható, hogy az egyes desztinációkban az egyes osztrák tartományok milyen részesedéssel rendelkeznek. Ebből kirajzolódik, hogy nem „általánosságban" beszélhetünk osztrák piacról, hiszen az egyes osztrák tartományok között a magyarországi vendégforgalomban jelentős eltérések mutatkoznak, az elérési idő növekedésével a kereslet – értelemszerűen – jelentősen csökken. Az ilyen típusú vizsgálatok teszik lehetővé a hatékony és célzott marketingaktivitás kifejtését a legfontosabb külföldi küldőterületeken. A táblázat az egyes desztinációk rövidített elnevezéseit tartalmazza, „ország" elnevezéssel a Budapesten kívül feldolgozott összes település összesített vendégforgalmi adatait mutatjuk, „OUT" elnevezéssel a desztinációkon kívüli települések összesített adatai szerepelnek.

- a Budapesten kívüli külföldi vendégforgalom 11,24%-a származik osztrák vendégforgalomból, amelyből 5 desztináció (**Balaton** 3,27%, **Bük-Sárvár** 2,95%, **Sopron-Fertő** 1,15%, **Győr-Pannonhalma** 0,81%, **Budapest környéke** 0,52%) teljesítménye jelentős, a többi desztináció részesedése a teljes külföldi vendégforgalomból szerényebb, csupán 0,03-0,17%, ezért utóbbiak esetében a kisebb minta kevésbé alkalmas következtetések levonására,
- Ausztria esetében **a legfontosabb küldőterületek a Magyarországhoz legközelebbi tartományok**, Alsó-Ausztriából érkezik a vendégek 26,24%-a (a tartományban lakik Ausztria lakosságának 18,18%-a), Bécsből a 20,76%-a (19,31%), Stájerországból 16,15%-a (13,63%), Felső-Ausztriából 14,06%-a (15,90%), Karintiából 8,31%-a (5,68%), Burgenlandból 6,28%-a (3,18%),
- **az északabbi tartományok** (Bécs, Alsó-Ausztria, Felső-Ausztria) **vendégei magasabb arányban az északabbi magyar desztinációkat** (Győr-Pannonhalma, Bük-Sárvár, Sopron-Fertő), **a déliek** (Stájerország, Karintia) **vendégei szintén a nekik könnyebben elérhető (Balaton) délebbre fekvő desztinációt látogatják**, Burgenland (köszönhetően a hosszú közös tartományi határszakasszal) mutatja a legkiegyensúlyozottabb eloszlást. Látható, hogy az osztrák piacon is kiemelkedő jelentősége van az elérési időnek (lokális vagy térségi keresletet generálva), amely alátámasztja feltevésünket, hogy az osztrák piac irányába a desztinációs termékalapnál ma már fontosabb a lokális/térségi igény kielégítésének szempontja! Másként fogalmazva **az osztrák vendégforgalom „országhatáron átlépő" jellege ellenére inkább mutat hasonlóságot a belföldön is felismerhető utazási mintákkal, mint a valóban nemzetközi keresletet jelentő (nagy távolságról érkező) nemzetközi turizmus mintáival**!

Részleteiben:

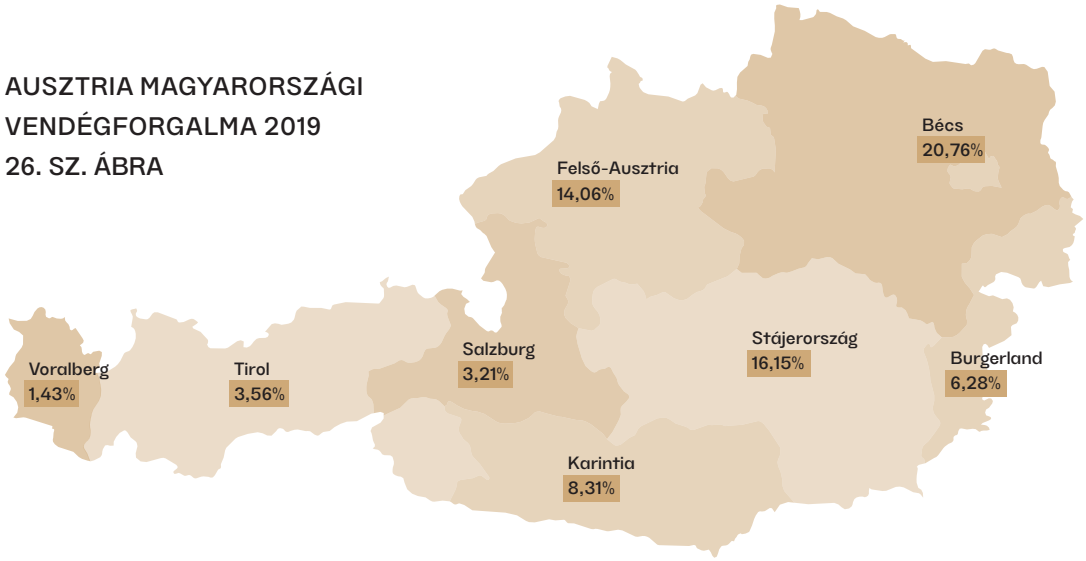
– **az osztrák vendégforgalom közel 85%-a Dunától nyugatra található desztinációkban realizálódik**, egyetlen Kelet-Magyarországi desztináció termékalapja (és jelentősen alacsonyabb árpolitikája) sem tud érdemi keresletet generálni,
– **két desztináción kívüli határmenti település** - Körmend (összes Magyarországi osztrák vendégéjszaka 3,89%-a) és Szentgotthárd (3,07%) – **osztrák vendégforgalma 50%-kal meghaladja az összes Dunától keletre eső desztinációk teljes osztrák vendégforgalmi teljesítményét** (Debrecen és térsége, Mátra-Bükk, Tokaj és Nyíregyháza, Gyula és térsége, Szeged és térsége összesen: 4,14%)
– Burgenland az 5 legfontosabb magyar desztinációban (lásd fent) az országos részesedéshez (6,28%) képest 3,77% (Budapest környéke) és 7,57% (Bük-Sárvár) közötti desztinációs részesedéssel bír,
– Bécs az 5 legfontosabb magyar desztinációban az országos részesedéshez (20,76%) képest 21,13% (Győr-Pannonhalma) és 26,52% (Budapest környéke) közötti desztinációs részesedéssel bír,
– Alsó-Ausztria az 5 legfontosabb magyar desztinációban az országos részesedéshez (26,24%) képest 22,85% (Győr-Pannonhalma) és 34,52% (Bük-Sárvár) közötti desztinációs részesedéssel bír,
– Felső-Ausztria az 5 legfontosabb magyar desztinációban az országos részesedéshez (14,06%) képest 12,81% (Balaton) és 16,45% (Bük-Sárvár) közötti desztinációs részesedéssel bír,
– Stájerország az 5 legfontosabb magyar desztinációban az országos részesedéshez (16,15%) képest 10,29% (Bük-Sárvár) és 16,18% (Balaton) közötti desztinációs részesedéssel bír,
– Karintia az 5 legfontosabb magyar desztinációban az országos részesedéshez (8,31%) képest 4,14% (Bük-Sárvár) és 11,67% (Balaton) desztinációs közötti részesedéssel bír.

OSZTRÁK KÜLPIACI KERESLET TARTOMÁNYI MEGOSZLÁSA EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
74 SZ. TÁBLÁZAT

Ausztria												
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Burgenland	7,57%	9,18%	5,92%	4,44%	2,64%	13,09%	4,49%	5,62%	5,05%	10,43%	3,77%	6,26%
Bécs	23,44%	42,08%	25,40%	21,13%	40,75%	21,32%	19,75%	19,73%	23,91%	22,38%	26,52%	12,72%
Alsó-Ausztria	34,52%	19,73%	23,18%	22,85%	18,49%	23,07%	16,16%	23,92%	25,94%	16,24%	26,99%	19,81%
Felső-Ausztria	16,45%	14,03%	14,52%	16,36%	23,40%	12,28%	20,83%	12,81%	16,10%	18,68%	13,66%	10,55%
Stájerország	10,29%	5,92%	7,18%	10,34%	6,79%	22,94%	22,44%	16,81%	10,49%	13,07%	11,63%	32,20%
Karintia	4,14%	3,78%	3,42%	3,36%	3,77%	1,37%	6,82%	11,67%	4,27%	7,72%	7,70%	12,94%
Salzburg	1,62%	1,67%	3,87%	6,46%	3,02%	2,24%	2,87%	3,89%	5,44%	4,49%	2,21%	2,61%
Tirol	1,57%	2,23%	7,80%	11,37%	1,13%	2,87%	5,39%	3,90%	6,57%	5,81%	3,93%	2,08%
Vorarlberg	0,41%	1,37%	8,71%	3,69%	0,00%	0,81%	1,26%	1,65%	2,23%	1,19%	3,59%	0,82%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

AUSZTRIA MAGYARORSZÁGI VENDÉGFORGALMA 2019
26. SZ. ÁBRA



- a Budapesten kívüli külföldi vendégforgalom 12,04%-a származik cseh vendégforgalomból, amelyből 5 desztináció (**Bük-Sárvár** 4,80%, **Balaton** 2,82%, **Győr-Pannonhalma** 1,39%, **Mátra-Bükk** 0,78%, **Budapest környéke** 0,51%) teljesítménye jelentős, a többi desztináció részesedése a teljes külföldi vendégforgalomból 0,01-0,32% szerényebb, ezért utóbbiak esetében a kisebb minta kevésbé alkalmas következtetések levonására,
- a legjelentősebb cseh vendégforgalom 5 területről érkezik: **Prága, Közép-Csehország, Dél-Csehország, Dél-Morvaország és Morva-Szilézia adja a vendégforgalom 61,51%-át** (az 5 tartomány lakosságának részesedése a teljes cseh lakosságszámból 52,53%), de még a német határmenti területekről is látható vendégforgalom mutatkozik. Az 5 legjelentősebb tartomány mindegyikéből Magyarország határát 2,5 -3,5 órás autóúton el lehet érni (Prága és Rajka magyar határtelepülés 350 km, Brünn 150 (!) km - távolságban egy brünninek Bükfürdő akkora távolság, mint egy Budapestinek Debrecen, egy prágainak Sárvár közelebb van, mint egy Győrinek Gyula -, a morva-sziléziai központ Ostrava 300 km távol van autópályán a magyar határtól),
- Hasonlóan fogalmazva az Ausztriánál leírtakhoz, **a cseh vendégforgalom „országhatáron átlépő" jellege ellenére inkább mutat hasonlóságot a belföldön is felismerhető utazási mintákkal, mint a valóban nemzetközi keresletet jelentő (nagy távolságról érkező) nemzetközi turizmus mintáival.** Ne felejtsük tehát, a Bük-Sárvár térségi Bükfürdő azonos távolságra van Prágából, mint Debrecenből!

Részleteiben:

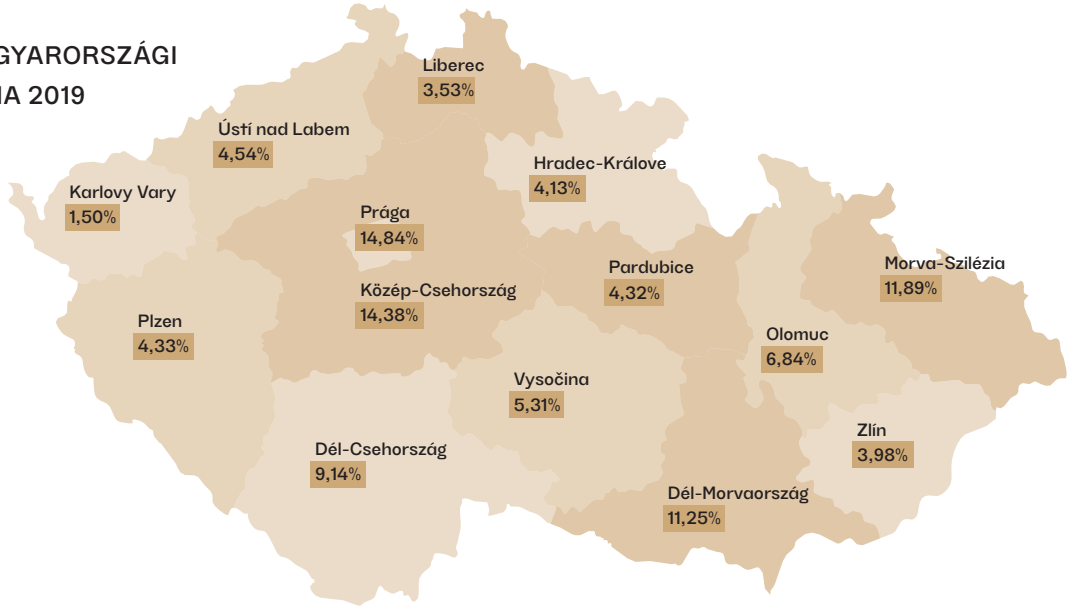
– **a cseh vendégforgalom közel 82%-a Dunától nyugatra található desztinációkban realizálódik**, csak a Mátra-Bükk desztináció (teljes cseh vendégforgalom 6,58%-a) képes jelentősebb érdemi keresletet generálni,
– Bükfürdő cseh vendégforgalma egyaránt magasabb, mint az egész Balaton térség teljes cseh vendégforgalma, vagy a Balatonon és Bük-Sárvár térségen kívüli teljes cseh vendégforgalom. Az osztrák piacnál említett – desztináción kívüli - Szentgotthárd (1,03%) cseh vendégforgalma meghaladja 3 kelet-magyarországi desztináció cseh vendégforgalmát (Tokaj és Nyíregyháza, Gyula és térsége, Szeged és térsége).
– érdekes módon az elérési idő és földrajzi távolság szempontjai a cseh küldőpiac esetében is megjelennek, a nyugatabbi és a keleti tartományok magyar desztináció-választás szempontjából eltérő utat járnak be: a dél-csehországi részből (országos részesedés: 9,14%, Bük-Sárvár részesedés: 12,66%, Mátra-Bükk részesedés: 3,47%) és a morva-sziléziai részből (országos részesedés: 11,89%, Bük-Sárvár részesedés: 10,41%, Mátra-Bükk részesedés: 15,73%) a földrajzi közelség választási szempontjai tetten érhetők.

CSEH KÜLPIACI KERESLET RÉGIÓS MEGOSZLÁSA EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
75 SZ. TÁBLÁZAT

Csehország												
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Dél-Csehország	12,66%	1,31%	3,47%	7,20%	2,75%	1,34%	2,33%	6,82%	6,44%	3,33%	5,28%	13,01%
Vysočina	6,13%	1,81%	3,68%	4,93%	0,00%	2,50%	2,50%	5,56%	4,43%	2,35%	4,32%	4,08%
Dél-Morvaország	9,37%	10,13%	12,40%	16,72%	22,94%	8,98%	3,76%	11,92%	16,64%	13,99%	15,32%	9,74%
Zlín	3,04%	3,21%	4,30%	4,90%	1,83%	3,29%	9,84%	4,99%	3,29%	6,07%	7,22%	3,11%
Plzen	4,81%	1,99%	7,21%	2,49%	0,00%	13,92%	3,04%	3,64%	2,04%	7,44%	1,22%	3,36%
Közép-Csehország	14,94%	15,24%	15,29%	14,30%	11,93%	7,46%	36,85%	13,60%	11,08%	15,26%	14,33%	15,35%
Prága	12,82%	19,69%	16,36%	14,74%	39,45%	41,14%	20,04%	13,51%	13,81%	26,81%	16,98%	21,24%
Pardubice	4,81%	2,94%	3,34%	4,98%	2,75%	1,10%	4,11%	3,88%	4,77%	3,82%	4,97%	4,07%
Olomuc	6,63%	5,08%	4,68%	6,86%	2,75%	1,58%	6,62%	8,62%	6,02%	3,52%	8,66%	4,55%
Morva-Szilézia	10,41%	22,28%	15,73%	10,15%	1,83%	3,14%	7,87%	14,71%	11,54%	3,42%	11,97%	8,59%
Karlovy Vary	1,10%	2,11%	1,07%	0,70%	0,00%	5,18%	0,89%	2,25%	1,37%	1,76%	1,06%	1,23%
Ústí nad Labem	4,67%	3,50%	4,47%	4,66%	0,00%	4,14%	0,00%	4,65%	5,33%	5,38%	2,21%	4,61%
Liberec	3,93%	3,65%	3,27%	2,40%	2,75%	2,22%	2,15%	3,37%	6,16%	4,31%	1,56%	3,51%
Hradec-Králove	4,68%	7,07%	4,72%	4,97%	11,01%	4,02%	0,00%	2,48%	7,09%	2,54%	4,91%	3,55%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

CSEHORSZÁG MAGYARORSZÁGI VENDÉGFORGALMA 2019
27. SZ. ÁBRA



Németország

- a Budapesten kívüli külföldi vendégforgalom 18,03%-a származik német vendégforgalomból, amelyből a Gyula és térsége desztináció kivételével valamennyi belföldi desztináció jelentős mértékben részesül (**Balaton** 5,43%, **Győr-Pannonhalma** 2,98%, **Budapest környéke** 1,32%, **Bük-Sárvár** 1,09%, **Mátra-Bükk** 0,75%), **Szeged és térsége** 0,70%, **Debrecen és térsége** 0,60%, **Sopron-Fertő** 0,60%, **Pécs-Villány** 0,51%, **Tokaj-Nyíregyháza** 0,35 %),
- Németország esetében **a legfontosabb küldőterületek a Magyarországhoz legközelebbi tartományok**, Bajorországból érkezik a vendégek 22,15%-a (a tartományban lakik Németország lakosságának 15,63%-a), Szászországból a 17,49%-a (4,97%), Baden-Württembergből 14,57%-a (13,24%), Türingiából 4,44%-a (2,64%), Berlinből 4,41%-a (4,28%), Brandenburgból 4,01% (3,02%) és Szász-Anhaltból 3,72% (2,73%). Jelentős – de lakosságszám alapján alulreprezentált - vendégforgalom érkezik Észak-Rajna-Vesztfáliából 10,59% (21,73%) és Hessenből 5,80% (7,52%).
- a német piac kapcsán annak vendégösszetételéről (szabadidős – üzleti) nincsenek pontos adatok, arra csak az életkori adatokból és a települési tartózkodási időkből lehet esetleg következtetéseket levonni. Kihangsúlyozzuk, hogy az elmúlt néhány évben elszenvedett német piacvesztés (50% körüli vendégéjszaka-csökkenés 6 év alatt) vélhetően jelentősebb, ha azt feltételezzük, hogy a stabilnak tekinthető üzleti vendégforgalom helyett a teljes %-os vendégforgalom-csökkenést a szabadidős vendégek körében szenvedte el a magyar turizmus. Ismét kiemeljük, hogy a német szabadidős vendégek egyre kevesebben, igen idős vendégösszetételben érkeznek jellemzően Magyarországra.
- ugyancsak bizonytalanságot okoz, hogy Magyarországon jelentős – német (és más fogadó országbéli) papí-

rokkal rendelkező – vendégmunkásforgalom vonul át, amely jelentős „német” vendégforgalmat generál a tipikus tranzittelepüléseken is,

- a német vendégforgalom 72,25%-a Dunától nyugatra eső desztinációkban realizálódik, a Debrecen és térsége részesedése 6,62%, a Mátra-Bükké 3,39%. A desztináción kívüli Balástya „német” vendégforgalmi részesedése 2,95% (átlagos tartózkodási idő: 1,005 nap), Kecskemét német piaci részesedése (2,38%) is magában megközelíti vagy magasabb, mint a szerényebb német vendégforgalmat generáló teljes desztinációk teljesítménye (Pécs-Villány 2,51%, Tokaj és Nyíregyháza 0,83%, Gyula és térsége 0,39%, Szeged és térsége 1,88%, Sopron-Fertő 2,76%).

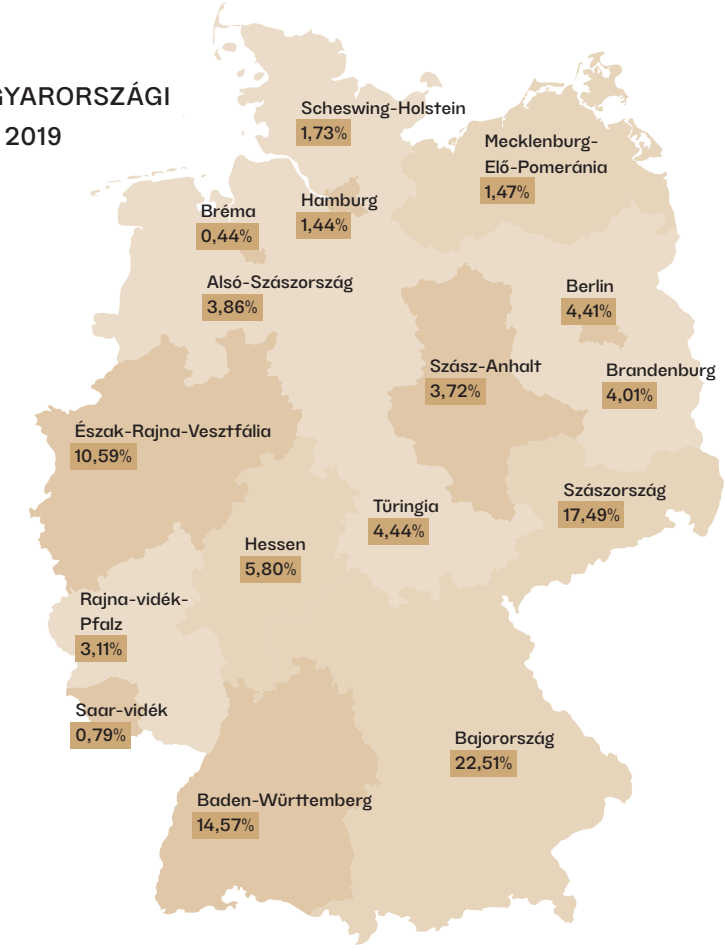
NÉMET KÜLPIACI KERESLET TARTOMÁNYI MEGOSZLÁSA EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
76 SZ. TÁBLÁZAT

Németország												
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Bajorország	21,83%	20,63%	19,58%	32,74%	20,26%	19,79%	14,28%	21,22%	35,39%	17,75%	21,35%	19,12%
Baden-Württemberg	12,58%	12,86%	28,28%	20,95%	28,45%	14,79%	24,21%	11,37%	18,58%	12,85%	17,83%	19,45%
Szászország	40,86%	25,92%	9,30%	8,23%	15,93%	18,27%	4,74%	18,06%	12,53%	5,99%	11,56%	4,78%
Türingia	3,43%	11,37%	2,68%	1,75%	9,13%	8,73%	2,40%	4,83%	3,42%	2,68%	3,17%	1,44%
Hessen	2,17%	4,04%	6,32%	5,68%	4,80%	5,56%	8,94%	6,23%	6,13%	9,36%	5,71%	7,33%
Rajna-vidék-Pfalz	2,14%	2,35%	4,45%	3,21%	2,34%	3,01%	9,64%	3,02%	4,98%	3,71%	1,73%	3,96%
Saar-vidék	0,06%	0,10%	1,96%	0,48%	0,00%	0,69%	0,50%	1,13%	0,39%	0,50%	0,25%	0,62%
Brandenburg	3,46%	3,17%	6,17%	1,17%	1,41%	4,50%	2,70%	5,45%	1,08%	5,24%	2,42%	1,21%
Berlin	2,97%	3,36%	4,17%	2,67%	0,70%	2,71%	2,65%	4,78%	3,36%	10,45%	4,38%	5,93%
Szász-Anhalt	2,00%	2,28%	2,66%	1,18%	0,12%	1,69%	2,90%	5,81%	1,51%	1,78%	2,51%	1,04%
Alsó-Szászország	1,64%	2,10%	3,75%	4,82%	1,52%	3,22%	10,03%	3,92%	2,68%	6,58%	4,68%	5,42%
Észak-Rajna-Vesztfália	4,63%	9,82%	6,40%	14,01%	4,80%	10,16%	12,18%	8,31%	6,44%	16,75%	15,82%	23,83%
Bréma	0,62%	0,33%	0,30%	0,43%	0,23%	0,82%	0,35%	0,28%	0,20%	0,75%	0,28%	1,11%
Hamburg	0,42%	0,44%	1,62%	1,02%	3,16%	2,00%	1,95%	1,07%	1,10%	3,02%	6,45%	2,35%

Németország												
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Mecklenburg-Elő-Pomeránia	0,93%	0,67%	0,37%	0,40%	6,09%	2,16%	1,40%	2,27%	0,60%	0,75%	0,53%	0,46%
Schleswig-Holstein	0,25%	0,56%	2,01%	1,27%	1,05%	1,90%	1,15%	2,24%	1,62%	1,82%	1,36%	1,95%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

NÉMETORSZÁG MAGYARORSZÁGI VENDÉGFORGALMA 2019
28. SZ. ÁBRA



Lengyelország

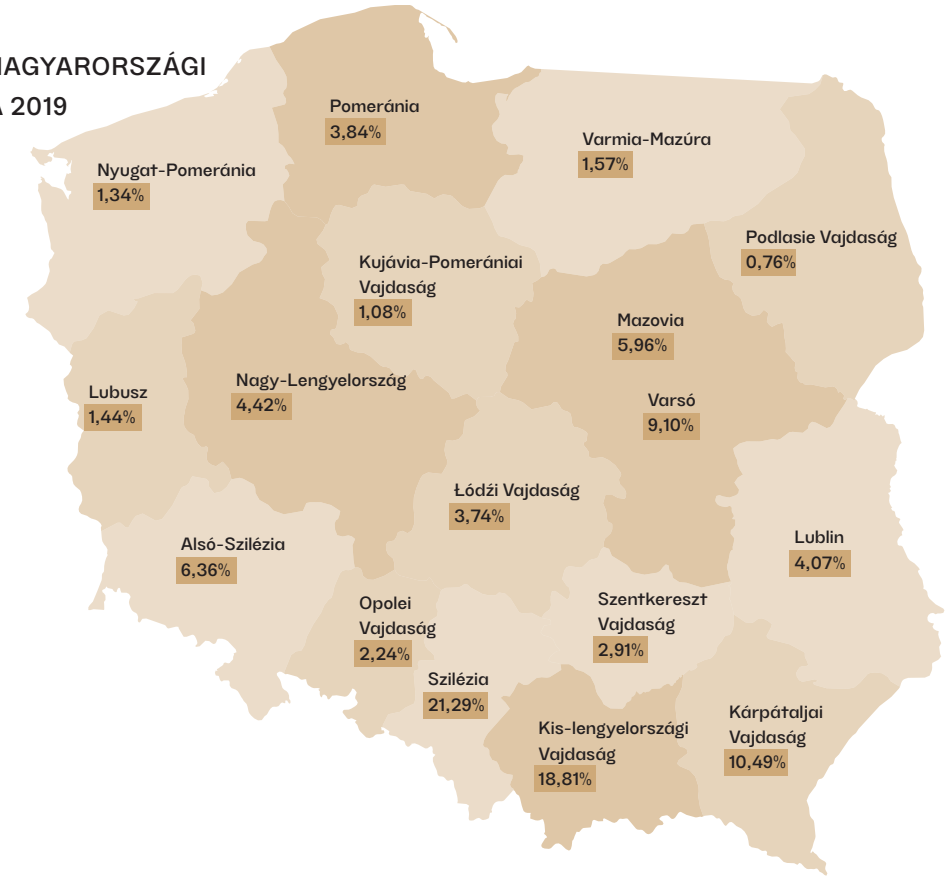
- a Budapesten kívüli külföldi vendégforgalom 5,53%-a származik lengyel vendégforgalomból, amelyből 4 desztináció (**Balaton** 1,27%, **Mátra-Bükk** 1,09%, **Budapest környéke** 0,73% és a Debrecen és térsége 0,56%) teljesítménye jelentős, a többi desztináció részesedése a teljes külföldi vendégforgalomból 0,01-0,33% szerényebb, ezért utóbbiak esetében a kisebb minta kevésbé alkalmas következtetések levonására,
- a legjelentősebb lengyel vendégforgalom 3+1 területről érkezik: **a Kárpátaljai Vajdaság, a Kis-Lengyelországi Vajdaság, Szilézia és Varsó adja a vendégforgalom 59,69%-át** (a 4 tartomány lakosságának részesedése a teljes lengyel lakosságszámból 30,81%), ezen tartományokból a legkedvezőbb a magyar desztinációk elérése. Egyes északabbi tartományok (Szentkereszt Vajdaság, Opolei Vajdaság) esetében a magyarországi vendégéjszakák száma közel lakosságszámarányos, északabbra haladva az egyes tartományok részesedése jelentősen csökken,
- érdekes megfigyelni, hogy az egyes lengyel tartományok magyar desztinációk küldőpiacaként úgy funkcionálnak, hogy a keletebbi vajdaságok vendégei nagyobb arányban kelet-magyarországi, a nyugatabbiak pedig inkább nyugat-magyarországi desztinációkat választanak:
  - a Kárpátaljai Vajdaságból a keletebbi magyarországi desztinációk elérési ideje 5,5-6,5 óra, ugyanez a nyugatabbiaknál Sárvár esetében 6-6,5 óra, a Kis-Lengyelországi Vajdaságból legközelebbi magyar desztinációk szintén 6 óra autóúttal érhetők el,
  - visszaigazolva a fentebb leírtakat, a dél-nyugati Alsó Szilézia vendégei 25,05%-a Bük-Sárvár térséget látogatják meg (Mátra-Bükk 3,30%, Tokaj és Nyíregyháza 2,43%),
  - a dél-keleti Kárpátaljai Vajdaság vendégei 47,31%-a Tokaj és Nyíregyházát, 15,80%-a Debrecen és térségét, 11,41%-a a Mátra-Bükköt látogatja, és mindössze 0,82% érkezik a Bük-Sárvár térségébe,
  - érdekes módon a Balaton térsége sem viselkedik másként vendégmegszólító képesség tekintetében, a nyugati vajdaságokból lakosságarányosan felül-, a keletieknél alulreprezentált.

LENGYEL KÜLPIACI KERESLET VAJDASÁGI MEGOSZLÁSA EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
77 SZ. TÁBLÁZAT

Lengyelország												
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Kárpátaljai Vajdaság	0,82%	15,80%	11,41%	3,34%	0,00%	2,95%	47,31%	5,51%	1,38%	6,72%	6,06%	6,96%
Kis-lengyelországi Vajdaság	12,30%	24,36%	24,62%	7,55%	41,79%	21,03%	15,91%	16,34%	10,23%	8,77%	14,52%	13,65%
Szilézia	17,70%	15,22%	22,55%	19,53%	22,99%	16,48%	9,74%	32,80%	32,64%	7,46%	9,85%	11,51%
Opolei Vajdaság	4,61%	1,93%	1,72%	2,75%	1,19%	0,74%	0,27%	3,52%	0,46%	0,80%	1,44%	0,54%
Alsó-Szilézia	25,05%	5,37%	3,30%	8,20%	9,85%	8,49%	2,43%	7,31%	3,79%	4,79%	5,87%	5,75%
Lublin	0,58%	6,43%	6,63%	1,78%	1,49%	6,27%	3,50%	2,04%	0,69%	2,39%	5,03%	2,03%
Szentkereszt Vajdaság	0,85%	5,41%	3,16%	0,86%	0,00%	0,62%	3,00%	2,03%	0,00%	1,20%	1,20%	3,13%
Łódźi Vajdaság	3,83%	4,89%	2,62%	5,99%	0,60%	8,98%	0,68%	3,40%	5,17%	8,66%	2,75%	4,00%
Nagy-Lengyelország	6,43%	2,19%	2,22%	9,39%	0,60%	3,32%	1,75%	5,24%	10,57%	8,66%	3,85%	10,61%
Lubusz	0,21%	2,56%	0,48%	1,13%	0,30%	0,74%	0,12%	1,66%	0,23%	2,05%	1,01%	1,45%
Mazovia	5,67%	4,39%	4,93%	6,69%	5,37%	6,15%	3,15%	4,62%	7,13%	11,97%	20,43%	5,09%
Varsó	9,64%	5,17%	6,74%	13,43%	5,37%	9,10%	7,36%	7,91%	19,89%	19,37%	19,66%	16,67%
Kujávia-Pomerániai Vajdaság	2,80%	1,68%	2,05%	2,27%	0,00%	1,48%	1,60%	1,79%	3,10%	3,65%	2,39%	3,75%
Podlasie Vajdaság	1,98%	0,75%	0,63%	1,13%	0,00%	5,17%	0,06%	0,26%	0,69%	6,50%	0,22%	0,99%
Varmia-Mazúra	2,05%	0,61%	1,32%	2,37%	5,97%	4,06%	0,47%	0,88%	0,80%	2,56%	0,77%	2,33%
Pomeránia	3,90%	2,89%	4,61%	10,90%	3,28%	2,71%	1,51%	3,41%	2,87%	2,91%	3,12%	6,93%
Nyugat-Pomeránia	1,57%	0,33%	1,00%	2,70%	1,19%	1,72%	1,13%	1,28%	0,34%	1,54%	1,83%	4,61%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

LENGYELORSZÁG MAGYARORSZÁGI VENDÉGFORGALMA 2019
29. SZ. ÁBRA



Szlovákia

- a Budapesten kívüli külföldi vendégforgalom 8,44%-a származik szlovák vendégforgalomból, amelyből 6 desztináció (**Balaton** 2,57%, **Mátra-Bükk** 1,32%, **Bük-Sárvár** 0,93%, **Budapest környéke** 0,81%, **Győr-Pannonhalma** 0,58%, **Debrecen és térsége** 0,54%, illetve **Tokaj és Nyíregyháza** 0,46%) teljesítménye jelentős, a többi desztináció részesedése a teljes külföldi vendégforgalomból 0,12-0,20% szerényebb, ezért utóbbiak esetében a kisebb minta kevésbé alkalmas következtetések levonására,
- a legjelentősebb szlovák vendégforgalom 4 területről érkezik: **a Kassai, Besztercebányai, Nyitra és Nagyszombati kerületek adják a vendégforgalom 82,39%-át** (a 4 kerület lakosságának részesedése a teljes szlovák lakosságszámból 49,46%), ezen tartományokból a kiemelkedően kedvező a magyar desztinációk elérése,
- az egyes kerületekből az egyes magyar desztinációk szlovákiai keresletét elemezve a következő megállapítások tehetők:
  - a szlovák vendégforgalom szinte egésze a közös határhoz közelebbi (jellemzően a Balaton és a Debrecen és térsége) desztinációkra koncentrálódik, attól délebbi magyar desztinációk elérési ideje duplázódik,

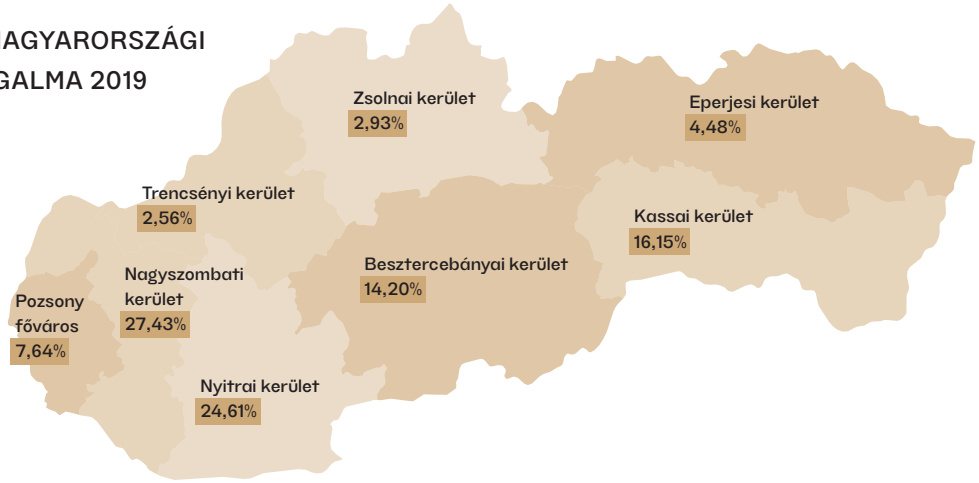
– hasonlóan fogalmazva az Ausztriánál és Csehországnál leírtakhoz, **a szlovák vendégforgalom „országhatáron átlépő" jellege ellenére inkább mutat hasonlóságot a belföldön is felismerhető utazási mintákkal, mint a valóban nemzetközi keresletet jelentő (nagy távolságról érkező) nemzetközi turizmus mintáival.** Nyugat-Szlovákiából a nyugat-magyarországi desztinációk elérése 1-2 óra autóval, ugyanez igaz a keleti desztinációkra a Kassai vagy Eperjesi kerületből. A Bük-Sárvár desztinációba érkező vendégek 92,47%-a, a Balaton esetében a 87,18%-a nyugatabbi, a Tokaj-Nyíregyháza térségbe érkező vendégek 82,40%-a a keletebbi szlovák kerületekből érkezik. A Kassai kerületből Bük-Sárváron, a Pozsonyi kerületből Tokaj-Nyíregyházán elhanyagolható a szlovák vendégforgalom.

SZLOVÁK KÜLPIACI KERESLET KERÜLETI MEGOSZLÁSA EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
78 SZ. TÁBLÁZAT

Szlovákia												
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Kassai kerület	1,79%	47,52%	29,76%	5,43%	17,33%	7,54%	47,97%	5,52%	1,32%	4,04%	9,32%	9,17%
Besztercebányai kerület	11,14%	13,62%	19,00%	22,38%	4,71%	15,49%	8,52%	14,46%	12,58%	9,51%	11,68%	13,79%
Nyitrai kerület	27,84%	14,89%	19,37%	19,77%	33,87%	38,28%	6,75%	26,86%	20,66%	42,43%	36,55%	29,19%
Nagyszombati kerület	41,50%	10,67%	17,40%	19,26%	34,98%	30,08%	6,44%	36,66%	30,40%	32,35%	26,54%	27,18%
Pozsony főváros	12,25%	1,66%	3,67%	18,13%	2,72%	5,57%	2,19%	9,20%	15,50%	5,01%	6,77%	8,82%
Eperjesi kerület	1,19%	9,29%	5,95%	2,82%	3,12%	1,48%	25,90%	1,64%	2,80%	3,08%	2,58%	4,18%
Zsolnai kerület	1,72%	1,65%	2,27%	7,49%	1,36%	0,57%	1,19%	3,42%	10,97%	3,13%	2,32%	2,80%
Trencséni kerület	2,56%	0,70%	2,57%	4,72%	1,92%	0,98%	1,03%	2,25%	5,77%	0,46%	4,23%	4,87%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

SZLOVÁKIA MAGYARORSZÁGI VENDÉGFORGALMA 2019
30. SZ. ÁBRA



Románia

- a Budapesten kívüli külföldi vendégforgalom 9,95%-a származik romániai vendégforgalomból, amelyből 7 desztináció (**Győr-Pannonhalma** 2,81%, **Debrecen és térsége** 1,37%, **Gyula és térsége** 1,07%, **Szeged és térsége** 1,03%, **Budapest környéke** 0,64%, **Balaton** 0,59%, **Mátra-Bükk** 0,52%, illetve **Tokaj és Nyíregyháza** 0,43%), teljesítménye jelentős, a többi desztináció részesedése a teljes külföldi vendégforgalomból 0,08-0,16% szerényebb, ezért utóbbiak esetében a kisebb minta kevésbé alkalmas következtetések levonására,
- a Romániából érkező vendégforgalom kapcsán azt vizsgáltuk, hogy a határmenti területek és Közép-Románia magyar kötődésű megyéi mennyiben részesednek a teljes vendégforgalomból, mennyiben jelenik meg a romániai kereslet lokális/térségi (200 km-en belüli) keresletként.
- megjegyezzük, hogy a romániai útviszonyok és a nem Schengeni határátlépés miatt a légvonalban mért távolságokból a többi szomszédos országhoz képest jelentősen hosszabb utazási idők következhetnek. Ugyanez persze árnyalva is igaz: a román tengerpart elérése Románia nyugatabbi megyéi számára hasonlóan magas autós utazási idővel érhető csak el (Kolozsvárról Nyíregyháza 5, Siófok 7,5, Constanta 8,5 óra, Temesvárról Mórahalom 2, Siófok 4, Constanta 9,5 óra, Szatmárnémetiből Hajdúszoboszló 2, Constanta 11,5 óra autóval),
- ugyancsak megjegyezzük, hogy az NTAK adatok a teljes romániai vendégforgalom magas tranzit és vendégmunkás arányaira is rávilágítanak, így a szabadidős/egyéb célú érkezések további vizsgálata indokolt,
- a vizsgált megyék adják a romániai vendégforgalom 76,32%-át, amely megyék az összlakosság mindössze 23,68%-át adják,
- a legjelentősebb román vendégforgalom három területről érkezik: a közvetlenül határos 4 megye (Szatmár, Bihar, Arad és Temes) adja a teljes vendégforgalom 20,81%-át (4 megye részesedése a teljes lakosságszámon belül: 10,16%), ez egészül ki a többségében magyarlakta Hargita és Kovászna megye 16,03%-os vendégforgalmával (2 megye részesedése a teljes lakosságszámon belül: 2,30%), illetve a még jelentős magyar lakossággal bíró 3 megye (Szilágy, Kolozs, Maros) 22,44%-os

vendégforgalmával (3 megye részesedése a teljes lakosságszámon belül: 7,33%),

- az egyes kerületekből az egyes magyar desztinációk romániai keresletét elemezve a következő megállapítások tehetők:
  - a délebbi román megyék vendégforgalma a délebbi belföldi desztinációkban (Szeged és térsége, Gyula és térsége), az északiaké az északabbi (Tokaj és Nyíregyháza, Debrecen és térsége, Mátra-Bükk) desztinációkban jelentősebb,
  - a nem határközeli magyar desztinációk esetében a földrajzi közelség szempontjai halványulnak, a Balaton vagy Bük-Sárvár esetében a vendégérkezések aránya inkább közelít az ország egészére vonatkozó arányokhoz.

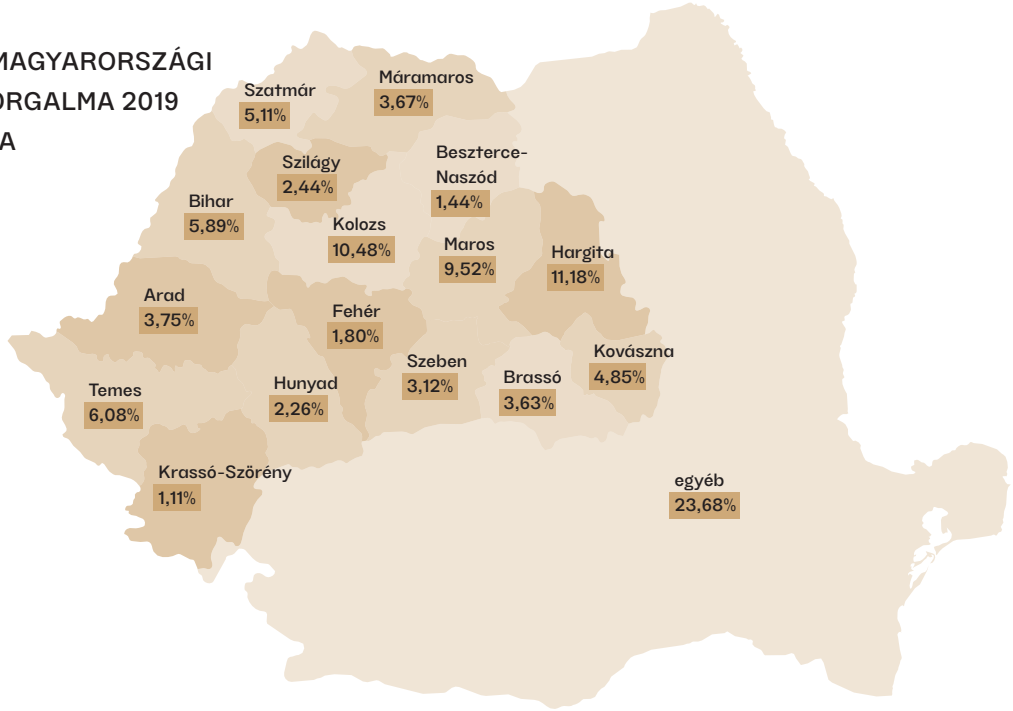
ROMÁN KÜLPIACI KERESLET MEGYEI MEGOSZLÁSA EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
79 SZ. TÁBLÁZAT

Románia												
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Egyéb	16,04%	20,75%	16,81%	49,47%	20,14%	11,88%	8,32%	13,64%	15,82%	25,17%	29,78%	26,33%
Szatmár	4,19%	6,40%	8,73%	1,98%	2,99%	4,49%	8,56%	6,19%	3,40%	2,18%	10,02%	3,79%
Bihar	10,21%	4,99%	12,23%	1,70%	4,42%	3,05%	8,83%	10,70%	24,53%	1,82%	8,80%	6,32%
Arad	2,55%	1,33%	4,98%	2,31%	2,85%	32,74%	8,68%	5,39%	18,35%	3,76%	2,23%	7,04%
Temes	12,16%	2,24%	2,54%	4,39%	10,57%	9,95%	0,82%	9,73%	2,93%	14,72%	3,98%	6,86%
Máramaros	2,25%	6,92%	3,78%	1,36%	1,09%	0,00%	11,62%	3,14%	0,00%	1,57%	0,84%	1,39%
Szilágy	2,96%	3,39%	5,26%	1,49%	1,75%	3,85%	4,79%	2,31%	0,00%	1,01%	2,66%	0,63%
Kolozs	13,79%	14,74%	7,55%	8,54%	7,31%	8,19%	20,22%	9,67%	11,55%	5,37%	6,83%	8,49%
Fehér	1,74%	2,90%	0,70%	1,21%	2,62%	0,32%	0,79%	0,63%	0,00%	1,85%	1,01%	0,27%
Hunyad	3,27%	1,02%	0,98%	1,52%	7,52%	0,80%	0,16%	2,57%	0,08%	2,89%	1,22%	1,28%
Krassó-Szörény	0,00%	0,49%	0,20%	0,35%	3,57%	2,89%	0,00%	0,44%	0,24%	3,21%	0,02%	0,47%
Beszterce-Naszód	0,31%	2,30%	1,11%	2,25%	1,07%	0,16%	1,57%	0,42%	3,64%	0,05%	1,08%	0,66%
Maros	8,27%	10,60%	11,48%	4,75%	9,73%	8,03%	10,21%	12,33%	4,51%	6,53%	17,77%	6,83%
Szeben	0,10%	2,71%	0,83%	4,55%	3,48%	1,28%	0,67%	1,32%	0,71%	6,45%	0,50%	4,89%
Hargita	12,26%	11,12%	13,84%	5,87%	11,93%	8,19%	11,27%	12,42%	11,63%	12,04%	9,69%	13,52%

	Románia											
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Brassó	3,17%	3,58%	1,84%	7,07%	2,52%	1,12%	1,10%	2,94%	1,74%	5,01%	1,51%	4,46%
Kovászna	6,74%	4,51%	7,12%	1,19%	6,44%	3,05%	2,39%	6,15%	0,87%	6,36%	2,06%	6,75%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

ROMÁNIA MAGYARORSZÁGI VENDÉGFORGALMA 2019
31. SZ. ÁBRA



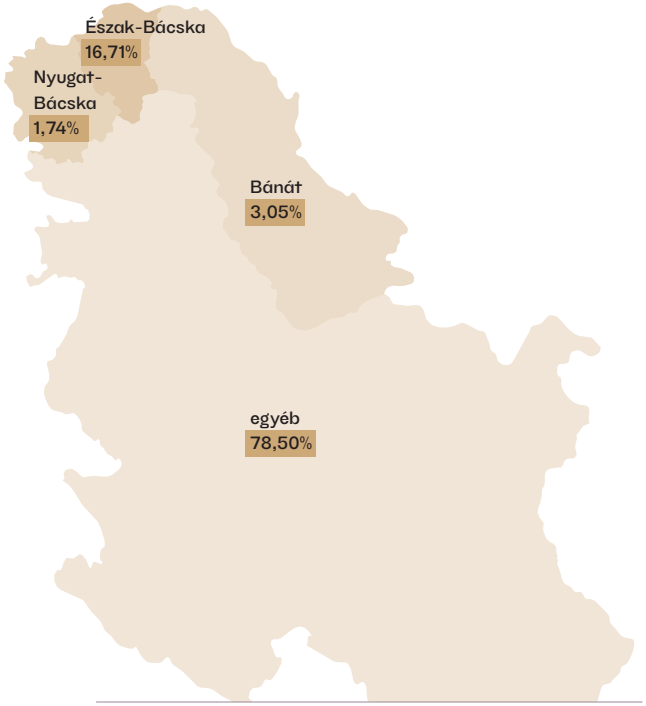
- a vizsgálatba bevont három szomszédos ország esetében azt vizsgáltuk, hogy a megjelenő - egyébként volumenében nem kiemelkedően jelentős – vendégforgalom határmenti (lokális/térségi) eredetű, vagy az érkező vendégek távolabbi országrészekből érkeznek,
- Szerbia esetében a határmenti megyékből (Bánát, Észak-Bácska, Nyugat-Bácska) érkezik a vendégek 21,50%-a, miközben a 3 megye lakossága mindössze a szerbiai összlakosság 8,25%-át adja. Megjegyezzük, hogy a határmenti megyék közül a legkeletebbi (Nyugat-Bácska) lakosságszámarányosan alulreprezentált, ugyanakkor a szabadkai központú Észak-Bácska (Szerbia lakosságának 2,85%-a él itt) adja a teljes magyarországi vendégforgalom 16,71%-át,
- Horvátország esetében a szomszédos megyék közül csak Eszék-Baranya megye felülreprezentált lakosságszám-arányosan (vendégforgalom részesedése 8,51%, lakosságszám aránya 7,60%, leginkább a Pécs-Villány és a Szeged-Makó térségben felülreprezentálva), a többi határmenti megyéből a vendégforgalom még a lakosságszám-aránynak megfelelő mértéket sem éri el,
- Szlovénia esetében a határmenti Muramente régió (lakosságszám arány: 5,57%) adja a teljes vendégforgalom 8,80%-át, vagyis a határmenti térség nagyobb keresletet biztosít a magyarországi desztinációk számára.

SZERB KÜLPIACI KERESLET TÉRSÉGI MEGOSZLÁSA EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
80 SZ. TÁBLÁZAT

Szerbia												
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Egyéb	63,18%	58,42%	75,50%	83,19%	81,73%	84,79%	75,90%	34,42%	67,95%	87,90%	78,02%	89,22%
Bánát (Kikinda)	0,70%	2,27%	3,97%	4,00%	1,31%	0,95%	0,00%	5,60%	5,79%	2,39%	13,60%	1,50%
Észak-Bácska (Szabadka)	36,13%	38,49%	19,83%	11,02%	15,97%	10,41%	23,49%	57,43%	25,87%	7,46%	7,70%	8,56%
Nyugat-Bácska (Zombor)	0,00%	0,82%	0,71%	1,79%	0,99%	3,85%	0,60%	2,55%	0,39%	2,24%	0,68%	0,72%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

SZERBIA MAGYARORSZÁGI VENDÉGFORGALMA 2019
32. SZ. ÁBRA

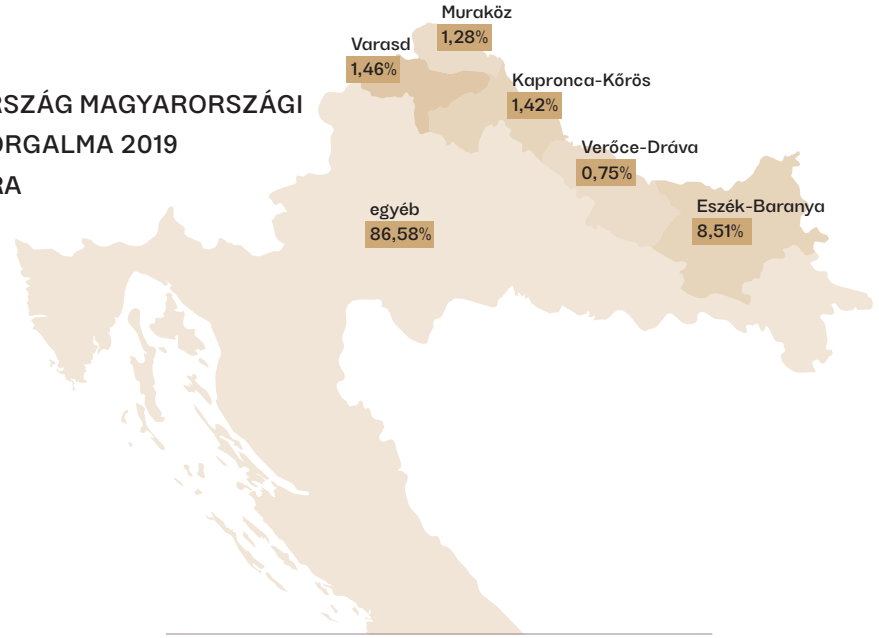


HORVÁT KÜLPIACI KERESLET TÉRSÉGI MEGOSZLÁSA EGYES DESZTINÁCIÓKBAN 81 SZ. TÁBLÁZAT

Horvátország												
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Egyéb	92,09%	88,57%	94,52%	84,17%	80,95%	80,65%	91,84%	84,33%	95,02%	77,96%	92,46%	89,99%
Eszék-Baranya	2,88%	9,39%	2,58%	12,30%	14,29%	16,30%	3,40%	6,82%	2,85%	17,78%	4,55%	4,74%
Kapronca-Kőrös	2,16%	0,41%	0,00%	0,53%	4,76%	1,16%	3,40%	2,67%	0,00%	3,52%	0,48%	0,89%
Muraköz	0,00%	1,02%	0,00%	1,93%	0,00%	0,53%	1,36%	3,41%	0,00%	0,00%	0,12%	0,44%
Varasd	2,88%	0,61%	0,32%	1,07%	0,00%	0,42%	0,00%	1,55%	1,42%	0,19%	2,40%	2,89%
Verőce-Dráva	0,00%	0,00%	2,58%	0,00%	0,00%	0,95%	0,00%	1,23%	0,71%	0,56%	0,00%	1,04%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

HORVÁTORSZÁG MAGYARORSZÁGI VENDÉGFORGALMA 2019
33. SZ. ÁBRA



SZLOVÉN KÜLPIACI KERESLET TÉRSÉGI MEGOSZLÁSA EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
82 SZ. TÁBLÁZAT

	Szlovénia											
	Bük-Sárvár	Debrecen	Mátra	Győr	Gyula	Pécs	Tokaj	Balaton	Sopron	Szeged	BP	Desztináción kívüli
Egyéb	92,84%	94,02%	65,03%	94,00%	96,00%	98,64%	97,40%	91,96%	98,80%	94,90%	85,44%	89,60%
Muramenti régió	7,16%	5,98%	34,97%	6,00%	4,00%	1,36%	2,60%	8,04%	1,20%	5,10%	14,56%	10,40%

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

KÜLPIACI KERESLET – TELEPÜLÉSI SZINT

A külpiaci kereslet vizsgálatához az alábbi táblázatokban országonként azt mutatjuk be, hogy az egyes külföldi küldőpiacok által generált vendégforgalom mely településen koncentrálódik, milyen mértékben, és tesszük ezeket azon települések esetében, ahol a vizsgált ország vendégforgalmi aránya az összvolumenhez képest az adott településen eléri a minimum 0,5%-ot (a kevésbé jelentős küldőpiacokon az 1%-ot). A vizsgálat küldőpiaconként, az NTAK-ba rögzített külföldi vendégéjszakaszám alapján történt. A településeket az anyag korábbi részében használt desztinációs színezési hátterekkel láttuk el. Az első táblázatcsoport az NTAK adatokon belül vizsgált küldőpiacok Budapest – vidéki települések (desztinációk és desztináción kívüli települések) arányait mutatja be. **Általánosságban elmondható, hogy Budapesten kívüli magas arányú vendégforgalom a legnagyobb küldőpiacainkról** (német, cseh, osztrák, román, szlovák, orosz, lengyel, ukrán) **és a határos szlovén és szerb piacról realizálódik. A többi küldőpiac esetében Budapest aránya kiemelkedő** még azzal is, hogy egyes piacokon a Budapestre irányuló kereslet jelentős Budapesten kívüli tranzit vendégéjszakát generál.

A VIZSGÁLT KÜLDŐPIACOK ÁLTAL REALIZÁLT VENDÉGÉJSZAKASZÁM ÉS AZOK MEGOSZLÁSA BUDAPEST ÉS A VIDÉKI TERÜLETEK KÖZÖTT
83 SZ. TÁBLÁZAT

	Németország		Csehország		Ausztria		Románia		Szlovákia	
vendégéjszakák száma	190 842	557 894	177 014	286 579	99 447	232 280	104 074	204 966	74 223	164 093
Budapesten realizált vendégéjszakák száma	77 476	186 738	101 510	52 887	29 603	54 158	415 26	66 984	211 53	34 333
Budapest részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	40,60%	33,47%	57,35%	18,45%	29,77%	23,32%	39,90%	32,68%	28,50%	20,92%
vidéken realizált vendégéjszakák száma	113 366	371 156	75504	233692	69844	178122	62548	137982	53070	129760
vidéki területek részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	59,40%	66,53%	42,65%	81,55%	70,23%	76,68%	60,10%	67,32%	71,50%	79,08%

	Oroszország		Lengyelország		Ukrajna		Kína		Olaszország	
vendégéjszakák száma	55 688	204 665	63 918	159 120	67 921	128 621	85 589	130 139	72 590	188 797
Budapesten realizált vendégéjszakák száma	3 6121	101 527	29 183	61 135	37 646	60 737	53 799	87 110	58 387	156 204
Budapest részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	64,86%	49,61%	45,66%	38,42%	55,43%	47,22%	62,86%	66,94%	80,43%	82,74%
vidéken realizált vendégéjszakák száma	19 567	103 138	347 35	97 985	30 275	67 884	31 790	43 029	14 203	32 593
vidéki területek részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	35,14%	50,39%	54,34%	61,58%	44,57%	52,78%	37,14%	33,06%	19,57%	17,26%

	Nagy Britannia		Izrael		Hollandia		USA		Svájc	
vendégéjszakák száma	116 649	314 229	45 145	164 056	33 548	82 165	84 751	210 250	22 982	61 659
Budapesten realizált vendégéjszakák száma	103 593	281 696	38 672	133 328	21 191	55 097	74 126	183 924	15 208	38 990
Budapest részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	88,81%	89,65%	85,66%	81,27%	63,17%	67,06%	87,46%	87,48%	66,17%	63,23%
vidéken realizált vendégéjszakák száma	13 056	32 533	6 473	30 728	12 357	27 068	10 625	26 326	7 774	22 669
vidéki területek részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	11,19%	10,35%	14,34%	18,73%	36,83%	32,94%	12,54%	12,52%	33,83%	36,77%

	Franciaország		Szerbia		Korea		Belgium		Spanyolország	
vendégéjszakák száma	47 645	121 030	21 709	46 132	40 659	69 633	19 965	47 291	46 434	12 3851
Budapesten realizált vendégéjszakák száma	36 858	99 129	9 936	19 183	33 284	53 955	13 057	33 726	41 193	110 354
Budapest részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	77,36%	81,90%	45,77%	41,58%	81,86%	77,48%	65,40%	71,32%	88,71%	89,10%

	Franciaország		Szerbia		Korea		Belgium		Spanyolország	
vidéken realizált vendégéjszakák száma	10 787	21 901	11 773	26 949	7 375	15 678	6 908	13 565	5 241	13 497
vidéki területek részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	22,64%	18,10%	54,23%	58,42%	18,14%	22,52%	34,60%	28,68%	11,29%	10,90%

	Svédország		Szlovénia		Japán		Finnország		Horvátország	
vendégéjszakák száma	22025	56816	11032	19855	17169	40592	12374	34619	15813	28131
Budapesten realizált vendégéjszakák száma	16949	45912	5696	9732	14344	31633	9399	26374	11674	20041
Budapest részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	76,95%	80,81%	51,63%	49,02%	83,55%	77,93%	75,96%	76,18%	73,83%	71,24%
vidéken realizált vendégéjszakák száma	5076	10904	5336	10123	2825	8959	2975	8245	4139	8090
vidéki területek részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	23,05%	19,19%	48,37%	50,98%	16,45%	22,07%	24,04%	23,82%	26,17%	28,76%

	Norvégia		Dánia		Kanada		India		Portugália	
vendégéjszakák száma	14216	40090	14235	40634	13876	37624	10883	28774	7547	20624
Budapesten realizált vendégéjszakák száma	11420	32413	10989	33228	11420	32413	10034	25983	6593	17990
Budapest részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	80,33%	80,85%	77,20%	81,77%	82,30%	86,15%	92,20%	90,30%	87,36%	87,23%
vidéken realizált vendégéjszakák száma	2796	7677	3246	7406	2456	5211	849	2791	954	2634
vidéki területek részaránya a teljes vendégforgalmon belül (%)	19,67%	19,15%	22,80%	18,23%	17,70%	13,85%	7,80%	9,70%	12,64%	12,77%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A következő táblázatcsoport az adott küldőpiacról érkező vendégek települési koncentrációját mutatja. Mint a korábbiakban bemutattuk, a külföldi vendégforgalom a belföldihez képest önmagában is koncentráltabb. A vizsgálatba bevont 30 küldőpiac esetében:

- a TOP 3 település koncentrációja egy esetben haladja meg csupán a 10%-ot, 9 esetben a legalább 20%-ot, 9 esetben a legalább 30%-ot, 9 esetben a legalább 40%-ot, 2 esetben a legalább 70%-ot,
- a TOP 5 település koncentrációja egy esetben haladja meg csupán a 20%-ot, 6 esetben a legalább 30%-ot, 11 esetben a legalább 40%-ot, 8 esetben a legalább 50%-ot, 2 esetben a legalább 60%-ot, 2 esetben a legalább 80%-ot,
- a TOP 10 település koncentrációja két esetben haladja meg csupán a 40%-ot, 7 esetben a legalább 50%-ot, 12 esetben a legalább 60%-ot, 6 esetben a legalább 70%-ot, 3 esetben a legalább 80%-ot.

A VIZSGÁLT KÜLDŐPIACOK TELEPÜLÉSI KONCENTRÁCIÓJA
84 SZ. TÁBLÁZAT

	Németország	Csehország	Ausztria	Románia	Szlovákia	Oroszország	Lengyelország	Ukrajna	Kína	Olaszország
TOP 3	33,24%	49,43%	44,28%	45,06%	22,84%	77,39%	41,88%	47,84%	29,75%	19,76%
TOP 5	45,34%	60,69%	54,59%	59,20%	33,49%	82,06%	50,63%	57,11%	41,05%	27,09%
TOP 10	65,04%	74,82%	70,07%	70,84%	52,58%	87,92%	64,83%	71,32%	62,72%	45,71%

	Nagy Britannia	Izrael	Hollandia	USA	Svájc	Franciaország	Szerbia	Korea	Belgium	Spanyolország
TOP 3	32,44%	76,14%	35,73%	28,02%	38,17%	20,46%	41,40%	45,15%	27,30%	31,30%
TOP 5	42,43%	80,73%	46,32%	40,36%	46,36%	30,03%	53,43%	67,30%	36,60%	45,58%
TOP 10	58,21%	88,36%	63,17%	59,17%	62,29%	47,61%	68,34%	87,88%	53,86%	68,75%

	Svédország	Szlovénia	Japán	Finnország	Horvátország	Norvégia	Dánia	Kanada	India	Portugália
TOP 3	20,63%	27,70%	37,69%	43,29%	22,61%	46,83%	29,96%	32,76%	37,51%	32,04%
TOP 5	31,80%	39,80%	51,41%	52,87%	33,39%	56,68%	42,20%	45,65%	48,84%	42,71%
TOP 10	56,28%	54,83%	75,30%	68,78%	51,11%	71,20%	63,77%	63,77%	69,26%	60,59%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A következő fejezetrészben a táblázatok azt mutatják, hogy a vizsgált jelentősebb küldőpiac által generált vendégforgalom, mely településen realizálódnak és milyen piaci részesedéssel bírnak. Az egyes települések részesedése a Budapest nélkül Magyarországon realizált küldőpiaci vendégforgalmi arányt mutatják. A táblázatban csak azon települések szerepelnek, melyek az adott küldőpiacon elérik a legalább 0,5%-os piaci részesedést.

Az települések küldőpiaci részesedését vizsgáló táblázatai esetében a következő általános megállapítások tehetők, melyek minden küldőpiacra jellemzőek:

- **a vidéki területeken minden nagyvárosban van valamilyen mértékű külföldi vendégforgalom szinte minden országból.** Ilyen városok pl. Debrecen, Sopron, Szeged, Eger, Székesfehérvár, Győr, Pécs. Ezen települések iránti motiváció nehezen meghatározható, mert ugyanúgy képződhet üzleti célból, mint egyetemhez kapcsolódó utazásból vagy szabadidős célból. Az arány mindenképpen az üzleti kereslet irányába tolódhat el, kivételt képez ez alól Sopron városa,
- annak ellenére, hogy Sopron az a város, ahol összességében csökken a vendégforgalom, olyan erős imázzsal rendelkezik, hogy a külföldiek szinte mindegyik országból „odatalálnak”,
- **jelentős külföldi tranzitforgalom tapasztalható az országban** (kamionsofőr, vendégmunkás, reptéri átszállás), **mely az osztrák és szerb határ között, valamint Románia és Ukrajna felé látható egyes településeken.** Ezen települések rendre bekerülnek a vizsgálati körbe mint az adott országok jelentős fogadótelepülései. Az ilyen jellegű vendégforgalom nagy volumennel és extrém alacsony átlagos tartózkodási idővel realizálódik. Ezek: Hegyeshalom, Mosonmagyaróvár, Győr, Tata, Tatabánya, Herceghalom, Vecsés, Kecskemét, Balástya, Szeged.

Németország

Magyarország számára az egyik legfontosabb küldőország Németország, melynek vendégforgalmi adatai az elmúlt 10 évben jelentősen gyengültek, emellett ugyanakkor továbbra is a legnagyobb külpiaci keresletet biztosító országról beszélhetünk. **A német piac az NTAK adatok alapján a vidéken realizált külföldi vendégéjszakák 21,87%-át adja.** Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy Gyula és térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a német vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 29 település.

- **a német vendégéjszakák közel fele, 49,06%-a, a Balaton desztinációban,** mint ezen küldőpiacon klasszikusnak számító (generációs kötődéssel is jellemezhető) térségben **realizálódik.** A balatoni vendégéjszakák alapvetően szabadidős turizmushoz kapcsolódnak, és ezen belül is a gyógyvíz iránti kereslet a meghatározó,
- a második legnagyobb német vendégforgalom a Bük-Sárvár térségben látható (8,84%), harmadik vezető desztináció pedig Debrecen és térsége (6,62%),
- a német piac eloszlása viszonylag koncentrált, a vendégforgalom 65,04%-át az első 10 település realizálja, melyek: Hévíz, Tihany, Bükfürdő, Balatonfüred, Győr, Zalakaros, Siófok, Hajdúszoboszló, Balástya és Debrecen. A TOP 5 település részesedése 45,34%, a TOP 3 településé 33,24%,
- Hévíz település önmagában a német piaci kereslet ötödét birtokolja, vagyis a Hévíz termék a legvonzóbb szabadidős turisztikai termék az országban,
- kiemelhető Tihany szerepe is, ahol annak ellenére ilyen magas a vendégforgalom, hogy viszonylag kis szálláshelykapacitással rendelkezik a többi TOP10-ben látható településnél, valamint nincs fürdő a településen, azaz a motiváció kulturális (és esztétikus épített és táji környezet hívószóra épülő) alapú,
- Győr kiemelkedő teljesítménye (6,01%) feltételezhetően üzleti keresletet takar (Audi Hungária Kft.), Kecskemét pedig a Mercedesnek köszönheti eredményét (2,38%),
- Balástya, Hegyeshalom, Szeged a tartózkodási idő alapján átutazó vendégforgalmat jelent.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
85 SZ. TÁBLÁZAT

Németország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	371 156	
Hévíz	72 288	19,48%
Tihany	25 742	6,94%
Bükfürdő	25 360	6,83%
Balatonfüred	22 592	6,09%
Győr	22 299	6,01%
Zalakaros	19 533	5,26%
Siófok	18 521	4,99%
Hajdúszoboszló	15 190	4,09%
Balástya	10 955	2,95%
Debrecen	8 937	2,41%
Kecskemét	8 846	2,38%
Sopron	8 818	2,38%
Eger	5 866	1,58%
Hegyeshalom	5 818	1,57%
Szeged	5 708	1,54%
Mosonmagyaróvár	4 913	1,32%
Sárvár	4 749	1,28%
Vecsés	4 474	1,21%

Németország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Pécs	4 469	1,20%
Alsópáhok	4 465	1,20%
Harkány	4 137	1,11%
Miskolc	3 440	0,93%
Székesfehérvár	3 380	0,91%
Balatonalmádi	2 914	0,79%
Tata	2 670	0,72%
Gödöllő	2 457	0,66%
Visegrád	2 232	0,60%
Szombathely	2 100	0,57%
Nyíregyháza	1894	0,51%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Csehország

Csehország a vidéki külföldi kereslet tekintetében a második legfontosabb küldőpiacunk (13,77%), **az utóbbi években stabilan nő a tőlük hazánk felé irányuló kereslet és elsősorban az élményfürdők iránt mutatnak érdeklődést.** Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy Gyula és térségén, valamint Tokaj és Nyíregyháza térségen kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a cseh vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 25 település.

- a cseh piac eloszlása rendkívül koncentrált, egyetlen település, Bükfürdő realizálja a teljes vendégforgalom harmadát (29,72%-át), a TOP2 település (Bükfürdő és Sárvár) realizálja a vendégforgalom közel felét (42,08%) és a TOP5 település pedig a kétharmadát (60,69%), a TOP 10 település részesedése 74,82%,
- a vendégforgalom mértékét tekintve két desztináció emelkedik ki, a Balaton és Bük-Sárvár, amelyek ketten együtt 68,91%-át birtokolják az összes Magyarországon realizálódó cseh vendégéjszakáknak,
- jelentős vendégforgalommal bír még Győr, 4,51%-kal az 5. helyet foglalja el a települések rangsorában,
- a Győr-Pannonhalma térség számára is jelentős a cseh küldőpiac, a desztináció összességében 8,00%-os részesedéssel bír,
- a települések sorrendjét és a kereslet mértékét elemezve egyértelműen az élményfürdő/wellness hotel és gyógyfürdő iránti kereslet generálja a cseh vendégéjszakák majdnem teljes egészét (néhány település kivételével: Tihany, Kecskemét és Vecsés),
- területi eloszlását tekintve a forgalom jellemzően a nyugati országrészben jelenik meg, és Harkány kivételével (2,67%) az északabbra fekvő területeken (Nyugat-Dunántúl régió és Balaton) realizálódik.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
86 SZ. TÁBLÁZAT

Csehország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	233 692	
Bükfürdő	69 453	29,72%
Sárvár	28 875	12,36%
Zalakaros	17 195	7,36%
Hévíz	15 786	6,76%
Győr	10 530	4,51%
Eger	8 573	3,67%
Mosonmagyaróvár	6 697	2,87%

Csehország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Harkány	6 250	2,67%
Kehidakustány	6 013	2,57%
Tapolca	5 486	2,35%
Tihany	5 314	2,27%
Siófok	3 746	1,60%
Hajdúszoboszló	3 372	1,44%
Hegykő	3 046	1,30%
Visegrád	2 534	1,08%
Sopron	2 414	1,03%
Szentgotthárd	2 404	1,03%
Miskolc	2 267	0,97%
Balatonfüred	2 202	0,94%
Egerszalók	2 157	0,92%
Szeged	1 474	0,63%
Vecsés	1 371	0,59%
Kecskemét	1 367	0,58%
Esztergom	1 251	0,54%
Lipót	1 203	0,51%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Ausztria

Ausztria a külföldi küldőpiacok rangsorában a 3. helyet foglalja el (10,50%), **klasszikusnak számító küldőpiacról beszélhetünk, ugyanakkor a kereslet minimálisan emelkedik, szinte alig látható mértékben**, vagyis új vendégeket egyelőre nem tud a hazai kínálat megszólítani. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy Gyula és térségén és Mátra-Bükkön kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol az osztrák vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 26 település.

- az osztrák piac eloszlása közepesen koncentrált, a TOP2 település realizálja a vendégforgalom harmadát (34,64%) és a TOP5 település pedig több mint felét (54,59%), a TOP 10 település a 70,07%-át,
- a vendégforgalom mértékét tekintve két desztináció emelkedik ki, a Balaton és Bük-Sárvár, amelyek ketten együtt 65,34%-át birtokolják az összes Magyarországon realizálódó osztrák vendégéjszakának,
- jelentős vendégforgalommal bír még Sopron, 5,53%-kal a 4. helyet foglalja el, határmenti lokációjának és orvosi szolgáltatásinak köszönhetően,
- a települések sorrendjét és a kereslet mértékét elemezve egyértelműen a gyógyfürdők iránti kereslet generálja az osztrák vendégéjszakák kétharmadát,
- területi eloszlását tekintve közel 80%-a a nyugati országrészben, jellemzően az északabbra fekvő területeken (Nyugat-Dunántúli régió és Balaton) realizálódik, vagyis elmondható, hogy alapvetően lokális, regionális keresletről beszélhetünk, vagyis a közeli fürdők megfelelő ár-érték aránya generálja a vendégforgalmat,
- önmagában nem mutat jelentős forgalmi arányt Hegykő, ugyanakkor méretéhez képest kiemelhető a teljesítménye,
- két desztinációhoz nem tartozó település, Szentgotthárd és Körmend együttesen 6,96%-os jelentős részesedéssel rendelkezik az osztrák piacon.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
87 SZ. TÁBLÁZAT

Ausztria		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	178 122	
Bükfürdő	31 163	17,50%
Hévíz	30 537	17,14%
Sárvár	17 173	9,64%
Sopron	9 858	5,53%
Zalakaros	8 499	4,77%
Szentgotthárd	6 926	3,89%
Siófok	5 933	3,33%
Körmend	5 466	3,07%
Győr	4 672	2,62%
Balatonfüred	4 582	2,57%
Tihany	3 664	2,06%
Mosonmagyaróvár	3 296	1,85%
Hegykő	2 932	1,65%
Tapolca	1 969	1,11%
Balatonalmádi	1 578	0,89%
Celldömölk	1 463	0,82%
Szeged	1 419	0,80%
Alsópáhok	1 392	0,78%
Kecskemét	1 391	0,78%
Pécs	1 366	0,77%
Hajdúszoboszló	1 160	0,65%
Debrecen	1 150	0,65%
Székesfehérvár	1 111	0,62%
Vecsés	1 043	0,59%
Szombathely	1 043	0,59%
Visegrád	897	0,50%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Románia

Románia a vidéki vendégforgalom tekintetében a küldőpiaci országok rangsorában 4. helyet foglalja el (8,13%), vagyis fontos küldőpiacnak tekinthető. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Bük-Sárvár térségen kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a román vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 27 település.

- a román piaci kereslet szintén az előzőekhez hasonlóan koncentrált, a TOP2 településen realizálódik a vendégforgalom több mint egyharmada (34,39%), a TOP5 településen pedig a kétharmada (59,20%), a fennmaradó egyharmadon osztozik tulajdonképpen 22 település,
- a legnagyobb román kereslettel Hajdúszoboszló (21,34%) bír, a teljes vendégforgalom egyötöde itt képződik,
- jelentős román forgalom tapasztalható Gyulán (13,05%) és Hegyeshalmon (10,67%), 10% alatti részesedéssel 4. helyen áll Debrecen (8,03%), 5. helyen pedig Szeged (6,11%) városa áll,

- a legnagyobb arányú vendégforgalom desztinációs szinten a Debrecen és térségében realizálódik (30,50%),
- a román kereslet 76,20%-a a keleti országrészen keletkezik, a nyugati területeken az M1-es és M5-ös autópálya mentén pedig a fennmaradó részarány több mint fele (16,97%),
- a nyugati desztinációk (Balaton és Bük-Sárvár) esetében a román vendégforgalom szerény mértékű,
- az autópálya mentén Hegyeshalom az eredményeivel a 3. legnagyobb román vendégforgalmat realizáló település, ugyanakkor ezen a településen kizárólag vendégmunkások átutazó forgalma jelenik meg,
- fentiek alapján elmondható, hogy a román lakosság szabadidős céllal a keleti országrészben található desztinációkat keresi fel, ebben élenjárók a határmenti területek (lokációs kereslet erősségét jelzi), motiváció szempontjából pedig a gyógy- és élményfürdő felkeresése az elsődleges.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
88 SZ. TÁBLÁZAT

Románia		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	137 982	
Hajdúszoboszló	29 449	21,34%
Gyula	18 008	13,05%
Hegyeshalom	14 716	10,67%
Debrecen	11 075	8,03%
Szeged	8 432	6,11%
Győr	4 475	3,24%
Nyíregyháza	3 761	2,73%
Vecsés	3 043	2,21%
Miskolc	2 591	1,88%
Eger	2 194	1,59%
Kecskemét	2 015	1,46%
Sopron	1 871	1,36%
Siófok	1 834	1,33%
Orosháza	1 795	1,30%
Makó	1 645	1,19%
Hévíz	1 591	1,15%
Balatonfüred	1 507	1,09%
Mosonmagyaróvár	1 466	1,06%
Mórahalom	1 289	0,93%
Egerszalók	1 120	0,81%
Tihany	925	0,67%
Tata	884	0,64%
Székesfehérvár	843	0,61%
Velence	812	0,59%
Budaörs	764	0,55%
Balmazújváros	742	0,54%
Pécs	723	0,52%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Szlovákia

Szlovákia (7,65%), mint küldőterület a külpiaci keresletet generáló országok rangsorában az 5. helyen áll. A szlovák vendégkör két csoportra osztható: egyrészt a Szlovákiában élő magyarokra, valamint a szlovákokra. Előbbi célközönség hazánk iránti erős kötődéssel jellemezhető, vagyis motivációja nem elsődlegesen termékalaphoz köthető. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a szlovák vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 38 település.

- a szlovák kereslet egyáltalán nem koncentrált, a legnagyobb részesedéssel bíró település Hajdúszoboszló (8,82%), amely önmagában nem éri el a 10%-ot,
- a TOP5 település részesedése „csupán" egyharmada (33,49%) az összvolumennek, legjelentősebb szlovák vendégforgalommal rendelkező települések: Hajdúszoboszló, Hévíz, Bükfürdő, Balatonfüred és Siófok,
- desztinációs kitekintésben a legnagyobb vendégforgalmat a Balaton (31,75%) realizálja, melyet Debrecen és térsége (12,85%) és a Bük-Sárvár térsége (11,03%) követi. A három térségben a szlovák vendégforgalom együttesen meghaladja az 50%-ot.
- a települések felé irányuló kereslet mértéke azt mutatja, hogy a szlovák vendégek alapvetően mindenhol jelen vannak valamilyen mértékben, mely fakadhat családi kötelékből is, azonban alapvetően érdeklődésük a fürdők és wellnesshotelek iránt kiemelkedő, melyet kiegészítenek a nyári strandi funkciók,
- földrajzi elhelyezkedést tekintve a vendégforgalom 90%-a az ország északi határterületén és a Balatonon realizálódik, a déli területek desztinációnak szlovák vendégrészesedése 1-2% közötti.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
89 SZ. TÁBLÁZAT

Szlovákia		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	129 760	
Hajdúszoboszló	11 444	8,82%
Hévíz	10 133	7,81%
Bükfürdő	8 056	6,21%
Balatonfüred	7 167	5,52%
Siófok	6 652	5,13%
Sárvár	5 697	4,39%
Eger	5 494	4,23%
Debrecen	4 686	3,61%
Miskolc	4 662	3,59%
Nyíregyháza	4 238	3,27%
Visegrád	3 481	2,68%
Győr	3 325	2,56%
Zalakaros	3 191	2,46%
Egerszalók	3 096	2,39%
Sopron	2 485	1,92%
Tapolca	2 095	1,61%
Sümeg	1 725	1,33%
Tihany	1 703	1,31%
Szeged	1 692	1,30%
Vecsés	1 571	1,21%

Szlovákia		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Esztergom	1 557	1,20%
Mezőkövesd	1 556	1,20%
Mosonmagyaróvár	1 489	1,15%
Gyula	1 435	1,11%
Alsópáhok	1 329	1,02%
Balatonalmádi	1 114	0,86%
Kecskemét	1 095	0,84%
Noszvaj	1 009	0,78%
Parád	997	0,77%
Szentgotthárd	890	0,69%
Harkány	832	0,64%
Székesfehérvár	808	0,62%
Törökbálint	808	0,62%
Balatonkenese	774	0,60%
Tata	752	0,58%
Cserszegtomaj	719	0,55%
Dunakiliti	681	0,52%
Dunaújváros	650	0,50%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Oroszország

Az orosz piac által generált vendégforgalom az utóbb közel 10 évben bizonyos településeken óriási növekedést ért el. Ma a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 6,08%-át adja, mellyel a 6. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térsége, valamint a Tokaj és Nyíregyháza térségen kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol az orosz vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 18 település.

- az orosz piac minden eddiginél koncentráltabb, a teljes vendégforgalom 64,75%-a Hévízen realizálódik,
- a TOP2 település (Hévíz és Hajdúszoboszló (8,88%)) realizálja a teljes orosz vendégforgalom háromnegyedét (73,63%),
- a TOP5 település realizálja a teljes vendégforgalom 82,06%-át, melyek Hévíz, Hajdúszoboszló, Debrecen, Sárvár és Noszvaj,
- három desztinációban képződik a teljes vendégforgalom 88,12%-a, melyek: Balaton, Debrecen és térsége, valamint Bük-Sárvár,
- a településeket vizsgálva megállapítható, hogy a fő motivációt az orosz vendégek számára a gyógyturizmus jelenti.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
90 SZ. TÁBLÁZAT

Oroszország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	103 138	
Hévíz	66 787	64,75%
Hajdúszoboszló	9 156	8,88%
Debrecen	3 872	3,75%
Sárvár	3 247	3,15%
Noszvaj	1 568	1,52%

Oroszország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Győr	1 486	1,44%
Bükfürdő	1 317	1,28%
Siófok	1 100	1,07%
Balatonfüred	1 087	1,05%
Sopron	1 060	1,03%
Szeged	849	0,82%
Cserszegtomaj	835	0,81%
Eger	823	0,80%
Tapolca	810	0,79%
Pécs	737	0,71%
Vecsés	682	0,66%
Miskolc	678	0,66%
Tihany	650	0,63%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Lengyelország

A lengyel piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 5,57%-át adja, mellyel a 7. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a lengyel vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 32 település.

- a lengyel piac közepesen koncentrált, csupán 4 olyan település van, ahol a vendégéjszakák aránya az 5%-ot meghaladja,
- legnagyobb arányú vendégforgalom Hajdúszoboszló településen realizálódik (17,96%), mely a teljes teljesítmény közel egyötöde,
- jelentős részesedéssel bír még Tihany (13,99%), valamint Eger (9,93%) és Siófok (5,28%) városa,
- a TOP5 település részesedése 50,63%, több mint fele a teljes forgalomnak,
- legnagyobb vendégforgalmi arányt a Balaton (30,47%), Debrecen és térsége (21,25%), valamint a Mátra-Bükk térség mutatja (17,23%). A Mátra-Bükk térség teljesítménye meglepően alacsony, ahhoz képest, hogy évek óta tudatos és intenzív kampányt folytattak a lengyel piacon. Ettől függetlenül bár a Balaton távolabb fekszik a küldőpiactól, jelentősebb a vonzereje, a Debrecen és térsége pedig Hajdúszoboszló fürdőjével versenyképesebb desztináció a Mátra-Bükkhöz viszonyítva.
- a lengyel utazók motivációja nem látható egyértelműen a választott települések listájából, egyaránt benne van a fürdőlétesítmények iránti érdeklődés, mint a kulturális, azon belül is a vallási helyszínek iránti érdeklődés lehetősége,
- földrajzi elhelyezkedését tekintve a lengyel vendégek 94,74%-a az ország északi területeit választja, a dél-magyarországi desztinációk iránti mutatkozó kereslet marginális.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
91 SZ. TÁBLÁZAT

Lengyelország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	97 985	
Hajdúszoboszló	17 596	17,96%
Tihany	13 713	13,99%
Eger	9 728	9,93%
Siófok	5 173	5,28%
Nyíregyháza	3 402	3,47%

Lengyelország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Vecsés	3 298	3,37%
Hévíz	3 147	3,21%
Debrecen	2 890	2,95%
Mezőkövesd	2 463	2,51%
Bükfürdő	2 109	2,15%
Győr	2 149	2,19%
Miskolc	1 932	1,97%
Balatonfüred	1 929	1,97%
Szeged	1 895	1,93%
Kecskemét	1 353	1,38%
Törökbálint	1 178	1,20%
Zalakaros	1 101	1,12%
Székesfehérvár	1 094	1,12%
Cserszegtomaj	912	0,93%
Sopron	910	0,93%
Egerszalók	878	0,90%
Visegrád	863	0,88%
Szombathely	750	0,77%
Bogács	721	0,74%
Sárvár	679	0,69%
Kerepes	660	0,67%
Balástya	642	0,66%

Lengyelország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Tatabánya	631	0,64%
Gödöllő	606	0,62%
Balatonszárszó	551	0,56%
Pécs	506	0,52%
Zalaegerszeg	487	0,50%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Ukrajna

Az ukrán piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 4,00%-át adja, mellyel a 8. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol az ukrán vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 27 település.

- az ukrán piac a lengyelhez hasonlóan közepesen koncentráltnak mondható, bár kiugróan magas vendégforgalmi arányt mutat Hajdúszoboszló, amely a teljes vendégforgalom negyedét (26,16%) tudhatja magáénak,
- a TOP2 település 37,96%-kos részesedéssel bír, mely több mint egyharmada a vendégforgalomnak, a TOP5 település pedig közel kétharmados részesedéssel bír (57,11%),
- kiemelkedő teljesítményt láthatunk Hajdúszoboszló mellett Hévízen is, ahol az ukrán vendégforgalom 11,80%-a látható, de közel ilyen értéket mutat Győr település is (9,87%),

- földrajzi elhelyezkedése egyáltalán nem koncentrált, feltételezhetően a kétirányú motiváció okán: szabadidős és üzleti (munkavállalás),
- szabadidős keresletben a határközeli területek jelentenek kiemelkedő alternatívát, ahol a fürdőlétesítmények generálják a keresletet.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
92 SZ. TÁBLÁZAT

Ukrajna		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	67 884	
Hajdúszoboszló	17 761	26,16%
Hévíz	8 009	11,80%
Győr	6 703	9,87%
Debrecen	4 008	5,90%
Kisvárda	2 288	3,37%
Sopron	2 250	3,31%
Nyíregyháza	2 065	3,04%
Nagykanizsa	2 017	2,97%
Hegyeshalom	1 706	2,51%
Sárvár	1 606	2,37%
Tiszaújváros	1 319	1,94%
Pécs	1 293	1,90%
Szeged	1 277	1,88%
Törökbálint	1 272	1,87%
Gárdony	1 096	1,61%
Eger	1 057	1,56%
Siófok	757	1,12%
Egerszalók	753	1,11%
Székesfehérvár	747	1,10%
Mosonmagyaróvár	655	0,96%
Veszprém	647	0,95%
Vecsés	617	0,91%
Miskolc	615	0,91%
Tatabánya	417	0,61%
Vásárosnamény	404	0,60%
Gyöngyös	346	0,51%
Esztergom	341	0,50%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Kína

A kínai piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 2,51%-át adja, mellyel a 9. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, Tokaj és Nyíregyháza, Mátra-Bükk térségeken kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a kínai vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 21 település.

- a kínai piac közepesen koncentrált, nem jelenthető ki, hogy kifejezetten erős érdeklődést mutatnának valamely település vagy desztináció iránt,
- a TOP5 település részesedése 41,05%, mely eddig a legalacsonyabb a külföldi küldőpiacok arányait tekintve,

- a legnagyobb részesedéssel Hévíz települése bír (13,91%), melyet Debrecen (7,92%) és Győr (7,92%) városa követ,
- 5% feletti részesedéssel bír még Vecsés (5,73%), Kerepes (5,57%) és Herceghalom (5,41%),
- desztinációs szinten a legnagyobb részesedéssel a Balaton bír, a teljes vendégforgalom negyede (25,12%) ebben a térségben realizálódik,
- a településeket vizsgálva elmondható, hogy a kínai kereslet ott realizálódik, ahol transzfer állomásként megfelelő kapacitások találhatók vagy átszálláshoz a szervezett útvonalon helyezkedik el, a Balaton kiemelkedő teljesítménye azzal indokolható, hogy ezen desztináció meglátogatása bakancslistás Budapest mellett.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
93 SZ. TÁBLÁZAT

Kína		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	43 029	
Hévíz	5 985	13,91%
Debrecen	3 408	7,92%
Győr	3 408	7,92%
Vecsés	2 467	5,73%
Kerepes	2 395	5,57%
Herceghalom	2 329	5,41%
Budaörs	2 031	4,72%
Kazincbarcika	1 985	4,61%
Balatonfüred	1 511	3,51%
Kecskemét	1 470	3,42%
Pécs	1 344	3,12%
Szeged	1 303	3,03%
Zalakaros	1 041	2,42%
Zsámbék	932	2,17%
Székesfehérvár	884	2,05%
Telki	878	2,04%
Sopron	826	1,92%
Tata	808	1,88%
Tapolca	700	1,63%
Balatonalmádi	486	1,13%
Bükfürdő	438	1,02%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Olaszország

Az olasz piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 1,92%-át adja, mellyel a 10. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy mindegyik desztinációban van olyan település, ahol az olasz vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 27 település.

- az olasz piac egyáltalán nem mondható koncentráltnak, szinte minden településen található valamennyi vendégéjszaka, ennek következtében nehéz meghatározni az olasz vendégek motivációját. Feltételezhetően a keresletben ugyanúgy megjelenik a szabadidős érdeklődés, mint az üzleti, ezek aránya nagy valószínűséggel az üzleti irányába billen el.

- ugyancsak megfontolandó szempont, hogy a teljes olasz vendégforgalom belül mekkora arányt képviselhetnek az olasz tartózkodási engedéllyel (azonosító okmányokkal) rendelkező (román, bolgár, török stb.) vendégmunkások, akik a magyar nyilvántartásokban olasz vendégforgalomként jelennek meg,
- a TOP települések összesen csupán a teljes volumen 29,10%-át realizálják, mely települések Hévíz (7,32%), Győr (6,79%), Sopron (5,65%), Debrecen (4,82%) és Balatonfüred (4,52%).

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
94 SZ. TÁBLÁZAT

Olaszország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	32 593	
Hévíz	2 386	7,32%
Győr	2 212	6,79%
Sopron	1 842	5,65%
Debrecen	1 570	4,82%
Balatonfüred	1 474	4,52%
Vecsés	1 349	4,14%
Zalakaros	1 281	3,93%
Székesfehérvár	1 222	3,75%
Kecskemét	1 131	3,47%
Szeged	1 085	3,33%
Tata	1 014	3,11%
Siófok	820	2,52%
Nyíregyháza	763	2,34%
Bükfürdő	723	2,22%
Pécs	705	2,16%
Gödöllő	636	1,95%
Mosonmagyaróvár	632	1,94%
Miskolc	612	1,88%
Gyöngyös	576	1,77%
Sárvár	530	1,63%
Eger	466	1,43%
Szolnok	429	1,32%
Budaörs	428	1,31%
Békéscsaba	379	1,16%
Kaposvár	361	1,11%
Komárom	356	1,09%
Szombathely	353	1,08%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Nagy-Britannia

A brit piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 1,92%-át adja, mellyel a 11. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a brit vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 23 település.

- a brit vendégforgalom közepesen koncentrált, vidéken realizálódó vendégéjszakák száma viszonylag alacsony,
- legnagyobb vendégforgalmi arányt Debrecen városa mutatja (16,66%), mely alapvetően debreceni repülőtérnek és az egyetemnek köszönhető,
- a TOP5 település részesedése nem éri el az 50%-ot (42,43%), azaz még az élenjáró települések sem jellemezhetők brit fogadóterületnek,
- a TOP5 település Debrecen, Vecsés (repülőtér átszálló forgalma), Székesfehérvár (üzleti), Győr (üzleti) és Szeged (üzleti) városa nem szabadidős célú utazást generál,
- szabadidős céllal érkeznek feltételezhetően azonban Hajdúszoboszlóra, Hévízre, Balatonfüredre és Siófokra is,
- földrajzi eloszlás alapján az látható, hogy jellemzően nagyvárosokba és Budapest környékére érkeznek brit vendégek, vagy emellett fürdő motivációval érkezhetnek, ez alól a Balaton egyes települései (Balatonfüred és Tihany) jelentenek kivételt, valamint átutazó forgalmat generálnak,
- ugyancsak megfontolandó szempont, hogy a teljes nagy-britanniai vendégforgalmon belül mekkora arányt képviselhetnek a brit tartózkodási engedéllyel (azonosító okmányokkal) rendelkező (román, bolgár, török stb.) vendégmunkások, akik a magyar nyilvántartásokban brit vendégforgalomként jelennek meg.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
95 SZ. TÁBLÁZAT

Nagy Britannia		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	32 533	
Debrecen	5 420	16,66%
Vecsés	3 150	9,68%
Székesfehérvár	1 984	6,10%
Győr	1 860	5,72%
Szeged	1 391	4,28%
Hajdúszoboszló	1 201	3,69%
Hévíz	1 121	3,45%
Balatonfüred	1 084	3,33%
Siófok	975	3,00%
Pécs	750	2,31%
Kecskemét	670	2,06%
Balástya	647	1,99%
Miskolc	605	1,86%
Eger	546	1,68%
Cserszegtomaj	491	1,51%
Sopron	486	1,49%
Visegrád	440	1,35%
Sárvár	409	1,26%
Gödöllő	386	1,19%
Tihany	374	1,15%
Nyíregyháza	372	1,14%
Hegyeshalom	360	1,11%
Telki	349	1,07%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Izrael

Az izraeli piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 1,81%-át adja, mellyel a 12. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy csupán 5 desztinációban van olyan település, ahol az izraeli vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 10 település.

- az izraeli piacról elmondható, hogy nagyon koncentrált eloszlású a vidéki településeken realizálódó vendégforgalom tekintetében,
- a TOP3 település részesedése 76,14% gyakorlatilag a teljes vendégforgalom háromnegyed részén osztozik Debrecen (38,84%), Hévíz (23,45%) és Hajdúszoboszló (13,85%),
- ezen kívül valamennyi vendégforgalom 1-2% között realizálódik a balatoni településeken és Sárváron, Miskolcon és Szegeden,
- az izraeli vendégek motivációja egyértelműen a fürdőkhöz köthető, a debreceni járat megnyitását követően nagy érdeklődést mutatnak Debrecen és Hajdúszoboszló iránt, mindkét településen az élményfürdő felkeresése jelenti az elsődleges célt,
- Hévíz iránti kereslet motivációja egyértelműen a gyógyturizmus,
- érdekesség, hogy a Tokaj és Nyíregyháza térségben bár (szakmai beszámolók alapján) jelentős izraeli vendégforgalomról tudunk, az a vendégéjszakák arányában nem mutatkozik meg, feltételezhetően a látogatások egynaposak (vagy a szálláshelyadók rögzítése hajlandósága alacsony).

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
96 SZ. TÁBLÁZAT

Izrael		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	30 728	
Debrecen	11 934	38,84%
Hévíz	7 205	23,45%
Hajdúszoboszló	4 257	13,85%
Alsópáhok	711	2,31%
Vecsés	700	2,28%
Sárvár	681	2,22%
Siófok	617	2,01%
Balatonfüred	401	1,30%
Miskolc	327	1,06%
Szeged	317	1,03%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Hollandia

Hollandia klasszikus és stabil küldőpiacnak számított évtizedeken keresztül, mely jellemzően a Balatonon volt érezhető, de alapvetően az ország minden szegletében, kempingekben megjelentek valamilyen mértékben a holland vendégek. A holland piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 1,60%-át adja, mellyel a 13. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, valamint Tokaj és Nyíregyháza térségen kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a holland vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 23 település. Az értékelés előtt

fontos azt hangsúlyozni, hogy mivel a holland vendégek Magyarországon jellemzően kempingbe érkeznek és az NTAK adatok vizsgálatát 2019.06-12. hónapokra vonatkozóan tudjuk elkészíteni, így a vizsgálathoz felhasznált adatok mennyisége igen kevés, lévén, hogy a kempingek szeptemberben már bezárnak.

- a holland piac eloszlását tekintve nem mondható koncentrálnak, a TOP5 település részesedése a teljes vendégforgalomból nem éri el az 50%-ot (46,32%),
- a klasszikusnak gondolt Balaton, mint fogadóterület részaránya bár a legjobb, nem mondaható dominánsnak (29,80%), de ez következhet a vizsgált időszak hiányosságaiból is,
- számos olyan település látható a táblázatban, ahol a holland vendégforgalom aránya jelentős, ugyanakkor feltételezhetően átutazó (kamion) vendégforgalomról vagy holland papírokkal rendelkező vendégmunkásokról beszélhetünk, ilyenek: Balástya, Győr, Vecsés, Hegyeshalom, Kecskemét, Tatabánya, Tata,
- ugyancsak megfontolandó szempont, hogy a teljes holland vendégforgalom belül mekkora arányt képviselhetnek a holland tartózkodási engedéllyel (azonosító okmányokkal) rendelkező (román, bolgár, török stb.) vendégmunkások, akik a magyar nyilvántartásokban holland vendégforgalomként jelennek meg,
- motivációról a települések alapján nem lehet biztos megállapítást tenni.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
97 SZ. TÁBLÁZAT

Hollandia		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	27 068	
Siófok	5 166	19,09%
Balástya	2 954	10,91%
Eger	1 552	5,73%
Visegrád	1 507	5,57%
Győr	1 359	5,02%
Debrecen	1 262	4,66%
Vecsés	1 021	3,77%
Tihany	830	3,07%
Pécs	733	2,71%
Hegyeshalom	714	2,64%
Bükfürdő	692	2,56%
Balatonfüred	685	2,53%
Kecskemét	606	2,24%
Szeged	544	2,01%
Hévíz	420	1,55%
Székesfehérvár	419	1,55%
Tatabánya	417	1,54%
Hajdúszoboszló	369	1,36%
Sopron	291	1,08%
Sárvár	283	1,05%
Miskolc	281	1,04%
Tata	277	1,02%
Gödöllő	275	1,02%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Egyesült Államok

Az amerikai piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 1,55%-át adja, mellyel a 15. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan

település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 22 település.

- az USA az a piac, melynek lakossága minden vizsgált településen megjelenik, sokszor minimális mértékben, de jelen van,
- nehéz megállapítani a piac kapcsán, hogy a vidéken realizált amerikai vendégforgalom valóban amerikai lakosokat takar, vagy magyar elszármazottak és leszármazottak látogatnak vissza, keresik fel saját vagy felmenőik lakhelyét,
- a piac közepesen koncentrált, a TOP5 település részesedése nem éri el az 50%-ot (40,36%),
- legnagyobb részesedéssel Debrecen települése bír (10,63%), melyet Siófok (9,14%), valamint Vecsés (8,26%) követ. Utóbbi település vendégforgalmát a tranzit utasok adják.
- jelentős vendégforgalmat realizál Hévíz települése (7,33%), valamint Pápa (5,01%), mely utóbbi pedig a NATO központnak köszönheti a forgalmi részesedést,
- 3% feletti részesedéssel bír Győr, Eger, Pécs, Sárvár, Szeged és Balatonfüred,
- kiemelhető még a települések sorából Tarcal, mely az amerikai zsidó közösség okán vált népszerűvé az utóbbi néhány évben.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
98 SZ. TÁBLÁZAT

USA		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	26 326	
Debrecen	2 798	10,63%
Siófok	2 405	9,14%
Vecsés	2 174	8,26%
Hévíz	1 930	7,33%
Pápa	1 319	5,01%
Győr	1 197	4,55%
Eger	1 102	4,19%
Pécs	952	3,62%
Sárvár	889	3,38%
Szeged	812	3,08%
Balatonfüred	795	3,02%
Székesfehérvár	636	2,42%
Tarcal	605	2,30%
Sopron	579	2,20%
Szolnok	517	1,96%
Kecskemét	463	1,76%
Miskolc	431	1,64%
Gödöllő	413	1,57%
Tata	404	1,53%
Szombathely	335	1,27%
Hajdúszoboszló	290	1,10%
Visegrád	264	1,00%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Svájc

A svájci piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 1,34%-át adja, mellyel a 16. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, valamint a Tokaj és Nyíregyháza térségen kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 19 település.

- a svájci piac közepesen koncentrált, a TOP5 települése részesedése nem éri el az 50%-ot (46,36%),
- a TOP2 település realizálja a teljes vendégforgalom egyharmadát, 33,09%-át, melyek Hévíz (19,20%) és Győr (13,89%),
- a svájci utazókról is elmondható, hogy (feltételezhetően az elszármazott magyar lakosságnak köszönhetően) minden településen van valamilyen mértékű vendégforgalom, a jelentősebb keresletet a fürdőtelepülések és az átutazó (kamion, svájci papírokkal rendelkező vendégmunkás) forgalom generálja,
- szabadidős turizmus tekintetében kiemelkedő Hévíz, Bükfürdő és Sárvár település,
- földrajzi eloszlás tekintetében a vendégforgalom közel 90%-a az ország nyugati felében, azon belül is (Pécsen kívül) az északi területeken realizálódik, vagyis a kelet-magyarországi desztinációk iránti kereslet marginális.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
99 SZ. TÁBLÁZAT

Svájc		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	22 669	
Hévíz	4 353	19,20%
Győr	3 148	13,89%
Bükfürdő	1 151	5,08%
Sárvár	959	4,23%

Svájc		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Mosonmagyaróvár	899	3,97%
Debrecen	888	3,92%
Sopron	857	3,78%
Balatonfüred	696	3,07%
Kecskemét	632	2,79%
Siófok	537	2,37%
Szeged	525	2,32%
Tihany	456	2,01%
Pécs	408	1,80%
Hegyeshalom	380	1,68%
Szombathely	339	1,50%
Vecsés	311	1,37%
Eger	282	1,24%
Székesfehérvár	267	1,18%
Zalakaros	237	1,05%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Franciaország

A francia piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 1,29%-át adja, mellyel a 17. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 27 település.

- a francia piac nem koncentrált, a TOP5 település részesedése nem éri el a teljes vendégforgalom egyharmadát (30,03%),
- a települések rangsorát vizsgálva a francia kereslet minden esetben direkt motivációt feltételez, és jellemzően nem szabadidős turisztikai célú (kivéve a fürdőtelepülések és néhány kulturális helyszín felkeresése esetében),
- legnagyobb vendégforgalmat (arányt) realizáló települések: Vecsés (tranzit forgalom), Győr (tranzit és egyetem), Debrecen (egyetem), Hévíz (szabadidős – gyógyturisztikai), Veszprém (üzleti és egyetem),
- szabadidős turisztikai célú kereslet realizálódik az alábbi településeken: Hévíz (gyógy), Sopron (kulturális), Balatonfüred (kulturális), Eger (kulturális), Pécs (kulturális), Gödöllő (kulturális), Szombathely (kulturális), Sárvár (fürdő), Tihany (kulturális), Bükfürdő (fürdő), valamint Fehérvárcsurgó (kulturális),
- a francia piac jelentős tranzitforgalmat generál (feltételezhetően román vendégmunkások és kamionsofőrök formájában) Győr, Szeged, Kecskemét, Mosonmagyaróvár, Balástya, Hegyeshalom, Tata településeken,
- földrajzi eloszlásban az ország északi területein fekvő települések iránt mutatkozik jelentősebb kereslet, a teljes vendégforgalom 87,26%-a ezen a területen realizálódik.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
100 SZ. TÁBLÁZAT

Franciaország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	21 901	
Vecsés	1 807	8,25%
Győr	1 499	6,84%
Debrecen	1 175	5,37%
Hévíz	1 171	5,35%
Veszprém	924	4,22%
Szeged	860	3,93%
Sopron	803	3,67%
Kecskemét	782	3,57%
Balatonfüred	763	3,48%
Eger	642	2,93%
Pécs	608	2,78%
Siófok	591	2,70%
Székesfehérvár	587	2,68%
Mosonmagyaróvár	580	2,65%
Balástya	538	2,46%
Gödöllő	531	2,42%
Szombathely	504	2,30%
Hegyeshalom	471	2,15%
Nyíregyháza	455	2,08%

Franciaország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Tata	441	2,01%
Miskolc	356	1,63%
Gyöngyös	318	1,45%
Esztergom	305	1,39%
Sárvár	284	1,30%
Tihany	279	1,27%
Bükfürdő	273	1,25%
Fehérvárcsurgó	234	1,07%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Szerbia

A szerb piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 1,59%-át adja, mellyel a 14. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, a Sopron-Fertő, valamint a Tokaj és Nyíregyháza térségen kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 22 település.

- a szerb piac szabadidős turisztikai kereslete egyértelműen meghatározható és csupán a Szerbiával határos területekre koncentrálódik. Motiváció szempontjából a fürdők jelentik a vonzerőt, ennek megfelelően a legnagyobb arányú vendégforgalmat Szeged (27,34%) városa realizálja, a teljes vendégforgalom több mint egynegyede itt látható,
- jelentős vendégforgalmi részesedéssel bír Szeged mellett Mórahalom (7,80%),
- szabadidős turisztikai keresletben kiemelhető még Harkány (2,75%) és Makó (2,21%), de megemlíthető Debrecen, Orosháza, Hajdúszoboszló és Hévíz is,
- a többi településen realizálódó vendégforgalom jelentős része feltételezhetően vendégmunkások elszállásolásának és az átutazó forgalomnak köszönhető.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
101 SZ. TÁBLÁZAT

Szerbia		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	26 949	
Szeged	7 367	27,34%
Mórahalom	2 102	7,80%
Kecskemét	1 688	6,26%
Veszprém	1 648	6,12%
Győr	1 593	5,91%
Szolnok	1 104	4,10%
Debrecen	782	2,90%
Hegyeshalom	754	2,80%
Harkány	741	2,75%
Pécs	637	2,36%
Makó	595	2,21%
Pápa	573	2,13%
Mosonmagyaróvár	434	1,61%
Vecsés	399	1,48%
Orosháza	386	1,43%
Hajdúszoboszló	381	1,41%
Szombathely	365	1,35%
Hévíz	361	1,34%
Balástya	354	1,31%

Szerbia		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Székesfehérvár	333	1,24%
Miskolc	272	1,01%
Siófok	270	1,00%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Dél-Korea

A dél-koreai piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,92%-át adja, mellyel a 18. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy csak a Budapest környékén, Győr-Pannonhalma térségében, Debrecen és térségében, valamint desztináción kívüli területeken van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 12 település.

- a piac viszonylag koncentrált eloszlást mutat, a TOP5 településen realizálódik az összvolumen több mint kétharmada (67,31%),
- legnagyobb részesedéssel Komárom (16,25%), valamint Kerepes (15,59%) település bír, melyet egyenlő arányú eloszlással követ Győr (13,31%) és Debrecen (13,31%),
- a dél-koreai piac motiváció szempontjából nehezen definiálható, a táblázatban látható települések mindegyike alapvetően tranzitforgalmat realizál, vagyis a koreai vendégek 1 éjszakára megszállnak átutazó jelleggel az adott településen. Hogy melyik települést választják ez az utazásszervezőn múlik, jellemzően két feltétel szükséges a kiválasztáshoz: ár és lokáció.
- földrajzi eloszlás tekintetében a Budapest környéke (fővárosi látogatás okán), valamint a Budapest és Bécs útvonal mentén elhelyezkedő települések jelentik a fő célpontot, ezalól Debrecen városa jelenti a kivételt.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
102 SZ. TÁBLÁZAT

Dél-Korea		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	15 678	
Komáron	2 547	16,25%
Kerepes	2 444	15,59%
Debrecen	2 087	13,31%
Győr	2 087	13,31%
Tata	1 387	8,85%
Tatabánya	1 176	7,50%
Herceghalom	877	5,59%
Budaörs	451	2,88%
Gödöllő	363	2,32%
Vecsés	359	2,29%
Gönyű	354	2,26%
Székesfehérvár	341	2,18%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Belgium

A belga piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,80%-át adja, mellyel a 19. legfontosabb küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 27 település.

- a belga piac eloszlását tekintve nem koncentrált, a TOP5 település részesedése az összvolumenhez képest csupán 36,60%,
- legnagyobb részesedéssel bír Visegrád (10,33%), melyet Balástya (9,71%), valamint Hegyeshalom (7,26%) követ,
- motiváció tekintetében elmondható ugyanaz, mint a holland piac esetében, hogy szabadidős turisztikai céllal érkező vendégek aránya alacsony, ha ilyen motivációval érkeznek, jellemzően kempingben szállnak meg és fürdőtelepüléseket választanak. Ilyen települések Balatonfüred, Debrecen, Hévíz, Siófok, Tihany, Zalakaros, Bükfürdő, Hajdúszoboszló, Miskolc, Zamárdi, Orosháza, Harkány és Nyíregyháza. További szabadidős kereslet jelentkezik minimális mértékben Pécsen, Sopronban és Egerben,
- ettől eltérő motivációval érkeznek a többi településre, melyből jelentős mértékű a tranzitforgalom (Visegrád, Vecsés, Hegyeshalom, Balástya, Győr, Kecskemét, Tata, Mosonmagyaróvár,)
- ugyancsak megfontolandó szempont, hogy a teljes belga vendégforgalom belül mekkora arányt képviselhetnek az belga tartózkodási engedéllyel (azonosító okmányokkal) rendelkező (román, bolgár, török stb.) vendégmunkások, akik a magyar nyilvántartásokban belga vendégforgalomként jelennek meg.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
103 SZ. TÁBLÁZAT

Belgium		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	13 565	
Visegrád	1 401	10,33%
Balástya	1 317	9,71%
Hegyeshalom	985	7,26%
Balatonfüred	632	4,66%
Győr	630	4,64%
Debrecen	592	4,36%
Vecsés	588	4,33%
Hévíz	464	3,42%
Szeged	354	2,61%
Siófok	343	2,53%
Székesfehérvár	317	2,34%
Kecskemét	290	2,14%
Tihany	286	2,11%
Pécs	275	2,03%
Sopron	270	1,99%
Gödöllő	244	1,80%
Zalakaros	234	1,73%
Bükfürdő	216	1,59%
Hajdúszoboszló	199	1,47%
Tata	197	1,45%

Belgium		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Miskolc	185	1,36%
Mosonmagyaróvár	176	1,30%
Zamárdi	171	1,26%
Eger	170	1,25%
Orosháza	146	1,08%
Harkány	146	1,08%
Nyíregyháza	138	1,02%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Spanyolország

A spanyol piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,73%-át adja, mellyel a 20. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, valamint Tokaj és Nyíregyháza térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 19 település.

- a spanyol piac alapvetően marginális az ország vidéki településein, eloszlását tekintve nem koncentrált, azaz nincs olyan település vagy desztináció, mely ezt a nációt képes lenne direkt módon megszólítani,
- a TOP5 település részesedése az összvolumenhez képest nem éri el az 50%-ot (45,58%),
- a legnagyobb részesedéssel bíró település Vecsés (13,39%), mely egyértelműen tranzit forgalmat bonyolít, második Győr (9,27%), harmadik pedig Székesfehérvár (8,65%).

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
104 SZ. TÁBLÁZAT

Spanyolország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	13 497	
Vecsés	1 807	13,39%
Győr	1 251	9,27%
Székesfehérvár	1 167	8,65%
Kecskemét	1 005	7,45%
Debrecen	922	6,83%
Szeged	756	5,60%
Balatonfüred	712	5,28%
Szolnok	630	4,67%
Eger	576	4,27%
Pécs	453	3,36%
Miskolc	395	2,93%
Gödöllő	293	2,17%
Sopron	280	2,07%
Hévíz	234	1,73%
Tata	188	1,39%
Hajdúszoboszló	175	1,30%
Márokföld	165	1,22%
Visegrád	163	1,21%
Siófok	141	1,04%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Svédország

A svéd piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,64%-át adja, mellyel a 21. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, valamint Bük-Sárvár térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 22 település.

- a svéd piac eloszlása inkább egyenletes, mintsem koncentrált. A svéd piac hasonló a svájcihoz, majdnem minden vizsgált településen van valamilyen mértékű vendégforgalom, ebből következően a kereslet jelentős részében a motiváció család és barátok felkeresése, nem pedig egy adott desztináció turisztikai célú felkeresése.
- a TOP5 település részesedése még az összvolumen egyharmadát sem éri el (31,80%),
- legnagyobb vendégforgalmat realizáló települések Debrecen, Miskolc, Balatonfüred, Eger és Vecsés, mely utóbbi átutazó forgalmat jelent,
- szabadidős célú utazás motiváció alapon nem határozható meg egyértelműen, az ugyanakkor látszik, hogy jelentős mértékű a tranzitforgalom, mely az ország nyugati határától a déli határig generál vendégforgalmat,
- ugyancsak megfontolandó szempont, hogy a teljes svéd vendégforgalom belül mekkora arányt képviselhetnek az svéd tartózkodási engedéllyel (azonosító okmányokkal) rendelkező (román, bolgár, török stb.) vendégmunkások, akik a magyar nyilvántartásokban svéd vendégforgalomként jelennek meg.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
105 SZ. TÁBLÁZAT

Svédország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	10 904	
Debrecen	772	7,08%
Miskolc	752	6,90%
Balatonfüred	726	6,66%
Eger	622	5,70%
Vecsés	595	5,46%
Győr	594	5,45%
Hévíz	580	5,32%
Balástya	538	4,93%
Tihany	529	4,85%
Szeged	429	3,93%
Siófok	417	3,82%
Hajdúszoboszló	332	3,04%
Pápa	308	2,82%
Pécs	304	2,79%
Sopron	289	2,65%
Székesfehérvár	177	1,62%
Kecskemét	166	1,52%
Visegrád	134	1,23%
Hegyeshalom	133	1,22%
Nyíregyháza	133	1,22%
Tapolca	120	1,10%
Inárcs	115	1,05%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Szlovénia

A szlovén piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,60%-át adja, mellyel a 22. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, a Mátra-Bükk, valamint a Tokaj és Nyíregyháza térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 22 település.

- a szlovén piac közepesen koncentrált, a TOP5 település részesedése az összvolumenből 39,80%,
- a legnagyobb vendégforgalommal bíró desztináció a Balaton (38,53%), melyből a TOP2 település (Hévíz és Zalakaros) realizálja a 20,40%-ot,
- szabadidős turisztikai kereslet a fürdők iránt mutatkozik, ezen települések realizálják az összvolumen 46,50%-át,
- földrajzi eloszlását tekintve a vendégforgalom közel 90%-a nyugati országrészen képződik, azaz a Kelet-Magyarországon fekvő desztinációk iránti valós turisztikai kereslet csak kismértékben vagy egyáltalán nem jelentkezik.

A vizsgált települések küldőpiaci részesedése
106 sz. táblázat

Szlovénia		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	10 123	
Hévíz	1 038	10,25%
Zalakaros	1 027	10,15%
Debrecen	739	7,30%
Siófok	677	6,69%
Szeged	548	5,41%
Győr	389	3,84%
Balatonfüred	347	3,43%
Pécs	325	3,21%
Sopron	240	2,37%
Vecsés	220	2,17%
Székesfehérvár	205	2,03%
Szombathely	205	2,03%
Cserszegtomaj	203	2,01%
Szentgotthárd	173	1,71%
Hajdúszoboszló	163	1,61%
Kecskemét	154	1,52%
Sárvár	139	1,37%
Kaposvár	120	1,19%
Dunaújváros	110	1,09%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Japán

A japán piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,53%-át adja, mellyel a 23. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, valamint a Tokaj és Nyíregyháza térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 17 település.

- a piac közepesen koncentrált eloszlást mutat, a TOP5 településen realizálódik az összvolumen több mint fele (51,41%),
- legnagyobb részesedéssel Tata (15,87%), valamint Székesfehérvár (12,33 %) település bír, melyet alacsonyabb, de arányaiban jelentősnek mondható eloszlással Szombathely (9,49%) és Balatonfüred (7,65%) követ,
- a japán piac motiváció szempontjából nehezen definiálható, a táblázatban látható települések mindegyike alapvetően tranzitforgalmat realizál, vagyis a japán vendégek 1 éjszakára megszállnak átutazó jelleggel az adott településen. Hogy melyik települést választják az az utazásszervezőn múlik, jellemzően két feltétel szükséges a település kiválasztáshoz: ár és lokáció.
- földrajzi eloszlás tekintetében a Budapest környéke (fővárosi látogatás okán), valamint a Budapest és Bécs útvonal mentén elhelyezkedő települések jelentik a fő célpontot, ezalól Debrecen, Miskolc és Eger városa jelenti a kivételt,
- a települések rangsorában számos szabadidős turisztikai keresletet is realizáló település látható, feltételezhető, hogy az átutazás (vagy 1 éjszakás tartózkodás) ellenére a bakancslistás helyszíneket az utazók felkeresik.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
107 SZ. TÁBLÁZAT

Japán		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	8 959	
Tata	1 422	15,87%
Székesfehérvár	1 105	12,33%
Szombathely	850	9,49%
Balatonfüred	685	7,65%
Kecskemét	544	6,07%
Esztergom	542	6,05%
Szeged	447	4,99%
Vecsés	418	4,67%
Miskolc	416	4,64%
Sopron	317	3,54%
Debrecen	232	2,59%
Győr	232	2,59%
Velence	225	2,51%
Gyöngyös	176	1,96%
Eger	129	1,44%
Pécs	102	1,14%
Cegléd	92	1,03%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Finnország

A finn piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,49%-át adja, mellyel a 24. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, valamint a Bük-Sárvár térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 17 település.

- a finn piac viszonylag koncentrált, egy településen, Balatonfüreden realizálódik az összvolumen egynegyede (24,60%), a TOP5 településen pedig több mint a fele (52,87%),
- legjelentősebb vendégforgalmat a Balaton desztináció generálja (43,67%), melyet meglepően Szeged és térsége

követ, Hódmezővásárhely kiemelkedő forgalmának köszönhetően (12,19%), utóbbi esetében a településen tartott edzőtáborok okán,

- a finn szabadidős turisztikai kereslet motivációja nem definiálható, tekintettel a különböző típusú településekre. A TOP5 települések esetében Balatonfüred kulturális, Hévíz gyógyászati, Hódmezővásárhely sport, Debrecen és Győr nagyvárosi, sport és egyetemi célú utazást feltételez.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
108 SZ. TÁBLÁZAT

Finnország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	8 245	
Balatonfüred	2 028	24,60%
Hévíz	776	9,41%
Hódmezővásárhely	765	9,28%
Debrecen	395	4,79%
Győr	395	4,79%
Vecsés	312	3,78%
Rácalmás	267	3,24%
Eger	258	3,13%
Siófok	235	2,85%
Szeged	240	2,91%
Pécs	212	2,57%
Székesfehérvár	181	2,20%
Kecskemét	179	2,17%
Miskolc	168	2,04%
Tata	117	1,42%
Sopron	95	1,15%
Pápa	90	1,09%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Horvátország

A horvát piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,48%-át adja, mellyel a 25. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, valamint a Bük-Sárvár térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 24 település.

- a horvát piac eloszlása viszonylag kiegyensúlyozott, de semmiképpen nem koncentrált. A TOP5 település részesedése alig haladja meg az egyharmadot (33,39%),
- legnagyobb arányú vendégforgalmat Győr (10,30%) realizálja, melyet Pécs (6,22%) és Szeged (6,09%) városa követ,
- jelentős forgalmat generál a Balaton (23,49%), valamint a Pécs-Villány (12,14%) desztináció, melyek szabadidős turisztikai keresletet feltételeznek,
- földrajzi eloszlását tekintve nem jelenthető ki, hogy kizárólag a határmenti sávban jelennek meg a horvát vendégek, ugyanakkor arányuk ezen a területen nagyobb, mint a távolabbi településeken.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
109 SZ. TÁBLÁZAT

Horvátország		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	8090	
Győr	833	10,30%
Pécs	503	6,22%
Szeged	493	6,09%
Hévíz	441	5,45%
Siófok	431	5,33%
Vecsés	350	4,33%
Kecskemét	294	3,63%
Harkány	279	3,45%
Sopron	272	3,36%
Zalakaros	239	2,95%
Budaörs	212	2,62%
Balatonfüred	206	2,55%
Hajdúszoboszló	171	2,11%
Debrecen	171	2,11%
Dunaújváros	169	2,09%
Nyíregyháza	131	1,62%
Nyírbátor	131	1,62%
Cserszegtomaj	129	1,59%
Siklós	105	1,30%
Villány	95	1,17%
Hódmezővásárhely	95	1,17%
Miskolc	87	1,08%
Mezőkövesd	85	1,05%
Tata	81	1,00%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Norvégia

A norvég piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,45%-át adja, mellyel a 26. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, a Tokaj és Nyíregyháza, valamint a Bük-Sárvár térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 19 település.

- a norvég piac rendkívül koncentrált, a TOP5 település részesedése meghaladja az 50%-ot (56,68%), ezen belül pedig Balatonfüred részesedése önmagában a teljes vendégforgalom egyötöde (21,25%), a TOP2 település részesedése pedig 36,13%,
- legjelentősebb vendégforgalmi részesedéssel bíró települések: Balatonfüred, Hévíz, Eger, Pécs és Szeged városa,
- a települések összeségét vizsgálva megállapítható, hogy a norvég vendégek számára elsődleges utazási motivációt a kulturális látnivalók jelenthetnek (Balatonfüred,

Pécs, Szeged, Eger, Győr, Debrecen és Sopron, melyet az egészségturizmus (gyógy) egészít ki (Hévíz, Mórahalom, Hajdúszoboszló),

- a vendégforgalom egy részét az átutazók és/vagy átszálló vendégek adják, melynek aránya 10%-ra tehető,
- földrajzi eloszlását vizsgálva elmondható, hogy nincs koncentrált kereslet, az egész ország területén szóródnak a küldőpiac vendégei.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
110 SZ. TÁBLÁZAT

Norvégia		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	7 677	
Balatonfüred	1 631	21,25%
Hévíz	1 142	14,88%
Eger	822	10,71%
Pécs	455	5,93%
Szeged	301	3,92%
Vecsés	276	3,60%
Székesfehérvár	251	3,27%
Győr	214	2,79%
Debrecen	214	2,79%
Siófok	160	2,08%
Mórahalom	144	1,88%
Hódmezővásárhely	144	1,88%
Sopron	130	1,69%
Hajdúszoboszló	132	1,72%
Pápa	104	1,35%
Herceghalom	96	1,25%
Balástya	83	1,08%
Villány	82	1,07%
Badacsony	81	1,06%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Dánia

A dán piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,44%-át adja, mellyel a 27. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, valamint a Bük-Sárvár térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 16 település.

- a dán piac közepesen koncentrált, a TOP5 település részesedése nem éri el az összvolumen 50%-át (42,19%),
- meglepően a legnagyobb arányú vendégforgalmat Nyíregyháza realizálja, mely egyértelműen a dán LEGO nagyvállalat üzleti vendégeinek köszönhető,
- jelentős arányú vendégforgalmat realizál Győr (10,21%), Balatonfüred (8,26%), valamint Tihany település (6,79%),
- szabadidős turisztikai keresletet a Balaton desztináció generál (22,13%), további kereslet a nagyvárosokban látható, ahol nem megállapítható az üzleti és a szabadidős kereslet aránya,
- jelentős átutazó forgalomról is beszélhetünk a dán piac esetében, mely dán papírokkal rendelkező kamionsofőröket vagy vendégmunkásokat egyaránt jelenthet.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
111 SZ. TÁBLÁZAT

Dánia		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	7 406	
Nyíregyháza	851	11,49%
Győr	756	10,21%
Balatonfüred	612	8,26%
Tihany	503	6,79%
Vecsés	403	5,44%
Székesfehérvár	367	4,96%
Debrecen	348	4,70%
Tata	332	4,48%
Balástya	295	3,98%
Kecskemét	256	3,46%
Sopron	231	3,12%
Szeged	177	2,39%
Pécs	159	2,15%
Siófok	146	1,97%
Eger	104	1,40%
Hévíz	101	1,36%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Kanada

A kanadai piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,31%-át adja, mellyel a 28. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, valamint a Tokaj és Nyíregyháza térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 19 település.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
112 SZ. TÁBLÁZAT

Kanada		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	5 211	
Balatonfüred	865	16,60%
Hévíz	491	9,42%
Debrecen	351	6,74%
Győr	351	6,74%
Vecsés	321	6,16%
Veszprém	291	5,58%
Szeged	177	3,40%
Sopron	166	3,19%
Eger	160	3,07%
Pécs	150	2,88%
Hajdúszoboszló	121	2,32%
Siófok	105	2,01%

Kanada		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Esztergom	100	1,92%
Sárvár	95	1,82%
Székesfehérvár	86	1,65%
Kecskemét	84	1,61%
Miskolc	82	1,57%
Tata	73	1,40%
Kerepes	52	1,00%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

India

Az indiai piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,17%-át adja, mellyel a 29. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén, a Sopron-Fertő, a Pécs-Villány, a Tokaj és Nyíregyháza, valamint a Bük-Sárvár térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 17 település.

- az indiai piac vidéken realizált vendégforgalma tekintetében elmondható, hogy semmilyen szabadidős motiváció nem rejlik mögötte, kivéve Hévíz és Balatonfüred, valamint Gyöngyös és Miskolc településeket, melyek részesedése összesen 9,81%,
- a piac közepesen koncentrált, a TOP5 település részesedése nem éri el az összvolumen 50%-át (48,84%),
- legjelentősebb részesedéssel bíró települések Székesfehérvár, Kecskemét, Vecsés, Szeged és Győr.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
113 SZ. TÁBLÁZAT

India		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	2 791	
Székesfehérvár	444	15,91%
Kecskemét	369	13,22%
Vecsés	234	8,38%
Szeged	168	6,02%
Győr	148	5,30%
Debrecen	148	5,30%
Gödöllő	134	4,80%
Budaörs	98	3,51%
Tiszaújváros	95	3,40%
Dunaújváros	95	3,40%
Tata	84	3,01%
Gyöngyös	83	2,97%
Balatonfüred	77	2,76%
Tatabánya	74	2,65%
Hévíz	66	2,36%
Gyömrő	55	1,97%
Miskolc	48	1,72%
Martfű	46	1,65%

India		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Mosonmagyaróvár	40	1,43%
Szolnok	28	1,00%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Portugália

A portugál piac a vidéken realizálódó külföldi vendégforgalom 0,16%-át adja, mellyel a 30. küldőpiacnak számít. Az ország desztinációit vizsgálva elmondható, hogy a Gyula és térségén kívül mindegyik desztinációban van olyan település, ahol a vendégforgalom részesedése az összvolumenhez képest meghaladja a 0,5%-ot, összesen 23 település.

- a portugál piac kevésbé koncentrált, a TOP5 település részesedése nem éri el az összvolumen 50%-át (42,72%),
- a legjelentősebb vendégforgalmi arány nagyvárosokhoz köthető, mint Debrecen, Székesfehérvár, Győr és Szeged, melyek közé Vecsés település ékelődött be a repülőtéri átszálló vendégek jelentős mértékének köszönhetően,
- a vizsgált elemszám rettentően alacsony, ezért következtetéseket nem lehet levonni a portugál vendégek viselkedését illetően, sem motiváció, sem földrajzi eloszlást tekintve.

A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE
114 SZ. TÁBLÁZAT

Portugália		
	Vendégéjszaka	Részesedés
összesen	2 634	
Győr	321	12,19%

Portugália		
	Vendégéjszaka	Részesedés
Debrecen	321	12,19%
Vecsés	202	7,67%
Székesfehérvár	156	5,92%
Szeged	125	4,75%
Siófok	104	3,95%
Kecskemét	104	3,95%
Miskolc	96	3,64%
Szombathely	90	3,42%
Hévíz	77	2,92%
Komárom	74	2,81%
Nyíregyháza	64	2,43%
Balatonfüred	60	2,28%
Márokföld	57	2,16%
Pécs	56	2,13%
Keszthely	56	2,13%
Hajdúszoboszló	52	1,97%
Sopron	50	1,90%
Tarcal	48	1,82%
Gönyű	40	1,52%
Gödöllő	39	1,48%
Mosonmagyaróvár	38	1,44%
Visegrád	37	1,40%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés


Párisi PASSAGE



1.7. Belföldi és külföldi vendégek költése a kereskedelmi szálláshelyeken – országos és desztinációs szint

A vendégforgalmi adatok vizsgálata nem korlátozódhat csupán a mennyiségi adatok elemzésére, hiszen nem attól válik egy település vagy desztináció sikeressé (vagy nemcsak ennek függvénye), ha a vendégek száma vagy az általuk eltöltött éjszakák száma magas, hanem ha a desztinációban keletkező turisztikai bevételek (és ennek eredményeképp a jövedelmek is) megfelelően magasak, vagyis a desztinációba érkező vendégek, **megfelelően hosszú időt töltenek el és az ott tartózkodásuk idején a lehető legtöbbet költenek.** A magas költés hozzájárul ahhoz, hogy a vállalkozások nyereségesen működjenek, ennek megfelelően az általuk működtetett infrastruktúra a folyamatos fejlesztés és megújulás mellett versenyképes maradjon.

Ebben a fejezetben az NTAK alapján a településeken és a desztinációkban látható költéseket vizsgáljuk és elemezzük. Mielőtt a konkrét adatokra térnénk rá, fontos ismertetni azokat a tényezőket, melyek befolyásolják egy-egy település bevétel-generáló képességét, hiszen ezek ismeretében kell levonni a végső következtetéseket.

A TELEPÜLÉS FEKVÉSE, LOKÁCIÓ

- Egy település elhelyezkedése alapvetően meghatározza, hogy milyen áron képes értékesíteni a turisztikai szolgáltatásait. A legfontosabb árszínvonalat meghatározó tényezők ezen kategórián belül a küldőpiactól való távolság, a küldőpiacon élők életszínvonala és jövedelmi szintje. Minél magasabb a küldőpiac lakosságának fogyasztási szintje, annál magasabb árat lehet érvényesíteni, és annál magasabb vendégforgalmi számokat lehet realizálni az utazás gyakoriságának köszönhetően (vagyis a magasabb jövedelem több és hosszabb tartózkodási idejű utazást tesz lehetővé).
- Lokáció alatt értjük azt is, hogy egy település egy desztináción belül hol helyezkedik el (kifejezetten olyan térségekben, ahol a desztináció imázsa befolyásolja az utazási döntést). Például a Balaton térségben nem ugyanazt az árat lehet érvényesíteni Balatonalmádiban vagy Balatonmáriafürdőn, de a Mátra-Bükk esetében sem azonosak az árak Parádon és Egerben. A fő vonzerőhöz, az utazási motivációt befolyásoló attrakcióhoz közelebb fekvő települések magasabb árat tudnak érvényesíteni, mint a távolabbiak.

SZÁLLÁSHELYINFRASTRUKTÚRA

- A szálláshelyinfrastruktúra szerkezete, kínált szolgáltatási köre, kapacitása és ezek aránya a teljes kínálaton belül jelentős befolyással bír az árszínvonalra, ezáltal a várható vendégköltésre. Amennyiben a településen lévő szálláshelyek többségében alacsony kategóriájú szállodák vagy panziók esetleg vendégházak, ezek jelentősen korlátozzák a településen érvényesíthető árat. Hiszen a vendégházak - funkciójukból fakadóan - kevesebb szolgáltatással bírnak, egy szállodához képest jellemzően alacsonyabb komfortfokozattal rendelkeznek, de még a szálloda/panzió esetében is jelentős szolgáltatásbéli különbségről beszélhetünk. A legjövedelmezőbb belföldi szálláshelyeken a magas szobaárak mellett közel ugyanakkora addicionális költést is el tudnak érni a vendégek körében.
- Az árazásban általában egy-egy településen (desztinációban) a szállodai besorolású egységek az irányadók, vagyis a többi szálláshely az ő áraikhoz képest áraz, jellemzően alacsonyabban. Ugyanakkor elmondható, hogy az utóbbi években az alacsony kategóriájú (3 csillagos, nem felújított) szállodák esetenként alacsonyabb árat tudnak érvényesíteni, mint egy felújított apartman vagy panzió. Vagyis az árat nemcsak a szolgáltatások sokszínűsége, hanem az alapszolgáltatás minősége is befolyásolja.
- A településen működő szálláshelyek árazását befolyásolja továbbá, hogy mekkora a környéken rendelkezésre álló kapacitás (szobaszám), azok milyen típusú egységek és nyilván milyen távol vannak a vonzerőt jelentő attrakcióktól. Amennyiben egy településen széles a kínálat mind kapacitásban, mind kategóriában úgy összességében alacsonyabban tudnak árazni az szálláshelyek. Viszont, ha egy adott kategórián belül szűkös a kapacitás (pl. egy településen csak egy 4 vagy 5 csillagos szálloda van, a többi egység alacsonyabb kategóriájú), akkor egy szálláshely képes alapvetően felhúzni a települési átlagot. Erre kiváló példa Sárvár, ahol a Spirit Hotel egyedüli 5 csillagos szállodaként országosan is magas átlagárat tud érvényesíteni, mely nagy kapacitása okán (270 szoba) jelentősen felhúzza a települési átlagot.
- Az átalgköltést, árazást befolyásolja az is, hogy egy-egy szálloda egymáshoz képest földrajzilag hogyan helyezkedik el. A vonzerőhöz közelebb fekvő szálláshelyek magasabb árat tudnak érvényesíteni (pl. egy közvetlen fürdővel összeköttetésben lévő szálloda, vagy egy balatoni vízparti szálloda). Ha viszont több egység található közel az attrakcióhoz, közel azonos minőségben, akkor még ezek is kapacitásbőség esetén lefelé hajtják (hajthatják) az árat.

SZEZONALITÁS, NYITVATARTÁS

- Az árazást és az egy vendégéjszakára jutó költést meghatározza az is, hogy egy adott településen működő szálláshelyek egész évben, vagy csak szezonálisan vannak nyitva. A szezonális egységek, ha egész évre vetítjük az eredményei-

ket gyengébb teljesítményt mutatnak, mely negatívan érinti a települési bevételek arányait is, viszont mivel egy igen koncentrált időszakban vannak nyitva, ha ezen időszakra végezzük az elemzést egyes helyszíneken (Balaton-part) a magas kereslet eredményeképpen növelik a települési költés nagyságát (magasabban tudnak árazni). Ugyanakkor ez persze egész évre vetítve korlátozott bevételt hoz a településnek.

KÜLPIACI KERESLET ARÁNYA

- A települési bevétel jóval magasabb abban az esetben, ha az adott desztináció, település iránt jelentős külpiaci kereslet mutatkozik, és ez nem kifejezetten a határmenti napi ingázást jelenti. A külföldi vendégek (főleg a nyugati-európai lakosok) magasabb költési hajlandósággal bírnak, számukra a nekünk magasnak tűnő árak is alacsonyabbak, mint saját országukban. Így pl. Bükfürdő vagy Sárvár esetében, ahol a külpiaci kereslet aránya magas, a szálláshelyi átlagárak és az addicionális költés is magasabb.

VENDÉGKÖR ÉLETKORI ÖSSZETÉTELE

- A célcsoportok költési szokása az életkor előrehaladtával változik, átalakul. Minél idősebb egy település vendégköre (főleg, ha belföldi utazók jelentik a stabil alapot), annál alacsonyabb az egy vendégéjszakára jutó költés. Ma az idősebb (belföldi) generációnak kevesebb a szabadon elkölthető jövedelme, jellemzően gyógyászati kezelés miatt utazik, és az alacsony áron elérhető szolgáltatásokat választja. Nem (vagy csak korlátosan) vesz igénybe egyéb településen található szolgáltatásokat (attrakció, vendéglátás), minimális az addicionális költése. A családos célközönség viszont a magasabban költő kategóriába tartozik, így ezen települések, melyek őket célozzák magasabb bevételt tudnak realizálni.

KÜLDŐPIACOK JÖVEDELMI SZINTJE

- Az érvényesíthető árat befolyásolja a küldőpiac jövedelmi szintje, mely ma Magyarországon a lokációval szorosan összefügg. Ahogy korábban is írtuk egy desztináció küldőterülete nagyjából a 150 km-es körzete, így annak jövedelmi szintje meghatározza, hogy milyen gyakran tudnak utazni és mennyire árérzékenyek. Emiatt nemcsak a nyugati országrészben fekvő magyar megyék jövedelmi szintje magasabb, hanem a nyugati országrésszel határos külpiac is magas jövedelmi szinttel rendelkezik. A keleti országrészről ennek ellenkezője mondható el, ahol a belföldi piac mellett a külpiac is alacsonyabb költési hajlandóságú (még a szlovák területekről érkező vendégek esetében is, ahol a régiós fejlettségben a nyugatabbi szlovák kerületek tekinthetők erősebbeknek).

MICE VENDÉGKÖR JELENLÉTE

- Nem elhanyagolható szempont, hogy az adott település szálláshelyadói mennyiben vesznek részt a MICE turizmusban (saját rendezvényhelyszín kapacitásukkal vagy a településen elérhető ilyen szolgáltatásokhoz kapcsolódva), vagyis a hétvégi/kiemelt időszaki/főszezoni vendégforgalmon felül az egyéb időszakokban mennyiben tudnak magasabb árakat érvényesíteni, vagy ekkor erős árversenyben vannak.

TRANZIT/SZABADIDŐS ARÁNY

- Az NTAK adatait vizsgálva egyes településeken látható magas vendégéjszakaszám nem szabadidős keresletet feltételez, hanem egy éjszakára átutazók veszik igénybe a szálláshelyek (alap)szolgáltatásait. Ilyen települések jellemzően az autópályák közelében fekvő városok, falvak pl. Hegyeshalom, Balástya, Inárcs, Kecskemét. Minél nagyobb a tranzitvendégek aránya, annál alacsonyabb egy éjszakára jutó bevétel realizálható, hiszen nincs addicionális költés és a szálláshelyek nem szolgáltatásminőségben, hanem árban versenyeznek egymással, sok esetben kizárólag alvási lehetőséget biztosító alapszolgáltatások biztosításával.

A fentiek figyelembevételével elemezzük az NTAK rendszerben látható költés nagyságát, melyet bár részletesen (szállás, étel, wellness, egyéb, IFA) rögzítenek a szálláshelyek azok belső arányai nem alátámasztottak, így csak aggregált összbevételi adatokkal dolgoztunk. A rendelkezésre álló adatok lehetővé teszik, hogy településenként és desztinációnként, külföldi és belföldi vendégek által elköltött összegeket is elemezzük, azokat egymáshoz képest összehasonlítsuk.

1.7.1. Belföldi költés az egy vendégéjszakára jutó bevétel sorrendjében

AZ ALÁBBI TÁBLÁZAT AZT MUTATJA, HOGY EGY-EGY TELEPÜLÉS HÁNY FT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA, VALAMINT 1 VENDÉGRE JUTÓ BEVÉTELT REALIZÁL, ÉS EZEK MELY DESZTINÁCIÓKBA TARTOZNAK.

Az eredmények kapcsán az alábbi megállapítások tehetők:

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó bevételt Sárvár település realizálja (40 721 Ft), a legalacsonyabbat pedig Erdőbénye (2 087 Ft), így a legnagyobb és legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel között közel hússzoros (19,5) a különbség,
- a TOP5 település Sárvár, Felsőtárkány, Röjtökmuzsaj, Tarcal és Egerszalók, melyek 4 desztinációt (Bük-Sárvár, Mátra-Bükk, Sopron-Fertő és Tokaj és Nyíregyháza) érintenek. Sárvár és Tarcal településeken 5 csillagos szálloda működik, Felsőtárkány és Egerszalók településeken pedig a 2 legjövedelmezőbb vidéki szálloda (Bambara és Shiraz) található. A TOP5 település között nincs balatoni, ahol minden településen az említettekhez képest diverzifikáltabb szálláshelykínálat érhető el,
- a TOP10 települési rangsor a fentieken túl kiegészül a következő településekkel: Telki, Balatonfüred, Balatonfenyves, Eger és Herceghalom. Ezen települések további két desztinációt érintenek, melyek a Balaton és a Budapest környéke. Telki és Herceghalom kiemelkedő eredményét lokációjának köszönheti (fővároshoz való közelség), Balatonfüred és Eger pedig az erős turisztikai keresletnek.
- 30 000 Ft feletti 1 vendégéjszakára jutó bevételt csupán 6 település realizál, 20 000 Ft felett pedig 30 település teljesít,
- az vizsgált települések átlagos 1 vendégéjszakára jutó belföldi vendégek által generált árbevétele 14 878 Ft, átlag feletti teljesítménnyel 72 település bír, a fennmaradó 86 település átlag alatti teljesítményt nyújt.

VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE (BELFÖLDI KÖLTÉS ALAPJÁN)
115 SZ. TÁBLÁZAT

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
1.	Sárvár	Bük-Sárvár	40 721
2.	Felsőtárkány	Mátra-Bükk	35 776
3.	Röjtökmuzsaj	Sopron-Fertő	34 089
4.	Tarcal	Tokaj és Nyíregyháza	31 404
5.	Egerszalók	Mátra-Bükk	30 210
6.	Telki	Budapest környéke	30 130
7.	Balatonfüred	Balaton	28 867
8.	Balatonfenyves	Balaton	28 819
9.	Eger	Mátra-Bükk	27 441
10.	Herceghalom	Budapest környéke	27 092
11.	Fehérvárcsurgó	Desztináción kívül	26 870
12.	Balatonakali	Balaton	26 845
13.	Hollókő	Desztináción kívül	26 768
14.	Zánka	Balaton	23 637
15.	Tiszafüred	Debrecen és térsége	23 469
16.	Demjén	Mátra-Bükk	23 421
17.	Parádsasvár	Mátra-Bükk	23 195
18.	Visegrád	Budapest környéke	23 158
19.	Zsámbék	Budapest környéke	22 365
20.	Gyöngyös	Mátra-Bükk	22 082
21.	Lipót	Győr-Pannonhalma	21 937
22.	Rácalmás	Budapest környéke	21 927

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
23.	Alsópáhok	Balaton	21 634
24.	Vonyarcvashegy	Balaton	21 473
25.	Velence	Budapest környéke	21 415
26.	Sümeg	Balaton	20 921
27.	Zamárdi	Balaton	20 680
28.	Körmend	Desztináción kívül	20 673
29.	Várgesztes	Desztináción kívül	20 550
30.	Dunaszentmiklós	Desztináción kívül	20 202
31.	Villány	Pécs-Villány	19 894
32.	Tapolca	Balaton	19 606
33.	Miskolc	Mátra-Bükk	19 519
34.	Dunakiliti	Győr-Pannonhalma	19 134
35.	Szekszárd	Desztináción kívül	19 119
36.	Bánk	Budapest környéke	19 077
37.	Balatonkenese	Balaton	18 514
38.	Badacsonytomaj	Balaton	18 507
39.	Tiszakécske	Desztináción kívül	18 429
40.	Inárcs	Desztináción kívül	18 057
41.	Komló	Desztináción kívül	17 915
42.	Bük	Bük-Sárvár	17 794
43.	Zirc	Balaton	17 723
44.	Mórahalom	Szeged és térsége	17 651
45.	Zalakaros	Balaton	17 648
46.	Szentendre	Budapest környéke	17 563

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
47.	Hévíz	Balaton	17 516
48.	Kehidakustány	Balaton	17 450
49.	Nagybörzsöny	Budapest környéke	17 388
50.	Lenti	Desztináción kívül	17 380
51.	Balatonalmádi	Balaton	17 344
52.	Szilvásvárad	Mátra-Bükk	17 319
53.	Karcag	Debrecen és térsége	17 230
54.	Tihany	Balaton	16 966
55.	Siófok	Balaton	16 727
56.	Szarvas	Desztináción kívül	16 610
57.	Szentgotthárd	Desztináción kívül	16 386
58.	Balmazújváros	Debrecen és térsége	16 205
59.	Cegléd	Desztináción kívül	16 101
60.	Hernádvécse	Tokaj és Nyíregyháza	16 075
61.	Vecsés	Budapest környéke	16 068
62.	Mátraszentimre	Mátra-Bükk	16 041
63.	Esztergom	Budapest környéke	15 958
64.	Ráckeve	Budapest környéke	15 933
65.	Szeged	Szeged és térsége	15 922
66.	Siklós	Pécs-Villány	15 908
67.	Gyenesdiás	Balaton	15 814
68.	Alsóörs	Balaton	15 786
69.	Bikal	Desztináción kívül	15 592
70.	Kecskemét	Desztináción kívül	15 220

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
71.	Balatonmáriafürdő	Balaton	15 021
72.	Mezőkövesd	Mátra-Bükk	14 931
73.	Nyíregyháza	Tokaj és Nyíregyháza	14 768
74.	Balatonföldvár	Balaton	14 484
75.	Hajdúszoboszló	Debrecen és térsége	14 432
76.	Pápa	Desztináción kívül	14 404
77.	Parád	Mátra-Bükk	14 347
78.	Tata	Desztináción kívül	14 028
79.	Berekfürdő	Debrecen és térsége	13 991
80.	Szolnok	Desztináción kívül	13 876
81.	Pécs	Pécs-Villány	13 846
82.	Balatonvilágos	Balaton	13 297
83.	Dombóvár	Desztináción kívül	13 245
84.	Zalacsány	Balaton	13 052
85.	Győr	Győr-Pannonhalma	13 014
86.	Telkibánya	Tokaj és Nyíregyháza	12 941
87.	Mosonmagyaróvár	Győr-Pannonhalma	12 909
88.	Székesfehérvár	Budapest környéke	12 904
89.	Békéscsaba	Gyula és térsége	12 784
90.	Tiszaújváros	Desztináción kívül	12 728
91.	Kerepes	Budapest környéke	12 687
92.	Noszvaj	Mátra-Bükk	12 663
93.	Balatongyörök	Balaton	12 649
94.	Gyömrő	Budapest környéke	12 628

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
95.	Orosháza	Desztináción kívül	12 545
96.	Sopron	Sopron-Fertő	12 485
97.	Villánykövesd	Pécs-Villány	12 476
98.	Csopak	Balaton	12 372
99.	Gyula	Gyula és térsége	12 308
100.	Veresegyház	Budapest környéke	12 302
101.	Harkány	Pécs-Villány	11 994
102.	Makó	Szeged és térsége	11 952
103.	Hegykő	Sopron-Fertő	11 902
104.	Sárospatak	Tokaj és Nyíregyháza	11 892
105.	Szombathely	Bük-Sárvár	11 816
106.	Tokaj	Tokaj és Nyíregyháza	11 648
107.	Gödöllő	Budapest környéke	11 029
108.	Cserkeszőlő	Desztináción kívül	10 979
109.	Hajdúnánás	Debrecen és térsége	10 921
110.	Balatonboglár	Balaton	10 888
111.	Nagykanizsa	Desztináción kívül	10 675
112.	Kazincbarcika	Desztináción kívül	10 671
113.	Zalaegerszeg	Desztináción kívül	10 608
114.	Debrecen	Debrecen és térsége	10 592
115.	Kőszeg	Bük-Sárvár	10 563
116.	Martfű	Desztináción kívül	10 478
117.	Bakonybél	Desztináción kívül	10 468
118.	Celldömölk	Bük-Sárvár	10 245

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
119.	Hódmezővásárhely	Szeged és térsége	10 020
120.	Poroszló	Debrecen és térsége	9 972
121.	Füzesgyarmat	Desztináción kívül	9 928
122.	Veszprém	Balaton	9 928
123.	Kaposvár	Desztináción kívül	9 758
124.	Hegyeshalom	Győr-Pannonhalma	9 647
125.	Baja	Desztináción kívül	9 536
126.	Balatonlelle	Balaton	9 382
127.	Bogács	Mátra-Bükk	9 277
128.	Balatonszárszó	Balaton	9 111
129.	Szigetmonostor	Budapest környéke	8 990
130.	Kisvárda	Tokaj és Nyíregyháza	8 767
131.	Tatabánya	Desztináción kívül	8 325
132.	Győrújbarát	Győr-Pannonhalma	8 022
133.	Badacsonytördemic	Balaton	7 950
134.	Bodajk	Budapest környéke	7 921
135.	Komárom	Budapest környéke	7 771
136.	Vác	Budapest környéke	7 741
137.	Salgótarján	Desztináción kívül	7 732
138.	Sátoraljaújhely	Tokaj és Nyíregyháza	7 380
139.	Orfű	Pécs-Villány	7 319
140.	Gönyű	Győr-Pannonhalma	7 236
141.	Gárdony	Budapest környéke	7 043
142.	Budaörs	Budapest környéke	6 967

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
143.	Vásárosnamény	Tokaj és Nyíregyháza	6 943
144.	Törökbálint	Budapest környéke	6 830
145.	Balástya	Desztináción kívül	6 797
146.	Göd	Budapest környéke	6 719
147.	Bükkszentkereszt	Mátra-Bükk	6 697
148.	Kiskunmajsa	Desztináción kívül	6 491
149.	Hajdúböszörmény	Debrecen és térsége	6 448
150.	Nyírbátor	Tokaj és Nyíregyháza	6 382
151.	Dunaújváros	Desztináción kívül	6 026
152.	Keszthely	Balaton	5 118
153.	Szántód	Balaton	4 508
154.	Cserszegtomaj	Balaton	4 111
155.	Márokföld	Desztináción kívül	4 106
156.	Balatonszemes	Balaton	3 964
157.	Fonyód	Balaton	3 486
158.	Erdőbénye	Tokaj és Nyíregyháza	2 087

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

1.7.2. Belföldi költés desztinációnként 1 vendégéjszakára jutó árbevétel sorrendjében

Az alábbi fejezetrészben az 1 vendégéjszakára jutó árbevételt desztinációnként vizsgáljuk és elemezzük. Az adatok ugyanazok, mint a megelőző táblázatban.

Balaton turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó belföldi vendégek által generált árbevételt Balatonfüred (28 867 Ft) könyvelheti el, melytől minimálisan marad le Balatonfenyves (28 819 Ft). A két település közötti különbség, hogy Balatonfüreden vizsgált adatok szerint a bevétel meghaladja a 6 Mrd Ft-ot (több szálláshely együttes adata), míg Balatonfenyvesen a bevétel 58 m Ft, mely 1 db szállodától származik. Vagyis utóbbi esetében nem látunk valós települési teljesítményt, csupán egy sikeres szálláshely adatait.
- a TOP5 település Balatonfüred, Balatonfenyves, Balatonakali, Zánka és Alsópáhok. Ezen településekről elmondható, hogy Balatonfüreden kívül mindegyik csupán 1 vagy maximum 2 szálláshely adatait tartalmazza.
- a TOP10 település közé bekerült a fentieken túl Vonyarcvashegy, Sümeg, Zamárdi, Tapolca és Balatonkenese is,
- a kiemelkedő eredmények azon településeken tapasztalhatók, ahol egész évben nyitva tartó szálláshelyek működnek,
- a TOP10 település közül 3 nem közvetlen vízparti, sőt nem balatoni településként létezik az utazók fejében (Alsópáhok, Sümeg és Tapolca), a motiváció a Balatontól, mint vízparti élménytől teljesen független,
- az 5 legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Keszthelyen, Szántódon, Cserszegtomajon, Balatonszemesen és Fonyódon realizálódik,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 8,3-szoros a különbség, azaz 8-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Balatonfüreden, mint Fonyódon. Ennek oka nem csupán a lokáció, jelentős szerepet játszik a szezonális nyitvatartás, valamint a település vonzereje és a szálláshelyinfrastruktúra szerkezete.
- ha megvizsgáljuk az északi és déli part közötti különbséget, akkor az északi parton fekvő települések 1 vendégéjszakára jutó árbevétele átlagosan 17 223 Ft, a déli part településeinek átlaga pedig 12 531 Ft, vagyis az északi parton 37,4%-kal magasabb a szálláshelyek bevétele 1 éjszakára vetítve, mint a déli parton. A nyugat-balatoni részt leválasztva (Hévíz, Zalakaros, Kehidakustány, Alsópáhok, Cserszegtomaj), ahol a motiváció a Balatontól független (jellemzően egészségturisztikai, kivéve Alsópáhok), az átlagos 1 éjszakára vetített bevétel 15 235 Ft, ami 21,6%-kal meghaladja a déli parton elért eredményeket és 13%-kal marad el az északi parton látható átlagos bevételtől.

BALATON TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD) 116 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Balatonfüred	28 867
Balatonfenyves	28 819
Balatonakali	26 845
Zánka	23 637
Alsópáhok	21 634
Vonyarcvashegy	21 473
Sümeg	20 921
Zamárdi	20 680
Tapolca	19 606
Balatonkenese	18 514
Badacsonytomaj	18 507
Zirc	17 723
Zalakaros	17 648
Hévíz	17 516
Kehidakustány	17 450
Balatonalmádi	17 344
Tihany	16 966
Siófok	16 727
Gyenesdiás	15 814
Alsóörs	15 786
Balatonmáriafürdő	15 021
Balatonföldvár	14 484
Balatonvilágos	13 297
Zalacsány	13 052
Balatongyörök	12 649
Csopak	12 372
Balatonboglár	10 888
Veszprém	9 928
Balatonlelle	9 382
Balatonszárszó	9 111
Badacsonytördemic	7 950
Keszthely	5 118
Szántód	4 508
Cserszegtomaj	4 111
Balatonszemes	3 964
Fonyód	3 486

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Budapest környéke turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó belföldi vendégek által generált árbevételt Telki (30 130 Ft) könyvelheti el, melytől kismértékben marad le Herceghalom (27 092 Ft). A két település mindegyike budapesti cégek rendezvény-

helyszíneként (és Telki esetében prémium edzőtábor-helyszínként) működik, melyet inkább csak kiegészít a szabadidős turisztikai kereslet.

- a TOP5 település Telki, Herceghalom, Visegrád, Zsámbék és Rácalmás. A 3 utóbbi település is jellemzően üzleti keresletet elégít ki, ugyanakkor jelentős forgalmat generálnak a hétvégi wellnessmotivációval bíró fővárosi lakosok is.
- a TOP10 település közé bekerült a fentieken túl Velence, Bánk, Szentendre, Nagybörzsöny és Vecsés is. Velence 1 szálloda teljesítményét jelenti, mely önálló utazási döntést generáló termék a kisgyermekes családok körében. Vecsés esetében tranzitforgalomról beszélhetünk, jelentős külpiaci kereslettel.
- az 5 legalacsonyabb, 1 vendégéjszakára jutó bevétel Vácon, Gárdonyban, Budaörsön, Törökbálinton és Gödön realizálódik, melyek Gárdony kivételével a részletes adatok ismeretében üzleti vendégeknek és vendégmunkásoknak, illetve tranzitforgalomnak jelentenek bázist.
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 4,5-szörös a különbség, azaz 4,5-ször akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Telkiben, mint Gödön. Ennek oka elsősorban a lokáció és másodsorban a termékminőség és a szálláshelyek alapvető funkciója közötti eltérés.
- Budapest környéke térséget mikrotérségekre szétválasztva elmondható, hogy a Dunakanyar magasabb 1 vendégéjszakára jutó bevételt ér el, mint a térség többi területe, a Velencei-tó ezen összehasonlításban a második helyen található.

BUDAPEST KÖRNYÉKE TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD)
117 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Telki	30 130
Herceghalom	27 092
Visegrád	23 158
Zsámbék	22 365
Rácalmás	21 927
Velence	21 415
Bánk	19 077
Szentendre	17 563
Nagybörzsöny	17 388
Vecsés	16 068
Esztergom	15 958
Ráckeve	15 933
Székesfehérvár	12 904
Kerepes	12 687
Gyömrő	12 628
Veresegyház	12 302
Gödöllő	11 029
Szigetmonostor	8 990
Bodajk	7 921
Komárom	7 771

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Vác	7 741
Gárdony	7 043
Budaörs	6 967
Törökbálint	6 830
Göd	6 719

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Bük-Sárvár turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó belföldi vendégek által generált árbevételt Sárvár (40 721 Ft) könyvelheti el (országosan is 1. hely), melytől jelentős mértékben marad le a desztinációban vizsgált többi település,
- Sárvár és a 2. helyen álló Bük település között 2,3-szoros a különbség, azaz Sárváron több mint kétszeres 1 vendégéjszakára jutó bevétel realizálódik, mint Bükön. Ennek oka elsősorban az országos TOP5 legjövedelmezőbb szállás-helyek között lévő Spirit Hotel, mely keresletét annak köszönheti, hogy ő az egyetlen valóban 5 csillagos minőségű vidéki szálláshely, nagy kapacitásának köszönhetően pedig jelentősen felhúzza a települési átlagot. Másodsorban a Bükfürdőn működő szálláshelyek sokszínűsége, szerkezete, sokesetben megkopott minősége, jelentős kapacitása alacsonyabbá teszi az elérhető átlagot.
- a legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó árbevételt Celldömölk generálja, ahol 1 szállodáról beszélhetünk, melynek vendégforgalma a fürdőnek köszönhető,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 4-szeres a különbség, azaz 4-szer akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Sárváron, mint Celldömölkön.

BÜK-SÁRVÁR TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD) 118 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Sárvár	40 721
Bük	17 794
Szombathely	11 816
Kőszeg	10 563
Celldömölk	10 245

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Debrecen és térsége turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó belföldi vendégek által generált árbevételt Tiszafüred (23 469 Ft) könyvelheti el, melytől jelentős mértékben marad le a többi település, ugyanakkor megjegyzendő, hogy ezen település esetében is 1 szálloda teljesítményének köszönhető az eredmény,
- a TOP5 település Tiszafüred, Karcag, Balmazújváros, Hajdúszoboszló és Berekfürdő. Az összes településről elmondható, hogy mindegyik rendelkezik valamilyen minőségű és kapacitású fürdővel, az öt közül Hajdúszoboszló és Berekfürdő a kiemelkedő.
- Hajdúszoboszló a desztinációs rangsorban „csupán” a 4. helyet foglalja el, mely a széles szálláshelykínálati struktúrának (különböző típusú és minőségű), az elérhető

nagy kapacitásnak és sokszor a közepes szolgáltatásminőségnek tudható be, ugyanakkor az árazási képességre mindenképpen befolyással bír a meglévő (belföldi és külföldi) küldőpiacok jövedelmi szintje is.

- a legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Hajdúböszörményen képződik, köszönhetően a szálláshelykínálat szerkezetének,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 3,6-szoros a különbség, azaz 3,6-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Tiszafüreden, mint Hajdúböszörményben.

DEBRECEN ÉS TÉRSÉGE TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD) 119 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Tiszafüred	23 469
Karcag	17 230
Balmazújváros	16 205
Hajdúszoboszló	14 432
Berekfürdő	13 991
Hajdúnánás	10 921
Debrecen	10 592
Poroszló	9 972
Hajdúböszörmény	6 448

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Győr-Pannonhalma turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó belföldi vendégek által generált árbevételt Lipót (21 937 Ft) könyvelheti el,
- a második helyen Dunakiliti látható, mely 14,6%-kal marad le az első helyen álló Lipóttól. Mindkét település esetében elmondható, hogy 1 szállodai egység képezi a szálláshelyinfrastruktúra gerincét, melyet kiegészítenek kisebb panziók,
- Győr 3. helyen található, az országos átlagtól elmaradva 13 014 Ft-os 1 vendégéjszakára jutó bevételt mutat, melynek oka feltételezhetően az üzleti turizmus (corporate és MICE) magas aránya, valamint a tranzit forgalom jelenléte,
- a legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Gönyűn képződik,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 3-szoros a különbség, azaz 3-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Lipóton, mint Gönyűn.

GYŐR-PANNONHALMA TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD) 120 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Lipót	21 937
Dunakiliti	19 134
Győr	13 014
Mosonmagyaróvár	12 909
Hegyeshalom	9 647
Győrújbarát	8 022
Gönyű	7 236

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Gyula és térsége turisztikai térség

- két vizsgált település lévén sok megállapítás nem tehető,
- meglepő adat azonban, hogy Gyula erős országos turisztikai kereslete ellenére alacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevételt mutat, mint Békéscsaba, ahol nincs jelentős szabadidős turisztikai kereslet (de vélhetően a meglévő kereslet és az elérhető szálláshelyi kínálata optimális),
- a két település között minimális eltérés tapasztalható, a kismértékű lemaradás oka Gyula tekintetében a szálláshelykínálat szerkezete – viszonylag sok szálláshely, eltérő kategóriában és csupán egy 4 csillagos egységgel.

GYULA ÉS TÉRSÉGE TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD)
121 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Békéscsaba	12 784
Gyula	12 308

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Mátra-Bükk turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó belföldi vendégek által generált árbevételt Felsőtárkány (35 776 Ft) könyvelheti el, melytől jelentős mértékben marad le a többi település,
- a TOP5 település Felsőtárkány, Egerszalók, Eger, Demjén, illetve Parádsasvár. A települések Felsőtárkány és Parádsasvár kivételével fürdőtelepülésnek tekinthetők, vagyis a Mátra-Bükk desztinációban a legmagasabb 1 vendégéjszakára jutó bevételt jellemzően a fürdőtelepülések realizálják.
- Felsőtárkány országos viszonylatban is a TOP5 közé került ezzel a teljesítménnyel, mely a magas minőségű szálláshelyi terméknek köszönhető,
- a legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Bükkszentkereszten képződik, köszönhetően a szálláshelykínálat szerkezetének (legmagasabb kategória a panzió),
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 5,3-szoros a különbség, azaz 5,3-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Felsőtárkányban, mint Bükkszentkereszten,
- ha a térséget mikrotérségekre bontjuk, akkor a legmagasabb 1 vendégéjszakára jutó bevételt Eger és környéke realizálja, melyet a Mátra, majd Miskolc és környéke követ.

MÁTRA-BÜKK TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD)
122 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Felsőtárkány	35 776
Egerszalók	30 210
Eger	27 441
Demjén	23 421
Parádsasvár	23 195
Gyöngyös	22 082
Miskolc	19 519
Szilvásvárad	17 319
Mátraszentimre	16 041

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Mezőkövesd	14 931
Parád	14 347
Noszvaj	12 663
Bogács	9 277
Bükkszentkereszt	6 697

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Pécs-Villány turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó belföldi vendégek által generált árbevételt Villány (19 894 Ft) könyvelheti el,
- Villány az eredményét a magas szálláshelyi és kiegészítő termékminőségnek köszönheti, mely inkább a borhoz semmint a szálláshelyekhez köthető. Villánykövesd Villány „agglomerációjaként" működik, azonban 59,5%-kal alacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevételt realizál.
- Siklós esetében egy-egy szálloda kiemelkedő teljesítményéről beszélhetünk,
- Harkány utolsó előtti helyét a településen működő alacsony kategóriájú és minőségű szálláshelyeknek és az országos versenyben lemaradt, inkább az alacsony költési hajlandóságú vendégek megszólítására képes fürdőnek köszönheti,
- a legalacsonyabb, 1 vendégéjszakára jutó bevétel Orfűn képződik, köszönhetően a szálláshelykínálat szerkezetének (legmagasabb kategória a panzió, de jellemzően vendégházak működnek a településen),
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 2,7-szeres a különbség, azaz 2,7-szer akkor bevétel jut 1 vendégéjszakára Villányban, mint Orfűn.

PÉCS-VILLÁNY TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD)
123 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Villány	19 894
Siklós	15 908
Pécs	13 846
Villánykövesd	12 476
Harkány	11 994
Orfű	7 319

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Sopron-Fertő turisztikai térség

- három vizsgált település okán sok megállapítás nem tehető,
- Röjtökmuzsaj országos viszonylatban is a TOP5 legmagasabb eredményt elérő település, kiemelkedő teljesítményét feltételezhetően a szomszédos ország (Ausztria) és a belföld által az adott szálláshelytípus iránt (kastélyhotel) generált keresletnek köszönheti,
- Sopron és Hegykő gyengébb teljesítményét a kevésbé versenyképes szállodai infrastruktúrának köszönheti,
- Hegykő esetében megjegyzendő, hogy nincs szálloda típusú egysége, ennek ellenére alig marad le Sopront ól, ahol számos 4 csillagos egység található,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 2,7-szeres a különbség, azaz 2,7-szer akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Röjtökmuzsajon, mint Hegykőn.

SOPRON-FERTŐ TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD)
124 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Röjtökmuzsaj	34 089
Sopron	12 485
Hegykő	11 902

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Szeged és térsége turisztikai térség

- négy vizsgált település lévén sok megállapítás nem tehető,
- az 1 vendégéjszakára jutó bevétel Mórahalmon a legmagasabb (17 651 Ft), melytől 10,9%-kal marad el Szeged városa,
- a vizsgált települések közötti különbséget alapvetően meghatározza a meglévő termékalap, hiszen míg Mórahalom és Makó jellemzően egyattrakciós fürdőtelepülések, kevés szálláshellyel, addig Szeged egy nagyvárosi infrastruktúrával rendelkező település, Hódmezővásárhely pedig üzleti utazások és prémium edzőtáborok helyszíne,
- Mórahalom és Makó között látható jelentős különbség a meglévő szálláshelyek kategóriájának és minőségének tudható be. Mórahalom két országosan is ismert megfelelő minőségű szállodával rendelkezik, míg Makó csupán eggyel, mely ismertsége nagyon alacsony,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 1,8-szoros a különbség, azaz 1,8-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Mórahalmon, mint Hódmezővásárhelyen.

SZEGED ÉS TÉRSÉGE TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD)
125 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Mórahalom	17 651
Szeged	15 922
Makó	11 952
Hódmezővásárhely	10 020

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó belföldi vendégek által generált árbevételt Tarcal (31 404 Ft) könyvelheti el, melytől jelentős mértékben marad le a többi település,
- Tarcal az elért eredményével országos viszonylatban is, 5 csillagos szállodájának köszönhetően bekerült a TOP10 közé,
- a térségben vizsgált többi település kiemelkedő jelentőségű szálláshely híján jóval elmarad Tarcaltól, az 1. és 2. hely közötti különbség majdnem kétszeres,
- az alacsonyabb bevételt azon települések mutatják, ahol a szálláshelyinfrastruktúra gerincét a panziók és vendégházak adják, vagyis olyan egységek, melyek árazása eleve alacsonyabb, mint a szálloda típusú egységeké,
- a legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Erdőbényén képződik, köszönhetően a szálláshelykínálat

szerkezetének (legmagasabb kategória a panzió, de jellemzően vendégházak működnek a településen),

- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 15-szörös a különbség, azaz 15-ször akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Tarcalon, mint Erdőbényén, de ha ezt a 2. helyezettel (Hernádvécse) hasonlítjuk össze akkor is 7,7-szeres a különbség.

TOKAJ ÉS NYÍREGYHÁZA TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (BELFÖLD) 126 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Tarcal	31 404
Hernádvécse	16 075
Nyíregyháza	14 768
Telkibánya	12 941
Sárospatak	11 892
Tokaj	11 648
Kisvárda	8 767
Sátoraljaújhely	7 380
Vásárosnamény	6 943
Nyírbátor	6 382
Erdőbénye	2 087

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A desztinációk átlagos teljesítményét (1 vendégéjszakára jutó bevétel) összehasonlítva az alábbi kép rajzolódik ki:

- a TOP3 legmagasabb eredményt mutató desztináció a Sopron-Fertő, Mátra-Bükk és Bük-Sárvár,
- 4. helyen a vidék átlagot (14 878 Ft) meghaladva a Balaton turisztikai térség látható,
- a Mátra-Bükk térség az ország második legnagyobb vendégforgalmát realizáló desztináció, ahol 4 olyan szálloda is található, mely országos viszonylatban is a legjövedelmezőbb (Bambara, Shiraz, Ózon és Avalon), kiemelkedő teljesítményét részben ezeknek a szállodáknak köszönheti.
- a Sopron-Fertő térségben csupán 3 település került a vizsgálatba, melyet jelentősen meghatároz Röjtökmuzsaj eredménye, ennek köszönheti 1. helyezését,
- Bük-Sárvár alapvetően erős termékalappal és jelentős nemzetközi kereslettel bír, mely meghatározza pozícióját. A 3. helyet Sárvárnak, azon belül főként az 5 csillagos Spirit Hotelnek köszönheti,
- a leggyengébb teljesítményt Tokaj és Nyíregyháza térség nyújtja (11 844 Ft), mely korrelál a vendégforgalmi teljesítményével is. Azaz minél alacsonyabb a kereslet egy desztináció iránt, annál inkább árazásban tud versenyezni.
- a legmagasabb és legalacsonyabb átlagos desztináció 1 vendégéjszakára jutó bevétel között 1,65-szörös a különbség, azaz 1,65-ször akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára a Mátra-Bükkben, mint Tokaj és Nyíregyháza térségben.

DESZTINÁCIÓK ÁTLAGOS 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE (FT)
(BELFÖLD)
127 SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Sopron-Fertő	19 942
Mátra-Bükk	19 494
Bük-Sárvár	18 228
Balaton	15 328
Vidéki átlag	14 878
Budapest környéke	14 784
Szeged és térsége	13 886
Desztináción kívül	13 869
Debrecen és térsége	13 696
Pécs-Villány	13 573
Győr-Pannonhalma	13 128
Gyula és térsége	12 546
Tokaj és Nyíregyháza	11 844

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A következő fejezetrészben a településeket a külföldi vendégek által generált bevételek mentén elemezzük, az előző fejezetrésszel egyezően. Tekintettel arra, hogy a külföldi vendégmozgás közel azonos a belföldivel, az egyes települések szálláshely-szerkezete, termékstruktúrája nem változik, így az értékelés során csak azokat a megállapításokat emeljük ki, mely eltér a belfölditől, egyébiránt azok itt is relevánsak.

1.7.3. Külföldi költés az 1 vendégéjszakára jutó bevétel sorrendjében

Az eredmények kapcsán az alábbi megállapítások tehetők:

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó bevételt külföldi vendégek körében is Sárvár település realizálja (45 232 Ft), a legalacsonyabbat pedig szintén Erdőbénye (673 Ft), mely utóbbi feltételezhetően rossz rögzítés eredménye,
- a legnagyobb és legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel között közel hetvenszeres (67,2) a különbség, de ha az utolsó előtti legalacsonyabb teljesítménnyel (Márokföld – 1 745 Ft) hasonlítjuk össze a legmagasabbat akkor is 26-szoros (25,9),
- a TOP5 település Sárvár, Felsőtárkány, Röjtökmuzsaj, Hernádvécse és Balatonfüred, melyek 5 desztinációt (Bük-Sárvár, Mátra-Bükk, Sopron-Fertő, Tokaj és Nyíregyháza és Balaton) érintenek. Az első három település megegyezik a belföldi rangsorral, azonban kicsit magasabb értéket mutatnak, vagyis ezen településeken a külföldi vendégek is megszólíthatók és többet költenek, mint a belföldiek.
- a TOP5 település közül kettő a település imázsának (Sárvár és Balatonfüred) és ezen belül a magas minőségű szálláshelyeknek, három pedig egy-egy szálloda (Bambara, Szidónia, Vécsecity) kiemelkedő teljesítményének köszönheti eredményét,
- a TOP10 települési rangsor a fentieken túl kiegészül a következő településekkel: Tarcal, Rácalmás, Balatonfenyves, Hollókő és Hévíz. Ezen települések további egy desztinációt érintenek (Budapest környéke). Tarcalon és Hollókőn a magas települési bevételt az 5 csillagos (Tarcal) és a magas minőségű 4 csillagos (Hollókő) szálloda biztosítja, Rácalmáson üzleti vendégek, Hévízen gyógyvendégek magasabb addicionális költései generálják a magas eredményt,
- 30 000 Ft feletti 1 vendégéjszakára jutó bevételt csupán 6 település realizál, 20 000 Ft felett pedig 36 település teljesít,
- a vizsgált települések átlagos 1 vendégéjszakára jutó külföldi vendégek által generált árbevétele 15 816 Ft, több mint 1 000 Ft-tal magasabb, mint a belföldi költés alapján,
- átlag feletti teljesítménnyel 74 település bír, a fennmaradó 81 település átlag alatti teljesítményt nyújt.

VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE (KÜLFÖLDI KÖLTÉS ALAPJÁN)
128 SZ. TÁBLÁZAT

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
1.	Sárvár	Bük-Sárvár	45 232
2.	Felsőtárkány	Mátra-Bükk	39 436
3.	Röjtökmuzsaj	Sopron-Fertő	34 962
4.	Hernádvécse	Tokaj és Nyíregyháza	33 054

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
5.	Balatonfüred	Balaton	32 366
6.	Tarcal	Tokaj és Nyíregyháza	30 584
7.	Rácalmás	Budapest környéke	29 822
8.	Balatonfenyves	Balaton	29 384
9.	Hollókő	Desztináción kívül	28 726
10.	Hévíz	Balaton	26 900
11.	Veresegyház	Budapest környéke	26 255
12.	Tiszafüred	Debrecen és térsége	24 549
13.	Körmend	Desztináción kívül	24 372
14.	Sümeg	Balaton	24 245
15.	Zamárdi	Balaton	24 231
16.	Alsópáhok	Balaton	24 051
17.	Villány	Pécs-Villány	23 853
18.	Dunaszentmiklós	Desztináción kívül	23 672
19.	Dunakiliti	Győr-Pannonhalma	23 416
20.	Parádsasvár	Mátra-Bükk	23 415
21.	Egerszalók	Mátra-Bükk	22 989
22.	Balatonkenese	Balaton	22 843
23.	Lipót	Győr-Pannonhalma	22 647
24.	Zalakaros	Balaton	22 610
25.	Bánk	Budapest környéke	22 430
26.	Szilvásvárad	Mátra-Bükk	22 226
27.	Nagybörzsöny	Budapest környéke	22 072

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
28.	Komló	Desztináción kívül	21 786
29.	Fehérvárcsurgó	Desztináción kívül	21 773
30.	Bük	Bük-Sárvár	21 696
31.	Telki	Budapest környéke	21 376
32.	Vonyarcvashegy	Balaton	20 653
33.	Gyöngyös	Mátra-Bükk	20 650
34.	Vecsés	Budapest környéke	20 636
35.	Visegrád	Budapest környéke	20 445
36.	Velence	Budapest környéke	20 193
37.	Gödöllő	Budapest környéke	19 748
38.	Alsóörs	Balaton	19 684
39.	Demjén	Mátra-Bükk	19 530
40.	Szarvas	Desztináción kívül	19 491
41.	Szentgotthárd	Desztináción kívül	19 370
42.	Szentendre	Budapest környéke	19 311
43.	Herceghalom	Budapest környéke	19 281
44.	Tiszakécske	Desztináción kívül	19 176
45.	Pápa	Desztináción kívül	19 098
46.	Tiszaújváros	Desztináción kívül	18 630
47.	Szekszárd	Desztináción kívül	18 031
48.	Karcag	Debrecen és térsége	17 840
49.	Tapolca	Balaton	17 767
50.	Miskolc	Mátra-Bükk	17 746

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
51.	Siklós	Pécs-Villány	17 682
52.	Mátraszentimre	Mátra-Bükk	17 665
53.	Szolnok	Desztináción kívül	17 605
54.	Mórahalom	Szeged és térsége	17 586
55.	Cegléd	Desztináción kívül	17 568
56.	Bikal	Desztináción kívül	17 463
57.	Badacsonytomaj	Balaton	17 407
58.	Zalacsány	Balaton	17 138
59.	Esztergom	Budapest környéke	16 908
60.	Gyömrő	Budapest környéke	16 870
61.	Székesfehérvár	Budapest környéke	16 825
62.	Gyula	Gyula és térsége	16 796
63.	Tata	Desztináción kívül	16 664
64.	Balatonalmádi	Balaton	16 636
65.	Kecskemét	Desztináción kívül	16 610
66.	Ráckeve	Budapest környéke	16 467
67.	Veszprém	Balaton	16 466
68.	Győr	Győr-Pannonhalma	16 457
69.	Gyenesdiás	Balaton	16 418
70.	Zalaegerszeg	Desztináción kívül	16 111
71.	Szeged	Szeged és térsége	16 084
72.	Pécs	Pécs-Villány	16 073
73.	Balatonvilágos	Balaton	16 069

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
74.	Balmazújváros	Debrecen és térsége	15 939
75.	Villánykövesd	Pécs-Villány	15 780
76.	Kehidakustány	Balaton	15 762
77.	Szombathely	Bük-Sárvár	15 600
78.	Berekfürdő	Mátra-Bükk	15 572
79.	Vác	Budapest környéke	15 514
80.	Hajdúszoboszló	Debrecen és térsége	15 207
81.	Nyíregyháza	Tokaj és Nyíregyháza	15 006
82.	Sopron	Sopron-Fertő	14 934
83.	Baja	Desztináción kívül	14 881
84.	Kaposvár	Desztináción kívül	14 880
85.	Mosonmagyaróvár	Győr-Pannonhalma	14 833
86.	Békéscsaba	Gyula és térsége	14 774
87.	Zsámbék	Budapest környéke	14 754
88.	Zirc	Balaton	14 432
89.	Eger	Mátra-Bükk	14 362
90.	Noszvaj	Mátra-Bükk	14 220
91.	Siófok	Balaton	14 211
92.	Balatonmáriafürdő	Balaton	14 156
93.	Dombóvár	Desztináción kívül	13 853
94.	Balatonboglár	Balaton	13 718
95.	Telkibánya	Tokaj és Nyíregyháza	13 570
96.	Mezőkövesd	Mátra-Bükk	13 548

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
97.	Makó	Szeged és térsége	13 324
98.	Orosháza	Desztináción kívül	13 141
99.	Balatonföldvár	Balaton	12 957
100.	Zánka	Balaton	12 945
101.	Martfű	Desztináción kívül	12 932
102.	Inárcs	Desztináción kívül	12 534
103.	Tihany	Balaton	12 398
104.	Tokaj	Tokaj és Nyíregyháza	12 255
105.	Debrecen	Debrecen és térsége	12 242
106.	Csopak	Balaton	12 083
107.	Bakonybél	Desztináción kívül	11 869
108.	Sárospatak	Tokaj és Nyíregyháza	11 844
109.	Gárdony	Budapest környéke	11 670
110.	Lenti	Desztináción kívül	11 531
111.	Komárom	Budapest környéke	11 457
112.	Füzesgyarmat	Desztináción kívül	11 432
113.	Badacsonytördemic	Balaton	11 322
114.	Parád	Mátra-Bükk	11 228
115.	Cserkeszőlő	Desztináción kívül	11 094
116.	Kazincbarcika	Desztináción kívül	10 683
117.	Győrújbarát	Győr-Pannonhalma	10 659
118.	Hódmezővásárhely	Szeged és térsége	10 558
119.	Hegyeshalom	Győr-Pannonhalma	10 351

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
120.	Hegykő	Sopron-Fertő	10 344
121.	Bodajk	Budapest környéke	10 333
122.	Kerepes	Budapest környéke	10 119
123.	Orfű	Pécs-Villány	10 100
124.	Balatonlelle	Balaton	9 975
125.	Kisvárda	Tokaj és Nyíregyháza	9 865
126.	Balatongyörök	Balaton	9 438
127.	Dunaújváros	Desztináción kívül	9 288
128.	Bogács	Mátra-Bükk	9 263
129.	Hajdúnánás	Debrecen és térsége	9 181
130.	Poroszló	Debrecen és térsége	9 142
131.	Salgótarján	Desztináción kívül	8 954
132.	Tatabánya	Desztináción kívül	8 729
133.	Nagykanizsa	Desztináción kívül	8 657
134.	Balástya	Desztináción kívül	8 510
135.	Harkány	Pécs-Villány	8 449
136.	Szigetmonostor	Budapest környéke	8 433
137.	Kőszeg	Bük-Sárvár	8 355
138.	Balatonszárszó	Balaton	8 223
139.	Gönyű	Győr-Pannonhalma	7 688
140.	Sátoraljaújhely	Tokaj és Nyíregyháza	7 667
141.	Celldömölk	Bük-Sárvár	7 575
142.	Budaörs	Budapest környéke	7 176

Sorszám	Település	Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
143.	Kiskunmajsa	Desztináción kívül	6 983
144.	Göd	Budapest környéke	6 861
145.	Törökbálint	Budapest környéke	6 659
146.	Várgesztes	Desztináción kívül	5 623
147.	Nyírbátor	Tokaj és Nyíregyháza	5 484
148.	Keszthely	Balaton	5 478
149.	Szántód	Balaton	5 316
150.	Cserszegtomaj	Balaton	5 217
151.	Vásárosnamény	Tokaj és Nyíregyháza	4 971
152.	Hajdúböszörmény	Debrecen és térsége	4 678
153.	Fonyód	Balaton	2 483
154.	Márokföld	Desztináción kívül	1 745
155.	Erdőbénye	Tokaj és Nyíregyháza	673

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

1.7.4. Külföldi költés desztinációnként 1 vendégéjszakára jutó árbevétel sorrendjében

Az alábbi fejezetrészben az 1 vendégéjszakára jutó árbevételt (külföldi vendégek által elköltött) desztinációnként vizsgáljuk és elemezzük. Az adatok ugyanazok, mint az előző táblázatban.

Balaton turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó külföldi vendégek által generált árbevételt Balatonfüred (32 366 Ft) könyvelheti el, melytől kismértékben marad le Balatonfenyves (29 384 Ft),
- a TOP5 település Balatonfüred, Balatonfenyves, Hévíz, Sümeg és Zamárdi. Az első két település azonos a belföldi költés eredményével, a többi viszont teljesen eltér azoktól. Azaz Hévíz, Sümeg és Zamárdi sokkal magasabb 1 vendégéjszakára jutó bevételt ér el a külföldi vendégek körében, mint a belföldiek körében, ahol nem került be a TOP5 közé. Hévíz esetében egyértelmű gyógyturisztikai motivációról beszélhetünk, Sümegen a Hotel Kapitánynak köszönhető az eredmény, Zamárdi pedig vélhetően a Balaton Sound okán tudja ezt a magas bevételt elérni.
- a TOP10 település közé bekerült a fentieken túl Alsópáhok, Balatonkenese, Zalakaros, Vonyarcvashegy és Alsóörs is,
- a kiemelkedő eredmények a belföldi megállapítást kiegészítve azon településeken tapasztalhatók, ahol külföldi vendégek számára is vonzó rendezvényeket szerveznek (Alsóörs és Zamárdi),
- a TOP10 település közül 3 nem közvetlen vízparti, sőt nem is balatoni településként létezik az utazók fejében (Hévíz, Sümeg és Alsópáhok), a motiváció a vizes élményt kínáló Balatontól teljesen független,
- az 5 legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Balatonszárszón, Keszthelyen, Szántódon, Cserszegtomajon és Fonyódon realizálódik,
- a legmagasabb és legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel között 13-szoros a különbség, azaz 13-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Balatonfüreden, mint Fonyódon. (belföldi költés esetén ugyanezen két település között csak 8,3-szoros a különbség) Ennek oka nem csupán a lokáció, jelentős szerepet játszik a szezonális nyitvatartás, valamint a település vonzereje és a szálláshelyinfrastruktúra szerkezete.
- ha megvizsgáljuk az északi és déli part közötti különbséget, akkor az északi parton fekvő települések 1 vendégéjszakára jutó árbevétele átlagosan 16 622 Ft, a déli part településeinek átlaga pedig 13 702 Ft, vagyis az északi parton 21,3%-kal magasabb a szálláshelyek bevétele 1 éjszakára vetítve, mint a déli parton. A nyugat-balatoni részt leválasztva (Hévíz, Zalakaros, Kehidakustány, Alsópáhok, Cserszegtomaj, Zalacsány), ahol a motiváció a Balatontól független (jellemzően egészségturisztikai, kivéve Zalacsány és Alsópáhok), az átlagos 1 éjszakára vetített bevétel 18 613 Ft, ami 35,8%-kal meghaladja a déli parton és 12%-kal az északi parton elért eredményeket.
- ha a belföldi és külföldi költést részleteiben összehasonlítjuk, akkor a nyugati rész települései (gyógyturisztikai kereslet miatt) magasabb 1 külföldi vendégéjszakára jutó bevételt generáltak, mint belföldit.

BALATON TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD)
129 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Balatonfüred	32 366
Balatonfenyves	29 384
Hévíz	26 900
Sümeg	24 245
Zamárdi	24 231
Alsópáhok	24 051
Balatonkenese	22 843
Zalakaros	22 610
Vonyarcvashegy	20 653
Alsóörs	19 684
Tapolca	17 767
Badacsonytomaj	17 407
Zalacsány	17 138
Balatonalmádi	16 636
Veszprém	16 466
Gyenesdiás	16 418
Balatonvilágos	16 069
Kehidakustány	15 762
Zirc	14 432
Siófok	14 211
Balatonmáriafürdő	14 156
Balatonboglár	13 718
Balatonföldvár	12 957
Zánka	12 945
Tihany	12 398
Csopak	12 083
Badacsonytördemic	11 322
Balatonlelle	9 975
Balatongyörök	9 438
Balatonszárszó	8 223
Keszthely	5 478
Szántód	5 316
Cserszegtomaj	5 217
Fonyód	2 483

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Budapest környéke turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó külföldi vendégek által generált árbevételt Rácalmás (29 822 Ft) könyvelheti el, melytől kismértékben marad le Veresegyház (26 255 Ft). A két település mindegyike cégek rendezvényhelyszíneként (is) működik és főként corporate vendégeket fogad, melyet csupán kiegészít a szabadidős turisztikai kereslet.
- a TOP5 település Rácalmás, Veresegyház, Bánk, Nagybörzsöny és Telki,

- a TOP10 település közé bekerült a fentieken túl Vecsés, Visegrád, Velence, Gödöllő és Szentendre is. Vecsés esetében tranzitforgalomról beszélhetünk (átszálló utasok, munkavállalók). Velence és Visegrád wellnessmotivációval bíró, jellemzően szlovák vendégeket szólít meg. Gödöllő pedig jelen esetben Budapest agglomerációjaként viselkedik, árban versenyezve a fővárosi szállodákkal.
- az 5 legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Kerepesen, Szigetmonostoron, Budaörsön, Gödön és Törökbálinton realizálódik, melyek a részletes adatok ismeretében vendégmunkásoknak jelentenek bázist, de megjelennek azon átutazó vendégek (Kerepes), akik a Távol-Keletről érkeznek európai körútra és 1 éjszakára Budapest környékén szállnak meg.
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 4,5-szörös a különbség, azaz 4,5-ször akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Rácalmáson, mint Törökbálinton. Ennek oka elsősorban a lokáció és másodsorban a termékminőség és a szálláshelyek alapvető funkciója közötti eltérés.

BUDAPEST KÖRNYÉKE TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD) 130 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Rácalmás	29 822
Veresegyház	26 255
Bánk	22 430
Nagybörzsöny	22 072
Telki	21 376
Vecsés	20 636
Visegrád	20 445
Velence	20 193
Gödöllő	19 748
Szentendre	19 311
Herceghalom	19 281
Esztergom	16 908
Gyömrő	16 870
Székesfehérvár	16 825
Ráckeve	16 467
Vác	15 514
Zsámbék	14 754
Gárdony	11 670
Komárom	11 457
Bodajk	10 333
Kerepes	10 119
Szigetmonostor	8 433
Budaörs	7 176
Göd	6 861
Törökbálint	6 659

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Bük-Sárvár turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó külföldi vendégek által generált árbevételt Sárvár (45 232 Ft) könyvelheti el (országosan is 1. hely), melytől jelentős mértékben marad le a desztinációban vizsgált többi település,
- Sárvár és a 2. helyen álló Bük település között 2,1-szeres a különbség, azaz Sárváron több mint kétszeres 1 vendégéjszakára jutó bevétel realizálódik, mint Bükön.
- a legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó árbevételt Celldömölk generálja. A szálloda osztrák márkanév alatt működik, de középkategóriás egységként pozícionált.
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 6-szoros a különbség, azaz 6-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Sárváron, mint Celldömölkön.

BÜK-SÁRVÁR TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD)
131 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Sárvár	45 232
Bük	21 696
Szombathely	15 600
Kőszeg	8 355
Celldömölk	7 575

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Debrecen és térsége turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó külföldi vendégek által generált árbevételt Tiszafüred (24 549 Ft) könyvelheti el, melytől jelentős mértékben marad le a többi település,
- a TOP5 település Tiszafüred, Karcag, Balmazújváros, Hajdúszoboszló és Debrecen. Az összes településről elmondható, hogy mindegyik rendelkezik fürdővel, az öt közül Hajdúszoboszló és Debrecen a kiemelkedő. Utóbbi iránti keresletet azonban nem a fürdő határozza meg.
- Hajdúszoboszló a desztinációs rangsorban „csupán” a 4. helyet foglalja el.
- a legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Hajdúböszörményen képződik, köszönhetően a szálláshelykínálat szerkezetének,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 5,3-szoros a különbség, azaz 5,3-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Tiszafüreden, mint Hajdúböszörményben.

DEBRECEN ÉS TÉRSÉGE TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD)
132 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Tiszafüred	24 549
Karcag	17 840
Balmazújváros	15 939
Hajdúszoboszló	15 207
Debrecen	12 242
Hajdúnánás	9 181
Poroszló	9 142
Hajdúböszörmény	4 678

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Győr-Pannonhalma turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó külföldi vendégek által generált árbevételt Dunakiliti (23 416 Ft) könyvelheti el,
- a második helyen Lipót látható, csupán 3%-kal marad le az első helyen álló Dunakilititől. Mindkét település esetében elmondható, hogy 1 szállodai egység képezi a szálláshelyinfrastruktúra gerincét, melyet kiegészítenek kisebb panziók.
- Győr 3. helyen, 13 014 Ft-os 1 vendégéjszakára jutó bevételt mutat, melynek oka feltételezhetően az üzleti turizmus (corporate és MICE) magas aránya, valamint a tranzitforgalom jelenléte,
- a legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Gönyűn képződik,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 3-szoros a különbség, azaz 3-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Dunakilitin, mint Gönyűn.

GYŐR-PANNONHALMA TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD)
133 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Dunakiliti	23 416
Lipót	22 647
Győr	16 457
Mosonmagyaróvár	14 833
Győrújbarát	10 659
Hegyeshalom	10 351
Gönyű	7 688

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Gyula és térsége turisztikai térség

- két vizsgált település lévén sok megállapítás nem tehető,
- a külpiaci kereslet által realizált költések alapján Gyula 13,7%-kal magasabb 1 vendégéjszakára jutó bevételt generál, mint Békéscsaba, mely egyértelműen a város iránt mutatkozó jelentős turisztikai keresletnek tudható be.

GYULA ÉS TÉRSÉGE TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD)
134 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Gyula	16 796
Békéscsaba	14 774

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Mátra-Bükk turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó külföldi vendégek által generált árbevételt Felsőtárkány (39 436 Ft) könyvelheti el, melytől jelentős mértékben marad le a többi település,
- a TOP5 település Felsőtárkány, Parádsasvár, Egerszalók, Szilvásvárad és Demjén.

- a legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Bogácson képződik, köszönhetően a szálláshelykínálat szerkezetének (legmagasabb kategória a panzió),
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 4,6-szoros a különbség, azaz 4,6-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Felsőtárkányban, mint Bogácson.

MÁTRA-BÜKK TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD)
135 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Felsőtárkány	39 436
Parádsasvár	23 415
Egerszalók	22 989
Szilvásvárad	22 226
Gyöngyös	20 650
Demjén	19 530
Miskolc	17 746
Mátraszentimre	17 665
Berekfürdő	15 572
Eger	14 362
Noszvaj	14 220
Mezőkövesd	13 548
Parád	11 228
Bogács	9 263

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Pécs-Villány turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó külföldi vendégek által generált árbevételt Villány (23 853 Ft) könyvelheti el,
- Villánykövesd Villány „agglomerációjaként" működik, azonban 51,1%-kal alacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevételt realizál.
- Harkány eredménye meglepő, hiszen jelentős cseh vendégforgalommal bír, utolsó helyét a belföldi költésnél is leírt állapotoknak köszönheti,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 2,8-szoros a különbség, azaz 2,8-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Villányban, mint Harkányban.

PÉCS-VILLÁNY TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD)
136 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Villány	23 853
Siklós	17 682
Pécs	16 073
Villánykövesd	15 780
Orfű	10 100
Harkány	8 449

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Sopron-Fertő turisztikai térség

- három vizsgált település lévén sok megállapítás nem tehető, általánosságban azonos a belföldi résznél tett megállapításokkal,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 3,4-szeres a különbség, azaz 3,4-szer akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Röjtökmuzsajon, mint Hegykőn.

SOPRON-FERTŐ TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD) 137 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Röjtökmuzsaj	34 962
Sopron	14 934
Hegykő	10 344

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Szeged és térsége turisztikai térség

- négy vizsgált település lévén sok megállapítás nem tehető, általánosságban azonos a belföldi résznél tett megállapításokkal,
- az 1 vendégéjszakára jutó bevétel Mórahalmon a legmagasabb (17 586 Ft), melytől 9,3%-kal marad el Szeged városa,
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 1,6-szoros a különbség, azaz 1,6-szor akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Mórahalmon, mint Hódmezővásárhelyen.

SZEGED ÉS TÉRSÉGE TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD) 138 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Mórahalom	17 586
Szeged	16 084
Makó	13 324
Hódmezővásárhely	10 558

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség

- a legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó külföldi vendégek által generált árbevételt Hernádvécse (33 054 Ft) könyvelheti el, melytől Tarcal kivételével jelentős mértékben marad le a többi település,
- Hernádvécse és Tarcal az elért eredményével országos viszonylatban is bekerült a TOP10 közé, Hernádvécse egyedi hangulatú szállodájának, Tarcal pedig az 5 csillagos szálláhelynek köszönhetően,
- a térségben vizsgált többi település kiemelkedő jelentőségű szálláshely híján jóval elmarad az első kettőtől, az 1. és 3. hely közötti különbség több mint kétszeres,
- a legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Erdőbényén képződik (feltételezhetően rossz rögzítést takar),
- a legmagasabb és legalacsonyabb bevétel között 49-szeres a különbség, azaz 49-szer akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára Hernádvécsén, mint Erdőbényén, de ha ezt az utolsó előtti helyezettel (Vásárosnamény) hasonlítjuk össze akkor is 6,7-szeres a különbség.

TOKAJ ÉS NYÍREGYHÁZA TURISZTIKAI TÉRSÉG 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE A VIZSGÁLT TELEPÜLÉSEK VONATKOZÁSÁBAN (KÜLFÖLD)
139 SZ. TÁBLÁZAT

Település	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Hernádvécse	33 054
Tarcal	30 584
Nyíregyháza	15 006
Telkibánya	13 570
Tokaj	12 255
Sárospatak	11 844
Kisvárda	9 865
Sátoraljaújhely	7 667
Nyírbátor	5 484
Vásárosnamény	4 971
Erdőbénye	673

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A desztinációk átlagos teljesítményét (1 vendégéjszakára jutó bevétel) összehasonlítva az alábbi kép rajzolódik ki:

- a TOP3 legmagasabb eredményt mutató desztináció a Sopron-Fertő, Bük-Sárvár és Mátra-Bükk,
- a vidék átlagot (15 816 Ft) meghaladóan Budapest környéke és a Balaton turisztikai térség látható,
- a Sopron-Fertő térségben csupán 3 település került a vizsgálatba, melyet jelentősen meghatároz Röjtökmuzsaj eredménye, ennek köszönheti 1. helyezését, mivel feltételezhetően erős osztrák keresletet generál,
- Bük-Sárvár alapvetően erős termékalappal és jelentős nemzetközi kereslettel bír, mely meghatározza pozícióját. A 2. helyet elsősorban Sárvárnak, azon belül is az 5 csillagos Spirit Hotelnek köszönheti,
- a Mátra-Bükk térség az ország második legnagyobb vendégforgalmát realizáló desztináció, ahol 4 olyan szálloda is található, mely országos viszonylatban is a legjövedelmezőbb (Bambara, Shiraz, Ózon és Avalon), kiemelkedő teljesítményét alapvetően ezeknek a szállodáknak, valamint az erős termékalapnak köszönheti.
- a leggyengébb teljesítményt Tokaj és Nyíregyháza térség nyújtja (13 179 Ft), mely korrelál a vendégforgalmi teljesíménényével is. Azaz minél alacsonyabb a kereslet egy desztináció iránt, annál inkább árazásban tud versenyezni. Érdekesség azonban, hogy ebben a térségben található két olyan település, Hernádvécse és Tarcal, akik bekerültek a TOP10 település közé, a térség mégsem tudott az utolsó helyről feljebb kerülni.
- meglepő Debrecen és térsége utolsó előtti helyezése, hiszen magas a külföldi vendégek aránya, de láthatóan az alacsony költési hajlandóságú és üzleti szegmens teszi ki a vendégkör jelentős részét,
- a legmagasabb és legalacsonyabb 1 vendégéjszakára jutó átlagos bevételt realizáló desztináció között 1,65-szörös a különbség, azaz 1,65-ször akkora bevétel jut 1 vendégéjszakára a Sopron-Fertő térségben, mint Tokaj és Nyíregyháza térségben.

DESZTINÁCIÓK ÁTLAGOS 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTELE (FT) (KÜLFÖLD)
140 SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Sopron-Fertő	20 080
Bük-Sárvár	19 692
Mátra-Bükk	18 704
Budapest környéke	16 465
Balaton	16 029
Vidéki átlag	15 816
Gyula és térsége	15 785
Pécs-Villány	15 323
Győr-Pannonhalma	15 150
Desztináción kívül	14 818
Szeged és térsége	14 388
Debrecen és térsége	13 597
Tokaj és Nyíregyháza	13 179

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A desztinációs külföldi és belföldi vendégek által 1 vendégéjszakára jutó bevételt összehasonlítva az alábbi megállapítások tehetők:

- 2 térség kivételével (Mátra-Bükk, Debrecen és térsége) a külföldi vendégek többet költenek, mint a belföldiek,
- Mátra-Bükk esetében a gyengébb teljesítmény az alacsonyabb külpiaci keresletnek tudható be, azaz a térség imázsa jóval erősebb belföldön, mint külföldön,
- Debrecen és térsége esetében a gyengébb teljesítmény a termékalap típusának, valamint az alacsony minőségű szálláshelyinfrastruktúrának (Hajdúszoboszló) köszönhető.

DESZTINÁCIÓK ÁTLAGOS 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ ÁRBEVÉTELÉNEK ÖSSZEHASONLÍTÁSA (BELFÖLD/KÜLFÖLD)
141 SZ. TÁBLÁZAT

	BELFÖLD		KÜLFÖLD	
Desztináció	1 vendégéj-szakára jutó bevétel (Ft)	1 vendégre jutó bevétel (Ft)	1 vendégéj-szakára jutó bevétel (Ft)	1 vendégre jutó bevétel (Ft)
Sopron-Fertő	19 942	41 752	20 080	40 519
Mátra-Bükk	19 494	37 403	18 704	45 271
Bük-Sárvár	18 228	43 058	19 692	57 852
Balaton	15 328	36 714	16 029	48 773
Vidéki átlag	14 878	30 905	15 816	38 981
Budapest környéke	14 784	27 012	16 465	36 779
Pécs-Villány	14 193	31 177	14 388	30 584
Szeged és térsége	13 886	29 543	14 818	34 866
Desztináción kívül	13 753	26 653	13 597	35 604
Debrecen és térsége	13 696	30 201	13 597	35 604
Győr-Pannonhalma	13 128	24 638	16 465	36 779
Gyula és térsége	12 546	28 504	15 150	29 405
Tokaj és Nyíregyháza	11 844	22 847	13 179	27 196

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

1.7.5. Külföldi vendégek költése a legjelentősebb küldőpiacokról érkező vendégek esetében – küldőpiacok és fogadótelepülések

A következő részfejezetben megvizsgáljuk és elemezzük a legjelentősebb hazai küldőpiacok tekintetében a TOP10 legmagasabb részesedéssel bíró településeken a külföldi vendégek által generált bevételt. A vizsgálat során arra a kérdésre kerestük a választ, hogy van-e eltérés egyes településeken ugyanazon nemzetiségen belül a költés nagyságánál, vagyis kimondható-e, hogy pl. Bükfürdőn több bevételt generálnak a németek, mint Debrecenben. A települések teljesítményének összehasonlításához az 1 vendégéjszakára jutó bevétel (szálláshelydíj + egyéb bevételek) értékeit használjuk.

Az egyes települések között látható 1 vendégéjszakára jutó bevételt a korábbi fejezetben is vázolt tényezők befolyásolják, azonban alapvetően az érték enged következtetni a kereslet típusára (szabadidős, üzleti, átutazó), a termékalap erősségére, a célcsoport fizetési hajlandóságára, a termékminőségre és a településen működő szálláshelyek értékesítési attitűdjére (mennyire magas a szobaáron felül az addicionális költés).

Általánosságban elmondható, hogy az 1 vendégéjszakára jutó bevétel által állítható sorrend nem korrelál a vendégéjszaka nagyságával, azaz egyértelműen látható, hogy egyes településeken a magas vendégéjszaka számból nem következik egyértelműen a magas vendégköltés.

Minden jelentősebb küldőpiac esetében megvizsgáltuk a TOP 10 legnagyobb vendégforgalmat generáló településen elért átlagárakat (vagyis ahol az árakat kiemelkedő kereslet alakítja), illetve a legalább 0,5%-os mértékű részesedést elért településeik adatait. A kettő párhuzamos vizsgálatát az indokolja, hogy rávilágíthatunk arra, hogy a vendégköltést sokkal inkább a település (és az ottani szálláshelyek) értékesítési lehetőségei határozzák meg, mintsem a küldőpiac, értsd a Sárvárra vagy Balatonfüredre érkező vendégek (románok, ukránok is) minden küldőpiacról magas költést generálnak, míg az „olcsóbb" települések a magasabb vásárlóerővel rendelkező küldőpiacokról (osztrák, német) is alacsony költést generálnak: Sárváron mindenki sokat, Harkányban mindenki keveset költ, **az eltérés inkább abban van, hogy a drágább településeket kisebb arányban tudják elérni a gyengébb vásárlóerejű küldőpiacok vendégei.**

Németország (TOP 10 német fogadótelepülés)

- a TOP3 legmagasabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Balatonfüreden, Hévízen és Bükfürdőn realizálódik, ahol ezen érték meghaladja a 20 000 Ft-ot,
- Balatonfüred teljesítménye példaértékű, hiszen (bár gyógyhelyi településről van szó) nem rendelkezik a külföldiek körében elsődleges utazási döntést generáló fürdővel, „csupán" egy vonzó település képét mutató, magas minőségű szolgáltatásokat nyújtó város, ahol a szálláshelyek egész évben magas átlagáron tudják szobáikat értékesíteni,
- Balatonfüreden kívül a két legnagyobb 1 vendégéjszakára jutó bevételt realizáló település mindegyike kiemelkedő gyógyturisztikai profillal bíró fürdőtelepülés (Hévíz és Bükfürdő),
- a legalacsonyabb értéket mutató TOP 10-es település, Balástya esetében egyértelműen látszik, hogy tranzitforgalomról beszélhetünk, ahol csak egy szobát vesznek ki a vendégek, egyéb szolgáltatásra nemigen költenek,
- ha megnézzük az ország egyes területei közötti különbséget, akkor látható, hogy a nyugati országrészben ta-

lálható fürdőtelepüléseken (Hévíz, Bükfürdő, Zalakaros) magasabb az 1 vendégéjszakára jutó bevétel, mint a keleti országrészben található Hajdúszoboszló vagy Debrecen esetében. Bükfürdő és Hajdúszoboszló között közel 30%-os különbség látható.

TOP10 LEGMAGASABB VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
142 SZ. TÁBLÁZAT

Németország			
Település	Vendégéjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Balatonfüred	22 592	647 673 460	28 668
Hévíz	72 288	1 873 025 309	25 911
Bükfürdő	25 360	539 260 479	21 264
Debrecen	8 937	173 275 240	19 389
Zalakaros	19 533	355 510 125	18 200
Győr	22 299	400 215 897	17 948
Hajdúszoboszló	15 190	249 268 495	16 410
Tihany	25 742	318 971 484	12 391
Siófok	18 521	191 361 576	10 332
Balástya	10 955	92 475 834	8 441

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

LEGALÁBB 0,5%-OS VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
143 SZ. TÁBLÁZAT

Németország					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
	összesen	371 156	100%		
1.	Sárvár	4 749	1,28%	190 225 138	40 056
2.	Balatonfüred	22 592	6,09%	647 673 460	28 668
3.	Hévíz	72 288	19,48%	1 873 025 309	25 911
4.	Alsópáhok	4 465	1,20%	109 085 647	24 431
5.	Vecsés	4 474	1,21%	106 804 563	23 872
TOP5 átlag		108 568		2 926 814 117	26 958
6.	Nyíregyháza	1 894	0,51%	40 535 160	21 402
7.	Gödöllő	2 457	0,66%	52 330 574	21 299
8.	Bükfürdő	25 360	6,83%	539 260 478	21 264
9.	Miskolc	3 440	0,93%	69 225 833	20 124
10.	Eger	5 866	1,58%	115 231 362	19 644
TOP10 átlag		147 585		3 743 397 524	25 364
11.	Debrecen	8 937	2,41%	173 275 240	19 389
12.	Kecskemét	8 846	2,38%	168 382 493	19 035
13.	Szeged	5 708	1,54%	107 644 754	18 859
14.	Visegrád	2 232	0,60%	41 411 756	18 554
15.	Tata	2 670	0,72%	49 108 213	18 393
16.	Székesfehérvár	3 380	0,91%	61 884 842	18 309
17.	Zalakaros	19 533	5,26%	355 510 125	18 200

Németország					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
18.	Győr	22 299	6,01%	400 215 896	17 948
19.	Pécs	4 469	1,20%	79 282 959	17 741
20.	Szombathely	2 100	0,57%	37 003 873	17 621
21.	Sopron	8 818	2,38%	144 766 914	16 417
22.	Hajdúszoboszló	15 190	4,09%	249 268 495	16 410
23.	Balatonalmádi	2 914	0,79%	46 243 858	15 870
24.	Mosonmagyaróvár	4 913	1,32%	74 183 520	15 099
25.	Tihany	25 742	6,94%	318 971 484	12 391
26.	Hegyeshalom	5 818	1,57%	62 462 928	10 736
27.	Siófok	18 521	4,99%	191 361 576	10 332
28.	Balástya	10 955	2,95%	92 475 834	8 441
29.	Harkány	4 137	1,11%	28 600 850	6 913

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Csehország (TOP 10 cseh fogadótelepülés)

- a TOP3 legmagasabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Sárváron, Hévízen és Bükfürdőn realizálódik, ahol ezen érték meghaladja a 20 000 Ft-ot,
- Sárvár teljesítménye (46 714 Ft) kiemelkedő. Ha Bükfürdőhöz, mint közeli, hasonló kínálattal rendelkező fürdőtelepüléshez hasonlítjuk, akkor elmondható, hogy Sárváron 2,3-szor annyi bevételt generálnak a vendégek 1 éjszakára vetítve, mint Bükfürdőn. A Sárváron működő 5 csillagos szálloda és általában a település bevételgeneráló képessége (magas minőségű termékek: fürdő és szálloda, települési környezet) jóval magasabb a szomszédos hasonló településekhez viszonyítva, de az országos átlagot is meghaladja. A két település közötti eltérő eredményt befolyásolja, hogy Sárvár inkább egy fürdőtelepülés képét mutatja, míg Bükfürdő egy korrekt minőségű „mesterséges" üdülőterület,
- meglepően alacsony Zalakaros 1 vendégéjszakára jutó bevétele (10 640 Ft), mely az utolsó előtti a rangsorban és közel fele a Bükfürdőn és negyede a Sárváron elért eredménynek,
- a legalacsonyabb értéket Harkány mutatja, mely a legtávolabb esik a küldőpiactól és láthatóan a cseh lakosok még utazni képes, de nagyon alacsonyan költő rétegét tudja megszólítani,

- ha megnézzük az ország egyes területei közötti különbséget, akkor látható, hogy a nyugati országrészben található településeken magasabb az 1 vendégéjszakára jutó bevétel, mint a keleti országrészben található Eger esetében. Vagyis az Egerbe érkező cseh vendég alacsonyabb költési hajlandóságú, mint a Sárvárra, Bükfürdőre vagy a kevésbé ismert Tapolcára érkező cseh turista, ahol az 1 vendégéjszakára jutó költés még mindig 12%-kal magasabb, mint Egerben.

TOP10 LEGMAGASABB VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
144 SZ. TÁBLÁZAT

Csehország			
Település	Vendégéjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Sárvár	28 875	1 348 872 565	46 714
Hévíz	15 786	427 501 139	27 081
Bükfürdő	69 453	1 399 788 899	20 154
Mosonmagyaróvár	6 697	112 326 360	16 773
Tapolca	5 486	89 267 241	16 272
Kehidakustány	6 013	88 339 301	14 691
Eger	8 573	124 226 609	14 490
Győr	10 530	132 812 150	12 613
Zalakaros	17 195	482 956 493	10 640
Harkány	6 250	37 752 776	6 040

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

LEGALÁBB 0,5%-OS VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
145 SZ. TÁBLÁZAT

Csehország					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
	összesen	233 692	100%		
1.	Sárvár	28 875	12,36%	1 348 872 565	46 714
2.	Balatonfüred	2 202	0,94%	101 429 731	46 063
3.	Zalakaros	17 195	7,36%	482 956 493	28 087
4.	Hévíz	15 786	6,76%	427 501 139	27 081
5.	Lipót	1 203	0,51%	28 593 170	23 768
TOP5 átlag		65 261		2 389 353 098	36 612
6.	Egerszalók	2 157	0,92%	46 627 932	21 617
7.	Bükfürdő	69 453	29,72%	1 399 788 899	20 154
8.	Szentgotthárd	2 404	1,03%	44 735 331	18 609
9.	Visegrád	2 534	1,08%	44 340 800	17 498
10.	Kecskemét	1 367	0,58%	23 650 873	17 301
TOP10 átlag		143 176		3 948 496 933	27 578
11.	Mosonmagyaróvár	6 697	2,87%	112 326 360	16 773
12.	Tapolca	5 486	2,35%	89 267 241	16 272
13.	Szeged	1 474	0,63%	23 268 714	15 786
14.	Esztergom	1 251	0,54%	19 163 820	15 319
15.	Kehidakustány	6 013	2,57%	88 339 301	14 691
16.	Miskolc	2 267	0,97%	33 168 944	14 631
17.	Eger	8 573	3,67%	124 226 609	14 490

Csehország					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
18.	Tihany	5 314	2,27%	76 917 444	14 474
19.	Hajdúszoboszló	3 372	1,44%	46 171 626	13 693
20.	Vecsés	1 371	0,59%	18 708 032	13 646
21.	Siófok	3 746	1,60%	48 480 368	12 942
22.	Sopron	2 414	1,03%	30 562 955	12 661
23.	Győr	10 530	4,51%	132 812 150	12 613
24.	Hegykő	3 046	1,30%	30 462 964	10 001
25.	Harkány	6 250	2,67%	37 752 776	6 040

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Ausztria (TOP 10 osztrák fogadótelepülés)

- a TOP3 legmagasabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Sárváron, Balatonfüreden és Hévízen realizálódik,
- Sárvár teljesítménye az osztrák vendégkör szempontjából is kiugró (44 549 Ft), 19,8%-kal haladja meg a 2. helyen álló Balatonfüred eredményét. A magas érték oka megegyezik a korábban leírtakkal.
- Balatonfüred szintén kiemelhető, már a korábban említett okok miatt is (lásd Németország),
- Körmend teljesítménye közel azonos Bükfürdőével, bár az eredmény két eltérő „terméknek" köszönhető. Bükfürdőn több eltérő kategóriájú és minőségű szálláshely található, átlagosan 24 117 Ft 1 vendégéjszakára jutó bevételt generálva, Körmend esetében inkább egy saját fürdővel rendelkező szálloda realizálja a 24 910 Ft-ot.
- legalacsonyabb bevételt Siófok realizálja (14 226 Ft), mely arra enged következtetni, hogy az alacsonyabban költő osztrák vendégek választják Siófokot úticélul,
- a TOP10 település között nincs kelet-magyarországi, így ezen összefüggés nem vizsgálható.

TOP10 LEGMAGASABB VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
146 SZ. TÁBLÁZAT

Ausztria			
Település	Vendég éjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Sárvár	17 173	765 031 775	44 549
Balatonfüred	4 582	170 352 276	37 179
Hévíz	30 537	824 763 254	27 009
Körmend	5 466	136 155 541	24 910
Bükfürdő	31 163	751 547 896	24 117
Zalakaros	8 499	181 998 706	21 414
Szentgotthárd	6 926	137 554 598	19 861
Győr	4 672	84 019 391	17 984
Sopron	9 858	156 499 523	15 875
Siófok	5 933	84 400 606	14 226

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

LEGALÁBB 0,5%-OS VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
147 SZ. TÁBLÁZAT

Ausztria					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
	összesen	178 122	100%		
1.	Sárvár	17 173	9,64%	765 031 775	44 549
2.	Balatonfüred	4 582	2,57%	170 352 277	37 179
3.	Hévíz	30 537	17,14%	824 763 254	27 009

Ausztria					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
4.	Körmend	5 466	3,07%	136 155 541	24 910
5.	Bükfürdő	31 163	17,50%	751 547 896	24 117
TOP5 átlag		88 921		2 647 850 743	29 778
6.	Alsópáhok	1 392	0,78%	33 510 653	24 074
7.	Visegrád	897	0,50%	19 376 318	21 601
8.	Zalakaros	8 499	4,77%	181 998 706	21 414
9.	Szeged	1 419	0,80%	29 769 926	20 980
10.	Debrecen	1 150	0,65%	22 967 475	19 972
TOP10 átlag		102 278		2 935 473 821	28 701
11.	Szentgotthárd	6 926	3,89%	137 554 598	19 861
12.	Székesfehérvár	1 111	0,62%	20 643 251	18 581
13.	Tapolca	1 969	1,11%	36 279 906	18 426
14.	Kecskemét	1 391	0,78%	25 106 498	18 049
15.	Győr	4 672	2,62%	84 019 391	17 984
16.	Hajdúszoboszló	1 160	0,65%	20 811 442	17 941
17.	Balatonalmádi	1 578	0,89%	27 736 232	17 577
18.	Pécs	1 366	0,77%	22 094 590	16 175
19.	Sopron	9 858	5,53%	156 499 523	15 875
20.	Mosonmagyaróvár	3 296	1,85%	49 933 876	15 150
21.	Siófok	5 933	3,33%	84 400 606	14 226
22.	Vecsés	1 043	0,59%	14 401 793	13 808
23.	Szombathely	1 043	0,59%	14 151 558	13 568

Ausztria					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
24.	Tihany	3 664	2,06%	44 382 381	12 113
25.	Hegykő	2 932	1,65%	30 195 204	10 299
26.	Celldömölk	1 463	0,82%	4 612 012	3 152

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Románia (TOP 10 román fogadótelepülés)

- a TOP3 legmagasabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Miskolcon, Gyulán és Szegeden realizálódik,
- Gyula 11,1%-kal marad el Miskolc eredményétől, Hajdúszoboszló 20%-kal, Nyíregyháza és Debrecen 30%-kal,
- legalacsonyabb bevételt Hegyeshalom realizálja (10 151 Ft), mely egyértelműen az alacsony (1 éjszakás) tartózkodási időnek, valamint az átutazó vendégkörnek köszönhető,
- ha megnézzük az ország egyes területei közötti különbséget, akkor látható, hogy a keleti országrészben található településeken magasabb az 1 vendégéjszakára jutó bevétel, mint a nyugati országrészben található Győr és Hegyeshalom esetében. Ennek oka egyértelműen a motiváció, Győrben és Hegyeshalmon átutazó román vendéggel találkozhatunk, míg a keleti országrészben szabadidős, „nyaraló" turistával, mely magasabb költést eredményez.

TOP10 LEGMAGASABB VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
148 SZ. TÁBLÁZAT

Románia			
Település	Vendégéjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Miskolc	2 591	49 059 957	18 935
Gyula	18 008	307 158 641	17 057
Szeged	8 432	137 328 557	16 287
Hajdúszoboszló	29 449	461 239 843	15 662
Vecsés	3 043	43 661 207	14 348

Románia			
Település	Vendégéjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Nyíregyháza	3 761	50 122 214	13 327
Eger	2 194	28 994 541	13 215
Debrecen	11 075	145 959 930	13 179
Győr	4 475	57 474 582	12 843
Hegyeshalom	14 716	149 375 145	10 151

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

LEGALÁBB 0,5%-OS VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
149 SZ. TÁBLÁZAT

Románia					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
	összesen	137 982	100%		
1.	Balatonfüred	1 507	1,09%	46 923 776	31 137
2.	Hévíz	1 591	1,15%	47 650 381	29 950
3.	Egerszalók	1 120	0,81%	28 897 958	25 802
4.	Miskolc	2 591	1,88%	49 059 957	18 935
5.	Mórahalom	1 289	0,93%	22 547 329	17 492
TOP5 átlag		8 098		195 079 401	24 090
6.	Gyula	18 008	13,05%	307 158 641	17 057
7.	Szeged	8 432	6,11%	137 328 534	16 287
8.	Hajdúszoboszló	29 449	21,34%	461 239 843	15 662
9.	Székesfehérvár	843	0,61%	12 861 372	15 257

Románia					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
10.	Balmazújváros	742	0,54%	10 764 445	14 507
TOP10 átlag		65 572		1 124 432 236	17 148
11.	Siófok	1 834	1,33%	26 537 672	14 470
12.	Vecsés	3 043	2,21%	43 661 207	14 348
13.	Tata	884	0,64%	11 838 609	13 392
14.	Nyíregyháza	3 761	2,73%	50 122 214	13 327
15.	Eger	2 194	1,59%	28 994 541	13 215
16.	Debrecen	11 075	8,03%	145 959 930	13 179
17.	Kecskemét	2 015	1,46%	26 091 628	12 949
18.	Győr	4 475	3,24%	57 474 582	12 843
19.	Pécs	723	0,52%	9 142 171	12 645
20.	Makó	1 645	1,19%	19 529 085	11 872
21.	Orosháza	1 795	1,30%	21 027 276	11 714
22.	Tihany	925	0,67%	9 928 829	10 734
23.	Hegyeshalom	14 716	10,67%	149 375 145	10 151
24.	Mosonmagyaróvár	1 466	1,06%	14 526 511	9 909
25.	Sopron	1 871	1,36%	18 476 924	9 875
26.	Velence	812	0,59%	5 677 736	6 992
27.	Budaörs	764	0,55%	4 113 225	5 384

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Szlovákia (TOP 10 szlovák fogadótelepülés)

- a TOP3 legmagasabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Sárváron, Balatonfüreden és Hévízen realizálódik, ugyanúgy, mint Ausztria esetében,
- Sárvár teljesítménye a szlovák vendégkör szempontjából is kiugró (45 953 Ft), mely 20%-kal haladja meg a 2. helyen álló Balatonfüred eredményét. A magas érték oka megegyezik a korábban leírtakkal. Balatonfüred szintén kiemelhető, már a korábban említett okok miatt is (lásd Németország),
- Hévíz 3. helyét szálláshelyinfrastruktúra szerkezetének (különböző típusú és eltérő minőségű), valamint a szállodák nagy kapacitása okán alacsony áron értékesített kontingenseknek köszönheti,
- legalacsonyabb bevételt Debrecen realizálja (10 896 Ft), feltételezhetően a környéken zajló versenyben (fürdők) és wellness-szállodáknak köszönthetően elmarad a többi TOP10 közé bekerült településtől,
- ha megnézzük az ország egyes területei közötti különbséget, akkor látható, hogy a nyugati országrészben található településeken magasabb az 1 vendégéjszakára jutó bevétel, mint a keleti országrészben található települések esetében. A különbség kétszeres, vagyis a nyugati országrészbe érkező szlovák vendégek kétszer annyit költenek, mint a keleti országrészbe érkezők. Ennek oka lehet az érkező vendégek jövedelmi szintjének különbsége (Pozsonyi kerület vs. Kassai kerület).

TOP10 LEGMAGASABB VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
150 SZ. TÁBLÁZAT

Szlovákia			
Település	Vendégéjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Sárvár	5 697	261 791 619	45 953
Balatonfüred	7 167	273 791 542	38 202
Hévíz	10 133	270 503 276	26 695
Bükfürdő	8 056	190 743 488	23 677
Siófok	6 652	103 431 799	15 549
Miskolc	4 662	71 304 876	15 295
Hajdúszoboszló	11 444	170 249 796	14 877
Eger	5 494	74 025 840	13 474

Szlovákia			
Település	Vendégéjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Nyíregyháza	4 238	47 833 292	11 287
Debrecen	4 686	51 060 398	10 896

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

LEGALÁBB 0,5%-OS VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
151 SZ. TÁBLÁZAT

Szlovákia					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
	összesen	129 760	100%		
1.	Sárvár	5 697	4,39%	261 791 619	45 953
2.	Balatonfüred	7 167	5,52%	273 791 542	38 202
3.	Hévíz	10 133	7,81%	270 503 276	26 695
4.	Dunakiliti	681	0,52%	17 283 127	25 379
5.	Bükfürdő	8 056	6,21%	190 743 488	23 677
TOP5 átlag		31 734		1 014 113 052	31 957
6.	Visegrád	3 481	2,68%	79 648 293	22 881
7.	Alsópáhok	1 329	1,02%	30 288 696	22 791
8.	Egerszalók	3 096	2,39%	70 014 810	22 615
9.	Zalakaros	3 191	2,46%	72 102 005	22 595
10.	Balatonkenese	774	0,60%	15 495 331	20 020
TOP10 átlag		43 605		1 281 662 187	29 393
11.	Sümeg	1 725	1,33%	33 439 711	19 385

Szlovákia					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
12.	Tapolca	2 095	1,61%	40 402 403	19 285
13.	Szeged	1 692	1,30%	32 626 410	19 283
14.	Gyula	1 435	1,11%	24 475 572	17 056
15.	Szentgotthárd	890	0,69%	15 159 988	17 034
16.	Kecskemét	1 095	0,84%	18 596 769	16 983
17.	Esztergom	1 557	1,20%	26 076 641	16 748
18.	Balatonalmádi	1 114	0,86%	18 424 798	16 539
19.	Tata	752	0,58%	12 387 698	16 473
20.	Tihany	1 703	1,31%	27 331 385	16 049
21.	Siófok	6 652	5,13%	103 431 799	15 549
22.	Miskolc	4 662	3,59%	71 304 876	15 295
23.	Hajdúszoboszló	11 444	8,82%	170 249 796	14 877
24.	Székesfehérvár	808	0,62%	11 712 235	14 495
25.	Sopron	2 485	1,92%	33 666 796	13 548
26.	Mosonmagyaróvár	1 489	1,15%	20 081 947	13 487
27.	Eger	5 494	4,23%	74 025 840	13 474
28.	Győr	3 325	2,56%	44 537 709	13 395
29.	Harkány	832	0,64%	10 534 884	12 662
30.	Vecsés	1 571	1,21%	19 586 215	12 467
31.	Mezőkövesd	1 556	1,20%	19 205 144	12 343
32.	Nyíregyháza	4 238	3,27%	47 833 292	11 287
33.	Noszvaj	1 009	0,78%	11 280 231	11 180

Szlovákia					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
34.	Debrecen	4 686	3,61%	51 060 398	10 896
35.	Parád	997	0,77%	10 629 158	10 661
36.	Törökbálint	808	0,62%	5 829 659	7 215
37.	Dunaújváros	650	0,50%	4 272 231	6 573
38.	Cserszegtomaj	719	0,55%	4 207 885	5 852

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Oroszország (TOP 10 orosz fogadótelepülés)

- a TOP3 legmagasabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Sárváron, Balatonfüreden és Hévízen realizálódik, ugyanúgy, mint Ausztria és Szlovákia esetében,
- Sárvár teljesítménye az orosz vendégkör szempontjából is kiugró (46 535 Ft), mely 49%-kal haladja meg a 2. helyen álló Balatonfüred eredményét. A magas érték oka megegyezik a korábban leírtakkal.
- Balatonfüred szintén kiemelhető, már a korábban említett okok miatt is (lásd Németország),
- Hévíz 3. helyét a korábban említett oknak köszönheti, de a 27 795 Ft-ot befolyásolja az is, hogy az orosz vendégek 70%-a Hévízre érkezik, mely különböző költési hajlandóságú célcsoport jelenlétét feltételezi eltérő fogyasztási szokásokkal,
- legalacsonyabb bevételt Sopron realizálja (9 421 Ft), mely az átutazók (alacsonyabb tartózkodási időt és ezáltal pénzköltést generáló) magasabb arányát jelzi, illetve azt, hogy Sopron esetében a szálláshelykínálat jelenlegi állapota (és/vagy az ehhez párosuló értékesítés) kevésbé képes magas áron kiegészítő szolgáltatásokat értékesíteni,
- ha megnézzük az ország egyes területei közötti különbséget, akkor látható, hogy a nyugati országrészben található településeken magasabb az 1 vendégéjszakára jutó bevétel, mint a keleti országrészben található települések esetében. A különbség másfélszeres, vagyis a nyugati országrészbe érkező orosz vendégek 1,5-ször annyit költenek, mint a keleti országrészbe érkezők.

TOP10 LEGMAGASABB VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
152 SZ. TÁBLÁZAT

Oroszország			
Település	Vendégéjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Sárvár	3 247	151 097 658	46 535
Balatonfüred	1 087	33 946 292	31 229
Hévíz	66 787	1 856 342 915	27 795
Bükfürdő	1 317	35 807 185	27 188
Noszvaj	1 568	26 330 419	16 792
Debrecen	3 872	59 427 219	15 348
Hajdúszoboszló	9 156	140 086 489	15 300
Győr	1 486	21 607 817	14 541
Siófok	1 100	14 407 025	13 097
Sopron	1 060	9 986 773	9 421

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

LEGALÁBB 0,5%-OS VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
153 SZ. TÁBLÁZAT

Oroszország					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
	összesen	103 138	100%		
1.	Sárvár	3 247	3,15%	151 097 658	46 535
2.	Balatonfüred	1 087	1,05%	33 946 292	31 229
3.	Hévíz	66 787	64,75%	1 856 342 915	27 795

Oroszország					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
4.	Bükfürdő	1 317	1,28%	35 807 185	27 188
5.	Tihany	650	0,63%	12 752 353	19 619
TOP5 átlag		73 088		2 089 946 403	28 595
6.	Vecsés	682	0,66%	13 242 091	19 417
7.	Szeged	849	0,82%	15 270 315	17 986
8.	Pécs	737	0,71%	13 175 574	17 877
9.	Tapolca	810	0,79%	14 257 413	17 602
10.	Miskolc	678	0,66%	11 609 652	17 123
TOP10 átlag		76 844		2 157 501 448	28 076
11.	Noszvaj	1 568	1,52%	26 330 419	16 792
12.	Eger	823	0,80%	13 733 840	16 688
13.	Debrecen	3 872	3,75%	59 427 219	15 348
14.	Hajdúszoboszló	9 156	8,88%	140 086 489	15 300
15.	Győr	1 486	1,44%	21 607 817	14 541
16.	Siófok	1 100	1,07%	14 407 025	13 097
17.	Sopron	1 060	1,03%	9 986 774	9 421
18.	Cserszegtomaj	835	0,81%	3 116 241	3 732

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Lengyelország (TOP 10 lengyel fogadótelepülés)

- a TOP3 legmagasabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Hévízen, Bükfürdőn és Vecsésen(!) realizálódik,
- a TOP3 település 45-50%-kal magasabb 1 vendégéjszakára jutó bevételt realizál, mint a többi település,
- a TOP2 település iránti keresletet a gyógy- és élményfürdő szolgáltatások generálják,
- a Vecsésen megszálló lengyelek átszálló utasok és a légitársaságok munkavállalói, szabadidős kereslet nem jellemző a településen,
- legalacsonyabb bevételt Nyíregyháza realizálja (9 351 Ft), feltételezhetően a környéken zajló versenyben (fürdők) elmarad a többi TOP10 közé bekerült településtől,
- Tihany annak ellenére, hogy a második legnagyobb vendégforgalmat realizálja, alacsony 1 vendégéjszakára jutó árbevételt ér el (9 748 Ft). Az eredmény mögött vallási motivációval, alacsony költési hajlandósággal bíró vendégkör erős jelenléte feltételezhető, illetve, hogy a szálláshelykínálat kevésbé alkalmas (sok kiegészítő szolgáltatás értékesítésével) magasabb vendégköltés érvényesítésére,
- ha megnézzük az ország egyes területei közötti különbséget, akkor látható, hogy a nyugati országrészben található településeken magasabb az 1 vendégéjszakára jutó bevétel, mint a keleti országrészben található települések esetében. A különbség, ha átlagot vizsgálunk csupán 16%, de ha a két legalacsonyabb értéket teljesítő települést figyelmen kívül hagyjuk, akkor 50%. Vagyis a nyugati országrészbe érkező lengyel vendégek másfélszer annyit költenek, mint a keleti országrészbe érkezők.

TOP10 LEGMAGASABB VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
154 SZ. TÁBLÁZAT

Lengyelország			
Település	Vendég-éjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Hévíz	3 147	63 259 137	20 101
Bükfürdő	2 109	39 981 623	18 958
Vecsés	3 298	60 458 162	18 332
Hajdúszoboszló	17 596	235 043 742	13 358
Debrecen	2 890	36 887 884	12 764
Mezőkövesd	2 463	30 519 957	12 391
Eger	9 728	119 029 316	12 236
Siófok	5 173	62 071 223	11 999

Lengyelország			
Település	Vendég-éjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Tihany	13 713	133 671 606	9 748
Nyíregyháza	3 402	31 812 192	9 351

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Legalább 0,5%-os vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
155 sz. táblázat

Lengyelország					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
	összesen	97 985	100%		
1.	Sárvár	679	0,69%	29 578 466	43 562
2.	Balatonfüred	1 929	1,97%	65 966 758	34 197
3.	Egerszalók	878	0,90%	19 815 242	22 569
4.	Visegrád	863	0,88%	18 652 875	21 614
5.	Hévíz	3 147	3,21%	63 259 137	20 101
TOP5 átlag		7 496		197 272 478	26 317
6.	Bükfürdő	2 109	2,15%	39 981 623	18 958
7.	Vecsés	3 298	3,37%	60 458 162	18 332
8.	Zalakaros	1 101	1,12%	19 849 397	18 029
9.	Székesfehérvár	1 094	1,12%	19 481 728	17 808
10.	Kecskemét	1 353	1,38%	23 497 291	17 367
TOP10 átlag		16 451		360 540 679	21 916
11.	Zalaegerszeg	487	0,50%	8 400 026	17 249

Lengyelország					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
12.	Győr	2 149	2,19%	33 462 005	15 571
13.	Szombathely	750	0,77%	11 628 873	15 505
14.	Sopron	910	0,93%	13 993 690	15 378
15.	Pécs	506	0,52%	7 479 768	14 782
16.	Gödöllő	606	0,62%	8 911 338	14 705
17.	Miskolc	1 932	1,97%	27 098 184	14 026
18.	Hajdúszoboszló	17 596	17,96%	235 043 742	13 358
19.	Debrecen	2 890	2,95%	36 887 884	12 764
20.	Szeged	1 895	1,93%	23 549 582	12 427
21.	Mezőkövesd	2 463	2,51%	30 519 957	12 391
22.	Eger	9 728	9,93%	119 029 316	12 236
23.	Siófok	5 173	5,28%	62 071 223	11 999
24.	Balatonszárszó	551	0,56%	5 920 096	10 744
25.	Bogács	721	0,74%	7 138 470	9 901
26.	Tihany	13 713	13,99%	133 671 606	9 748
27.	Nyíregyháza	3 402	3,47%	31 812 192	9 351
28.	Kerepes	660	0,67%	6 005 647	9 099
29.	Tatabánya	631	0,64%	5 176 154	8 203
30.	Balástya	642	0,66%	4 466 297	6 957
31.	Cserszegtomaj	912	0,93%	6 056 490	6 641
32.	Törökbálint	1 178	1,20%	7 707 087	6 543

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Ukrajna (TOP 10 ukrán fogadótelepülés)

- az ukrán vendégkörről általánosan elmondható, hogy (bár pontos arány megállapításához nincsenek adatok) magas a vendégmunkások/átutazók által generált vendégéjszakák aránya főleg Győr, Hegyeshalom, Sopron és Nagykanizsa településeken. Ennek tudható be, hogy az ukrán vendégforgalom egyszerre tud azonos képet mutatni, mint más küldőországok vendégei (szabadidős vendég a fürdőtelepüléseken), de tud nagyon nagy számban alacsony költést generáló átutazó és vendégmunkás vendég is lenni,
- a TOP3 legmagasabb 1 vendégéjszakára jutó bevétel Hévízen, Hajdúszoboszlón és Sárváron realizálódik, melyek mindegyike fürdőtelepülés,
- Hévíz kiugróan jól teljesít az ukrán vendégek körében (29 835 Ft), mely az erős termékalapnak köszönhető, illetve a település az ukrán lakosok jövedelmi szint szerinti felsőbb deciliseit szólítja meg,
- magasan költő vendégek választják Sárvárt és Hajdúszoboszlót is, azonban eltérő okok mentén. Sárvár magas termékminősége vonzó, Hajdúszoboszló pedig lokációja okán, hiszen a közelben a fürdő a legjelentősebb szórakoztató vizes létesítmény,
- a legalacsonyabb bevételt Kisvárda realizálja (4 127 Ft), feltételezhetően a környéken zajló versenyben (fürdők) elmarad a többi TOP10 közé bekerült településtől, az alacsonyabb költési hajlandóságú ukrán vendégkört tudja megszólítani (kiegészülve a vendégmunkások nem csekély létszámával).

TOP10 LEGMAGASABB VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
156 SZ. TÁBLÁZAT

Ukrajna			
Település	Vendég-éjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Hévíz	8 009	238 951 377	29 835
Hajdúszoboszló	17 761	269 231 256	15 159
Sárvár	1 606	23 838 371	14 843
Nyíregyháza	2 065	24 678 241	11 951
Hegyeshalom	1 706	15 615 691	9 153
Győr	6 703	56 241 453	8 390
Sopron	2 250	16 442 183	7 308
Nagykanizsa	2 017	13 393 099	6 640

Ukrajna			
Település	Vendég-éjszaka	Bevétel összesen (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
Debrecen	4 008	43 797 203	6 534
Kisvárda	2 288	9 443 608	4 127

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

LEGALÁBB 0,5%-OS VENDÉGFORGALMI RÉSZESEDÉSSEL BÍRÓ TELEPÜLÉSEN REALIZÁLT 1 VENDÉGÉJSZAKÁRA JUTÓ BEVÉTEL (FT)
157 SZ. TÁBLÁZAT

Ukrajna					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
	összesen	67 884	100%		
1.	Hévíz	8 009	11,80%	238 951 377	29 835
2.	Egerszalók	753	1,11%	17 401 070	23 109
3.	Vecsés	617	0,91%	11 405 698	18 486
4.	Miskolc	615	0,91%	10 338 294	16 810
5.	Hajdúszoboszló	17 761	26,16%	269 231 256	15 159
TOP5 átlag		27 755		547 327 695	19 720
6.	Sárvár	1 606	2,37%	23 838 371	14 843
7.	Siófok	757	1,12%	10 137 461	13 392
8.	Gárdony	1 096	1,61%	14 230 599	12 984
9.	Pécs	1 293	1,90%	16 426 099	12 704
10.	Gyöngyös	346	0,51%	4 262 569	12 320
TOP10 átlag		32 853		616 222 794	18 757
11.	Nyíregyháza	2 065	3,04%	24 678 241	11 951

Ukrajna					
Sorszám	Települések (0,5%-os részesedés felett)	Vendégéjszaka	Részesedés	Teljes bevétel (Ft)	1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft)
12.	Debrecen	4 008	5,90%	43 797 203	10 927
13.	Eger	1 057	1,56%	10 514 105	9 947
14.	Székesfehérvár	747	1,10%	7 180 122	9 612
15.	Hegyeshalom	1 706	2,51%	15 615 691	9 153
16.	Győr	6 703	9,87%	56 241 453	8 390
17.	Mosonmagyaróvár	655	0,96%	5 448 253	8 318
18.	Sopron	2 250	3,31%	16 442 183	7 308
19.	Tiszaújváros	1 319	1,94%	9 611 136	7 287
20.	Tatabánya	417	0,61%	2 833 746	6 796
21.	Nagykanizsa	2 017	2,97%	13 393 099	6 640
22.	Szeged	1 277	1,88%	7 848 040	6 146
23.	Törökbálint	1 272	1,87%	7 717 971	6 068
24.	Vásárosnamény	404	0,60%	1 830 152	4 530
25.	Kisvárda	2 288	3,37%	9 443 608	4 127
26.	Veszprém	647	0,95%	2 029 249	3 136
27.	Esztergom	341	0,50%	733 801	2 152

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az alábbi táblázatok **a TOP25 legnagyobb belföldi és külföldi vendégéjszakát generáló település átlagos vendégköltési adatait mutatják be. A vizsgálat során azt néztük, hogy 100.000 Ft egy-egy településen egy küldőpiacról hány vendégéjszaka eltöltését teszi lehetővé:** minél alacsonyabbak az értékek annál többe kerül egy vendégéjszaka (szálláshely + egyéb költés) átlagosan az adott településen. Az első táblázat a TOP25 belföldi, a második a TOP25 külföldi település adatait mutatja (19 település mindkét listán szerepel, csak a belföldi táblázatban szerepel: Gyöngyös, Cserszegtomaj, Egerszalók, Sümeg, Esztergom és Alsópáhok, csak a külföldi táblázatban szerepel: Vecsés, Kecskemét, Hegyeshalom, Mosonmagyaróvár, Székesfehérvár és Balástya). Mindkét táblázatban zöld háttérrel a 100.000 Ft-ból legalacsonyabb elvi vendégéjszakaszámot generáló belföldi és külföldi küldőterületeket, narancssárgával a legmagasabb elvi vendégéjszakaszámot generáló küldőterületeket jelöltük. Belföld esetében a jelölés a 3-3 legmagasabb, illetve legalacsonyabb értéket mutató küldőterületet jelöli.

A **belföldi** küldő- és fogadóterületek kapcsán a következő megállapítások tehetők:

- a fürdőtelepülések, illetve jellemzően **szabadidős turizmust generáló települések esetében a legmagasabb és legalacsonyabb értékek között kisebb a különbség**, mint a nem fürdőtelepülési városok értékei között, ahol a nem szabadidős célú vendégérkezések (üzleti vagy akár vendégmunkások) jelentősen eltérő mértékű igénybevevői pénzköltést (kosárérték) eredményezhetnek,
- a fürdőtelepülések, illetve jellemzően **szabadidős turizmust generáló települések esetében látható, hogy az eltérő belföldi küldőterületek vendégei közel azonos módon költenek**, vagyis inkább kevesebben/többen érkeznek egy-egy megyéből az adott településre, de ott tartózkodásuk alatt jellemzően hasonló költési attitűddel rendelkeznek. A Sárvár, Egerszalók, Sümeg vagy Balatonfüred mellett szóló utazási döntés meghozatala egyben azzal is jár, hogy az ott tartózkodás (szálláskölts ég, egyéb addicionális költések a szálláshelyen) várhatóan magasabb költéssel is fog együtt járni,
- **minél homogénebb (vagy akár egy domináns szálláshelyadóval rendelkezik) a szálláshelykínálat, a település egészére vonatkozó értékek annál kisebb szórást mutatnak:** az Alsópáhokra vagy Sümegre érkező vendégek költései jellemzően egy-egy szálláshely árazási politikája és árszínvonala alapján kerülhetnek meghatározásra,
- küldőterületi szempontból nem lehet arra vonatkozóan egyértelmű következtetéseket levonni, hogy egy-egy megyei küldőterületből érkező vendégek inkább a többet vagy kevesebbet költő vendégek közé tartoznak, a megyék nagy számban tudnak egyszerre a sokat, illetve kevesebbet költő küldőterületként is szerepelni. Ennek vélhető oka, hogy **a pihenés helyszínének kiválasztása során az utazók felmérik a várható költés mértékét és az utazás ELŐTT választanak várhatóan drágább vagy olcsóbb utazás között.** Még érthetőbben fogalmazva: Békés megyéből a magasabb költési hajlandóságú vendégek érkeznek Sárvárra (többen vagy kevesebben ugyan), akik közel azonos kosárértékkel költenek, mint a Fejér megyéből érkezők. A **fogadótelepülés árszínvonala e körben jelentősebb tényező**, mint a küldőterület átlagos vásárlóereje.

TOP25 LEGNAGYOBB BELFÖLDI VENDÉGFORGALMAT GENERÁLÓ TELEPÜLÉS 100 000 FT KÖLTÉSRE JUTÓ VENDÉGÉJSZAKA SZÁMA

	Hajdú-szoboszló	Hévíz	Zalakaros	Balaton-füred	Gyula	Siófok	Debrecen	Bükfürdő	Sopron	Visegrád	Eger
Belföld teljes	**6,93**	**5,71**	**5,67**	**3,46**	**8,12**	**5,98**	**9,44**	**5,62**	**8,01**	**4,32**	**7,80**
Külföld teljes	**6,58**	**3,72**	**4,42**	**3,09**	**5,95**	**7,04**	**8,17**	**4,61**	**6,70**	**4,89**	**6,96**
Bács-Kiskun	7,58	7,08	5,71	4,07	9,86	6,02	8,52	7,69	7,99	4,40	8,07
Baranya	6,91	6,08	5,74	4,26	6,93	6,06	7,75	4,89	7,81	4,30	6,86
Békés	6,90	7,06	5,12	3,68	8,19	5,92	10,82	5,46	8,19	4,71	8,12
Borsod-Abaúj-Zemplén	6,79	6,09	5,44	3,60	8,08	6,12	10,98	4,59	7,70	4,51	7,77
Budapest	6,94	5,69	5,75	3,74	8,87	5,84	7,08	6,23	7,89	4,00	7,48
Csongrád-Csanád	7,68	6,91	6,14	3,86	7,40	5,63	7,80	5,28	8,70	4,46	8,47
Fejér	7,14	5,90	6,06	4,01	8,02	5,90	8,18	7,56	8,25	4,41	8,51
Győr-Moson-Sopron	6,90	5,44	5,58	4,19	6,58	6,00	8,00	5,81	7,75	4,62	8,07
Hajdú-Bihar	6,29	6,36	5,15	4,20	6,91	5,68	19,51	4,66	8,18	4,76	7,98
Heves	6,76	6,91	5,31	3,89	7,69	6,11	10,80	5,46	8,20	4,42	7,35
Jász-Nagykun-Szolnok	6,77	6,79	5,83	4,03	7,47	5,79	11,87	5,84	8,20	4,41	8,25
Komárom-Esztergom	7,18	5,93	5,85	4,03	9,77	6,23	8,16	8,33	8,06	4,25	8,03
Nógrád	6,92	5,56	5,82	4,42	7,68	6,34	9,18	6,90	7,36	4,43	7,89
Pest	7,00	5,72	5,52	3,95	8,73	5,93	7,63	6,05	7,99	4,20	7,46
Somogy	7,80	6,75	6,00	4,39	6,63	5,79	7,61	5,84	8,54	4,77	8,59
Szabolcs-Szatmár-Bereg	6,52	6,31	5,12	3,95	6,76	5,97	28,54	4,77	7,95	4,45	9,99
Tolna	7,13	5,89	5,55	5,48	8,07	6,07	48,74	5,36	7,76	4,37	8,04
Vas	7,09	5,66	5,68	4,22	7,49	6,24	7,71	5,61	7,38	4,69	7,85
Veszprém	7,13	5,97	6,08	4,26	7,31	6,06	8,71	7,12	8,26	4,70	8,06
Zala	6,73	5,91	4,84	4,11	6,58	6,24	8,44	5,42	8,36	4,75	8,16

MEGYEI KÜLDŐTERÜLETENKÉNT 158 SZ. TÁBLÁZAT

Miskolc	Szeged	Gyön-gyös	Cser-szeg-tomaj	Sárvár	Egersza-lók	Nyíregy-háza	Harkány	Győr	Pécs	Tihany	Sümeg	Eszter-gom	Alsópá-hok
5,12	**6,28**	**4,53**	**24,32**	**2,46**	**3,92**	**6,77**	**8,34**	**7,68**	**7,22**	**5,89**	**4,78**	**6,27**	**4,62**
5,64	**6,22**	**4,84**	**19,17**	**2,21**	**4,35**	**6,66**	**11,84**	**6,08**	**6,22**	**8,07**	**4,12**	**5,91**	**4,16**
5,11	6,67	4,59	31,86	2,52	3,99	7,29	10,14	8,09	8,26	5,88	4,59	6,21	4,39
5,38	6,52	4,51	22,39	2,67	3,86	8,11	7,48	7,95	9,57	6,10	5,26	6,28	5,11
5,74	8,75	5,04	32,91	2,35	4,19	7,57	8,55	11,49	7,47	6,52	4,50	6,31	4,97
4,68	4,77	4,65	34,51	2,43	3,90	7,47	8,07	10,52	8,41	6,07	4,78	6,28	4,44
4,15	5,70	4,41	26,93	2,41	3,76	6,72	7,91	6,48	6,68	5,52	4,71	6,08	4,61
5,37	11,29	4,90	31,00	2,64	4,17	7,44	8,61	10,10	8,55	6,36	4,73	6,78	4,43
5,30	6,10	4,50	23,00	3,07	3,74	7,37	8,02	7,51	6,70	5,60	4,83	6,14	4,59
5,21	8,57	4,59	19,03	2,85	4,11	7,26	7,61	7,44	7,20	6,45	4,73	6,03	4,75
4,94	7,37	4,51	35,37	2,41	3,93	6,82	7,78	9,01	7,04	6,25	5,30	6,14	4,37
5,20	6,27	5,76	28,73	2,99	3,79	7,44	7,25	5,25	7,08	6,37	4,96	6,51	4,74
5,24	6,52	4,82	31,72	3,10	3,99	2,92	8,05	7,92	8,08	6,13	4,89	5,68	4,55
5,19	6,09	4,46	21,52	3,03	4,01	7,41	7,67	7,41	7,25	6,36	4,78	8,24	4,32
5,57	6,30	2,67	20,81	2,19	3,94	6,82	7,52	8,41	6,56	7,69	4,79	6,42	4,66
4,82	5,84	4,78	23,11	2,49	3,85	7,17	8,19	7,19	6,97	5,97	4,80	6,26	4,69
5,58	6,57	4,37	24,29	2,59	3,78	7,93	8,30	12,28	11,49	5,47	4,81	6,12	4,34
4,83	6,36	4,91	26,38	2,43	4,10	8,01	8,15	13,11	7,32	5,68	4,85	6,47	4,38
4,94	5,97	4,34	26,61	2,37	3,82	7,74	8,23	11,40	7,16	6,23	4,58	6,51	4,65
5,13	7,15	4,37	19,44	2,91	3,93	7,37	8,05	8,87	8,22	6,91	4,76	6,40	4,93
5,16	6,38	4,56	18,19	3,26	4,36	7,33	8,31	7,00	7,42	5,96	4,80	6,02	4,62
5,84	5,57	4,44	17,54	3,48	4,26	6,91	8,04	8,94	9,80	6,56	4,90	6,20	4,29

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A **külföldi** küldő- és fogadóterületek kapcsán a következő megállapítások tehetők:

- **egyes kiemelt településeken** (Hévíz, Bükfürdő, Hajdúszoboszló, Győr, Debrecen, Sárvár, Balatonfüred, Zalakaros, Eger, Szeged, Sopron, Gyula, Nyíregyháza, Pécs) **külföldiek átlagos költése** (100.000 Ft kevesebb vendégéjszakát tenne lehetővé) **jelentősen magasabb (+10-30%) mint a belföldieké**, ugyanakkor Tihany, Siófok és Harkány esetében az egyébként sem magas belföldi költésnél is jelentősen alacsonyabb a külföldi vendégköltés,
- **A legdrágábbnak tekintett „belföldi" települések a „külföldiek" részére** (Sárvár, Balatonfüred) **még nagyobb átlagos költéssel értékesíthetők**, egyes települések a belföldihez képest jelentősen magasabb árbevételt generálhatnak a külföldiekből (Hévíz, Gyula, Bükfürdő, Zalakaros), ezen települések esetében (amint korábban bemutattuk) ez ráadásul (a belföldi vendégekhez képest) magasabb átlagos tartózkodási idővel is kiegészül,
- **a külföldiek közül jellemzően a németek, csehek és osztrákok költik átlagosan a legtöbbet. A németek ugyanakkor Siófokon a legalacsonyabb költést generáló küldőpiac, az ideérkező német vendégek közel 50%-kal kevesebbet költenek**, mint a szlovákok vagy ideérkező belföldiek. A legkisebb várható költést a lengyel vendégek generálják 9 településen (ha tranzittelepüléseket nem számítjuk akkor közel a TOP25 település felében). A román vendégek átlagos költők, esetükben elmondható, hogy egy-egy település (akár drágább) választása esetén a többi küldőpiaccal azonos költési szokásokat (vagy akár annál kedvezőbbet) mutatnak. **Az osztrák, szlovák és cseh vendégek településtől**

TOP25 LEGNAGYOBB KÜLFÖLDI VENDÉGFORGALMAT GENERÁLÓ TELEPÜLÉS 100 000 FT KÖLTÉSRE JUTÓ VENDÉGÉJSZAKA

	Hévíz	Bükfürdő	Hajdúszoboszló	Győr	Debrecen	Sárvár	Siófok	Balatonfüred	Tihany	Zalakaros	Eger
Belföld teljes	**5,71**	**5,62**	**6,93**	**7,68**	**9,44**	**2,46**	**5,98**	**3,46**	**5,89**	**5,67**	**7,80**
Külföld teljes	**3,72**	**4,61**	**6,58**	**6,08**	**8,17**	**2,21**	**7,04**	**3,09**	**8,07**	**4,42**	**6,96**
Németország	3,86	4,70	6,09	5,57	5,16	2,50	9,68	3,49	8,07	5,49	5,09
Csehország	3,69	4,96	7,30	7,93	6,70	2,14	7,73	2,17	6,91	3,56	6,90
Ausztria	3,70	4,15	5,57	5,56	5,01	2,24	7,03	2,69	8,26	4,67	6,89
Szlovákia	3,75	4,22	6,72	7,47	9,18	2,18	6,43	2,62	6,23	4,43	7,42
Románia	3,34	4,65	6,38	7,79	7,59	1,99	6,91	3,21	9,32	4,42	7,57
Lengyelország	4,97	5,27	7,49	6,42	7,83	2,30	8,33	2,92	10,26	5,55	8,17
Oroszország	3,60	3,68	6,54	6,88	6,52	2,15	7,64	3,20	5,10	3,76	5,99
Ukrajna	3,35	4,37	6,60	11,92	9,15	6,74	7,47	3,58	7,21	4,06	10,05

függően nagyon eltérő költési szokásokkal bírnak, Sárváron és Balatonfüreden másfélszer annyit költenek naponta, mint Hévízen és Zalakaroson, kétszer annyit költenek, mint Bükfürdőn és Nyíregyházán, háromszor annyit, mint Szegeden, Siófokon és Egerben és hétszer annyit mint Harkányban,

- a fürdőtelepülések közül Sárvár mutatói kiemelkedők, Zalakaros, Hévíz és Bükfürdő értékei közel azonosak, Hajdúszoboszló és Nyíregyháza Sárvárhoz képest már jelentős elmaradásban van, Harkány mutatói a turizmus szereplőit komoly gondolkodásra kell, hogy késztessék,
- **a Balatonon Balatonfüred mindegyik küldőpiac esetében 2-3-szoros egy napra jutó költést generál, mint a Siófokra érkezők**, Siófok komoly és sokszínű (benne több magas kategóriájú) szálláshelykínálata ellenére megközelítőleg azonos árbevétel-generáló képességgel bír, mint a szerényebb lehetőségekkel bíró Tihany,
- a kiemelten koncentrált orosz piacról megállapítható, hogy a legmagasabb települési vendégérkezések egyben a legnagyobb vendégköltést is eredményezik, ami azt jelenti, hogy **az orosz vendégek települést választanak és döntésükkel a magasabb árakat és várható költést is elfogadják**,
- **az ukrán vendégköltési adatok ismételten rávilágítanak az ukrán vendégforgalom kétarcúságára**, egyszerre vannak jelen a fürdőtelepüléseken a többi küldőpiac vendégeihez hasonló (vagy költésben azt megközelítő) költési szokásokkal és vannak nagy számban vendégmunkások szerény napi költéssel (olcsó szálláshely szolgáltatások nélkül).

SZÁMA KÜLPIACONKÉNT 159 SZ. TÁBLÁZAT

Szeged	Sopron	Vecsés	Kecskemét	Hegyeshalom	Miskolc	Mosonmagyaróvár	Gyula	Nyíregyháza	Székesfehérvár	Balástya	Pécs	Visegrád	Harkány
6,28	**8,01**	**6,22**	**6,57**	**10,34**	**5,12**	**7,75**	**8,12**	**6,77**	**7,75**	**14,71**	**7,22**	**4,32**	**8,34**
6,22	**6,70**	**4,85**	**6,02**	**9,66**	**5,64**	**6,74**	**5,95**	**6,66**	**5,94**	**11,75**	**6,22**	**4,89**	**11,84**
5,30	6,09	4,19	5,25	9,31	4,97	6,62	6,59	4,67	5,46	11,85	5,64	5,39	14,47
6,33	7,90	7,33	5,78	11,87	6,83	5,96	7,00	5,01	6,19	10,82	6,71	5,71	16,56
4,77	6,30	7,24	5,54	6,03	5,10	6,60	7,81	5,58	5,38	11,77	6,18	4,63	11,64
5,19	7,38	8,02	5,89	10,16	6,54	7,41	5,86	8,86	6,90	8,08	7,34	4,37	7,90
6,14	10,13	6,97	7,72	9,85	5,28	10,09	5,86	7,50	6,55	10,28	7,91	3,85	8,20
8,05	6,50	5,45	5,76	9,83	7,13	7,76	6,75	10,69	5,62	14,37	6,76	4,63	19,35
5,56	10,61	5,15	6,61	10,04	5,84	7,57	6,04	5,93	6,00	11,88	5,59	3,21	8,49
16,27	13,68	5,41	6,67	10,93	5,95	12,02	5,15	8,37	10,40	12,78	7,87	4,15	8,88

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

1.8. A magyar turisztikai termékkínálat versenyképessége – a hiányos minőségi kínálat belpiaci és külpiaci következményei

Magyarország és az egyes desztinációk jövőbeni turisztikai pozíciója meghatározásához országos szinten értékeltük Magyarország turisztikai kínálatát és összegyűjtöttünk **olyan vonzerőket, illetve attrakciókat, melyek célzott fejlesztéssel 5-10 éven belül nemzetközileg is versenyképessé tehetők.** A nemzetközi versenyképesség kapcsán - a turizmusban használt általános jelentéshez képest – három kiegészítő megjegyzést tennénk:

- önmagában, hogy egy adott desztinációban, településen vagy attrakcióban **egy-egy küldőpiac képviselteti magát, abból nem következik az, hogy az adott küldőpiacon nemzetközileg versenyképes módon is jelen van.** A Bükfürdőn 2019-ben realizált afgán vendégéjszaka vagy a Mórahalmon 6. legjelentősebb (pártucatnyi) külföldi vendégéjszakaszámot generáló francia vendégek alapján sem gondoljuk, hogy az adott települések releváns küldőpiacuknak tekinthetik az afgán vagy francia piacot,
- az utazási szokások átalakulása magával hozta, hogy **a rövid távú utazásoknál a 2,5-3,5 órányi autóúton belüli küldőpiacok felértékelődtek.** Ebből következik, hogy pl. Gyula esetében a romániaiak, Lenti esetében a szlovénok vagy Mórahalom esetében szerbiaiak a határközeli kereslet miatt **tényleges nemzetközi versenyképesség helyett „csupán" lokális** (de másik országból érkező), a földrajzi távolságban és elérhetőségben gyökeredző **keresleti igények kielégítését szolgálják,**
- a külföldi vendégforgalom nem elhanyagolható része **„célhoz kötött", vagyis nem a tényleges desztinációs alternatívák utazói mérlegelését követően realizálhatunk belföldön külföldi vendégéjszakát.** E körbe tartoznak a tranzitjellegű utazáshoz kapcsolódó vendégéjszakák (amelyek az egy éjszakához erősen közelítő átlagos tartózkodási időben tetten érhetők), a vendégmunkához kapcsolódó szálláshelyfoglalások, vagy a nagyobb ipari-szolgáltató központokban megjelenő üzleti vendégforgalom. **Az így realizált vendégforgalom gazdasági szempontból örömteli, ugyanakkor nem célszerű, hogy ezek irreális értékesíthetőségi/versenyképességi optimizmusra adjanak alapot.**

Az így beazonosított vonzerők már ma is kedvelt turisztikai célpontok, célközönségüket jobbára a hazai látogatók alkotják, de nemzetközi vendégkör bevonzására is alkalmasak. Megállapítható azonban, hogy akár a külföldi turisták igényeit, akár a belföldi, magasabb jövedelmű és/vagy magasabb minőségi elvárással rendelkező utazók elvárásait vizsgáljuk, ezek az attrakciók sok esetben olyan hiányosságokkal küzdenek, amik orvoslása elengedhetetlen ahhoz, hogy valóban nemzetközi szinten versenyképes, **„osztrák vagy szlovén színvonalú"[8] attrakcióként** működjenek. Az attrakciók értékelésének számos módszere és szempontrendszere ismert. Vizsgálatunk során azt a gondolatmenetet követtük, hogy

- a **nemzetközi célközönséget** jellemzően csak **azok az attrakciók**, vonzerők, desztinációk **képesek megszólítani, amelyek a hazai utazók körében is népszerűek** (a külföldi turisták is oda mennek, ahova a helyiek is szívesen járnak);
- ugyanakkor **a nemzetközi**, turisztikai fejlesztésekkel **elérni kívánt célközön-**

8 osztrák és szlovén minőségű attrakciók alatt azt értjük, hogy legalább olyan minőségű (szolgáltatási minőségében, szolgáltatási struktúrájában, rendezettségében, interpretációjában), mint az Ausztriában és Szlovéniában működő attrakciók. Ezen termékek közös jellemzője a magas minőség minden ismérv tekintetében, szinte kompromisszummentesen, megfizethető áron, ahol az utazó akár többet is fizetne az élményért.

ség igényszintje nem a magyar átlagos utazó igényszintjéhez igazodik, hanem **a** minőségi szolgáltatásokat kereső, magas fajlagos költéssel jellemezhető **belföldi prémium szegmenséhez hasonló.**

A KSH adatai alapján **a magyar turisták** éves szinten nagyságrendileg **700 milliárd forintot** költenek el **külföldi utazásaik során.** Meggyőződésünk szerint ennek a költésnek **egy része „visszafordítható" lenne** akkor, ha a magyar turisztikai kínálat legerősebb attrakcióinak célzott fejlesztése megtörténne, mert a fenti 700 milliárdos összeget csak részben fordítják a magyarok külföldön olyan szolgáltatásokra, élményekre, amelyek idehaza nem elérhetők (pl. magashegyi síelés).

A költés egy másik része azért realizálódik külföldön, mert itthon nincs elég számú, kapacitású, olyan minőségű szolgáltatás, turisztikai fogadókörnyezet, szálláshely, ami ennek a belföldi, jelentős fizetőképes kereslettel rendelkező vendég elvárásait kielégítené. Nem véletlen, hogy a burgenlandi térség magyar vendégforgalma, az elmúlt 5 évben minden évben 20%-ot bővült, megcélozva a magasabb jövedelmi szintű, minőségorientált magyar vendégkört.

Itt ki szeretnénk hangsúlyozni azt a tényt, hogy az Eurostat adatai szerint nemcsak az osztrák piacon nőtt dinamikusan a magyar vendégforgalom, hanem **az osztrák kínálat minőségéhez nagyon közeli színvonalú (vagy esetenként azt elérő) szlovén piacon is.** A szlovén turizmus **zászlóshajói** (Bled, Portoroz és környéke, Postojna és a Predjama **vára,** Lipica, Krajnska Gora és környéke, a Terme Olimia **fürdője,** Ljubjana vonzerői, a nemzetközileg is értékelhető gasztroforradalom) egyértelmű, következetes és az elmúlt évtizedben nem változó minőségi kommunikáció (I feel Slovenia) divatos hellyé tették a minőséget kereső magyar utazók körében az országot. **6 év alatt (2012-2018) a magyar vendégforgalom Szlovéniában 1.400%-kal bővült, Ausztria szolgáltatói mellett a szlovén vonzerők is „bejelentkeztek" a magyar vendégekért.**

Abban az esetben tehát, **ha Magyarországon a következő 5-10 évben létrejön 20-50 db olyan versenyképes és kiemelkedő minőségű turisztikai attrakció,** önálló attrakcióként is megjelenő **szálláshely,** önálló utazási döntést generáló turisztikai fogadókörnyezet, **település, térség,** ami méltó versenytársa az osztrák-szlovén turisztikai kínálatnak, akkor ezen top turisztikai termékek esetén nemcsak a külföldi kereslet élénkülése várható, hanem ezen attrakciók révén **a fenti közel 700 milliárdos összeg egy meghatározott hányada is visszafordítható a magyar utazók belföldi kiszolgálásával, így ez az összeg a jövőben belföldi költésként jelenhet meg.**

A vizsgálat során tehát azokat a vonzerőket azonosítottuk, melyek jelentőségük, egyediségük, jelenlegi turisztikai teljesítményük és potenciáljuk révén (és főként belátható keretösszegű fejlesztéssel) alkalmasak lehetnek arra, hogy célzott fejlesztésekkel ilyen, „osztrák-szlovén minőségű" turisztikai termékké váljanak.

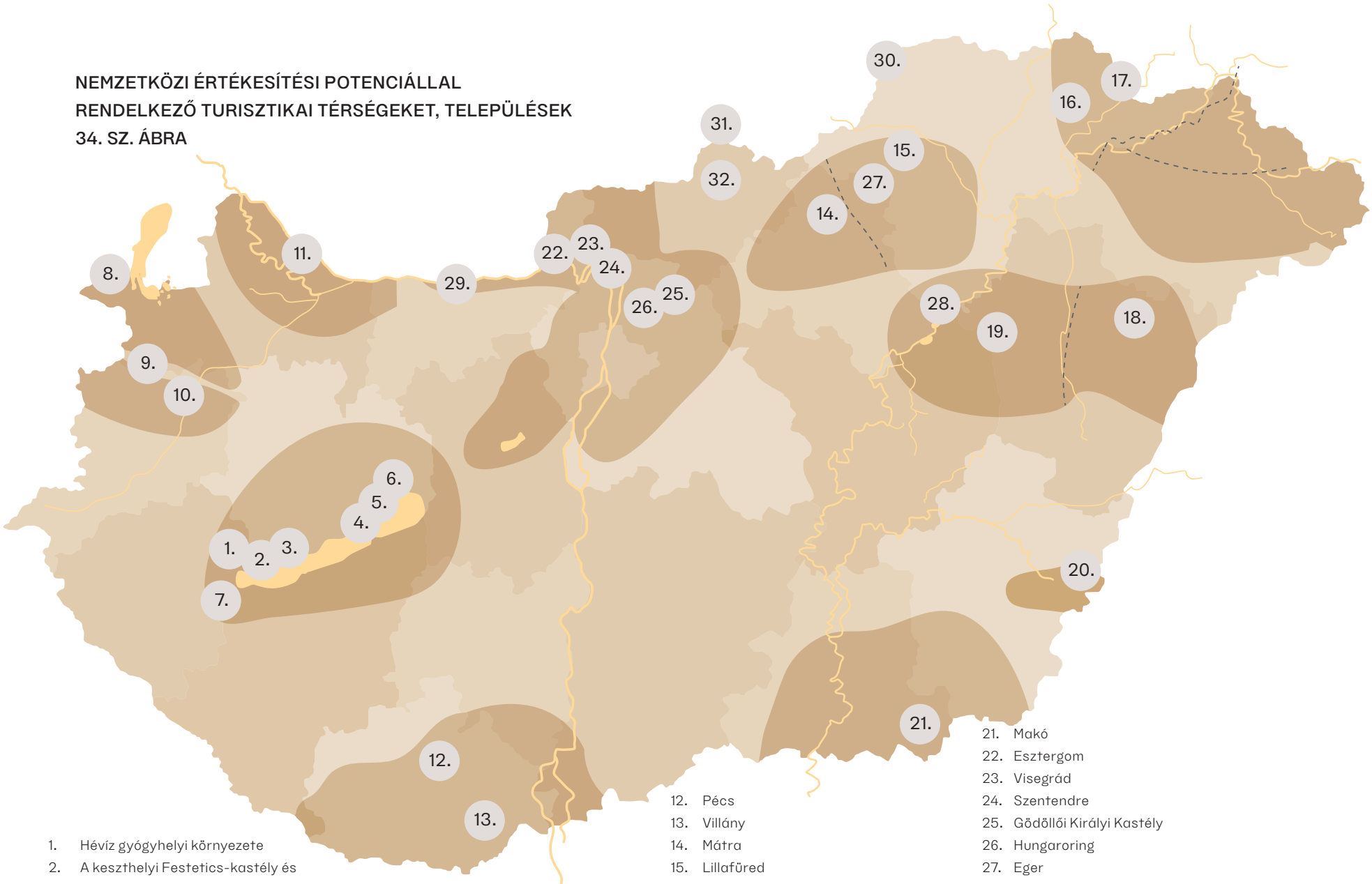
Az azonosított 32 db turisztikai attrakciót, települést és térséget az alábbi táblázat sorolja fel, ismertetve azt, mi képezi a vonzerő alapját, illetve milyen célzott beavatkozásokra van szükség. A táblázat tartalmazza továbbá, hogy a fejlesztés eredményeként kialakuló prémium attrakció, prémium turisztikai fogadókörnyezet milyen turisztikai hatást válthat ki:

- egynapos kirándulóhelyként elsősorban az attrakció forgalma, bevétele emelkedhet, esetleg más településen generál vendégéjszakát;
- önmagában is vendégéjszaka-generáló hatású jelentős attrakció;
- attrakciók, vonzerők olyan csoportja, koncentrációja, amelyek együttesen már turisztikai fogadótérségként működnek.[9]

9 A táblázatban nem a fontosságuk szerint jelennek meg az attrakciók, vonzerők, hanem földrajzi logika szerint.

NEMZETKÖZI ÉRTÉKESÍTÉSI POTENCIÁLLAL RENDELKEZŐ TURISZTIKAI TÉRSÉGEKET, TELEPÜLÉSEK

34. SZ. ÁBRA



1. Hévíz gyógyhelyi környezete
2. A keszthelyi Festetics-kastély és Festetics örökség
3. Badacsony és térsége a tanúhegyekkel
4. Tihany
5. Balatonfüred-Csopak térsége
6. Veszprém
7. Zalakaros és Zalaszabar
8. Sopron és a Fertő tó, Eszterháza
9. Bükfürdő
10. Sárvár és Kőszeg
11. Győr és Pannonhalma
12. Pécs
13. Villány
14. Mátra
15. Lillafüred
16. Mád
17. Zemplén Kalandpark
18. Debreceni Nagyerdő
19. Hortobágy
20. Gyula
21. Makó
22. Esztergom
23. Visegrád
24. Szentendre
25. Gödöllői Királyi Kastély
26. Hungaroring
27. Eger
28. Tisza-tavi kerékpározás
29. Tata
30. Aggtelek/Jósvafő
31. Ipolytarnóci Ősmaradványok
32. Hollókő

NEMZETKÖZI ÉRTÉKESÍTÉSI POTENCIÁLLAL RENDELKEZŐ TURISZTIKAI TÉRSÉGEKET ÉRINTŐ TURISZTIKAI VONZERŐK, ATTRAKCIÓK, TELEPÜLÉSEK, TÉRSÉGEK, 160 SZ. TÁBLÁZAT

	Desztinációkat érintő turisztikai vonzerő/ attrakció/település/térség megnevezése	Turisztikai hatás	Meghatározó vonzerő-elemek, attrakciók	Fejlesztendő elem[10]
1.	Hévíz gyógyhelyi környezete	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Tófürdő Gyógyászati szolgáltatások	Tófürdő és városi környezete Gyógyászati szolgáltatások Szálláshelyek
2.	A keszthelyi Festetics-kastély és Festetics örökség	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Kastély és múzeum	Interpretációs elemek, látogatófogadás feltételei.
3.	Badacsony és térsége a tanúhegyekkel	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Természeti környezet Kultúrtáj Bor-gasztro	Települési környezet Partmenti fogadóterület Bor-gasztro szolgáltatások
4.	Tihany	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Természeti környezet Kultúrtáj Apátság	Települési és természeti környezet Apátság
5.	Balatonfüred-Csopak térsége	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Reformkori városközpont Kulturális attrakciók rendezvények Balaton-part Bor-gasztro	Konferenciahelyszínek Szálláshelyek Bor-gasztro
6.	Veszprém	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	A belváros a várral Állatkert Kulturális kínálat	Szálláshelyek Veszprémi Vár Kulturális kínálat Egyéb attrakciók
7.	Zalakaros és Zalaszabar	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Fürdő Élménypark	Fürdő Élménypark Szálláshelyek
8.	Sopron és a Fertő tó, Eszterháza	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Soproni középkori belváros Fertő tó partja Esterházy-kastély	Történelmi belvárosi környezet Szálláshely Sopronban Fertő tónál attrakció és szálláshely Kastély és környezete teljes körű felújítása
9.	Bükfürdő	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Családi és gyógyfürdő Szálláshely	Fürdő Szálláshelyek Települési környezet Egyéb attrakció

10 A fejlesztendő elemek között többségében olyan javaslatok találhatók, melyek (részben az MTÜ szakmai tevékenységének köszönhetően) már jelenleg megvalósítás alatt állnak. Fontosnak tartjuk kihangsúlyozni, hogy ennek a táblázatnak nem fejlesztési determináció a célja, hanem pusztán annak rögzítése, hogy a magyarországi termékalap középtávon számos nemzetközileg versenyképesebb kínálati elemmel tudna rendelkezni.

	Desztinációkat érintő turisztikai vonzerő/ attrakció/település/térség megnevezése	Turisztikai hatás	Meghatározó vonzerő-elemek, attrakciók	Fejlesztendő elem[10]
10.	Sárvár és Kőszeg	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Szálláshely Fürdő Bájos kisváros szépen rendezett belvárossal és attrakciókkal	Fürdő Attrakció Települési környezet
11.	Győr és Pannonhalma	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Apátság (szálláshely, és étterem) Győr kulturális kínálata és sportélete	Győrben: attrakciók, szálláshely, Pannonhalma: attrakció és szálláshely-fejlesztés
12.	Pécs	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Belváros épített környezete (ideértve a Zsolnay-negyedet) Pécs kulturális kínálata (UNESCO)	Szálláshely Kulturális kínálat
13.	Villány	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Bor-gasztro	Borászatok fogadóképessége, turisztikai szolgáltatásai
14.	Mátra	Vendégéjszakát generáló környezet	Természeti környezet Sípályák Kirándulóhelyek	Természeti környezet Fogadó infrastruktúra Attrakció Szálláshely
15.	Lillafüred	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Természeti környezet Gyógyhelyi környezet	Települési környezet
16.	Mád	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Bor-gasztro Zsidó örökség Tokaj kultúrtáj (UNESCO)	Szálláshelyek Borászatok Kulturális attrakciók Gasztro Települési környezet
17.	Zemplén Kalandpark	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Élménypark, Természeti környezet	Attrakció Szálláshelyek
18.	Debreceni Nagyerdő	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Parkosított környezet, szórakoztató funkciókkal	Attrakció
19.	Hortobágy	Kirándulóhely	Puszta, világörökségi táj (UNESCO)	Attrakció
20.	Gyula	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Kulturális attrakciók Belváros Fürdő	Fürdő Szálláshelyek
21.	Makó	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Makovecz-fürdő Épített örökség, ezen belül a Makovecz-örökség	Fürdő Települési környezet Szálláshely
22.	Esztergom	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Bazilika Történelmi városrész	Bazilika és történelmi városrész

	Desztinációkat érintő turisztikai vonzerő/ attrakció/település/térség megnevezése	Turisztikai hatás	Meghatározó vonzerő-elemek, attrakciók	Fejlesztendő elem[10]
23.	Visegrád	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Vár Települési környezet Szabadidős funkciók	Látogatómenedzsment és attrakciók
24.	Szentendre	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Belváros a korzóval	Települési környezet
25.	Gödöllői Királyi Kastély	Kirándulóhely	Királyi kastély	Kastély további ütemei, attrakciófejlesztése
26.	Hungaroring	Vendégéjszakát generáló attrakció	Forma 1-es futam	Pálya és kiszolgálólétesítmények
27.	Eger	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Vár, belváros	Települési fogadókörnyezet és vár
28.	Tisza-tavi kerékpározás	Vendégéjszakát generáló attrakció	természeti környezet kerékpáros aktivitás lehetőségével	Alapinfrastruktúra és szolgáltatásfejlesztés

NEMZETKÖZI ÉRTÉKESÍTÉSI POTENCIÁLLAL RENDELKEZŐ TURISZTIKAI TÉRSÉGEKET NEM ÉRINTŐ TURISZTIKAI VONZERŐK, ATTRAKCIÓK, TELEPÜLÉSEK, TÉRSÉGEK

161 SZ. TÁBLÁZAT

	Desztinációt nem érintő turisztikai vonzerő/ attrakció/település megnevezése	Turisztikai hatás	Meghatározó vonzerő-elemek, attrakciók	Fejlesztendő elem[11]
29.	Tata	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Tó és környéke a várral és a kastéllyal Angol park (Kis kastély)	Tó és környéke a várral és kastéllyal Angol park
30.	Aggtelek/Jósvafő	Kirándulóhely	Baradla barlang, világörökségi helyszín (UNESCO)	Turistafogadás feltételei és szálláshely
31.	Ipolytarnóci Ősmaradványok	Kirándulóhely	Látogatóközpont, ősmaradványok	Attrakció
32.	Hollókő	Vendégéjszakát generáló attrakció/település	Világörökségi településkép (UNESCO) Népművészeti örökség	Települési környezet

1. **Hévíz gyógyhelyi környezete:** Hévízen regisztrálják a legtöbb vendégéjszakát Magyarországon Budapesten kívül, ami azon túl, hogy mind a külföldi, mind a belföldi vendégek körében népszerű fürdőhelyről beszélhetünk, annak is köszönhető, hogy a kínálat négyévszakos. A Hévízi-tó és a fürdőhelyi környezet együtt jelentős turisztikai értékkel bír, de a település, elsősorban a látogatómenedzsment kapcsán, illetve településképi szempontból fejlesztésre szorul.
2. **A keszthelyi Festetics-kastély és a Festetics örökség:** A Festetics család a környék fejlődését alapvetően határozta meg, mely által gazdag épített és szellemi örökséget hagytak az utókorra, mint például a Festetics-kastély, Helikon Taverna, fürdőkultúra a Balatonon és Hévízen, múzeumok, és számos egyéb látnivaló viseli is a család nevét. A barokk stílusú Festetics-kastély hazánk egyik legismertebb turisztikai attrakciója. Az itt berendezett vadászati múzeum és a Helikon könyvtár is népszerű és keresett vonzerőknek számítanak.
3. **Badacsony** és **térsége a tanúhegyekkel:** Badacsony egyedülálló természeti, táji és kulturális értékekkel rendelkező település és térség, ahol a fogadóterület fejlesztése révén olyan minőségi fogadókörnyezet valósítható meg, ami a hazai top 20 attrakció közé emeli Badacsonyt.
4. **Tihany:** Tihany, illetve a Tihanyi-félsziget a Balaton északi partjának ékszerdoboza, az Apátsággal, az ófalu hangulatos települési környezetével, a településhez fűződő legendáriummal és az emblematikus levendulával. Folyamatban lévő turisztikai fejlesztése során elsősorban a tömegturizmus kezelése, a hatékony látogatómenedzsment kialakítása és a településkép javítása kapnak hangsúlyt, kiegészítve az Apátság attrakciófejlesztésével.
5. **Balatonfüred és Csopak térsége:** Balatonfüred reformkori városrészével és a Tagore-sétánnyal, kulturális kínálatával, országos hírű rendezvényeivel jelenleg is a Balaton északi partjának prémium települése. A Balatonfüred-csopaki borvidék elsősorban minőségi rizlingjeiről híres. A térség egészének egyik húzótermék lehet a bor- és gasztronómia, aminek fejlesztése érdekében a közeljövőben európai uniós forrásból jön létre Csopakon egy csúcsminőségű gasztroközpont.
6. **Veszprém:** Veszprém a Magyar Turisztikai Ügynökség értelmezésében a Balaton turisztikai térség része, mely gazdag kulturális és családbarát kínálatával kiemelt fogadótérségként is nevesíthető. A Vár fejlesztése jelenleg folyamatban van. Azzal, hogy elnyerte a 2023-as Európa Kulturális Fővárosa címet, Veszprém egyedülálló lehetőséget kapott arra, hogy jelentős kulturális és turisztikai fejlesztések révén nemzetközileg is versenyképes desztinációvá váljon.
7. **Zalakaros és Zalaszabar:** Zalakaros népszerű hazai fürdőhely, mely négyévszakos kínálatával jelentős vendégéjszaka-szám generálására képes. A közeli Zalaszabar pedig a Zobori KalandoZoo élményparkkal gazdagítja a turisztikai kínálatot, mely szintén segíti a szezonnyújtást és a családos célcsoport elérését. A kalandpark fejlesztése jelenleg folyamatban van, aminek befejeztével egyedülálló, a térség egészében unikális családbarát attrakció jön létre.
8. **Sopron és a Fertő tó:** Sopron történelmi belvárosa, illetve a Fertő-tó egyedülálló természeti környezete együttesen képesek olyan magas minőségű turisztikai fogadókörnyezetté válni, amely nemzetközi közönség megszólítására is képes. Az ezt előmozdító fejlesztések folyamatban vannak a részben a Modern Városok program, részben uniós pályázatok keretében. Az Esterházy-kastély többütemes felújítása révén kiemelkedő vonzerővel rendelkező kastélyépület jön létre
9. **Bükfürdő:** Az egyedi gyógy- és termálvízre épülő Bükfürdő az ország legnépszerűbb úticéljai közé tartozik, mely négyévszakos kínálatával a belföldi és külföldi vendégek megszólítására egyaránt képes. Ahhoz azonban, hogy a top attrakciók sorába kerüljön, további fejlesztések szükségesek a szálláshelyek, a települési környezet, a gyógyászati szolgáltatások és az egyéb attrakciók körében.
10. **Sárvár és Kőszeg:** A Sárváron működő Spirit Hotel az ország legismertebb, legszínvonalasabb szállodái közé tartozik, egyben bizonyítéka annak, hogy hogyan képes egyetlen jó minőségű attrakció/szálláshely az egész térséget átpozíci-

onálni és jelentős vendégéjszakaszámot generálni. A Spirit foglaltsági mutatói egyben azt is tükrözik, hogy létezik Magyarországon az a vásárlóerő, fizetőképes kereslet, amelyik képes és hajlandó megfizetni a magasabb minőséget, és a pihenésre szánt összeget – amennyiben a megfelelő minőségű szálláshely idehaza rendelkezésre áll - belföldön költi el. Magyarország egyik leghangulatosabb kisvárosa, épített környezetének köszönhetően egy kis ékszerdoboz, melyet csak tovább emel a lakók által biztosított hangulat.

11. **Győr és Pannonhalma:** Győr barokk belvárosával, gazdag kulturális és családbarát élménykínálatával, élénk sportéletével vonzó utazási célpont, mely Pannonhalma világörökségi helyszínével és professzionális turisztikai kínálatával együtt képes nemzetközi színvonalú turisztikai fogadótérséggé válni.
12. **Pécs:** Pécs mediterrán hangulatú belvárosa, gazdag kulturális kínálatával, a helyreállított Zsolnay Negyeddel elsősorban a kultúrafogyasztó, magas jövedelmi státuszú utazók megszólítására képes. A további fejlesztések között elsősorban a minőségi szálláshelykínálat erősítése indokolt.
13. **Villány:** A Villányi borvidék központja, mely minőségi bor- és gasztronómiai kínálatával elsősorban a belföldi vendégeket szólítja meg. Kiemelkedő minőségű fogadóterületté válásához alapvetően a borászatok turisztikai fejlesztése szükséges, a látogatófogadás feltételeinek, a számukra kínált szolgáltatásoknak a javításával.
14. **Mátra:** A Mátra az ország legmagasabb csúcsait (26) birtokló hegyvidéki terület, mely adottságai révén az ország második legnépszerűbb vidéki desztinációja. Adottságai és négyévszakos kínálata révén tudatos és koncentrált fejlesztést követően nemzetközileg is versenyképessé tehető.
15. **Lillafüred:** Miskolc igaz gyöngyszeme, klimatikus gyógyhelyként turisták ezreit vonzza évente. Igazi csendes búvóhely, egyedi természeti környezettel, mely méltán állná meg a helyét a környező országokon túl is nemzetközi versenyben.
16. **Mád:** A Tokaji borvidék minőségi turizmusának központja, ahol a kiváló borok mellett a prémium gasztronómia is megjelent. Kulturális turizmusának alapját egyedülálló zsidó öröksége képezi.
17. **Zemplén Kalandpark:** Észak-Magyarország legismertebb élményparkja Sátoraljaújhely mellett, mely más, távolabbi térségekből is képes vendégeket vonzani. A térség szálláshelykínálata szűkös, fejlesztésre szorul.
18. **Debreceni Nagyerdő:** A Debreceni Nagyerődben tervezett és a térség nevesítéséről szóló kormányhatározatban meghatározott fejlesztések egy olyan összefüggő, parkosított szórakoztató központ, rekreációs és sportterület létrehozását irányozzák elő, ami elsősorban a családbarát kínálata révén lesz térségi szinten egyedülálló.
19. **Hortobágy:** Hortobágy világörökségi érték, jelenlegi turisztikai kínálata viszont jelentős fejlesztésre szorul mind az élményszerű bemutatás, mind a látogatófogadás feltételeinek javítása terén. Ezek a fejlesztések több uniós pályázat révén jelenleg folyamatban vannak, melyek eredményeként Hortobágy teljesen megújul, és minőségi élményt nyújtó attrakcióként jelenik meg majd.
20. **Gyula:** Gyula az utóbbi évek népszerű úticéljává vált, köszönhetően elsősorban hangulatos települési környezetének, a Gyulai Várnak és a Várfürdőnek. A településen a fürdő, illetve a szálláshelyek fejlesztése indokolt.
21. **Makó:** Makó elsősorban egyedülálló, Makovecz Imre által tervezett fürdője révén válhat a hazai top turisztikai attrakciók, települések egyikévé. A fürdő által nyújtott élményt egészítheti ki a település épített örökségének többi eleme, külön kiemelve a Makovecz-örökséget. A fenti turisztikai potenciál kiaknázásához mind a települési környezet, mind a fürdő fejlesztésére szükség van, ez utóbbit – a térség egyéb fürdőinek adottságait is figyelembe véve – a prémium szegmens számára szükséges pozícionálni.
22. **Esztergom:** Esztergom Magyarország egyházi központja a Bazilikával, mely a Dunakanyar legemblematikusabb attrakciója. Történelmi belvárosa, a Viziváros és a Királyváros városrészek komplex felújításra és funkcióbővítésre szorulnak, amire a Dunakanyar turisztikai térséget nevesítő kormányhatározat allokált forrást.

23. **Visegrád:** Visegrád a Dunakanyar emblematikus települése a Fellegvárral, a középkori Magyarország emlékeivel és erre épülő turisztikai attrakcióival. Számos attrakciót kínál az aktív turizmushoz kapcsolódóan is, bobpályájával, kalandparkjával. A Dunakanyar térség szálláshely-kapacitásának jelentős része itt realizálódik, szerepe a MICE turizmusban is releváns. Fejlesztésének központi eleme a hatékony látogatómenedzsment megvalósítása, az ehhez szükséges fejlesztési forrásokról a Dunakanyar turisztikai térséget nevesítő kormányhatározat rendelkezik.
24. **Szentendre:** Szentendre a Dunakanyar művészvárosa, mely hangulatos kis utcái, sikátorai, szerb öröksége és kortárs kulturális kínálata, valamint professzionális turisztikai és kulturális menedzsmentje miatt jelenleg is az agglomeráció legnépszerűbb turisztikai célpontja, kirándulóhelye. Belvárosa, illetve a Duna-korzó rehabilitációra szorul, melynek forrását a Dunakanyar turisztikai térséget nevesítő kormányhatározat biztosítja.
25. **Gödöllői Királyi Kastély:** A közelmúlt rekonstrukciós munkáinak és professzionális turisztikai fejlesztéseinek köszönhetően a Grassalkovich-kastély a budapesti agglomeráció leglátogatottabb attrakciójává vált. A kastély egyben reprezentatív események helyszíne is.
26. **Hungaroring:** A Forma 1-es futam komoly nemzetközi turistaforgalmat vonzó eseménye és ennek nemzetközi marketingértéke miatt szerepel a Hungaroring a top-attrakciók között
27. **Eger:** a város hagyományos belföldi és külföldi fogadóterület kiváló alapadottságokkal. Nemcsak kulturális attrakciói, fürdője, de borvidéki adottságai is középtávon kiemelkedő minőségű termék kialakítását teszik lehetővé.
28. **Tisza-tavi kerékpározás:** gyönyörű környezetben, teljesíthető nehézségű kerékpáros élményt biztosító térség, amely rövidebb vagy akár hosszabb tartózkodásra is csábít. Az alapinfrastruktúra fejlesztése mellett (utak, szálláshelyek) a kiszolgáló (elérhető, minőségi) szolgáltatások is előfeltételét képezik a versenyképességi szintugrásnak.

29. **Tata:** Tata jelenleg nem tartozik a legismertebb turisztikai célpontok közé, ugyanakkor a tó, a vár és az Esterházy-kastély, valamint a hangulatos települési környezet együttesen alkalmassá teszik arra, hogy minőségi fogadókörnyezetté váljon. Ehhez további beavatkozások szükségesek, melyek közül a kastély attrakciófejlesztése van folyamatban.
30. **Aggtelek:** A Baradla–Domica-barlangrendszer magyarországi szakasza, a Baradla Barlang Magyarország legismertebb, leglátogatottabb cseppkőbarlangja. 1995 óta UNESCO világörökség. Tekintettel arra, hogy elsősorban egynapos kirándulóhelyként funkcionál, alapvetően a látogatófogadás és irányítás feltételeit szükséges javítani.
31. **Ipolytarnóci Ősmaradványok:** Az Ipolytarnóci Ősmaradványok az egyik legismertebb geoturisztikai bemutatóhely az országban, egy 20 millió évvel ezelőtti vulkáni katasztrófa által elpusztított ősvilág páratlan gazdagságú lelőhelye. 2000 óta az UNESCO Világörökségi Várományos Helyszínek Jegyzékén is szerepel. A látogatófogadás feltételei és az attrakció élményszerű bemutatása fejlesztésre szorulnak.
32. **Hollókő:** A Nógrád megyei palóc település ófaluja egyedülálló módon őrizte meg a 17-18. századi falusi építészet jellegzetességeit. Hollókő máig lakott, az élő népi kultúra, népművészet, népi hagyományok kincsestára, 1987 óta világörökségi védettséget élvez. Turisztikai fejlesztése jelenleg folyamatban van a GINOP világörökségi helyszínek fejlesztésére kiírt pályázatának keretében.





2.

Magyarország turisztikai térségeinek pozicionálása





2.1. A desztinációk pozíciója

Az MTÜ szakmai- és fejlesztési szakterületein már 2016-tól, az első térségek lehatárolásakor, valamint a turisztikai térségek pozicionálására irányuló projektek előkészítésével egyidőben **megkezdődött az a szakmai műhelymunka, közös gondolkodás, mely a meglévő ismeretek alapján lehetővé tette az egyes térségek pozíciójának meghatározását.** A 2009 óta szerveződő turisztikai desztinációs menedzsment rendszerben létrejövő desztinációs anyagokhoz képest ez a munka alapjaiban különbözött. Míg a TDM szervezetek térségük szervezése és stratégiai anyagainak elkészítése során (szinte) kizárólag a saját adottságaikat vették számba és a hazai, esetenként nemzetközi versenytársakat vizsgálták (felszínesen), addig **az MTÜ gondolkodása a teljes országra kiterjedt, egymáshoz képest elemezte a desztinációkat** és jóval több tényezőt vett alapul a jövőbeni pozíció meghatározásához.

Első körben minden térségben részleteiben és mélységében **megvizsgáltuk a meglévő turisztikai kínálatot, közel 3.000 attrakció, rendezvény, egyéb vonzerő és szálláshely felmérésével áttekintettük azok versenyképességét és becsült keresletét. A deszinációs tervezési munka során nem csak az abszolút (látogató- és gazdálkodási) számokhoz és jelenlegi TOP vonzerőkhöz igazítottuk a desztinációs termékprofilokat.**

A térség attrakcióit nemcsak a desztinációs határokon belül vizsgáltuk, hanem az országos attrakciók körében definiáltuk azok egyedi pozícióját, illetve a saját kategóriájában való elhelyezkedését. Érthetővé téve gyakorlati oldalról, **nem az döntötte el egy-egy térség termékprofilját, hogy melyik attrakció iránt mutatkozik a legnagyobb kereslet** (hiszen akkor mindenkinek egészségturisztikai profilja lenne), **hanem hogy az adott turisztikai termék országos viszonylatban hol helyezkedik el (térségen belül és a többi térség azonos vagy hasonló termékeihez képest).** Azaz, ebben a logikában egészségturisztikai profillal az a térség jellemezhető (és jövőben ilyen termékalappal javasolt piacra vinni), ahol olyan fürdő található, mely az országban működő több, mint 200 (több-kevesebb) turisztikai kereslettel is jellemezhető egységből is benne van az első öt között, akár látogatottsági adatai, akár egyedi termékelőnye okán. Ezen logika mentén ugyanígy számbavételre kerültek a kulturális, továbbá az aktív turisztikai attrakciók is.

A vonzerők vizsgálata mellett újszerű gondolkodást jelentett az is, hogy az azonos profillal rendelkező térségeket egymáshoz képest értelmeztük, részletesen **vizsgálva az** egymáshoz képest **meghatározható különbözőségeket, versenyelőnyöket**, legyen ez egy adott témakörön belüli specializált szolgáltatáskínálat, **vagy eltérő célcsoporti-küldőpiaci vagy akár eltérő minőségi igények kielégítésének képessége.**

A legfontosabb cél az volt, hogy a lehatárolt térségek, **desztinációk egymás között ne teremtsenek versenyhelyzetet,** hanem a belföldi lakosság és az ismert külpiaci kereslet kiszolgálását teljes spektrumon (motiváció, korcsoport, lokáció, költési hajlandóság, egyéni igények kielégítése és ezek kombinációi stb.) biztosítsák. További fontos szempontot jelentett, hogy **diverzifikálja a térségek értékesíthetőségét a turisztikai infrastruktúra** (szálláshely, attrakció) **megléte és azok különböző évszakokban való elérhetősége**, azaz a négyévszakosság biztosítása. Tehát **meghatározásra került, hogy mely térségek tudnak minden évszakban megfelelő kínálatot nyújtani és azok milyen célközönséget tudnak megszólítani.** E munka során láthatóvá vált, hogy melyek azok a desztinációk, akik ma is egész éves tartalmas kikapcsolódást nyújtanak és melyek azok, akik rövid távon még jelentős fejlesztéssel sem képesek adottságaik révén ebbe az irányba fejlődni. A megfelelő pozíció kialakításához valós és reális célokat kell tudni megfogalmazni.

A térségek fő profilját részben a termékstruktúrája, részben pedig az adottságai és lehetőségei határozzák meg. Ennek megfelelően **a desztinációk a következő típusokkal jellemezhetők:**

- aktív,
- egészségturisztikai,
- bor,
- city break,
- élményalapú,
- és komplex.

Élményalapú desztinációként definiáltuk azokat a térségeket, ahol a kínálat sokszínű, nincs egy markáns termékprofil, az értékesíthetőséget nem egy terméktípushoz köthetjük, hanem a desztináció egészében szerzett élményekhez, életérzéshez, melyet újra és újra át akar élni az utazó. Az élménylánc része a közvetlen és közvetett turisztikai infrastruktúra, mely más térségekben nem ennyire meghatározó.

Komplex térség egyetlen egy található az országban és nem azért komplex, mert nem találtunk rá megfelelő kategóriát, hanem azért, mert ez a térség (**Sopron-Fertő**) csak úgy tud sikeres lenni, ha **a határmentén lévő burgenlandi térség pozíciójához illeszkedve találja meg a helyét és szerepét.** A határvonal ellenére a

Sopron-Fertő térségről és a túloldali Burgenlandról úgy véljük, hogy **turisztikailag ez egy fogadóterület**, közel azonos termékstruktúrával, így nem versenyhelyzetet kell generálni, hanem versenyszövetséget kötni.

A desztinációk pozíciójának meghatározása nem kizárólag a termékprofilra irányult, hanem a megszólítható célcsoportok feltételes azonosítására, valamint a nemzetközi értékesíthetőségre is. Egyes térségek pozíciója, márkaképe kismértékben eltérő lehet belföldön és külföldön annak okán, hogy a külpiaci értékesítés jellemzően olyan termékekre koncentrálódik, melyek az adott (célpiaci) országban is versenyképesek és ismertek vagy érthetők/értelmezhetők. Reálisan nézve az országban található termékalap – a gyógyvizek kivételével - nem különleges és egyedi, hiszen a szomszédos országokban is minőségi élményfürdők találhatók, magasabbak a hegyek, kiváló kerékpárutak vannak, akár jelentősebb kulturális attrakciók találhatók, sok esetben bor-gasztróban Magyarország előtt járnak és esetenként magasabb szolgáltatási minőséget is nyújtanak versenyképes áron. A GINOP-1.3.4-17 konstrukcióban az alapoknál kezdve indítottunk szemléletformáló programokat szolgáltatók számára.

Összefoglalóan a 11 térség turisztikai pozícióját az MTÜ egymáshoz viszonyítva alakította ki, az azonos termékadottságok esetén pedig a megszólítható célcsoportok között tett különbséget. Az eredményt az alábbi ábra mutatja be:

	AKTÍV	BOR	ÉLMÉNY ALAPÚ		
TÉRSÉG	Mátra-Bükk	Tokaj és Nyíregyháza	Pécs - Villány	Debrecen és térsége	Balaton
ÉVSZAK					
MÁRKAPROFIL	„Az ország aktív turisztikai központja”	„A prémium bor desztináció családi élményekkel kiegészülve”	„Bor és kultúra egy helyen”	„Grand Debrecen”	„Balaton egész éven át”
HANGSÚLY	A desztináció aktív turisztikai kínálata (hegyvidéki környezet, szabadidő és sport) A desztináció az ország egyik főnyaralási helyszíne	Prémium borok: Tokaj Családi élmények: Zemplén, Nyíregyháza	Magas minőségű kulturális kínálat és prémium bor élmény adja a desztináció egyedi márkaprofilját: Villányi borvidék (erős borász karakterek, „laza arcok”) Pécs, mint a kultúra fővárosa (UNESCO) „Bohém”, „laza” és „mediterrán” hangulat (megkülönböztető elem Sopron-Fertő térségtől)	Debrecen, mint nagyvárosi city-break helyszín, ahonnan könnyedén elérhető a Hortobágy, Hajdúszoboszló és a Tisza-tó Hajdúszoboszló (szórakoztató víz, gyógyászat)	A Balaton egész éven át tartalmas kikapcsolódást kínáló trendi üdülőhely (aktív, kulturális, gasztronómiai és egészségturisztikai termékek)
PROFILT KIEGÉSZÍTŐ ELEM	• Eger, mint city-break helyszín • Fürdőkultúra és egészség (levegő, mofetta, víz) • Borok • Kulturális örökség	• Aktív kikapcsolódás (Zemplén Kalandpark) • Történelmi helyszínek (várak) • Nyíregyháza (állatkert, fürdő)	• Fürdőzés (Harkány, Siklós) • Siklósi vár • Orfű • Kalandparkok (Mecsekextrém, Pogány) • Aktív kínálat (Mecsek)	• Aktív- és ökoturisztikai kínálat: Tisza-tó és Hortobágy (UNESCO) • Szórakoztató víz (Debrecen és Hajdúszoboszló)	-
CÉLCSOPORT	• Aktív turizmus – családok, minden korosztály • Egészségturizmus – szenior korosztály (gyógy- és wellness szolgáltatások) • Kulturális turizmus – diákok, családok iskoláskorú gyermekkel, szenior korosztály • Bor és gasztronómia – fiatalok és középkorúak	• Borturizmus - A, B státuszú, bor és gasztronómiai utazási motivációval bíró párok és baráti társaságok korosztálytól függetlenül • Aktív, szabadidő turizmus – családok óvodás és iskolás korú gyermekkel, fiatalok baráti társaságban vagy párban	• Kulturális motivációval utazó, a magas minőségű bor iránt érdeklődő célcsoport magasabb költési hajlandósággal	• Szórakoztató víz, kikapcsolódás motivációval a kisgyermekes családok • City-break kikapcsolódást kereső fiatal társaságok, párok, családok • Gyógy- és wellness szolgáltatásokat kereső szeniorok (középtávon középkorúak, preventív céllal)	• Kisgyermekes családok, több generációs családok (wellness) • Szenior vendégek (gyógyszolgáltatásokat kereső nyugdíjasok, középkorúak) • Fiatalok (vízparti nyaralással egybekötött szórakozás, bortúrák) • Párok pihenési motivációval, egész évben korosztálytól függetlenül

EGÉSZSÉGTURISZTIKAI			KOMPLEX	CITY-BREAK	BUDAPEST PLUSZ
Szeged és térsége	Gyula és térsége	Bük-Sárvár	Sopron-Fertő	Győr-Pannonhalma	Budapest környéke
					
„Kultúra és rekreáció egy helyen”	„Történelmi hangulatú fürdőváros”	„Prémium fürdőélmények”	„Kultúra határon innen és túl”	„Kulturális élmények”	„Budapest plusz 1 nap”
Fürdőkultúra, melyet a különböző profilú egységek tesznek egyedivé és versenyképessé Makovecz építészet, mint egyedi értékesítési előny	Egy olyan történelmi hangulatot árasztó fürdőváros, ahol a 4-5 napos kikapcsolódás is reális Történelmi helyszínek, mint vár és kastély Gyógyfürdő és élményfürdő	Családi fürdőélmények kulturális kínálattal kiegészülve Prémium kínálat, családbarát fókusz	Kulturális élmények, szórakozás, bor, Fertő-part, egyértelműen az osztrák kínálattal együtt értelmezve Sopron, mint kulturális termék „Komoly” kulturális kínálat: belváros, kastélyok, Fertőrákos, osztrák oldal magyar kapcsolódású emlékei	Győr-Pannonhalma kulturális értékei, világörökség	Nincs konkrét profil: bor, szórakozás, fürdőzés, kultúra Önállóan belföldi célterületként értelmezhető a Dunakanyar és a Velencei-tó
• Kultúra, építészet	• Gasztronómiai és kulturális rendezvények • Munkácsy örökség • Gyula esetében minden élmény sétatávolságon belül	• Kőszeg és Szombathely kulturális kínálata • Aktív turizmus (natúrpark, arborétum) • Glamping, kemping • Családi élményelemek a szórakoztató vízen kívül	• Rendezvények	• Gyermekbarát elemek • Térségi aktív turisztikai elemek (kerékpár, evezés) • Fürdőélmények, szórakozás • Tudományos élményközpontok (Futura, Mobilis)	• Gödöllő • Forma-1 • Kerékpározás • Dunai hajózás
• Egészségturizmus (gyógyfürdő és wellness-kínálat) – szeniorok és családok • Kulturális turizmus - szeniorok, szellemi feltöltődést kereső és önálló keresettel rendelkező fiatalok, diákoklkező fiatalok, diákok	• Elsődlegesen 50+ korosztály, közepes és magasabb költési hajlandósággal, egészségturisztikai motivációval, melyet kiegészít a kulturális érdeklődés • Másodlagosan kisgyermekes családok, főleg nyári időszakban	• A, B státuszú kisgyermekes és nagygyermekes családok • Kiemelkedő minőségű gyógyszolgáltatásokat igénylő 40+ korosztály	• Iskolás korú gyermekes családok • Több generációs családok • 40+ korosztály	• Kulturális motivációjú turista, jellemzően 35 év feletti • Másodlagos célcsoport a családok (kisebb és nagyobb gyermekkel) city break jellegű utazásaik szempontjából	• Budapestre érkező külföldi turisták • Másodlagos célcsoport Dunakanyar és Velencei-tó tekintetében a belföldi utazóközönség • Aktív turisztikai (kirándulás, kerékpározás) motivációval rendelkező családok • Budapest lakossága

	AKTÍV	BOR	ÉLMÉNY ALAPÚ		
TÉRSÉG	Mátra-Bükk	Tokaj és Nyíregyháza	Pécs - Villány	Debrecen és térsége	Balaton
NEMZETKÖZI POTENCIÁL	• Eger, mint city-break helyszín kulturális és bor/gasztro kínálatával • Egerszalók egyedi egészségturisztikai kínálatával (sódomb) • Tematikus szállodák a desztinációtól akár független értékesítési potenciállal (Bambara, Shiraz, Avalon, Ózon, Lifestyle) • Miskolctapolca Barlangfürdő	• Tokaj prémium borok és világörökségi pincék • Mád település (Első Mádi Borház, Botrytis, zsidó emlékek) • Zemplén Kalandpark	• Pécs, mint a kultúra fővárosa és city-break helyszín • Villány borvidék nyújtotta bor/gasztro élményígéret	• Hajdúszoboszló egészségturisztikai kínálata • Debrecen, mint city-break helyszín • Hortobágy, mint világörökség (fejlesztést követően)	• Egészségturizmus (elsődlegesen Hévíz) • Balaton, mint egységes desztináció
EGYÉB STRATÉGIAI SZEMPONTOK	• Tudatos kommunikáció a Balaton melletti második fő nyaralási helyszín építése érdekében	• Az erős márkaismertség ellenére nem generál valós utazást • (A Tokaj élmény ma inkább otthon megtapasztalt borfogyasztásában merül ki)	Harkány esetében a lokális/térségi versenyképesség erősítése (amely hosszú távon megalapozhatja a nemzetközi versenyképességet)	• A szereplők közötti együttműködés dinamizálhatósága lehet a siker egyik motorja • Hajdúszoboszló esetén tömegturizmus kérdésköremeghatározó	• Bizonyos fogadóterületeken overtourism jelenséggel szembeni intézkedések • Kihívást jelent az apartman/nyaraló egységek számának drasztikus növekedése • Fő nyaralási helyszínként belföldi küldőpiacokon való erősítése (külfölddel szembeni versenyképesség gyengülésének mérséklése)

Az **alábbiakban röviden ismertetjük a fenti elemzésekre alapozottan az egyes desztinációk leírását.** Azért tartjuk fontosnak jelen fejezetben az összes térség rövid bemutatását, **hogy az olvasót a „desztinációk egymáshoz képesti" értelmezési logikájára vezessük rá**, megértetve, hogy egy-egy desztináció jövőbeni sikerének receptje csak a többi térség (és tágabban a nemzetközi versenytársak) kínálata és pozíciója pontos ismeretével fogalmazható meg.

Balaton turisztikai térség

Az egyik legnehezebben és mégis legkönnyebben pozícionálható térség a Balaton. **Komplex és szerteágazó kínálati struktúrája, nagy földrajzi kiterjedése, a térségen belül tapasztalható eltérő keresleti mutatók és adottságok, az utazók fejében lévő percepció nem teszi lehetővé az egyértelműen termékalapon történő megkülönböztetést.**

A belföldi utazó fejében a Balaton generációk óta elsődlegesen a nyári főnyaralás élményekkel teli helyszíne, gyermekként, tinédzserként, fiatal felnőttként és szülőként szép emlékeket szerző pihenőhely. Divatos és népszerű, a Balaton maga a BALATON.

Külpiacon, a hagyományos piacainkon (német, osztrák) a Balaton kifejezés fénye megkopott, az innen érkező vendégkör elöregedő, nem látszik a fiatalok körében az utánpótlás. A németeket és az osztrákokat felváltották a V4 országok vendégei, akik számára a Balatonon megkapott szolgáltatási minősége és az ehhez párosuló ár versenyképes alternatívát biztosít a magasabb presztízsű, szolgáltatási minőségű, de ugyanakkor magasabb áron elérhető nemzetközi versenytársakkal szemben.

EGÉSZSÉGTURISZTIKAI			KOMPLEX	CITY-BREAK	BUDAPEST PLUSZ
Szeged és térsége	Gyula és térsége	Bük-Sárvár	Sopron-Fertő	Győr-Pannonhalma	Budapest környéke
• Hagymatikum • Makovecz építészeti örökség • Szegedi Aquapolis és Szeged városa (városi séták és bevásárlás) • Mórahalom (fürdő)	• Gyulai Várfürdő és Aquapalota • Gyula, mint fürdőváros	• Bükfürdő és Sárvár (fürdő és gyógyászat)	Jelenleg: • Esterházy-kastély (Fertőd), • VOLT Fesztivál Jövőben: • Fertő part • Sopron kulturális látnivalói • Világörökségi helyszínek	• Pannonhalma Bencés Főapátság • Győr kulturális attrakciói • Orvosi turizmus (fogászat)	• Gödöllő • Forma-1 • Fejlesztéssel: Etyek, Esztergom, Visegrád és Szentendre
• A szereplők közötti együttműködés dinamizálhatósága lehet a siker egyik motorja	• Alacsony ismertségből és elhelyezkedésből fakadó hátrányok mérséklése	• Az ország első számú családbarát desztinációja • A jelenleg is meglévő kiemelkedő külpiaci értékesíthetőség erősítése	• Határozott szemléletformálás a szolgáltatók körében • Alapinfrastruktúra drasztikus minőségi fejlesztése	• A szereplők közötti együttműködés dinamizálhatósága lehet a siker egyik motorja • Rövid és középtávú cél az ismertség és ezáltal a vendégérkezés és a tartózkodási idő növelése	• Bizonyos fogadóterületeken overtourism jelenséggel szembeni intézkedések • Rekreációs célú utazás fenntarthatósági kérdéseket vet fel

A Balaton az elmúlt évek kínálati átalakulásának és a belföldi piacon való megerősödésének **eredményeként egy trendi pihenőhellyé vált, hozzá köthető életstílussal, mely nem csak nyáron és nem kizárólag fürdőzési motivációval érkező vendégeket szólít meg.** Markánsan meghatározzák a térséget az újonnan létesült vagy megújult vendéglátóegységek, borászatok, de csak a sétálgatás és korzózás is mindennapivá vált. Természetesen emellett továbbra is az első számú nyaraló helyszínként tartjuk számon, ugyanakkor **egyes területei egész évben jelentős vendégforgalmat realizálnak.** A négyévszakos jelleg a tényleges turisztikai forgalmon felül függ az adott település, szűkebb térség helyi lakosainak számától, vásárlóerejétől (mennyire számít üdülőövezetnek és mennyire tartja el az alapinfrastruktúrát – éttermek, kávézók – a helyi lakosság fogyasztási kedve) és a fejlettségi szintjétől, turisztikai infrastrukturális ellátottságától. **Ezekben ma jelentős különbségek tapasztalhatók a déli part és az északi part között, de még a keleti és nyugati medence északi parti részei is más kínálattal, más árszínvonallal és más elérhető célközönséggel rendelkeznek.**

A Balaton négyévszakos igénybe vétele azt is eredményezte, hogy **a belföldiek átlagos tartózkodási ideje** (2,61 nap) **ma már inkább hétvégés – hosszú hétvégés desztinációs tartózkodást mutat,** mint stabil főnyaralási helyszínt, vagyis **a rövid távú tartózkodásoknál a Balaton pozíciója erősödött, a főnyaralási helyszínválasztás kapcsán** (főként a külföldi elérhető alternatívák okán) **viszont romlott.**

A főnyaralási pozíció romlása abban is megmutatkozott, hogy a tényleges „főszezon" a július közepétől augusztus 20-ig terjedő időszakra szűkült, illetve, hogy a Balaton nyári pozíciója az ország főként keleti megyéiből jelentősen romlott

(részben a számukra közelebb elérhető – és gyakran jelentősen olcsóbb komplementer szórakoztató vizes élményelemek és szálláshelyek fejlődésével).

A Balaton térsége egyes területei (a 3. fejezet alapján) eltérő fejlettségi szinten állnak és eltérő jövőbeni lehetőségekkel rendelkeznek. A „homogenizálás" és „egységesítés" helyett az eltérő növekedési pályák befutása a cél. Egyes részei „csupán" főszezoni pihenőhelyként tudnak funkcionálni (esetükben reális cél a nyári fogadóképesség feltételeinek erősítése lehet), **egyes részei egész évben elérhető kínálatot képesek nyújtani eltérő vendégigények kielégítése érdekében, egyes területei pedig egyértelműen a prémium szolgáltatás nyújtására is alkalmasak. Ez utóbbi esetében** (Balatonfüred és környékének települései Tihanyt is beleértve, esetleg Veszprém az Európa Kulturális Fővárosa programjaival) **a vendégszám mennyiségi növekedése helyett a túlterheltség csillapítása lehet a cél, ugyanennyi vagy kevesebb vendégéjszakával fenntartani és erősíteni a magas elérhető vendégélményt, párhuzamosan az egy főre jutó költésösszeg növelésével.** Ezen cél eléréséhez tudatos, fenntartható településtervezés szükséges, egyes időszakokban a forgalom korlátozása, a termékfejlesztés olyan irányba történő elmozdítása, mely a tömeg helyett egy bizonyos, a település által meghatározott célcsoportot szólít meg. Az együttműködés a szolgáltatók és a turizmus irányításban dolgozó szakemberek között elengedhetetlen.

A fentiek alapján **a térség márkaprofilját élményalapon határozzuk meg, víziónk szerint a Balaton egy olyan üdülőrégió, mely minden évszakban más arcát mutatva kínál megfelelő élményt, teszi ezt azzal az életérzéssel és magas minőséggel, mely a külpiacon is tovább erősíti szerepkörét.** Fontos megjegyezni, hogy a jövőbeni pozíciót a fejlett területek által kínált minőségi szinthez igazítjuk, célként kitűzve a térség további területeinek folyamatos fejlesztését, ugyanis az esetlegesen leszakadó részek az egységes márkaüzenet megfogalmazását lehetetlenné tennék. A márkát meghatározó **képi üzenetek a Balaton által nyújtani képes életérzést közvetítik** bemutatva a meghatározó turisztikai termékeket (természeti környezet, kulturális értékek, borászatok, gasztronómia, fürdők, sportok, rendezvények).

A desztináció célcsoportja igen heterogén, melyek a klasszikustól eltérően inkább az életstílushoz, személyiségjegyekhez köthetők, mintsem motiváció vagy korcsoport alapján szegmentálhatók, tehát e mentén ugyanúgy fontosak a kisgyermekes és többgenerációs családok, mint a fiatalok, baráti társaságok, vagy a gyógyturisztikai szolgáltatásokat igénybe vevő szenior korosztály.

A vízió figyelembe veszi a desztináció eltérő kínálati struktúráját és célközönségét ehhez igazítja. Fontos lépés, hogy a Kisfaludy-program szálláshelyfejlesztési pályázatai megteremtik annak a lehetőségét, hogy **a ma egyáltalán nem elérhető szállodai szolgáltatási színvonal** (jelenleginél nagyságrendekkel magasabb minőségű 4 csillagos és új 5 csillagos egységek Hévízen, Balatonfüreden, Tihanyban, Siófokon, Keszthelyen, Balatonakarattyán, Balatonkenesén és Szántódon) **biztosításán keresztül olyan belföldi és külföldi célcsoportok (újra)megszólítása is lehetővé váljon**, akik a mai maximum „megfelelően jó" szálláshelykínálat okán a Balaton helyett jellemzően külföldi desztinációkat választanak úti célnak.

A vizsgálatok és elemzések során az egész éves elérhetőséget a Balaton egyes területei eltérően fogják biztosítani, azaz ott tud ez valós és reális cél lenni, ahol biztosított a nyitva tartás feltétele (megfelelő fenntarthatósági mutatók, megfelelő koncentráltságú attrakció és szálláshelyek megléte). Ebben élenjáró a Balaton keleti és nyugati medencéje, előbbi Tihany-Balatonfüred-Veszprém tengelyt, utóbbi pedig egészségturisztikai szolgáltatóknak köszönhetően Hévíz-Keszthely-Zalakaros tengelyt jelenti. Következő lépésként a Badacsony és a déli parton fekvő Balatonföldvár-Fonyód tengely lehet reális cél.

Nemzetközi értékesíthetőség szempontjából a Balaton alapadottságai kiemelkedők, de számos nehézséggel is küzdenek. A külpiaci ismertsége jó, bár ez egy másik Balatonhoz köthető és inkább az idősebb korosztályt szólítja meg, de erre építve tudatosan át lehet pozícionálni a térséget és megszólítani a külföldiek más csoportját is. Vagyis a relatíve olcsó, minőségben és szolgáltatásokban némi kompromisszumot igénylő, de könnyen elérhető desztináció helyett, **új célközönség elérésével a ke-**

vésbé árérzékeny, de minőségben kompromisszumot nem tűrő vendégek megszólítása a cél, rövid távon tudatosan programozott kínálattal (hol száll meg, mit kínálunk számára szezonálisan és célcsoport szerint). Ugyanezen programcsomagok lesznek alkalmasak a jelentős szabadon elkölthető jövedelemmel rendelkező – és ma belföld helyett külföldön pihenő – belföldi vendégek megszólítására is.

Nemzetközileg továbbra is értékesíthetők maradnak az egészségturizmushoz köthető Hévíz és Zalakaros települések, a maihoz képest várhatóan tisztább termékprofillal. **A „mindenki"** (vagy mindig más) **célcsoportok helyett bátor döntéssel a célcsoportok tisztítása lenne indokolt, és a termékfejlesztés hangsúlyos és ma nem alkalmazott eszközeivel a nemzetközileg is versenyelőnyt biztosító területekre kellene fókuszálni.** Hévíz abban a kategóriában legyen világelső, amelyre adottságai predesztinálják, ne pedig azokban, amelyekben még belföldön is csak sokadik szereplőként versenyezhet. Alacsony költési hajlandósággal rendelkező, kelet-európai és belföldi idős korosztály mellett (és középtávon szeparált szolgáltatási terekkel) a maximum középkorú, unikális rekreációs-, prevenciós- és gyógyászati ellátást kereső fizetőképes vendégek megszólítása a cél belföldről és a térség hagyományos küldőpiacairól.

Zalakaros esetében nem a térségen belüli, hanem az azonos (belföldi és külföldi) küldőpiacokon vele együtt értékesítő Bükfürdőhöz és Sárvárhoz képesti pozíció kidolgozása indokolt, **az elmúlt évtizedben gyakorolt, kissé átláthatatlan termékfejlesztési és eklektikus építészeti irányokat egyértelmű célok megfogalmazása és azok következetes végrehajtása kell, hogy kövesse.**

A térség víziója szempontjából egyéb stratégiai szempontok is megfogalmazásra kerültek melyek az alábbiak:

- bizonyos fogadóterületeken **overtourism**-jelenséggel szembeni intézkedések váltak szükségessé, főképp a nyári időszakban
- kihívást jelent az **apartman/nyaraló egységek** számának drasztikus növekedése – elvonja a keresletet a szállodáktól, ugyanakkor használja az egyébként is túlterhelt turisztikai infrastruktúrát
- **fő nyaralási helyszín**ként belföldi küldőpiacokon való erősítése (külfölddel szembeni versenyképesség gyengülésének mérséklése)
- **Hévíz** szerepe a Balaton turizmusában, Hévíz pozíciójának, külpiaci értékesíthetőségének erősítése.

Mátra-Bükk turisztikai térség

A Mátra-Bükk turisztikai térség versenyképesség szempontjából az elmúlt évtized egyik legnagyobb nyertese, a vállalkozói agilitásnak és a tudatosan átgondolt termékfejlesztéseknek köszönhetően mára az ország második legmagasabb vendégforgalmat generáló desztinációjává vált a Balaton után. **Teljesítménye már csak azért is kiemelkedő, mert a 2 millió kereskedelmi vendégéjszakát meghaladó forgalmat úgy sikerül realizálnia, hogy a 2,3 éjszakás desztinációs szintű átlagos tartózkodási időt nem növelik a térség fürdőtelepülései, mint más vidéki térségek esetében, és ezt az értéket stabilan tartani is tudja. Ezen kiemelkedő eredményeket tetézi, hogy ebben a térségben találhatók a vidéki Magyarország TOP5 legjövedelmezőbb szállodájából három is,** a felsőtárkányi Bambara, az egerszalóki Shiraz és a mátraházai (gyöngyösi) Hotel Ózon.

A Mátra-Bükk elsősorban belföldi keresletre szert tévő desztináció, a vidéki átlagot megközelítő 25-30%-os külföldi vendégarány (Eger kivételével) csupán a fürdőtelepüléseken tapasztalható. **A térség** ma az iskolai szünetekhez és a nemzeti ünnepekhez igazodóan **a hosszú hétvégék kedvelt úti célja, a vendégforgalom meghatározó része az emblematikus,** és az átlagos vidéki színvonalnál magasabb szolgáltatási minőséget biztosító **wellness-szállodákhoz köthető,** amelyek fő célcsoportjait a családok és a rekreációra, pihenésre vágyó párok jelentik. A térség Budapest és Pest megye lakosságának egyik fő úti célja, mely alapvetően egy-egy terméknek (szálloda), a természeti környezetnek és a könnyű elérhetőségnek köszönhető.

A desztinációja USP-jét a tájfelszíni formák, a hegyek jelentik: ez a térség Magyarország egyetlen egyértelműen hegyvidéki területe, a Mátra, ahol a hazai viszonyok-

hoz képest zöldellő magaslatok és **téli sportokra alkalmas helyszínek várják az utazókat**, amelyre építve az elmúlt évek során színes szolgáltatási kínálat épült ki (extrém hegyi sportok, sípálya, kalandparkok, túraútvonalak és kilátók). **Emellett** természetesen **nem elhanyagolandó a fürdőkínálat** (a térségben hét turisztikai kereslettel is rendelkező fürdő azonosítható), **Miskolc üdülőövezeteinek termékkínálata (Miskolctapolca, Lillafüred) és Eger központi kulturális szerepe sem**, mely utóbbi település a vidéki city break helyszínek egyik legkedveltebb célpontja, **továbbá a Mezőkövesdhez szorosan kapcsolódó Matyó örökség sem**, mely márkaattribútumként jelentős potenciált hordoz magában.

Miskolc tekintetében fontos hangsúlyozni, hogy a település iránt mutatkozó kereslet nem a „Miskolc-márkának" köszönhető, hanem a közigazgatásilag hozzá tartozó, de **más „márkanéven" ismert helyszíneknek (Lillafüred, Diósgyőr és Miskolctapolca)**, vagy a desztinációtól teljesen független életet élő és önálló termékpályát befutó Avalon Parknak. A település legnagyobb kihívása a jövőben, hogy vonzóvá tudja-e tenni a belvárosát, képes lesz-e a turisták jelentős részét megszólítani a jelenlegi belvárosi települési környezettel, kínálattal.

Márkaértékben meghatározó továbbá az egri borvidék (az „egri bikavér" és a Szépasszonyvölgy) is, amely ugyanakkor kevés esetben párosul magas szolgáltatási minőséggel. **Rontja az élményt a Szépasszonyvölgy és a minőségi borélmény között érezhető markáns különbség**, azaz az országos ismertséggel rendelkező, borkostolásra alkalmas területen alig található magas minőséget nyújtó szolgáltató. Az átlagból való kitörés érdekében a neves borászatok egyénileg igyekeznek kiszolgálni az érdeklődőket (és építik saját márkájukat), az ismert termelői brandek, mint St. Andrea, Gál Tibor, Demeter stb. borászat márka- és szolgáltatási minősége messze meghaladják a borvidék márkaerősségét.

A térségben elérhető szolgáltatási színvonal egyébként meglehetősen változó; az országosan is ismert szállodai kapacitásokat az átlagosnál magasabb, sőt néha kiemelkedő minőség jellemzi (pl. Avalon, Bambara, Shiraz), azonban az átlag inkább a közepes és a tömegturizmus igényeire épülő minőség. Ugyanez elmondható az attrakciókról is, ahol az ismertség (és márkaerősség) néha erősebb, mint a helyszínen nyújtott szolgáltatás, azonban **a húzótermékek színvonala** (pl. Avalon Park, Mátraszentistván Sípark), **illetve az egyes helyszínek egyedülálló hangulata** (pl. Lillafüred, Szalajka-völgy, Eger barokk belvárosa és az Egri vár) mindezt feledtetik, és **desztinációs szinten jól értékesíthető márkát hoznak létre.**

Vizsgálatok alapján **a térség márkaprofiljának alapját az aktív- és ökoturizmus jelenti. Víziónk szerint a Mátra-Bükk az egyetlen olyan vidéki desztináció a Balaton mellett, amely** szolgáltatási kínálatának sokszínűségéből, a szálláskapacitások különböző kategóriákban való rendelkezésre állásából alkalmas lehet arra, hogy **az ország második** (vagy Balaton melletti első) főnyaralási helyszínévé váljon, akár 1 hétre elegendő élményt nyújtó programkínálattal, nemcsak a nyári időszakban, hanem **mind a négy évszakban.**

A desztináció célcsoportjai a kínálatból adódóan heterogének, **az egyes szegmensek** a húzótermékekhez igazodóan **eltérő motivációval, igényszinttel és ebből fakadóan különböző költési hajlandósággal jellemezhetők,** és demográfiai jellemzők szempontjából nem is egyértelműen lehatárolhatók. A fő termékprofilhoz igazodóan **a legfőbb célcsoportot a természet és aktív turizmus iránt érdeklődők jelentik** bármely korosztály relevanciájában, **amely mellett a fürdők iránti motivációval érkezők** (gyógyulni vágyó szeniorok, kikapcsolódásra vágyó családok), **a térség kulturális kínálata iránt érdeklődők** (osztálykirándulók, városlátogatásra érkező párok és családok, szenior korosztály), illetve **az Egri borvidéket megismerni vágyó** fiatal baráti társaságok, idősebb párok is fontos **szegmenst** jelentenek. **Az emblematikus szállodák vendégei a desztinációtól független célcsoportot jelentenek,** ők nem desztinációt, hanem konkrét szállodát választanak. Az egyes kínálati elemekhez igazodóan a költési hajlandóság is különböző, és ehhez a turisztikai alapinfrastruktúra (szálláshelyek, vendéglátóhelyek) megfelelően illeszkedik, azaz bármely célcsoport talál az igényeihez (és pénztárcájához) illesz-

kedő szolgáltatást, **a desztináció ma valamennyi vendégigény kiszolgálására párhuzamosan képes.**

Nemzetközi értékesítési potenciál csak szűk körben, az egyébként is már létező, gyakran túlértékelt nagyságrendű (döntően lengyel) kereslettel rendelkező Eger esetében azonosítható, amely mind kulturális, mind pedig bor és gasztronómiai kínálatával alkalmas a fogyasztói igények megfelelő színvonalon történő kielégítésére. Furcsa paradoxon, hogy nemzetközi értékesíthetőség szempontjából a térség **ma beföldön unikálisnak számító termékkínálata a külpiacon nem (vagy nehezen) értelmezhető, hiszen számunkra hegyvidéknek számító terület a szomszédos országokban nem jelent vonzerőt** (magasabb hegyeik vannak), **az egészségturisztikai motivációval érkező vendégek pedig nem ezt a térséget választják elsősorban** (kivéve a speciális célcsoportokat a rövidebb utazási idővel megszólítani képes Miskolctapolca, Egerszalók és Mezőkövesd).

Ha a küldőpiacokat elemezzük NTAK adatok alapján, akkor a **cseh piacon Eger a 6.** helyen szerepel, **szlovák piacon Eger a 7., Miskolc a 9.**, a **lengyel piacon Eger a 3., Mezőkövesd a 8., Miskolc a 10.**, a **román piacon pedig Miskolc a 7., Eger a 8.** Az osztrák és német piacon a térség jelenléte összességében marginális, a cseh-szlovák-román-orosz-ukrán piacon pedig az erősebb egészségturisztikai termékalappal rendelkező desztinációk vendégforgalmi mutatói messze erősebbek.

A Mátra-Bükk desztináció stratégiai célja tehát egyértelmű: Magyarország aktív turisztikai központjává válni erős belpiaci pozíciókkal, amely sokszínű és esetenként magas szolgáltatási minősége és bőséges kínálata révén akár főnyaralási helyszín is lehet bármely korosztály számára.

Debrecen és térsége

Debrecen és térsége turisztikai desztináció négy jól elkülöníthető profillal rendelkező altérségből áll, amelyek jelenleg nem alkotnak egységes desztinációként értelmezhető egységet:

1. **A térségi központ Debrecen,** amely település turisztikai teljesítményének döntő részét a hivatásturisztikai kereslet (kulturális, gazdasági és tudományos központ funkciója révén üzleti célú utazók, kis- és közepes méretű konferenciák) és rendezvényturisztikai (sport és kulturális) biztosítja, **a szabadidős célú turizmus vendégköre, mint vidéki city break helyszínt keresi fel, aránya nem jelentős. A város iránti keresletben meghatározó része van** a nagy kapacitású fürdőkomplexummal és hozzá kapcsolódó szállodával rendelkező **Aquaticumnak és a térségben működő egyedülálló ötcsillagos Hotel Divinusnak is.** A szabadidős turisztikai keresletet jellemzően a környező megyék generálják. **A hajdú-bihari megyeszékhely számára előnyt jelent nemzetközi repülőtere,** amely ma azonban döntően nem szolgál turisztikai célokat (inkább „munkásjáratok", illetve a Debrecenből külföldre irányuló hazai utazóközönséget szolgálja ki), bár **a Debrecen – Tel-Aviv járat indítása óta egyre nagyobb számban jelennek meg az izraeli vendégek,** akik elsősorban szabadidős és vallási célból érkeznek, de igénybeveszik a fürdők (Debrecen és Hajdúszoboszló) szolgáltatásait is. Ugyanakkor nemzetközi tapasztalatok alapán a fapados repülőjáratok utazóközönsége jellemzően nem elkötelezett vendégkör egy-egy desztináció iránt, hanem oda utazik, ahova járat érhető el és kedvező áron tud utazni.
2. **Hajdúszoboszló az ország legnagyobb fürdőkomplexumával rendelkező települése, amely minden korosztály igényeit kiszolgálja,** legyen szó extrém vizes élményeket kereső baráti társaságokról, strandolásra vágyó családokról, vagy gyógyulni vágyó szeniorokról. **A fürdőtelepülés ma jellemzően az alacsony, maximum közepes költési hajlandóságú belföldi és külföldi vendégkör megszólítására képes,** amelyet nem elsősorban a fürdő kínálata, sokkal inkább a kapcsolódó szálláskapacitások szolgáltatási minősége (és örökölt építészeti megjelenése) és alacsony árszínvonala okoz. Egyértelműen kijelenthető, hogy **Hajdúszoboszló egy olyan korrekt** – stabil ke-

reslettel rendelkező - **tömegturisztikai termék, mely nyári időszakban a Balaton helyettesítő terméke** azok számára, akik Kelet-Magyarországról egy közelebbi, vizes élményt nyújtó desztinációt keresnek. Hajdúszoboszló **meghatározó arányban szólítja meg a határmenti** (román, szlovák) **és lengyel vendégeket**, bár a stagnáló szolgáltatási színvonal egyre inkább keleti irányba tolja el a küldőpiacokat (az utóbbi években az ukrán és moldáv vendégek is egyre magasabb arányban jelennek meg). Vagyis **a fogyasztói igények változása** (értsd a jövedelmi színvonal emelkedése a korábbi vendégeket minőségibb desztinációk irányába viszi el) **új piacok megszólítását fogja kikényszeríteni**, de mindenképpen bölcs tulajdonosi döntéssel a meglévő – ma is meglévő jövedelmezőségük okán erre forrással rendelkező - szálláshelyek fejlesztése szükségszerűvé fog válni. **Hajdúszoboszló s**zerepe annak ellenére meghatározó, hogy a térségi központi szerepet Debrecen tölti be, hiszen a településen realizált vendégforgalom **olyan felhordó erőt jelent a többi altérség számára, mellyel jelentős vendégforgalmi növekedés prognosztizálható.**

3. A valaha szebb napokat is megélt, **kultúrtáj kategóriában UNESCO világörökségi címmel rendelkező Hortobágy** az elmúlt 15 évben – részben avulási, részben üzemeltetési problémák okán - csaknem behozhatatlan hátrányba került a versenyképes vidéki (de a Tisza-tavi Ökocentrumhoz képest a térségen belül is) attrakciókkal szemben. A helyszín **unikalitása** (az alföldi Puszta), **kapcsolódó, elfogadható minőségű szolgáltatási kínálat híján ma már nem jelent hívószót sem a belföldi, sem pedig a korábban tömegesen** (csoportosan) **megjelenő külföldi vendégek számára**, amelyet csak tetéz, hogy a mikrotérségben a kapcsolódó szálláshelyi kapacitás nem áll rendelkezésre, sem megfelelő mennyiségben, sem pedig minőségben. További nehézséget okoz, hogy **a térség nagy vendégforgalmú településeinek vendégköre** – le nem cserélve a zsúfolt medencék, csúszdák és giroszos strandbüfék mámorító izgalmát - **csak szűk körben érdeklődik a Puszta által kínált tartalmas programok iránt.** A helyzeten a remények szerint változtatnak majd a GINOP világörökségi helyszínekre, illetve a frekventált területekre irányuló (GINOP-7.1.6, illetve GINOP-7.1.9), **összesen több milliárd forintos összköltségvetésű fejlesztései**, amelyek **a vendégelvárásokhoz igazodó körülményeket teremtenek majd a Hortobágyon.**
4. **A Tisza-tó** alig 20 éve került fel az ország turisztikai térképére, a termék életgörbe növekedési szakaszában tart még. A terület **elsődleges vonzerejét a természet és az ökoturisztikai kínálat elemei jelentik**, amelynek központja a poroszlói, országos szinten is kiemelkedő szolgáltatási kínálattal jellemezhető poroszlói Tisza-tavi Ökocentrum, **illetve egyre népszerűbb a tó körüli kerékpározás is**, amely a síkvidéken (szinte) bármilyen erőnléti állapot esetén élvezhető programot biztosít. Jelentős szálláshelyi kapacitások erre a területre sem jellemzők, a térség egyetlen – főként versenytárs hiányában - értelmezhető, nagyobb kapacitású wellness-szállodája a tiszafüredi Tisza Balneum Hotel.

A kínálati szétaprózodottság okán a desztináció vendégköre is rendkívül heterogén. A vendégéjszakákban mért teljesítmény döntő részét a fürdők (elsősorban Hajdúszoboszló és Debrecen, kisebb mértékben Berekfürdő) **iránt érdeklődő**, gyógyulni vágyó szeniorok, kikapcsolódni vágyó családok és az extrém vizes élményeket preferáló fiatal baráti társaságok (utóbbi csak Hajdúszoboszlóra igaz) **jelentik**, amely mellett csak **réspiaci kereslettel jellemezhetők az Alföldet (azaz a Hortobágyot) megismerni vágyók, és az ökoturisztikai motivációval, a Tisza-tóra érkezők** (demográfiai ismérvektől függetlenül bármely korosztály).
Fentiekből kiindulva a térségi márkaprofil meghatározása nem egyszerű feladat. **Víziónk szerint Debrecen és térsége** a vidéki desztinációkat együttesen és egymás mellett is vizsgálva **élményalapon lesz márkázható**, amelynek **központi elemét** Kelet-Magyarország legnagyobb városa, **Debrecen jelenti** majd, **ahonnan** a nagyvárosi infrastruktúra minden igényt kielégítő szolgáltatásai mellett **könnyedén elérhető a** világörökségi címmel rendelkező **Hortobágy, a** hazai ökoturisztikai sajá-

tosságokat bemutató és könnyed kerékpározásra csábító **Tisza-tó**, és Közép-Európa legnagyobb fürdőkomplexumával rendelkező **Hajdúszoboszló is.** A Hortobágy emellett egynapos úticélként a Budapestre érkező külföldi turisták számára ismét értékesíthető programmá válik.

A márkaprofil determinálta célcsoportok három fő szegmensre bonthatók: a **city-break kikapcsolódási motivációval érkező** fiatal baráti társaságok, párok és családok, akik nyitottak a térségben történő kirándulásra; **a „szórakoztató víz" funkcióját kereső kisgyermekes családok**; valamint **a gyógy- és wellness-szolgáltatások iránt érdeklődő szeniorok**, a termék (Hajdúszoboszló) továbbfejlesztése esetén középtávon a prevenciós egészségmegőrzési céllal érkező középkorúak.

A nemzetközi értékesíthetőség elsősorban a meglévő kereslet bázisán Hajdúszoboszló (mint egészségturisztikai helyszín), a tervezett és folyamatban lévő fejlesztéseket figyelembe véve (Modern Városok Program és a GINOP-7.1.9 konstrukció révén megvalósuló beavatkozások) **Debrecen, mint city break helyszín, illetve** a szintén folyamatban lévő beruházásokat követően **Hortobágy, mint világörökségi helyszín esetében prognosztizálható.**

Víziónk szerint tehát **a térség üzenete a komplex élmény**, amelynek origóját Debrecen jelenti a nagyváros adta lehetőségeivel (turisztikai alapinfrastruktúra, kultúra, szórakozás és gasztronómia), ahonnan a hazai kulturális és természeti örökség könnyen elérhető és hozzáférhető megismerése (Hortobágy és Tisza-tó), és amely mellett vizes élmények sem maradhatnak el (Hajdúszoboszló).

A legfőbb stratégiai cél Debrecen és térsége esetében **az egységes desztinációként történő márkázás és értékesítés**, amelynek révén a jelenleg kereslettel kevésbé érintett helyszínek iránti érdeklődés felkelthető, az átlagos tartózkodási idő növelhető és a turizmus származó bevételek jelentősen emelhetők.

Győr-Pannonhalma turisztikai térség

Győr-Pannonhalma nem tartozik a klasszikus vidéki fogadóterületek közé, a 3 területi egységre bontható desztináció (Győr, Pannonhalma és a Szigetköz) ma nem jelenti úti célját a vidékre irányuló szabadidős célú utazásoknak, a kategóriában (azaz a **szabadidős turizmus kategóriájában**) **realizálódó turisztikai kereslet ma az egyes pontszerű attrakcióként funkcionáló helyszíneken realizálódik, és nem feltétlenül jár együtt vendégéjszakával sem.** Utóbbi állítás különösen igaz Pannonhalmára, amely a főbb küldőterületekről (főváros, Dunántúl, határközeli országok – Ausztria, Szlovákia) néhány órán belül elérhető, és a látogatók a Pannonhalmi Főapátságban történő maximum néhány órás tartózkodást nem feltétlenül kötik össze egyéb turisztikai spot felkeresésével.

A térségben keletkező vendégéjszakák döntő részét biztosító Győr a tapasztalatok szerint – a szabadidős szegmens erősödésével együtt is - ma 90%-ban hivatásturisztikai kereslettel jellemezhető, amely nem feltétlenül a MICE-szegmenst, sokkal inkább az egyéni üzleti utazókat jelenti, elsősorban az ide települt ipar (járműgyártás) relevanciájában. Pedig **a város szabadidős turisztikai termékalapja kiváló: a barokk belváros és a területet átölelő Rába és Mosoni-Duna sajátos és egyedülálló hangulatot teremt a településnek**, ahol az utcán sétálva lépten-nyomon műemlék épületekbe, különleges kézműves cégérekbe botlik a látogató. Pannonhalma mellett Győr szakralitása sem elhanyagolható, a város legősibb részén fekvő Káptalan-dombon (amely egyébként 2020 tavasza óta nemzeti emlékhely) impozáns látványt nyújt a Püspökvár és a Győri Bazilika, amely többek között Szent László királyunk hermáját is őrzi.

Pannonhalma minden olyan ismérvet megtestesít, amellyel egy UNESCO világörökségi címmel rendelkező helyszínnek rendelkeznie kell, a hazai világörökségi kezelés és mellette a fenntartható turizmusfejlesztés jó gyakorlata. Az unikális épített látnivalók mellett a rendszeresen szervezett programok és az apátsági helyi termékek is magas színvonalat tükröznek, de **különösen kiemelkedő a bor és gasztronómia terén végzett prémium minőséget szavatoló tevékenység:** a Viator Apátsági Étterem és Borbár, a Pausa Apátsági Kávéház. Nem

utolsósorban a Pannonhalmi Apátsági Pincészet borai ma már akár önálló utazási (de legalábbis kirándulási) döntést befolyásolnak. Az elmúlt időszak minden fejlesztése azonos márkaképet, egységes minőséget és tudatos építkezést sugall.

A harmadik területet jelentő **Szigetköz elsősorban csak, mint földrajzi név ismert a hazai utazóközönség számára, szolgáltatási kínálat sem az utazók mentális térképén, sem pedig a valóságban nem kapcsolódik a mikrotérséghez.** A többszáz kilométernyi könnyedén evezhető vízi útvonal különleges adottság, azonban a termékre alapozott infrastruktúra nem, vagy csak nagyon csekély mértékben érhető el, és szervezettség szintjén is óriási a hiátus, ma csupán egy nagyon szűk és tapasztalatokkal rendelkező, az evezés iránt érdeklődő szegmens számára jelent potenciális választást.

A térségen áthalad az Európán átívelő Dunamenti kerékpáros útvonal (EuroVelo6) **is**, azonban **a kiépítetlen infrastruktúra hiányában** (értve ez alatt a hiányzó kerékpárutakat és a kapcsolódó szolgáltatásokat, akár szálláshelyeket is) ez **még kevésbé biztosít mérhető keresletet** a desztináció számára.

A családok számára opcionális választást jelenthetnek a tudományos élményközpontok (a mosonmagyaróvári Futura és a győri Mobilis), **azonban ezek** az attrakciók **ma jobbára lakossági és edukációs keresleti igényeket elégítenek ki.**

A desztináció kedvező földrajzi elhelyezkedése okán **jelentős külföldi látogató-** (azaz vendégéjszakával nem járó) **és vendégforgalmat realizál**, a két szomszédos ország fővárosa (Bécs és Pozsony) személyautóval 1-1,5 órás időn belül elérhető.

A kínálati elemekhez kapcsolódó turisztikai alapinfrastruktúra (szálláshelyek, vendéglátóhelyek) **megfelelő kapacitásban áll rendelkezésre, szolgáltatási minősége átlagos** (közepes) színvonalúnak tekinthető; emblematikus, az utazási döntést befolyásoló szálláshelyi egységgel nem rendelkezik, a vendéglátóegységek pedig kevés kivételtől eltekintve (pl. az Apátság vendéglátóegységei vagy a győri Lamareda) az átlagos fogyasztói igényeket szolgálják ki.

A meglévő adottságokra alapozva a **Győr-Pannonhalma turisztikai térség márkázása termékalapon tervezett, ahol a legfőbb márkapillért** a kulturális turizmus, mint klasszikus turisztikai terméktípus témaköréhez tartozó altermék, **a city break** (vagy más néven városlátogatás, esetleg városi turizmus) **jelenti,** amelynek zászlóshajói Győr barokk belvárosa és a világörökségi helyszín, a Pannonhalmi Főapátság. **Profilt kiegészítő termékként** a desztináció adottságaihoz igazodóan **az aktív turisztikai kínálat** (evezés, kerékpározás, akár későbbiekben kitekintéssel a Csallóközre), a kis kapacitású és szűkített szolgáltatási kínálattal jellemezhető **fürdők** (a győri Rába Quelle, a mosonmagyaróvári Flexum Thermal Spa és a Lipóti Termál- és Élményfürdő), valamint a családok és az ifjúság számára élményt jelentő **tudományos élményközpontok** (a Futura Interaktív Természettudományi Élményközpont és a Mobilis Interaktív Kiállítási Központ) **kapcsolódnak.**

A profilírozáshoz kapcsolódóan **a desztináció számára kettő fontos célcsoportot azonosítottunk; elsődlegesen a** kulturális – **city break** – **motivációval érkező, jellemzően magas egzisztenciájú, 35 év feletti utazókat**, másodsorban **a családokat, szintén elsősorban a városlátogatás jellegű utazások relevanciájában, az elsődleges célcsoporttól némileg eltérő kínálattal megszólítva.**

Nemzetközi értékesíthetőségi lehetőség a termékkínálatot tekintve **elsősorban a Pannonhalmi Főapátság és Győr, mint kulturális célpont esetén prognosztizálható.** A ma meglévő külföldi vendégforgalmi adatok jelentősen torzítottak, kiemelkedő arányú a tranzitforgalomból származó vendégéjszaka (román), a vélhetően munkavállalási célú vendégforgalom (román, ukrán) ugyanúgy, mint a maximum 1-2 napos üzleti célú látogatások.

A desztináció esetén nem szabad megfeledkezni **a térség gazdaságához jelentős mértékben hozzájáruló orvosi szolgáltatásokról** sem, amelyek elsősorban a szomszédos Ausztria határmenti lakóinak fogorvosi, kisebb mértékben esztétikai és szemészeti kezeléseinek igénybevételét jelenti. Az orvosi turizmus, mint turisztikai termék a korábbi években fejlődési lehetőségként csaknem minden a térség turizmusának fejlesztésével foglalkozó tanulmányban és stratégiában kiemelten szerepelt, azonban a GINOP-1.3.4 konstrukció keretében **készült keresleti felmérés azt igazolta, hogy az orvosi kezelések nem járnak együtt turisztikai szolgáltatások**

egyidejű igénybevételével, sőt a küldőterületek okán (jellemzően 1-1,5 órás távolságból érkeznek a páciensek) **a termék vendégéjszakát sem feltétlenül generál. Győr-Pannonhalma esetében megfogalmazott legfőbb stratégiai cél tehát a desztináció egyes területeinek egységes márka alatt és city break profillal történő értékesítése, a térség kínálatának megismertetésén keresztül a szabadidős célú turisztikai kereslet élénkítése, továbbá a turizmusban eddig kevésbé résztvevő területek és vonzerők turisztikai látogatófolyamba történő bekapcsolása, esetükben a vendégforgalom növelése.**

Pécs-Villány turisztikai térség

Pécs-Villány desztináció az ország klasszikus vendégfogadó területei közé tartozik, a vendégfogadás itt valóban évszázados hagyományokon alapul. Pécs városa Délnyugat-Magyarország egyházi központjaként, a 14. század közepe óta működő egyetemével és a „Balkán kapujaként" mindig is számtalan utazót fogadott. Harkány 200 éve működő gyógyfürdőjét már a 19. század végétől kezdve szívesen keresték fel a gyógyulni vágyók, a villányi (borvidéki) turizmus alapjait pedig a vendégfogadásra berendezkedett, rendezett sváb falvak teremtették meg, amelyet az 1990-es évek elején a vállalkozóvá vált nyitott és tehetséges borászok összefogása és magas színvonalú szolgáltatásai emeltek országos hírűvé.

A térség vendégforgalma általános hanyatlásában – a kiépült gyorsforgalmi úthálózati kapcsolat és az EKF (Európa Kulturális Fővárosa) felemás, de egyes területeken építő jellegű szerepvállalása ellenére - **számos tényező szerepet játszott:**

- **a délszláv háború hatásai**, amelynek okán az utazók évekig nem tartották biztonságot úti célnak a térséget,
- **az elmaradt célzott turisztikai fejlesztések kiegészülve a turizmusban nélkülözhetetlen szakmai-menedzsmenti-értékesítési tudás részbeni hiányával** (az uniós fejlesztési források elaprózódása, a meghatározó szálláshelyfejlesztések hiánya),
- **a desztináció gazdasági perifériára való kerülése**, amely miatt a Budapesten kívüli fő küldőterületet jelentő lakosság (Baranya, Tolna és Dél-Somogy) elvándorlása is számottevővé vált (és tart ma is).

Miközben az ország más vidéki térségeit jelentős attrakciós fejlesztések (új fürdőkomplexumok kialakítása és meglévők jelentős fejlesztése, a meglévő turisztikai attrakciók – várak, kastélyok, egyházi örökség turisztikai attraktivitásának megerősítése, családokat fogadó kalandparkok létrehozása stb.), **emblematikus szállodaépítések** (a Mátra-Bükk és a Balaton tematikus wellness szállodái, fürdőkhöz kapcsolódó szállodakomplexumok) **jellemezték, Pécs-Villány desztináció turisztikai kínálata szinte érthetetlen módon** – kevés üdítő kivételtől eltekintve – **a rendszerváltozás utáni szinten rekedt meg.**

Pedig **a desztinációs termékalap megkülönböztető és országos összehasonlításban is kiváló:** Pécs kulturális kínálata több mint kétezer éves örökséget ölel fel**. A városban sétálva a történelem szinte minden korszaka megismerhető** – a római kor a **világörökségi címmel rendelkező ókeresztény síremlék együttessel**, az államalapítás kora **a székesegyház román kori altemplomával**, a török hódoltság időszaka **a város főterén álló dzsámival**, a polgárosodás **a belváros különböző építészeti stílusokat bemutató épületeivel** (neobarokk, klasszicista, szecessziós stb.), vagy éppen az iparosodás legkiemelkedőbb emlékei, a Zsolnay gyár produktumai az Európa Kulturális Fővárosa 2010 cím kapcsán létrehozott **Zsolnay Kulturális Negyeddel** és a belváros Zsolnay díszkútjaival és épületkerámiáival. Az épített örökség mellett a művészeti ágak olyan jeles képviselői is a város kulturális kínálatát színesítik, mint **Csontváry Kosztka Tivadar** és az op-art formavilágát létrehozó **Victor Vasarely kiállításai**, vagy éppen a kortárs művészet ma is alkotó művészeinek gyűjteménye (Modern Magyar Képtár, Pécsi Galéria, Nádor Galéria). **Mindehhez a település egyedülálló mediterrán hangulata is hozzájárul**, különösen nyáron a napvitorlák és leanderek övezte belváros könnyed, turiszti-

kai keresletet ugyan kevésbé generáló, de a miliőt jelentősen erősítő fesztiváljaival (Pécsi Országos Színházi Találkozó, Zsolnay Fényfesztivál, Sétatér Fesztivál).

Villány az ország azon kevés területei közé tartozik, amely „kitalálta és megvalósította önmagát" különösebb központi beavatkozás nélkül. Tokajjal ellentétben a borvidéket nem a borok, hanem **a neves és „jó arc" borászok és borászatok tették szorgalmas munkával országosan ismertté** (Bock, Gere, Tiffán, Polgár, Günzer, Sauska, Vylyan, Jammertal stb.); a hagyományos borkóstolás mellé kínált tájételekkel (sváb ételek – stifolder, gőzgombóc, strudel), falusi vendégfogadással, majd később az országban először a „borwellness" szolgáltatásainak megteremtésével (Crocus Gere Borhotel, Bock Hotel Ermitage).

A térség turisztikai alapinfrastruktúra (szálláshelyek és vendéglátóhelyek) **szolgáltatási minősége** az előzőekben kiemelt, kis kapacitású szállodákon túl **maximum közepes színvonalúnak tekinthető**, és kevés kivételtől eltekintve hasonló minőség jellemzi a vendéglátóhelyeket is; **magas költési hajlandóságú vendégkör megszólítására Villány kivételével a desztináció ma nem alkalmas.**

A határmenti földrajzi elhelyezkedés ellenére **az evidensen megszólítható külföldi vendégforgalom térségi teljesítményből történő részesedése nem éri el az országos átlagot, sőt egyre csökkenő arány jellemzi. A két legfőbb küldőterület** két különböző helyszínen, **a német vendégkör** Pécsen (üzleti utazók és a térséghez kötődő kelet-német területekről érkező, döntően idősebb, szenior vendégek), **a cseh fürdőgyógyászati szolgáltatások iránt érdeklődő szegmens** pedig Harkányban (a nyugat-magyarországi fürdőtelepülésekhez képest egyébként korántsem számottevő volumenben és alacsonyabb igényszinttel) jelenik meg. A lokáció okán elviekben elérhető horvát vendégkör megjelenése maximum napi látogatásokban merül ki Harkányfürdő szintjén, a fürdők iránti motivációval szintén jellemezhető – de magasabb minőséget kereső - és megszólítható szerb vendégek pedig inkább a dél-alföldi (szegedi, mórahalmi) fürdőket preferálják.

A desztináció értékesíthetőségét alapvetően a két, kifejezetten a magas minőség élményigéretét („magas kultúra – prémium borok") **hordozó termék biztosítja,** ahol **a megkülönböztető, egyedi tulajdonságot** (USP-t) a kulturális turizmus relevanciájában **a pécsi UNESCO világörökségi helyszín a város egyedi adottságaival**, a bor és gasztronómia esetén pedig **az országosan ismert és prémium borélményt biztosító borászatok jelentik.**

Fentiekre alapozva a márkázás élményalapon tervezett, amelyet a desztináció táji adottságai, a vidéki életérzés hangulata nagy mértékben segítenek: a Villányi borvidék rendezett falvai, a Mecsek és a Villányi-hegység lankái, a Mecsek völgyében megbújó ékszerdoboz, Orfű, és maga Harkány is a fürdőt és az azt körülvevő környezet ősfás ligeteivel.

A desztináció sokszínű kínálatának közös attribútumát tehát nem az egyes termékek, hanem maga az élmény adja: a magas minőség és az egyedi hangulat, amely a lehatárolt potenciális célcsoportokat (nyitott, a magas szolgáltatási színvonalért fizetni képes és hajlandó, korosztálytól független párok, baráti társaságok) **a „megélés" motivációjával utazásra ösztönzi.** Emellett **Harkányról nem lehet megfeledkezni.** Bár a pozicionálás során az egészségturisztikai profillal márkázni kívánt desztinációkhoz képest (Bük-Sárvár, Gyula és térsége, Szeged és térsége) a fürdőtelepülés nem kaphat kiemelt szerepet, ugyanakkor **az országos termékstruktúrában pozícióját az egyedi gyógyászati profilt** (psoriasis és meddőségi kezelések) **szükséges kiemelni és termékfejlesztéssel megerősíteni.** Harkány esetében **első körben a lokális kereslet megerősítése szükséges** (és csak azt követheti az országos majd nemzetközi), a Baranya megyei (és potenciális küldőpiacot jelentő Tolna megyei) fürdőmotivációjú vendégek ma Harkány helyett szívesebben veszik igénybe a Szeged és térsége térség fürdőit. Ehhez **a település és a szolgáltatók új alapokra helyezett együttműködése szükséges.** A versenyképességben lemaradt Harkány-termék ezzel tud középtávon a desztinációs vízióhoz hozzájárulni.

Pécs-Villány turisztikai térség esetében stratégiai cél a jelenleg még nem létező „magas kultúra és prémium borok" imázsának megteremtése, ennek révén pedig magas költési hajlandóságú célcsoportok elérése és a turizmusból származó bevételek növelése.

Budapest környéke

A Budapest környéke turisztikai térséget két aspektusból szükséges értelmezni. Elsősorban, mint a Budapestre érkező turisták tartózkodási idejét meghosszabbítható opcionális célterületet, tehát az egységes fogadóterületi megjelenés pusztán a lokációból és funkcióból fakad, másrészt pedig mint belföldön önállóan értékesíthető terméket, ahol a lehatárolt 133 település közül **desztinációként elsődlegesen a Dunakanyar és a Velencei-tó értelmezhető.**

Mind a belföldi, mind a külföldi **keresletet elsősorban Budapest közelsége határozza meg.** A távolabbi belföldi küldőpiacokról kevésbé értelmezhető, viszonylag magas áraival nem reális cél az alacsonyabb költési hajlandóságú vendégkör számára. A verseny ettől függetlenül erős a térségben elsősorban **a budapesti vendégekért.** A küldőpiactól való **kis távolság ennek megfelelően még a relatíve alacsonyabb szolgáltatási minőséggel rendelkező szállodák keresletét is biztosítja**, kérdés azonban, hogy a Kisfaludy-program által támogatott vidéki szálláshelyek fejlesztése mennyire teremt versenyhelyzetet a térség számára és mennyire értékeli le a szálláshely kínálat kissé megkopott minősége.

A kínálat rendkívül sokszínű, ez is Budapest közelségének tudható be, hiszen ezek a területek egyszerre jelentenek hétvégi utazási és egynapos kirándulási motivációt. Egyrészt **adott a földrajzilag is jól körülhatárolható Dunakanyar**, hazai viszonylatban **egyedülálló tájfelszíni formáival** (a vadregényes, viszonylag érintetlen hegyvidékkel, a kanyargó Dunával és kapcsolódó természetjárási, kerékpározási lehetőségeivel) és különböző profilokkal rendelkező **történelmi városaival** – Esztergom a Bazilikával, Visegrád a fellegvárral és a Királyi Palotával, Szentendre színes barokk belvárosával, Dunakorzójával és művészeti fesztiváljaival. A másik parton a könnyedén besétálható Vác különleges főterével, parti sétányával és a kulturális turizmus látnivalói szempontjából akár USP-ként is értékesíthető 18-19. századi, a „váci múmiákat" bemutató Memento Mori kiállítással.

A tájegységhez kapcsolódó vonzerőleltár részét képezik a Kisfaludy Strandfejlesztési Program révén megújuló **dunai szabadvízi strandok**, amelyek elsősorban a főszezonban színesítik a kínálatot.

A térségben látható vendégforgalom Budapest közelségének köszönhetően a közeli wellnesshoteleket kereső budapesti lakosoknak tudható be. Jelentős forgalmat generálnak és főképp a hétköznapi vendégforgalmat biztosítják a céges rendezvények, kisebb konferenciák, melynek elsődleges haszonélvezője Visegrád, Gárdony és Herceghalom.

Önállóan értelmezhető tájegységet jelent a Velencei-tó, amely elsősorban a főszezoni időszak relevanciájában, **mint a fővároshoz közeli vízparti üdülőterület értelmezhető, másodsorban távolabbi belföldi küldőterületekről is**, viszonylag jól kiépült szálláshelyi kapacitásokkal (kempingek, illetve a Velence Resort & Spa és Nautis szállodák, a VVSI szálláshelykapacitásai, valamint magánszálláshelyek). A Velence Resort & Spa a TOP20 legjövedelmezőbb vidéki szálloda egyike, budapesti családok egyik elsőszámú, tömegigényt kielégítő wellnesshotele, melyet szintén kiegészítenek a céges vagy családi rendezvények.

A további települések közül még **néhány, a szabadidős turizmus szempontjából pontszerű attrakcióval rendelkező település kiemelhető: Gödöllő** a Gödöllői Királyi Kastéllyal, **Mogyoród**, mint a Forma1-es futamok helyszíne, **Etyek**, mint a fővároshoz egyik legközelebbi, megbízható minőségű borturisztikai szolgáltatásokat kínáló helyszín, illetve a koronázóváros, **Székesfehérvár.**

Az összességében 2019-ben 1,75 millió vendégéjszakát elérő **desztináció szabadidős turizmus kereslete szempontjából legmeghatározóbb területei a kínálati struktúrához igazodva a Dunakanyar** (közel 700 ezer vendéjszaka) **és a Velencei-tó** (346 ezer vendégéjszaka), a további települések esetén a kiemelkedő vendégforgalmat nagy mértékben befolyásolja a hivatásturizmus jelentősége (Székesfehérvár), illetve a repülőtér közelsége is (Vecsés).

A külföldi vendégforgalom aránya az országos átlaggal körülbelül megegyező (2019-ben 24%), azonban célcsoportjait tekintve rendkívül heterogén. **Tisztán szabadidős céllal**

egyrészt a határmenti területekről, Szlovákiából érkezők, másrészt a Dunakanyar relevanciájában a további V4-es országok (Csehország és Lengyelország) **jellemezhetők. Meghatározó külpiaci forgalmat generálnak a dunai nyaralóhajók, azonban ezek a vendégéjszakában nem látszódnak és az érkező vendégek költése is rendkívül alacsony.**

A területi széttagoltsághoz az attrakciósűrűséghez igazodva Budapest környéke esetén nem fogalmazható meg egyértelmű profil sem termék, sem pedig élményalapon. **Víziónk szerint a desztinációról átadni kívánt elsődleges üzenet és élményígéret a „Budapest + 1 nap", amely az eltérő évszakokhoz igazodóan sokszínű kínálattal jellemezhető, ahol hangsúlyos elemként szerepelhetnek a történelmi városok, a szórakozás, a bor és a szabadvízi fürdőzés is.** A Budapest környékén lévő attrakciók bevezetése azonban nem könnyű feladat, hiszen **a fővárosban található „must see" attrakciók felkeresése is nehézkes egy hétvége alatt**, csak – az utazásszervezők direkt értékesítésén felül - a rendszeresen visszajáró vendégek esetében lehet alternatíva.

Profilt kiegészítő és hangsúlyos elem lehet továbbá a Gödöllői Királyi Kastély és a Forma1 (mindkét attrakció elsősorban a külföldi küldőpiacok relevanciájában, illetve a Forma1 esetében ez főként fővárosi vendégéjszakákat generálva). **Nemzetközi értékesítési potenciál az előző két terméken túl** a 3 kiemelkedő adottságokkal rendelkező dunakanyari város, **Esztergom, Visegrád és Szentendre esetében prognosztizálható.** Esztergom és Visegrád a dunai hajózás és a lokális kereslet révén, Szentendre pedig mint a legközelebbi kisváros Budapest mellett, mely a turisztikai térképen szerepel és képes külföldi utazókat megszólítani.

A teljes turisztikai térséget tekintve egyetlen és egyszerűen megfogalmazott külföldi célcsoport azonosítható, a Budapestre érkező turisták, amely szegmens szempontjából definiálható a desztináció stratégiai célja is: a budapesti tartózkodás meghosszabbítása, ezáltal pedig a térségben a turizmusból származó bevételek növelése.

A desztináció esetében mindenképpen fel kell hívni a figyelmet az overtourism jelenségre (különösen a 3 kiemelt dunakanyari város attrakcióinak nyári zsúfoltságára), amely települések esetében a fenntartható turizmus érdekében átgondolt, de szükség esetén drasztikus lépéseket szükséges tenni.

Tokaj és Nyíregyháza

Tokaj és Nyíregyháza térség a legnagyobb alapterületű és legtöbb települést lehatároló desztinációk közé tartozik, **területileg három fő egységre bontható:** a kultúrtáj kategóriában UNESCO világörökségi címmel rendelkező **Tokaj-Hegyalja borvidékre,** a családi élményeket kínáló **Nyírségre** és az érintetlen természettel környezettel jellemezhető **Felső-Tisza vidékére.** Nagy kiterjedése ellenére a többi desztinációhoz képest **a leggyengébb turisztikai mutatókkal rendelkező térség.** A vendégforgalom összességében alig haladja meg a két településből álló Gyula és térsége desztinációét, a forgalom jelentős részét emellett Nyíregyháza adja, melyet kiegészít Tokaj, Sárospatak, Tarcal és Telkibánya által generált szerény, 20e körül mozgó éves vendégéjszakaszám. **A térségi átlagos tartózkodási idő nem éri el a kettő napot** (1,98), mely jelentős 1 éjszakával tervező vendéget feltételez: vagyis **nemcsak kevesebben érkeznek a többi desztinációhoz képest, de rövidebb ideig is maradnak.**

A térség iránti kialakuló növekvő keresletet korlátozza egyrészt **az ország legjelentősebb küldőpiacától** (Budapest és Pest megye) **való távolság** (de Vas megyéből a térség elérhetősége időben megegyezik Salzburgéval) és az egyedi termékelőny hiánya a Tokaj-márka ellenére (borélményt máshol és közelebb is elér az utazó). Ráadásul a **Tokaj-borélmény** (annak jellegéből fakadóan) **konkrét utazás nélkül** (akár otthoni vagy éttermi fogyasztással) **is elérhető, az elmúlt időszak végtelen panzió és egyéb szálláshelyfejlesztése ellenére – szemben Villány tudatos építkezésével - a térség turisztikai vonzereje csekély maradt**, és abban a legfőbb hívószónak gondolt borvidéki hívószó (a tényleges kereslettel rendelkező várak, kultúra és kalandparki élményekkel szemben) nem vált sikeressé.

A térséget belföldön és külföldön márkázó legfőbb területi egység, **Tokaj** (és a tokaji bor) **ismertség és márkaerősség tekintetében az egyik legerősebb a turisztikai termék szerint** (bor és gasztronómia) **az országos termékstruktúrában, az élményígéret ugyanakkor megfelelő minőségű szolgáltatási tartalommal nem, vagy csak kis mértékben párosul.** A Tokaj márka elvárt minősége és az utazó tényleges tapasztalása között jelentős eltérés jelentkezhet. Kevés kivételtől eltekintve a Tokajt úti célul választó látogató nem talál stabilan elérhető tematikus kínálatot, amely nemcsak a nyitva tartó és a márkanévhez illeszkedő termékminőséget (borokat), hanem a kapcsolódó turisztikai alapinfrastruktúra kínálatának (szálláshelyek, vendéglátóhelyek) hiányát és/vagy szolgáltatási színvonalát is jelenti.

A mikrotérség ugyanakkor nemcsak a borokkal jellemezhető, **a Zempléni-hegység aktív- és ökoturisztikai lehetőségei** (túraútvonalak és az országosan egyik legmagasabb látogatószámot realizáló – professzionálisan üzemeltetett és jelentős termékfejlesztési tudást felmutató - kalandpark, a Zemplén Kalandpark), és folyamatos fejlődéssel/fejlesztéssel jellemezhető **várai** (a sárospataki Rákóczi-vár, Boldogkő vára, Füzér vára) **egyre inkább utazási döntést befolyásoló tényezők. A mikro térség kínálatához kapcsolódó egyedi kulturális elemet az észak-magyarországi zsidó örökség jelent, amelynek a központja Mád** esztétikusan helyreállított barokk zsinagógájával és egyben kiindulópontja a Csodarabbik útjának. Ma azonban elmondható, hogy ezek a létező termékek által generált turisztikai forgalom nem számottevő és nem feltételen generálnak vendégéjszakát. Utóbbi időszak fejlesztésének köszönhetően **ma már a klasszikus szállások helyett nyaralóhajó bérlésére is lehetőség van**, mely növeli azon vonzerők számát, melyek a magas költési hajlandósággal rendelkező minőségérzékeny, nem tömegturisztikai kereslettel jellemezhető turistákat képesek megszólítani.

A nyírségi központ, **Nyíregyháza** – példamutatóan tudatos városi építkezéssel és átlagot messze meghaladó üzemeltetői-menedzsmenti tudással és nyitottsággal - **alig egy évtizede került fel az ország turisztikai térképére.** A fejlődés origóját az akkor még helyi jelentőségű, kis állatkert jelentette, amelyet hosszú évek átgondolt munkájával az ország második legnépszerűbb és leglátogatottabb vidéki állatkerti attrakciójává emelte: **a Nyíregyházi Állatpark nemcsak a hagyományos küldőterületekről** (saját és szomszédos megyék, illetve a főváros és agglomerációja) **fogad látogatókat, vonzereje országos hatókörű.** A város az állatkert fejlődésével párhuzamosan szintén tudatos fejlesztésbe kezdett, amelynek eredményeként **ma Nyíregyháza-Sóstógyógyfürdőn egy négyévszakos fürdőkomplexum** (Aquarius Park- és Élményfürdő), **rendezett üdülőövezet és a jelenlegi vendégkör igényeihez illeszkedő,** közepes szolgáltatási minőséget biztosító **szálláskapacitások állnak rendelkezésre.** Mindezek ellenére az átlagos tartózkodási idő (2019-ben 2,0 éjszaka) jelentősen az országos átlag marad, azaz egy-egy a településre irányuló látogatás nem jár együtt egyéb látnivalók felkeresésével. Nyíregyháza esetében erősen megfontolandó, hogy **az állatkert további fejlesztései helyett** (amelyek csak ugyanazon célcsoportot – kisgyermekkel utazók - képesek ugyanazzal a termékalappal megszólítani, ráadásul szezonálisan kitetten vagy maximum hétvégén) **a fürdő versenytársainál nem elérhető Spa- és rekreációs-prevenciós szolgáltatásai kerüljenek fejlesztésre, amely új fizetőképes célcsoportok megszólítását teszi lehetővé, amelyhez a Hunguest új szállodai egysége megfelelő szálláshelyminőséget biztosít.** Ez a vízió „elkerülné" a térségi, inkább tömegturizmusra építő debreceni és Hajdúszoboszló versenytársakkal történő ütközést és **erősítené Sóstó-Gyógyfürdő prémium-ékszerdoboz jellegét, illetve segítené a ma kihasználatlan térítésköteles minőségi gyógyászati részleg kihasználatlanságának csillapítását.**

A Felső-Tisza az előző két területhez képest turizmus szempontjából már jóval kevésbé prosperáló mikrotérség, **vonzerejét az ország egyik legérintetlenebb vidékeként számontartott vízitúrázási lehetőségek**, illetve ugyanakkor vendégforgalmat alig generáló **Középkori templomok útjának jellegzetes kisméretű református templomai és a melléjük épített fa harangtornyok jelentik.** Bár ezek ismertsége alacsony, valós keresletet csak lokális szinten (vagy úgy sem) generál. Bármely kínálati elem esetében elmondható,

hogy egyrészt csupán **réspiaci kereslettel jellemezhetők**, másrészt **a kapcsolódó szolgáltatások garantáltan nem érhetők el**, azaz a legtöbb esetben előzetes bejelentkezés/megrendelés szükséges.

A turisták alapvető igényeit kiszolgáló turisztikai alapinfrastruktúra a teljes térségben meglehetősen koncentrált, a szálláshelyek többsége Nyíregyházán található. A Tokaji borvidéken csupán egy-egy kisebb kapacitású és magas szolgáltatási színvonalat is garantáló egység (pl. Botrytis, Degenfeld, Andrássy Rezidencia) **található.** Kiemelendő ugyanakkor telkibányai Aranybánya Üdülőpark, amely komplex szolgáltatási kínálatával az elmúlt évek során egyre nagyobb belföldi ismertségre és népszerűségre tett szert.

Ma a desztináció elsősorban a belföldi vendégeket szólítja meg, a külföldi (döntően szlovák és román, kisebb mértékben lengyel) **kereslet egyértelműen a fürdőtelepülésekhez** (Nyíregyházához, és a kisebb fürdők közül a nyírbátori Sárkány fürdőhöz és a sárospataki Végardó Fürdőhöz) **köthető.**

A kínálati struktúrához illeszkedően és figyelembe véve a vidéki desztinációk azonos vagy hasonló termékalapját **vízióink szerint Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség termék alapon és a meglévő márkaismertségre alapozva Tokajjal (és a tokaji borral) márkázható, a „prémium bor desztináció" üzenetével. A profilt kiegészítő elemeket elsődlegesen a családokat megszólítani képes kínálat jelenti:** Nyíregyháza komplex kínálata az állatkerttel és a fürdővel, az aktív kikapcsolódás fókuszban a Zemplén Kalandparkkal és a desztináció történelmi helyszínei, a várak (Sárospatak, Boldogkőváralja, Füzér, Regéc és Szerencs várai).

A jövőbeni márkaprofilhoz illeszkedve kettő fő célcsoport határozható meg:

- **a prémium borok és gasztronómia iránt érdeklődő,** képzett, fizetni képes és hajlandó fiatal és szenior párok, baráti társaságok,
- másodlagosan pedig a **kisgyermekekkel érkező családok.**

A kettő fő célcsoporton felül – annak városi támogatottsága esetén – **Nyíregyháza esetén előtérbe kerülhetnek a minőségi spa/prevenciós/gyógyászati szolgáltatásokat kereső** – ma a térségben szolgáltatási minőséget nem találó – **belföldi és külföldi vendégek is.**

Nemzetközi értékesítési potenciál alapvetően három esetben azonosítható: a **tokaji prémium borok és világörökségi pincesorok, Mád település** (Első Mádi Borház és Bisztró, Botrytis, zsidó emlékek), illetve a **Zemplén Kalandpark** esetében.

A Tokaj és Nyíregyháza térség esetében megfogalmazható legfőbb stratégiai cél a desztináció nemzetközi értékesíthetőségének megteremtése a prémium bor desztináció imázsának megteremtésével (és a kapcsolódó szolgáltatási kínálat termékfejlesztésével), továbbá a belföldi értékesítésben a ma kifejezetten rövid átlagos tartózkodási idő növelése, illetve ennek révén az átlagos költés és a turizmusból származó bevételek növelése.

Sopron-Fertő turisztikai térség

A hatályos Kormányrendelet szerint (immáron Bük település nélkül) értelmezett **Sopron-Fertő térség értékesíthetőségének termékalapját a kulturális kínálat jelenti:** Sopron történelmi belvárosa, a desztináció emblematikus kastélyai (Eszterháza és Nagycenk épített öröksége), ezentúl ide sorolható a kultúrtáj kategóriában UNESCO világörökségi címmel rendelkező Fertő táj is, amelynek központi eleme a Fertőrákosi Kőfejtő és Barlangszínház.

A térség a klasszikus turisztikai fogadóterületekhez tartozik, Sopron ismertsége és márkaerőssége – akárcsak Tokaj esetében – **azonban jóval magasabb presztízst jelent a település számára, mint amilyen szolgáltatási kínálattal a vendég a helyszínen találkozik.** A soproni belváros műemlék épületeinek homlokzatai ma sok esetben rossz műszaki állapotban vannak, a főbb kulturális látnivalók interpretációja nem alkalmazkodott a változó fogyasztói igényekhez, a város

szálláshelyeinek szolgáltatási színvonala a 15-20 évvel ezelőtti vendégigényeknek felel csak meg. Talán még feltűnőbb az elmaradás a szomszédos Ausztria hasonló termékivel való összehasonlítás okán. A Soproni borvidék bár az ország történelmi borvidékei közé tartozik nem jelent egyáltalán hívószót, sem a „soproni kékfrankos", sem a pincészetek és borászatok nem jelentenek motivációt a bor iránt érdeklődő utazók számára. Az elmaradt fejlesztések okán a település az elmúlt 10 évben folyamatosan veszített piaci pozíciójából, vendégforgalma csaknem ¼ részaránnyal csökkent.

A két országos jelentőségű történelmi, illetve nemzeti emlékhely (a fertődi Esterházy-kastély és a nagycenki Széchenyi-örökség a kastéllyal és a mauzóleummal) ma látogatóforgalmát tekintve az elvárthoz képest alulteljesít, amelynek oka egyrészt a helyszínek szolgáltatási minősége, másrészt az elmaradt, kínálatot érintő termékfejlesztés, valamint általánosságban a kulturális értékek iránti alacsony kereslet.

A Fertő táj világörökségi címében rejlő adottságok az elmúlt 20 évben (2001-ben kapta meg a címet a két ország, Ausztria és Magyarország közös pályázata) **nem kerültek kiaknázásra.** A 2015-ben létrehozott Fertőrákosi Kőfejtő és Barlangszínház nem váltotta be a hozzá fűzött turisztikai reményeket, ma a helyszínt jellemzően a soproni lakosság látogatja a nyári színházi évadban, a Fertő-Hanság Nemzeti Park bemutatóhelyeinek turisztikai célú kereslete esetleges, a kerékpározás bár egyre népszerűbb tevékenység, de a magyar oldalon még jelentős infrastrukturális elmaradást mutat, a Fertő-part pedig ma még szintén alkalmatlan a vendégfogadásra.

A hátrányos helyzet azonban rövid időn belül változni fog: **Sopron belvárosa teljesen megújul a Modern Városok Program** (településképi beavatkozások) **és a Nemzeti Kastély- és Várprogram** (NKVP) **segítségével** (utóbbi a Múzeumnegyed létrehozására irányul, amelyben az emblematikus látnivalók, a Tűztorony, a Storno Ház és a Fabricius Ház is érintettek), **a két kastély szintén az NKVP támogatásával újul meg**, továbbá 2019-ben elkészült a létesítmények 2030-ig szóló fejlesztési stratégiája, amelyek további egyedi, a kínálat színvonalát és a látogatói élményt növelő beavatkozásokat tartalmaznak.

A Fertő-partnak a kiemelt turisztikai fejlesztési térségben elvégzendő fejlesztésekről szóló **Kormányhatározat biztosít forrást a versenyképes kínálat kialakítására**, továbbá **folyamatosak a kerékpáros infrastruktúra javítását célzó beavatkozások is. További forrást jelent a Fertő táj számára a GINOP-7.1.6 konstrukció**, amely a világörökségi helyszínek fejlesztésére irányul. A turisztikai alapinfrastruktúra sem marad változatlan; **az MTÜ által koordinált Kisfaludy Szálláshelyfejlesztési Program desztináció számára dedikált forrásai** néhány éven belül **megfelelő minőségű szolgáltatási kínálatot teremtenek** (meglévő szállodák felújítása, újranyitása). A tervezett fejlesztések megvalósulása alapvetően pozícionálná át a térséget és a Fertő-partot, azonban ez utóbbinak megvalósulása egyelőre bizonytalan.

A desztináció földrajzi elhelyezkedése, a világörökségi cím határon átnyúló térbelisége, továbbá a történelmi kötődések (a közös történelmi múlt és az Esterházy-család hagyatéka) **eleve predesztinálja a térséget az osztrák területekkel történő közös értelmezésre** (Neusiedler See és a magyar kötődésű helyszínek), összekötő elemet jelent továbbá Burgenland határmenti családbarát kínálata is (pl. a Familypark vagy a locsmándi Sonnentherme).

A meglévő kínálathoz és a folyamatban lévő fejlesztésekhez igazodóan Sopron-Fertő turisztikai térség márkázása az így létrejövő komplex termékalap mentén tervezett, ahol a hangsúly a kulturális élményeken és a gondtalan kikapcsolódáson van az osztrák kínálattal együttesen értelmezve. **A desztináció üzenete a „családi élmények határon innen és túl"**, amelyben az élményígéret zászlóshajói Sopron, mint city break helyszín, a két kastély, a Fertő táj Fertőrákos központtal, a bor, továbbá az osztrák oldal magyar kapcsolódású helyszínei. Profilt kiegészítő elemként csatlakoznak a rendezvények, a VOLT Fesztivál és a fertőrákosi Barlangszínház kulturális programkínálatára alapozva.

A kialakított vízióhoz igazodva **a desztináció legfőbb cél-**

csoportját az iskolás korú gyermekekkel érkező és többgenerációs családok, továbbá a 40+, kultúra iránt érdeklődő korosztály jelentik.
Nemzetközi értékesíthetőségi lehetőség ma a VOLT Fesztivál és az Esterházy-kastély relevanciájában van, azonban a fejlesztések befejezését követően a Fertő-part, Sopron kulturális látnivalói és a világörökségi kultúrtáj is szóba jöhet.
A Sopron-Fertő turisztikai térség legfőbb stratégiai célja – az M85-ös autópálya átadását követően jelentősen javuló elérhetőséggel - **a desztináció versenyképességének újbóli megteremtése, és a folyamatban lévő fejlesztések révén kínálati spektrumának szélesítése, a ma még csak vonzerőként létező helyszínek turizmusba történő bevonása, ennek révén a szabadidős célú turisztikai kereslet élénkítése, új, magas költési hajlandóságú célcsoportok elérése, az átlagos tartózkodási idő növelése, illetve a turizmusból származó bevételek növelése.** A stratégia cél elérését támogató legfontosabb eszköz az osztrák oldalon található Burgenland turisztikai térséggel történő együttműködés megteremtése, mely egy desztinációként értékesítené a Sopron-Fertő térséget.

Gyula és térsége

A desztináció turisztikai termékprofilját a történelmi hangulatú fürdőváros, Gyula alapozza meg. A térség iránti keresletet egyetlen termék, a kisgyermekes családokat és gyógyulni vágyó szeniorokat egyaránt megszólító **Gyulai Várfürdő határozza meg**, amely páratlan városi környezetben, az emblematikus Gyulai Vár és átlagon felüli, kiemelkedően magas színvonalú interpretációval rendelkező Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont ölelésében helyezkedik el.

De **Gyula ennél jóval több:** a tudatosan fejlesztett, karbantartott, mindig tiszta és rendezett történelmi belváros **olyan egyedülálló miliőt** teremt, **amelyhez hasonló legközelebb az országban Sárváron** (vagy talán ott sem) **található. Gyula tehát nem egyszerű fürdőtelepülés, hanem a nyugat-európai értelemben vett fürdőváros („Kurort"), annak minden infrastruktúrájával** (megfelelő kapacitású szálláshelyekkel, széleskörű kínálatot nyújtó vendéglátóhelyekkel). Megjegyzendő ugyanakkor, hogy **a turisztikai alapinfrastruktúra szolgáltatási minősége csupán közepes színvonalú**, a mai vendégkörnek ugyan megfelel, azonban, ha a térség szolgáltatói nem lépnek, **a folyamatosan változó és növekvő fogyasztó igények hatására fennáll a veszélye annak, hogy a település elveszíti stabil keresletét, és néhány éven belül költési hajlandóság szempontjából már csak az alacsonyabb jövedelmi decilisekbe tartozó szegmensek megszólítására lesz képes.** Gyula így **egyszerre hordozza magában a más fürdőtelepülésen nem megtalálható minőségi kitörés lehetőségét, de szürkülhet is bele a középmezőnybe.**
Méreténél és kínálati adottságainál fogva **a tömegturizmus lehetőségei korlátozottak, sőt az egyediségét az eltömegesedés tudja lerontani.**
A település kínálatát a békési megyeszékhely, Békéscsaba színesíti, amely ugyan ma még elsősorban a Csabai Kolbászfesztiválról nevezetes, azonban **a Munkácsy-örökség méltó bemutatását célzó**, a Modern Városok Program keretében megvalósuló **Munkácsy-negyed** (amelynek során megújul a Munkácsy Emlékház, kiállítási tartalommal bővül a Munkácsy Múzeum, felújítják az Urszinyi-Beliczey-kúriát stb.) **létrehozásával valós élményígérettel bíró programlehetőséget jelent maj**d, minden a térséget választó és kulturális érdeklődéssel is jellemezhető utazó számára.
A térség perifériális elhelyezkedése és rossz (de az M44-es autópálya épülésével jelentősen javuló) megközelíthetősége ellenére turisztikai teljesítmény szempontjából az egyik legdinamikusabban fejlődő desztináció, **kínálatával elsősorban a belföldi piac megszólítására képes.** A határmenti, (vendégéjszakát is generáló) román vendégforgalom ma még nem meghatározó (alig 15%-os részesedés), azonban tudatos termékfejlesztéssel a külföldi piac turisztikai teljesítményében még bőven van növekedési potenciál.
A meglévő termékkínálatra és a folyamatban lévő fejlesztésekre alapozva **vízióink szerint Gyula és térsége a jövőben egy akár 4-5 napos kikapcsolódásra is alkalmas desztináció, ahol a hangsúly a „besétálható" fürdővárosi hangu-**

laton, a gyógyfürdőn és a történelmi helyszíneken (a kastélyon és a váron, illetve a történelmi belvároson) **van. Profilt kiegészítő elemet a meglévő gasztronómiai rendezvények** (kolbászfesztivál, pálinkafesztivál), a fejlesztést követően **a Munkácsy-negyed adják, illetve a bejárhatóság jelenti**, azaz annak a ténynek a hangsúlyozása, hogy Gyulán minden élmény karnyújtásnyira és sétatávolságra van. A jelenlegi vendégkörhöz és a tervezett profilhoz igazodva **a két legfőbb célcsoport**

- **az ESOMAR A, B és C1 státuszú** (azaz jellemzően magasan képzett, az átlagnál magasabb szabadon elkölthető jövedelemmel, de legalábbis stabil fizetőképességgel rendelkező) **szeniorok**, akik jellemzően egészségturisztikai (gyógyulási és/vagy prevenciós) motivációval érkeznek, de nyitottak a kultúrára és a térség gasztronómiájának megismerésére;
- illetve **a kisgyermekes családok, fiatalok**, akik a víz szórakoztató élményére vágynak

Nemzetközi értékesíthetőség ma (és a jövőben) kizárólag egyetlen termék, **a Gyulai Várfürdő (és Aquapalota) vonatkozásában azonosítható.**
Gyula és térsége turisztikai térség számára stratégiai cél a hazai más, egészségturisztikai profillal márkázni kívánt (Bük-Sárvár, Szeged és térsége) desztinációktól való megkülönböztetés a „történelmi fürdőváros" imázs megteremtésével és jelentésének tudatosításával, a belföldi piac szempontjából a versenyképesség megőrzése, a külföldi – román – piac relevanciájában pedig a vendégforgalom növelése, magasabb költési hajlandóságú célcsoportok megszólítása, a gyógyturisztikai profil hangsúlyozásával az átlagos tartózkodási idő növelés, és ennek révén természetesen a legfőbb cél a turizmusból származó bevételek növelése.

Szeged és térsége

Szeged és térsége esetében **a termékprofilt két klasszikus turisztikai terméktípus alkotja, az egészségturizmus és a kulturális turizmus. Desztinációs szinten az egészségturizmus a keresletet meghatározó termék, mindhárom településen** (Szegeden, Makón, Mórahalmon) **komplex, de profiljában eltérő és megkülönböztető ismérvekkel.** Az újszegedi **Napfényfürdő Aquapolis** a megye (Csongrád-Csanád) legnagyobb kapacitású fürdőkomplexuma, amely elsősorban **a vizes élményeket kereső és szórakozni vágyó családokat szólítja meg** fedett élményfürdőjével, **de a fürdőgyógyászati igények kiszolgálására is alkalmas** modern gyógyászati részlegével és kapcsolódó 26 ágyas nappali kórházával. Értékesítési előnyt jelent a létesítmény számára a fürdőhöz kapcsolódó, (a Kisfaludy-program támogatásával felújítás előtt álló) 196 szobás Hunguest Hotel Forrás, amely az elmúlt időszakban családbarát szállodaként pozicionálta magát. **Mórahalom** szintén alapvetően a családok fogadására specializálódott, **marketingkommunikációjában a „családi élmények", valamint a „wellness és pihenés" kapják a legfőbb szerepet**, ahol az értékesítést 3 kapcsolódó, különböző szolgáltatási minőséget kínáló korrekt kereskedelmi szálláshelyi egység (a négycsillagos Colosseum, a háromcsillag superior Elixír és a Thermal Panzió Mórahalom) biztosítja. **A makói fürdőt** nem kiemelkedő szolgáltatási kínálata, sokkal inkább **egyedülálló építési stílusa** (Makovecz organikus, népi építészete) **tette országosan ismertté.**
A kulturális termék egyértelműen **Szeged központú.** A város alapvetően hivatásturisztikai kereslettel (egyéni üzleti utazók, jelentős tranzitforgalom és a MICE termék vendégköre) és ennek okán rövid tartózkodási idővel jellemezhető, azonban **a szabadidős célú utazások egy része** (a fürdő felkeresésén túl) **a városlátogatási** – city break – **motivációhoz köthető**, amelynek termékalapját a Szegedi Dóm emblematikus sziluettje, a belváros szecessziós épületei, rendezett polgári miliőt sugárzó közterületei, illetve az országos hatókörrel jellemezhető Szegedi Szabadtéri Játékok jelentik. **A kulturális kínálathoz kapcsolható színesítő elemet jelent** az **Ópusztaszeri Nemzeti Emlékhely**, **Makó** tematikus sé-

tákkal interpretált **Makovecz-öröksége** (fürdő, Hagymaház, gimnázium, általános iskola, buszpályaudvar, közterek stb.) és a tervezett fejlesztést követően a **Mezőhegyesi Állami Ménesbirtok** is.

A desztináció turisztikai alapinfrastruktúrája (szálláshelyek, vendéglátóhelyek) átlagosan megfelelő színvonalúnak tekinthető, azonban **elsősorban a maximum közepes költési hajlandóságú turisták megszólítására alkalmas.** Utazási döntést befolyásoló tényezőt csupán a fürdőkhöz közvetlenül kapcsolódó szállodák jelentenek.

A külföldi vendégforgalom a szálláshelyeken a vidéki átlaghoz hasonló, egyharmad körüli részarányt jelent, **a legfőbb küldőterületek pedig a határmenti országok, Szerbia** (Szeged és Mórahalom), **illetve Románia** (Szeged és Makó), azonban a napi ingázók – különösen Szerbia – megjelenése a fürdőkben ennél jóval markánsabb, olyannyira, hogy Mórahalom esetében eléri akár az 50%-os, Makón pedig a 65%-os arányt.

A meglévő keresletre és kínálati elemekre alapozva **a térség márkázása termékalapon tervezett**, ahol **a hangsúly a fürdőkultúrán van, megkülönböztetve a desztináción belül is a különböző profilú egységeket, illetve kiemelve az egyedi értékesítési előnyt, Makovecz építészetét. A profilt a kulturális termék egészíti ki**, amely elsősorban az épített örökségen (Makovecz és Szeged szecessziós épületei), a nemzeti értékeken (Ópusztaszer), illetve a fejlesztést követően a mezőhegyesi ménesbirtok unikalitásán alapul.

A kínálat predesztinálta célcsoportok az egészségturizmus iránt érdeklődő családok és szeniorok (értve ez alatt a fürdők iránti motiváció mindhárom funkcióját – „szórakoztató", „gyógyító", „rekreációs"), valamint **a kulturális turizmus iránt érdeklődő, szellemi feltöltődésre vágyó szeniorok, illetve önálló keresettel rendelkező fiatalok, diákok.**

Nemzetközi értékesíthetőség elsősorban a határmenti országok (Szerbia és Románia) **relevanciájában értelmezhető**, Makó különleges építészetével és fürdőjével, Mórahalom széleskörű fürdőszolgáltatásaival, illetve a szegedi Aquapolis biztosította fürdőzési lehetőségek és a városi turizmus (városi séták és bevásárlás) infrastruktúrájával.

A desztináció esetében **az átadni kívánt üzenet a „kultúra és rekreáció egy helyen", amelynek elengedhetetlen feltétele a turisztikai szereplők közötti együttműködés dinamizálása.**

Szeged és térsége turisztikai térség stratégiai célja a lehatárolt terület egységes, egészségturisztikai desztinációként történő márkázása révén versenyképességének megőrzése mind a belföldi, mind pedig a külföldi piacok relevanciájában. További cél a termékfejlesztés révén elért, legalább az egyes létesítményeken belüli egységes szolgáltatási minőség megteremtésével magasabb költési hajlandóságú célcsoportok elérése, a jelenleg rövid átlagos tartózkodási idő növelése, illetve a turizmus legalapvetőbb célja, a turizmusból származó bevételek növelése. Ehhez azonban elengedhetetlen sikertényező, hogy a térség települései és szolgáltatói közösen dolgozzanak a desztinációs cél eléréséért, a térségben az együttműködés készsége és gyakorlata kezdetleges.

Bük-Sárvár turisztikai térség

Bük-Sárvár talán az egyik legkönnyebben profilírozható térség, **kínálati struktúrája és kereslete eleve predesztinálja a desztinációt az egészségturizmus kiemelésére.** A desztináció a 2019-ben regisztrált, közel 1,5 millió kereskedelmi és 265 ezer üzleti célú egyéb vendégéjszakával a negyedik legmagasabb vendégforgalmat generáló térség (a Balaton, a Mátra-Bükk, illetve Debrecen és térsége után), ahol a kereslet döntő része két településhez, Bükfürdőhöz és Sárvárhoz köthető (a kereskedelmi szálláshelyi vendégéjszakák 87%-a).

Bük (Bükfürdő) az ország egyik legnépszerűbb fürdőtelepülése, amelynek különálló üdülőövezetében a turisztikai alapinfrastruktúra és a kapcsolódó szolgáltatások mind **a központi attrakciós elem a Bükfürdő Thermal & Spa** köré épültek ki. A fürdő markáns profilváltáson ment át az elmúlt időszakban (és a változás határozott

lépésekkel ma is tart), a „mindenkit" és „minden szolgáltatással" elérni kívánó modell a családok megfelelő színvonalú kiszolgálása mellett a medical wellness és rekreáció specializáció felé irányul, és a fogyasztói igényekhez alkalmazkodva **a magas minőség élményígéretét magában hordozó komplex kínálattal kívánja felhívni a figyelmet a fürdőre**, nem a vizes élményekre, sokkal inkább a wellness és spa szolgáltatásokra fókuszálva. **Sárvár** már ma is magas minőség élményígéretét hordozza (kiemelten az ötcsillagos Spirit Hotellel), ahol **a települési környezet** (rendezett belváros, kulturális látnivalók) **kiválóan alkalmas arra** (akárcsak Gyula esetében), **hogy a nyugat-európai értelemben vett fürdőváros imázsát kialakítsa.**

Mindemellett **a desztinációt a kínálati sokszínűség jellemzi. A történelmi városok kulturális kínálata** – kiemelve Kőszeget, mint az északnyugat-dunántúli települések egyik ékszerdobozát, illetve országosan jó gyakorlatként is beazonosítható **természeti értékeinek hasznosítása** (Írottkő Natúrpark/Naturpark Geschriebenstein) **elsősorban a családok számára jelentenek opcionális választást**, azonban a fürdők szolgáltatási kínálatának **köszönhetően a szenior, illetve az idősebb, de még nem szenior, a prevenciót előtérbe helyező korosztály (40+) is elérhető.**

A földrajzi elhelyezkedés okán **a térségben a külföldi vendégforgalom a meghatározó** (2019-ben a vendégéjszakák 54%-a, elsősorban a **cseh** és kisebb mértékben az **osztrák**, illetve egyre csökkenő mértékben **a német küldőpiacok relevanciájában**), amely ugyanakkor nemcsak a magas vendégszámnak, **a külföldi vendégek fürdőtelepüléseken történő jelentősen hosszabb tartózkodási idejének köszönhető** (a külföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje 3,6 éjszaka, míg a belföldieké 2,7 éjszaka).

A szálláshelyi infrastruktúra az országos vidéki átlaghoz hasonló tulajdonságokat mutat; a néhány kiemelhető, utazási döntést generáló és/vagy befolyásoló, magasabb minőséget biztosító szálloda mellett (Spirit, ParkInn, Caramell, Danubius Hotel Bük, Greenfield Hotel), **az átlagos, a mai vendégkörnek megfelelő szolgáltatási minőség tapasztalható**, amely hosszabb távon – akár már 4-5 éven belül – nem lesz alkalmas arra, hogy a gyorsan változó fogyasztói igényeknek megfeleljen. A desztináció szempontjából egyébként is **különösen sürgető lépéseket kíván a közeli versenytársak, Ausztria és Szlovénia fürdői és szállodái szolgáltatási színvonalának ismerete**, amelyek nemcsak a meglévő külföldi piac szempontjából jelentenek veszélyt, a belföldi fizetőképes és a minőségért fizetni hajlandó keresletet is elirányítják a térségből.[1] Bármely szegmens esetében megkerülhetetlen, hogy megjegyezzük, hogy **Bükfürdőt és Sárvárt ma nem a kiemelkedően magas szolgáltatási minőség, sokkal inkább a viszonylag megfelelő minőség mellett a kedvező árak miatt választják**, azonban **a szlovén fürdőtelepülések osztrák árszínvonalnál alacsonyabb, de minőségben közel azonos kínálata** (pl. Terme Olimia – Podčetrtek, Terme 3000 – Moravske Toplice) **jelentős versenyhátrányt jelent a térség számára.**

Bük-Sárvár víziónk szerint **egyértelműen termékalapon márkázott térség, ahol a hangsúly a prémium kínálaton és a családi fürdőélményeken van, a profilt illetően kiegészítve a kulturális kínálattal** (elsősorban Kőszeg és Szombathely), **a természetjárás lehetőségeivel** (Írottkő Natúrpark, Kámoni Arborétum), a külföldi célcsoportok szempontjából **a speciális szálláslehetőségekkel** (kempingek, illetve a Bükfürdőn kialakítás alatt álló glamping), **továbbá a családok „szórakoztató vízen" felüli élményígéretével** (négyévszakos játszóházak, kalandparkok).

A desztináció jövőbeni célcsoportjai az egészségturizmus szegmensén belül határolhatók le:

- **ESOMAR A és B státuszú** (azaz magas képzettségű, magas jövedelmi szintű, az átlagosnál jelentősen magasabb fizetési képességgel rendelkező) **kis- és nagygyermekes családok;**
- illetve **azonos társadalmi kategóriában a kiemelkedő minőségű gyógyászati és prevenciós szolgáltatásokat igénylő 40+ korosztály**

A kínálati struktúrát és a közeli nemzetközi versenytársakat

1 Burgenland tartományban 2017-ben 36e, 2018-ban 43e, 2019-ben pedig 51e magyar vendégéjszakát regisztrált, mely az évek között 19% és 16%-os növekedést jelent. (Forrás: www.burgenland.at)
Szlovénia 2017-ben 375e, 2018-ban 485e, 2019-ben 496e magyar vendégéjszakát regisztrált, mely az évek között 30% és további 2%-os növekedést jelent. (Forrás: www.slovenia.info)

is figyelembe véve **nemzetközi értékesítési potenciál a két fürdő/fürdőtelepülés fürdőgyógyászati szolgáltatásait illetően azonosítható**, de kizárólag a valóban prémium minőség megvalósítása esetén.

Bük-Sárvár turisztikai térség stratégiai célja a desztináció egy egységként történő és egységes értékesítésén túl a hazai és nemzetközi versenyképesség megőrzése, illetve külpiaci értékesíthetőség erősítése, új, a mainál fizetőképesebb célcsoportok megszólítása, és ennek révén a turizmusból származó bevételek növelése.





2.2. A térségi stratégiák készítésének folyamata

Az elkészült térségi pozíciókat tartalmazó anyag valóságát alátámasztó (pontosító, esetleg cáfoló), **megerősítő vizsgálatok több szinten zajlottak az elmúlt másfél évben.** Egyrészt **a térségekben található attrakciók, vonzerők és szálláshelyek bejárásra, valamint** egy több oldalas szempontrendszert tartalmazó módszertan mentén részletesen **felmérésre kerültek.** (Ez azt jelenti, hogy a helyszínek infrastrukturális és szolgáltatási minősége, szolgáltatási struktúrája, családbarát felszereltsége, többnyelvűség biztosítása, forgalmi adatai, stb. rögzítésre kerültek). A helyszíni bejárásokat sok esetben személyes szakmai beszélgetés is kiegészítette.

2.2.1. A desztinációk ismertségére irányuló kérdőíves felmérés eredménye

A térségben a GINOP-1.3.4-17 konstrukció keretében készülő részstratégiák, helyzetértékelő felmérések, számos esetben további helyszíni bejárást és mystery shopping feladatokat is tartalmazott, melyek témaspecifikusan részletes információt nyújtottak egy-egy helyszínről és a térség egészéről. Ezek mellett azonban **a két legfontosabb vizsgálat, mely segítette a hipotézis alátámasztását, a lehatárolt térségek szakemberei között végzett, kettő különböző típusú kérdőíves felmérés, valamint 10 helyszínen, országosan megtartott szakmai workshop volt.** Az első, térségek imázskutatására irányuló kérdőív részletes eredménye a következő részfejezetben kerül bemutatásra. (A második kérdőív kiértékelése a 3. fejezet részét képezi). Összességében elmondható, hogy **mindegyik vizsgálat** (kérdőívek és workshop, melyben az ország szakemberei lettek megkérdezve, akik az utazóknál sokkal jobban ismerik a turisztikai kínálatot), valamint a felmérések alapvetően **alátámasztották, hogy a térségek tervezett pozícióját illetően csupán néhány esetben volt szükség kisebb korrekciókra és pontosításra.** A legnagyobb szakmai vitákat egyébként jellemzően a térségekben azonosított fő termékek jelentették, hiszen minden helyi szereplő addig egyetért az anyaggal, amíg saját magát látja a vezető, a desztinációt profilírozó termékek között, de a szakmai workshopok keretében mindenhol sikerült konszenzusra jutni és/vagy megértetni, hogy a húzótermékként nem említése az adott egyedi terméknek nem azt jelenti, hogy egy adott attrakció vagy település nem kerül/kerülhet egy jövőbeni kampány során kommunikálásra.

Ahogy azt a fentiekben már elővezettük, **az MTÜ a desztinációfejlesztési stratégiák előkészítésével kapcsolatos tevékenység részeként egy 2 szakaszból álló vizsgálatot folytatott le**, melynek első szakaszában az előzetesen meghatározott **cél az volt**, hogy kiderüljön, **hogy mi az egyes desztinációk elképzelése saját maga, illetve a többi térség szerepéről és pozíciójáról a hazai turizmusban.** Fontos megjegyezni, hogy a felmérés a korábbi térségi lehatárolást vette figyelembe, így az új térségek (Bükfürdő a Sopron-Fertő térség része volt, nem volt nevesített Bük-Sárvár térség, a Budapest környéke területe csak a Dunakanyar térségre terjedt ki) nem szerepelnek az eredmények között.

A SurveyMonkey segítségével elektronikusan kiküldött **kérdőív 845 címre került kiküldésre, a 10 térségben dolgozó, turizmusban érintett szakambereknek és döntéshozóknak. A visszaérkezési arány 31,0%-os volt (262 db kitöltött kérdőív**), amelyből

- 125 db-ot a turisztikai szolgáltatók (szálláshelyek, attrakciók, nemzeti parkok stb.) – 47,7%;
- 108 db-ot a szakmai terület (TDM, turisztikai egyesület, felsőoktatási intézmény stb.) – 41,2%;
- 29 db-ot pedig a döntéshozók (jellemzően polgármesterek) – 11,1% töltöttek ki.

A turisztikai térségek közötti kitöltési csoportok megoszlását tekintve a legmagasabb válaszadási arány

- a turisztikai szolgáltatókat tekintve a Sopron-Fertő (66,7%), a Debrecen és térsége (63,6%), illetve a Szeged és térsége (62,5%);
- a szakmai terület viszonylatában a Balaton (60,4%), Pécs-Villány (50,0%) és Győr-Pannonhalma (46,2%);
- a döntéshozók csoportjánál pedig Győr-Pannonhalma (23,1%), Tokaj és Nyíregyháza (17,6%) és Mátra-Bükk (14,6%) esetében került regisztrálásra.

Az értékelések olvasása előtt **fontos újra** leszögezni és **megerősíteni, hogy a kérdőíveket azok a kollégák töltötték ki, akik a mindennapokban a turizmusban dolgoznak vagy üzemeltetőként, fejlesztőként, turisztikai ügyekben döntéshozóként vagy tulajdonosként. Azaz az eredmények kapcsán azt feltételezzük, hogy a kitöltők tudása sokkal magasabb, mint az átlag utazóé, vagyis, ha a szakemberek fejében ez a** (reális vagy hibás) **kép rajzolódik ki az ország turizmusáról, akkor ennél csak rosszabb vagy homályosabb kép lehet a potenciális utazó fejében.**

A kérdőív tartalma

A térségi szereplők egyes desztinációkról alkotott képének megismeréséhez az MTÜ 12 db, elsőre egyszerűnek tűnő állítást fogalmazott meg, amellyel kapcsolatban **a kérdőívet kitöltők feladata az volt, hogy az ismérvek illeszkedésének erőssége szerint, egy 1-10-ig terjedő skálán tegyék sorrendbe a 10 desztinációt (vagyis egymáshoz képest helyezze el őket a turisztikai térképen).** Az egyes állítások egy-egy letisztított turisztikai profilt takarnak, amelyek turisztikai termékek, legfőbb célcsoportok, színvonal és nemzetközi küldőterületek szintjén definiálják a térségeket. A kérdőív kitöltése nem volt könnyű feladat, viszonylag hosszú időt vett igénybe, így az alacsony kitöltési hajlandóság miatt kifejezetten pozitívan értékeljük azokat, akik valóban rászánták az időt, hogy a munkát segítsék.

A kérdőív az alábbi kérdésekre kereste a választ:

1. **Kulturális desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával a leginkább elsődleges (direkt azért utazik) vagy másodlagos (nem direkt ezért utazik, de tartózkodása alatt igénybe vesz ilyen szolgáltatásokat) kulturális motivációjú utazó vendégeket képes megszólítani)
2. **Aktív turisztikai desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával a leginkább elsődleges (direkt azért utazik) vagy másodlagos (nem direkt ezért utazik, de tartózkodása alatt igénybe vesz ilyen szolgáltatásokat) aktív turisztikai motivációjú utazó vendégeket képes megszólítani)
3. **Bor-gasztro turisztikai desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával a leginkább elsődleges (direkt azért utazik) vagy másodlagos (nem direkt ezért utazik, de tartózkodása alatt igénybe vesz ilyen szolgáltatásokat) bor-gasztronómiai turisztikai motivációjú utazó vendégeket képes megszólítani)
4. **Négyévszakos desztináció** (a desztináció kínálatával és márkájával a leginkább képes 4 évszakosan vendégeket megszólítani)
5. **Nyári desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával leginkább nyáron képes vendégeket megszólítani)
6. **Téli desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával leginkább télen képes vendégeket megszólítani)
7. **Családi desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával leginkább gyermekekkel utazó vendégeket képes megszólítani)
8. **Szenior desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával leginkább idősebb vendégeket képes megszólítani)
9. **Prémium turisztikai desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával leginkább a magas minőséget kereső és magas költési hajlandóságú vendégeket képes megszólítani)
10. **Nyugat-európai vendégeket kiszolgáló turisztikai desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával

leginkább Nyugat-Európából (Ausztria, Németország, Olaszország, Szlovénia, Skandináv országok, Egyesült Királyság) érkező vendégeket képes megszólítani)

11. **Kelet-európai vendégeket kiszolgáló turisztikai desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával a leginkább Kelet-Európából (Lengyelország, Csehország, Szlovákia, Ukrajna, Románia, Moldova, Bulgária, Szerbia) érkező vendégeket képes megszólítani)
12. **Magasabb igényszintű és költési hajlandóságú vendégkört megszólító egészségturisztikai desztináció** (a desztináció kínálatával és imázsával a leginkább magas minőséget kereső és magas költési hajlandóságú egészségturisztikai motivációjú vendégeket képes megszólítani)

Kérdőívek kiértékelése

A **kulturális turisztikai profil** tekintetében nem érkeztek evidens válaszok; a szórás nagy volt és csak hét pont alatti átlagértékek születtek egy-egy desztináció kapcsán, ezért a 10 desztináció egyikéről sem volt megállapítható egyértelműen, hogy az direkt kulturális profillal rendelkező térség lenne. Az összesítés alapján a válaszadók többsége **Győr-Pannonhalmát, Pécs-Villányt és a Debrecen és térségét gondolja leginkább kulturális desztinációnak.** Utóbbit vélelmezhetően a neve befolyásolta, és „Debrecen" ebbe az irányba vitte el a gondolkodást. Az **egyes desztinációk közül saját profilját illetően egyébként csaknem mindegyik magáénak vallja a kulturális profilt.**

Az **aktív turisztikai desztinációs profil** tekintetében a várakozással ellentétes eredmények születtek. A **Mátra-Bükk** az előzetesen vélelmezett egyértelmű első hely helyett a **Balatonhoz** képest meglehetősen hátra szorult, és a Tisza-tó, mint Magyarország leginkább fejlődő ökoturisztikai desztinációja csupán a középmezőnyben foglal helyet. Az értékelők választásai alapján a Dunakanyar került a harmadik helyre. E körben a szakma definíciós zűrzavara is közrejátszhatott, ahány szereplő annyi féleképpen értelmezi az aktív turizmus fogalmát.

A **bor és gasztronómia** az egyetlen olyan termék alapú profil, amelyet szinte egyöntetűen mindenki azonosan rangsorolt, és amely sorrend teljes mértékben egybecseng az MTÜ tervezte jövőbeni márkaprofilokkal. **Tokaj csaknem minden válaszadó számára az elsőszámú bor- és gasztro turisztikai desztináció, amelyet Pécs-Villány, majd a Balaton követ.** Ezen sorrend inkább a jövőbeni elképzeléseket, mint a ma kínált és valóra váltott elérhető élményígéretet tükrözheti.

Érdekességképpen megjegyzendő, hogy a kérdőívet kitöltők közül a Tokaj és Nyíregyháza térség válaszadói gondolták a legkevésbé saját magukat boros desztinációnak (talán a leginkább és közelről ismerve a Tokaj márka percepciós és megélhető/valós különbségét). A Tokaj és Nyíregyháza térség egyébként a legtöbb ismérv tekintetében az utolsó helyek egyikén végez, amely annak tudható be, hogy a válaszadók többsége (amely alól természetesen kivételt a kiemelt térség saját szolgáltatói jelentenek) a Tokaj névvel azonosítja a desztinációt, és alapvetően nem társítják hozzá a turisztikai kínálat további elemeit (a zempléni várakat és kalandparkot, a nyíregyházi állatkertet és fürdőt stb.).

Az is látható volt, hogy amint egy desztináció (vagy akár település) profilját illetően az egyértelmű turisztikai termékprofil nem meghatározható (**vagy kimondottan a turisztikai szakmában dolgozó válaszadónak nincs semmilyen konkrét ismerete az egyébként versenytárs desztináció termékalapjáról**), a válaszadók többsége elbizonytalanodik. Nem történt ez másképp a négyévszakosság meghatározásában sem, ahol sokkal kisebb a szórás, mint bármilyen más ismérv esetén, azaz **csaknem minden válaszadó azt gondolja, hogy saját térsége egész éves kínálatot nyújt, de mint a térséget meghatározó tulajdonságot egyik térség sem tartja kiemelendőnek** (még a Balaton is meglehetősen alacsony összpontszámot ért el annak ellenére, hogy a marketingkommunikációban évek óta a „minden évszakban Balaton" áll a középpontban). Az összesített válaszok alapján a válaszadók által **leginkább négyévszakosnak gondolt térségek a Mátra-Bükk, a Debrecen és térsége és Pécs-Villány, amelyet kevéssel lemaradva a Balaton, majd Sopron-Fertő követ.**

A nyári desztináció meghatározásánál a vélemény már sokkal egyöntetűbb, **az első helyre csaknem minden válaszadó a Balatont tette** (az összes válaszadó 83,3%-a), amely után azonban szintén jelentős a tanácstalanság, így a válaszok itt is meglehetősen nagy szórást mutatnak, és nem tekinthetők egyértelműnek. **A második és harmadik helyre végül a Debrecen és térsége és meglepő módon a Dunakanyar került**, a **legkevésbé a főszezoni utazások célpontjának** (vélhetően a térség szakemberek általi ismeretlensége okán) **pedig Gyula és térsége bizonyult.**

A téli desztinációk meghatározása még nehezebbnek bizonyult a nyárinál, azonban ettől függetlenül itt is **egyértelmű az elsődleges szereplő beazonosítása:** ugyanakkor **a Mátra-Bükk** csupán a válaszok 54,8%-át tudhatja a magáénak, ám még így is jóval magasabb arányt elérve, mint a többi térség. A rangsorban **második helyre Sopron-Fertő, a harmadikra pedig Pécs-Villány került**, amely utóbbi térség már a négyévszakosság meghatározásánál is előkelő helyen szerepelt.

A leginkább családi desztináció kiválasztása azt a hagyományos gondolkodásmódot mutatja, amely a „nyár – fürdőzés - család" hármasával azonosítja a fogalomkört. Ezt igazolja, hogy a válaszadásokban érvényesült a „papírforma", azaz **az elsőszámú családi desztinációnak választott turisztikai térség a Balaton** (az értékelések során elért legmagasabb szinte szakmai konszenzusos pontszám – 9,04 pont). További, az átlagosnál magasabb pontszámot elért desztinációk a **Debrecen és térsége és a Mátra-Bükk.**

A szenior célcsoport és a szenior turizmus nem új keletű fogalmak a hazai turizmusban, azonban **a szegmens keresletét jellemzően a gyógyvendégekkel azonosítják**, amely a nyugat-európai (elsősorban Németország és Ausztria) viszonylatában hazai mértékkel nézve fizetőképes keresletet, a belföldi utazók körében azonban leginkább a társadalombiztosítási keret terhére fürdőgyógyászati szolgáltatások és az ehhez párosuló alacsony komfortfokozatú szállás igénybevételét jelenti. Ebből kiindulva – bár a rangsorolás itt sem határozott választásra utal, akárcsak a négyévszakos desztináció választásánál – **a lista elején azok a desztinációk szerepelnek, ahol olyan jelentős turisztikai kereslettel rendelkező fürdő található, amelyek esetében a gyógyturisztikai profilt meghatározónak vélik.** Így esett a választás a Debrecen és térségére Hajdúszoboszló okán, a Balatonra Hévíznek és Zalakarosnak köszönhetően és a Sopron-Fertőre, értve ezalatt Bükfürdő dominanciáját.

A legváltozatosabb eredményt a prémium desztináció választása hozta. Az ismérvhez tartozó magyarázat a következőképpen határozta meg a prémium turisztikai desztináció fogalmát: a desztináció kínálatával és imázsával a leginkább magas minőséget kereső és magas költési hajlandóságú vendégeket képes megszólítani. Ehhez képest **a prémium szerepek meghatározásakor sok esetben a presztízs és a vélt márkapozíció sokkal erőteljesebb szerepet játszott, mint a valós teljesítmény.** Így fordulhatott az elő, hogy az évről-évre piacvesztést alacsony szolgáltatási minősége okán elszenvedő Sopron-Fertő a rangsorban második helyezést ért el, vidéki viszonylatban a legmagasabb szállodai átlagárakat elérő Mátra-Bükk pedig csupán a hatodik. Az **egyértelmű választás csak a Balaton esetében igazolható**, a többi térség elért pontszáma rendre hét alatti átlagértéket mutat.

A legfőbb küldőországok beazonosítása okozott a legkevésbé dilemmát a válaszadók számára. Lokáció alapján az egyes térségek egyértelműen beazonosításra kerültek, így **az első három helyre a legtöbb nyugat-európai vendégforgalmat realizáló desztinációk kerültek: a Balaton, Sopron-Fertő és Győr-Pannonhalma.** Hasonlóan vitathatatlan a helyzet a leginkább Kelet-Európából vendégeket fogadó desztinációk tekintetében, **a válaszok visszatükrözik a kereskedelmi szálláshelyeken és a meghatározó turisztikai attrakciókban regisztrált külföldi vendégforgalmi adatokat.** A Balaton ebben a tekintetben is központi szerepet játszik, amelyet a keresleti adatok is visszaigazolnak.

A hazai vidéki turizmus keresletének döntő részét – a Balaton egyes szezonálisan kiemelkedő forgalmat realizáló helyszíneit kivéve – **azok a települések biztosítják, amelyek egészségturisztikai attrakcióval** (fürdővel és/vagy wellness-szállodával) **rendelkeznek.** Ennek a ténynek köszön-

hetően és a 2000-es évek fürdőfejlesztései okán (Széchenyi Terv) a desztinációk többsége turisztikai fejlődésének kulcsát az egészségturizmusban látja. **A turisztikai célú fürdő megléte azonban nem feltétlenül jelent egyet a magas igényszinttel és az ezzel párhuzamosan megjelenő magas költési hajlandósággal.** Az egészségturisztikai profillal (is) rendelkező desztinációk közül azok a jól prosperáló térségek, ahol a termék biztosítja a jövedelmezőséget (vagy legalábbis nem termel veszteséget), amelynek elengedhetetlen feltétele a fizetőképes turisztikai kereslet megléte.

A válaszadók többsége az eredmények alapján **vélelmezhetően az alapján tette sorrendbe a térségeket, hogy azok véleményük szerint milyen jelentőséggel bírnak az országos egészségturisztikai termékstruktúrában.** Az így kialakult sorrend szerint **az első helyre került a Balaton** (Hévíz, Zalakaros), **amelyet Sopron-Fertő** (Bükfürdő), **majd a Debrecen és térsége** (Hajdúszoboszló és Debrecen) követ.

Az MTÜ által összeállított felmérés elsődleges célja az volt, hogy a GINOP-1.3.4-17 konstrukció által létrejött konzorciumok által érintett **települések szereplői** (döntéshozók, szakmai szervezetek és turisztikai szolgáltatók) a hagyományos gondolkodásmód helyett – amelyben általában csak a saját teljesítményt elemzik és értékelik – **a lehatárolt 10 turisztikai térségre egyszerre tekintsenek rá, és így próbálják meghatározni saját desztinációik belföldi piaci pozícióját.**

A felmérésben megfogalmazott 12 állítás első olvasásra meglehetősen egyszerűnek tűnik, azonban, ha 10 desztinációt kell a szempontok alapján rangsorolni, az már sokkal összetettebb feladatot jelent annál, mint amikor a jól ismert saját térséget a meglévő tapasztalat és tudás alapján szükséges elhelyezni az ország turisztikai térképén.

Az alábbi táblázatban láthatók az egyes kérdésekre nyújtott válaszok súlyozott pontszámai, valamint a desztinációk elért helyezése. (Fentieben olvasható, hogy minden kérdésben a 10 desztinációt sorrendbe kellett állítani, ahol a 10 a leginkább jellemző az adott desztinációra. A táblázatban található értékek az egyes kérdésekben elért átlagos pontszámot jelentik, minél magasabb annál inkább jellemző a kérdés az adott térségre.) A **sárga kerettel kiemelt** értékek azt mutatják, hogy **az adott desztináció mely kérdésben kapta a legmagasabb pontszámot**, értéket. A **zöld színű háttér azt jelenti, hogy** azokban az adott kérdéskörben **ezen desztinációk kapták az első három legtöbb szavazatot**, azaz dobogós szinteket jelöl. A **piros háttérrel azt jelöltük, hogy egy adott desztináció melyik kérdésben kapta a legkevesebb pontszámot**, azaz melyik kérdésben nem asszociálnak rá egyáltalán.

A KÉRDŐÍVBEN SZEREPLŐ KÉRDÉSEKRE ADOTT VÁLASZOK SÚLYOZOTT PONTSZÁMAI
162 SZ. TÁBLÁZAT

	B	DT	D	GYP	GYT	MB	PV	SF	SZT	TNY
Kulturális	5,75	5,88	5,38	6,64	3,82	5,60	6,53	5,82	5,66	3,92
Aktív	8,41	5,82	6,44	5,03	2,94	7,57	4,49	6,11	3,30	4,88
Bor-gasztro	7,13	3,43	3,63	4,60	3,45	7,03	8,09	5,73	3,59	8,31
Négyévszakos	5,87	6,33	5,12	5,21	5,01	6,68	6,08	5,83	4,85	4,02
Nyári	8,92	6,71	6,32	4,71	4,04	5,30	4,11	5,51	4,59	4,76
Téli	5,25	5,89	5,06	5,23	4,78	8,19	5,90	6,21	4,51	3,98
Családi	9,04	7,18	5,68	4,58	4,62	6,85	3,86	5,35	4,45	3,38
Szenior	6,71	7,00	4,49	4,40	6,03	5,50	5,86	6,04	5,10	3,38
Prémium	7,77	5,4	6,29	5,84	3,30	5,76	5,83	6,70	3,82	4,29
Nyugat-európai vendégek	8,29	5,15	6,39	6,75	2,73	4,91	5,39	7,81	3,45	4,14
Kelet-európai vendégek	6,42	8,06	4,23	3,27	6,65	6,65	4,15	3,35	6,22	6,00
Prémium egészségturisztikai	8,48	6,97	4,20	4,78	4,96	6,08	5,26	7,18	4,24	2,86

Forrás: Magyar Turisztikai Ügynökség kérdőíves felmérés összefoglaló

A kitöltött kérdőívek kiértékelése **az előzetesen felállított hipotézist nagyrészt igazolta, miszerint a szereplők a hagyományosan elfogadott tézisek szerint gondolkodnak**, amikor egy-egy desztináció profilját és pozícióját meg kell határozni.

A kitöltéseket illetően összességében elmondható, hogy **a kérdőívet kitöltők saját desztinációjukat átlagosan egy helyezéssel mindig magasabbra pozicionálták, illetve mindegyik négyévszakos, kulturális és családi térségnek gondolta magát a többi értékelővel szemben.**

Az ismérvek közül a **kulturális, a négyévszakos és a szenior desztinációkban nem jelent meg egyértelmű állásfoglalás**, a kategóriák egyikben sem ért el egyetlen desztinációs sem hét feletti értéket.

A válaszadók összesített véleménye alapján az egyes desztinációkról alkotott kép az alábbiak szerint alakul:

- A **Balaton** a kitöltők számára a legismertebb, minden szempont tekintetében viszonylag magas pontszámo-

kat ért el. Az összesített vélemények szerint ez a térség **a leginkább aktív, nyári, családi, a legtöbb nyugat-európai vendéget fogadó és egyben az elsőszámú prémium egészségturisztikai desztináció** (azaz a 12-ből 6 szempont esetén is első helyezést ért el), legkevésbé pedig télen képes a vendégek megszólítására. Legfontosabb ismérve a **„nyári"**, a **„családi"** és a **„prémium egészségturisztikai"**.

- A kitöltői átlaggal szemben a Balaton minden szempontot illetően hátrébb sorolja magát, különösen a nyári és családi desztináció tekintetében.
- A **Debrecen és térsége** ma leginkább Hajdúszoboszlóval, illetve kisebb mértékben Debrecennel azonosítható, a Hortobágy és a Tisza-tó a térség megítélésében egyáltalán nem játszik szerepet. A kitöltők véleménye **alapján ez a térség a leginkább kelet-európai vendéget fogadó, szenior desztináció**. Legfontosabb ismérvként emellett a **„családi"** jelzőt kapta meg, legkevésbé pedig – érhető módon – a bor-gasztro profil illik rá. A megjelenő kép valós, a desztináció rendkívül fragmentált, azaz a térség kínálata egymástól teljesen elszeparált elemeket tartalmaz, nincs egységes márkavízió.
- A **Dunakanyar** egyetlen állítás esetén sem ért el hét pont feletti értéket, illetve egyetlen egyszer sem szerepel az első helyen, amely azt jelzi, hogy **a kitöltők véleménye szerint egyértelmű profillal nem meghatározható**. Az összesített vélemények szerint **a Dunakanyar egy nyári, aktív desztináció, amely Nyugat-Európából fogad jellemzően vendégeket**. A térség turisztikai kínálatából adódóan a legalacsonyabb értéket a bor és gasztronómia tekintetében érte el. A desztináció saját értékítéletében a téli desztináció sokkal jelentősebb szerepet játszik, és sokkal kevésbé tartja magát prémium desztinációnak a többi kitöltő véleményével szemben.
- **Győr-Pannonhalma** turisztikai térség értékei inkább a középmezőny alsó harmadához közelítenek, amely azt mutatja, hogy a térségi pozíció nem meghatározott. A kitöltések alapján ez a térség **a leginkább kulturális desztináció**, ugyanakkor ez a vélemény nem egyöntetű, az összesített pontszámok értéke csupán 6,64. A térségre jellemző további ismérvek a **„nyugat-európai vendégeket fogadó"** és a **„prémium"**, mely utóbbi esetén feltehetően a Pannonhalmához kapcsolható magas presztízs volt a domináns. A legalacsonyabb pontszám a kelet-európai vendégkörhöz kapcsolódik, amely arra utal, hogy a térség ez irányú kereslete (nem ismerve a jelentős méretű kelet-európai tranzitvendéget) nem ismert a kitöltők számára. A térségi kitöltők a desztinációt jellemzően hátrébb sorolják, mint a többi válaszadó.
- **Gyula és térsége** az a térség, amely szinte a legalacsonyabb pontszámokat kapta minden szempontnál (Szeged és térsége mellett), annak ellenére, hogy a desztináció válaszadói mindenhol magasabbra pozicionálják saját magukat. A térség alacsony ismertsége nem feltétlenül a megfelelő következtetésekhez vezetett, így a legfontosabbnak tartott ismérvek a **„kelet-európai vendégeket fogadó"**, a **„szenior"** és a **„négyévszakos"** lettek, illetve legkevésbé aktív desztinációnak tartják a kitöltők.
- A termék alapon könnyen profilizálható térség érdekes módon sem a kulturális terméknél, sem az egészségturizmusnál nem kapott kiemelkedő pontszámot, sőt a kultúra szempontjából az egyik legkevésbé értékelt desztináció. A legalacsonyabb értéket a 120 db számított pontszám között ez a desztináció kapta a nyugat-európai vendégek jelző esetében, mindösszesen 2,73 pontot.
- A kitöltők véleménye alapján **Mátra-Bükk** a Balaton után a legismertebb és legnépszerűbb térség, amely **a leginkább négyévszakos kínálatot biztosító, de a leginkább téli desztináció is egyben** (ebben a kategóriában egyértelműen csak ez a térség tekinthető téli desztinációnak). A térséghez kapcsolható legfontosabb ismérvek az **„aktív"** és Eger okán a **„bor-gasztro"**, illetve legkevésbé a nyugat-európai vendégek megszólítására képes. Az aktív desztinációnál elért második helyezés nem az előzetesen elvárt, kiemelkedően magas eredményeket hozta a térség számára.
- **Pécs-Villány** az általános értékítélet szempontjából a középmezőnyben helyezkedik el, elsőrangú eredményt egyetlen ismérv esetén sem tudott elérni. Turisztikai ter-

mékkínálata révén legfontosabb ismérvei a **„bor-gasztro”** (Tokaj után a második) és a **„kulturális”** (Győr-Pannonhalmát követően), továbbá még a **„négyévszakosság”** tekintetében kimagasló, amely a kategória harmadik legmagasabb értéke (a Mátra-Bükk és a Debrecen és térsége után). A desztináció az egyik legkevésbé családbarátnak ítélt helyszín, az elért 3,86 pontnál csak a Tokaj és Nyíregyháza 3,38 pontja volt alacsonyabb. A desztinációban elérhető két magas minőségű termék ellenére a desztináció maga sem pozicionálja magát a prémium desztinációk közé.

- **Sopron-Fertő** az összesített ranglista első harmadában szerepel, csaknem minden szempont esetén általánosan magasabb pontszámokat elérve, amely a térség esetében sokkal inkább a presztízst és a vélt márkapozíciót, mintsem a tényleges teljesítményt mutatja. Ennek ellenére kiemelkedő eredményt nem sikerült elérnie. A kitöltők véleménye szerint **a desztináció egy prémium, nyugat-európai vendégeket fogadó, és az egészségturisztikai terméken belül is prémium szintet elérő térség.** A legalacsonyabb pontszámot – jellemzően érthető okokból, figyelembe nem véve a cseh vendégforgalom Bükfürdőn való koncentrációját – a kelet-európai vendégek fogadását illetően érte el.
- **Szeged és térsége** (Gyula és térsége mellett) a legnehezebben meghatározható desztinációk közé tartozik; a kitöltők egyetlen ismérv kivételével – **„kelet-európai vendégeket fogadó”** – minden szempont esetén az alsó harmadba tették, az összesített vélemények alapján tehát a térség nem profilozható és pozíciója nem meghatározható. A legmagasabb eredményt (amelyek ismételten hangsúlyozva, összességében alacsony értékek) a fent említetten felül a **„kulturális”** és a **„szenior”** kategóriák esetében érte el, legkevésbé pedig aktív desztinációnak gondolják.
- **Tokaj és Nyíregyháza** szintén az alacsony helyezéseket elérő térségek közé tartozik, egyértelműen vezető szerep jut azonban számára a bor és gasztronómia termék terén. A térségre egyértelműen csak, mint **a leginkább bor-gasztro desztinációra** gondolnak a kitöltők, a desztináció egyéb lényegi (és a turisztika sikerességében ma jelentősebb) erősségei (zempléni várak, kalandpark, nyíregyházi állatkert és fürdő) a többi desztináció között nem tűnnek fel. A legmagasabb pontszámokat (amelyek akárcsak Szeged és térsége esetében, inkább alacsonynak tekinthetők) a **„kelet-európai vendégek”** és az **„aktív”** szempontok terén érte el, a legkevésbé a „prémium egészségturisztikai desztináció” ismérv vonatkozik rá. A térségi kitöltők a desztinációt még annál is kevésbé tartják prémiumnak, mint a többi desztináció válaszadói.

2.2.2. A desztinációkban zajlott szakmai workshopok összefoglaló értékelése

2020 nyarán a pandémiás helyzet első hullámát követően és a másodikat megelőzően sikerült **10 térségben szakmai workshopokat szervezni. A rendezvények célja az volt, hogy a térség meghatározó szereplői számára bemutatásra kerüljön, hogy hol tart a desztinációs vízióról való gondolkodás, milyen adatok kerültek elemzésre az eddigiek során, és hogy ennek ismeretében a résztvevők elmondják észrevételeiket és javaslataikat a készülő anyaggal kapcsolatban.** A meghívottak köre szinte megegyezett azokkal, akik a kérdőíves felmérésbe is bevonásra kerültek, ennek kizárólag az 50 főben limitált férőhely szabott határt. A Balaton esetében két csoport képződött, egyikben a döntéshozók, másikban pedig a szakmai szereplők ismerhették meg az előadásokat és mondhatták el a véleményüket.
A workshopok iránt mutatott érdeklődés igen széles skálán mozgott, összefoglalóan az alábbi táblázat mutatja a helyszíneket és a résztvevői létszámot.

SZAKMAI WORKSHOPOK
163 SZ. TÁBLÁZAT

Térség	Időpont	Helyszín	Meghívottak száma (fő)	Résztvevők száma (fő)
Balaton	2020. június 02.	Balatonfüred	113	55
Sopron–Fertő	2020. augusztus 10.	Sopron	52	16
Pécs–Villány	2020. augusztus 11.	Pécs	44	24
Szeged és térsége	2020. augusztus 12.	Szeged	34	12
Gyula és térsége	2020. augusztus 13.	Gyula	29	17
Tokaj és Nyíregyháza	2020. augusztus 14.	Nyíregyháza	34	9
Debrecen és térsége	2020. augusztus 17.	Debrecen	59	22
Budapest környéke (Dunakanyar)	2020. augusztus 18.	Budapest	58	32
Győr–Pannonhalma	2020. augusztus 19.	Győr	40	18
Mátra–Bükk	2020. augusztus 27.	Egerszalók	61	20

Forrás: Magyar Turisztikai Ügynökség

A workshopok megrendezését követően az alábbi megállapítások tehetők, melyek mutatják az eredményességet és az előttünk álló feladatokat is:

1. A meghívotti kör szélessége és viszonylag magas számai **ellenére az érdeklődés igen alacsony volt**, kivétel néhány desztinációban, mely okán érdemes a pandémia végén újra megszervezni a rendezvénysorozatot.
2. A meghívottak köréből sok esetben **nem azok a szakemberek vettek részt, akik döntési pozícióban vannak**, hatékonyabb lett volna a workshop az ő részvételükkel, hiszen az így az általunk felvázolt „feladatok" nem megfelelő személyhez kerültek, ezért vélelmezhető, hogy azok megvalósítása elmarad, a térség jövője szempontjából fontos lépések, változások nem fognak bekövetkezni. Az első fejezetben sikertényezőként említett vezetői elhivatottságot és elköteleződést (és annak hiányát) jól mutatja, hogy személyes jelenléttel a jelentős vendégforgalmat generáló települések közül csak 19 térségi/települési első számú vezető tette tiszteletét. A fenti résztvevői „féloldalasság" okán a jelenlévők sok esetben jelezték, hogy számos ilyen eseményen vettek részt közösen (ezt meg is beszélték), értik is a feladatot, de nincsenek döntési helyzetben.
3. A résztvevők rövidebb időt szántak a rendezvényre, jellemzően **a társaság egyharmada a workshop vége előtt távozott** (valós érdeklődés hiánya).
4. Egyes térségekben a bemutatott keresleti adatok és az erre épített pozíció heves, de építő jellegű vitát váltott ki, mely arra enged következtetést tenni, hogy **a helyben dolgozó kollégák másképp látják a saját térségeiket**.
5. **A legtöbbet emlegetett probléma** (résztvevők által) **az együttműködési készség hiánya**, mely belső tényezőként korlátozza a térség fejlődési pályáját és amelynek feladatai csak helyben határozhatók meg és kerülhetnek megoldásra.
6. A workshopok előadásainak témája **szemléletformálás**t is tartalmazott, melynek **ismétlése kulcsfontosságú a térségek fejlődése szempontjából**.
7. **Evidencia, hogy a térségek fejlődési lehetőségeit a benne dolgozó szakemberek határozzák meg a mindennapokban**, az ő ismereteik és **utazási szokásaik nagyban befolyásolják a változás lehetőségét.** Vannak olyan desztinációk, ahol a kollégák alig utaznak 150 km-es körzeten kívül, nincs valós személyes tapasztalatuk még a szomszédos desztinációról sem, nemhogy a távolabbi vagy nemzetközi versenytársakról. A munkát jelentősen könnyítené, ha számukra lehetővé válna távolabbi desztinációk megismerése is. **Az egyes attrakciók és szolgáltatók sem ismerik a versenytársaikat**, nem járnak sem egymáshoz, sem a versenytársaikhoz vagy hasonló szolgáltatókhoz megnézni, hogy ők hogyan csinálják.





2.3. Térségek keresletének elemzése

A lehatárolt térségek vendégforgalmi összehasonlítását és az adatok évek közötti változási dinamikáját elsősorban a KSH által közzétett adatok mentén végezzük el, hiszen az NTAK adatbázisában még nincs ehhez megfelelő mennyiségű adat. Ettől függetlenül egyes adatokat, melyek segítenek a térségekben zajló turisztikai folyamatok megértésében az NTAK alapján is bemutatunk és elemzünk.

A keresletelemzés évek közötti változásához az elmúlt 6 évet vizsgáltuk (2014-2019), ezen időtáv megfelelő a térségekben zajló folyamatok megismeréséhez, elemzéséhez, nagyobb időtáv vizsgálata nem tenné lehetővé a részletesebb értékelő megállapítások megtételét.

2.3.1. A térségek keresleti adatainak és azok változási dinamikájának összehasonlítása KSH adatok alapján

A HAZAI TURISZTIKAI TÉRSÉGEK VENDÉGFORGALMI ADATAI KSH ADATBÁZIS ALAPJÁN (2019)
164 SZ. TÁBLÁZAT

Térség	Vendégéj-szakák száma (db)	Vendégek száma (fő)	Átlagos tartózkodási idő	Belföldiek által generált átlagos tartóz-kodási idő	Külföldiek által generált átlagos tartóz-kodási idő	Külföldi vendégéjsza-kák arány (%)	Belföldi vendégéjsza-kák aránya (%)
Balaton	6 119 976	1 990 545	3,07	2,71	4,27	30,89%	69,11%
Mátra-Bükk	2 058 577	905 161	2,27	2,22	2,62	15,79%	84,21%
Budapest környéke	1 750 115	840 930	2,08	2,12	1,96	15,21%	84,79%
Debrecen és térsége	1 663 397	577 223	2,88	2,60	3,59	43,64%	56,36%
Bük-Sárvár	1 448 893	464 878	3,12	2,72	3,56	51,82%	48,18%
Győr-Pannonhalma	745 798	395 158	1,89	2,17	1,72	44,06%	55,94%
Pécs-Villány	629 744	269 436	2,34	2,72	3,95	23,82%	76,18%
Szeged és térsége	612 525	308 558	1,99	2,05	1,86	31,20%	68,80%
Tokaj és Nyíregyháza	524 056	264 903	1,98	1,93	2,14	25,47%	74,53%
Sopron-Fertő	491 421	214 054	2,30	2,13	2,65	26,11%	73,89%
Gyula és térsége	469 497	161 876	2,90	2,91	2,85	14,08%	85,92%

Forrás: KSH

Az adatokból jól látszik egyes térségek teljesítőképessége, bár árnyalja a képet a térségekhez tartozó települések száma (nagyobb településszámmal rendelkező térségek vendégforgalma jellemzően magasabb, mint az alacsonyabb településszámmal rendelkező desztinációkban: Gyula és térsége 2 település, Szeged és térsége 7 település, Budapest környéke 133 település). Egyértelműen látszik, hogy **a Budapesten kívül realizálódó vendégforgalomban a Balaton tölti be a vezető szerepet,** ez az előző fejezetben bemutatott belföldi piac NTAK adataiból

is kirajzolódott. **Második legnépszerűbb úti cél a Mátra-Bükk, melyet Budapest környéke, majd Debrecen és térsége követ**, Hajdúszoboszló markáns hozzájárulásával. Kissé félrevezető **a Budapest környékén realizálódó összesített adat**, hiszen ez **nem egy desztinációként él a hazai utazók fejében, ide tartozik a Dunakanyar**, a maga közel 700 ezer és **a Velencei-tó** a 350 ezer vendégéjszakájával, valamint **Székesfehérvár és Vecsés** 150-150 ezer vendégéjszakával. **1 millió vendégéjszakánál magasabb forgalmat realizál** az újonnan lehatárolt turisztikai térség (**Bük-Sárvár**), melyből nagyságrendileg 55-45%-os arányban osztozik a két fürdőtelepülés. **500 ezer feletti forgalmat generál további 4 térség: Győr-Pannonhalma, Pécs-Villány, Szeged és térsége, valamint a Tokaj és Nyíregyháza**, melyekről elmondható, hogy mindegyik megyei jogú városhoz és környékéhez köthető. Sopron-Fertő, valamint Gyula és térsége bír a legalacsonyabb keresleti mutatókkal, azonban Gyula és térségében csupán két település található, melyből a forgalom 91%-át Gyula önmaga generálja.

Az átlagos tartózkodási idő a Balatonon, Bük-Sárvár és Gyula térségében a legmagasabb, első kettő meghaladja a 3 éjszakát és az országos átlagot (2,5 éj) is. Országos átlag felett teljesít még Debrecen és térsége is. A magas tartózkodási időt mindegyik térségnél az egészségturisztikai kínálat (gyógyfürdők) biztosítják. Legalacsonyabb tartózkodási időt **Szeged és térsége, Tokaj és Nyíregyháza, valamint Győr-Pannonhalma térségekben realizálja, egyik helyen sem éri el még a 2 éjszakát sem**, ami jelentős mértékű átutazó és üzleti forgalomra enged következtetni.

Ha részleteiben vizsgáljuk a KSH adatai alapján elérhető kül- és belföldi vendégek által generált tartózkodási időt, akkor **három térségtől eltekintve mindenhol magasabb a külföldiek tartózkodási ideje, mint a belföldieké. Egyes térségekben ez jelentős különbséget jelent, ezek a Balaton, Debrecen és térsége, Bük-Sárvár, Pécs-Villány és Sopron-Fertő.** Ezen térségek **közös metszete** szintén **az egészségturisztikai kínálat**, azaz kijelenthető, hogy a külföldi vendégek számára elsősorban a gyógyfürdőink értékesíthetők, valamint, hogy ezen térségekben a magas átlagos tartózkodási időt a külföldi vendégek által eltöltött átlagos napok száma húzza fel. A hazai keresletben a térségek, melyekben a szabadidős turizmus domináns jellemzően hétvégi „wellness" keresletet generálnak.

A külföldi kereslet tekintetében kiemelkedő Bük-Sárvár, Debrecen és térsége és Győr-Pannonhalma, mindegyik térség nemzetközi kereslete mással indokolható. Bük-Sárvár keresletét a két meghatározó fürdő generálja, Debrecen és térségének keresletét jelentősen meghatározza a nemzetközi repülőtér, az egyetem és természetesen Hajdúszoboszló, Győr-Pannonhalma térségében pedig (a jelentős tranzitforgalom mellett) az üzleti turizmus generálja a külpiaci keresletet legnagyobb mértékben. **A legalacsony külföldi vendégforgalmat Gyula és térsége, Budapest környéke és a Mátra-Bükk realizálja.**

Az egyes desztinációk lehetőségeinek, részbeni teljesítményének összehasonlítása érdekében megvizsgáltuk az egyes meghatározó keresleti adatok elmúlt 6 évben történ változását, növekedését. Az alábbi táblázat mutatja az eredményeket, melyről az alábbi megállapítások tehetők:

- **a desztinációkban éjszakát eltöltő vendégek számában történő növekedés 27% feletti** (az országos átlag 34%), két kivételtől eltekintve (Bük-Sárvár 16,4%, Sopron-Fertő 9%). **Kiemelkedően teljesített Budapest környéke, Győr-Pannonhalma és Szeged és térsége.** Fontos **ugyanakkor** megjegyezni az előző táblázat alapján tett megállapítást, hogy **ezen térségek egyike sem éri el átlagos tartózkodási időben a 2 napot, mely átutazó vagy üzleti forgalomra enged következtetni.** Tehát kiemelkedő mértékű növekedés nem a szabadidőturizmus növekedésének tudható be.
- **a vendégéjszakák számát vizsgálva** hasonló helyzetet tapasztalhatunk, a növekedés **két térség esetében kiemelkedő, 50%-ot meghaladó (Budapest környéke és Szeged és térsége), 5 térségben 20%-ot meghaladó növekedést láthatunk és 3 térség esetében ennél alacsonyabb értéket.** (Az országos átlag 29%). **A két fürdőprofillal rendelkező térség – Bük-Sárvár és Gyula és térsége alig haladja meg a 10%-ot, ami arra enged**

következtetni, hogy mindkét térség elérte a teljesítőképessége határát, azonban ez majd a desztinációs adatokat elemezve lesz stabilan kijelenthető. Debrecen és térsége, valamint a Balaton nem éri el az országos átlagot a növekedés tekintetében, azonban itt olyan bázisértékekről beszélhetünk, ahol a növekedés intenzitása nem tud olyan magas lenni. Fontos üzenet azonban, hogy **egyetlen térség van az országban, ahol az elmúlt 6 év tekintetében csökkent a vendégéjszakák száma, annak ellenére is, hogy a vendégeké növekedett és ez a Sopron-Fertő térsége.**

- **a belföldiek által eltöltött átlagos tartózkodási idő minden térségben** – két kivételtől eltekintve (táblázat alapján Budapest környéke, Pécs-Villány) – **csökkenő tendenciát mutat,** ami rossz hír azon desztinációknak, ahol a termékalapnak köszönhetően (egészségturizmus) eddig viszonylag magas értékek voltak láthatók, hiszen ez azt mutatja, hogy nem tudják megtartani az alapmotivációhoz illeszkedő célközönséget. Bár megjegyzendő, hogy az alapmotiváció gyengülése mellett az átlagos tartózkodási idő csökkenése a megváltozott utazási szokások eredménye is.
- a belföldi és külföldi vendégéjszakák számát vizsgálva elmondható, hogy **a belföldi növekedés dinamikusabb, Sopron-Fertő kivételével** szép eredményt mutatnak. **A külföldi kereslet a térségek felében jelentős növekedést mutat,** azonban a Balaton, Pécs-Villány, Sopron-Fertő, Bük-Sárvár és Tokaj és Nyíregyháza tekintetében nem tapasztalható kiugró eredmény. Érdekes, hogy **a legmagasabb külföldi vendégéjszaka arányt a Bük-Sárvár térség realizálja még úgy is, hogy a növekedés alapvetően alig haladja meg az 5%-ot.** Gyula és térsége esetében a növekedés láthatóan a külpiaci kereslet emelkedése okozza.
- **a külföldiek által eltöltött átlagos vendégéjszakák száma nem mutat jobb képet a belföldi tartózkodási idő változásától, itt is folyamatos csökkenés látható,** sajnos nagyobb mértékű, mint a belföldi eredmények tekintetében.

A HAZAI KERESLETI ADATOK VÁLTOZÁSA AZ ELMÚLT 6 ÉVBEN KSH ADATOK ALAPJÁN (2019/2014)
(A KERESKEDELMI SZÁLLÁSHELYEK VENDÉGÉJSZAKÁI ALAPJÁN) 165 SZ. TÁBLÁZAT

Adatok változása az elmúlt 6 év tekintetében (%)	Balaton	Mátra-Bükk	Debrecen és térsége	Budapest környéke	Bük-Sárvár	Győr-Pannonhalma	Szeged és térsége	Pécs-Villány	Sopron-Fertő	Tokaj és Nyíregyháza	Gyula és térsége
Vendégek száma	127,0%	135,7%	129,0%	159,6%	116,4%	141,3%	159,9%	132,2%	109,0%	138,3%	131,4%
Vendégéjszakák száma	118,8%	134,1%	124,9%	163,8%	112,4%	134,4%	155,3%	130,2%	96,0%	122,1%	112,8%
Átlagos tartózkodási idő (éjszaka)	93,6%	98,8%	96,8%	102,6%	96,6%	95,1%	97,1%	98,5%	88,1%	88,3%	85,8%
Belföldi vendégéjszakák száma	124,4%	137,0%	120,6%	162,0%	119,9%	132,4%	158,2%	136,6%	90,3%	127,8%	109,0%
Belföldiek átlagos tartózkodási ideje	97,1%	99,6%	97,1%	108,0%	93,1%	93,6%	99,1%	101,8%	81,8%	87,3%	84,8%
Külföldi vendégéjszakák száma	108,6%	120,5%	133,5%	169,6%	106,6%	135,9%	149,2%	110,7%	107,3%	107,8%	143,1%

Adatok változása az elmúlt 6 év tekintetében (%)	Balaton	Mátra-Bükk	Debrecen és térsége	Budapest környéke	Bük-Sárvár	Győr-Pannonhalma	Szeged és térsége	Pécs-Villány	Sopron-Fertő	Tokaj és Nyíregyháza	Gyula és térsége
Külföldiek átlagos tartózkodási ideje	88,0%	96,5%	93,4%	86,6%	101,6%	96,3%	93,1%	89,7%	101,2%	92,1%	94,3%
Külföldi vendégéjszakák aránya	91,4%	89,8%	106,9%	103,6%	94,9%	101,1%	96,1%	85,0%	111,8%	88,4%	126,8%

Forrás: KSH

SZÍNMAGYARÁZAT A 165. SZÁMÚ TÁBLÁZATHOZ, 35. SZ. ÁBRA

kiemelkedő növekedést realizált (a növekedés mértéke meghaladja a 40%-ot)	
növekszik (a növekedés mértéke 15-40%)	
növekszik (a növekedés mértéke eléri a 15%-ot)	
stagnál (a növekedés nem éri el az 5%-ot)	
csökkenő tendenciát mutat (5%-nál kisebb mértékben)	
csökkenő tendenciát mutat (5%-nál nagyobb mértékben)	

Az egyes térségek vendégforgalmi adatait havi szinten vizsgálva (a kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakái alapján) az alábbi megállapítások tehetők:

- az egyes desztinációk szezonális kitettsége, azaz a szezonális kereslet dominanciája eltér egymástól. Vannak térségek, ahol a nyári hónapokban realizálódik a kereslet döntő része, és vannak olyan desztinációk, ahol ez kiegyenlítettebb. Ezek függnek az adott térség attrakcióitól, azok típusától (nyári vagy egész évben elérhető), és a szezonális egységek arányától is.
- **legnagyobb szezonális kitettség továbbra is a Balatonon látható, a szezonális koncentráció itt a legmagasabb 55,4%,** ami azt jelenti, hogy a június, július és augusztus hónapokban képződik az éves vendégforgalom több mint fele.
- **40% feletti értékkel bír Tokaj és Nyíregyháza, Debrecen és térsége, Budapest környéke és Pécs-Villány.** Ezen desztinációk közül mindegyik esetében egyértelműen a nyári strandi funkciónak köszönhető ez az érték (Nyíregyháza, Hajdúszoboszló, Velencei-tó, Harkány).
- **a legkisebb szezonális kitettség Bük-Sárvár térség esetében látható (32,7%), ami azt jelenti, hogy az erős nyári vizes élményelemekhez köthető funkciók ellenére az egész éves kereslet stabil.** Feltételezhető, hogy a stabil kereslet a településeken (Sárvár és Bükfürdő) található szállodák értékesítésének is köszönhető, nem egyértelműen a fürdő szolgáltatások igénybevétele generálja a vendégforgalmat, de az utazási döntést meghatározza.
- ha azt vizsgáljuk, hogy egyes desztinációkban mekkora különbség van a leggyengébb és a legnagyobb forgalmat produkáló hónapok között, akkor látható, hogy **a Balaton esetében** van óriási különbség 6,8, vagyis **augusz-**

tusban (amikor a Balaton „megtelik”) 6,8-szor több vendégéjszaka keletkezik, mint januárban.

- viszonylag magas értéket láthatunk **Tokaj és Nyíregyháza esetében is, ahol szintén augusztusban 5,3-szor annyi vendégéjszaka realizálódik, mint januárban, valamint Pécs-Villány esetében 4,2-szeres a különbség** június és január között
- a többi térségben viszonylag kiegyenlített ez az arány 3-szoros érték körül mozog
- legkisebb különbség a hónapok közötti vendégforgalom mértékében **Bük-Sárvár térségében** tapasztalható, itt **a leggyengébb (január) és a legerősebb (augusztus) hónapok között az eltérés csupán 2,2-szeres.**
- összességében elmondható, hogy **a szezonális kitettsége a Bük-Sárvár térségnek a legalacsonyabb,** stabil és kiegyenlített kereslet jellemzi az összes

A DESZTINÁCIÓK KERESLETÉNEK SZEZONÁLIS ELOSZLÁSA (2019)
166 SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció	Január	Február	Március	Április	Május	Június	Július
Balaton	198 311	216 890	273 011	315 935	420 609	701 092	1 325 635
Budapest környéke	73 420	74 330	86 862	103 830	115 801	142 863	273 577
Bük-Sárvár	84 507	96 158	107 205	115 832	117 966	122 891	163 267
Debrecen és térsége	87 053	88 775	98 624	107 284	124 811	160 851	254 804
Győr-Pannonhalma	37 833	38 326	48 919	57 445	64 585	67 800	93 281
Gyula és térsége	25 400	25 714	29 842	37 357	38 775	42 589	61 299
Mátra-Bükk	104 947	110 998	128 815	147 289	168 643	195 403	279 909
Pécs-Villány	22 432	23 794	34 921	43 901	54 015	93 686	76 437
Sopron-Fertő	18 677	20 775	26 992	40 261	43 447	47 634	56 381
Szeged és térsége	33 506	37 910	40 672	47 201	50 715	53 336	76 714
Tokaj és Nyíregyháza	17 909	18 675	25 834	38 668	44 699	55 647	84 777

hónapot (tehát ő a leginkább négyévszakos kínálattal rendelkező desztináció), a **legnagyobb kitettsége pedig a Balaton térségnek, Pécs-Villánynak, valamint Tokaj és Nyíregyháza térségnek van** (vagyis a Balaton egyedi helyzetétől eltekintve ezek a térségek nyári vagy maximum háromévszakos desztinációként értelmezhetők). A többi desztináció esetében közel azonos keresleti eloszlás tapasztalható.

Augusztus	Szeptember	Október	November	December	ÖSSZESEN	Koncentráció	Legerősebb és leggyengébb hónap aránya
1 357 598	448 907	350 094	269 521	235 193	6 112 796	55,4%	6,8
188 128	112 382	105 834	85 123	79 396	1 441 546	41,9%	3,7
183 212	115 700	126 001	112 987	89 345	1 435 071	32,7%	2,2
286 681	133 410	123 383	108 638	87 670	1 661 984	42,3%	3,3
109 314	58 750	56 727	56 375	50 154	739 509	36,6%	2,9
63 669	38 851	41 808	34 333	28 396	468 033	35,8%	2,5
303 032	162 007	177 436	138 973	125 463	2 042 915	38,1%	2,9
88 525	50 694	53 685	44 733	36 044	622 867	41,5%	4,2
61 432	45 794	44 601	28 195	30 184	464 373	35,6%	3,3
86 509	50 418	47 133	41 902	41 142	607 158	35,7%	2,6
94 806	41 661	39 799	29 984	22 950	515 409	45,6%	5,3

Forrás: KSH

2.3.2. Térségi keresletelemzés az NTAK adatai alapján

A következő fejezetrészben az NTAK adatbázisból kinyerhető vendégforgalmi adatok elemzése történik meg. Ezen adatok nem, vagy csak részben érhetők el a KSH adatbázisból (pl. az átlagos tartózkodási idö), ugyanakkor ahol úgy véljük pontosabb értéket kaphatunk a NTAK adatbázisból származó adatokat is röviden bemutatjuk.

Átlagos tartózkodási idő

A turisztikai térségekben vizsgált adatok alapján **a belföldi vendégek által generált átlagos tartózkodási idő kapcsán az alábbi megállapítások tehetők:**

- **az országos átlag 2,31 éj, Budapest nélküli az országos átlag 2,33 éj**, valamivel magasabb, mint a fővárossal együtt
- **átlagot meghaladó** belföldi tartózkodási **időt realizál** sorrendben a **Gyula és térsége** (2,77 éj), **Bük-Sárvár** térség (2,69 éj), a **Balaton** (2,61 éj), a **Debrecen és térsége** (2,36 éj) és a **Sopron-Fertő térsége** (2,34 éj)
- az átlagot meghaladó térségekről elmondható, hogy **mindegyik meghatározó gyógyfürdővel rendelkezik, feltételezhetően ennek köszönhető az átlag feletti teljesítmény.** A Balaton esetében annak ellenére, hogy első számú üdülőrégióként tartjuk számon az átlagos tartózkodási idő a rövidebb távú tartózkodás magasabb arányát feltételezi. Gyula vonzereje a küldőpiacoktól való távolsága ellenére jelentős, a magas tartózkodási idő annak tudható be, hogy ha valaki vállalja a hosszabb utazási időt, akkor nem csupán hétvégére tervez, hanem 3-4 napot tölt a desztinációban.
- a **legalacsonyabb tartózkodási időt a Tokaj és Nyíregyháza térség realizálja** 1,82 éj.

Ha a belföldi tartózkodási időt a belföldi küldőpiacok oldaláról vizsgáljuk, akkor **a megyék közötti eloszlásban átlag feletti tartózkodási időt generálnak a következő megyékből érkező vendégek:** Békés, Bács-Kiskun, Fejér, Heves, Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok, Komárom-Esztergom, Nógrád, Somogy, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Tolna és Veszprém megye**. A fennmaradó megyék, melyek átlag alatt teljesítenek:** Pest, Győr-Moson-Sopron, Csongrád-Csanád, Baranya, Vas, Zala, Borsod-Abaúj -Zemplén.

A külföldi vendégek által generált átlagos tartózkodási idő kapcsán az alábbi megállapítások tehetők:

- **az országos átlag 2,62 éj,** mely 15%-kal magasabb, mint a belföldiek által generált átlagos tartózkodási idő
- **a Budapest nélkül számított külföldiek által generált országos átlag 3,17 éj**, mely 36%-kal magasabb, mint a belföldi tartózkodási idő. Azaz a külföldi hosszabb tartózkodási időt a vidéki desztinációk generálják, ezért is látható sok átlag feletti érték.
- **átlagot meghaladó teljesítménnyel bír sorrendben Debrecen és térsége** (5,68 éj), a **Balaton** (4,1 éj), **Bük-Sárvár térsége** (3,24 éj), **Budapest környéke** (3,19 éj), valamint **Gyula és térsége** (2,77 éj), mely utóbbi ugyan az országos átlagot meghaladja, azonban a vidéki átlagot nem éri el
- **legalacsonyabb tartózkodási idő Győr-Pannonhalma térségben látszik (1,72 éj),** azonban, ha korrigáljuk a Hegyeshalmon realizálódó egy éjszakás átutazó forgalommal, akkor Tokaj és Nyíregyháza mutatja a leggyengébb adatot (1,87 éj)

A NTAK adatbázisban vizsgált adatok alapján elkészítettük az egyes desztinációk vendégkörének megyei eloszlását, azaz, hogy az adott desztinációba, mely megyékből hány százaléka érkezik a vendégeknek. Tettük ezt azért is, hiszen **alapvetően úgy véljük, hogy egy adott térség küldőpiaca jellemzően a saját megyéje és a szomszédos megyék, kiegészülve Budapesttel (Pest megyével), melyek a korábban is részletezett maximum 2,5-3,5 órás autóútra lévő koncentrikus körbe esnek.** Természetesen, ha egy térség a határ mellett fekszik, ez ugyanúgy érvényes a külföldi szomszédos megyére is, ezen logika mentén ezt a vendégforgalmat mi a nemzetközi kereslet speciális megjelenési formájának tekintjük. Sorrendbe téve, hogy egy-egy desztináció vendégforgalmának hány százalékát adják a szomszédos megyék és Pest megye az alábbi táblázat szemléleti.

A SZOMSZÉDOS MEGYÉK, BUDAPEST ÉS PEST MEGYE VENDÉGFORGALMÁNAK ARÁNYA EGYES DESZTINÁCIÓKBAN
167 SZ. TÁBLÁZAT

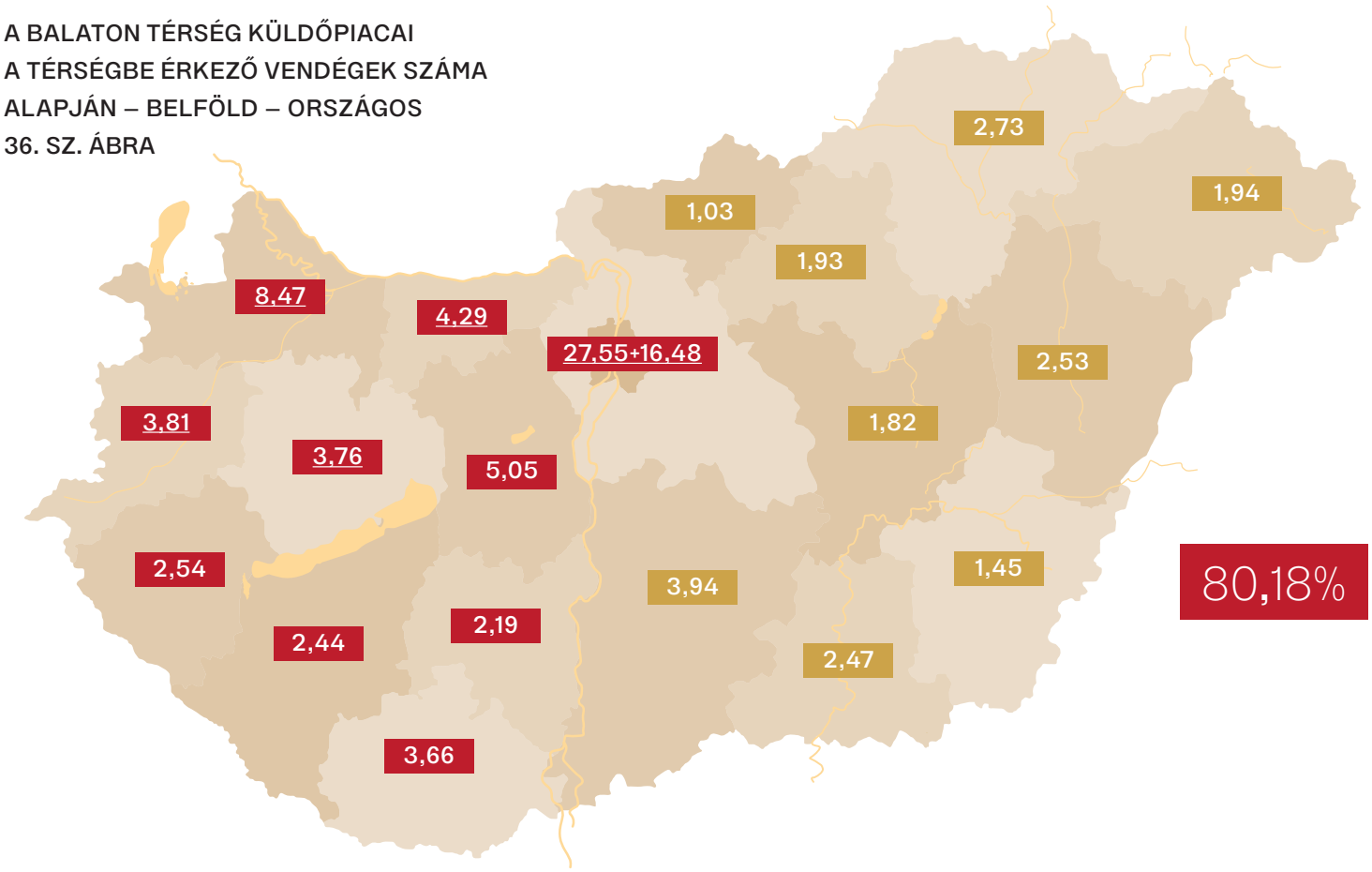
Turisztikai térség	Vendégforgalom aránya (%)
Balaton	80,18
Mátra-Bükk	73,28
Debrecen és térsége	85,78
Budapest környéke	79,74
Bük-Sárvár	67,68
Győr-Pannonhalma	58,99
Szeged és térsége	61,33
Pécs-Villány	59,37
Sopron-Fertő	65,35
Tokaj és Nyíregyháza	70,87
Gyula és térsége	60,75

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az adatokból jól látható, hogy **mindegyik térség vendégforgalmának 60-80%-át a szomszédos megyéi és Budapest-Pest megye adják**, ezen kívül még a könnyen elérhető megyék biztosítanak nagyobb vendégforgalmat. Amennyiben egy térséghez autópálya vezet, akkor látható, hogy a 2,5-3,5 órás autóút miatt egy desztináció, akár egy harmadik „szomszédos" megyét is jó eséllyel meg tud szólítani, de ez annak is függvénye, hogy „útközben" van-e olyan helyszín, mely hasonló kínálattal rendelkezik, ezáltal közelebb is kielégíthető a fogyasztói igény.

Az egyes desztinációk részletes adatait az alábbi térképek mutatják (forrás: NTAK alapján saját szerkesztés). A pirossal jelölt megyék a szomszédos megyék, Budapest, valamint Pest megye. Az adott megyéhez társított értékek az adott megye részesedését jelentik az adott desztináció vendégforgalmából. Az aláhúzott értékek azt jelentik, hogy a megye lakosságszámához képest (vagyis, hogy az adott megye az ország összlakosságának hány %-át adja) az adott megyei küldőterület felülreprezentált.

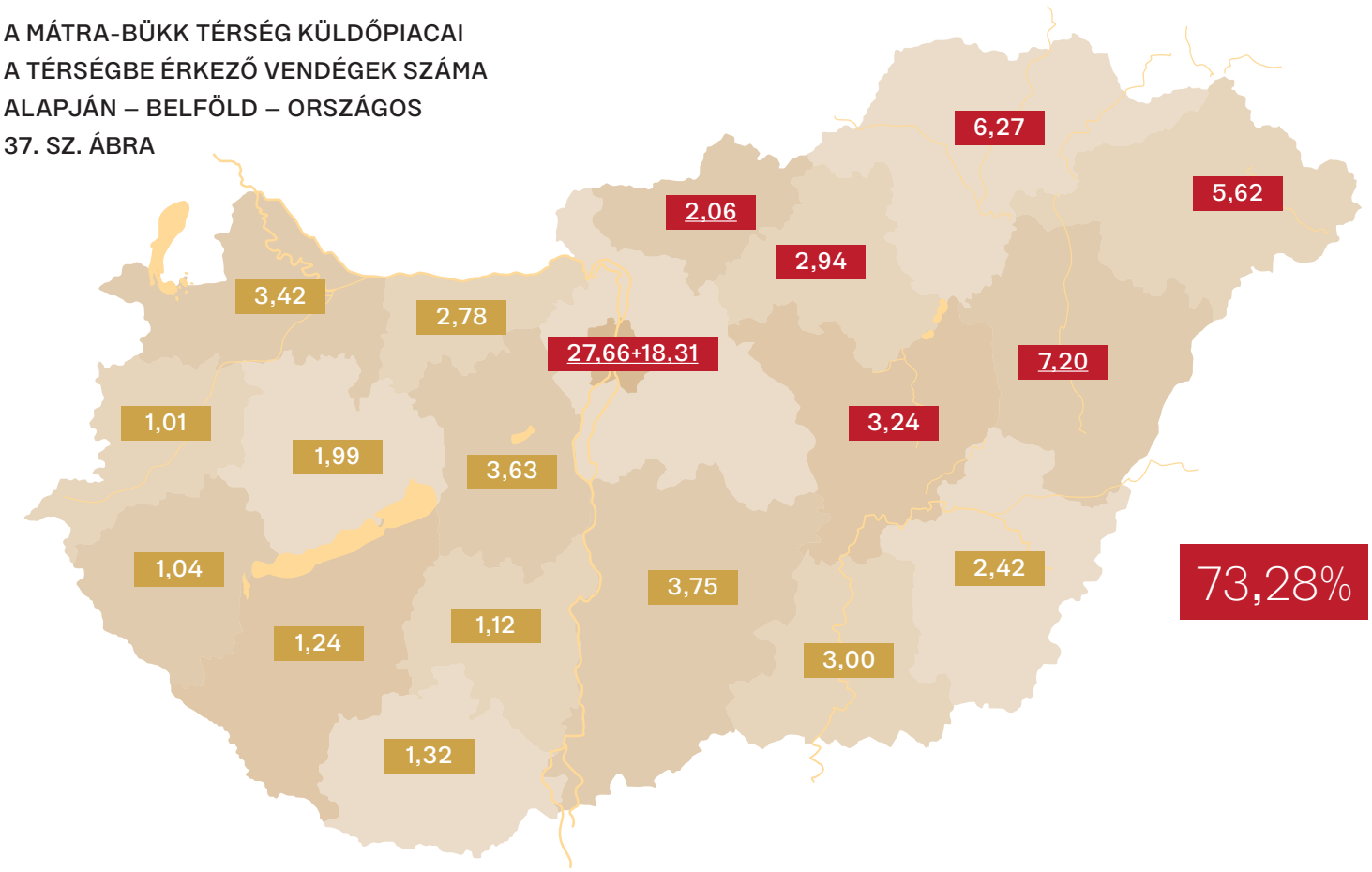
A BALATON TÉRSÉG KÜLDŐPIACAI
A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK SZÁMA
ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
36. SZ. ÁBRA



A Balaton térség saját (Veszprém, Somogy és Zala) és szomszédos megyéi a teljes nyugati országrészt lefedik, hiszen a Balaton térség eleve három megyét érint. A szomszédos megyék: Győr-Moson-Sopron, Komárom-Esztergom, Fejér, Vas, Baranya, Tolna.

- a Balaton térség saját és szomszédos megyéinek vendégforgalma 36,21%, kiegészülve Pest megyével (és Budapesttel) az értéke 80,18%, azaz a teljes forgalom több mint 80%-a érkezik a fővárosból, Pest megyéből és az ország nyugati feléből.
- az egyes megyék által generált vendégéjszakák száma a lakosságszámhoz képest felülreprezentált Vas, Győr-Moson-Sopron, Komárom-Esztergom, Veszprém, Pest és Baranya megyékben. Azaz ezen megyékből a lakosság arányához képest magasabb az utazási kedv, mint a másik megyékből.
- a déli parthoz közelebb fekvő megyék szerepe (Zala, Somogy, Tolna) kevésbé meghatározó, mint a kelet-magyarországi Bács-Kiskun, Hajdú-Bihar és Borsod-Abaúj-Zemplén megyéké.

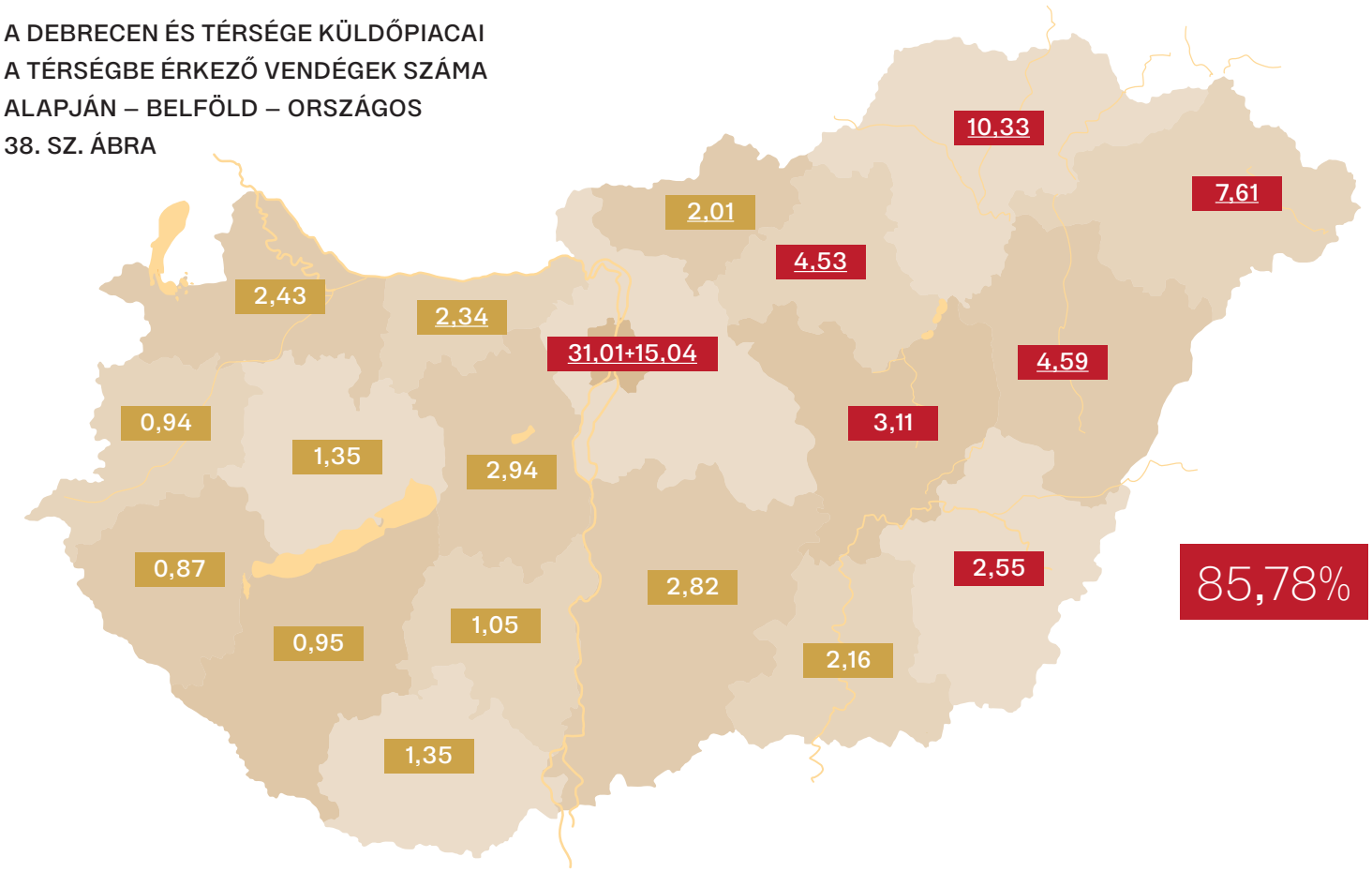
A MÁTRA-BÜKK TÉRSÉG KÜLDŐPIACAI
A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK SZÁMA
ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
37. SZ. ÁBRA



A Mátra-Bükk térség saját és szomszédos megyéi összesen 7 megyét érintenek: Borsod-Abaúj-Zemplén, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Hajdú-Bihar, Heves, Jász-Nagykun-Szolnok, Nógrád és Pest megye.

- a saját és szomszédos megyék, valamint Budapest adják a teljes vendégforgalom 73,28%-át, melyből Hajdú-Bihar, Budapest, Pest és Nógrád megye a lakosságszámhoz viszonyítva felülreprezentált.
- a desztináció jelentős keresletet generál még a kelet-magyarországi megyékből (Bács-Kiskun, Csongrád-Csanád és Békés), valamint a Nyugat-Magyarországon fekvő Fejér, Komárom-Esztergom és Győr-Moson-Sopron megyékből. Azaz megállapítható, hogy a Mátra-Bükk térség iránti kereslet túlnyúlik a szomszédos területein, vagyis látható és értelmezhető az ország azon pontjairól is, ahonnan autópályán viszonylag megfelelően elérhető.
- a térség nem tudja vagy kismértékben tudja megszólítani a távolabbi és rossz elérhetőséggel rendelkező megyéket, mint Baranya, Tolna, Somogy, Zala, Vas és Veszprém.

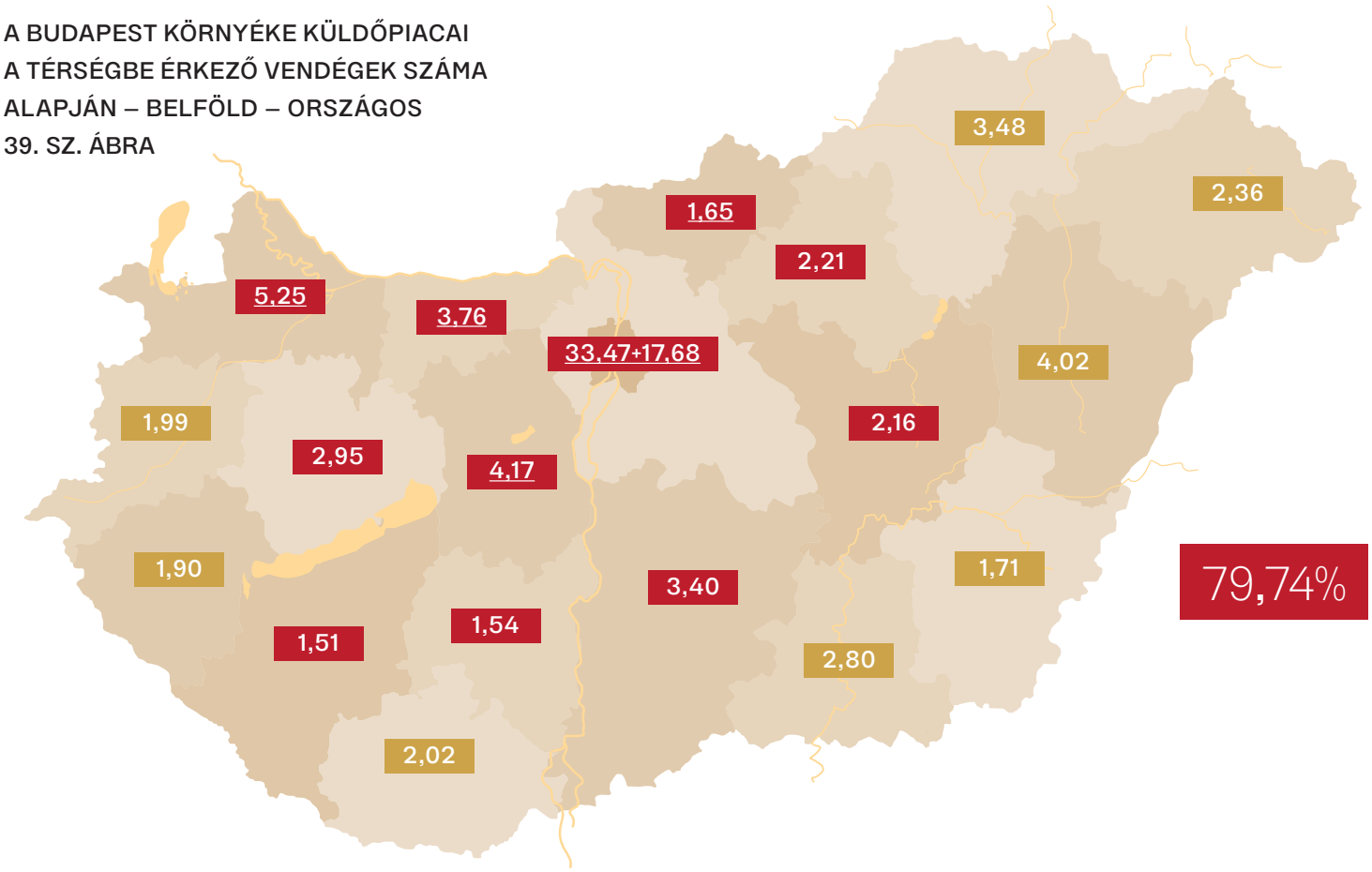
A DEBRECEN ÉS TÉRSÉGE KÜLDŐPIACAI
A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK SZÁMA
ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
38. SZ. ÁBRA



A Debrecen és térsége saját és szomszédos megyéi, kiegészülve Budapesttel és Pest megyével szintén 7 megyét érintenek: Borsod-Abaúj-Zemplén, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Hajdú-Bihar, Békés, Jász-Nagykun-Szolnok, Heves és Pest megye.

- a szomszédos megyék és Pest megye (Budapesttel együtt) a térségi vendégforgalom 85,78%-át generálja, az összes desztináció közül ez a legmagasabb érték, ami azt jelenti, hogy a desztináció valós kereslete korlátozódik a szomszédos területekre, tehát az ország többi részéről viszonylag alacsony keresletet generál,
- a saját és szomszédos megyék közül lakosságszámhoz viszonyítva felülteljesít Budapest, Pest, Borsod-Abaúj-Zemplén, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Heves, valamint a saját Hajdú-Bihar megye,
- a lakosságszámhoz viszonyítva felülreprezentált a kereslet Nógrád és Komárom-Esztergom megyékből,
- a térség egyáltalán nem jelent utazási motivációt az ország nyugati, dél-nyugati részéből (Vas, Zala, Somogy, Tolna, Baranya, Veszprém).

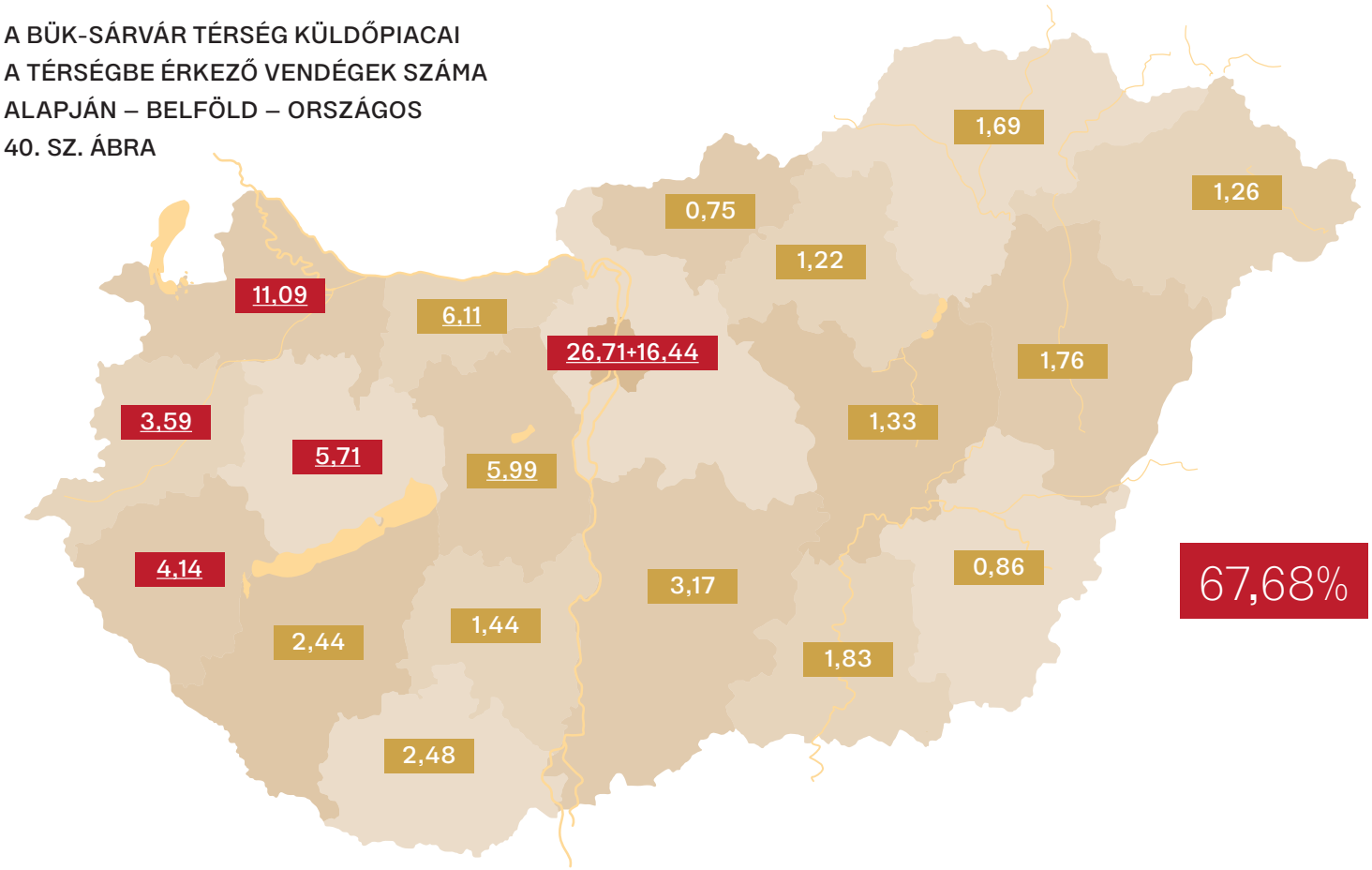
A BUDAPEST KÖRNYÉKE KÜLDŐPIACAI
A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK SZÁMA
ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
39. SZ. ÁBRA



Budapest környéke küldőpiacai kissé nehezen elemezhetők, mivel nem egységes fogadóterületről beszélhetünk, a Budapest környékén lévő 133 települést foglalja magába Dunakanyarral, Velencei-tóval és kiugróan magas vendégforgalommal rendelkező, nem szabadidős motivációjú településekkel (Vecsés, Székesfehérvár). A desztináció saját és szomszédos megyéi (11): Győr-Moson-Sopron, Komárom-Esztergom, Veszprém, Fejér, Somogy, Tolna, Bács-Kiskun, Jász-Nagykun-Szolnok, Heves, Nógrád és Pest megye.

- a szomszédos és saját megyéi, valamint Budapest a teljes vendégforgalom 79,74%-át generálják, melyből lakosságszámhoz viszonyítva felülreprezentált Győr-Moson-Sopron, Komárom-Esztergom, Nógrád, Fejér és Pest megye (Budapesttel együtt),
- a legmagasabb forgalmat Budapesten és Pest megyén kívül Győr-Moson-Sopron megye generálja,
- jelentős forgalmat realizál Hajdú-Bihar és Borsod-Abaúj-Zemplén megye is, feltételezhetően átutazó motivációval a M1-es autópályához közeli szálláshelyeken.

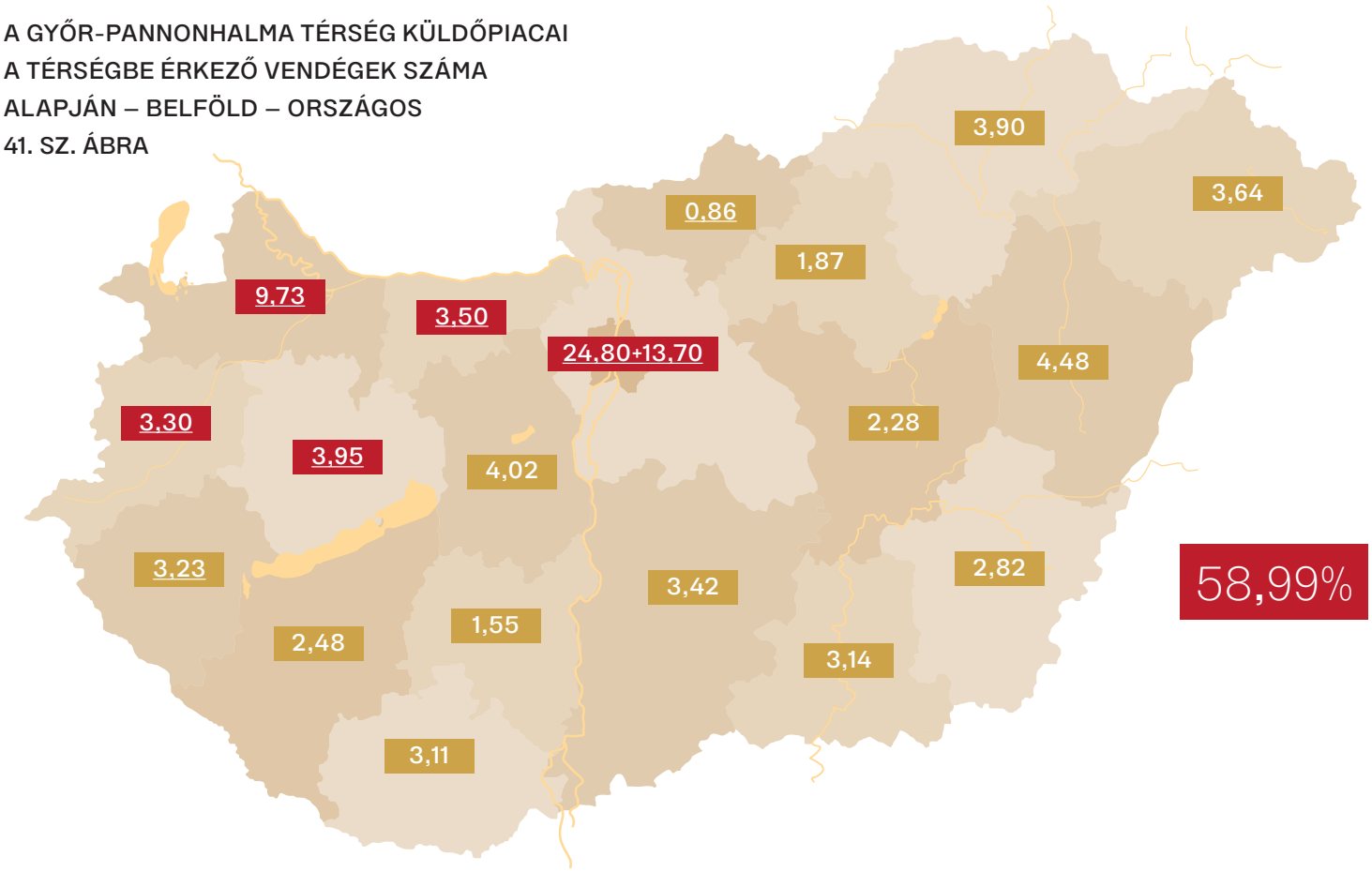
A BÜK-SÁRVÁR TÉRSÉG KÜLDŐPIACAI
A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK SZÁMA
ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
40. SZ. ÁBRA



A Bük-Sárvár térség saját és szomszédos megyéi (4): Veszprém, Vas, Zala és Győr-Moson-Sopron megyék.

- a teljes vendégforgalom 67,68%-át adják a saját, szomszédos megyék, Budapest és Pest megye, melyből lakosságszámhoz viszonyítva mindegyik felülreprezentált,
- jelentős vendégforgalmat generál és lakosságszámhoz viszonyítva felülreprezentált még Pest megye és a szomszédos/saját megyék között elhelyezkedő Fejér és Komárom-Esztergom megyék,
- az ország többi részéről keletkező vendégforgalom marginális (összességében természetesen fontos), azaz megállapítható, hogy a térség az észak-nyugat magyarországi megyéket és a fővárost tudja leghatékonyabban megszólítani.

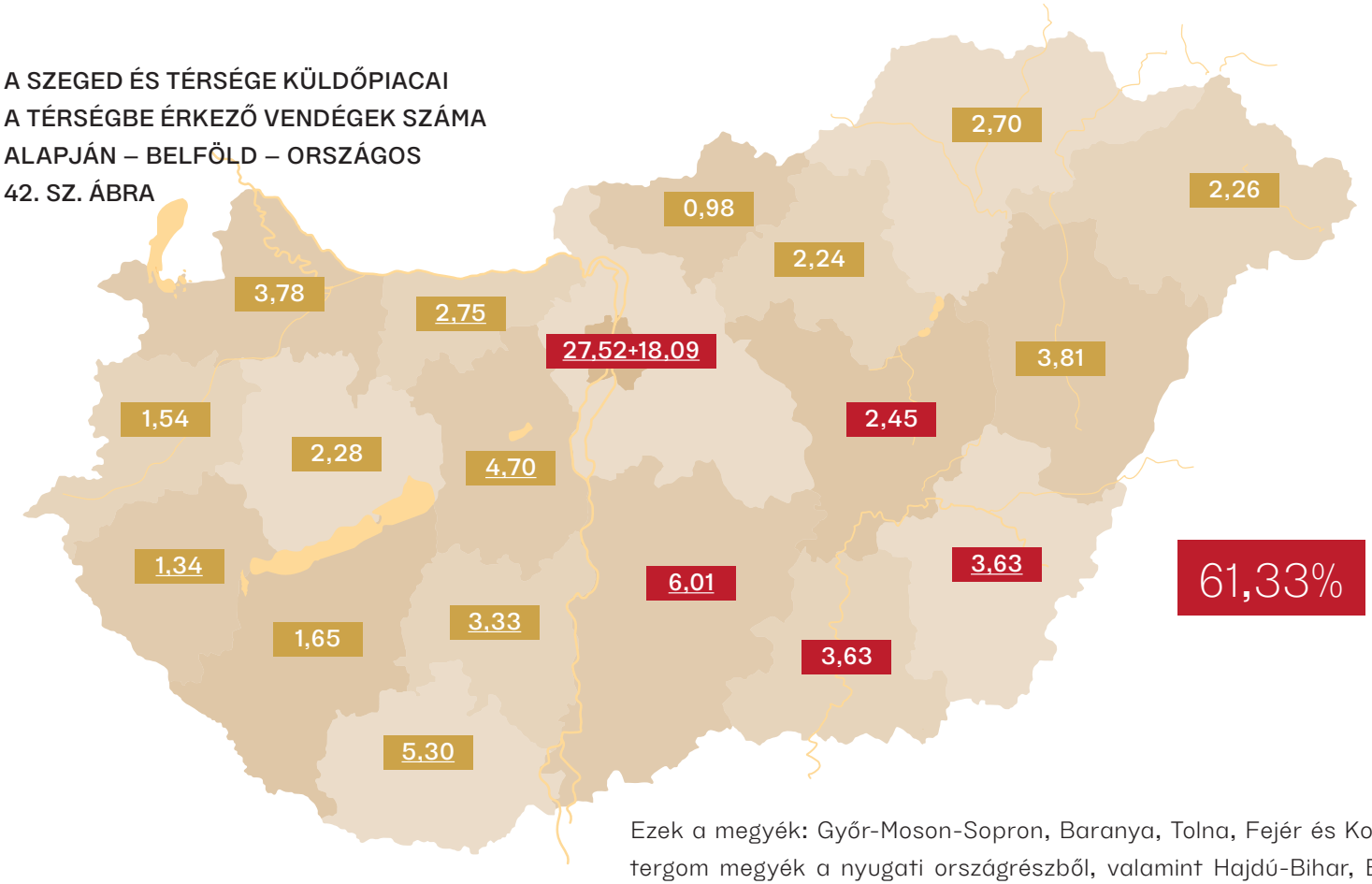
A GYŐR-PANNONHALMA TÉRSÉG KÜLDŐPIACAI
A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK SZÁMA
ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
41. SZ. ÁBRA



A Győr-Pannonhalma térség saját és szomszédos megyéi a Vas, Veszprém, Komárom-Esztergom és Győr-Moson-Sopron.

- ezen desztinációban realizálódó forgalom 58,99%-át adják a saját, szomszédos megyék, valamint Pest megye (Budapesttel együtt), mely küldőterületekben a lakosságszámhoz viszonyítva mindenhol felülreprezentált,
- ez az a desztináció, ahol a fenti arányszám a legalacsonyabb, ami azt jelenti, hogy a többi térséghez képest kismértékben eltérő keresleti jellemzi, eltérő utazási motivációt feltételezve. A desztináció iránti kereslet nem egyértelműen szabadidős célú, a nyugat-európai folyosóként működő és a térséget átszelő M1-es autópálya számottevő átutazó forgalmat generál, mely szélesebb eloszlást eredményezi a megyei küldőpiaci adatokban.
- a térség vendégforgalmát a szomszédos és Pest megyén kívül a következő megyék határozzák meg: Fejér, Hajdú-Bihar, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Borsod-Abaúj-Zemplén és Bács-Kiskun megye,
- a szomszédos megyéken kívül a lakosságszámhoz viszonyítva felülreprezentált Nógrád és Zala megye is.

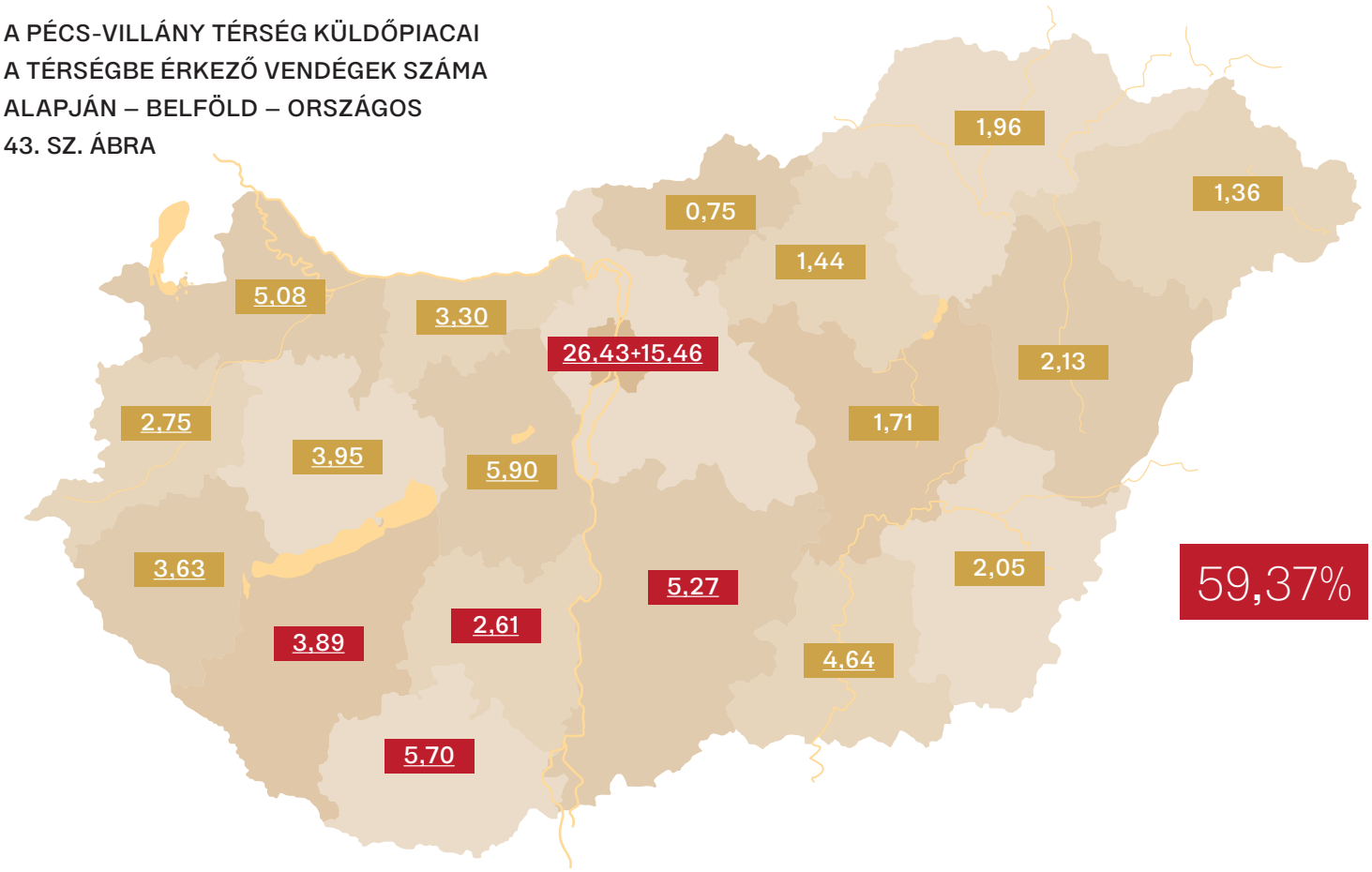
A SZEGED ÉS TÉRSÉGE KÜLDŐPIACAI A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK SZÁMA ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
42. SZ. ÁBRA



A Szeged és térsége desztináció szomszédos és saját megyéje (4) Békés, Jász-Nagykun-Szolnok, Bács-Kiskun és Csongrád-Csanád.

- az összes vendégforgalom 61,33%-át adják a saját, a környező és Pest megye lakosai Budapesttel kiegészülve, melyből felülreprezentált Pest megye (Budapesttel együtt), Békés és Bács-Kiskun megye,
- ez az arány a harmadik legalacsonyabb az összes térség közül, mely alapján itt is elmondható, hogy a térség más megyékből is látható mértékű keresletet képes generálni. Ezek a megyék: Győr-Moson-Sopron, Baranya, Tolna, Fejér és Komárom-Esztergom megyék a nyugati országrészből, valamint Hajdú-Bihar, Borsod-Abaúj-Zemplén a keleti országrészből.
- nagyon fontos megállapítás az, hogy Baranya megye lakossága a harkányi fürdő közelsége ellenére inkább Makóra/Mórahalomra/Szegedre jár, azaz nem saját megyéjükben utaznak a fürdő termékért, hanem távolabbi helyszínre, mely a kielégítetlen keresleti igényeket jelentheti. Ugyanez igaz Tolna megyére is, ahol a harkányi fürdő rendszeres látogatása szerves része volt a rendszerváltozás előtti időszaknak a lakosság körében, azonban mára ezek a lakosok is inkább távolabbi fürdőket látogatnak meg.
- az országban a lakosságszámhoz viszonyítva felülreprezentált megye Komárom-Esztergom és Zala, annak ellenére, hogy viszonylag hosszú utazási időt jelent a desztináció felkeresése.

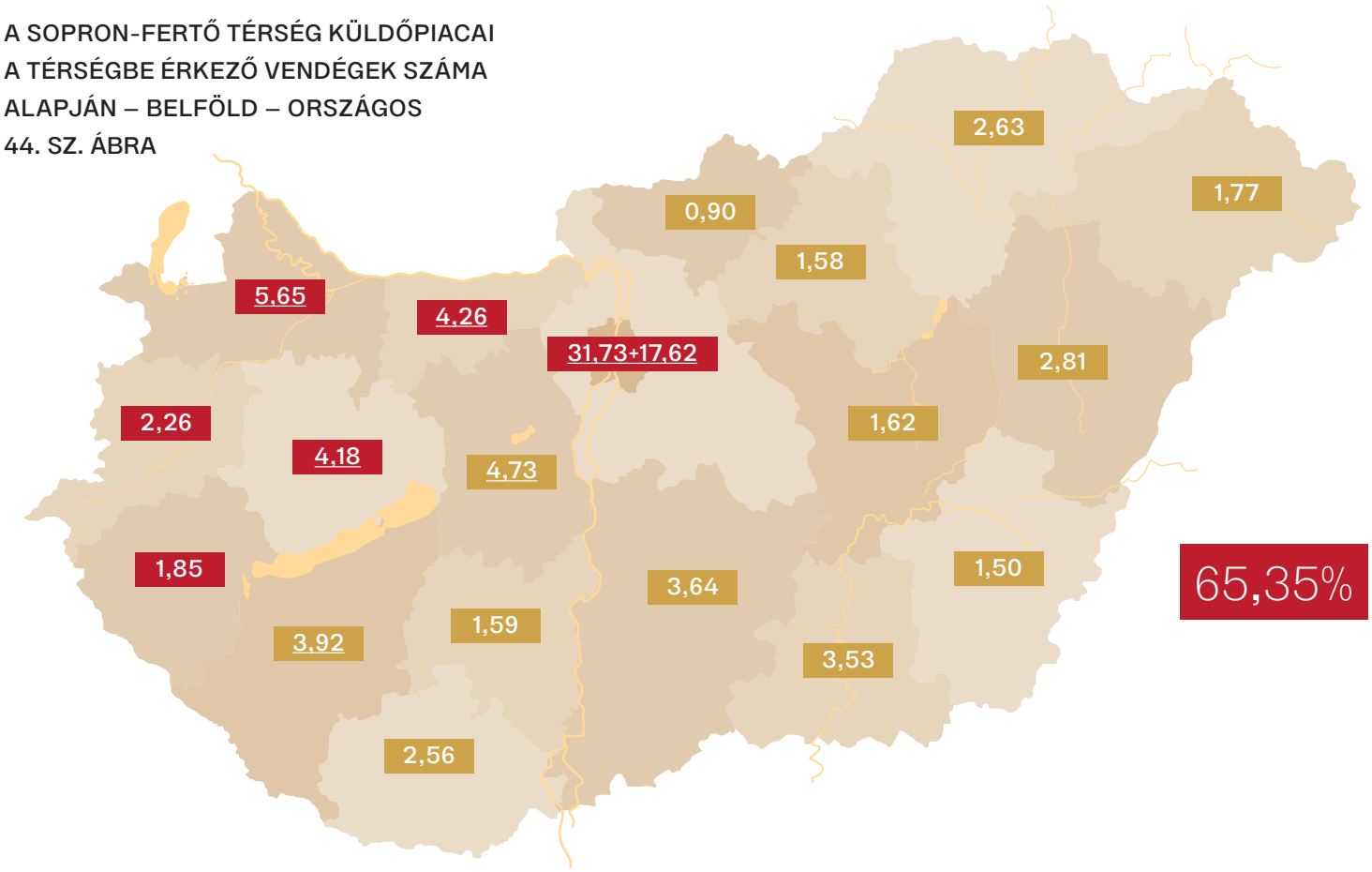
A PÉCS-VILLÁNY TÉRSÉG KÜLDŐPIACAI
A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK SZÁMA
ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
43. SZ. ÁBRA



A Pécs-Villány turisztikai térség szomszédos és saját megyéje (4) Bács-Kiskun, Tolna, Somogy és Baranya.

- a teljes vendégforgalom 59,37%-át adják a szomszédos, a saját és Pest megye lakosai (Budapesttel együtt értelmezve), mely a második legalacsonyabb a térségek között. Ennek megfelelően itt is elmondható, hogy a kereslet feltételezhetően Villány okán ennél szélesebb körű, hiszen borturisztikai élmény ilyen stabilan és ilyen minőségben máshol nem érhető el az országban.
- a saját, szomszédos és Pest megyék mindegyike a lakosságszámhoz viszonyítva felülreprezentált,
- jelentős vendégforgalmat generálnak még Zala, Vas, Győr-Moson-Sopron, Veszprém, Komárom-Esztergom, Fejér és Csongrád-Csanád megyék, ahol a lakosságszámhoz viszonyítva még túl is teljesítenek a megyék,
- összességében elmondható, hogy a térség a nyugati országrész lakosai számára jelent értelmezhető úticélt, melyet a délen fekvő két megye egészít ki, a keleti megyékből a térség csak szűk körben látogatott.

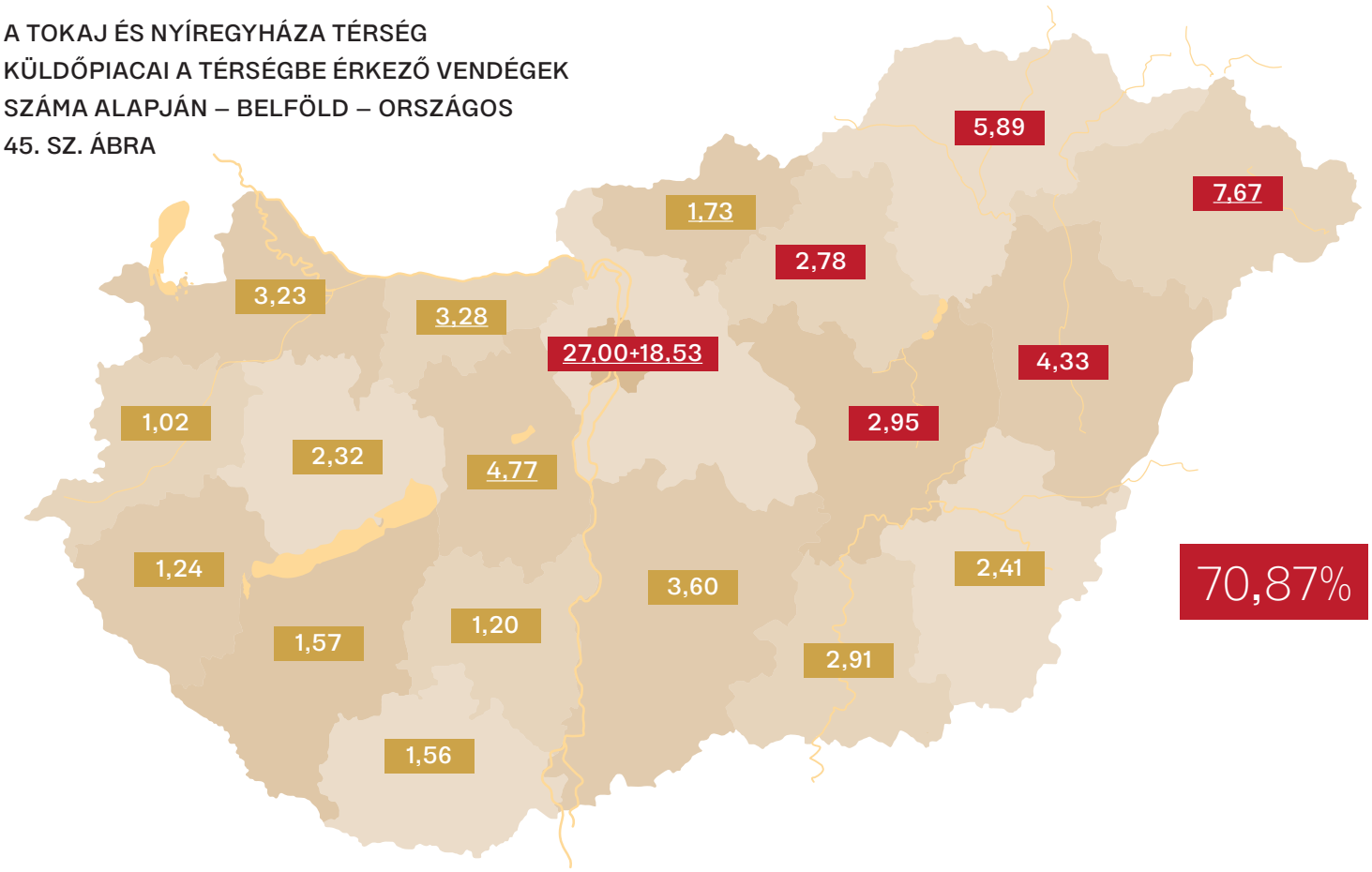
A SOPRON-FERTŐ TÉRSÉG KÜLDŐPIACAI
A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK SZÁMA
ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
44. SZ. ÁBRA



A Sopron-Fertő térség saját és szomszédos megyéi (4) Vas, Veszprém, Komárom-Esztergom és Győr-Moson-Sopron.

- a teljes vendégforgalom 65,35%-át adják a szomszédos, a saját és Pest megye (Budapesttel együtt) lakosai,
- a lakosságszámhoz viszonyítva Győr-Moson-Sopron, Komárom-Esztergom, Veszprém és Pest megye (Budapesttel együtt) felülreprezentált,
- jelentős vendégforgalom látható még Csongrád-Csanád, Bács-Kiskun, Fejér és Somogy megyékből, melyből Fejér és Somogy megye lakosai által generált forgalom felülreprezentált.

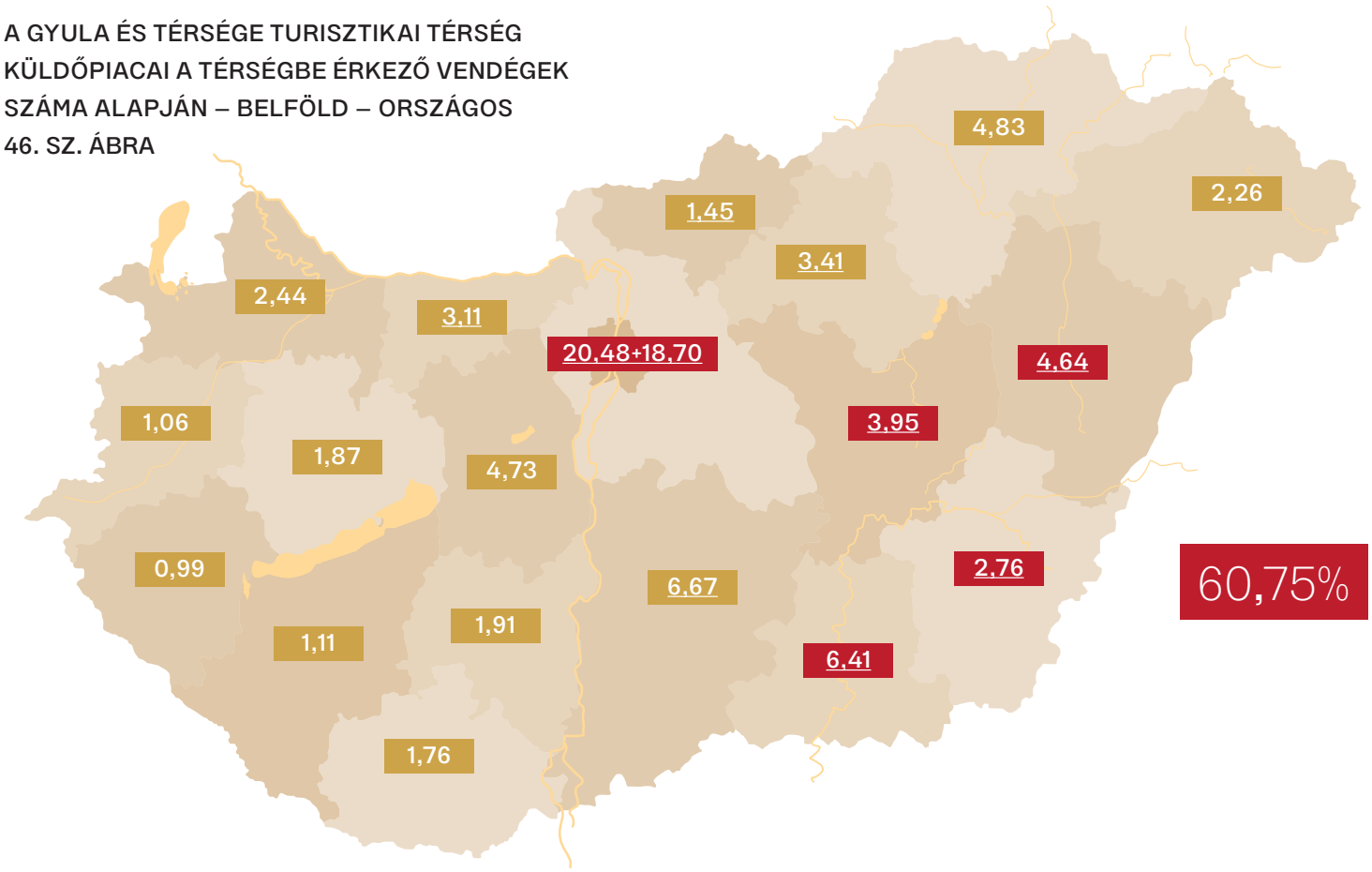
A TOKAJ ÉS NYÍREGYHÁZA TÉRSÉG
KÜLDŐPIACAI A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK
SZÁMA ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
45. SZ. ÁBRA



A Tokaj és Nyíregyháza desztináció saját és szomszédos megyéi (5) Borsod-Abaúj-Zemplén, Szabolcs-Szatmár-Bereg, Heves, Jász-Nagykun-Szolnok és Hajdú-Bihar megyék.

- a vendégforgalom 70,87%-át adják a saját és szomszédos, valamint Pest megyék (Budapesttel együtt), mellyel a térség a középmezőnybe tartozik az összes desztináció tekintetében,
- a szomszédos megyék lakosságszámhoz viszonyított vendégforgalma tekintetében csak Pest megye (Budapesttel) és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye felülreprezentált,
- kiemelkedő forgalmat generálnak még Komárom-Esztergom, Fejér és Bács-Kiskun megyék,
- lakosságszámhoz viszonyítva felülreprezentált Komárom-Esztergom, Fejér és Nógrád megyék,
- a desztináció az ország nyugati feléből nem generál számottevő utazást, azaz egy Vas vagy Zala megyei lakos megszólítása nem reális cél.

A GYULA ÉS TÉRSÉGE TURISZTIKAI TÉRSÉG KÜLDŐPIACAI A TÉRSÉGBE ÉRKEZŐ VENDÉGEK SZÁMA ALAPJÁN – BELFÖLD – ORSZÁGOS
46. SZ. ÁBRA



A Gyula és térsége desztináció saját és szomszédos megyéi (4) Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok, Csongrád-Csanád és Békés megyék.

- a vendégforgalom 60,75%-át adják a saját, a szomszédos és Pest megyék (Budapesttel együtt), mely megyék lakosságszámhoz viszonyított forgalma mindegyik esetben felülreprezentált,
- jelentős vendégforgalmat generál még Bács-Kiskun, Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves, Fejér és Komárom-Esztergom megye,
- lakosságszámhoz viszonyítva felülreprezentált nem szomszédos megyék: Komárom-Esztergom, Nógrád, Heves, Bács-Kiskun,
- összességében megállapítható, hogy Gyula és térsége a nyugati országrész távolabbi megyéiből nem értelmezhető úti cél, keresletét a keleti országrész megyéi és Budapest környéke adja.

A küldőpiacok elemzéséhez és a vendégforgalmi adatok megértéséhez hozzátartozik az is, hogy egy-egy ország vendégei Budapest mellett mennyiben látogatják meg a vidéki desztinációkat, vagy hogy az egyes desztinációk magukban népszerűek-e egy-egy küldőországban vagy a desztinációkon belüli települések csupán. A képet tovább árnyalja annak megértése, hogy **a külföldi vendégek jelenléte** (részben a náluk meglévő, belföldiekhez képest eltérő keresleti igények, desztinációválasztási szokások, az utazási idő korlátozó tényezője vagy csupán más típusú információk megléte miatt egy-egy településről-térségről) **más eloszlást mutat, mint a belföldi vendégeké, a külföldiek által generált turizmusban releváns települések száma csekély**, a külpiaci „láthatóság" sokkal nehezebb és minőségibb termékalap (és persze professzionálisabb értékesítés) meglétét igényli.
Az NTAK adatainak elemzése hangsúlyosan mutat rá arra, hogy a küldőpiacaink nem „általában" jelentősek vagy kevésbé jelentősek, nem általában vihetők külpiacra a desztinációk, hanem a külföldi vendégforgalom jelentős része néhány településen koncentrálódik. Vagyis fontos megállapítás, hogy a Balaton kivételével külpiacon nem desztinációkat, hanem konkrét (főként fürdővel rendelkező) településeket keresnek a vendégek, amelyek a korábbi időszak térségi marketingaktivitásának korlátos sikerét is mutatják. Sok esetben fontosabb lehet egy-egy utazásszervező vagy szolgáltató értékesítési aktivitása, mintsem egy térség komplex élménykínálatának minősége. Vagyis szomorúan megállapítva (vagy a fürdőtelepülések szempontjából perspektivikusan), hogy a fürdővárosok kivételével szinte egyik küldőpiacon sem tudunk nemzetközileg versenyképes termék/minőség/ár kínálattal jelentős szerephez jutni. **A jövőben cél, hogy a külpiaci értékesítés is desztinációs szinten valósuljon meg**, nem alulértékelve természetesen az értékesíthető helyszínek listáját és a desztináción belüli elsődlegesen pontszerűen megjelenő keresleti igényeket.

A **német piacon** (a vendégéjszakák 75,04%-a a vidéki desztinációkban realizálódik) erős koncentráció mutatkozik, a TOP10 leglátogatottabb vidéki település részesedése a teljes vidéki német vendégforgalomban 75,94% (a TOP5 települése 53,41%, a TOP3 települése 39,16%). **A legnépszerűbb települése a német vendégeknek Hévíz** (az összes német vendégéjszaka 22,94%-a), a második **Bükfürdő** (8,04%), a harmadik **Tihany** (8,17%), a negyedik helyen **Balatonfüred** (7,17%) az ötödiken **Győr** (7,07%) található. 1% feletti német részesedéssel bír Zalakaros (6,19%), Siófok (5,87%), Hajdúszoboszló (4,82%), Debrecen (2,83%), Sopron (2,79%), Eger (1,86%), Hegyeshalom (1,84%), Mosonmagyaróvár (1,55%), Sárvár (1,50%), Szeged, Pécs és Alsópáhok (1,41%), Harkány (1,31%), Miskolc (1,09%). A Balatonon és a nyugati határszéli desztinációkon túl a német vendégek jelenléte – néhány nagyobb fürdőtelepülés vagy ipari-szolgáltató központ kivételével - minimális, láthatóan nincs valós kereslet Németországból a további desztinációk kínálatára.

Az **osztrák piacon** (a vendégéjszakák 72,87%-a a vidéki desztinációkban realizálódik) erős koncentráció mutatkozik, a TOP10 leglátogatottabb vidéki település részesedése a teljes vidéki osztrák vendégforgalomban 82,15% (a TOP5 települése 66,91%, a TOP3 települése 54,28%). **A legnépszerűbb települése az osztrák vendégeknek Bükfürdő** (az összes osztrák vendégéjszaka 21,44%-a), **a második Hévíz** (21,01%), **a harmadik Sárvár** (11,81%), **a negyedik** helyen **Sopron** (6,78%), **az ötödik**en **Zalakaros** található (5,84%). 1% feletti osztrák részesedéssel bír Siófok (4,08%), Győr (3,21%), Balatonfüred (3,15%), Tihany (2,52%), Mosonmagyaróvár (2,26%), Hegykő (2,01%) Tapolca (1,35%), Balatonalmádi (1,08%), és Celldömölk (1,00%). A Balatonon és a nyugati határszéli desztinációkon túl az osztrák vendégek jelenléte minimális (a legmagasabb jelenlét Pécsen és Szegeden 0,94-0,94% és

Hajdúszoboszlón - 0,79% - érzékelhető), láthatóan nincs valós kereslet Ausztriában a további desztinációk kínálatára.

A **cseh piacon** (a vendégéjszakák 80,23%-a a vidéki desztinációkban realizálódik) igen erős koncentráció mutatkozik, a TOP10 leglátogatottabb vidéki település részesedése a teljes vidéki cseh vendégforgalomban 79,46% (a TOP5 településé 68,05%, a TOP3 településé 55,42%). **A legnépszerűbb települése a cseh vendégeknek Bükfürdő** (az összes cseh vendégéjszaka 33,32%-a), **a második Sárvár** (13,85%), **a harmadik Zalakaros** (8,25%), **a negyedik** helyen **Hévíz** (7,57%) **az ötödik**en **Győr** található (5,05%). 1% feletti cseh részesedéssel bír Eger (4,11%), Mosonmagyaróvár (3,21%), Harkány (2,99%), Tapolca (2,63%), Tihany (2,54%), Siófok (1,79%), Hajdúszoboszló (1,61%), Hegykő (1,46%), Visegrád (1,21%), Sopron (1,15%), Miskolc (1,08%), Balatonfüred (1,05%), Egerszalók (1,03%). A Balatonon és a nyugati határszéli desztinációkon túl a cseh vendégek jelenléte minimális, csak egy-egy erősebb hívószóval/termékkel lehet a cseh vendégeket Dél- vagy Kelet-Magyarország élményígéretével megszólítani, szinte teljes desztinációk (köszönhetően részben a jelentősen hosszabb utazási időnek) láthatatlanok a cseh vendégek számára.

A **szlovák piacon** (a vendégéjszakák 76,01%-a a vidéki desztinációkban realizálódik) jelentős koncentráció mutatkozik, a TOP10 leglátogatottabb vidéki település részesedése a teljes vidéki szlovák vendégforgalomban 63,06% (a TOP5 településé 40,16%, a TOP3 településé 27,39%). **A legnépszerűbb települése a szlovák vendégeknek Hajdúszoboszló** (az összes szlovákiai vendégéjszaka 10,57%-a), **a második Hévíz** (9,36%), **a harmadik Bükfürdő** (7,44%), **a negyedik** helyen **Balatonfüred** (6,62%) **az ötödik**en **Siófok** található (6,14%). 1% feletti szlovák részesedéssel bír Sárvár (5,26%), Eger (5,07%), Debrecen (4,33%), Miskolc (4,30%), Nyíregyháza (3,91%), Visegrád (3,21%), Győr (3,07%), Zalakaros (2,94%), Egerszalók (2,86%), Sopron (2,29%), Tapolca (1,93%), Tihany (1,57%), Mezőkövesd (1,43%), Esztergom (1,43%), Mosonmagyaróvár (1,37%), Gyula (1,32%), Alsópáhok (1,22%), Balatonalmádi (1,03%). A szlovák vendégforgalom láthatóan több belföldi desztinációt ér el, a 650km-es közös szlovák-magyar határszakasz a Balaton és a határtól maximum 150km-re lévő településeknek reális küldőterületet biztosít.

A **lengyel piacon** (a vendégéjszakák 57,00%-a a vidéki desztinációkban realizálódik) jelentős koncentráció mutatkozik, a TOP10 leglátogatottabb vidéki település részesedése a teljes vidéki lengyel vendégforgalomban 77,26% (a TOP5 településé 61,45%, a TOP3 településé 50,83%). **A legnépszerűbb települése a lengyel vendégeknek Hajdúszoboszló** (az összes lengyel vendégéjszaka 21,79%-a), **a második Tihany** (16,99%), **a harmadik Eger** (12,05%), **a negyedik** helyen **Siófok** (6,40%) **az ötödik**en **Nyíregyháza** található (4,21%). 1% feletti lengyel részesedéssel bír Hévíz (3,89%), Debrecen (3,58%), Mezőkövesd (3,05%), Győr (2,66%), Bükfürdő (2,61%), Balatonfüred és Miskolc (2,39%), Zalakaros (1,36%), Cserszegtomaj és Sopron (1,12%), Egerszalók (1,08%), Visegrád (1,06%). A lengyel vendégforgalom láthatóan több belföldi – elsődlegesen fürdőtelepülési - desztinációt ér el, az elérhetőség a konkrét településválasztást meghatározza, a déli desztinációk számára a lengyel piac elérése vélhetően a jövőben is komoly nehézségekbe ütközik.

A **romániai piacon** (a vendégéjszakák 62,21%-a a vidéki desztinációkban realizálódik) jelentős koncentráció mutatkozik, a TOP10 leglátogatottabb vidéki település részesedése a teljes vidéki romániai vendégforgalomban 80,72% (a TOP5 településé 69,73%, a TOP3 településé 55,78%). **A legnépszerűbb települése a romániai vendégeknek Hajdúszoboszló** (az összes romániai vendégéjszaka 26,42%-a), **a második Gyula** (16,15%), **a harmadik Hegyeshalom** (13,20%), **a negyedik** helyen **Debrecen** (9,93%) **az ötödik**en **Győr** található (4,01%). 1% feletti romániai részesedéssel bír Nyíregyháza (3,37%), Miskolc (2,32%), Eger (1,96%), Sopron (1,67%), Siófok (1,64%), Makó (1,47%), Hévíz (1,42%), Balatonfüred (1,35%), Mosonmagyaróvár (1,31%), Egerszalók (1,00%). A romániai vendégforgalom láthatóan erősen koncentrált (és jelentős része tranzitforgalomból fakad), szabadidős turizmusban bejáratott kelet-magyarországi fürdőhelyeket látogatnak, még a határhoz közeli és jól

elérhető települések (Szeged, Mórahalom) sem tudják hatékonyan megszólítani a potenciális vendégeket. A nyugat-magyarországi jelentős fürdőtelepülések (Bükfürdő, Sárvár, Zalakaros) teljes részesedése mindössze az 1,73%-ot teszi ki.

Az **orosz piacon** (a vendégéjszakák 49,59%-a a vidéki desztinációkban realizálódik) jelentős koncentráció mutatkozik, a TOP10 leglátogatottabb vidéki település részesedése a teljes vidéki orosz vendégforgalomban 91,12% (a TOP5 településé 85,04%, a TOP3 településé 80,20%). **A legnépszerűbb települése az orosz vendégeknek Hévíz** (az összes orosz vendégéjszaka 67,11%-a), **a második Hajdúszoboszló** (9,20%), **a harmadik Debrecen** (3,89%), **a negyedik** helyen **Sárvár** (3,26%) **az ötödik**en **Noszvaj** található (1,57%). 1% feletti orosz részesedéssel bír Győr (1,49%), Bükfürdő (1,32%), Siófok (1,10%), Balatonfüred (1,09%), Sopron (1,06%). Az orosz vendégforgalom láthatóan erősen koncentrált, Hévíz és Hajdúszoboszló részesedése együttesen 76%, 1% feletti részesedéssel összesen 10 település bír.

Az **ukrán piacon** (a vendégéjszakák 49,07%-a a vidéki desztinációkban realizálódik) jelentős koncentráció mutatkozik, a TOP10 leglátogatottabb vidéki település részesedése a teljes vidéki ukrán vendégforgalomban 83,88% (a TOP5 településé 66,32%, a TOP3 településé 55,61%). **A legnépszerűbb települése az ukrán vendégeknek Hajdúszoboszló** (az összes ukrán vendégéjszaka 30,41%-a), **a második Hévíz** (13,71%), **a harmadik Győr** (11,47%), **a negyedik** helyen **Debrecen** (6,86%), **az ötödik**en **Kisvárda** található (3,91%). 1% feletti ukrán részesedéssel bír Sopron (3,85%), Nyíregyháza (3,53%), Hegyeshalom (2,92%), Sárvár (2,75%), Szeged (2,21%), Gárdony (1,87%) Eger (1,81%), Siófok (1,29%), Egerszalók (1,29%), Mosonmagyaróvár (1,12%), Veszprém (1,10%), Miskolc (1,05%).

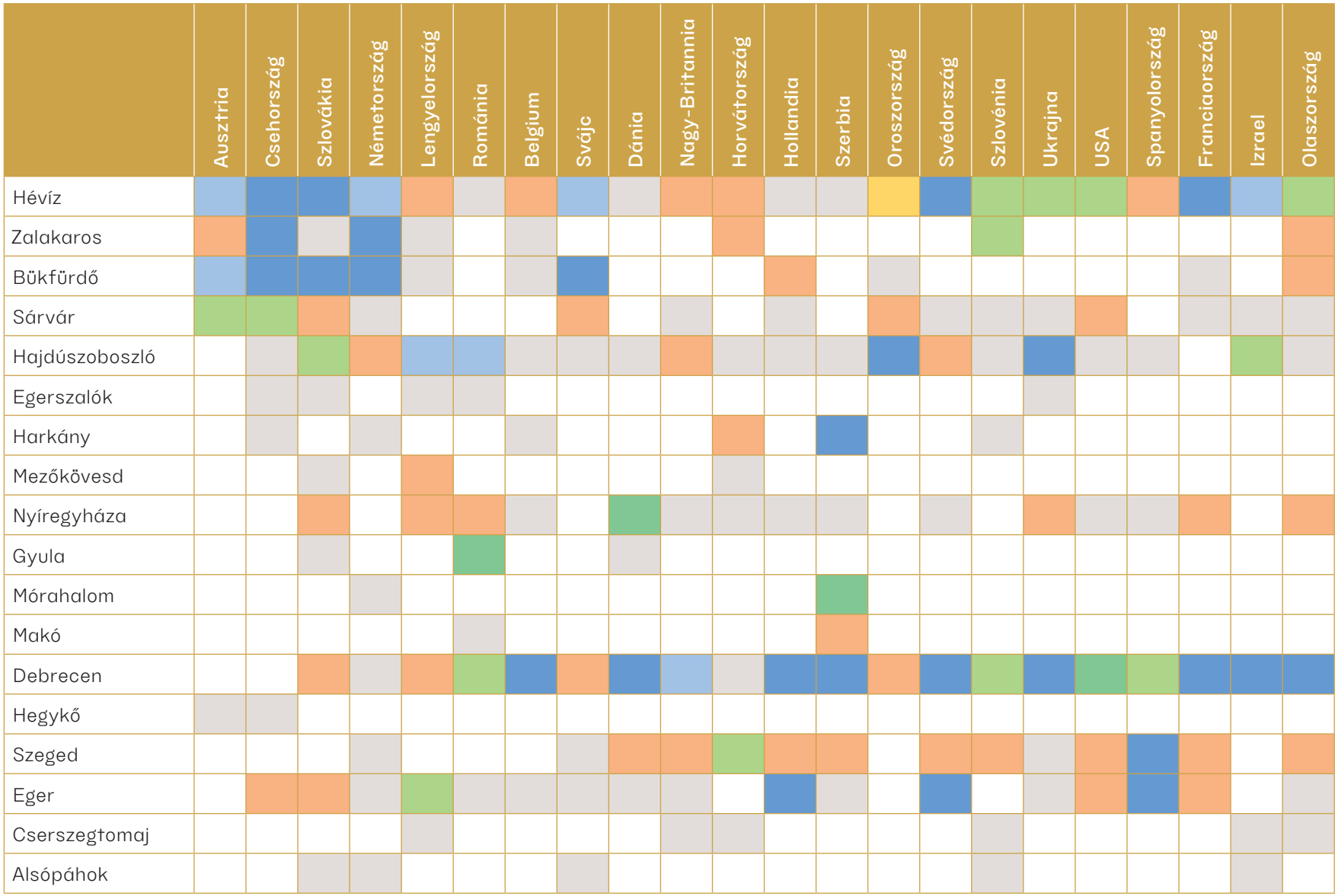
Az alábbi táblázat a fontosabb külföldi vendégforgalmat bonyolító települések külpiaci részesedését mutatja a vendégéjszakaszámok alapján.
A táblázatban alkalmazott háttérszínek a következők:

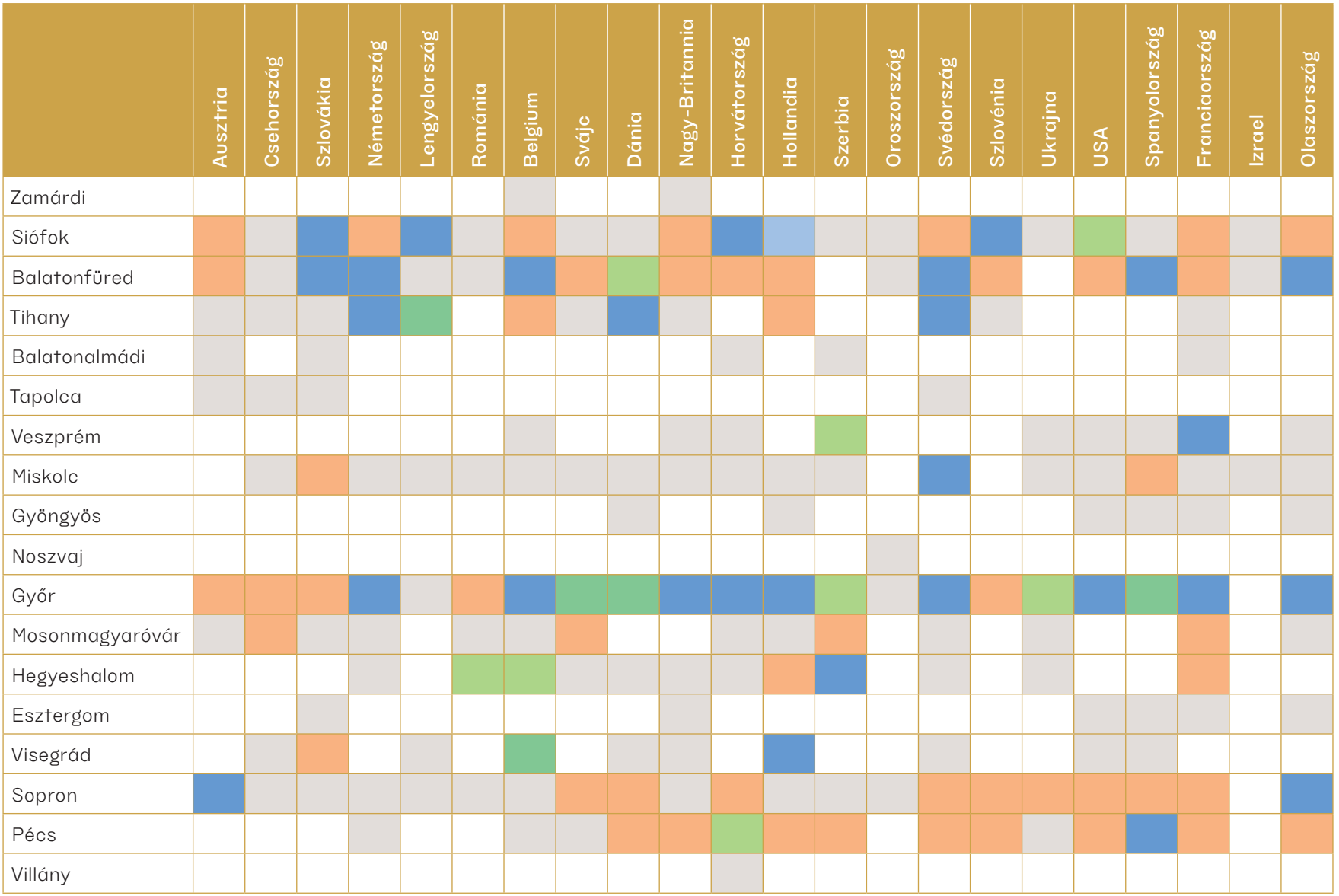
SZÍNMAGYARÁZAT A 168. SZÁMÚ TÁBLÁZATHOZ, 46. SZ. ÁBRA

adott küldőpiacon 50% feletti részesedés	
adott küldőpiacon 25-49,99% közötti részesedés	
adott küldőpiacon 15-29,99% közötti részesedés	
adott küldőpiacon 10-14,99% közötti részesedés	
adott küldőpiacon 6-9,99% közötti részesedés	
adott küldőpiacon 3-5,99% közötti részesedés	
adott küldőpiacon 1-2,99% közötti részesedés	

A JELENTŐSEBB KÜLFÖLDI VENDÉGFORGALOMMAL RENDELKEZŐ TELEPÜLÉSEK KÜLPIACI RÉSZESEDÉSE

168 SZ. TÁBLÁZAT




Ausztria
Csehország
Szlovákia
Németország
Lengyelország
Románia
Belgium
Svájc
Dánia
Nagy-Britannia
Horvátország
Hollandia
Szerbia
Oroszország
Svédország
Szlovénia
Ukrajna
USA
Spanyolország
Franciaország
Izrael
Olaszország
Zamárdi
Siófok
Balatonfüred
Tihany
Balatonalmádi
Tapolca
Veszprém
Miskolc
Gyöngyös
Noszvaj
Győr
Mosonmagyaróvár
Hegyeshalom
Esztergom
Visegrád
Sopron
Pécs
Villány

	Ausztria	Csehország	Szlovákia	Németország	Lengyelország	Románia	Belgium	Svájc	Dánia	Nagy-Britannia	Horvátország	Hollandia	Szerbia	Oroszország	Svédország	Szlovénia	Ukrajna	USA	Spanyolország	Franciaország	Izrael	Olaszország
Hódmezővásár-hely																						
Békéscsaba																						
Tarcal																						
Nyírbátor																						
Kisvárda																						
Szombathely																						
Celldömölk																						
Gárdony																						
Herceghalom																						
Gödöllő																						

Forrás: NTAK alapján saját szerkesztés

2.3.3. Szálláshelyinfrastruktúra a térségekben

Egy desztináció értékesíthetőségét, versenyképességét alapvetően meghatározza a turisztikai kínálat és azon belül is kiemelt jelentősége van a szálláshelyeknek, az elérhető mennyiségű és minőségű férőhelynek. Ma Magyarországon a szálláshelyi infrastruktúra jelentős része a rendszerváltás előtt épült, mely időszakban nem piaci és keresleti alapon épültek a szállodák és nem piaci keretekre tervezték őket. Az azóta eltelt 30 évben a magasabb kereslettel rendelkező vagy egyedi termékalappal bíró településeken, térségekben épült néhány, sokkal inkább piaci alapon fenntartható és értékesíthető szállodai egység, azonban kapacitásban nem beszélhetünk jelentős változásról. Nem valósult meg olyan komplex turisztikai fejlesztés ezen periódusban, mely átrajzolta volna a korábbi szálláshelyi infrastruktúrát ábrázoló térképet, mint pl. az ausztriai Locsmándon, ahol a mezőgazdasági területre először egy kisebb fürdőt építettek, majd egy, aztán még egy szállodát, majd a fürdőt bővítették folyamatosan, így a település mára Burgenland egyik legnagyobb vendégforgalmát generálja.
Összességében **megállapítható, hogy egyes desztinációk keresletét nem tisztán az attrakciós környezet határozza meg, hanem az is, hogy hol található megfelelő mennyiségű és minőségű szálláshelykapacitás.**

A táblázat a desztinációkban működő és az NTAK-ban regisztrált szálláshelyek (üzleti célú egyéb és kereskedelmi) darabszámát mutatja, melyből a kereskedelmi szálláshelyek különböző kategóriáinak (panzió, szálloda, kemping, közösségi szálláshely, üdülőház) részletei is láthatók. Üzleti célú egyéb szálláshely kategóriába tartoznak a falusi szálláshelyek, az egyéb szálláshelyek, a falusi magánszálláshelyek és magánszálláshelyek. A táblázat alapján az alábbi megállapítások tehetők:

- egyértelműen **a legnagyobb vendégforgalmat realizáló Balaton térség rendelkezik a legtöbb működő kereskedelmi egységgel** (728), **és üzleti célú egyéb szállással** (10 942),
- vendégforgalmi adatok alapján **a dobogó második (Mátra-Bükk) és harmadik (Budapest környéke) helyén lévő térségek**, valamint Debrecen és térsége és Tokaj és Nyíregyháza rendelkezik számottevő kapacitásokkal,
- **annak ellenére, hogy Tokaj és Nyíregyháza térségben a „nagyfiúkhoz" közelít a rendelkezésre álló szálláshelyek száma mégis közel a legalacsonyabb vendégforgalmat generálja a desztinációk rangsorában** (vagyis itt nem igaz, hogy ahol kapacitás van, ott képződik a vendégforgalom),
- Legkisebb kapacitás adatokkal Gyula és térsége (38), Sopron-Fertő (60) és Szeged és térsége (82) rendelkezik.

SZÁLLÁSHELYEK KAPACITÁSA (2019)
169 SZ. TÁBLÁZAT

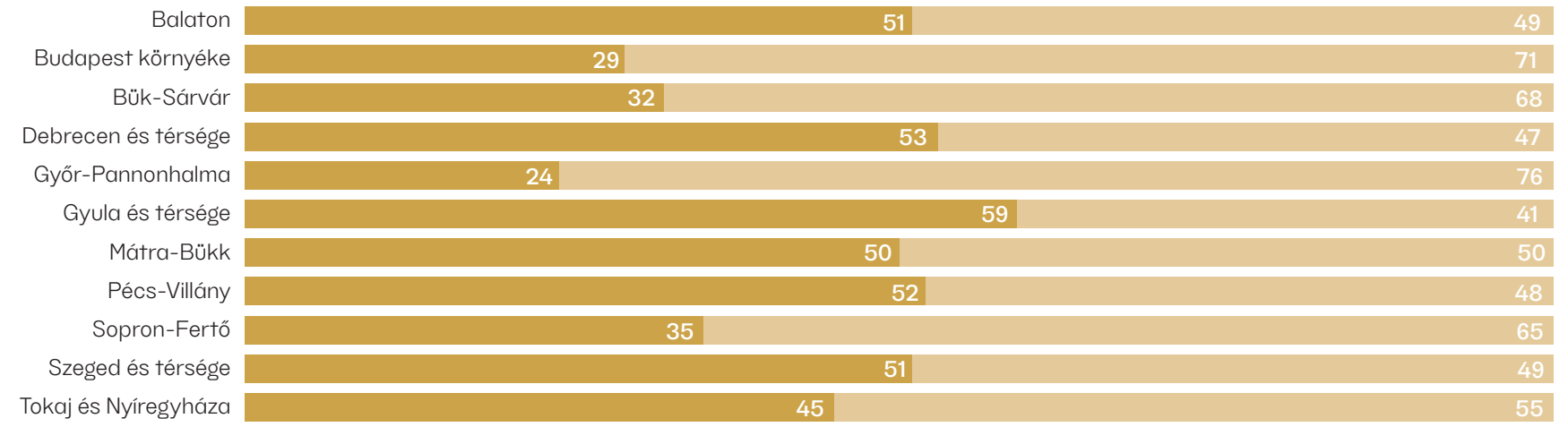
	Üzleti célú egyéb szálláshely	Kereskedelmi szálláshely összesen	Kemping	Közösségi szálláshely	Panzió	Szálloda	Üdülőház
Balaton	10 942	728	56	59	301	232	80
Budapest környéke	1 116	339	35	51	160	80	13
Bük-Sárvár	617	105	9	2	52	37	5
Debrecen és térsége	2 130	222	25	10	85	76	26
Győr-Pannonhalma	270	134	14	10	57	51	2
Gyula és térsége	453	38	2	1	17	18	0
Mátra-Bükk	1 960	277	8	28	133	75	33
Pécs-Villány	1 108	121	6	14	50	44	7
Sopron-Fertő	229	60	2	5	39	13	1
Szeged és térsége	526	82	8	7	35	31	1
Tokaj és Nyíregyháza	951	220	26	23	98	57	16

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A desztinációkban működő egységek kereskedelmi és üzleti célú egyéb szálláshelyek arányát vizsgálva az alábbi megállapítások tehetők:

- a legnagyobb arányú magánszálláshely-kapacitás Gyula és térsége esetében látható, 59%,
- 5 térségben (Balaton, Debrecen és térsége, Mátra-Bükk, Pécs-Villány és Szeged és térsége) a két szálláshely típus arány nagyságrendileg 50%. Vagyis azon desztinációkban, ahol kiemelkedő vendégforgalom tapasztalható, a kapacitások 50%-a magánszálláshely.
- az üzleti célú egyéb szálláshelyek 32-35% közötti arányát mutatja a két magas egészségturisztikai vendégforgalommal bíró desztináció (Bük-Sárvár és Sopron-Fertő (Hegykő),
- legalacsonyabb, 24% és 29%-os arányt mutat az üzleti célú egyéb szálláshelyek vonatkozásában Győr-Pannonhalma és Budapest-környéke, melyből első esetében levonható következtetés, hogy nincs valós szabadidős turisztikai kereslet, utóbbi esetében szintén elmondható, hogy jobbára üzleti rendezvények generálják a jelentős vendégforgalmat, melyet kiegészít a fővárosi lakosok közelben elérhető hétvégi pihenést szolgáló kereslet (wellnesshétvége).

ÜZLETI CÉLÚ EGYÉB ÉS KERESKEDELMI SZÁLLÁSFÉRŐHELYEK ARÁNYA, 47. SZ. ÁBRA



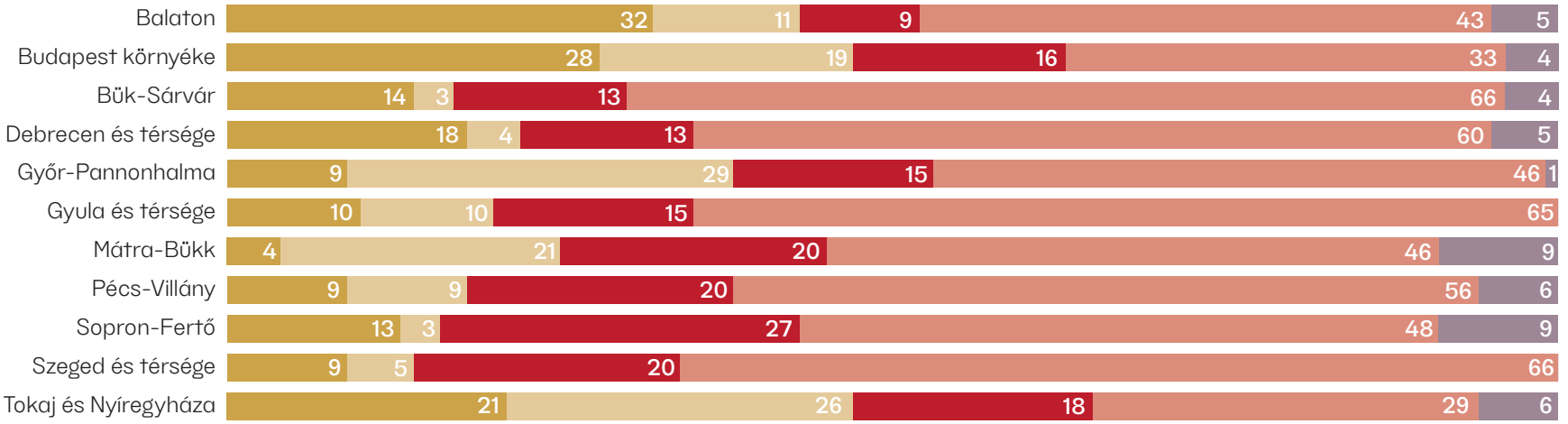
Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A lenti ábra kapcsán az alábbi megállapítások tehetők:

- legnagyobb férőhelyarányt a kereskedelmi szálláshelyeken belül minden térségben a szállodák biztosítják,
- legmagasabb szállodai férőhely aránnyal Bük-Sárvár, Szeged és térsége, valamint Gyula és térsége rendelkezik,
- a kereskedelmi egységek közül magas a kempingek férőhely aránya a Balatonnál (mely egyértelmű), Budapest és környékén (Velencei-tó), valamint Tokaj és Nyíregyháza térségben,
- magas a panziók aránya a Sopron-Fertő térségben,
- szintén magas arányt képviselnek a közösségi szálláshelyek a Győr-Pannonhalma térségben (Széchenyi Egyetem), valamint a Tokaj és Nyíregyháza térségben.

A megfelelő arányok nehezen definiálhatók, mivel a térség adottságai is befolyásolják azt, nincs egyértelműen jó megoldás, mégis a szállodai férőhelyek irányában tolják el a hangsúlyt, kiegészülve a panziókkal és adottságoktól függően egyéb kategóriákkal. A szálláshelyek kategóriák közötti aránya utalhat egy térség értékesíthetőségére is, hiszen, ha piaci alapon létesültek a szálláshelyek, akkor az azt jelenti, hogy a jelenlegi kereslet fizetőképessége és elvárásai alapján épültek.

KERESKEDELMI SZÁLLÁSFÉRŐHELYEK KATEGÓRIÁNKÉNTI MEGOSZLÁSA AZ EGYES DESZTINÁCIÓKBAN, 48. SZ. ÁBRA



Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A KSH adatok alapján vizsgálható kapacitás-kihasználtságot a következő táblázatban mutatjuk be részletesen. Látható, hogy **a legmagasabb kihasználtságot Bük-Sárvár, Budapest környéke és a Balaton térsége realizálja, nem sokkal marad el a Győr-Pannonhalma és a Sopron-Fertő térség sem.** Ha részletesebben vizsgáljuk az adatokat látható, hogy **egyes szálláshelytípusok kihasználtsága, eleve alacsony (pl. panzió és üdülőház).** Előző feltételezhetően a hanyag adatszolgáltatás okán, utóbbi pedig szezonális működése miatt. **Ha ezek az egységek nagyobb arányban találhatók meg a desztinációban, akkor az összesített kihasználtsági adatokat képesek jelentősen rontani.** Sőt, az összesített adatokba a kempingek is beletartoznak, melyek tovább húzzák lefele az értéket. **A szállodai egységek adatait vizsgálva** kicsit átalakul a kihasználtság alapján felállított sorrend. **Továbbra is élen jár a Bük-Sárvár (64,6%) térség, azonban a Balatont (56,0%) megelőzi a Mátra-Bükk térsége (60,9%), Budapest környéke (62,9%), továbbá Győr-Pannonhalma (57,8%).** A Balaton csak az 5. legjobb eredményt mutatja, mely itt is arra enged következtetni, hogy a térségben jó néhány szezonálisan működő szállodai egység található, melyek rontják a kapott értéket.

A legrosszabb mutatókkal Tokaj és Nyíregyháza, Pécs-Villány és Szeged és térsége rendelkezik, összességében egyik sem éri el a 40%-ot. Ha a szállodai egységeket nézzük csak, akkor az utolsó háromban Szeged és térsége helyett Sopron-Fertő térség szerepel. Összességében ezen desztinációkról megállapítható, hogy jelentős növekedési potenciállal rendelkeznek, mely a meglévő infrastruktúra minőségi fejlesztésével, valamint megfelelő értékesítéssel érhető el.

A legjobb kihasználtsági mutatókat a szállástípusok közül a 4 csillagos egységek produkálják, mely alátámasztja a korábbi fejezetben is leírt fogyasztói attitűdöt, hogy a magasabb minőség iránt növekszik a kereslet, azaz a meglévő egységek fejlesztése (szolgáltatási kör szélesítése és meglévő szolgáltatási minőség emelése) szükségszerű a desztináció értékesíthetőségéhez és versenyképességének megőrzéséhez.

AZ EGYES DESZTINÁCIÓK RÉSZLETES KSH ÁLTAL KÖZÉTTETT SZOBA KAPACITÁSKIHASZNÁLTSÁGI ADATAI
170 SZ. TÁBLÁZAT

Szoba kapacitáskihasználtság	Összes szállástípus	Összes szálloda
Balaton	49,1%	56,0%
Mátra-Bükk	47,8%	60,9%
Budapest környéke	49,2%	62,9%
Debrecen és térsége	44,3%	51,2%
Bük-Sárvár	53,8%	64,6%
Győr-Pannonhalma	48,7%	57,8%
Pécs-Villány	38,9%	46,8%
Szeged és térsége	39,4%	53,9%
Tokaj és Nyíregyháza	33,0%	44,7%
Sopron-Fertő	48,3%	52,5%
Gyula és térsége	46,4%	53,9%

Forrás: KSH

Az MTÜ a Kisfaludy Programon keresztül meghirdette a szálláshelyi alapinfrastruktúra minőségi fejlesztésére irányuló különböző pályázati felhívásait, melyeknek egy része területileg behatárolt volt, egy része pedig az egész országra kiterjedt. Ezek a fejlesztések jelentős mértékben hozzájárulnak a desztinációk versenyképességének növeléséhez, valamint pozitív hatással vannak a desztináció kínálatára, keresletére, értékesíthetőségére. **Az alábbi táblázatokban bemutatjuk, hogy egy-egy térség szolgáltatói hány nyertes projektet nyújtottak be és milyen támogatási összeget kaptak céljaik megvalósítására.** Fontos ez azért is, mert ebből is látszik, hogy a térségekben működő egységek hány százaléka fog megújulni a jövőben, azaz az általános minőségi színvonal hogyan javul. A panziók fejlesztése pozitív hatással lesz a kereslet növekedésére is, hiszen a pályázattal (nem kis bátorságról tanúbizonyságot téve) minden szolgáltató vállalta, hogy eléri legalább az 50%-os kihasználtságot.

A KISFALUDY PROGRAM KERETÉBEN PANZIÓFELÚJÍTÁS TÉMAKÖRBEN TÁMOGATOTT PROJEKTEK TÉRSÉGENKÉNT
171 SZ. TÁBLÁZAT

Turisztikai térség	Térségben támogatott projektek száma (db)	Térségbe allokált támogatási összeg (Ft)	Átlagos projektméret (Ft)
Balaton	118	3 930 079 233	33 305 756
Mátra-Bükk	54	1 844 420 362	34 155 933
Debrecen és térsége	33	1 134 318 817	34 373 297
Budapest környéke	58	2 013 853 831	34 721 618
Bük-Sárvár	20	600 245 250	30 012 263
Győr-Pannonhalma	16	530 384 987	33 149 062
Szeged és térsége	13	501 682 467	38 590 959
Pécs-Villány	23	844 391 346	36 712 667
Sopron-Fertő	16	463 188 144	28 949 259
Tokaj és Nyíregyháza	33	1 120 029 425	33 940 286
Gyula és térsége	5	192 538 036	38 507 607
Nevesített térségen kívüli területek	207	7 372 474 147	35 615 817

Forrás: Kisfaludy2030 Turisztikai Fejlesztő NP Zrt.

A táblázatból látható, hogy **a legtöbb pályázati támogatást a 4 legnagyobb vendégforgalommal bíró térség kapta**, a pályázási kedv kiemelkedő volt ezen desztinációkban. Kiemelkedő még a táblázat alapján Tokaj és Nyíregyháza, ahol a meglévő panzió típusú egységek magas aránya okán érkezett ennyi pályázati igény. **Az átlagos projektméret közel azonos mindegyik térségben, átlagosan 34-35 m Ft** támogatást kaptak a szolgáltatók.

A KISFALUDY PROGRAM KERETÉBEN ÜZLETI CÉLÚ EGYÉB SZÁLLÁSHELY-FELÚJÍTÁS (MAGÁNSZÁLLÁSHELY) TÉMAKÖRBEN TÁMOGATOTT PROJEKTEK TÉRSÉGENKÉNT

172 SZ. TÁBLÁZAT

Turisztikai térség	Térségben támogatott projektek száma (db)	Térségbe allokált támogatási összeg (Ft)	Átlagos projektméret (Ft)
Balaton	5524	16 856 400 000	3 051 484
Mátra-Bükk	1151	3 374 100 000	2 931 451
Debrecen és térsége	1302	4 145 400 000	3 183 871
Budapest környéke	523	1 398 200 000	2 673 423
Bük-Sárvár	346	994 800 000	2 875 145
Győr-Pannonhalma	121	354 400 000	2 928 926
Szeged és térsége	289	817 800 000	2 829 758
Pécs-Villány	656	1 521 700 000	2 319 665
Sopron-Fertő	127	424 800 000	3 344 882
Tokaj és Nyíregyháza	532	1 752 100 000	3 293 421
Gyula és térsége	312	764 800 000	2 451 282
Nevesített térségen kívüli területek	3183	10 299 600 000	3 235 815

Forrás: Kisfaludy2030 Turisztikai Fejlesztő NP Zrt.

Hasonlóan az előző adatokhoz ezen konstrukció keretén belül is **a legnagyobb pályázási kedvet a legnagyobb vendégforgalommal bíró desztinációk mutatták.** A Balaton kiemelkedő szerepe jól mutatja a térségben található nagy mennyiségű magánszálláshelyet, mely az utóbbi években ugyan csökkenő tendenciát mutat, de még mindig nagyságrendileg a 26%-át adja a teljes vendégforgalomnak (~ 2,2 m vendégéjszaka). Meglepően **sok pályázat érkezett a Pécs-Villány és Tokaj és Nyíregyháza térségekből is**, ezen desztinációkban az üzleti célú szálláshelyek 23-25%-kal járulnak hozzá a térségi vendégéjszaka-forgalomhoz. **Az átlagos projektméret hozzávetőlegesen 3 m Ft, mely 3 szoba felújítását jelentheti.**

2.3.4. Szálláshelyek jövedelmezősége

Az MTÜ megbízásából 2019-ben készült egy tanulmány (Szálláshelyek jövedelmezősége címmel), mely a Magyarországon működő szálláshelyek jövedelmezőségét vizsgálta. A vizsgálat az OPTEN rendszerben feltöltött beszámolók alapján történt. Ahogy az 1. fejezetben érintettük, az értékesíthetőség és pozícionálás szempontjából pontos képet kell kapni arról, hogy egy desztináció milyen árszínvonalon értékesít, azaz **olcsó vagy drága desztinációnak tekinthető**, hiszen ez a tulajdonsága meghatározza a térség által elérni képes költési hajlandóság szerint rangsorolt utazók csoportját. Vagyis egy viszonylag alacsony áron elérhető desztináció vendégei az alacsonyabban költő vendégek köréből kerülnek ki, a drága desztinációk, pedig a jobban fizető közönséget érik el.

Egy **desztináció árszínvonala ma kizárólag a szálláshelyek árazása alapján definiálható, hiszen a többi turisztikai attrakciók vagy szolgáltatás árazása nem piaci alapon történik.** Az attrakciók állami és önkormányzati tulajdonlása lévén áraikat nem a kereslet által racionálisnak gondolt módon állapítják meg, melynek oka, hogy nem pusztán turisztikai célokat akarnak vele kiszolgálni, hanem a lakosság rekreációs igényeit is igyekeznek kielégíteni. Vagyis egy fürdő a lakossági gyógyászati funkciót is ellátja, egy múzeum pedig a közművelődés része, amihez mindenki számára hozzáférést biztosítanak.

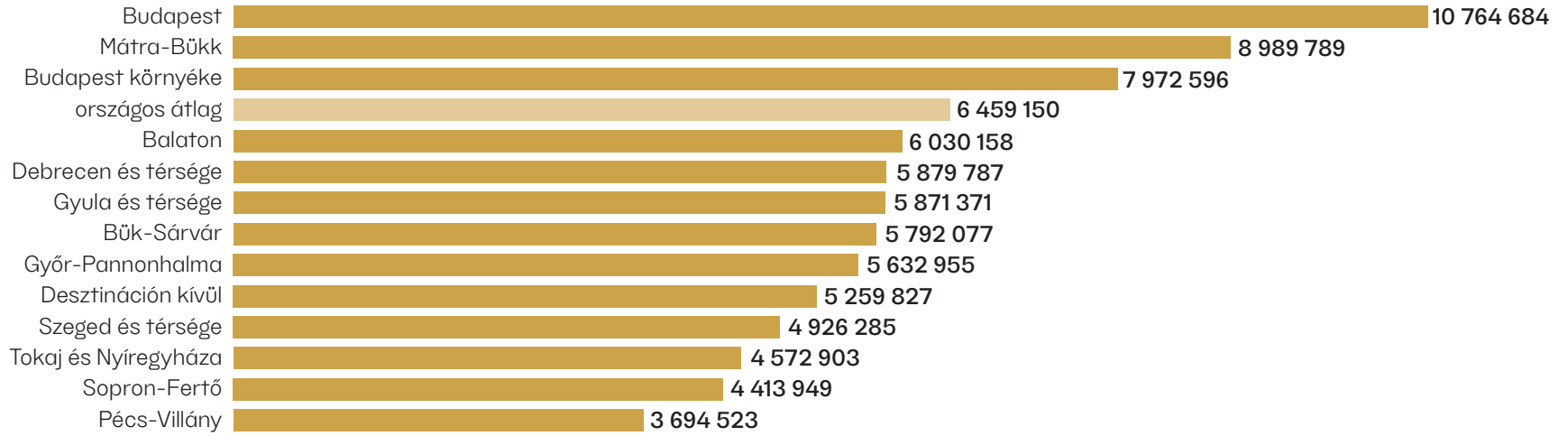
A szálláshelyek szobaáraikat ma már dinamikus árazással állapítják meg, azaz mindig a kereslethez igazítják a napi árakat (legalábbis nagyobb arányban), ezáltal a foglalási oldalon látható adatok nem szolgáltatnak megfelelő információt, mivel az árak naponta változhatnak. Sőt, **mivel a szálláshelyek legtöbbször az árban versenyeznek, ezért nem az adja a lényegi információt, hogy a szobának mennyi az ára, hanem hogy egy vendég tartózkodási ideje alatt mennyi pénzt költött az adott szálláshelyen szobára, spa szolgáltatásokra, vendéglátásra, egyéb szolgáltatásokra.**

A tanulmánykészítés során a vizsgálat így az éves gazdálkodási adatokban szerepeltetett árbevételt érintette, melyből egyszerű számtani átlaggal meghatározta az egy szobaegységre jutó éves árbevételt. Vagyis pl. egy szálláshely 1 szobára jutó éves árbevétele 10M Ft, azt jelenti, hogy az adott szobaegységre az év 365 napján 10M Ft árbevétel jut (10M Ft / 365 nap = nettó 27.397 Ft naponta), ha 18M Ft akkor naponta nettó 49.315 Ft.

A vizsgálatba összesen 526 szálláshely került bevonásra, azonban a végleges értékelésbe bevont szereplők száma alacsonyabb volt. Az 526 szálláshely közül sok esetben nem lehetett beazonosítani az üzemeltetőt, az adatok hiányosak voltak vagy a szálloda egy nagy üzemeltető céghez tartozik (pl. Accor, Hunguest) így azok eredményei házanként nem lebonthatók. A fennmaradó adatbázist még korrigálni kellett azokkal a cégekkel, ahol nem tiszta profilként működik a szállodai üzemeltetés, tehát egy nagyobb vállalathoz, cégcsoporthoz tartozik, más tevékenységből származó jelentős bevétellel (építőipar, élelmiszeripar, stb.)

Fentiek alapján a desztinációk eredményeit összehasonlítva az alábbi eredmény látható az egy szállodai szobára jutó nettó árbevétel alapján:

EGY SZOBÁRA JUTÓ ÁRBEVÉTEL ÁTLAGOSAN, 49. SZ. ÁBRA



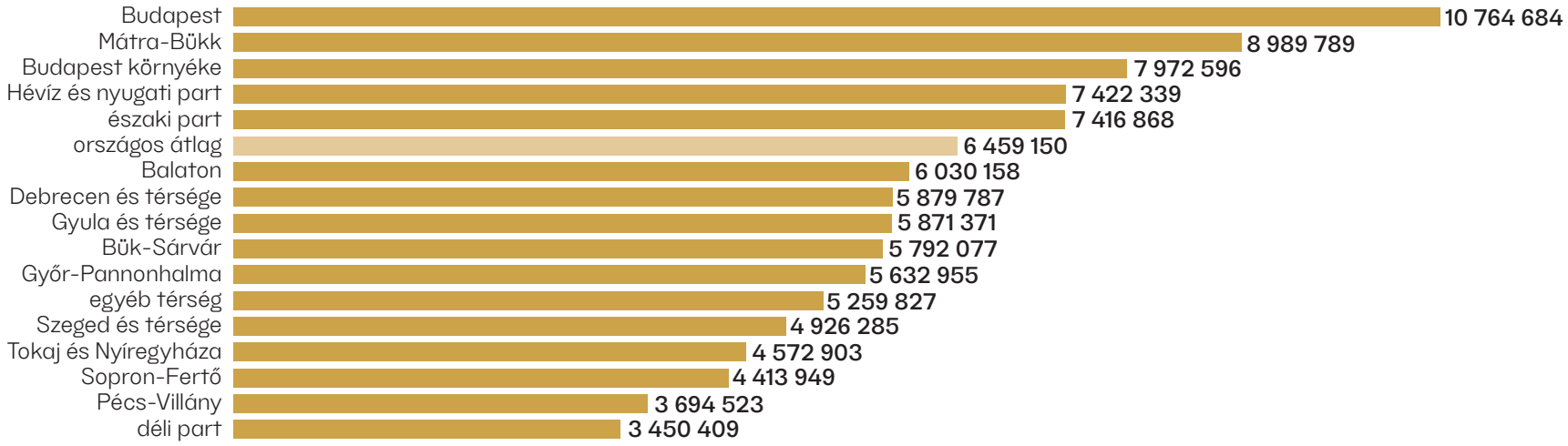
Forrás: Szálláshelyek jövedelmezősége c. tanulmány alapján saját szerkesztés

Az egy szobára jutó árbevétel országos átlaga 6 459 150 Ft, melyet 2 térség (Mátra-Bükk, Budapest környéke) és a főváros szállodái haladnak meg, Budapest szerepe kiemelkedő, az egyetlen desztináció, mely átlagosan meghaladja a 10 m Ft 1 szobára jutó éves árbevételt. **A Mátra-Bükk térség éri el a vidéki desztinációk közül a legmagasabb értéket 9,0 m Ft átlagos 1 szobára jutó árbevétellel,** mely azt mutatja, hogy a térségben működő szállodák többsége magasan költő vendégek megszólítására képes, ezzel egyértelműen igazolható a fővároshoz, mint országos fő küldőpiachoz való közelsége. **A Balaton térség a desztinációk sorrendjében a 4. helyet foglalja el a maga összesített 6 m Ft-os értékével.** A desztinációban jelentkező alacsonyabb átlagos értéke több tényezőnek köszönhető: a Budapest, mint fő küldőterület magas költési hajlandósággal bíró lakosai a Balatonnál jellemzően rendelkeznek saját nyaralóval, így a potenciális utazók jelentős része nem vesz igénybe szállodai szolgáltatást. Ha wellnesshétvégre vágyik, akkor jellemzően a Mátra-Bükk vagy más térséget választ magának.

5-6 m Ft közötti 1 szobára jutó árbevételt realizál Debrecen és térsége (5,9 m Ft), Gyula és térsége (5,9 m Ft), Bük-Sárvár (5,8 m Ft), Győr-Pannonhalma (5,6 m Ft) desztinációk. A legalacsonyabb 5 m Ft alatti értéket 4 térségben láthatunk: Szeged és térsége (4,9 m Ft), Tokaj és Nyíregyháza (4,6 m Ft), Sopron-Fertő (4,4 m Ft) és (Harkány drámaian alacsony értékeinek köszönhetően) **Pécs-Villány (3,7 m Ft!!!).**

A következő diagramon **a Balaton térség vizsgált szállodáit három altérségre bontottuk: északi parti szállodák, nyugati part szállodák és Hévíz, valamint déli part.** Az északi és nyugati part szállodáinak jövedelmezősége közel azonos, azonban a déli parton üzemelő egységek jelentős elmaradásban vannak, mely az egész térségi átlagot lefelé húzza. Ezzel a bontással **a Balaton északi (7,4 m Ft) és nyugati parti, valamint Hévíz (7,4 m Ft) szállodái is országos átlag feletti 1 szobára jutó árbevételt generálnak.** A legnagyobb meglepetés, hogy **a déli parton üzemelő szállodák 1 szobára jutó árbevétele nem éri el a 3,5 m Ft, mely a többi desztinációhoz képest is a leggyengébb teljesítmény.**

EGY SZOBÁRA JUTÓ ÁRBEVÉTEL ÁTLAGOSAN, 50. SZ. ÁBRA



Forrás: Szálláshelyek jövedelmezősége c. tanulmány alapján saját szerkesztés

Az elemzés során készült két lista, mely az országban, valamint a vidéken található szállodákat mutatja be az 1 szobára jutó árbevételei alapján. A világosarannyal jelölt két hotel bevételi adatai egy cégben szerepelnek, a megosztást a szobaszámok arányában tettük meg, így lehetséges, hogy a sorrend kettőjük között fordított.

TOP20 SZÁLLODA AZ 1 SZOBÁRA JUTÓ ÁRBEVÉTEL TEKINTETÉBEN BUDAPESTTEL EGYÜTT
173 SZ. TÁBLÁZAT

Sorrend	Turisztikai térség	Hotel neve	Egy szobára jutó éves árbevétel
1.	Budapest	Estilo Fashion Hotel	23 934 186
2.	Budapest	Budapest Marriott Hotel	20 204 247
3.	Budapest	InterContinental Budapest	19 977 410
4.	Mátra-Bükk	Bambara Hotel	19 831 675
5.	Budapest	Corinthia Hotel Budapest	19 059 863
6.	Mátra-Bükk	Mesés Shiraz Hotel	17 543 000
7.	Mátra-Bükk	Hotel Residence Ózon	17 180 051

8.	Bük-Sárvár	Spirit Hotel Thermal Spa	16 399 678
9.	Balaton	Flamingó Wellness és Konferencia Hotel	16 371 282
10.	Balaton	Hotel Füred Spa & Conference	15 353 378
11.	Balaton	Kolping Hotel Spa & Family Resort	14 829 890
12.	Budapest	Boutique Hotel Victoria Budapest	14 627 037
13.	Debrecen és térsége	Nelson Hotel	14 468 231
14.	Debrecen és térsége	Hotel Aurum	14 382 182
15.	Budapest	Expo Congress Hotel és La Prima Fashion Hotel Budapest	14 328 838
16.	Budapest	Hotel Moments Budapest	14 316 758
17.	Mátra-Bükk	Selfness Hotel Vadvirág	13 364 000
18.	Mátra-Bükk	Oxigén Hotel	13 290 280
19.	Mátra-Bükk	Hotel Bástya	12 850 050
20.	Mátra-Bükk	Imola Hotel Platán	12 834 333

Forrás: Szálláshelyek jövedelmezősége c. tanulmány alapján saját szerkesztés

Az első 20 vezető szálloda között 7 budapesti, 7 mátra-bükki, 1 bük-sárvári, 3 balatoni, 2 Debrecen térségi (hajdúszoboszlói) egység található. Ha csak a vidéki hoteleket vizsgáljuk az alábbi sorrendet kapjuk.

TOP20 VIDÉKI SZÁLLODA 1 SZOBÁRA JUTÓ ÁRBEVÉTEL ALAPJÁN
174 SZ. TÁBLÁZAT

Sorrend	Turisztikai térség	Hotel neve	Egy szobára jutó éves árbevétel
1.	Mátra-Bükk	Bambara Hotel	19 831 675
2.	Mátra-Bükk	Mesés Shiraz Hotel	17 543 000
3.	Mátra-Bükk	Hotel Residence Ózon	17 180 051
4.	Bük-Sárvár	Spirit Hotel Thermal Spa	16 399 678

Sorrend	Turisztikai térség	Hotel neve	Egy szobára jutó éves árbevétel
5.	Balaton	Flamingó Wellness és Konferencia Hotel	16 371 282
6.	Balaton	Hotel Füred Spa & Conference	15 353 378
7.	Balaton	Kolping Hotel Spa & Family Resort	14 829 890
8.	Debrecen és térsége	Nelson Hotel	14 468 231
9.	Debrecen és térsége	Hotel Aurum	14 382 182
10.	Mátra-Bükk	Selfness Hotel Vadvirág	13 364 000
11.	Mátra-Bükk	Oxigén Hotel	13 290 280
12.	Mátra-Bükk	Hotel Bástya	12 850 050
13.	Mátra-Bükk	Imola Hotel Platán	12 834 333
14.	Mátra-Bükk	Hotel Opál	12 767 000
15.	Balaton	Villa Vitae	12 506 235
16.	Budapest környéke	Velence Resort & Spa	12 419 623
17.	Mátra-Bükk	City Hotel Miskolc	12 235 744
18.	Balaton	Hotel Silverine Lake Resort	12 107 586
19.	Mátra-Bükk	Hotel Ködmön	11 836 550
20.	Tokaj és Nyíregyháza	Hotel Bodrog Wellness	11 692 583

Forrás: Szálláshelyek jövedelmezősége c. tanulmány alapján saját szerkesztés

A legjövedelmezőbb vidéki szállodák közül az első három helyet a Mátra-Bükk térségben található Bambara, Shiraz és Ózon foglalja el. 4. helyen a vezető vidéki 5 csillagos Hotel Spirit található, az 5-6. helyet pedig a balatonfüredi Hotel Füred/Flamingó Wellness Hotel foglalja el.
A TOP 20 szállodák között desztinációs arányokat vizsgálva **a Mátra-Bükkben van a létesítmények 50%-a,** a Balatonnál a 25%-a, Debrecen térségében a 10%-a, továbbá 1-1 egységgel 5%-ot képviselnek a Bük-Sárvár, Budapest környéke és a Tokaj és Nyíregyháza térsége.
A fenti TOP20 szállodai listában található **szálláshelyek közül 7-8 esetében önálló utazási döntést generáló helyszínről beszélhetünk, ami annyit jelent, hogy a szállodai márka erősebb, mint a desztinációs márka.**





2.4. Az elmúlt 15 év turisztikai fejlesztéseinek sikeressége – a termékalap változása

Az Európai Unióhoz történt csatlakozás óta az ország számára olyan mértékű fejlesztési források váltak elérhetővé, melyek korábban nem álltak rendelkezésre. A területfejlesztés intézményrendszerének hatóköre az ezt megelőző időszakban kimerült a megyei területfejlesztési tanácsokban, amelyek viszonylag kis forrásokkal próbálták támogatni különböző célok mentén az önkormányzatokat.
A 2004-2006 és 2007-2013 évek közötti programozási időszakban azonban regionális szinten szerveződött a forráselosztás, újszerű pályázati rendszert kiépítve. A források elosztása elvileg **a régiók fejlesztési stratégiája mentén, különböző témacsoportok és célok elérése érdekében történt.**

Ezen kiemelt célok közé tartozott a gazdaságfejlesztés, azon belül pedig a turizmusfejlesztés. Az elérhető források között megtalálhatók voltak még a vidékfejlesztési források is, valamint kisebb megszakítással, de a megyei források is (ma TOP néven ismert). A különböző forrásoknak eltérő célrendszere volt, kezdve az általános vállalkozásfejlesztéssel, a munkahelyteremtésen és versenyképesség növelésén keresztül a felzárkóztatásig. Ha csupán a turizmus ágazatába érkezett forrásokat nézzük, alapvető cél volt (hiszen ez egy gazdasági tevékenység) a helyi szereplők (önkormányzat, állami szervezet, vállalkozás, civil szervezet) versenyképességének javítása, az általános minőségi színvonal emelése, valamint meglévő vagy új attrakciók létrehozása.

Az MTÜ megbízásából 2020-ban készült felmérés (EU projektek turisztikai hasznosulásának elemzése címmel) a turizmus jogcímén kiadott támogatások turisztikai hasznosulását vizsgálta az érintett két programozási időszakban. (A tanulmány még a 429/2020 (IX.15.) Korm.rendelet megjelenése előtt került beszerzésre, így részben eltér a mai térségi lehatárolástól.) Turisztikai hasznosulás alatt értjük, hogy **a megvalósult fejlesztések egyrészt ma működnek-e, az eredeti funkciójuknak megfelelően történik-e, másrészt, ha igen, milyen szerepet töltenek be egy térség életében. Meghatározzák a kínálatot, akár önálló utazási döntést is generálva, vagy be sem kapcsolódtak a valós turisztikai folyamatokba.**
Sajnos a kirajzolódott kép nem túl biztató. A felmérés két uniós ciklust jelentő, egy évtized támogatott projektjei közül **180 településen 805 közvetlenül vagy közvetetten turisztikai célú projektet azonosított be összesen 323,3 milliárd forint értékben** az alábbi desztinációs megosztásban.

EU ÁLTAL TÁMOGATOTT TURISZTIKAI CÉLÚ PROJEKTEK DESZTINÁCIÓNKÉNT 2004-2013 KÖZÖTT
175 SZ. TÁBLÁZAT

Turisztikai térség	Projektek száma (db)	Támogatási összeg (Ft)	Projektek teljes költsége (Ft)
Balaton	232	42 483 151 248	69 212 208 956
Debrecen és térsége	93	30 509 454 514	45 596 836 874
Dunakanyar	51	10 880 041 931	16 341 861 036
Gyula és térsége	27	11 040 008 083	15 857 756 055
Mátra-Bükk	109	29 153 814 698	50 159 355 870
Pécs-Villány	71	18 400 542 499	27 656 788 113
Sopron-Fertő	29	11 202 766 815	15 886 143 810
Szeged és térsége	70	19 197 214 217	32 244 583 632
Győr-Pannonhalma	27	8 281 374 601	11 769 395 453
Tokaj és Nyíregyháza	96	30 114 044 930	38 566 630 397
Összesen	805	211 262 413 536	323 291 560 196

Forrás: EU projektek turisztikai hasznosulásának elemzése c. tanulmány

EZEKRŐL, AZ ELŐZETESEN MEGHATÁROZOTT MÓDSZERTAN MENTÉN VIZSGÁLVA AZ ALÁBBI ÖSSZEFOGLALÓ TÁBLÁZATBAN LÁTHATÓ KÉP RAJZOLÓDOTT KI, 176 SZ. TÁBLÁZAT

Szálláshelyek fejlesztése	nincs turisztikai relevanciája	turisztikai relevanciája csekély	nem támogatja a desztinációs víziót	desztinációs hozzájárulása elenyésző	desztinációs hozzájárulása jelentős	önálló utazási döntést befolyásol	önálló utazási döntést generál
216 db	5	16	49	80	8	42	16
Attrakciók fejlesztése	nincs turisztikai relevanciája	turisztikai relevanciája csekély	nem támogatja a desztinációs víziót	-	desztináció kínálatát színesítő attrakció	önálló utazási döntést befolyásol	önálló utazási döntést generál
308 db	80	65	0	-	100	39	24
Általános fejlesztések	nincs turisztikai relevanciája	turisztikai relevanciája csekély	nem támogatja a desztinációs víziót	közvetlen turisztikai vonzereje nincs	támogatja a márka-pozíciót	hozzájárul a verseny-képességhez	növeli a verseny-képességet
91 db	35	4	1	24	2	18	7
Szervezet-fejlesztés	megszűnt	nem végez napi operatív munkát	-	önkormányzati feladatokat lát el	céljainak megfelelően végzi feladatát	példaértékű munkát végez	-
83 db	19	15	-	35	9	5	-
Összesen	**139**	**100**	**50**	**139**	**119**	**104**	**47**
∑ projektarány	17,3%	12,4%	6,2%	17,3%	14,8%	12,9%	5,8%

Forrás: EU projektek turisztikai hasznosulásának elemzése c. tanulmány

Az összesített értékelés eredménye azt mutatja, hogy **a projektek 1/3-a** (270 db) **tekinthető a turizmus versenyképességét támogató beavatkozásnak, közvetlen versenyképesség-növelő hatása azonban a fejlesztések alig 20%-ának volt. Közülük önálló utazási döntés generálására csak kevés helyszín, és ezek közül is jellemzően szállodák képesek.** Ehhez a kategóriához tartoznak a Mátra-Bükk emblematikus szállodái (Bambara, Shiraz, Ózon, Lifestlye) és néhány Balaton desztinációhoz tartozó szálloda (Azúr, Európa Fit, Kolping, Hotel Kapitány), illetve néhány országosan ismert attrakció: kulturális kategóriában a Pannonhalmi Főapátság, a Festetics-kastély, a Tihanyi Apátság vagy az Egri vár, aktív- és ökoturizmus kategóriájában a veszprémi és a nyíregyházi állatkertek és a Tisza-tavi Ökocentrum, és természetesen a komplex szolgáltatást nyújtó fürdőkomplexumok, a Gyulai Várfürdő, a Hungarospa Hajdúszoboszló vagy a Bükfürdő Thermal & Spa.

A projektek 13%-át képviselik azok az attrakciók, melyek önálló utazási döntést befolyásolnak. Ide tartoznak például a várak és kastélyok (Szigliget, Boldogkőváralja, Sárospatak, Füzér, Diósgyőr, Gyulai vár és Almásy-kastély, Esterházy-kastély), illetve a kisebb jelentőségű, de még országosan ismert fürdők (szegedi Aquapolis, mórahalmi Szent Erzsébet Gyógyfürdő).

A turisztikai hasznosulással nem azonosítható projektek az összesítésben 53,2%-os részarányt képviselnek (428 projekt), amelyen belül jelentősek a csekély turisztikai keresletet generáló, illetve a turisztikai relevancia nélküli beavatkozások, **zömében a kulturális típusú projektek értékmentő és lakossági funkciót erősítő (turisztikai vendégforgalmat nem érintő) fejlesztései tartoznak ide.**

A 2004-2006 és 2007-2013 uniós programozási időszakok **támogatott turisztikai célú projektjeinek turisztikai hasznosulása összeségében tehát csak kb. 1/3-os arányban valósult meg**, azonban **egyrészt ezek a fejlesztések alapozták meg a mai szálláshelyi infrastruktúrát, másrészt ezek a projektek járultak hozzá a versenyképesség hozzávetőleges megőrzéséhez.** Ezen felül a ma prosperáló turisztikai teljesítménnyel jellemezhető desztinációkban mindenhol találunk egy-egy olyan beavatkozást, amely a versenyképességet növelve ma is meghatározza a turisztikai térség keresletét.

A megfelelő hasznosulás elmaradása mögött összetett folyamatok húzódnak, és az ezekből származó tapasztalat fontos intelem a következő időszak fejlesztési stratégiájának elkészítéséhez és majd a megvalósításához is. A vizsgálat tapasztalatai alapján elmondható, hogy **a turizmusban résztvevő szereplők köre jellemzően állami** (kastélyok, várak, nemzeti parkok, erdészetek, fürdők) **vagy önkormányzati** (állatkertek, fürdők, rendezvényhelyszínek), **kiegészülve az egyházakkal.** A támogatott projektek között a szálláshelyfejlesztés és kis mértékben az attrakció fejlesztés volt, ami vállalkozói aktivitást eredményezett. A fejlesztések zöme így fenntartásban is az állami és önkormányzati szereplőkhöz köthető, **ahol nincs meg az a menedzsment tudás, helyenként akarat, mely a meglévő attrakciók üzemeltetését turisztikai szemlélettel végezné vagy az üzemeltetésen túl termékfejlesztési feladatokat látna el.** Általános tapasztalatként elmondható, hogy a projektek jelentős része helyi értékmentésre irányult, azaz turisztikai projektcélt megfogalmazva, de valójában csak egy meglévő épület funkcióval történő megtöltése és felújítása fogalmazódott meg a projektgazdában. Ennek megfelelően az üzemeltetés nem tud megfelelő lenni. **A fejlesztések során bár mindenki látta előre a fenntartási kötelezettség által feltételezhető kiadásokat, a projektgazdák mégsem tudják fenntartani és finanszírozni a karbantartás és megújítás költségeit. Tehát a versenyképessé vált helyszínek újra versenyképtelenné váltak a valós kereslet és finanszírozási háttér hiánya miatt.**

A fenti példaként felsorolt **utazási döntés generáló vagy befolyásoló attrakciókat** – mintegy a jó példák ezúton is történő kihangsúlyozásával - **az alábbi táblázatokban teljeskörűen bemutatjuk,** láthatóvá téve, hogy egy-egy desztináció esetében, mely beavatkozások mozdították elő eredményesen a térség turizmusát. A táblázatban megtalálhatók egyaránt szálláshelyek és attrakciók is, láthatók komplex fejlesztésekre irányuló beavatkozások is, melyek, ha nem is egészében, de részben jelentős hatást értek el.

UTAZÁSI DÖNTÉST GENERÁLÓ SIKERES FEJLESZTÉSEK TURISZTIKAI TÉRSÉGENKÉNT (2004-2013)
177 SZ. TÁBLÁZAT

Sorszám	Térség	Attrakció	Típus
1.	Szeged és térsége	Hunguest Hotel Forrás	szálláshely
2.	Szeged és térsége	Szent Erzsébet Mórahalmi Gyógyfürdő	attrakció
3.	Szeged és térsége	Szegedi Szabadtéri Játékok	attrakció
4.	Győr-Pannonhalma	Pannonhalmi Bencés Főapátság	attrakció
5.	Tokaj és Nyíregyháza	Aquarius Élmény- és Parkfürdő	attrakció
6.	Tokaj és Nyíregyháza	Nyíregyházi Állatpark	attrakció
7.	Tokaj és Nyíregyháza	Zemplén Kalandpark	attrakció
8.	Debrecen és térsége	Hungarospa Hajdúszoboszló	attrakció
9.	Debrecen és térsége	Tisza-tavi Ökocentrum	attrakció
10.	Debrecen és térsége	Tisza-tó kerékpárút	attrakció
11.	Mátra-Bükk	Lifestyle Hotel Mátra	szálláshely
12.	Mátra-Bükk	Mesés Shiraz Hotel	szálláshely
13.	Mátra-Bükk	Avalon Resort & Spa	szálláshely
14.	Mátra-Bükk	Bambara Hotel Prémium	szálláshely
15.	Mátra-Bükk	Hotel Residence Ózon	szálláshely
16.	Mátra-Bükk	Egri vár	attrakció
17.	Mátra-Bükk	Avalon Park	attrakció
18.	Sopron-Fertő	Bükfürdő Thermal & Spa	attrakció
19.	Pécs-Villány	Pécs Világörökségi helyszín fejlesztése	attrakció
20.	Gyula és térsége	Gyulai Várfürdő	attrakció
21.	Balaton	Hotel Azúr	szálláshely
22.	Balaton	Hotel Európa Fit	szálláshely

Sorszám	Térség	Attrakció	Típus
23.	Balaton	Hotel Füred Spa & Conference	szálláshely
24.	Balaton	Hotel Kapitány Wellness	szálláshely
25.	Balaton	Kolping Hotel Spa & Family Resort	szálláshely
26.	Balaton	NaturMed Hotel Carbona	szálláshely
27.	Balaton	Zalakarosi Fürdő	attrakció
28.	Balaton	Tihanyi Bencés Apátság	attrakció
29.	Balaton	Festetics-kastély	attrakció

Forrás: EU projektek turisztikai hasznosulásának elemzése c. tanulmány

Az országban mindösszesen **29 projekt eredményei tekinthetők utazási döntést generáló tényezőnek**. A fenti helyszínek jelentőségüket nem minden esetben a pályázat eredményének köszönhetik, hanem alapvetően adottságaik okán generálnak utazási döntést (pl. Tihanyi Apátság, Egri vár). A fejlesztések között nagyobb arányban szereplenek meglévő attrakciókra és szálláshelyekre irányuló felújítást jelentő beavatkozások, de láthatunk **új fejlesztéseket** is, **melyek nélkül ma a desztinációk ismertsége és vendégforgalmi adatai jóval alacsonyabbak lennének**. Ilyen fejlesztések pl. **az Avalon Resort & Spa, az Avalon park, a Tisza-tó kerékpárút, a Zempléni Kalandpark, a Bambara hotel.** A meglévő attrakciók felújítására irányuló beruházások minden esetben olyan minőségi előrelépést jelentettek, melyek támogatták a versenyképesség megőrzését vagy növelését. Egyes fejlesztések a minőségi szolgáltatásfejlesztésen túl át- és felpozícionálták az adott attrakciót vagy szálláshelyet, melynek eredményeképpen jelentős forgalomnövekedést tudott elérni (pl. Nyíregyházi Állatpark, Lifestyle Hotel Mátra, Gyulai várfürdő). **A legtöbb fejlesztés** ezen kategóriában **a két vezető desztinációban valósult meg: Balaton és Mátra-Bükk**, mely tovább növelte versenyképességüket.

UTAZÁSI DÖNTÉST BEFOLYÁSOLÓ VAGY MEGHATÁROZÓ SIKERES FEJLESZTÉSEK TURISZTIKAI TÉRSÉGENKÉNT[2]
178 SZ. TÁBLÁZAT

Sorszám	Térség	Attrakció	Típus
30.	Szeged és térsége	Colosseum Hotel	szálláshely
31.	Szeged és térsége	Elixír Medical Wellness Hotel Mórahalom	szálláshely
32.	Szeged és térsége	Makói Hagymatikum Gyógyfürdő	attrakció
33.	Szeged és térsége	Napfényfürdő Aquapolis Szeged	attrakció
34.	Szeged és térsége	Szegedi Dóm Látogatóközpont	attrakció
35.	Győr-Pannonhalma	Futura Interaktív Természettudományi Élményközpont	attrakció
36.	Tokaj és Nyíregyháza	Andrássy Rezidencia Wine & Spa	szálláshely
37.	Tokaj és Nyíregyháza	Aranybánya Panzió és Apartmanház	szálláshely
38.	Tokaj és Nyíregyháza	Hotel Botrytis	szálláshely
39.	Tokaj és Nyíregyháza	Gróf Degenfeld Kastély és Szőlőbirtok	szálláshely
40.	Tokaj és Nyíregyháza	Hotel Pagony	szálláshely
41.	Tokaj és Nyíregyháza	Tokaj Fesztiválkatlan	attrakció
42.	Tokaj és Nyíregyháza	Basilicus Borkultúra Központ	attrakció
43.	Tokaj és Nyíregyháza	Boldogkő vára	attrakció
44.	Tokaj és Nyíregyháza	Füzér vára	attrakció
45.	Tokaj és Nyíregyháza	MNM Rákóczi Múzeuma (sárospataki Rákóczi-vár)	attrakció
46.	Budapest környéke	Hotel Visegrád	szálláshely
47.	Budapest környéke	Bükkös Hotel & Spa	szálláshely

2 A tanulmány 805 projektet vizsgált a korábbi kormányrendeletben lehatárolt térségek területén, melynek következtében pl. Gödöllő vagy Sárvár projektjei nem kerültek értékelésre, így a táblázatnak sem képezhetik részét.

Sorszám	Térség	Attrakció	Típus
48.	Budapest környéke	Prímás Pince Étterem és Boralagút	attrakció
49.	Budapest környéke	Szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeum (Skanzen)	attrakció
50.	Debrecen és térsége	Tisza Balneum Thermál Hotel	szálláshely
51.	Debrecen és térsége	Butik Design Rooms	szálláshely
52.	Debrecen és térsége	Aquaticum Termál & Wellness Hotel	szálláshely
53.	Debrecen és térsége	Hunguest Hotel Béke	szálláshely
54.	Debrecen és térsége	Mátai Ménes Pusztai Állatpark Hortobágyi Vadaspark Hortobágy-halastavi tanösvény HNP Látogatóközpont	attrakció
55.	Mátra-Bükk	Oxigén Hotel Family & Spa	szálláshely
56.	Mátra-Bükk	La Contessa Kastélyhotel	szálláshely
57.	Mátra-Bükk	Mátra Sástó Kemping	szálláshely
58.	Mátra-Bükk	Imola Hotel Platán	szálláshely
59.	Mátra-Bükk	Hotel Eger& Park	szálláshely
60.	Mátra-Bükk	Hunguest Grandhotel Galya Hunguest Hotel Flóra Hunguest Hotel Palota	szálláshely
61.	Mátra-Bükk	Zsóry Gyógy- és Strandfürdő	attrakció
62.	Mátra-Bükk	Sípark Mátraszentistván	attrakció
63.	Mátra-Bükk	Diósgyőri vár Lovagi tornák tere Vásártér Lillafüredi függőkert	attrakció

Sorszám	Térség	Attrakció	Típus
64.	Mátra-Bükk	Országos Kéktúra észak-magyarországi szaka-sza	attrakció
65.	Mátra-Bükk	Lillafüredi Állami Erdei Vasút	attrakció
66.	Mátra-Bükk	Szilvásváradi Állami Erdei Vasút	attrakció
67.	Sopron-Fertő	Danubius Hotel Bük	szálláshely
68.	Sopron-Fertő	Caramell Prémium Resort	szálláshely
69.	Sopron-Fertő	Sá-Ra Termál Fürdő	attrakció
70.	Sopron-Fertő	Esterházy-kastély	attrakció
71.	Sopron-Fertő	Széchenyi-örökség Nagycenk	attrakció
72.	Pécs-Villány	Bock Hotel Ermitage	szálláshely
73.	Pécs-Villány	Crocus Gere Bor Hotel	szálláshely
74.	Pécs-Villány	Hotel Castello	szálláshely
75.	Pécs-Villány	Máriagyűd Kegytemplom fejlesztése	attrakció
76.	Pécs-Villány	Pécsi Székesegyház Püspöki Palota Püspöki Kincstár Gázi Kászim pasa dzsámija Csontváry Múzeum	attrakció
77.	Gyula és térsége	Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont	attrakció
78.	Balaton	Anna Grand Hotel Wine & Vital	szálláshely
79.	Balaton	Aura Hotel	szálláshely
80.	Balaton	Bonvino Hotel Wine & Spa	szálláshely
81.	Balaton	Mala Garden Hotel	szálláshely
82.	Balaton	Residence Balaton Conference & Wellness	szálláshely
83.	Balaton	Hunguest Hotel Pelion	szálláshely

Sorszám	Térség	Attrakció	Típus
84.	Balaton	Zenit Hotel Balaton	szálláshely
85.	Balaton	Hotel Wellamarin	szálláshely
86.	Balaton	Siófoki Nagystrand	attrakció
87.	Balaton	Csopak Strand	attrakció
88.	Balaton	Kisfaludy Strand Esterházy Strand és Élményfürdő	attrakció
89.	Balaton	Szigligeti vár	attrakció
90.	Balaton	Gömbkilátó Várdomb Kaland- és Szabadidőpark	attrakció
91.	Balaton	Tapolcai-tavasbarlang Látogatóközpont	attrakció
92.	Balaton	Kittenberger Kálmán Növény- és Vadaspark	attrakció

Forrás: EU projektek turisztikai hasznosulásának elemzése c. tanulmány

A turisztikai térségekben **összesen 92 utazási döntést befolyásoló vagy meghatározó sikeres projektet azonosítottak** a tanulmány készítői. Ugyanúgy, mint az előző kategóriánál **itt is találhatók felújított és új létesítmények**, melyek pozitív hatással vannak a turisztikai folyamatokra. A térségi arányok itt kiegyenlítettebb mezőnyt eredményeznek, **Gyula és térsége, valamint Győr-Pannonhalma térsége marad el a többitől, ahol csupán 1-1 kiemelkedő fejlesztés valósult meg.**





3.

Gyula és térsége turisztikai térség





3.1. A Gyula és térsége turisztikai térség pozíciója

Az első fejezetben részletesen bemutatásra került a Kormány által lehatárolt turisztikai térségek létrejöttének célja, előzményei és az erre épülő turizmusfejlesztési irányelvek. A 429/2016 (XII. 15.) Kormányrendelet hatályon kívül helyezésével a jelenleg érvényben lévő 429/2020 (IX.14.) Kormányrendelet definiálja az egyes turisztikai térségekbe tartozó települések listáját.

FENTIEK ALAPJÁN A GYULA ÉS TÉRSÉGE TURISZTIKAI TÉRSÉGBE AZ ALÁBBI TELEPÜLÉSEK TARTOZNAK:

Békéscsaba, Gyula

A második fejezetben bemutatott munkahipotézis és a felmérések, vizsgálatok eredményeképpen a **Gyula és térsége turisztikai térség pozíciója** itt újra bemutatásra kerül **részletesen és összefoglalóan az alábbi táblázatban.** Hangsúlyozni szeretnénk, hogy **ez továbbra is a stratégiát támogató vízió,** a pályázatban a későbbiek során készül el az összes turisztikai térség márkastratégiája, mely részletesen és pontosan fogja meghatározni a márkapozíciót.

EGÉSZSÉGTURISZTIKAI PROFIL	
Turisztikai térség	TOKAJ ÉS NYÍREGYHÁZA
Szezonális elérhetőség	tavasz, nyár, ősz
Márkaprofil	„Történelmi hangulatú fürdőváros”
Hangsúly	Egy olyan történelmi hangulatot árasztó fürdőváros, ahol a 4-5 napos kikapcsolódás is reális. • történelmi helyszínek, mint, vár és kastély • gyógyfürdő és élményfürdő
Profilt kiegészítő elem	• gasztronómiai és kulturális rendezvények, • Munkácsy-örökség • Gyula esetében minden élmény sétatávolságon belül
Célcsoportok	• elsődlegesen 50+ korosztály, közepes és magasabb költési hajlandósággal, egészségturisztikai motivációval, melyet kiegészít a kulturális érdeklődés • másodlagosan kisgyermekes családok, főleg nyári időszakban
Nemzetközi potenciál	• Gyulai Várfürdő és Aquapalota • Gyula, mint, fürdőváros
Egyéb stratégiai szempontok	Alacsony ismertségből és elhelyezkedésből fakadó hátrányok mérséklése.

A desztináció turisztikai termékprofilját a történelmi hangulatú fürdőváros, Gyula alapozza meg. A térség iránti keresletet egyetlen termék, a kisgyermekes családokat és gyógyulni vágyó szeniorokat egyaránt megszólító **Gyulai Várfürdő határozza meg,** amely páratlan városi környezetben, az emblematikus Gyulai vár és átlagon felüli, kiemelkedően magas színvonalú interpretációval rendelkező Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont ölelésében helyezkedik el.

De **Gyula ennél jóval több:** a tudatosan fejlesztett, karbantartott, mindig tiszta és rendezett történelmi belváros **olyan egyedülálló miliőt teremt, amelyhez hasonló legközelebb az országban Sárváron** (vagy talán ott sem) **található. Gyula tehát nem egyszerű fürdőtelepülés, hanem a nyugat-európai értelemben vett fürdőváros („Kurort"), annak minden infrastruktúrájával** (megfelelő kapacitású szálláshelyekkel, széleskörű kínálatot nyújtó vendéglátóhelyekkel). Megjegyzendő ugyanakkor, hogy a **turisztikai alapinfrastruktúra szolgáltatási minősége csupán közepes színvonalú**, a mai vendégkörnek ugyan megfelel, azonban, ha a térség szolgáltatói nem lépnek, **a folyamatosan változó és növekvő fogyasztói igények hatására fennáll a veszélye annak, hogy a település elveszíti stabil keresletét, és néhány éven belül költési hajlandóság szempontjából már csak az alacsonyabb jövedelmi decilisekbe tartozó szegmensek megszólítására lesz képes.** Gyula így **egyszerre hordozza magában a más fürdőtelepülésen nem megtalálható minőségi kitörés lehetőségét, de szürkülhet is bele a középmezőnybe.** Méreténél és kínálati adottságainál fogva **a tömegturizmus lehetőségei korlátozottak, sőt az egyediségét az eltömegesedés tudja lerontani.**

A település kínálatát a békési megyeszékhely, Békéscsaba színesíti, amely ugyan ma még elsősorban a Csabai Kolbászfesztiválról nevezetes, azonban **a Munkácsy-örökség méltó bemutatását célzó**, a Modern Városok Program keretében megvalósuló **Munkácsy-negyed** (amelynek során megújul a Munkácsy Emlékház, kiállítási tartalommal bővül a Munkácsy Múzeum, felújítják az Urszinyi-Beliczey-kúriát stb.) **létrehozásával valós élményígérettel bíró programlehetőséget jelent majd**, minden a térséget választó és kulturális érdeklődéssel is jellemezhető utazó számára. **A térség** perifériális elhelyezkedése és rossz (de az M44-es autópálya épülésével jelentősen javuló) megközelíthetősége ellenére turisztikai teljesítmény szempontjából az egyik legdinamikusabban fejlődő desztináció, **kínálatával elsősorban a belföldi piac megszólítására képes.** A határmenti, (vendégéjszakát is generáló) román vendégforgalom ma még nem meghatározó (alig 15%-os részesedés), azonban tudatos termékfejlesztéssel a külföldi piac turisztikai teljesítményében még bőven van növekedési potenciál.

A meglévő termékkínálatra és a folyamatban lévő fejlesztésekre alapozva **víziónk szerint Gyula és térsége a jövőben egy akár 4-5 napos kikapcsolódásra is alkalmas desztináció, ahol a hangsúly a „besétálható" fürdővárosi hangulaton, a gyógyfürdőn és a történelmi helyszíneken** (a kastélyon és a váron, illetve a történelmi belvároson) **van. Profilt kiegészítő elemet a meglévő gasztronómiai rendezvények** (kolbászfesztivál, pálinkafesztivál), **a fejlesztést követően a Munkácsy-negyed adják, illetve a bejárhatóság jelenti**, azaz annak a ténynek a hangsúlyozása, hogy Gyulán minden élmény karnyújtásnyira és sétatávolságra van.

A jelenlegi vendégkörhöz és a tervezett profilhoz igazodva **a két legfőbb célcsoport**

- **az ESOMAR A, B és C1 státuszú** (azaz jellemzően magasan képzett, az átlagnál magasabb szabadon elkölthető jövedelemmel, de legalábbis stabil fizetőképességgel rendelkező) **szeniorok**, akik jellemzően egészségturisztikai (gyógyulási és/vagy prevenciós) motivációval érkeznek, de nyitottak a kultúrára és a térség gasztronómiájának megismerésére;
- illetve **a kisgyermekes családok, fiatalok**, akik a víz szórakoztató élményére vágynak

Nemzetközi értékesíthetőség ma (és a jövőben) kizárólag egyetlen termék, **a Gyulai Várfürdő (és Aquapalota) vonatkozásában azonosítható.**

Gyula és térsége turisztikai térség számára stratégiai cél a hazai más, egészségturisztikai profillal márkázni kívánt (Bük-Sárvár, Szeged és térsége) desztinációktól való megkülönböztetés a „történelmi fürdőváros" imázs megteremtésével és jelentésének tudatosításával, a belföldi piac szempontjából a versenyképesség megőrzése, a külföldi – román – piac relevanciájában pedig a vendégforgalom növelése, magasabb költési hajlandóságú célcsoportok megszólítása, a gyógyturisztikai profil hangsúlyozásával az átlagos tartózkodási idő növelése, és ennek révén természetesen a legfőbb cél a turizmusból származó bevételek növelése.





3.2. Kérdőíves felmérések és azok eredményei

A desztinációfejlesztési stratégia alkotása során fontos szempontot jelentett a térségi turisztikai szereplők által felrajzolt helyzetkép a saját térségükről, illetve véleményük megismerése a jövő irányvonalaira vonatkozóan.

Ahogy azt már a 2. fejezetben részleteztük, két kérdőíves felmérést végeztünk az egyes desztinációk turizmusban érintett szereplői (szakemberek, szolgáltatók és döntéshozók) között. Az 1. kérdőíves felmérés egységes volt mindegyik térségben, és a térségek profilját hivatott felmérni, a második kérdőív pedig ugyanazon kérdéseket tartalmazta az egyes desztinációkban, természetesen „testre szabva" és az egyes desztinációk saját magukról alkotott képét mérte fel. Ebben a fejezetben megismételjük az 1. kérdőív térséget érintő főbb megállapításait és eredményeit, valamint bemutatjuk a 2. kérdőív eredményét, mely alapján látható a térségi szakértők desztinációról alkotott képe.

A dokumentumban elemzett és értékelt kérdőíves válaszok a felmérés eredményét tükrözik, amely nem azonos az MTÜ szakmai álláspontjával és nem tekinthető reprezentatívnak.

3.2.1. 1. kérdőíves felmérés eredményei

Gyula és térsége turisztikai térség kapcsán az **1. számú kérdőív eredményei** alapján az alábbi összefoglaló eredmény született:

- **a desztináció a 10 térség közül szinte a legalacsonyabb pontszámokat kapta** minden szempont esetében (Szeged és térsége mellett), annak ellenére, hogy **a desztináció válaszadói mindenhol magasabbra pozicionálják saját magukat**
- a térség alacsony ismertsége nem feltétlenül a megfelelő következtetésekhez vezetett, így a legfontosabbnak tartott ismérvek a **„kelet-európai vendégeket fogadó”**, a **„szenior”** és a **„négyévszakos”** lettek, illetve a **legkevésbé aktív desztinációnak tartják a kitöltők**
- a termékalapon könnyen profilizálható térség érdekes módon sem a kulturális terméknél, **sem az egészségturizmusnál nem kapott kiemelkedő pontszámot**, sőt a kultúra szempontjából az egyik legkevésbé értékelt desztináció
- a legalacsonyabb értéket ez a desztináció kapta a nyugat-európai vendégek jelző esetében
- összességében elmondható, hogy **a Gyula és térsége bír a legkisebb ismertséggel**, ennek köszönhető, hogy minden kérdés kapcsán a válaszadók az utolsó helyek egyikére illesztették be

Az alábbi táblázat tartalmazza az egyes kérdésekben elért pontszámokat, melyben a kérdések a terméktípusokban betöltött pozíciót jelentik. A pontszámok az 1-10-ig terjedő skálán elért összesített eredményt mutatják. Minél nagyobb értéket olvashatunk, annál inkább jellemző az adott kérdéskör az érintett térségre.
A kérdés pontosan: A desztináció kínálatával és imázsával a leginkább elsődleges (direkt azért utazik) vagy másodlagos (nem direkt ezért utazik, de tartózkodása alatt igénybe veszi ilyen szolgáltatásokat) kulturális/aktív/bor-gasztro, stb. motivációjú utazó vendégeket képes megszólítani?

1. SZ. KÉRDŐÍV KIÉRTÉKELÉSE SORÁN A TÉRSÉGRE VONATKOZÓ EREDMÉNYEK, 179. SZ. TÁBLÁZAT

Kérdések	Gyula és térsége
Kulturális	3,82
Aktív	2,94
Bor-gasztro	3,45
Négyévszakos	5,01
Nyári	4,04
Téli	4,78
Családi	4,62
Szenior	6,03
Prémium	3,30
Nyugat-európai vendégek	2,73
Kelet-európai vendégek	6,65
Prémium egészségturisztikai	4,96

Forrás: MTÜ

3.2.2. 2. kérdőíves felmérés eredményei

A második szakasz felmérésének célja, hogy megismerje, hogy a desztináció turisztikai szereplői **mit gondolnak a térségi turisztikai teljesítménymutatókról és a turisztikai kínálatról, a stratégiai irányokat meghatározó legfőbb ismérveket illetően** pedig **mely beavatkozási pontokat és miért tartják fontosnak** a térség jövője szempontjából.
A 2. kérdőív terjedelmét tekintve jóval bővebb volt, amely meghatározta a kitöltési hajlandóságot is. A **második fordulóban 27 kitöltött kérdőív érkezett be**, amelyből **négyet a döntéshozók** (önkormányzatok, turisztikai szervezetek tulajdonosai/elnökei), **hatot a szakmai szervezetek** (pl. TDM-ek, turisztikai egyesületek, Tourinformok vezetői) és **17-et pedig a turisztikai szolgáltatók** (szálláshelyek, vendéglátóhelyek, turisztikai attrakciók képviselői) töltöttek ki. Kifejezetten jó eredménynek tekinthető. A kevés válaszadó okán ezért **a felmérés nem reprezentatív, nem tükröz bármilyen szakmai álláspontot**, az alábbiakban olvasható értékelés kizárólag a kérdőív eredménye.

A kiértékelés eredményei alapján a desztinációról a térségi szereplők az alábbi profilt és jövőképet alkották:
Gyula és térsége** a kb. 30-50%-os részesedési aránnyal becsült szabadidős célú turizmus tekintetében jelenleg egy **alacsony/közepes költési hajlandóságú, kedvező ár-érték arányt kereső, elsősorban az egészségturizmus (szórakoztató víz funkció) iránt érdeklődő családos szegmenst ér el, a célcsoport portfólió részét képezik továbbá a gyógyulni vágyó, hosszabb gyógykúrára érkező szeniorok.
A kínálat legfőbb elemei** a **Gyulai Várfürdő**, a **Gyulai vár**, az **Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont** és a térségi top vonzerők között egyedüli békéscsabai attrakciónak számító **Csabai Kolbászfesztivál.
*További fontos szerepet a térség turizmusában **Gyula gyógyhelyi környezete**, a **Munkácsy Múzeum**, valamint a **Százéves Cukrászda** játszanak, a legmagasabb szolgáltatási minőséget képviselő attrakciók közé pedig – az ország kiemelt attrakcióinak is számító **Almásy-kastély** és a **Gyulai Várfürdő** sorolható. A térségi imázst leginkább romboló attrakció a **Wenckheim-kastély (Szabadkígyós).***

*A térség számára **a legfőbb versenytársnak tekintett desztinációk a Debrecen és térsége, a Szeged és térsége és a Balaton.***
A jelenlegi és a jövőbeni legfőbb célcsoportokként lehatárolt szegmensek számára elsősorban a kedvező ár-érték arány és az elérhető komplex kínálat lehet ma vonzó, azonban a térség teljesítményét hátráltatja a turisztikai forráshiány, a külpiaci értékesítés és a keresztpromóció hiánya, illetve a rossz piaci pozíció.
*A felsorolt gyengeségeken túl **a desztináció fejlődésének elsődleges korlátját egyértelműen a küldőterületről történő megközelíthetőségi nehézségek jelentik**, ezért a versenyképesség javítása és a turisztikai teljesítmény növelése érdekében az alábbi beavatkozásokra van szükség:*

- *együttműködési készség, illetve a termékösszekapcsolás és a keresztpromóciós tevékenység erősítése*
- *hatékony marketingkommunikációs tevékenység*
- *az egészségturisztikai, a kulturális és az aktív- és ökoturizmus kínálat infrastrukturális- és szolgáltatásfejlesztése*

Végezetül fontos kihangsúlyozni, hogy **a dokumentum** során elemzett és értékelt válaszok csupán **a 2. számú felmérés eredményét tükrözik**, amely **nem azonos az MTÜ szakmai álláspontjával**, illetve a kevés válaszadó okán **nem tekinthető reprezentatívnak** semmilyen szempontból.





3.3 Általános turisztikai jellemzők

Gyula és térsége részletes, csaknem vonzerőleltár szintű bemutatására a GINOP-1.3.4 projekt előkészítéseként összeállított fejlesztési programban már sor került; ezért az alábbiakban a desztináció összefoglaló bemutatására kerül sor, amely alátámasztásként szolgál a térségi vízióban meghatározott pozícióhoz és a javaslatokhoz.

A desztináció bemutatását a megközelítés és közlekedés lehetőségeivel kezdjük, hiszen az egymással versengő vidéki térségek között ez meghatározó döntési faktor (utazási idő/minőség) is lehet, főként az azonos fő motivációt jelentő termékek esetében.

3.3.1. Megközelíthetőség, közlekedés

Gyula és térsége turisztikai térség versenyképességének és értékesíthetőségének legjelentősebb korlátozó tényezőjét megközelíthetősége jelenti.

A fő belföldi küldőterületről (a fővárosból) történő megközelítés legalább 3-3,5 órát jelent, az M5-ös autópályán Szeged felé indulva, **majd Békés megye legfontosabb főútvonalán haladva (44-es**, Kecskemétről induló, Békéscsabán és Gyulán áthaladó, a magyar-román határig tartó út), **esetleg az M44-est egy kb. 60 km-es szakaszon használva**, érhető el. **További elsőrendű főutak nem érintik közvetlenül a desztinációt**, az észak-alföldi főbb települések kb. 2-2,5 órán belül közelíthetők meg (pl. Debrecen, Nyíregyháza), az észak-magyarországi központok 3-3,5 óra alatt (pl. Eger, Miskolc), a dunántúli főbb városokból történő megközelítés azonban már szinte értelmezhetetlenül hosszú (pl. Pécsről 4,5 óra, Veszprémből Budapest érintésével 4,0 óra, Győrből szintén legalább 4,5 óra szükséges). A területet a környező településekhez kb. egy tucat mellékúti kategóriájú országos közút kapcsolja.

A fővárosból Békéscsaba vasúton viszonylag könnyedén elérhető, a Keleti pályaudvarról, jellemzően **óránként induló InterCity vonatok 2,5 óra alatt a békési megyeszékhelyre érnek**, ahonnan kisebb 2. osztályú kocsikkal közlekedő személyvonatok indulnak Gyulára (kb. 20 perces utazási idő).

Az autóbusszal történő utazás meglehetősen nehézkes: a közvetlen buszjárat a Budapest és Békéscsaba közötti távolságot több mint 4 óra alatt teszi meg, átszállás nélkül naponta kb. három járat közlekedik, a továbbiak esetében átszállás szükséges Kecskeméten vagy Szarvason, Gyula pedig csak Békéscsaba érintésével (azaz további átszállásokkal) érhető el.

Békéscsabán belül a közlekedést 14 helyi buszjárat biztosítja, elsősorban a lakossági igényeket kiszolgálva, **Gyulán pedig két vonal működik**, az egyik a gyulai vasútállomástól a Gyulavári Kastélyig közlekedik a belvárost (fürdőt is) érintve, a másik azonban csak a fürdőig jár (az előbbi napközben kb. óránként, utóbbi azonban csupán néhányszor naponta).

Taxi szolgáltatás mindkét településen elérhető, de a két település közötti szállításra vonatkozóan hosszas keresést követően sincs online információ.

KERÉKPÁROZÁS

A kiépített kerékpáros utakról az interneten csak korlátozottan hozzáférhető az információ, turisztikai célú kerékpárutak nincsenek a térségben. Békéscsabáról induló ajánlott útvonal nincs, Gyula vonatkozásában a turisztikai honlap (visitgyula.com) az alábbi kerékpáros túrákat ajánlja pontos távolság meghatározás, nehézségi szint, vagy a kerékpározás feltételei (épített kerékpárút, esetleg kis forgalmú közút stb.) nélkül:

- Kastély-kör (Almásy-kastély – Gyulavári Kastély – Lőkösháza Bréda-kastély – Újkígyós Wenckheim-kastély – Póstelek – Gyula)
- Természet-kör (Almásy-kastély – Gyulavári – Dénesmajor – Fekete-Körös töltése – Szanazug – Doboz – Póstelek – Gyula)
- Gyula –Szalonta (80 km – részletes útvonal nélkül)
- Városnéző túra (Almásy-kastély –Gyulavári Kastély – Csiga-kert – Élővíz-csatorna – Erkel Ferenc szülőháza – Göndöcs-kert – Százéves cukrászda – Gyulai vár)

A két település közötti összeköttetésről szintén nincsenek információk, azonban egy 2020. augusztusi sajtóhír szerint **a Modern Városok Program részeként 2,3 milliárd forintból 2022-ig valósítják meg a Wenckheim turisztikai kerékpárutat**, amely Békéscsaba belvárosát érintve összeköti majd a szabadkígyósi, gerlai, pósteleki és – az M44-es gyorsforgalmi út szervizútján keresztül – a gyulai Harruckern-Wenckheim-Almásy-kastélyokat.

A turisztikai térség teljesítményének elmúlt néhány évi alakulása jól reprezentálja a desztinációban zajló folyamatokat és valamelyest magyarázza Gyula és térsége eltérő eredményeit a jól prosperáló desztinációkhoz képest. Az alábbiakban a 2014-2019 közötti időszak keresletét mutatjuk be a rendelkezésre álló, teljes körűnek korántsem tekinthető KSH-adatok, illetve az elmúlt év (2019) NTAK-adatainak tükrében, kiegészítve az MTÜ számára elkészített, a szálláshelyek jövedelmezőségére vonatkozó desztinációs adatokkal.

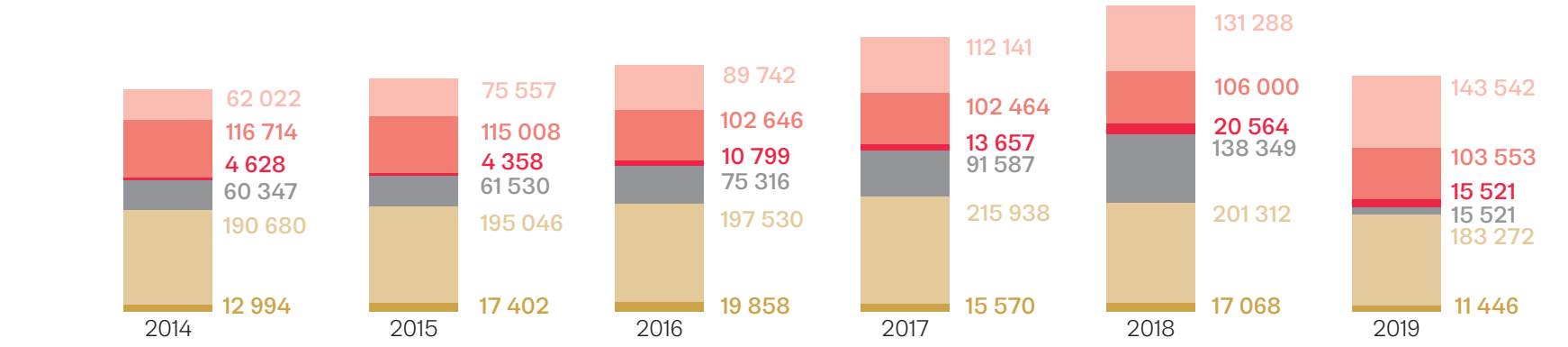
3.3.2. Gyula és térsége turisztikai kereslete

A turisztikai teljesítmény elemzéséhez a vendégforgalmi alapadatok (vendég- és vendégéjszakaszám), illetve a szezonalitási mutatók vonatkozásában a KSH biztosította adatokat használtuk fel.

A mindösszesen két településből álló **desztináció vendégforgalmának döntő részét** (2019-ben a kereskedelmi szálláshelyi vendégéjszakák 91,0%-át) a fürdőváros, **Gyula biztosítja**, amely mellett **a békéscsabai teljesítmény marginális és zömében az üzleti célú egyéni utazásokhoz, illetve a tranzitforgalomhoz köthető.**

A két településen az utolsó vizsgált évben (2019-ben) **161 876 vendég 469 497 kereskedelmi szálláshelyi, és 55 803 vendég 143 542 üzleti célú egyéb** (azaz magánszálláshelyi) **szálláshelyi vendégéjszakát töltött el. Ez összességében a térség számára 613 039 vendégéjszakát jelentett**, amelylyel a vidéki desztinációk legkisebb térsége csaknem eléri az egyik legtöbb települést lehatároló Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség teljesítményét (2019-ben nagyságrendileg 650 ezer vendégéjszaka).

VENDÉGÉJSZAKÁK MEGOSZLÁSA GYULA ÉS TÉRSÉGÉBEN (2014-2019), 51. SZ. ÁBRA



Forrás: KSH adatai alapján saját szerkesztés

A kereskedelmi szálláshelyi vendégforgalom csaknem háromnegyede (2019-ben 73,6%-a) **a szállodákhoz köthető**, közel azonos részarányban a minősített négycsillagos és a kategória nélküli egységekhez **22,1%-os a részesedése az egyéb szállástípusnak**, amelyen belül az adatvédelemmel érintett cellák okán nincs információ arról, hogy ez a fogalom pontosan, mely szállástípushoz (üdülőház, kemping, közösségi szálláshely) köthető, de a térség szálláshelyi infrastruktúrájának szerkezetéből kiindulva leginkább az üdülőházak valószínűsíthetők.

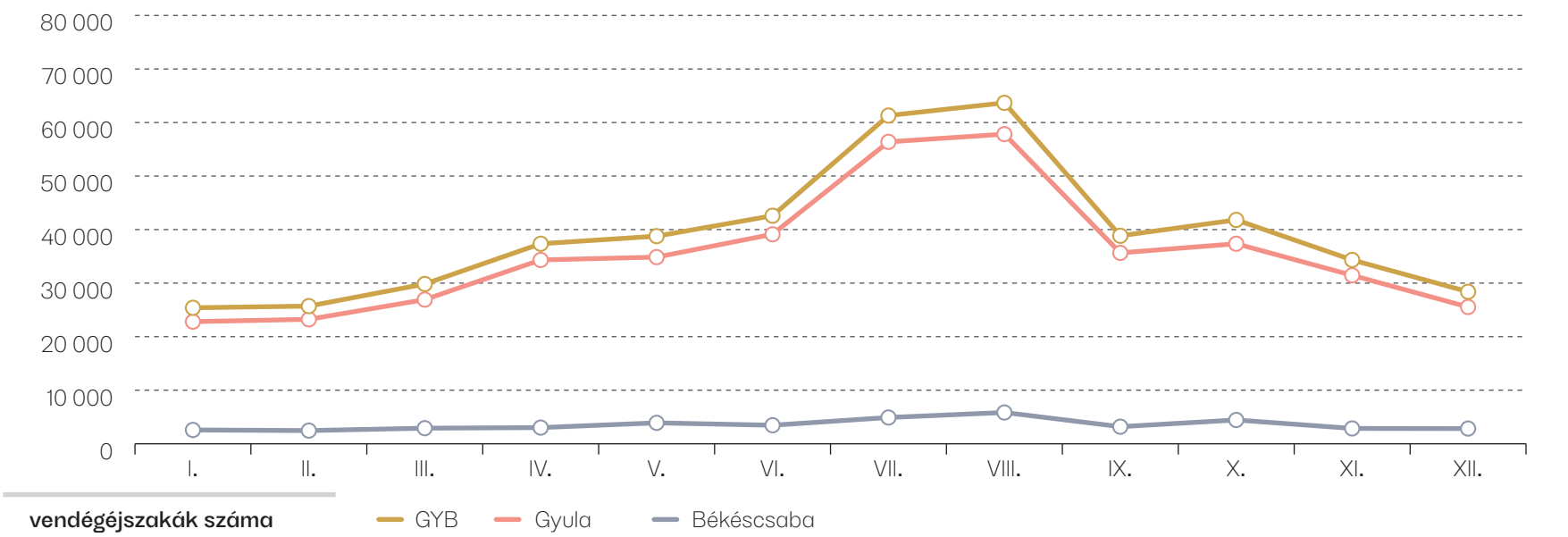
Amennyiben a desztináció összteljesítményét vizsgáljuk (azaz a kereskedelmi és üzleti célú egyéb szálláshelyeket is), megállapítható, hogy **a térséget választók számára a legnépszerűbb választást a négycsillagos minőséget kommunikáló egységek jelentik** (a kategória nélküli egységek zöme is négycsillagos szállodaként kommunikál), **amelyet** népszerűségben a vendégforgalom 2019. évi megtorpanásának ellenére **a dinamikusan növekvő** szállástípus, az üzleti célú egyéb szálláshely **(magánszálláshely) követ.** Azaz elmondható, hogy az alacsonyabb kategóriában működő szállások helyett előbb választják az apartman vagy magánszálláshely-kategóriában működő lakásokat, házakat, melyek magas minőségi színvonalat képviselnek.

A térségi teljesítmény növekedése az elmúlt hat év relevanciájában mérsékelt, desztinációs szinten +12,8%, amely Gyula esetében +19,4%-os növekedést, Békéscsabán azonban csaknem 30%-os csökkenést (-27,8%) jelentett a kereskedelmi szálláshelyi vendégéjszakák forgalmában. Szállástípusonként vizsgálva a változást, megállapítható, hogy **a legnagyobb volumenű növekedést a panziók** (3,3-szoros különbség) **és a kategória nélküli szállodák** (2,5-szeres növekedés) **könyvelték el, ez azonban nem az egyes típusok népszerűségét mutatja**, sokkal inkább a kategórián belüli átrendeződést, amely a szállodák esetén a korábban minősített egységek kategória nélküli típusba kerülését jelzi, a panziókra pedig egészen bizonyosan hatással volt az országos hatókörű Kisfaludy Szálláshelyfejlesztési Konstrukció panziókra vonatkozó felhívása, amelynek hatására a desztinációban 2014-hez képest +95,7%-kal nőtt a típus férőhelyeinek száma. (A korábbi vendégházak panzióvá alakultak.)

Az átlagos tartózkodási idő az országos tendenciákhoz igazodóan a desztináció szálláshelyein is folyamatos csökkenést mutat: a 2010. évi rekordnak számító 3,8 éjszaka **2019-re 2,9 éjszakára** (azaz csaknem egy nappal rövidebb időre) csökkent. Ez **Gyula esetében 3,1 éjszakás értéket** (2010-ben 4,3!), **Békéscsabán pedig alig 1,7 éjszakát jelent.** A mutatóról elmondható, hogy **Gyula a fürdőtelepülések sajátosságát mutatja, a középmezőnyben helyezkedik el e tekintetben** (a négyévszakos elérhetőséget biztosító fürdőtelepüléseken egyrészt a főszezoni tartózkodási idő mindig hosszabb, hiszen nyári üdülőhelyként funkcionálnak, másrészt a gyógyászati szolgáltatásokból adódóan a szeniorok által igénybe vett gyógykúrák eleve minimálisan egy hetes tartózkodást feltételeznek), **Békéscsaba esetében pedig a tranzit (azaz átutazó) turizmus és az üzleti célú utazások jelentősége igazolódik.**

A desztinációban érdekes **módon a magánszálláshelyeken történő tartózkodás a rövidebb** (egyéb vidéki térségek esetén rendre ebben a szállástípusban regisztrálják a magasabb értékeket), **2019-ben 2,6 éjszaka. Ugyancsak átlagtól való eltérést mutat a belföldi és külföldi vendégek mutatója is:** mind a kereskedelmi, mind pedig az üzleti célú egyéb szálláshelyek esetében **a külföldiek tartózkodási ideje az rövidebb** (általánosságban az ország szabadidős kereslettel érintett vidéki területein a külföldiek tartózkodási ideje hosszabb).

ÉVES VENDÉGFORGALOM SZEZONÁLIS MEGOSZLÁSA A DESZTINÁCIÓBAN ÉS TELEPÜLÉSEIN (2019), 52. SZ. ÁBRA



Forrás: KSH adatai alapján saját szerkesztés

A szezonális koncentráció az országos vidéki átlaghoz hasonló értékeket mutat, 2019-ben 35,8%-os a nyári hónapok részaránya az éves vendégforgalomhoz képest. A mutató egyébként ingadozó, 2014 és 2019 között egyes években növekszik, más években csökken 0,5-1%-kal. A vizsgált időszakban a legmagasabb érték 2015-ben volt (37,7%), ekkor adták át a Gyulai Várfürdő fedett élményfürdőjét, az Aquapalotát.

A desztináció (és Gyula) szintjén a legmagasabb forgalommal érintett hónap rendre az augusztus, a legalacsonyabb pedig a január; a leggyengébb és legerősebb hónapok közötti **különbség átlagosan 2,5-szeres**, amely érték országosan is kedvező éves eloszlásra utal.

Békéscsaba esetében véletlenszerűen változó, hogy éppen melyik hónapban regisztrálják a legkevesebb kereskedelmi szálláshelyi vendégéjszakát, de **a legerősebb hónap jellemzően** itt is az **augusztus.** A leggyengébb és a legerősebb hónap különbsége a megyeszékhelyen **2019-ben 2,4-szeres** volt, azonban ez a vizsgált évek legmagasabb értéke, 2015-ben csupán 1,5-szeres volt.

Békéscsabánál meg kell jegyezni, hogy a **legfontosabbnak tartott és a települést márkázó rendezvény, a Csabai Kolbászfesztivál hatása a kereskedelmi szálláshelyek teljesítményében nem igazolható.** Ugyan akad néhány év, amikor az október a legerősebb hónap (2008, 2010, 2014, 2018), azonban augusztushoz képest az eltérés a legtöbb esetben a 100 vendégéjszakát sem éri el, a teljes évet vizsgálva pedig végképp nem tekinthető kiugrónak.

3.3.3. Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ térségi adatainak elemzése

KÜLFÖLD

A Gyula és térsége desztináció részesedése a 2019-es NTAK-adatok alapján a Magyarországon realizált, belföldi és külföldi összes vendégéjszakákon belül 2,32%, amellyel a nyolcadik legjelentősebb teljesítményű vidéki desztinációnak tekinthető. Külföldi vendégforgalom-generáló képessége az átlagnál szerényebb, az összes Magyarországon realizált külföldi vendégéjszaka 0,64%-a érkezik a térségbe. A desztináció részesedése a belföldi vendégforgalmon belül 3,88%.

Desztinációs szinten kiemelkedő teljesítményű településről nem beszélhetünk (a desztináció maga is csak két településből áll), Gyula városa 0,57%-os országos külpiaci részesedése magában is szerénynek tekinthető.

A desztináció a jelentős küldőpiacok között (amelyek jelentősebb szabadidős vendégforgalmat bonyolítanak) a román piac kivételével marginális jelenléttel bír, a román piacon a 3. legnépszerűbb desztináció.

GYULA ÉS TÉRSÉGE RÉSZESEDÉSE A TELJES ORSZÁGOS VENDÉGFORGALMON BELÜL
180. SZ. TÁBLÁZAT

Település neve	Részesedés a teljes országos vendégforgalmon belül	Részesedés a külföldi vendégforgalmon belül	Részesedés a belföldi vendégforgalmon belül
Balaton (összesen)	22,94%	14,66%	30,66%
Mátra-Bükk	8,22%		
Debrecen és térsége	7,66%		
Desztináción kívül	7,24%		
Bük-Sárvár	5,58%		
Budapest környéke	5,45%		
Győr-Pannonhalma	2,62%		

Település neve	Részesedés a teljes országos vendégforgalmon belül	Részesedés a külföldi vendégforgalmon belül	Részesedés a belföldi vendégforgalmon belül
Szeged és térsége	2,32%		
Gyula és térsége	2,32%	0,64%	3,88%
Pécs-Villány	2,22%		
Sopron-Fertő	2,13%		
Gyula	2,17%	0,57%	3,66%
Tokaj és Nyíregyháza	1,69%		
Békéscsaba	0,14%	0,06%	0,22%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A desztináció a jelentős küldőpiacok között (amelyek jelentősebb szabadidős vendégforgalmat bonyolítanak) a román piac kivételével marginális jelenléttel bír, a román piacon a 3. legnépszerűbb desztináció.

GYULA ÉS TÉRSÉGE KÜLDŐPIACI RÉSZESEDÉSE ÉS ORSZÁGOS HELYEZÉSE

181. SZ. TÁBLÁZAT

Küldőpiac (jelentős)	Teljes adott küldőpiacon való részesedés országosan	Helyezés a desztinációk között
Németország	0,39%	11.
Csehország	0,05%	11.
Ausztria	0,24%	11.
Szlovákia	1,40%	11.
Lengyelország	0,26%	11.
Románia	13,53%	3.
Oroszország	0,08%	11.
Ukrajna	0,45%	11.

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az egyes települések külföldi vendégforgalmát értékelve a következő megállapítások tehetők. A jelentős küldőpiacokon azokat a településeket említjük, ahol a részesedés eléri a 0,5%-ot. Látható, hogy Gyula a román piacon az ország legjelentősebb külpiacon értékesíthető települései közé tartozik, más piacokon a térség szinte láthatatlan:

- a **német**, **cseh**, **osztrák**, **lengyel**, **orosz** és **ukrán** piacon sem Gyula, sem Békéscsaba nem bír 0,5%-ot meghaladó részesedéssel,
- a **román** piacon Gyula országos 2.,
- a **szlovák** piacon Gyula országos 24.

TELEPÜLÉSI SZINT

Az alábbi táblázat a Gyula és térsége desztináció azon településeit mutatja, amelyek az elemzésbe bevont valamelyik küldőpiacon legalább egy esetben országosan 0,5%-os részesedéssel rendelkeznek. A küldőpiacokat balról jobbra a Budapesten kívüli desztinációk külföldi vendégforgalmában betöltött jelentősége (vendégéjszakaszám nagysága) alapján állítottuk sorrendbe.

A TÁBLÁZAT JELÖLÉSEI A KÖVETKEZŐK, 53. SZ. ÁBRA:

magyarázat	színjelölés
a település az adott küldőpiacon a 0,5%-ot meghaladó részesedéssel rendelkezik (0,50-0,99%)	
a település az adott küldőpiacon az 1%-ot meghaladó részesedéssel rendelkezik (1,00-2,99%)	
a település az adott küldőpiacon a 3%-ot meghaladó részesedéssel rendelkezik (3,00-4,99%)	
a település az adott küldőpiacon az 5%-ot meghaladó részesedéssel rendelkezik (5,00-9,99%)	
a település az adott küldőpiacon a 10%-ot meghaladó részesedéssel rendelkezik (10,00-14,99%)	
a település az adott küldőpiacon a 15%-ot meghaladó részesedéssel rendelkezik (15,00-19,99%)	
a település részesedése az adott küldőpiacon magasabb mint 20%	

A táblázatban Gyula és Békéscsaba legalább egy küldőpiacon országosan 0,5%-ot meghaladó részesedést meghaladó adatai láthatók. Ebből:

- **Békéscsaba** egy piacon (kanadai) rendelkezik 0,5%-ot meghaladó mértékű részesedéssel, egy piacon (olasz) részesedése 1% feletti,
- **Gyula** egy piacon (román) rendelkezik 10%-ot meghaladó mértékű részesedéssel, két piacon 1%-ot (szlovák, kanadai), egy piacon (dán) 0,5% feletti részesedéssel.

A TÉRSÉGBEN TALÁLHATÓ JELENTŐSEBB VENDÉGFORGALOMMAL BÍRÓ TELEPÜLÉSEK KÜLPIACI RÉSZESEDÉSE
182. SZ. TÁBLÁZAT

	Németország	Csehország	Ausztria	Románia	Szlovákia	Oroszország	Lengyelország	Ukrajna	Kína	Olaszország	Nagy-Britannia	Izrael	Hollandia	USA	Svájc	Franciaország	Szerbia	Korea	Belgium	Spanyolország	Svédország	Szlovénia	Japán	Finnország	Horvátország	Norvégia	Dánia	Kanada	India	Portugália
Gyula																														
Békéscsaba																														

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az egyes desztinációk – termékprofiljuk, elérhetőségük, árszínvonaluk és márkaértékük különbözősége alapján – más-más külföldi célcsoportokat tudnak kisebb vagy nagyobb sikerrel megszólítani. Ez a megszólítóképesség nemcsak eltérő külpiacokban, hanem eltérő életkori sajátosságú vendégekben nyilvánul meg. Általánosságban elmondható, hogy a külföldi vendégek életkori összetétele más, mint a belföldieké, a külföldiek átlagos életkora magasabb, mint a belföldi vendégeké.

Az egyes vizsgált célcsoportok életkori összetétele külföldi és belföldi vendégek esetében a következőképpen alakul: látható, hogy a vidéki desztinációk vonatkozásában 45 éves kor felett a külföldiek aránya akár 30-40%-kal magasabb, mint a belföldieké, a legfiatalabbak aránya pedig 50%-kal alacsonyabb. Ezen adat – a desztinációs és települési értékek részletes elemzése nélkül is – rávilágít, hogy a külföld számára a vidéki desztinációk főleg az idősebb korosztályok (egészségturisztikai termékeket kereső) részére értékesíthetők.

BELFÖLDI ÉS KÜLFÖLDI KÜLDŐPIACOK KOROSZTÁLY SZERINTI MEGOSZLÁSA
183. SZ. TÁBLÁZAT

Életkor	Külföldiek		Belföldiek	
	Egész ország	Vidék	Egész ország	Vidék
0-18 év	6,89%	9,81%	14,45%	14,93%
19-24 év	5,25%	5,17%	5,32%	5,17%
25-34 év	13,25%	11,30%	14,81%	14,49%
35-44 év	38,17%	21,25%	23,27%	22,61%
45-54 év	19,99%	20,29%	18,91%	18,87%
55-64 év	11,47%	17,70%	13,38%	13,69%
65+	9,69%	14,50%	9,87%	10,24%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az összes belföldi desztinációban a legfiatalabb külföldi korosztály részesedése (0-18 év) a következőképpen alakul: mint látható, a Gyula és térsége egésze mint desztináció összességében a vidéki desztinációk átlagánál magasabb (országosan a 4. legmagasabb) 0-18 éves részesedéssel bíró desztináció a külföldiek körében (12,35%).

KÜLFÖLDI 0-18 ÉVES KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE MAGYARORSZÁGON ÉS A DESZTINÁCIÓKBAN
184. SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció	Részesedés (0-18 évesek)
Pécs-Villány	5,36%
Budapest környéke	5,69%
Győr-Pannonhalma	6,16%
Országos átlag (Budapest + vidék)	6,86%
Sopron-Fertő	7,42%

Desztináció	Részesedés (0-18 évesek)
Bük-Sárvár	7,45%
Vidéki desztinációk átlaga	9,81%
Mátra-Bükk	9,81%
Balaton	10,81%
Gyula és térsége	12,35%
Debrecen és térsége	12,56%
Tokaj és Nyíregyháza	13,27%
Szeged és térsége	13,76%

Az elemzésbe bevont települések közül a legmagasabb arányban a következő településeket látogatják meg 0-18 év közötti vendégek (a lista készítésekor csak azon településeket vettük figyelembe, amely külpiaci részesedése eléri az országos 0,1%-os mértéket). A TOP 10-es listán egyetlen Gyula és térsége desztinációs település található, amely alapján megállapítható, hogy Gyula a gyerekekkel érkező családokat is jelentős mértékben megszólítani képes település.

0-18 ÉVES KÜLFÖLDI KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE AZ EGYES TELEPÜLÉSEKEN
185. SZ. TÁBLÁZAT

Település	Részesedés (0-18 évesek)	Desztináció
Országos átlag (Budapest + vidék)	6,86%	
Vidéki desztinációk átlaga	9,81%	
Mórahalom	12,83%	Szeged és térsége
Hajdúszoboszló	13,76%	Debrecen és térsége
Gyula	13,85%	Gyula és térsége
Cserszegtomaj	14,65%	Balaton
Szeged	14,91%	Szeged és térsége

Település	Részesedés (0-18 évesek)	Desztináció
Siófok	15,76%	Balaton
Nyíregyháza	16,61%	Tokaj és Nyíregyháza
Zamárdi	18,91%	Balaton
Tihany	27,35%	Balaton
Alsópáhok	37,17%	Balaton

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az idősebb külföldi korosztályok (55-64 éves és 65+ évesek) körében az egyes desztinációk részesedése a következőképpen alakul: az 55-64 éves korosztály részesedése valamennyi vidéki desztináció esetében magasabb, mint az országos átlag (11,47%), a 65+-os korosztály esetében ugyanakkor az országos 9,69%-os arányhoz képest négy desztinációban az idősek aránya alacsonyabb, mint az országos átlag. Mindkét korosztály esetében a vidéki átlagot meghaladja a korosztályok részesedése a Sopron-Fertő, a Bük-Sárvár és a Balaton turisztikai térség esetében, a 65+-os korosztály esetében akár az átlag 50%-os mértékű meghaladásával. A Gyula és térsége desztináció az 55-64 éves korosztály esetében a vidéki átlag feletti részesedésű desztinációk közé tartozik, ugyanakkor a desztináció egészének vendégforgalmában az eltérő vendégmotivációk miatt (egészségturizmus mellett egyéb motivációk) az idősebb vendégek aránya az országos átlagot mindkét korosztályban meghaladja, a 65+-os korosztályban ugyanakkor a vidéki átlag alatti részesedésű.

KÜLFÖLDI 55-64 ÉVES KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE MAGYARORSZÁGON ÉS A DESZTINÁCIÓKBAN
186. SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció	Részesedés (55-64 évesek)
Országos átlag (Budapest + vidék)	11,47%
Győr-Pannonhalma	13,57%
Szeged és térsége	13,81%
Budapest környéke	13,89%
Tokaj és Nyíregyháza	15,84%
Debrecen és térsége	16,21%

Desztináció	Részesedés (55-64 évesek)
Pécs-Villány	17,30%
Vidéki desztinációk átlaga	17,70%
Gyula és térsége	18,20%
Balaton	18,81%
Mátra-Bükk	19,05%
Sopron-Fertő	20,90%
Bük-Sárvár	21,70%

KÜLFÖLDI 65+ ÉVES KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE MAGYARORSZÁGON ÉS A DESZTINÁCIÓKBAN
187. SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció	Részesedés (65+ évesek)
Tokaj és Nyíregyháza	4,95%
Budapest környéke	7,70%
Győr-Pannonhalma	7,97%
Szeged és térsége	8,17%
Országos átlag (Budapest + vidék)	9,69%
Gyula és térsége	12,19%
Debrecen és térsége	12,22%
Mátra-Bükk	13,55%
Vidéki desztinációk átlaga	14,50%
Pécs-Villány	19,72%
Sopron-Fertő	21,07%
Balaton	21,59%
Bük-Sárvár	23,23%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Települési szinten mind az 55-64 éves, mind a 65+ éves korosztály TOP 10 részesedésű települése között nincs Gyula és térsége desztinációs település. A desztinációról így elmondható, hogy speciális és erős egészségturisztikai profiljával ugyan alkalmas az elérni kívánt célcsoport hatékony megszólítására, de ezen célcsoportok aránya nem kiemelkedő (Gyula 18,67% és 12,40%).

55-64 ÉVES KÜLFÖLDI KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE AZ EGYES TELEPÜLÉSEKEN
188. SZ. TÁBLÁZAT

Település	Részesedés (55-64 évesek)	Desztináció
Országos átlag (Budapest + vidék)	11,47%	
Vidéki desztinációk átlaga	17,70%	
Esztergom	21,63%	Budapest környéke
Harkány	21,78%	Pécs-Villány
Komárom	22,19%	Budapest környéke
Egerszalók	22,49%	Mátra-Bükk
Mosonmagyaróvár	23,70%	Győr-Pannonhalma
Bükfürdő	24,43%	Bük-Sárvár
Kehidakustány	24,59%	Balaton
Hegykő	26,79%	Sopron-Fertő
Mezőkövesd	26,92%	Mátra-Bükk
Hévíz	27,16%	Balaton

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

65+ ÉVES KÜLFÖLDI KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE AZ EGYES TELEPÜLÉSEKEN

189. SZ. TÁBLÁZAT

Település	Részesedés (65+ évesek)	Desztináció
Országos átlag (Budapest + vidék)	9,69%	
Vidéki desztinációk átlaga	14,50%	
Mezőkövesd	20,30%	Mátra-Bükk
Sopron	20,55%	Sopron-Fertő
Tapolca	24,12%	Balaton
Balatonalmádi	25,70%	Balaton
Kehidakustány	25,89%	Balaton
Hegykő	26,37%	Sopron-Fertő
Bükfürdő	31,02%	Bük-Sárvár
Zalakaros	32,63%	Balaton
Hévíz	33,09%	Balaton
Harkány	38,79%	Pécs-Villány

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A külföldiek életkori összetételét vizsgálva megállapítható, hogy a desztináció egésze a magyarországi vidéki desztinációkhoz képest eltérő képet mutat. A fiatalabb korosztályok aránya kis mértékben felülreprezentált, az idősek aránya pedig alulreprezentált.

Települési szinten Gyula városában a fiatalok aránya messze meghaladja mind a vidéki, mind a desztinációs átlagot, az 55+-os korosztályok részesedésükben országosan alulreprezentáltak mindkét településen. Kék háttérrel azon települési értékek vannak jelölve, amelyek szerepelnek az adott korosztály országos TOP10 részesedésű településlistájában.

A TÉRSÉGBEN REALIZÁLT KÜLFÖLDI KERESLET MEGOSZLÁSA AZ EGYES KORCSOPORTOK KÖZÖTT

190. SZ. TÁBLÁZAT

Életkori összetétel	Vidék	Gyula	Gyula	Békéscsaba
0-18	9,81%	12,35%	13,85%	1,99%
19-24	5,14%	3,05%	2,61%	6,14%
	14,95%	15,41%	16,46%	8,13%
25-34	11,30%	10,88%	10,39%	14,27%
35-44	21,25%	20,28%	19,13%	28,27%
45-54	20,29%	23,04%	22,95%	23,67%
	52,84%	54,20%	52,47%	66,21%
55-64	17,70%	18,20%	18,67%	14,91%
65+	14,50%	12,19%	12,40%	10,75%
	32,20%	30,39%	31,07%	25,65%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A térségbe érkező külföldiek átlagos tartózkodási ideje 2,76 éjszaka, amely kicsivel magasabb a vidéki átlagnál (2,70 éj). A települési átlagok jelentős eltérést mutatnak, Gyula jelentős vendégforgalmával meghatározza a desztinációs átlagot is.

ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDŐ AZ ADOTT PIACRÓL ÉRKEZŐ VENDÉGEK KÖRÉBEN A LEGJELENTŐSEBB KÜLFÖLDI VENDÉGFORGALMAT GENERÁLÓ TELEPÜLÉSEK KÖRÉBEN

191. SZ. TÁBLÁZAT

Küldőpiac neve	Desztináció átlagosan (éj)	Gyula (éj)	Békéscsaba (éj)
átlagos tartózkodási idő az adott településen	2,76	2,86	2,15
Ausztria	2,61	2,85	2,31
Csehország	3,56	3,90	1,40
Szlovákia	2,50	2,69	1,97
Németország	3,31	3,97	2,24
Románia	2,77	2,80	2,28
Lengyelország	2,79	4,04	1,36
Oroszország	5,86	11,00	2,00
Ukrajna	3,88	4,45	1,08

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

BELFÖLD

A desztináció belföldi vendégforgalom-generáló képességét értékelve elmondható, hogy az összes Magyarországon realizált belföldi vendégéjszaka huszonötöd része realizálódik a térségben (3,88%), amivel a belpiacon a térség a hetedik legjelentősebb teljesítményű desztinációnak tekinthető.

A desztináció Gyula jelentős vendégforgalmára épül, települési teljesítménye jelentősebb, mint öt kisebb belföldi desztinációk összteljesítménye (Pécs-Villány: 3,40%, Szeged és térsége: 3,20%, Sopron-Fertő: 2,99%, Tokaj és Nyíregyháza: 2,48%, Győr-Pannonhalma térsége: 1,78%), Gyula országosan az 5. legjelentősebb belföldi vendégforgalmat realizáló település (3,66%).

Az elemzés korábbi fejezeteiben bemutatásra került, hogy az egyes desztinációk az egyes megyei küldőterületek körében mekkora népszerűségnek örvendenek, az adott megye vendégforgalmából egy-egy desztináció mekkora részesedéssel rendelkezik (ld. alábbi táblázat). Mint említettük, a Gyula és térsége desztináció az elérési idő növekedésével egyre kevésbé népszerű (a közeli megyéknél 6-7% feletti részesedés, a távolabbi megyéknél akár 2% alatti részesedés), a desztináció egyszerre tud akár a 4. legnépszerűbb desztináció is lenni (Bács-Kiskun megye), illetve tud kisebb mint 2%-os megyei részesedéssel is rendelkezni (Győr-Moson-Sopron megye és Vas megye).

A DESZTINÁCIÓ BELFÖLDI KÜLDŐPIACAINAK RÉSZESEDÉSE ÉS AZ ADOTT MEGYÉBEN ELÉRT HELYEZÉSE

192. SZ. TÁBLÁZAT

Megye + Budapest	Megyei részesedés	Megyei helyezés
Békés megye	3,76%	8
Baranya megye	2,69%	10
Bács-Kiskun megye	7,48%	4
Budapest	3,56%	8
Borsod-Abaúj-Zemplén megye	4,62%	6
Csongrád-Csanád megye	7,52%	6
Fejér megye	4,07%	7
Győr-Moson-Sopron megye	1,84%	11
Heves megye	6,09%	5
Hajdú-Bihar megye	6,91%	6
Jász-Nagykun-Szolnok megye	6,08%	6
Komárom-Esztergom megye	4,16%	6
Nógrád megye	4,38%	6
Pest megye	5,18%	6
Somogy megye	2,18%	11
Szabolcs-Szatmár-Bereg megye	4,56%	6
Tolna megye	4,65%	8
Vas megye	1,91%	11
Veszprém megye	2,75%	10
Zala megye	2,08%	11

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A térségbe érkező vendégek átlagos tartózkodási ideje (2,77 éj) az országos vidéki átlagot (2,29 éj) meghaladja azzal, hogy átlag feletti tartózkodási idővel Gyula (2,90 éj) rendelkezik. A két település miatt az átlaghoz való viszonyítás nem elemezhető, Békéscsaba az országos átlagtól jelentősen elmarad (1,60 éj), még hétvégi desztinációként sem jellemezhető. Gyula tartózkodási ideje valamivel alacsonyabb, mint az egészségturisztikai desztinációkra jellemző (3,0 – 3,5 éj), de megközelíti ezt az eredményt.
Magyarország lakosságának 20,17%-a 24 év alatti (részesedésük az összes Budapesten kívüli belföldi vendégéjszakában 19,82%), 31,02%-a 55 év feletti (részesedésük az összes Budapesten kívüli belföldi vendégéjszakában 24,87%). A 25-54 éves korosztály részesedése az összes Budapesten kívüli vendégéjszakán belül 48,80%, miközben a lakosságon belüli arányuk 42,12%. Ez azt jelenti, hogy arányaiban a legtöbbet a 25-54 éves korosztály utazik, míg a fiatalabbak és idősebbek kevesebbet utaznak, ugyanakkor megállapítható, hogy az 55 év feletti korosztály jelenléte is kiemelkedő.

A térségbe érkező belföldi vendégek életkori összetételét vizsgálva általánosságban megállapítható, hogy a térség vendégeinek életkori összetétele közel azonos a vidéki desztinációk értékeivel (a 19-24 éves és középkorú korosztályokban 10-15% körüli mértékben alul-, az 55+-os korosztályban 10-60%-os mértékben felülreprezentált).

GYULA ÉS TÉRSÉGE KORCSOPORTOKRA BONTOTT RÉSZESEDÉSE A TELJES ORSZÁGOS BELFÖLDI VENDÉGFORGALMON BELÜL
193. SZ. TÁBLÁZAT

Korfa szerinti aránya a belföldi lakosságnak	Részesedés a Budapesten kívüli belföldi vendégéjszakákban	Részesedés a desztinációs vendégéjszakákban
0-18 év: 18,57%	14,93%	15,44%
19-24 év: 6,21%	5,17%	4,73%
25-34 év: 12,60%	14,49%	11,86%
35-44 év: 15,94%	22,61%	18,91%
45-54 év: 13,58%	18,87%	18,03%
55-64 év: 14,65%	13,69%	14,97%
65+ évek: 18,94%	10,24%	16,05%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az összes belföldi desztinációban a legfiatalabb belföldi korosztály részesedése (0-18 év) a következőképpen alakul: mint látható, a Gyula és térsége desztináció egésze mint desztináció összességében az országos és vidéki átlag feletti 0-18 éves részesedéssel bíró desztináció a belföldiek körében (15,44%).

BELFÖLDI 0-18 ÉVES KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE MAGYARORSZÁGON ÉS A DESZTINÁCIÓKBAN

194. SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció	Részesedés (0-18 évesek)
Győr-Pannonhalma	7,82%
Pécs-Villány	11,78%
Budapest környéke	12,75%
Debrecen és térsége	13,59%
Mátra-Bükk	14,27%
Bük-Sárvár	14,45%
Országos átlag (Budapest + vidék)	14,45%
Vidéki desztinációk átlaga	14,93%
Szeged és térsége	15,02%
Gyula és térsége	15,44%
Tokaj és Nyíregyháza	16,66%
Sopron-Fertő	16,80%
Balaton	17,68%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az elemzésbe bevont települések közül a legmagasabb arányban a következő településeket látogatják meg a 0-18 év közötti vendégek (a lista készítésekor csak azon településeket vettük figyelembe, amelyek belpiaci részesedése eléri az országos 0,05%-os mértéket). A TOP 10-es listán nincs Gyula és térsége desztinációs település, Gyula települése esetében ezen korosztály részesedése alig haladja meg az országos átlagot (16,36%), Békéscsaba esetében (6,91%) pedig messze elmarad attól.

0-18 ÉVES BELFÖLDI KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE AZ EGYES TELEPÜLÉSEKEN
195. SZ. TÁBLÁZAT

Település	Részesedés (0-18 évesek)	Desztináció
Országos átlag (Budapest + vidék)	14,45%	
Vidéki desztinációk átlaga	14,93%	
Siklós	21,25%	Pécs-Villány
Velence	21,31%	Budapest környéke
Nyíregyháza	21,56%	Tokaj és Nyíregyháza
Hódmezővásárhely	22,23%	Szeged és térsége
Felsőtárkány	23,01%	Mátra-Bükk
Noszvaj	23,86%	Mátra-Bükk
Gyenesdiás	33,45%	Balaton
Balatonvilágos	40,26%	Balaton
Villánykövesd	41,83%	Pécs-Villány
Alsópáhok	44,25%	Balaton

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Az idősebb belföldi korosztályok (55-64 éves és 65+ évesek) körében az egyes desztinációk részesedése a következőképpen alakul: az 55-64 éves korosztály részesedése az országos átlagot jellemzően az erős, egészségturisztikai településeket felsorakoztató desztinációkban felülreprezentált, a Gyula és térsége desztináció egésze mind az 55-64, mind a 65+ éves korosztályban országos átlag feletti részesedésű, mindkét korosztályban országos második (14,97% és 16,05%).

BELFÖLDI 55-64 ÉVES KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE MAGYARORSZÁGON ÉS A DESZTINÁCIÓKBAN

196. SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció	Részesedés (55-64 évesek)
Tokaj és Nyíregyháza	10,24%
Győr-Pannonhalma	10,51%
Budapest környéke	11,40%
Balaton	11,96%
Mátra-Bükk	12,49%
Szeged és térsége	12,99%
Pécs-Villány	13,24%
Országos átlag (Budapest + vidék)	13,38%
Bük-Sárvár	13,67%
Vidéki desztinációk átlaga	13,69%
Sopron-Fertő	14,46%
Gyula és térsége	14,97%
Debrecen és térsége	23,56%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

BELFÖLDI 65+ ÉVES KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE MAGYARORSZÁGON ÉS A DESZTINÁCIÓKBAN

197. SZ. TÁBLÁZAT

Desztináció	Részesedés (65+ évesek)
Győr-Pannonhalma	5,63%
Tokaj és Nyíregyháza	6,63%
Budapest környéke	7,55%
Mátra-Bükk	8,88%

Desztináció	Részesedés (65+ évesek)
Pécs-Villány	9,58%
Szeged és térsége	9,83%
Országos átlag (Budapest + vidék)	9,87%
Balaton	10,08%
Vidéki desztinációk átlaga	10,24%
Debrecen és térsége	12,66%
Bük-Sárvár	13,29%
Gyula és térsége	16,05%
Sopron-Fertő	16,18%

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

Települési szinten az 55-64 éves korosztályban nincs a desztinációból TOP 10-es részesedésű település, a 65+ éves korosztály TOP 10 részesedésű települései között egy Gyula és térsége desztinációs települést találunk (Gyula, országos 8.).

55-64 ÉVES BELFÖLDI KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE AZ EGYES TELEPÜLÉSEKEN
198. SZ. TÁBLÁZAT

Település	Részesedés (55-64 évesek)	Desztináció
Országos átlag (Budapest + vidék)	13,38%	
Vidéki desztinációk átlaga	13,69%	
Kőszeg	17,80%	Bük-Sárvár
Mezőkövesd	17,86%	Mátra-Bükk
Makó	18,00%	Szeged és térsége
Komárom	18,98%	Budapest környéke
Harkány	19,18%	Pécs-Villány

Település	Részesedés (55-64 évesek)	Desztináció
Hévíz	20,18%	Balaton
Mórahalom	21,62%	Szeged és térsége
Berekfürdő	22,80%	Debrecen és térsége
Bogács	26,22%	Mátra-Bükk
Hajdúszoboszló	32,71%	Debrecen és térsége

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

65+ ÉVES BELFÖLDI KORCSOPORT RÉSZESEDÉSE AZ EGYES TELEPÜLÉSEKEN
199. SZ. TÁBLÁZAT

Település	Részesedés (65+ évesek)	Desztináció
Országos átlag (Budapest + vidék)	9,87%	
Vidéki desztinációk átlaga	10,24%	
Kőszeg	16,00%	Bük-Sárvár
Sopron	16,61%	Sopron-Fertő
Gyula	16,09%	Gyula és térsége
Bükfürdő	16,98%	Bük-Sárvár
Keszthely	17,73%	Balaton
Mezőkövesd	17,91%	Mátra-Bükk
Cserszegtomaj	22,18%	Balaton
Bogács	23,47%	Mátra-Bükk
Hévíz	24,73%	Balaton
Berekfürdő	28,35%	Debrecen és térsége

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A belföldi küldőterületeket elemezve visszaigazolódik, hogy a térség a „tipikus” belföldi desztináció, az elérési idő növekedésével a kereslet jelentős mértékben csökken, Nyugat-Magyarországon a térségre vonatkozó kereslet szerény mértékű. Megállapítható, hogy a desztináció egésze Bács-Kiskun, Borsod-Abaúj-Zemplén, Csongrád-Csanád, Heves, Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok, Nógrád, Pest, Tolna és Szabolcs-Szatmár-Bereg megyékből generál a megyei átlagokat meghaladó részesedést.
Az alábbi táblázat a teljes desztináció, és a desztinációt alkotó települések belföldi megyei küldőpiacainak részesedését mutatja, illetve az adott küldőterületről érkező vendégek átlagos tartózkodási idejét. A táblázatban használt színjelölések a következők:

a küldőpiac részesedése %-osan meghaladja az adott megyében lakók arányát, vagyis az adott desztináció/település az adott megyében felülreprezentált	
az adott megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje a desztinációban/településen meghaladja az adott megye vendégeinek országos átlagos tartózkodási idejét, vagyis ebben a desztinációban/településen átlagosan tovább maradnak	

A TELJES DESZTINÁCIÓ ÉS A DESZTINÁCIÓT ALKOTÓ TELEPÜLÉSEK BELFÖLDI MEGYEI KÜLDŐPIACAINAK RÉSZESEDÉSE (%) ÉS AZ ADOTT KÜLDŐTERÜLETRŐL ÉRKEZŐ VENDÉGEK ÁTLAGOS TARTÓZKODÁSI IDEJE (ÉJ)
200. SZ. TÁBLÁZAT

	Gyula és térsége	Gyula	Békéscsaba
átlagos tartózkodási idő (teljes desztináció és település)	2,77	2,90	1,60
Békés megye részesedése a teljes vendégforgalomból	1,87%	1,38%	10,14%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	1,87	2,29	1,32
Baranya megye részesedése a teljes vendégforgalomból	1,73%	1,71%	1,99%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,71	3,02	1,72
Bács-Kiskun megye részesedése a teljes vendégforgalomból	7,08%	7,26%	4,01%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,94	3,02	1,60
Borsod-Abaúj-Zemplén megye részesedése a teljes vendégforgalomból	5,24%	5,32%	3,74%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	3,00	3,10	1,71

	Gyula és térsége	Gyula	Békéscsaba
Budapest részesedése a teljes vendégforgalomból	21,62%	21,54%	22,97%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,92	3,11	1,52
Csongrád-Csanád megye részesedése a teljes vendégforgalomból	5,36%	5,36%	5,40%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,32	2,38	1,56
Fejér megye részesedése a teljes vendégforgalomból	4,27%	4,27%	4,23%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,96	3,03	2,11
Győr-Moson-Sopron megye részesedése a teljes vendégforgalomból	2,53%	2,34%	5,73%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,87	3,10	1,90
Heves megye részesedése a teljes vendégforgalomból	3,64%	3,72%	2,39%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,96	3,03	1,89
Hajdú-Bihar megye részesedése a teljes vendégforgalomból	7,26%	7,30%	6,47%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,38	2,43	1,72
Jász-Nagykun-Szolnok megye részesedése a teljes vendégforgalomból	3,43%	3,40%	3,81%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,40	2,46	1,78
Komárom-Esztergom megye részesedése a teljes vendégforgalomból	3,66%	3,66%	3,65%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	3,26	3,38	1,99
Nógrád megye részesedése a teljes vendégforgalomból	1,39%	1,42%	0,87%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,66	2,72	1,66
Pest megye részesedése a teljes vendégforgalomból	19,38%	19,71%	13,93%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,87	2,98	1,56
Somogy megye részesedése a teljes vendégforgalomból	1,02%	1,02%	0,94%

	Gyula és térsége	Gyula	Békéscsaba
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,54	2,68	1,29
Szabolcs-Szatmár-Bereg megye részesedése a teljes vendégforgalomból	4,44%	4,54%	2,79%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,65	2,70	1,71
Tolna megye részesedése a teljes vendégforgalomból	2,02%	2,09%	0,91%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,93	2,98	1,82
Vas megye részesedése a teljes vendégforgalomból	1,10%	1,04%	2,08%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,88	3,27	1,44
Veszprém megye részesedése a teljes vendégforgalomból	1,97%	1,98%	1,86%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,92	3,07	1,58
Zala megye részesedése a teljes vendégforgalomból	1,00%	0,94%	2,08%
a megyéből érkezők átlagos tartózkodási ideje	2,80	3,17	1,48

Forrás: NTAK adatai alapján saját szerkesztés

A desztináció egésze mellett a jelentősebb desztinációs települések megyei keresletének vizsgálata

Amennyiben nem a desztináció egészét, hanem a desztinációs települések belföldi keresletét vizsgáljuk, akkor az egyes megyék TOP 25-ös legnépszerűbb települése között a következő Gyula és térsége desztinációs településeket találjuk:

- **Békés** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 10.,
- **Baranya** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 11.,
- **Bács-Kiskun** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 1.,
- **Borsod-Abaúj-Zemplén** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 3.,
- **Budapest** vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula 8.,
- **Csongrád-Csanád** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 1.,
- **Fejér** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 5.,
- **Győr-Moson-Sopron** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 20.,

- **Heves** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 2.,
- **Hajdú-Bihar megye** vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 2.,
- **Jász-Nagykun-Szolnok** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 3.,
- **Komárom-Esztergom** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 7.,
- **Nógrád** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 4.,
- **Pest** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 2.,
- **Somogy** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 15.,
- **Szabolcs-Szatmár-Bereg** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 3.,
- **Tolna** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 4.,
- **Vas** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 15.,
- **Veszprém** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 8.,
- **Zala** megye vendégforgalmi adatait figyelembe véve Gyula megyei 15.

3.3.4. Gyula és térsége turisztikai térségben működő szálláshelyek jövedelmezőségének értékelése

A 2. fejezetben bemutattuk egy korábban elkészült tanulmánynak (Szálláshelyek jövedelmezősége c.), a szálláshelyek jövedelmezőségére vonatkozó elemzését az egyes desztinációk összehasonlításában. Ebben a fejezetben a térségre vonatkozó részletes adatokat mutatjuk be, értékelve a desztináció teljesítményét, mely segít rávilágítani a fejlesztendő területekre.

A Gyula és térségében összesen 15 szálláshely került azonosításra, melyből megfelelő üzemeltetési adatokkal 13 egység rendelkezett, **az értékelésbe bevont szálláshelyek száma kilenc** (két hotel esetében a bevételek más profiltól nem voltak megfelelően elkülöníthetők, egy hotel esetében nagy szállodaláncról beszélhetünk, két hotelt pedig egybevontan elemeztünk, mivel egy üzemeltetés alá tartozik és nem volt szétbontható). Gyulán öt, Békéscsabán négy szálloda adatai kerültek be a részletes elemzésbe.

A térségben vizsgált szállodák **1 szobára jutó éves árbevételben viszonylag nagy szórás mutatkozik. A legalacsonyabb értéket egy békéscsabai szálloda mutatja** (2 662 442 Ft), **a legmagasabb értéket pedig egy gyulai hotel** (10 702 456 Ft). **A térségi átlag 5,9 millió Ft**, melyet, ha települési szinten vizsgálunk, akkor az átlagot rontja **Békéscsaba** és az ott működő szállodák, ahol a **települési átlag 4,7 millió Ft**, a legkevesebb 1 szobára jutó éves árbevételt pedig a Fenyves Wellness Hotel generálja. **Gyulán a települési átlag** magasabb, **6,8 millió Ft**, mely magasabb, mint az országos átlag (6,5 millió Ft) és magasabb az országos vidéki átlagnál is (vagyis Budapest nélkül) (5,7 millió Ft).

A fentiek alapján elmondható, hogy **a térség iránt mutatkozó kereslet a közepes költési hajlandósággal bíró szegmens közül kerül ki.**

A jövőbeni célcsoportok egzakt meghatározásához szükséges tisztában lenni a jelenlegi vendégkörrel, illetve az egyes eltérő fő úticélt választó utazók legfőbb ismérveivel, ezért a teljes körű helyzetkép elkészítése érdekében a térség jelenlegi célcsoportjai is bemutatásra kerülnek és meghatározzuk a legfőbb jövőbeni szegmenseit is.

3.3.5. Célcsoport elemzés

Gyula és térsége turisztikai térség kínálati elemei alapvetően az egészségturizmus és a kulturális turizmus termék témakörébe sorolhatók. A kínálat **átlagosan megfelelő szolgáltatási minőséget mutat** (legalábbis a jelenlegi vendégkör számára mindenképpen), azonban bármely turisztikai terméktípus, illetve a települési turisztikai alapinf-

rastruktúra esetén a **nyomott (alacsony) áron történő értékesítés a jellemző**, a főszezoni időszakot kivéve, amikor kis túlzással **a város (Gyula) elfogadható minőséget nyújtó szállodái a családi szegmens számára olyannyira keresettek, hogy színvonalukhoz képest magas átlagáron képesek értékesíteni szobáikat** (2019 augusztusban például a kategória nélküli szállodai átlagár 23 294 Ft volt, a négycsillagos szállodáké pedig 26 776 Ft, amely az országos átlaghoz képest az előbbi esetén az átlagot csaknem elérő, utóbbinál pedig azt meghaladó érték).

A vendégkör települési szintű bontása a desztináció esetében nem mérvadó, tekintve, hogy a kereslet több mint 90%-át Gyula realizálja, azaz a fő vendégkör jellemzőjét ők adják. **A jelenlegi szegmensek ismertetését az alapvető motivációk mentén mutatjuk be** a célcsoportokat meghatározó ismérvek szerint, hiszen ebben a térségben egyértelműen szegmentálható a kereslet.

GYÓGYULNI VÁGYÓ SZENIOROK

Földrajzi jellemzők	• saját megye • szomszédos megyék • Budapest és Pest megye • Románia (elsősorban a határmenti területek relevanciájában)
Demográfiai jellemzők	• 55-60+ korosztály, szeniorok • közepes képzettségűek (maximum középvezetők)
Pszichológiai jellemzők	• direkt gyógyulási motivációval érkezők • kultúra iránt nyitottak, de mélységi kulturális érdeklődéssel nem jellemezhetők
Fogyasztói attitűd	• hosszabb időre, gyógykúrára érkezők • alacsony és/vagy közepes költési hajlandóságúak • a fürdőgyógyászati szolgáltatáson túl egyéb addicionális szolgáltatást ritkán vesznek igénybe • nincsenek elvárásaik a turisztikai alapinfrastruktúrát illetően • elsősorban főszezonon kívül érkeznek

FÜRDŐZÉSRE VÁGYÓ CSALÁDOK

Földrajzi jellemzők	• napi látogatók határon innen és túl (közvetlen közelség) • saját megye • szomszédos megyék • Budapest és Pest megye • Románia (elsősorban a határmenti területek relevanciájában)
Demográfiai jellemzők	• 30+ korosztály, kisgyermekes családok • közepes képzettségűek (maximum középvezetők)
Pszichológiai jellemzők	• a víz „szórakoztató” funkciója iránt érdeklődők • kulturális érdeklődés nem jellemzi őket, az attrakciókat szabadidő eltöltése céljából keresik fel
Fogyasztói attitűd	• a nyári időszakban Gyulát fő üdülési helyszínnek választók • közepesen magas költési hajlandóságúak • egyéb iskolai szünetekhez igazodóan hosszú hétvégére érkezők • a turisztikai alapinfrastruktúra szintjén számukra megbízható minőséget keresők

FESZTIVÁLOKRA (CSAK AZ ÉV EGY BIZONYOS IDŐSZAKÁBAN ÉS DIREKT MOTIVÁCIÓVAL) ÉRKEZŐK:

Földrajzi jellemzők	• saját és szomszédos megyékből érkezők • távolabbi megyékből, de elsősorban Kelet-Magyarországról érkezők • Budapest és Pest megye
Demográfiai jellemzők	• nincs egyértelműen lehatárolható korosztály, de jellemzően felnőtt és szenior korosztály • párok, baráti társaságok • a képzettség nem mérvadó ismérv
Pszichológiai jellemzők	• célirányos motivációval érkezők • a szolgáltatási minőség az utazási döntést nem befolyásolja

Fogyasztói attitűd	• az érdeklődés maximum a rendezvényre terjed ki • a tartózkodás gyakran csak napi látogatást jelent • alacsony költési hajlandóságúak • kedvező árakat keresők • egyéb érdeklődést nem mutatók

Ahogy azt a pozicionálásról szóló fejezetrész (2. fejezet) is megfogalmazta, a Gyula és térsége által biztosított szolgáltatási minőség jelenleg közepes színvonalú, és ennek megfelelően ehhez alacsony vagy maximum közepes fizetési hajlandóság párosul, amely alól kivételt a szűkebb értelemben vett főszezon (július és augusztus) képez. Ugyanakkor **Gyula fürdővárosi miliője, illetve a Békéscsabán tervezett kulturális fejlesztések** (Munkácsy-negyed) **arra predesztinálják a térséget, hogy a magasabb minőségi igénnyel és ezzel párosulva magasabb fizetési hajlandósággal jellemezhető szegmenseket is megszólítsa.**

A ma elsősorban belföldi desztinációként értékesítő **térségnek** közvetlen határmenti elhelyezkedése okán **jelentős fejlődési lehetőségei vannak a nemzetközi értékesítésben**, amely a desztináció számára elsősorban Romániát jelenti, de nem a jelenlegi, jellemzően határhoz közeli, hanem **a jövőben akár távolabbi területeket, és a valóban fizetőképes román keresletet megszólítva.**

A desztinációs vízió szerint Gyula és térsége a jövőben egy akár 4-5 napos tartózkodásra is alkalmas desztináció, amelynek élményígéretét a fürdővárosi (gyógyhelyi) hangulat alapozza meg, középpontban a fürdővel és a könnyedén elérhető kulturális (történelmi) látnivalókkal, valamint a kínálatot színesítő rendezvényekkel.

A jövőbeni márkaképhez és vízionált pozícióhoz igazodóan a desztináció jövőbeni célcsoportjai:

- a jelenlegi küldőterületeket alkotó **belföldi** és a határmentiségtől elszakadva, **távolabbi területekről is érkező román, 50+-os, gyógyulni vágyó** szenior és/vagy a prevenciót előtérbe helyező (tehát még aktív és nem „beteg"), a kultúrára is nyitott célcsoport, mely **közepesen magas és/vagy magas költési hajlandósággal jellemezhető**, és amely szegmens számára **a fő motiváció mellett legalább olyan fontos** ismérvvel bír a rendezett települési környezet, a megbízható minőségű szolgáltatások és **a fürdővárosi miliő**
- a jelenlegi küldőterületeket alkotó **belföldi** és a határmentiségtől elszakadva, **távolabbi területekről is érkező román**, a nyári szünetben, egyéb iskolai szünetekben és az ünnepnapokhoz igazodóan hosszú hétvégére érkező, **kisgyermekes családok**, akik **közepesen magas és magas költési hajlandóságúak**, a szálláshelyekkel kapcsolatosan **egzakt módon meghatározható minőségi elvárásaik vannak**, és **nyitottak a fürdőn kívüli** egyéb, a desztináció nyújtotta **szabadidős programlehetőségekre** is
- azon szegmensek, amelyek számára ugyan **nem a kultúra jelenti az elsődleges utazási motivációt, de a desztinációban tartózkodás ideje alatt bakancslistás programot jelent a térség kulturális értékeinek megismerése**, amelynek során fesztiválokat is szívesen látogatnak, adott esetben ehhez igazítják utazásaikat.

A turisztikai kínálat elemeinek bemutatását már a vízióhoz igazodva végeztük el, kiemelve a profilírozó termékek zászlóshajóit és a kínálatot színesítő elemeket.

3.3.6. Kínálatelemzés

A Gyula és Békéscsaba alkotta desztináció vendégéjszakákban mért kereslete gyakorlatilag egyetlen termék, az egészségturisztikai termékkörbe tartozó fürdő felé irányul, a Gyulai Várfürdőre. A fürdő története a múlt század közepén indult, azonban itt az ország számos fürdőjével ellentétben a kútfúrások nem kőolaj, hanem kifejezetten termálvíz utáni kutatásra irányultak. A mai modern fürdő az I. és II. Széchenyi Terv eredménye, amelyet 2014 karácsonyán a fedett családi élményfürdő, az Aquapalota egészített ki. **Az egyidejűleg 5,5 ezer főt befogadni képes létesítmény négy fő szolgáltatási egységre** (profitcentrumra) **osztható: strandra, gyógyfürdőre** (fürdőgyógyászati részleggel), **fedett élményfürdőre és** kültéri szaunákkal is rendelkező **szaunaparkra. A fürdőkomplexum az ország top 10 fürdőjének egyike, 2019-ben 612 ezer vendéget fogadott**, amely vendégkör jelentős része (közel 50%-a) a nyári időszakban keresi fel a fürdőt. **Külföldi** (határmenti, elsősorban román, kisebb mértékben szerb) **kereslete a kereskedelmi szálláshelyeken regisztráltaknál valamennyivel magasabb**, az önkéntes adatszolgáltatás **20%-osra becsüli arányukat.** A Várfürdő kínálatával ma minden célcsoportot meg kíván szólítani, bár online kommunikációja képi világában elsődlegesen a kisgyermekes családokat és fiatal felnőtteket jeleníti meg (még a fürdőgyógyászati kezelések esetén is).

A termékhez sorolhatók a település utazási döntést befolyásoló wellness-szállodái, elsődlegesen a fürdő szolgáltatásaira építő, és két szárnyban összesen 295 szobával rendelkező (az egyik szárnyát illetően felújítás előtt álló) **Hunguest Hotel Erkel**, a fürdő nyári bejáratának közvetlen közelében elhelyezkedő, 41 szobás **Aqua Hotel Gyula**, valamint a saját wellnessegységgel bíró, 68 szobás **Wellness Hotel Gyula**, továbbá a kifejezetten felnőtteket megszólító 40 szobás **Elizabeth Hotel**, illetve a békéscsabai, négycsillagos besorolással rendelkező **Munkácsy Hotel.**
A térséghez tartozó másik fürdő, az éves szinten 120 ezres látogatóforgalmat realizáló, műemléki védettségű békéscsabai Árpád Gyógy- és Strandfürdő turisztikai célú felkeresése esetleges.

A Várfürdő két meghatározó kulturális látnivaló ölelésében fekszik, melyek mindegyike az országos termékstruktúrában is meghatározó turisztikai attrakciók. A Gyulai vár Közép-Európa egyetlen épen megmaradt síkvidéki téglavára, amelyet **szerény interpretációja (zömében statikus kiállításai) ellenére évente nagyságrendileg 100 ezer látogató keres fel. A Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont a kastélyok turisztikai célú hasznosításának egyik jó gyakorlata:** az évi 70-80 ezer főt fogadó kastély nem csak a főúri életformát (korabeli enteriőröket) mutatja be, a látogatók interaktív formában – hologrammal illusztrált folyamatok, megfogható ruhaneműk és eszközök, digitálisan „felpróbálható" korabeli viselet stb. – ismerkedhetnek meg a kastély életét működtető cselédség mindennapjaival.

A desztináció további kulturális elemei a turisztikai kínálat szempontjából maximum színesítő szereppel bírnak, működésükben a közművelődési funkció a markáns. Ehhez a kategóriához sorolható a gyulai **Erkel Ferenc Emlékház**, a **Ladics Ház**, a városi látogatófolyamból ma szinte teljes mértékben kieső **Gyulavári Kastély**, a békéscsabai, megyei hatókörű **Munkácsy Mihály Múzeum**, illetve a jelenleg felújítás alatt álló, és a tervek szerint a jövőbeni Munkácsy-negyed egyik zászlóshajóját jelentő **Munkácsy Emlékház** is.

A kulturális kínálathoz szorosan kapcsolódó terméknek tekinthető a rendezvényturizmus, amely kategóriában **kiemelkedő jelentőségű** a populáris, szolgáltatásaiban megbízható, átlagos színvonalat nyújtó, minden év októberében megrendezésre kerülő **Csabai Kolbászfesztivál.** A 110 ezer fős gasztronómiai tömegrendezvény döntően a saját megye területéről és a szomszédos megyékből vonz látogatókat, akik addicionális turisztikai szolgáltatást (pl. szálláshelyeket) csekély mértékben vesznek igénybe. **A gyulai tartózkodás színesítő elemeit jelentik az eltérő évszakokhoz köthető kulturális és gasztronómiai fesztiválok**, a **Gyulai Pálinkafesztivál**, a **Gyulai Shakespeare Fesztivál**, a várhoz kötődő **Gyulai Végvári Napok**, és a település nyári színháza, a **Gyulai Várszínház.**

Az egészségturisztikai fókuszú és kulturális kínálattal színesített imázst a Körösök vidékének aktív- és ökoturisztikai lehetőségei csak kis mértékben egészítik ki, amely elsősorban evezési lehetőségeket (Fekete-Körös), kisebb gyalogos túrákat (tanösvények) takar. A termékhez tartozó kínálati elem a kerékpározási lehetőség, amely szabadidős programlehetőség igénybevételét a helyi (gyulai) Tourinform iroda segíti a kölcsönözhető kerékpárokkal.

Gyula és térségében bár meghatározó, és a termékhez kapcsolódó országos minősítő lajstromokban jegyzett **helyi termékek találhatók** – csabai kolbász, gyulai kolbász, gyulai pálinka –, azonban a csabai kolbászt népszerűsítő fesztivál négy napján túl **egyik sem fejlődött turisztikai termékké.** A desztináció vonzerőleltárában több, a termékhez tartozó kínálati elem is megtalálható (pl. CsabaPark, Gyulai Kolbászmúzeum, Gyulai Pálinkamanufaktúra), felkeresésük ugyanakkor döntően lakossági szintű, vagy maximum termékvásárlást generál. **Az egyetlen kiemelhető termék a kategóriában** a kisebb cukrászati eszköz kiállítással is rendelkező **Százéves Cukrászda, amelynek felkeresése bakancslistás program** a Gyulát felkeresők számára, nem feltétlenül kínálata (bár ezzel sincs különösebb gond), sokkal inkább **egyedülálló, 19. századi miliője miatt.**

A hivatásturizmus nem játszik markáns szerepet a térség vendégforgalmában. Ugyan a nagyobb szállodai egységekhez kapcsolódnak kisebb-nagyobb konferenciakapacitások, illetve Békéscsabán egy alapvetően kulturális központként működő, és MICE-rendezvények megrendezésére is alkalmas helyszín is található (Csabagyöngye Kulturális Központ), de **az üzleti turizmus jellemzően a megyeszékhelyre érkező egyéni üzleti utazók keresletében merül ki, amely** – amint az a keresletelemzésből is kiderül – **marginális hozzájárulást jelent a desztináció turisztikai teljesítményében.**

TOP attrakciók

A GINOP-1.3.4-17 keretében elkészült desztinációs vonzerőleltár, a szolgáltatói önbevallások alapján az egyes attrakciók látogatószáma, továbbá a térség víziója szerinti meghatározó márkaprofil húzótermékei alapján a Gyula és térsége turisztikai térség top attrakcióit az alábbi táblázatban szerepeltetjük. A sorrendiséget nem a látogatószám, hanem elsősorban a tervezett márkaprofilban betöltött szerepkör adja.

A TÉRSÉGBEN AZONOSÍTOTT KIEMELKEDŐ JELENTŐSÉGGEL BÍRÓ ATTRAKCIÓK
201. SZ. TÁBLÁZAT

	Megnevezés	2019. évi látogatószám	Desztinációs szerepkör	Márkaprofilban betöltött szerepkör
1.	Gyulai Várfürdő	612 ezer fő	Önálló utazási döntést generáló attrakció	Márkaprofilt meghatározó
2.	**Gyulai vár**	102 ezer főő	Desztináció kínálatát meghatározó attrakció	Márkaprofilt kiegészítő
3.	Gyulai Almásy-kastély Látogató-köz-pont	76 ezer fő	Desztináció kínálatát meghatározó attrakció	Márkaprofilt kiegészítő
További turisztikai szempontból értelmezhető attrakciók				
	Munkácsy-negyed (a fejlesztést követően)	nem releváns	Desztináció kínálatát színesítő attrakció	-
	Gyulavári Kastély	5,1 ezer fő	Desztináció kínálatát színesítő attrakció	-
	Százéves Cukrászda	nem releváns	Desztináció kínálatát színesítő attrakció	-
	Csabai Kolbászfesztivál	110 ezer fő	Desztináció kínálatát színesítő attrakció	-

Forrás: saját szerkesztés





3.4. Térséget érintő és meghatározó turisztikai fejlesztések

3.4.1. Korábbi években megvalósított fejlesztések

Gyula és térségében a vizsgált időszakban összesen 27 db projekt támogatására került sor. A projektek összértéke 15,9 milliárd forint volt, átlagosan 70%-os támogatási intenzitással. A két település a projektek számát tekintve egyenlően osztozott a támogatásban; az uniós források Békéscsabán 14, Gyulán 13 fejlesztést érintettek.

A projektek nagy része szálláshelyfejlesztésre irányuló beavatkozás volt (tíz db), amelyet a kulturális célú projektek (kilenc db, beleértve a rendezvényinfrastruktúra fejlesztésére irányuló támogatási kérelmeket is) követtek. Egy-egy fejlesztést azonosítottunk aktív- és ökoturisztikai, településszépítés, illetve kerékpáros témákban.

A fejlesztések döntő hányada – a jellemzően magántulajdonú szálláshelyfejlesztéseket kivéve – **az állami szférához köthető:** az önkormányzat, vagy valamely tulajdonában lévő szervezet valósította meg az elképzeléseket.

EU ÁLTAL TÁMOGATOTT PROJEKTEK KATEGORIZÁLÁSA MEGVALÓSULÁS SZEMPONTJÁBÓL, 202. SZ. TÁBLÁZAT

Gyula és térsége	
nem beazonosítható	0
nem valósult meg	0
megvalósult, de nem működik	0
megvalósult, de nincs turisztikai hasznosítás	2
megvalósult, de eltérő funkcióval működik	2
megvalósult, részben működik	1
megvalósult és működik	22
Összesen	27 db

Forrás: EU projektek turisztikai hasznosulásának elemzése c. tanulmány

Az online kutatás és helyszíni bejárások alapján **mindegyik támogatott projekt megvalósult**, amelyek közül **22 db** (a projektek 81,5%-a) **az eredeti rendeltetésének megfelelően működik**, egy részben működik (a Körösök völgyét érintő komplex, többhelyszínes fejlesztés), két projekt más funkcióval hasznosult (Békéscsabai Turisztikai Főpályaudvar, Pósteleki Szabadidőpark), két támogatott projektnek pedig nincs turisztikai hasznosítása (békéscsabai belterületi kerékpárút és a szintén megyeszékhelyi Oliva Med Magánklinika).

A két legmagasabb értékű beavatkozás Gyulán valósult meg: az egyik a turisztikai keresletet döntő mértékben befolyásoló **Gyulai Várfürdő fejlesztése** (a fedett élményfürdő – Aquapalota – kialakítása 2,4 milliárd forint összértékben és 50%-os támogatási intenzitással), a másik pedig a fürdővárosi imázst meghatáro-

zó mértékben pozitívan befolyásoló **Almásy-kastély Látogatóközpont kialakítása** (szintén 2,4 milliárd forint, 100%-os támogatással) volt. A fürdőhöz közvetlenül kapcsolódó projektként értelmezhető a nagy kapacitású Hunguest Hotel Erkel (1,9 milliárd forint, 32%-os támogatási intenzitás) fejlesztése és a település egyik legnépszerűbb szállodája, a Wellness Hotel Gyula kialakítása (1,1 milliárd forint, 37,9%-os támogatás) is.

A békéscsabai nagyprojektek a Körösök Völgye Látogatóközpont (950 millió forint) **és a CsabaPark kialakítása** (1,1 milliárd forint) **voltak**, amelyek turisztikai hasznosítása nem (vagy alig látható mértékben) valósult meg.

A fentiekben említett két szállodára irányuló projekten felül **a további szálláshelyi fejlesztések zömében a már meglévő kapacitások karbantartására**, kisebb mértékben **kapacitásbővítésére** (pl. Corvin Hotel), szolgáltatásfejlesztésére (pl. a békéscsabai Fenyves Hotel wellnessrészlegének létrehozása), illetve **kis kapacitású szálláshelyi egységek létrehozására** (pl. békéscsabai Brill és Munkácsy szállodák, vagy a gyulai Hotel Komló újranyitása) irányultak, általánosan hozzájárulva ezzel a térség versenyképességének megőrzéséhez és növekedéséhez. **A vizsgált időszakban nem voltak magántőkéből megvalósított beruházások**, a térség szálláshelyi kínálatát ma is ezek a szállodák képviselik, amelyek **az azóta eltelt közel egy évtized, és az elmaradt fenntartó beavatkozások hiányában újra veszítettek versenyképességükből**, a szálláshely-tulajdonosok és üzemeltetők támogatási források nélkül nem képesek a szolgáltatási minőség emelésére.

A térségben megvalósuló kulturális témakörbe sorolt, **kisebb méretű projektek döntően értékmentéssel jellemezhetők** – ide tartozik a gyulai Erkel Emlékház, illetve a békéscsabai Munkácsy Mihály Múzeum –, **turisztikai hasznosításuk csak csekély mértékben valósult meg.** Az ehhez a kategóriához tartozó, **rendezvényinfrastruktúrát érintő projektek Békéscsabához köthetők.** A megyeszékhely turisztikai jelentőségét egyedül a Csabai Kolbászfesztivál jelenti (négy nap alatt 120 ezer látogató), amelyhez kapcsolódóan a város több, kisebb-nagyobb fejlesztést is végrehajtott a vizsgált időszakban (CsabaPark, Csabai Rendezvénypajta, fesztiváliroda stb.), azonban ezek **nem váltották be a hozzájuk fűzött reményeket, ma az év nagy részében kihasználatlanul állnak, illetve lakossági célokat szolgálnak.**

A fennmaradó néhány támogatásról elmondható, hogy azok nagyrészt az aktuális helyi fejlesztési igényeket reprezentáló projektek voltak, némi turisztikai tartalommal színesítve a támogatás érdekében (pl. a békéscsabai Turisztikai Főpályaudvar vagy a Pósteleki Szabadidőpark).

Összességében a fejlesztések turizmusban ma betöltött szerepére irányuló értékelés (a fejlesztések turisztikai hozadéka) az alábbi eredményeket hozta a Gyula és térségében:

A MEGVALÓSULT FEJLESZTÉSEK TURIZMUSBAN BETÖLTÖTT SZEREPÉNEK MEGHATÁROZÁSA

203. SZ. TÁBLÁZAT

Gyula és térsége							
Szálláshelyek fejlesztése	nincs turisztikai relevanciája	turisztikai relevanciája csekély	nem támogatja a desztinációs víziót	desztinációs hozzájárulása elenyésző	desztinációs hozzájárulása jelentős	önálló utazási döntést befolyásol	önálló utazási döntést generál
10 db	0	0	1	5	2	2	0
Attrakciók fejlesztése	nincs turisztikai relevanciája	turisztikai relevanciája csekély	nem támogatja a desztinációs víziót	-	desztináció kínálatát színesítő attrakció	önálló utazási döntést befolyásol	önálló utazási döntést generál
14 db	7	2	0	-	3	1	1
Általános fejlesztések	nincs turisztikai relevanciája	turisztikai relevanciája csekély	nem támogatja a desztinációs víziót	közvetlen turisztikai vonzereje nincs	támogatja a márka-pozíciót	hozzájárul a versenyképességhez	növeli a versenyképességet
2 db	1	0	0	0	0	0	1
Szervezetfejlesztés	megszűnt	nem végez napi operatív munkát	-	önkormányzati feladatokat lát el	céljainak megfelelően végzi feladatát	példaértékű munkát végez	-
1 db	0	0	-	0	0	1	-
Összesen	**8**	**2**	**1**	**5**	**5**	**3**	**2**

Forrás: EU projektek turisztikai hasznosulásának elemzése c. tanulmány

Az elemzés eredményeinek összesítése alapján **a projektek kb. 20%-a (öt projekt) tekinthető sikeres, a térség mai versenyképességét meghatározó fejlesztésnek**, amelyek közül a legfőbb szerepe kétségkívül a térségi keresletet **elsősorban alakító Gyulai Várfürdőnek van.** A turisztikai teljesítményhez ugyanakkor közvetlenül hozzájárult a **két meghatározó szállodafejlesztés** (a fürdőhöz közvetlenül kapcsolódó Hunguest Hotel Erkel és az egyetlen valódi wellness-szolgáltatásokat nyújtó Wellness Hotel Gyula), **az átgondolt belvárosi településképi beavatkozás, a hazánk egyik legnívósabb interpretációval rendelkező kastélyát létrehozó beavatkozás** (Almásy-kastély Látogatóközpont), és természetesen **a sikeres szervezetfejlesztés eredménye,** a Gyula TDM létrehozása is.

Tíz további beavatkozás szinten tartó fejlesztése **nem befolyásolta közvetlenül a turizmust**, azonban általánosságban a versenyképesség megőrzéséhez, javításához hozzájárult.
40% fölött van (11 projekt) ugyanakkor azoknak a fejlesztéseknek a száma (többségük békéscsabai projekt), **amelyeknek egyáltalán nincs, vagy nagyon csekély a turisztikai relevanciája.** Ezek bevonása kiemelt feladat a jövőben.

3.4.2. Jelenleg zajló fejlesztések

A TÉRSÉGBEN ZAJLÓ FEJLESZTÉSEK RÉSZLETEZÉSE
204. SZ. TÁBLÁZAT

Sorszám	Projekt-azonosító	Projekt megnevezése	GINOP támogatási összeg	Turisztikai térség
1.	GINOP-7.1.1-15-2016-00021	A szabadkígyósi Wenckheim-kastély turisztikai célú fejlesztése	1 723 500 000 Ft	térségen kívül (de része volt a kérdőívnek)
2.	GINOP-7.1.3-15-2016-00016	Gasztronómia a hétköznapokban - komplex turisztikai fejlesztések Gyulán	1 249 496 235 Ft	Gyula és térsége
3.	GINOP-1.3.4-17-2018-00002	Gyula-Békéscsaba turisztikai fejlesztési térség fejlesztése és pozicionálása	321 699 057	Gyula és térsége

Forrás: MTÜ

A fenti felsorolás nem teljes körű. Az egyéb térségben zajló TOP fejlesztések, vagy a nem közvetlenül a desztináció turizmusának fejlesztésére irányuló beavatkozások (útfejlesztés, alapinfrastruktúra-fejlesztés stb.) felsorolását mellőzzük, tekintettel arra is, hogy a TOP források települési fejlesztéseket jelentenek, nélkülözve a desztinációs szemléletet (hiszen nem is ez a céljuk).

A helyzetelemzés zárásaként végezetül áttekintjük az értékesítés legfőbb csatornáját jelentő online marketingkommunikációs tevékenységet, amely megmutatja egyrészt, hogy a desztináció ma mit kommunikál magáról, másrészt pedig, hogy mekkora eséllyel indul az országos versenyben.





3.5. A turisztikai térség online kommunikációjának értékelő elemzése

Gyula és térsége esetében az elmúlt években a desztinációs szintű marketingtevékenységet illetően komoly előrelépések figyelhetők meg. Gyula települési szintű direkt turisztikai kommunikációja mellett a térség egységes koordinációjának és értékesítésének érdekében több ígéretes kezdeményezéssel is találkozhatunk a térségi kommunikációs csatornákon, melynek első és legfontosabb lépése egy térségi szervezet megalapítása volt, mely felelős lesz a desztinációs szintű kommunikációért. Ma azonban ez még nem működik, így a kommunikációs elemzésnél a két települést önállóan tudjuk vizsgálni.

Az elemzést és a desztinációt profilírozó és a keresletet meghatározó kínálat (egészségturizmus, kulturális turizmus és gasztroturizmus) **húzótermékei és Gyula, illetve Békéscsaba települések tekintetében végeztük el**, az alábbi szempontok alapján:

- marketingkommunikáció minősége (korszerűsége, vizualizációja, mai vendégigényeknek történő megfelelősége)
- célcsoportoknak megfelelő tartalommenedzsment
- küldőterületeknek megfelelő többnyelvűség
- termékösszekapcsolás és keresztpromóciós tevékenység
- közösségimédia-felületek (Facebook, Instagram, YouTube)

Az online marketingkommunikációs elemzésben az utazási döntést befolyásoló attrakciókat és szállodákat tekintjük át a következők szerint: Gyulai Várfürdő és AquaPalota, Gyulai vár, Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont, CsabaPark, Wellness Hotel Gyula (mint családi), Hunguest Hotel Erkel (fürdővel közvetlen kapcsolattal rendelkező), Elizabeth Hotel (nem családi). Települési szinten pedig a térség turisztikai desztináció menedzsmentszervezeteinek kommunikációját vizsgáljuk: Gyula és Békéscsaba turisztikai honlapját.

A TURISZTIKAI TÉRSÉG ONLINE KOMMUNIKÁCIÓJA SORÁN VIZSGÁLT HONLAPOK
205. SZ. TÁBLÁZAT

Vizsgálat alá vont honlapok	
Megnevezés	**Honlap**
Gyulai Várfürdő és AquaPalota	https://varfurdo.hu/
Gyulai vár	https://gyulavara.hu/
Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont	https://gyulaikastely.hu/
CsabaPark	http://csabapark.com/
Wellness Hotel Gyula	www.wellnesshotelgyula.hu
Hunguest Hotel Erkel	https://www.hunguesthotels.hu/hu/hotel/gyula/hunguest_hotel_erkel/
Elizabeth Hotel	http://www.elizabeth-hotel.hu/
Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft.	https://www.visitgyula.com/
Békéscsabai Turisztikai Egyesület	https://visitbekescsaba.com/

Forrás: MTÜ

Az elemzést továbbá a szabadszavas keresés (Google) és a Tripadvisoron történő kutatás egészíti ki, mely előbbi esetén a találati listát (ez mutatja meg ez egyes oldalak megfelelő kereső optimalizáltságát), utóbbi esetében pedig az értékelő oldal azon funkcióját használjuk, hogy adott település esetén a „legnépszerűbb látnivalók" kategóriát tekintjük át.

3.5.1. Marketingkommunikáció minősége

A kilenc vizsgált online felület közül - a csabapark.com kivételével - **mindegyik a mai trendekhez illeszkedő stílust mutat**, azaz a weboldalakon kevés szöveg, nagyméretű fotók, könnyedén áttekinthető menüpontok és figyelemfelkeltő kommunikációs üzenetek segítik a tájékozódást.

Közülük kiemelkedő minőséget a Gyulai Várfürdő és AquaPalota, a Gyulai vár és a Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont mutat, az utóbbi kettő az azonos üzemeltetésnek köszönhetően (Erkel Ferenc Kulturális Központ és Múzeum Nonprofit Kft.) egyazon stílusban is készült el. Mindhárom felület figyelemfelkeltő és attraktív, minden aktuális program és elérhető szolgáltatás könnyedén megtalálható a honlapokon.

A CsabaPark webes felülete ezzel ellentétben alapvetően statikus információkkal szolgál, a hosszabb lélegzetvételű leírások nem a gyors tájékozódást és figyelemfelkeltést segítik, tartalmát tekintve pedig egyáltalán nem tekinthető nélkülözhetetlen weboldalnak a térségi turizmus szempontjából.

A szállodák honlapjai a vendégigényeknek megfelelnek, a közvetlen foglalás vagy ajánlatkérés elérhető az oldalakon. A Hunguest Hotels láncba tartozó Hunguest Hotel Erkel honlapjának kialakítása azonban nem tekinthető térségspecifikusnak, illetve egyedinek, hiszen a szállodalánc összes tagjának honlapja a hunguesthotels.hu főoldalról érhető el, számtalan korszerűtlen megoldást kínálva.

Gyula turisztikai honlapja, a visitgyula.com szintén modern és attraktív, jelentős mennyiségű tartalommal, turisztikai információval. A honlapon továbbá lehetőség nyílik a település szálláshelyeire vonatkozó ajánlatkérésre, de tájékozódhatunk a város programjairól, turisztikai kínálatáról is, továbbá a weboldalon a térség turizmusához kapcsolódó hírek is elérhetők. Emellett a honlap közvetlen átlépési lehetőséget biztosít a település attrakcióinak weboldalaira, **sőt bár nincs kifejezetten szem előtt, de például Békéscsaba turisztikai kínálata is bemutatásra kerül.**

Békéscsaba turisztikai weboldala tulajdonképpen a település Tourinformjának honlapját jelenti, ahol az iroda szolgáltatásai olvashatók, továbbá a települési szálláshelyek, látnivalók, vendéglátóhelyek listája érhető el, de közvetlen átlépési lehetőséget is biztosít az attrakciók honlapjaira, illetve a térség turizmusához kapcsolódó hírek ezen a honlapon is elérhetőek. Az oldal látszólag admin felülettel rendelkezik, melyet a szolgáltatók maguk is tölthetnek, ennek megfelelően nincs egységes megjelenés vagy tartalom. Van, ahol megjelenik a szállodánál, hogy átmenetileg zárva, de sok esetben nincs feltüntetve. Kicsit gazdátlannak tűnik most az oldal, a képek nem változatosak, a programok között nemcsak turisztikai célú szerepel, hanem lakossági is.

Az oldalak reszponzivitása (azaz mobil eszközökön történő használhatósága) **megfelelő**, a kilenc vizsgált honlap közül mindegyik esetében megtörtént a felületek okos eszközökre történő optimalizálása.

3.5.2. Célcsoportoknak megfelelő tartalommenedzsment

Kifejezetten a célcsoportokra történő orientáció több honlap esetében is megjelenik. **A Gyulai Várfürdő és AquaPalota honlapján** a „Gyógyászat" menüpontban **jól elkülönített és figyelemfelkeltő tartalom és a célcsoportnak szóló szolgáltatások találhatók a gyógyulni vágyó – elsősorban - szeniorok számára.** Emellett a térség másik fő célcsoportjának számító családok számára szóló gyermekbarát szolgáltatások (baba- és gyermekmedence, baba-mama szoba) tekinthetők részben megfelelő tartalommenedzsmentnek.

A Gyulai vár és a Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont honlapján családok és iskolás csoportok számára találhatóak információk az attrakciók falai között igény szerint megszervezésre kerülő múzeumpedagógiai foglalkozásokról, programokról és rendhagyó történelemórákról.

Tematikájából adódóan a Wellness Hotel Gyula honlapján a „Családbarát" menüpont alatt megtalálhatóak a szállodában elérhető családbarát szolgáltatások, de a „Wellness" menüpontban arról is meggyőződhetnek a honlapon böngésző szülők, hogy ameddig igénybe veszik a szálloda wellness-szolgáltatásait, addig gyermeküket biztonságban tudhatják a gyermekprogramokon vagy a játszóházban.

A többi honlap nem tartalmaz célcsoport-specifikus menüpontot, vagy információt, ezek maximum a programok megnevezésében, vagy csomagajánlatok elkészítésében merülnek ki.

A turisztikai desztináció menedzsmentszervezetek honlapján kitartó böngészést követően lehetőség nyílik az érdeklődési körünk szerinti szűrésre vagy válogatásra, azonban ez a lap alján található. Pl. a létrehozott turisztikai kártya nem jelenik meg a fő menüpontok között, nem ösztönöz az oldal annak használatára, nem látható, hogy mi az, amit mindenképpen csinálni kell Gyulán és mik esetleg azok, melyek már csak a nagyon elkötelezetteknek valók. Vagyis maga az oldal nem segít döntést hozni, inkább egyszerűen tájékoztat.

3.5.3. Küldőterületeknek megfelelő többnyelvűség

A desztináció a többnyelvűség területén a vártnál látszólag szebb képet mutat. A fő küldőterületet egyértelműen Románia jelenti, **ennek megfelelően pedig román nyelvi kommunikációval a kilenc vizsgált weboldalból hat rendelkezik.** Továbbá a CsabaPark és Békéscsaba turisztikai honlapjainak kivételével az összes többi felület rendelkezik angol nyelvű változattal, a csekély számú német ajkú vendég miatt azonban német nyelvű oldallal a vizsgált honlapok kevesebb, mint felénél találkozhatunk csak. **A határmentiségből fakadóan a szerb anyanyelvű vendégek megszólítása is ösztönzőleg hatna a térségi vendégforgalomra, azonban szerb nyelvű honlappal csak a** Hunguest Hotel Erkel és a **Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft.** rendelkezik. Utóbbi **esetében megjegyzendő, hogy a nyelvi aloldalak mindegyike rossz**, a legjobb talán még a román változat, azonban részletesen belekattintva az egyes szolgáltatók leírásába „az oldal nem található" feliratokkal találkozhatunk. Sajnos **a visitgyula.com oldalon még a német és angol verziók sem működnek megfelelően**, nem teljes körű a fordítás és esetenként a tördelésre sem megfelelő (vagyis nincs ellenőrzés és karbantartás a feltöltést követően) hangsúlyt fektettek. A többi nyelvi változat helyenként még dizájnban is más és a le nem fordított részek angol és magyar nyelven keveredve jelennek meg.

Békéscsaba viszonylatában elmondható, hogy külpiaci értékesíthetőségét jelentősen korlátozza a szolgáltatók, attrakciók idegen nyelvű kommunikációjának hiánya.

A TURISZTIKAI TÉRSÉG ONLINE KOMMUNIKÁCIÓJA SORÁN VIZSGÁLT HONLAPOK KÜLDŐTERÜLETEKNEK MEGFELELŐ TÖBBNYELVŰSÉGE, 206. SZ. TÁBLÁZAT

Honlap	angol	német	egyéb nyelv	statikus célnyelvi információk	célnyelvi tartalomfrissítés
https://varfurdo.hu/	igen	igen	román	teljes	német kivételével teljes
https://gyulavara.hu/	igen	nem	-	nem teljes, más tartalom	nincs
https://gyulaikastely.hu/	igen	nem	román	teljes	teljes
http://csabapark.com/	nem	nem	-	-	-
https://wellnesshotelgyula.hu/	igen	nem	román	teljes	teljes
https://www.hunguesthotels.hu/hu/hotel/gyula/hunguest_hotel_erkel/	igen	igen	orosz, szerb, román, lengyel	teljes	teljes
http://www.elizabeth-hotel.hu/	igen	igen	román	teljes	nincs
https://www.visitgyula.com/	igen	igen	román, szerb, orosz	hiányos, rossz tördelés, keveredő nyelvek	nincs
https://visitbekescsaba.com/	nem	nem	-	-	-

Forrás: MTÜ

3.5.4. Termékösszekapcsolás és keresztpromóciós tevékenység

A keresztpromóció és/vagy termékösszekapcsolás tekintetében – országos szinten is – Gyula az élen jár. A 100%-ban önkormányzati tulajdonban lévő Erkel Ferenc Kulturális Központ és Múzeum Nonprofit Kft. működteti ugyanis a gyulai kiállítóterek jelentős részét és felelős a rendezvények jelentős hányadának megszervezéséért, lebonyolításáért. **Ennek következtében a Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont, a Gyulai vár, az Erkel Ferenc Művelődési Központ, az Erkel Ferenc Múzeum, az Erkel Ferenc Emlékház, a Ladics-ház és a Kohán Képtár egy darab kombinált jegy birtokában meglátogathatók**, például az attrakciók honlapjain részletezett „Négy az egyben csomag" vagy „Gyulakult csomag" segítségével.

A térítésmentesen igénybe vehető **Visit Gyula Card turisztikai kedvezménykártya** használatával továbbá Gyula város turisztikai szolgáltatói nyújtanak kedvezményes vagy ingyenes szolgáltatásokat a városba érkező vendégeknek.

A térség fő attrakciójának számító **Gyulai Várfürdő és AquaPalota honlapján**, a „Gyula" menüpont alatt **részletezésre és ajánlásra kerülnek a település szálláshelyei, programjai és látnivalói.** Az egyes leírásokat követően a honlapról közvetlenül a visitgyula.com-ra juthat a látogató, ahol további információkkal lehet gazdagabb. Ahogy pedig már korábban említésre került, a Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. oldalán Békéscsaba turisztikai kínálata is bemutatásra kerül.

Továbbá a szállodai honlapok mindegyikénél megtalálhatóak a térség legnépszerűbb attrakcióinak leírásai, elérhetőségei, azaz megállapítható, hogy a város **egyéni attrakciós és szállodai honlapjai nem csak kizárólag saját szolgáltatásaikat és intézményeiket népszerűsítik.**

Ezzel ellentétben Békéscsaba turisztikai honlapja (visitbekescsaba.com) **alig tartalmaz a közigazgatási területen kívüli információt**, a termék keresztpromóció és/vagy termékösszekapcsolás tehát a településen minimális, nemcsak az online kommunikáció, de a helyszíni tevékenység szintjén is.

3.5.5. Közösségimédia-felületek

A közösségimédia-felületek elemzése során a kilenc elem relevanciájában első körben azt néztük meg, hogy egyáltalán rendelkeznek-e profillal, és ha igen, azokat hány felhasználó követi:

A TURISZTIKAI TÉRSÉG ONLINE KOMMUNIKÁCIÓJA SORÁN VIZSGÁLT KÖZÖSSÉGIMÉDIA-FELÜLETEK
207. SZ. TÁBLÁZAT

Megnevezés	Facebook	Facebook-követő	Instagram	Instagram-követő	YouTube	YouTube-követő
Gyulai Várfürdő és AquaPalota	×	51 227	×	1 470	×	1,39 ezer
Gyulai vár	×	8 777	×	1 180	-	-
Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont	×	12 864	×	1 167	×	30
CsabaPark	×	5 925	×	95	-	-
Wellness Hotel Gyula	×	30 846	×	427	×	47
Hunguest Hotel Erkel	×	13 727	×	913	-	-
Elizabeth Hotel	×	10 885	-	-	-	-
Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft.	×	1 004	×	332 Visit Gyula	-	-
Békéscsabai Turisztikai Egyesület	× Visit Békéscsaba	4 395	×	623 Visit Békéscsba	-	-

Forrás: MTÜ

A vizsgált helyszínek és települések mindegyike rendelkezik önálló Facebook- oldallal, Instagram-profillal, azonban utóbbi az Elizabeth Hotelnek nincs. A követők száma rendkívül változó, amely egyrészt függ az adott termék márkaismertségétől, másrészt a tartalommenedzsmenttől, illetve annak aktivitásától is. **A Facebookon az esetek többségében a kommunikáció folyamatos** (minimum heti két-három bejegyzés), amely az attrakciók esetében az aktuális nyitvatartási információkon felül a látnivalókra, hírekre, programokra és különböző akciókra hívja fel a figyelmet. **Települési szinten a profilok elsősorban az aktuális rendezvényeket hirdetik**, egy-egy imázsfotó megjelenítése és a helyi turizmushoz kapcsolódó tájékoztató szerepe mellett. Az Instagramon jellemzően imázs- és rendezvényfotók találhatók, a YouTube-csatornák pedig változó mértékben tartalmaznak rövidfilmeket, interjúkat és hosszabb, az egyes településeket bemutató imázsvideókat. A közösségimédia-felületek használatát illetően jelenleg szinte az összes attrakció a világban zajló pandémia okán, felületeit online információnyújtásra használja.

3.5.6. Szabadszavas keresés

A szabadszavas keresés során az utazók kereséseire asszociálva a Google felületén írtuk be a lehetséges kulcsszavakat (szókombinációkat), és azt vizsgáltuk, hogy ezek milyen találatokat eredményeznek. A keresést megelőzően töröltük a böngésző előzményeit, hogy minél pontosabb találatokhoz jussunk. Az eredmények az előző pontokban részletesen bemutatott kommunikációs minőség szerint alakultak, azaz azok a honlapok kerültek előtérbe, amelyek aktív kommunikációt folytatnak, SEO-optimalizáltak és hasznos tartalommal rendelkeznek.

(1) GYULA

A „gyula" kulcsszót beírva a kereső első találatként Gyula város hivatalos oldalát (gyula.hu) hozza (innen egyébként közvetlenül a Gyulai Várfürdő és AquaPalota, illetve a Gyulai vár honlapjára juthat a látogató), amelyet egy wikipedia-bejegyzés, a város turisztikai weboldala, a visitgyula.com, a varfurdo.hu, a szallas.hu és a wellnesshotelgyula.hu követ.
A „gyulai + fürdő" beírására az első találat a fürdő oldala (varfurdo.hu), amelyet a fürdő árait majd nyitvatartását tartalmazó oldal, a Hunguest Hotel Erkel weboldala, majd a termalfurdo.hu Gyulai Várfürdőre vonatkozó felülete követ.
A „gyula + látnivalók" kifejezésre az első találat a csodasmagyarorszag.hu (hirdetés), amelyet a város turisztikai weboldala, a visitgyula.com, ezt követően pedig a Tripadvisor gyulai látnivalóit tartalmazó oldala követ.
A település turisztikai honlapja tehát mindegyik kifejezésre az elsők között szerepelt a Google találati listáján.

(2) BÉKÉSCSABA

A „békéscsaba" kulcsszót beírva a kereső első találatként Békéscsaba Megyei Jogú Város hivatalos oldalát (bekescsaba.hu) hozza a Google (innen egyébként közvetlenül a visitbekescsaba.com-ra juthat a látogató), amelyet egy wikipedia-bejegyzés, a Békéscsaba 1912 Előre egyesület oldala, a szallas.hu és a város turisztikai weboldala, a visitbekescsaba.com követ.
A „békéscsaba + kolbász" kombinációra első helyen a csabaikolbaszfesztival.hu oldal érhető el, amelyet a kolbaszterkep.hu, Békéscsaba Megyei Jogú Város hivatalos oldala (bekescsaba.hu) és a Békési Manufaktúra oldala követ.

A kíváncsiság kedvéért kipróbáltuk a „gyula és térsége" kombinációt is, amelynek első találata a Magyar Turisztikai Ügynökség Zrt. által készített térségi kiadvány pdf változata, majd a csodasmagyarorszag.hu Gyula és térségére vonatkozó oldala, amelyet a város turisztikai weboldala, a visitgyula.com követ.

3.5.7. Megjelenés a Tripadvisoron

A világ legnagyobb nemzetközi utazási platformja az utazók értékelései és véleményei alapján nemcsak az egyéni attrakciókról, szálláshelyekről történő véleményezést jeleníti meg, kialakít egy „TOP" listát is minden kategóriában. Fontossága abban rejlik, hogy a külföldiek elsődleges tájékozódási felülete. Gyula és térsége esetében a keresést a két település szintjén végeztük el.

GYULA

A településen a kínálati elemek és turisztikai alapinfrastruktúrához tartozó szolgáltatások sokasága révén látnivaló, étterem és szálláshely-kategóriában is találunk gyűjteséket az alábbiak szerint:

TOP 10 látnivaló: Gyulai Almásy-kastély Látogatóközpont, Gyulai vár, Gyulai Kolbász Története Húsipar Történeti Kiállítás, Kapus-híd, Erkel Ferenc Emlékház, Gyulavári Kastély, Ladics-ház, Nádi Boldogasszony Plébánia, 1848-49-es Honvédtiszti Emlékhely, Csigakert

Az első két attrakcióhoz 200 körüli értékelésszám kapcsolódik, azt követően viszont csupán jellemzően 20 körüli az értékelők száma.

TOP 4 szálláshely: Wellness Hotel Gyula, Komló Hotel, Corso Boutique Hotel, Elizabeth Hotel

Kizárólag a Wellness Hotel Gyula rendelkezik 100 feletti értékelői számmal (132 értékelés).

TOP5 étterem: Várkonyi Bisztró és Bár, Százéves Cukrászda, Kézműves Cukrászda, Hamburger Bár, Géza Konyhája

A Várkonyi Bisztró és Bár 343 értékelése kimagaslik a többi étterem közül, a második helyen álló Százéves Cukrászda 240 értékeléssel rendelkezik, míg a Kézműves Cukrászda már csak 144-gyel.

BÉKÉSCSABA

Békéscsaba esetében a turisztikai kínálat alapján a szálláshelyek, látnivalók és éttermek sorrendje található meg, jellemzően a top3 szolgáltató sorrendjében:

TOP3 látnivaló: Andrássy út, Békéscsabai Páduai Szent Antal Plébánia, Munkácsy Mihály Múzeum

TOP3 szálláshely: Arcanum Hotel, Munkácsy Hotel, Brill Hotel

TOP3 étterem: Kisvendéglő a Hargitához, Cafe One, Pajta Street Food

A sorrendiség nem feltétlenül releváns, ugyanis a békéscsabai szolgáltatók kevésbé találhatók meg a Tripadvisoron, illetve a TOP attrakciók értékelései mind-mind igen csekély számot mutatnak.

3.5.8. Összefoglaló értékelés

A két településből álló **Gyula és térsége turisztikai térség Gyula település relevanciájában a kiemelkedően magas színvonalú online marketingkommunikációs tevékenységet végző desztinációk közé sorolható mind a települési turisztikai honlapot, mind pedig az egyéni turisztikai szereplőket** (attrakciókat és szállodákat) **illetően.**

Bármely vizsgált felület (honlap és közösségimédia-profil) esetében megállapítható, hogy **a saját szolgáltatásokon túl megjelennek a települési látnivalók, az egyszerű keresztpromóciós tevékenység aktív** (átirányítás a települési turisztikai honlapra, a kiemelkedő attrakciók honlapjaira), sőt **a termékösszekapcsolás is elérhető** (kombinált jegyek és turisztikai kedvezménykártya formájában). Ehhez képest **Békéscsaba** turisztikai megjelenése még kezdetleges, bármely szereplő szintjén **leginkább az egyszerű információközlésre szorítkozik.**

Ugyancsak **kiemelhető a desztinációban a többnyelvűség megvalósítása:** talán Gyula és térsége az egyetlen olyan turisztikai térség, ahol a vizsgált honlapok többsége csaknem teljes körűen olvasható román nyelven is.

A szabadszavas keresés szintén kedvező eredményeket mutat, amely egyrészt azt jelenti, hogy a honlapok nagy valószínűség szerint SEO-optimalizáltak, másrészt pedig jól működik a keresztlinkelés.

Az online tevékenység tekintetében **fejlesztendő területnek a célcsoportoknak megfelelő tartalmak elhelyezése tekinthető**, amely ma csak részlegesen és csak célirányos kereséssel lelhető fel.





3.6. SWOT-analízis

Az erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek elemzése a stratégiaalkotás egyik fontos lépése lehet, amennyiben azt nem csak egy „kötelező” és „látványelemként” elvégzendő feladatnak tekintjük.

A négy terület két kategóriára osztható:

- **a belső tényezőket az erősségek és a gyengeségek jelentik**, ezek azok az ismérvek, amelyre van a desztináció ráhatása, azaz változtatható
- a **külső tényezőket alkotják a lehetőségek és a veszélyek**, amelyekre **nincs közvetlen ráhatás**, ugyanakkor várható bekövetkezésükre szükséges figyelemmel lenni.

Maga a felmérés önmagában nem hoz eredményeket, ugyanakkor **az objektív és realitásokon alapuló elemzés segítséget nyújt a stratégiai irányok és a fejlesztési prioritások meghatározásához.**

Erősségek	Gyengeségek
• Gyula és térsége **legfőbb erőssége Gyula nyugat-európai színvonalú, fürdővárosi hangulata**, amelynek alapját a települési és turisztikai alapinfrastruktúra kiépítettsége és a rendezett környezet biztosítja. • Gyula mint egészségturisztikai célpont **márkaerőssége magas mindkét jövőbeni célcsoport** (gyógyulni vágyó szeniorok, a víz szórakoztató élményére vágyó családok) tekintetében. • A település könnyen bejárható, kompakt és jó hangulatot áraszt. • **A turizmust a településirányítás maximálisan támogatja**, tudatos településfejlesztéssel erősíti. • **A turisztikai szakmai szervezet (TDM) reputációja megfelelő** mértékű. • Az értékesítési hatékonyságot elősegítő **keresztpromóciós és termékösszekapcsolás alapjai már jelenleg is megtalálhatók.**	• **A turisztikai alapinfrastruktúra** (szálláshelyek, vendéglátóhelyek) **konzerválódó minősége**, amely a folyamatosan változó vendégigényeknek a jövőben már nem biztos, hogy megfelel. • **Magas minőségű szálláshely hiánya** (amely a magasabb költési hajlandóságú célcsoportok megszólításához szükséges lenne). • **A külpiaci értékesítés nem kellően hatékony** (közvetlen megszólítási képesség hiánya). • Gyula és Békéscsaba között ma gyakorlatilag **nincs látogatóáramlás.** • A desztináció kínálata **ma még alig alkalmas egy hosszú hétvégét meghaladó tartózkodásra.** • A **turisztikai alapinfrastruktúra** (szálláshelyek, vendéglátóhelyek) **szolgáltatói nem mutatnak hajlandóságot a változásra.** • Gyula és térsége ma **inkább az olcsó desztinációk közé tartozik** (a főszezoni két hónapot kivéve).

Lehetőségek	Veszélyek
• **A Munkácsy-örökséget célzó** békéscsabai **fejlesztések** bővítik a térség kulturális kínálatát. • Az **egészségturisztikai szolgáltatások iránt stabil kereslet** mutatkozik. • A fogyasztói trendek változása **az egészségtudatosságot és a prevenció előtérbe kerülését vetíti előre**, amelynek népszerű célpontjai a fürdőtelepülések. • A GINOP-1.3.4 keretében megvalósuló termékfejlesztési tanulmányok **megteremtik az eddig hiányzó termékösszekapcsolás és keresztpromóció alapjait** (programcsomagok, garantált programok stb.). • **M44 gyorsforgalmi úthálózat fejlesztésével** az elérhetőség javul.	• **Az országos verseny az egészségturizmusban erős**, jelenleg is jó néhány fürdőfejlesztés van folyamatban a kelet-magyarországi területeken, amelyek újabb kapacitásokat hoznak létre. • **A vendégforgalom további növekedése tömegturizmushoz vezet**, amelynek okán a település elveszíti egyedülálló hangulatát. • Az ország déli területeiről **folyamatos a lakosság elvándorlása** (munkaerőhiány, tudáshiány, szakmai utánpótlás hiánya). • **A fogyasztói igények növekedése** jelentősen meghaladja a desztinációs turisztikai alapinfrastruktúra fejlődésének dinamikáját.


MÚZEUM



3.7. Versenytárselemzés

Az egyes turisztikai térségek versenytárselemzését részletesen nem végezzük el, arra egy újszerű megközelítést tartalmazó **módszertant mutatunk be, mely mentén a térség szereplői, turisztikai szakemberei, az MTÜ-vel és a későbbiekben létrejövő térségi turisztikai szervezettel közösen tudnak elkészíteni.** A versenytársak meghatározása segíti a stratégiaalkotást, hogy a ma egymással versengő térségek a jövőben hogyan váljanak egyedivé, vagyis miben kell fejleszteniük magukat, mire kell a hangsúlyt fektetni, hogy megkülönböztethetők legyenek. Az MTÜ szerepe a versenytárselemzés elkészítésében a következőkben definiálható:

- a jövőben létrejövő térségi szervezetek számára szakmai segítséget nyújt, hogy elkészíthesse az elemzést a térségi szereplőkkel együttműködve és/vagy segíti a térségi szereplőket a megadott módszertan alapján a saját versenytársaikat azonosítani, az elemzést elkészíteni;
- a 11 térség versenytárselemzését egymáshoz képest értékeli és iterál az egyes térségek között, hogy azok ne egymással, ugyanazon a piacon versenyezzenek, hanem megtalálják azokat az egyedi megkülönböztető elemeket, melyek mentén minimálissá válik a mindennapi verseny.

A versenyképességi és sikertényezők

Mielőtt a részleteket taglalnánk fontos, tisztázni az alapfogalmat, hogy mit értünk versenytárs alatt. **Versenytársnak nevezzük azt a vállalkozást, desztinációt, aki hasonló termékalappal, hasonló célcsoportot szólít meg. Vagyis hibás az a versenytárs-azonosítás, ha olyan szolgáltatót, desztinációt jelölünk meg, aki példaértékű számunkra, és ahova szeretnénk eljutni.**

A versenytárselemzés új megközelítését az adja, hogy nem csupán termékalapon és/vagy célcsoport alapon azonosít versenytársakat, hanem az 1. fejezetben bemutatott **versenyképességi és sikertényezők mentén vizsgálja meg a térségek lehetőségeit.** Úgy véljük, a valós versenyhelyzetet ezen tényezők külön-külön végzett, majd együttes vizsgálatával lehetséges a legpontosabban definiálni. Ezen versenyképességi tényezők (melyben alapvetően versenyeznek egymással különböző desztinációk) **a termékalap, a küldőpiac, a célcsoport és az árszínvonal.**

A stratégiában már különböző fejezetekben számos alkalommal előkerültek a sikertényezőként aposztrofált témakörök, egyrészt bemutatva, hogy mit értünk alatta, miért és hogyan hatnak egy desztináció versenyképességére, valamint a helyzetértékelő fejezetrészben bemutatásra került a turisztikai térség egyes tématerületeken elért eredménye vagy adottságai, azaz, hogy milyen termékalappal rendelkezik, az mennyire egyedi vagy milyen minőségű, milyen küldőpiac látszódik a vendégforgalmi adatok alapján, milyen a szálláshelyek jövedelmezősége (vagyis az árszínvonal), és ebből következően milyen célcsoport azonosítható. Ennek megfelelően itt csupán a főbb gondolatokat ismételjük meg.

TERMÉK/TERMÉKALAP

Termékalap alatt értjük a desztinációkban található vonzerőket, attrakciókat, turisztikai szolgáltatókat, valamint azon szálláshelyeket vagy vendéglátóegységeket is, melyek ugyan az **alapinfrastruktúra** részét képezik, ugyanakkor **önálló utazási döntést generálnak**, vagy utazási döntést **befolyásolnak, részei a térség márkaképének.** Az utazási döntést a szabadidő eltöltésével kapcsolatos elsődleges igény befolyásolja, azaz az adott turisztikai termék iránti érdeklődés; ez adja a motiváció szerinti döntés alapját. A motivációra pedig a desztináció kínálata, vagyis az elérhető termékek adják meg a választ.

KÜLDŐPIAC

Küldőpiacok tekintetében megkülönböztetünk belföldi és külföldi küldőterületeket, melyben versenyeznek egymással az egyes desztinációk:

- **belföldi küldőpiac:** ma hazai keresletet a lakosság nagyjából egyharmada generálja, azaz nagyságrendileg **3 millió fő** vesz részt a turizmusban. Az országban zajló folyamatok alapján elmondható, hogy a keresletben az ország megyéi eltérő mértékben vesznek részt, **a legnagyobb küldőpiacot a főváros és agglomerációja** jelenti, mely minden desztinációban meghatározó mértéket ölt. Ezen felül pedig a **saját és szomszédos megyék** generálják jellemzően a vendégforgalmat, ettől csupán néhány, kiemelkedő termékalappal rendelkező turisztikai térség tér el.
- **külföldi küldőpiac:** a hazánkba irányuló külpiaci kereslet a fővárosban, fürdővárosokban és lokális keresletként értelmezhetően a határmenti térségekben koncentrálódik. Azaz általánosságban nem mondható el, hogy egy desztinációnak valós külföldi kereslete lenne, ebben egyes piacokon kismértékű verseny alakult ki.

CÉLCSOPORTOK

A hazai utazóközönség közel fele **családos utazó**, mely célszegmens **majdnem minden térségben** valamilyen formában megjelenik. Mégis az a jellemző, hogy alapvetően a célcsoporti szegmentáció nem tudatos, hiszen a vendégforgalom stabil biztosí-

tása érdekében minden vendéget szívesen látnak a szolgáltatók. Ettől eltér néhány térség vagy a térségen belül egy-egy település/szolgáltató, akik tudatosan építik a saját terméküket, és/vagy olyan speciális adottságokkal bírnak, melyek meghatározzák a megszólítható célközönséget is. Ezen témakörön belül vizsgálhatjuk, hogy melyek azok a desztinációk, melyek már ma is szegmentálnak vagy adottságaik révén lehetőségük lenne egy adott célközönség közvetlen megszólítására.

ÁRSZÍNVONAL

A térségek iránti keresletet, illetve a célcsoportot jelentősen meghatározza **egy adott desztináció árszínvonala**, melyet elsődlegesen a **szálláshelyek jövedelmezősége** alapján vizsgálunk (lásd korábbi fejezetek). A magasabb árszínvonal magasabban költő vendégeket képes megszólítani, mely alapján a desztináció növekedési pályája dinamikusabb ívet írhat le, mint az alacsonyabb árszínvonalon étékesíthető desztinációé. Bár alapvetően nem jó vagy rossz, ha egy desztináció olcsóbb vagy drágább, ugyanakkor más beavatkozási logikát, más célrendszert feltételez a stratégiaalkotás során.

Versenytárselemzés módszertana

A versenytárselemzés elkészítéséhez a következő **feladatok** elvégzése szükséges, melyhez segédletet nyújt a következő táblázat:

a) **földrajzi terület kijelölése:** A küldőterületek részletezésénél az anyagban többször is kitértünk arra, hogy egy turisztikai térség fő küldőpiaca a saját, illetve szomszédos megyéi kiegészülve a fővárossal és agglomerációjával. Ezen megállapítást némiképp finomítja a **közlekedési kapcsolatok fejlettsége** is, hiszen a mai utazási trendeknek megfelelően (sokszor utazunk rövidebb időre) olyan úti célt választanak az utazók, amit nagyjából 2,5 -3,5 óra alatt elérnek. Ezen a térképen berajzolható körön belüli területen működő turisztikai szereplők lehetnek a legfontosabb versenytársaink, azaz **az első feladat ennek a területnek a lehatárolása és a turisztikai szereplők azonosítása.** Egyes turisztikai térségek távolabbi területekről is képesek megszólítani potenciális utazókat, mely maximum 7 órás autóútra fekvő terület lehet „reggel elindulok és vacsorára szeretnék megérkezni", ezek a második távolabbi kör és az első kör közötti területen fekvő turisztikai szereplők lehetnek a másodlagos versenytársak, pozíciótól és stratégiai céloktól függően szükséges ezen területen fekvő szolgáltatók azonosítása. Az ország vidéki területein láthatunk néhány olyan települést, esetleg desztinációt, melyek távolabbi területekről is képesek megszólítani az utazókat: pl. Hévíz, Bükfürdő, Debrecen, stb. Első feladatként meg kell határozni, hogy **a távolabbi külföldi kereslet milyen motivációval érkező vendéget jelent** és ezt követően a távolságot is figyelembe véve kell meghatározni, **mik lehetnek a helyettesítő termékek** az adott célközönség számára, és ez alapján kell azonosítani a versenytársakat.

Fentiek alapján 1. feladat a földrajzi terület kijelölése, ahonnan majd a versenytársainkat azonosítjuk.

b) **termékalap vizsgálata:** A turisztikai térségek számára a stratégia készítése során és a desztináció pozicionálására irányuló projekt keretében számos termékelemzést végeztünk, meghatároztuk azokat a fő vonzerőket, melyek egyedivé és megkülönböztethetővé teszik a térséget. Ezen a jövőbeni fejlesztések némiképp módosíthatnak, attól függően, hogy azok a beruházást követően illeszkednek-e a jövőbeni stratégiai irányokhoz, megfelelnek-e a definiált célcsoport igényeinek. A termékalap pontos meghatározásához, vizsgálatához szükség van ezen elemzések áttekintésére és egy helyi érdekektől mentes, őszinte beszélgetésre, hogy melyik az a termék vagy melyek azok a termékek, melyben a térség erős tud lenni, a célcsoportnak megfelelő szolgáltatási minőséget képes nyújtani.

2. feladat a saját térségünk termékalapjának (vonzerők, attrakciók, szolgáltatók, stb.) azonosítása.

c) **célcsoportok azonosítása:** A legnehezebb feladat a megfelelő célcsoport azonosítása, tekintettel arra, hogy ma nem áll rendelkezésre olyan kutatás, mely a hazai keresletet bármilyen módon szegmentálná, az utazókról jobbára aggregált adatok állnak rendelkezésre, és általános fogyasztási szokásokat tudunk meghatározni. Egy desztináció minél nagyobb, annál sokszínűbb célközönség megszólítására képes, ettől függetlenül fontos meghatározni, kik a ma utazói és kik lehetnek a jövő vendégei. Ezek akár lehetnek ugyanazok is, de lehet eltérő szegmenst, megszólítani, vagy amennyiben az azonosított versenytárs is azonos célközönséget szólít meg, el kell dönteni, hogy szükséges-e valamilyen korrekció (korosztályban, költésben, viselkedésben, küldőterületben, stb.). A célcsoportok meghatározását segíti az NTAK adatai alapján látható keresletelemzés (küldőterület, korcsoport, költés), a korábbi fejezetben látható célcsoportelemzés (a mai tudásunk alapján ki a térség célközönsége), valamint a 2. kérdőíves felmérés mellékletben található elemzése, ahol a válaszadók megjelölték, ki lehetnek a térség jövőbeni célcsoportjai. A pontos meghatározást segítheti továbbá a szolgáltatók együttműködésével egy kérdőíves felmérés, melynek módszertanát az MTÜ kutatási igazgatósága állítja össze és értékeli.

3. feladat a jelenlegi és jövőbeni célcsoportjaink azonosítása.

d) **árszínvonal vizsgálata:** Az árszínvonal vizsgálata szintén olvasható a korábbi fejezetekben, ahol minden esetben bemutattuk a szálláshelyek jövedelmezőségét. Ma Magyarországon a turisztikai szektorban egyedül a szálláshelyek áraznak piaci alapon, azaz a **szálláshelyek árai mutatják** leginkább, **hogy milyen költési hajlandóságú szegmens elérése reális ma**. Természetesen az árazás számos tényezőtől függ, mint lokáció, kapacitás, termékminőség, kereslet, szolgáltatási struktúra, szálláshely-kategória, azonban feltételezhetően a szálláshely abban érdekelt, hogy a lehető legtöbb bevételt generálja, tehát amit a piac lehetővé tesz, azt az árat alkalmazni fogja. A térség általános árszínvonalát meghatározza a benne élő lakosok jövedelmi helyzetet is, hiszen az alapszolgáltatások (szabadidős és vendéglátás) a helyi keresletre alapoznak, áraikat a lakossági fogyasztás képességéhez igazítják.

4. feladat a térségben található termékek, szolgáltatások árainak összegyűjtése és vizsgálata (a termékalap során definiált fontossági sorrendben), mely arra is kiterjed, hogy ezen árak megfelelőek, alul- vagy felülpozicionáltak a termékhez képest.

e) **versenytársak azonosítása:** A versenytársak azonosítása úgy történik, hogy a fenti feladatok elvégzését követően **leszűkítjük azt a kört, akik földrajzi, termékalap, célcsoportok és árszínvonal tekintetében azonosságot mutatnak**. Vagyis, ha a mi küldőpiacunk pl. Baranya megye, akkor megvizsgáljuk, hogy a megyei lakosok számára ugyanazon távolságban milyen elérhető azonos termékalap található, és az milyen áron. Ha és amennyiben egy desztinációban számos olyan attrakció található, amelyek valamelyik versenyképességi tényezőt vizsgálva közel azonosak, azon térségeket vesrenytársaknak tekinthetjük. Magyarországon minden desztináció fő küldőterületét a főváros és környéke adja, ezáltal mindenki ezen lakosokért versenyez, itt fontos a megkülönböztető jellemzők kihangsúlyozása.

5. feladat a versenytársak azonosítása.

f) **versenystratégia kidolgozása:** Az utolsó és a legnehezebbnek tűnő feladat a versenystratégia kidolgozása, melyhez először az azonosított versenytársak kapcsán **az alábbi kérdésekre kell válaszolni:**

- **miben versenyez a két térség:** árban, termékben, küldőterületben vagy ezek összességében,
- ha meghatároztuk, hogy miben versenyeznek, meg kell vizsgálni a saját térségünk lehetőségeit és pozícióját, hogy van-e olyan adottsága, mely alapján termékben versenyelőnyre tehet szert, azaz van-e USP-je, **egyedi termékértékesítési előnye**,
- ha nincs USP-je, akkor tud-e, akar-e árban versenyezni?
- ha nincs USP-je, akkor tud-e küldőterületi közelségben versenyezni?
- ha nincs USP-je, akkor tud-e, akar-e célcsoportban eltérő irányba elmozdulni?
- **a stratégia irányának** meghatározása, figyelembe véve a desztinációfejlesztési stratégia **céljait: árverseny, megkülönböztető stratégia**, stb.

A versenytárselemzés lépéseihez az alábbi táblázat nyújt segítséget, mely kérdéseivel irányítja az elemzés elkészítését. A versenytárselemzés sok időt igénybe vevő folyamat, és **nem állandó**, évenként fontos annak áttekintése és szükség szerinti átdolgozása, hiszen egy olyan folyamatosan és gyorsan változó szektorról beszélhetünk, ahol ha nem figyeljük a versenytársakat, nem fejlesztjük a saját tevékenységünket, akkor nagyon gyorsan lemaradhatunk.

AZ EGYES VERSENYKÉPESSÉGI ÉS SIKERTÉNYEZŐK VIZSGÁLATI SZEMPONTJAI
208. SZ. TÁBLÁZAT

<table>
<tr><th rowspan="2">Termékalap</th><th colspan="2">Küldőpiac</th><th rowspan="2">Célcsoport</th><th rowspan="2">Árszínvonal</th></tr>
<tr><th>Belföld</th><th>Külföld</th></tr>
<tr><td>1. Van-e olyan termék, mellyel versenyez? (pl. Lehet-e kerékpározni?)</td><td>1. Saját megyei szerep (alul vagy felülreprezentált a többi térséghez képest.</td><td></td><td>1. Átlag belföldi utazó, a 3 millió fő egyike - vagyis nincs szegmentáció.</td><td>1. A desztinációban található olyan termék (beleértve egy szállodát is), amit értékesíteni lehet, akár magasabb áron is.</td></tr>
<tr><td>2. Létezik olyan termék, mely értékesíthető, azonban nincs versenyben a turisztikai piacon (pl. Helyi fürdő, Bogács)</td><td>2. Lokális keresletet generál (szomszédos megyék, melyben alul vagy felülreprezentált, vagy semleges, vagy a trendek alapján lenne kereslet, de ténylegesen mégsincs).</td><td>2. Lokális keresletet generál (elsődlegesen határmentiségből fakadó külpiaci értékesíthetőség, amely főként az 1 – maximum 2 – órán belüli külpiaci elérhetőségre épít).</td><td>2. Markáns desztináció, ahol a fő célcsoport meghatározható, egyértelmű a kommunikációs irány vagy korosztály, családi állapot vagy motiváció alapján.
Családi célcsoport | Szenior korosztály</td><td>2. A desztinációban található olyan termék (beleértve egy szállodát is), amit magas áron értékesít, és van is rá kereslet.</td></tr>
<tr><td>3. Van megfelelő termékalap, azonban lokális keresletet elégít ki (megye és szomszédos megye), távolabbi piacok számára nem értelmezhető, hiszen közelebb is található olyan attrakció, mely ugyanazt az igényt elégíti ki.</td><td>3. Országos keresletet generál (márkaerősség alapján (pl. Sopron), nyaralási helyszín okán (pl. Balaton), unikalitás okán (pl. Mátra - hegyek).</td><td>3. Valós külpiaci keresletet generál, vendégek nemcsak a határközeliség miatt, hanem a termékalap különlegességéből is érkeznek. Az adott desztináció / település részesedése az adott küldőpiacon meghaladja az 1%-ot.</td><td>3. Markáns település, ahol a fő célcsoport meghatározható, egyértelmű a kommunikációs irány vagy korosztály, családi állapot vagy motiváció alapján.
Családi célcsoport | Szenior korosztály</td><td>3. A desztinációban van kifejezetten drága szálloda.</td></tr>
<tr><td>4. A termék a saját kategóriájában országosan kiemelkedő (ismertség és kereslet okán).</td><td>4. Magyarország fő belföldi küldőpiacán (Budapest és Pest megye) mint desztináció felül, alulreprezentált vagy semleges.</td><td>4. Valós külpiaci keresletet generál, vendégek nemcsak a határközeliség miatt, hanem a termékalap különlegességéből is érkeznek. Az adott desztináció / település részesedése az adott küldőpiacon meghaladja az 5%-ot.</td><td>4. Alacsony/közepes költési hajlandósággal rendelkező szegmens megszólítására képes.</td><td>4. A desztinációban nincs drága szálloda, a vendég akkor sem tudna magas költést generálni, ha szeretne.</td></tr>
</table>

Termékalap	Küldőpiac		Célcsoport	Árszínvonal
	Belföld	Külföld		
5. A termék a saját kategóriájában országosan kiemelkedő, azonban nemcsak kereslete és ismertsége okán, hanem egyedi értékesítési előnye teszi azzá (pl. Hévíz, villányi hangulat, Hagymatikum, Bambara Hotel, stb.).	5. Magyarország fő belföldi küldőpiacán a desztináció semleges (Budapest és Pest megye), de egy-egy település kiemelkedően felülreprezentált.	5. Valós külpiaci keresletet generál, vendégek nemcsak a határközeliség miatt, hanem a termékalap különlegességéből is érkeznek. Az adott desztináció / település részesedése **több küldőpiacon meghaladja az 5%-ot.**	5. Közepes/magas költési hajlandósággal rendelkező szegmens megszólítására képes.	5. A desztináció árérzékeny, vagyis a jelenleg kereslet a jelenlegi árszínvonalon stabil, áremelkedés esetén a célcsoport jelentős része elfordul, más desztinációt keres.
6. A desztinációs profilt nem határozza meg, de saját kategóriájában országosan kiemelkedő, utazási döntést meghatározó vagy generáló kínálati elem (pl. egy étterem).		6. Valós külpiaci keresletet generál, vendégek nemcsak a határközeliség miatt, hanem a termékalap különlegességéből is érkeznek. Az adott desztináció / település részesedése **legalább egy küldőpiacon meghaladja a 10%-ot.**	6. Fentiektől eltérően célzott, pontosan meghatározott szegmens megszólítására képes (pl. szingli, középkorú prevenciós, kutyával utazó, fiatalok).	6. A desztináció nem árérzékeny, vagyis a jelenlegi keresletet képes megtartani egy jelentős áremelkedés esetén is.
		7. Valós külpiaci keresletet generál, vendégek nemcsak a határközeliség miatt, hanem a termékalap különlegességéből is érkeznek. Az adott desztináció / település részesedése **több küldőpiacon meghaladja az 10%-ot vagy legalább egy küldőpiacon meghaladja a 20%-ot.**		7. A desztináció nem tudja olyan mértékben emelni az árat, hogy a tömegturisztikai hatást csökkentse.





3.8. Problémafeltárás

A helyzetértékelés eredményeit összefoglalóan az alábbi problémákra kell választ adnia a stratégiának, melyek összességében javíthatnak a térség iránt mutatkozó keresleten. Gyula és térsége esetében kijelenthető, hogy a célok között élenjáró a jelenlegi keresleti adatok javítása, a térség népszerűsítése a hazai utazók körében.

Periférikus elhelyezkedés, nehéz megközelíthetőség

A desztináció belföldi viszonylatban meghatározható lokációja periférikus, a hazai fő küldőpiactól, Budapesttől való távolság kritikus, még a nemrégen átadott 44-es út fejlesztésével is a legtávolabbi desztinációnak számít. Az utazási döntés során azon desztinációk vannak versenyelőnyben, melyek a küldőterülettől nagyságrendileg két órás autóútra helyezkednek el, és ma Magyarországon a legtöbb vendégforgalmat a fővárosban és agglomerációjában élő lakosok biztosítják. A periferikus elhelyezkedésből fakadóan az alábbi megállapítások tehetők:

- Budapesttől mint fő küldőterülettől való távolság kritikus mind fizikai távolságban, mind időben
- A nyugat-magyarországi területek számára szinte értelmezhetetlen távolságra van, főképp a keresztirányú közlekedést igénybevevő dél-nyugati országrészben élő lakosok számára elérhetetlen.

Ebből fakadóan a desztináció pozícióját a kelet-magyarországi desztinációk között, azon belül is az egészségturisztikai termékkel rendelkező térségek között kell meghatározni, azonban ma a települési környezetnek köszönhetően olyan egyedi adottságokkal bír, mely alapján a térségben gyakorlatilag nincs versenytársa. Az egyetlen küldőterület, melyben a többi desztinációval versenyez az Budapest és környéke.

Határmenti lokáció kiaknázatlan előnyei

Határmenti elhelyezkedéséből adódóan magas külpiaci és elsősorban román kereslettel kellene rendelkeznie, ehhez képest a román vendégek jobbára napi látogatóként jelennek meg a desztinációban, mely értékesítési hiány a növekedés korlátját is jelenti. Külpiaci kereslet elemzése kapcsán elmondható, hogy továbbra is csak a román piac értelmezhető a desztinációban (a szerb piac relatíve távol van, a nyugati országokból elérhetetlen távolságra fekszik, szerepe marginális), mely piacon meg kell határozni a pozícióját a többi fürdőtelepüléshez viszonyítva (Hajdúszoboszló, Makó stb.).

Térségi kiterjedés korlátai

Alapvetően nem beszélhetünk klasszikus és hagyományos fogadóterületről, hiszen összesen két település alkotja a desztinációt, melynek keresletét Gyula határozza meg. A stratégiaalkotás során így nem lehet a desztinációs logikai megközelítést ugyanúgy értelmezni sem látogatóáramlásban, sem termékalapban, sem desztinációs árszínvonalban, sem keresztpromócióban.

Nem letisztult célcsoporti összetétel

A térség bár jelentős vendégforgalmat generál, ugyanakkor turisztikailag egy települést jelent. A szűkös kapacitások ellenére a ma megjelenő vendégkör kétpólusú. Egyszerre helyeződik hangsúly a családi célközönségre (az egész ország ebben látja a kitörési pontot, tehát nagy a verseny ezen szegmens elérésében) és a gyógyulni vágyó vendégkörre. Ez alapvetően nem lenne probléma, azonban ma hiányzik az a vendégkör, aki magasabban költő rétegből kerül ki, ezáltal jövedelmezőségi szintben előrelépést jelenthetne a térség fejlődése szempontjából. Ennek ma a szállás-hely és termékalap előfeltételei részben hiányoznak.

Termék/kapacitás/célközönség/alapinfrastruktúra komplex értelmezése

A fenti néhány pont összegző elemzése arra enged rávilágítani, hogy ma egy olyan desztinációról beszélünk, melynek adottságai egyedivé teszik a térséget, a városi hangulat nem reprodukálható, azonban a település és a településen működő fő attrakció és szállodai kapacitás korlátos (fizikai kiterjedés szempontjából), a jelenlegi vendégkör ugyanakkor az alacsonyabban vagy közepesen költő rétegből kerül ki. A jelenlegi vendégkör konzerválja a termékminőséget és nem teszi lehetővé a versenyképes fejlődést, de legalábbis nem olyan intenzitásban, mint amit a fizetőképes kereslet elvárna. A településszerkezet okán nem tud Gyula (és térsége) tömegturisztikai termékké válni, nem tud tömegeket kiszolgálni csak úgy, hogy az a vendégélmény rovására megy. Vagyis nem több vendégre, hanem jobban költő vendégre van szükség, azokra, akik a kelet-magyarországi viszonylatban jelentős elkölthető jövedelemmel rendelkeznek.

Fürdőtermék

A fő turisztikai vonzerő ma a Gyulai Várfürdő, mely (ha nem is közvetlenül, de közvetetten) utazási döntést befolyásoló tényező. A fürdő ma azonban inkább egy négyévszakos strand és élményfürdő, gyógyászattal kiegészítve (ez utóbbi csak kismértékben piaci alapú). Nincs azonban prevenciós, sem rekreációs kínálata és nincsenek meg a vendégszeparálás feltételei sem, tehát a heterogén célközönség egymással közösen próbálja élvezni a fürdő által kínált eltérő szolgáltatásokat, és kap az átlag igényeit kielégítő szolgáltatási minőséget.

Eltérő minőségű infrastrukturális kínálat, eltérő ütemű fejlesztési célok

A település olyan egységet képez, melyben az önkormányzat által működtetett attrakciók és a vállalkozók által üzemeltetett szálláshelyek ma rettentően egymásra vannak utalva. A szálláshelyek értékesíthetősége függ a települési környezettől és attrakciós kínálattól, az attrakciók iránti kereslet és a tartózkodási idő függ a szálláshelyi infrastruktúrától, annak versenyképességétől. A fürdő fejlesztése önmagában nem tud sikeres lenni, kizárólag a desztinációban található szálláshelyekkel együtt lehet cél a fejlesztés, hiszen a vendégkör mindegyik infrastruktúrát használja és nem lehet több egységnyi a különbség ezek között.

Termékfejlesztés hiánya

A térség adottságai egyediek, melyekre alapozva ma a növekedési korlátot nem az infrastrukturális fejlesztés, hanem a termékfejlesztés hiánya okozza. Termékfejlesztés alatt értjük a térség csomagban történő értékesítését, a megfelelő pozicionálást a fürdőben a vendégek szeparálását, a szolgáltatási minőség fejlesztését, minden olyan keresletre ható jelentős infrastrukturális fejlesztést nem igénylő beavatkozást, mely támogatja az általunk kijelölt célközönség megszólítását.

Békéscsaba

Bár Békéscsaba is a desztináció részét képezi, ma turisztikai jelentősége csekély, funkciója nem meghatározott. A településen évente megrendezésre kerülő fesztiválra nem lehet egész éves turizmust alapozni, ezt a vendégforgalmi adatok is alátámasztják. Ma nem látszik, hogy mi az, ami legalább egy napos tartózkodási időt generálna, de két, három vagy négy napos kínálat egyáltalán nem definiált.





3.9. Jövőbeni célok, stratégiai irányok

Mint minden gazdasági szektornak, a turizmusnak is megvan a saját egyedi célrendszere, amellyel egy beavatkozási rendszer indokoltságát, az egyes beavatkozások egymáshoz képest mért fontossági sorrendjét, esetleges egymásutániságát le lehet írni.

A desztinációfejlesztési stratégiák előkészítése során megtartott workshopokon gyakran előkerülő fogalmi zavar volt, hogy a turisztikai CÉLOK és BEAVATKOZÁSI ESZKÖZÖK gyakran szinonimaként kerülnek használatra, vagy az értelmük egyszerűen felcserélődik.

A beszélgetések során igen gyakran maga egy-egy akár jól definiált fejlesztés (beavatkozás) került célként meghatározásra, fel nem ismerve azt a körülményt, hogy a fejlesztés (beavatkozás) soha nem öncél, hanem a valós célok eléréshez elvezető (vagy közelebb juttató) eszköz. Ebből a következő megállapítások következnek:

- első megállapításunk, hogy soha nem tud hatékony lenni az öncélú (és belföldön nagyon népszerű) „projektgyűjtés", amely maximum mikroszintű, helyi igények kielégítését szolgálja, tekintettel arra, hogy pont a legfontosabb tervezési eszköz és szempont vész el: hogy a valós célok rendszerében a leghatékonyabb eszköznek tekinthető projektek kerüljenek kiválasztásra,
- sorrendiségben először a célok rendszerét kell tudni jól meghatározni, amelyet másodsorban követhet az elvi eszközök és eszközrendszerek számbavétele, és végül az elvi eszközök közül a megvalósítható és leghatékonyabb eszközök kiválasztása.

A TURIZMUSSTRATÉGIA TERVEZÉSE SORÁN A CÉLOK RENDSZERÉT A KÖVETKEZŐKÉPPEN HATÁROZHATJUK MEG:

Cél	Részletes bemutatás
mennyiségi cél (vendégéjszakaszám és napi látogató)	A desztináció közép- és hosszútávon több vendéget fogadjon belföldről és/vagy külföldről, generáljon magasabb vendégéjszakaszámot, illetve nőjön a (vendégéjszakát nem generáló) napi vendégek száma.
jövedelmezőségi cél (elvi)	A desztináció közép- és hosszútávon magasabb költési hajlandóságú/képességű vendégek megszólítására legyen képes. Ez a képesség részben a meglévő termékalapból (és annak minden körülményéből), részben a desztinációs márka erősségéből és értékéből, részben a tudatos értékesítésből származik.
jövedelmezőségi cél (tényleges)	Az előző gondolat továbbfejlesztéseként a desztináció az elvileg nagyobb költési hajlandó-ságú/képes-ségű vendégek korszerű értékesítési technikákkal történő tényleges és hatékony megszólításával magasabb jövedelmezőségi szintet ér el, és a realizált jövedelmen keresz-tül biztosítja a szolgáltatások folyamatos megújulását és a megfelelő felkészültségű hu-mán erőforrás elérését.
tartózkodási idő növelésének célja	A desztinációba érkező vendégek – a kínált szolgáltatások komplexitásának erősítésével és az értékesítési tudás bővülésével – átlagos tartózkodási ideje belföldről/külföldről és/vagy eltérő célcsoportokból (életkori, motivációs) növekszik.
új piacokon való (releváns mértékű) megjelenés célja	A desztinációba tudatos termékfejlesztési és értékesítési tevékenységnek köszönhetően új küldőpiacokról is érkeznek vendégek. Ez jelenthet új külföldi vagy belföldi piacokon való megjelenést (lokális, térségi vagy távolabbi piacok elérése).
szezonalitás oldásának célkitűzése	A desztinációba érkező vendégek a korábbi vendégforgalmi jellemzőkhöz képest máskor (szezonálisan/heti eloszlásban) érkeznek, ezzel a térség iránti keresletet kiegyensúlyozot-tabbá teszik, javítva az üzemeltethetőséget és fenntarthatóságot.

Cél	Részletes bemutatás
új célcsoportok megszólításával összefüggő célok	A desztináció új célcsoportok (életkori/motivációs stb.) megszólítására is alkalmassá válik a korábbi célcsoportok megtartásával (vagy szükség esetén bizonyos vendégkörök elhagyásával).
piaci részesedéssel összefüggő célok	A desztináció turisztikai teljesítménye arányaiban belpiacon/külpiacon a versenytárs desztinációkhoz képest javul (vagy a pozíciójavulás abban realizálódik, hogy a részesedés csökkenése a korábbi időszakhoz képest enyhül).
termékalap fejlesztésével összefüggő célkitűzések	A desztináció kínálata bővül a hiányos, vagy ugyan meglévő, de korszerűtlen (versenyképtelen) termékek fejlesztésén keresztül (szálláshely, vendéglátás, attrakció). A fejlesztés nem öncél, hanem a desztinációfejlesztési stratégiákból levezethető és priorizált beavatkozási program mentén történik.
turizmusban dolgozók és a turizmus működését befolyásoló szereplők szakmai kompetenciáinak fejlesztése	A desztinációban dolgozó szakemberek magasabb szakmai nyitottsága, érdeklődése és felkészültsége (termékfejlesztés, üzemeltetés, menedzsment, értékesítés stb.) támogatja a desztinációs célkitűzések elérését. A megszerzett tudás átadása a desztináción belül készségszinten napi gyakorlattá válik.
együttműködési kompetenciák fejlesztése	A desztinációban dolgozó szakemberek együttműködési szándéka, készsége, termékösszekapcsolási és keresztpromóciós tevékenysége növeli a desztináció szolgáltatóinak hatékonyságát (kihasználtság, jövedelmezőség, méretgazdaságosság stb.).
horizontális célkitűzéseknek való megfelelés	A desztináció teljesítményével hozzájárul az NTS2030-ban rögzített horizontális célkitűzések eléréséhez.

Megjegyezzük, hogy a fentiekben bemutatott elvi célrendszer nem mindegyik desztinációban azonos módon kerülhet rögzítésre, figyelembe véve az egyes desztinációk eltérő termékalapját, ismertségét, fejlettségbéli különbözőségét vagy akár csak földrajzi elhelyezkedését. Az alábbi táblázat a fenti általános célkitűzések adott desztinációra vonatkozó beavatkozási célkitűzéseit tartalmazza (ahol a három csillag a kiemelkedő fontosságú célkitűzést jelenti, a kevesebb csillag a kevésbé fontos célkitűzéseket).

Cél	Prioritás	Részletes leírás	A célt szolgáló lehetséges beavatkozások és feladatok
mennyiségi cél (vendég – és vendégéjszakaszám)	××	Határmenti elhelyezkedéséhez képest a desztinációban kifejezetten alacsony a külföldi – román – vendégforgalom aránya. Közvetlen célkitűzésként fogalmazható meg a fizetőképes, a mainál magasabb költési hajlandóságú román vendégek megszólítása, és ennek révén a külföldi vendégéjszakák számának abszolútértékben történő növelése, nem feltétlenül csak a közvetlen határmenti, Arad megyei területekről. Ugyanakkor alapvetően nem cél a mennyiségi növekedés, mivel a település méretei korlátosak.	• térségi kommunikáció erősítése, távolabbi küldőterületeken ismertség növelése marketingkommunikációs eszközökkel, • termékcsomagok kidolgozása, termékösszekapcsolás megvalósítása a tartózkodási idő növelése érdekében
jövedelmezőségi cél (elvi)	×××	Jövedelmezőség szempontjából Gyula az országos átlagos teljesítményével a desztinációk középmezőnyében szerepel. A belföldi vendégéjszakák relevanciájában mennyiségi növekedés már nem javasolt, ezért a település számára az esélyt a turizmusból származó bevételek növekedésére a jövedelmezőség javítása jelenti, amelyet elsősorban a szolgáltatási minőség emelésével és a jelenleginél jelentősen diverzifikáltabb szolgáltatási kínálattal képes elérni.	• meglévő termékek minőségi színvonalának emelésével magasabban költő vendégek megszólítása • szálláshely-infrastruktúra szolgáltatási minőségének markáns javítása • meglévő attrakciós és szálláshelyi szolgáltatási struktúra fejlesztése az árszínvonal növelése érdekében
jövedelmezőségi cél (tényleges)	×××	Értékesítési és keresztpromóciós ismeretek bővítése (mind vezetői, mind alkalmazotti szinten) és ennek rutinszerű alkalmazása szükséges.	• árazási technikákkal az eltérő fizetőképességgel rendelkező szegmensek számára a lehető legmagasabb költést elérő ajánlatok és értékesítési tevékenység kidolgozása • értékesítési tudás fejlesztésével az egy főre jutó kosárérték növelése • szemléletformáló rendezvények segítségével a turizmusban dolgozók szakmai kompetenciájának növelése (részben GINOP-1.3.4 projektből megvalósul)

Cél	Prioritás	Részletes leírás	A célt szolgáló lehetséges beavatkozások és feladatok
tartózkodási idő növelésének célja	××	Az átlagos tartózkodási idő növelése Gyula és térsége esetében elsősorban a gyógyászati és egészségmegőrző profil erősítésével lehetséges, a mutató a belföldi vendégforgalom tekintetében így is meghaladja az országos átlagot. További célkitűzés a szemponton belül a külföldi tartózkodási idő növelése, amely ugyan az országos átlagnál kedvezőbb érték, de a vidéki értéket alulmúlja.	• termékcsomagok, gyógykúra csomagok kidolgozása, termékösszekapcsolás megvalósítása a tartózkodási idő növelése érdekében
új piacokon való (releváns mértékű) megjelenés célja	××	Gyula számára elsődleges célként fogalmazható meg a román piaci jelenlét erősítése, a további egészségturisztikai célpiacokról (Szerbia, Csehország) nem várható jelentős növekedés.	• célcsoportra szabott ajánlatok, programcsomagok kidolgozása és értékesítése • a román piacon célcsoportra szabott hatékony marketingtevékenység folytatása • célcsoportra fókuszált szolgáltatásfejlesztés a szálláshelyeken és attrakciók esetében
szezonalitás oldásának célkitűzése	××	A szezonális keresleti mutatók országos összehasonlításban kifejezetten kedvezőek Gyula egész éves stabil keresletének köszönhetően. Az általános célkitűzés ugyanakkor a desztináció esetében is értelmezhető, hiszen a fő attrakciót jelentő fürdő tekintetében a strandi funkció kifejezetten erős (a nyári hónapok csaknem az 50%-át biztosítják az éves látogatóforgalomnak).	• elérő szezonális ajánlatok kidolgozása, a nyári időszak mellett a tavaszi és őszi kommunikáció erősítése lehetséges

Cél	Prioritás	Részletes leírás	A célt szolgáló lehetséges beavatkozások és feladatok
új célcsoportok megszólításával összefüggő célok	×××	A keresleti mutatókat tekintve megállapítható, hogy a térség vendégforgalomban mért teljesítménye telítődni látszik, ezért elsősorban Gyula számára létfontosságú az új, magasabb költési hajlandóságú célcsoportok megszólítása, amelynek elsődleges eszköze a turisztikai alapinfrastruktúra jelenlegi szolgáltatási minőségének növelése.	• meglévő termékek szolgáltatási struktúrájának fejlesztése, szolgáltatási minőségének emelése (új magasabb költési hajlandóságú célcsoportok fogyasztói igényeknek megfelelően), célcsoportra szabott szolgáltatások beépítése (gyerekbarát szolgáltatások, interpretációfejlesztés, többnyelvűség), kommunikációs felületek javítása • célcsoportra szabott ajánlatok, programcsomagok kidolgozása és értékesítése • a román piacon célcsoportra szabott hatékony marketingtevékenység folytatása • célcsoportra fókuszált szolgáltatásfejlesztés a szálláshelyeken és attrakciók esetében
piaci részesedéssel összefüggő célok	×××	Megjelenik: több külföldi vendég, több ideig maradó vendég, többször visszatérő vendég egyaránt.	• korábbi beavatkozási javaslatok összessége támogatja az elérendő célt
termékalap fejlesztésével összefüggő célkitűzések	××	Nem elsődlegesen új termékek kialakításával, hanem a meglévők frissítésével, termékfejlesztéssel és keresztpromócióval.	• meglévő termékek szolgáltatási struktúrájának fejlesztése, szolgáltatási minőségének emelése (új fogyasztói igényeknek megfelelően), célcsoportra szabott szolgáltatások beépítése (gyerekbarát szolgáltatások, interpretációfejlesztés, többnyelvűség), kommunikációs felületek javítása • keresztpromóció és keresztértékesítés erősítése

Cél	Prioritás	Részletes leírás	A célt szolgáló lehetséges beavatkozások és feladatok
turizmusban dolgozók és a turizmus működését befolyásoló szereplők szakmai kompetenciáinak fejlesztése	×××	Fókuszterületei: döntéshozók, szolgáltatók (elsődlegesen: vezetői és értékesítési területen).	• szemléletformáló rendezvények segítségével a turizmusban dolgozók szakmai kompetenciájának növelése (részben GINOP-1.3.4 projektből megvalósul)
együttműködési kompetenciák fejlesztése	××	Minden részterületre kiterjedően.	• szemléletformáló rendezvények segítségével a turizmusban dolgozók szakmai kompetenciájának növelése (részben GINOP-1.3.4 projektből megvalósul)
horizontális célkitűzéseknek való megfelelés	××	NTS 2030 célkitűzéseivel összhangban.	• az egyes részcélok megvalósítása során a horizontális céloknak való megfelelőség biztosítása, melyek: – együttélő turizmus – családbarát turizmus – hozzáférhető turizmus – érthető turizmus – digitális turizmus

1 sz. melléklet

2. számú kérdőív eredményének részletes kiértékelése

A kiértékelési módszertan az 1. számú kérdőívhez képest nem változott: **az egyes rangsorolásokkal kapcsolatos sorrendet egy-egy ismérv esetén az összesített besorolás adja**, azaz mindenhol azok a válaszok kerültek előre, amelyeket a legtöbb válaszadó a ranglistán leginkább előre sorolt.
A 24 kérdésből álló felmérés tematikája 4 részre bontható:
Az első szakasz (1-6. kérdés) egy **térségi helyzetelemzés és SWOT-analízis**, amelynek során a válaszadók meghatározták és rangsorolták a desztináció erősségeit, gyengeségeit és a térség fejlődésének kulcstényezőit (lehetőségeket és korlátokat).

Az első szakaszban feltett kérdések:

(1) A desztináció értékesíthetősége szempontjából Ön szerint melyek saját térségének erősségei?
(2) *A desztináció értékesíthetősége szempontjából Ön szerint melyek saját térségének gyengeségei?*
(3) *A desztináció versenyképessége szempontjából Ön szerint mely területeken szükséges beavatkozás?*
(4) *Mely ismérvek jelentik a desztináció turisztikai teljesítménynövekedésének korlátját?*
(5) Ön szerint térségében, mely turisztikai terméktípus esetén szükséges leginkább infrastrukturális jellegű fejlesztési beavatkozás?
(6) Ön szerint térségében mely turisztikai terméktípus esetén szükséges leginkább szolgáltatásfejlesztés-jellegű beavatkozás?

A második szakasz (7-16. kérdés) a **turisztikai profil és jelenlegi pozícióeredményeken alapuló meghatározás**, egyfajta pillanatkép a térségi teljesítménymutatókról, **amely** nem feltétlenül az adatok mélységi ismeretén, sokkal inkább a **benyomáson/tapasztalatokon alapul** (és ez volt a cél).

A második szakaszban feltett kérdések:

(7) Ön szerint mely *desztinációk jelenleg a térség legfontosabb versenytársai?*
(8) Ön szerint melyek a *desztináció legfontosabb jelenlegi célcsoportjai?*
(9) Ön szerint melyek a *desztináció legfontosabb jövőbeni célcsoportjai?*
(10) Ön szerint mennyi a *desztinációban a 4*-os minőségű szálláshelyek éves bruttó SZOBA átlagára?*
(11) Ön szerint mennyi a *desztinációban a 3*-os minőségű szálláshelyek éves bruttó SZOBA átlagára?*
(12) Ön szerint a *desztinációban mely szálláshelytípus biztosítja az éves vendégéjszakák döntő részét?*
(13) Ön szerint mennyi a *desztinációban a 4*-os minőségű szálláshelyek éves szobakapacitás-kihasználtsága?*
(14) Ön szerint mennyi a *desztinációban a 3*-os minőségű szálláshelyek éves szobakapacitás-kihasználtsága?*
(15) Ön szerint mekkora a *desztinációban eltöltött üzleti célú vendégéjszakák (hivatásturizmus) aránya?*
(16) Ön szerint mennyi az 1 napra és 1 főre jutó potenciális költési lehetőség a *desztinációban?*

A harmadik szakasz (17-18. kérdés) célja **a térség országon belüli helyzetének meghatározása**, amely az eddig megszokott gondolkodásmódtól eltérően arra

késztette a válaszadót, hogy szűkebb környezetéből kilépjen, körülnézzen, és véleményt fogalmazzon meg, **vázoljon egy általános képet a desztináció láthatóságáról.**

A harmadik szakaszban feltett kérdések:

(17) Ön szerint a saját *desztinációját érintően, Budapesten kívül mely turisztikai attrakció szerepelhet az ország TOP10 attrakciója között?*

(18) Ön szerint a saját *desztinációját érintően, Budapesten kívül mely turisztikai attrakció szerepelhet az ország TOP50 attrakciója között?*

A negyedik (befejező) szakasz a **térség vezető termékeinek beazonosítására és minőségük meghatározására** irányult.

A negyedik szakaszban feltett kérdések:

(19) *Utazási motiváció szempontjából Ön szerint melyik a térség legfontosabb attrakciója?*

(20) *Utazási motiváció szempontjából Ön szerint mely vonzerők alkotják a térség TOP5 attrakcióját?*

(21) *Kérjük, állítsa fontossági sorrendbe az Ön által felsorolt TOP5 attrakciót!*

(22) Ön szerint melyik az az 5 attrakció, amely a vendégek számára a legmagasabb szolgáltatási minőséget biztosítja?

(23) *Kérjük, állítsa minőségi sorrendbe az Ön által kiválasztott attrakciókat!*

(24) Ön szerint melyik az az 5 attrakció, amely rontja/nem illeszkedik a *desztináció* márkaképét/márkaképéhez?

(1) Gyula és térsége erősségei

A felmérés bevezetéseként olyan ismérvek kerültek meghatározásra, amelyek általában egy térség versenyképességét leginkább befolyásoló tényezők. A feladat ezen ismérvek fontosság szerinti rangsorolása volt.

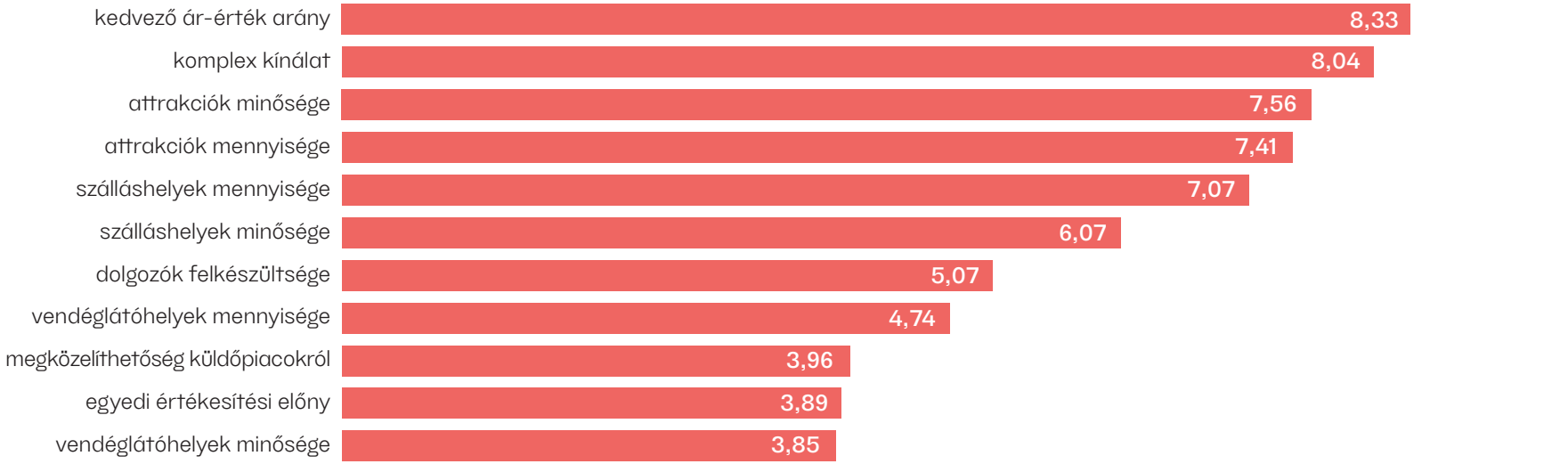
Lehetséges válaszok:

- egyedi értékesítési előny (USP)
- küldőpiacokról történő megközelíthetőség
- szálláshelyek mennyisége
- szálláshelyek minősége
- térség turisztikai szolgáltatásainak kedvező ár-érték aránya
- térségben elérhető komplex kínálat
- turisztikai attrakciók mennyisége
- turisztikai attrakciók minősége
- turizmusban dolgozók felkészültsége
- vendéglátóhelyek mennyisége
- vendéglátóhelyek minősége

A válaszok kiértékelése során többször észrevehető volt a szakmában rögzült tézisek alapján adott válaszok hatása, amely háttérbe szorította a desztinációs szemléletet.

1. kérdésre adott válaszok eredményei:

GYULA ÉS TÉRSÉGE ERŐSSÉGEI, 54. SZ. ÁBRA



tízfokú skálán

Az elért pontszámok nem mutatnak teljesen határozott döntést, nincs olyan tulajdonság, amely a térség pozícióját kiemelten erősítené, de a válaszok alapján **első helyre mégis a térség turisztikai szolgáltatásainak kedvező ár-érték aránya és az elérhető komplex kínálat** (az utóbbit 9-en is első helyre tették) **került. A turisztikai attrakciók minősége** (5-en választották első helyen) **a harmadik helyen szerepel**, azaz a térség szereplői azt gondolják, hogy a desztináció általában magas minőségű attrakciókkal jellemezhető. A dobogós helyezés nagy valószínűséggel annak tudható be, hogy a kitöltők nem feltétlenül tudtak különbséget tenni az attrakciók minősége és fontossága között, ugyanakkor az is elmondható, hogy az elmúlt években a térség TOP attrakcióin (Gyulai vár, Gyulai Várfürdő, Almásy-kastély Látogatóközpont) végzett fejlesztések valóban minőségi ugrást eredményeztek azok szolgáltatáskínálatában. Nem sokkal lemaradva a 4. helyen (7,41 pont) **a turisztikai attrakciók mennyisége** szerepel, amelyet a válaszadók közel fele a 2-3. helyre helyezett el, azaz **a térség szereplői azt gondolják, hogy a desztináció turisztikai attrakcióinak mennyisége kifejezett erősségnek számít.** A további tulajdonságok már meglehetősen nagy szórást mutatnak. **Közülük megerősített hátrasorolást a vendéglátóhelyek minősége az egyedi értékesítési előny (USP) és a küldőpiacokról történő megközelíthetőség kapott**, amelyek esetében 8-10-5 utolsó helyre sorolás is született azaz a desztináció ezen tulajdonságok esetében jár a legkevésbé az élen.

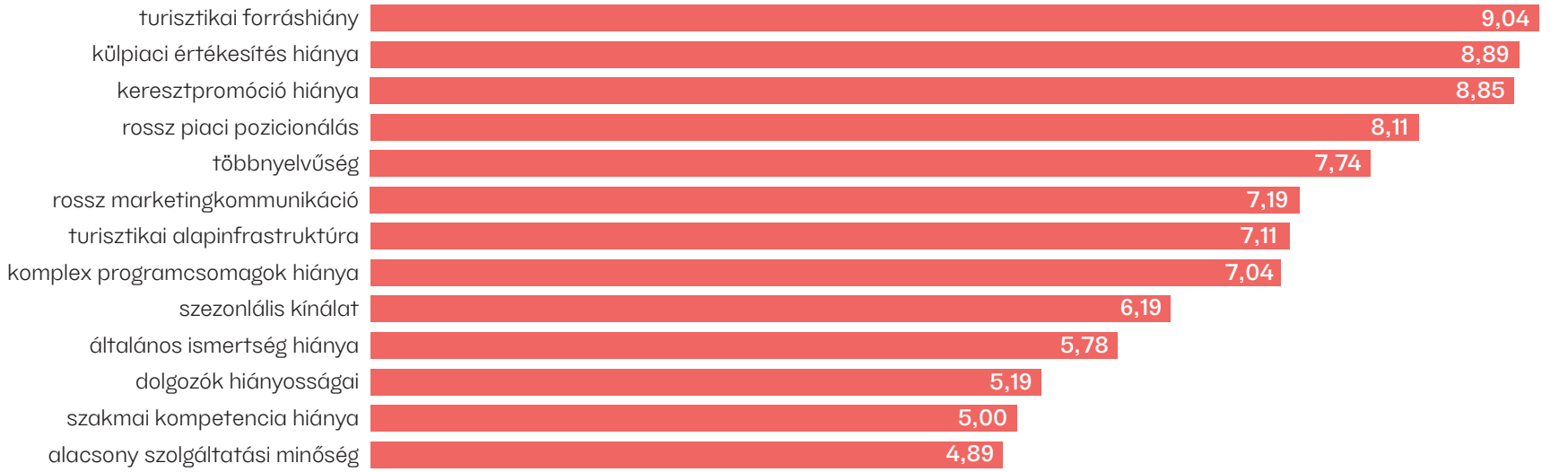
(2) Gyula és térsége gyengeségei

A feladat az előzővel azonos volt, azzal a különbséggel, hogy ebben az esetben a versenyképességet leginkább gyengítő tényezők kerültek feltüntetésre.
Lehetséges válaszok:

- általános ismertség hiánya
- desztináción belüli alacsony szolgáltatási minőség
- keresztpromóciós tevékenység hiánya
- komplex programcsomagok hiánya
- külpiaci értékesítés hiánya
- nem kellően hatékony marketingkommunikációs tevékenység
- piaci pozicionálás nem megfelelő mértéke (erős versenyhelyzet → azonos kínálat, azonos célcsoportok)
- szezonális kínálat
- többnyelvűség hiányosságai
- turisztikai forráshiány
- turisztikai alapinfrastruktúra hiányosságai
- turisztikai létesítmények üzemeltetéséhez szükséges szakmai kompetencia hiánya
- turizmusban dolgozók felkészültségének hiányosságai

A kérdésre adott válaszok a következőképpen alakultak:

GYULA ÉS TÉRSÉGE GYENGESÉGEI, 55. SZ. ÁBRA



tízfokú skálán

A **desztinációs szereplők véleménye ebben a kérdésben már valamivel határozottabb**, amelyet az első 3 választott ismérv esetén adott magas (az első kérdést jelentősen meghaladó, egységesen 8,85 pont feletti) pontszámok is mutatnak. Bár ebben a kérdésben az első helyen csupán egy személy szerepeltette a turisztikai forráshiányt, a jóval több 2-3-4. helyen szereplő válasz **következtében a térség legkomolyabb gyengeségének mégis a turisztikai forráshiány számít. A 2. helyen a külpiaci értékesítés hiánya áll, amely valós problémának számít a térségben.** A desztináció a fekvéséből adódóan nehezen szólatja meg a hazánkba repülőjáratokkal érkező vendégeket, de a térség a szintén egészségturisztikai kínálattal rendelkező Szeged és térsége desztinációnál is nehezebben szólítja meg például a szomszédos román fürdővendégeket.

A térség gyengeségeinek rangsorában a keresztpromóció hiánya a 3. helyen áll (5-en jelölték meg az első helyen, 4-en a második helyen). Az MTÜ tapasztalata alapján a TDM munkájának eredményeképpen az egyik legjobb desztinációs minta a keresztértékesítés tekintetében.
A további választások esetén ismételten nagy a szórás, ugyanakkor érdekességképpen megállapítható, hogy **a kitöltők közül 6 személy első helyen jelölte meg a térség általános ismertségének hiányát**, amely még így sem eredményezte azt, hogy ne a 10. helyen zárjon a térség gyengeségeinek rangsorában.

(3) Versenyképesség szempontjából legfontosabb beavatkozások

Az erősségek és gyengeségek meghatározását követő feladat a legszükségesebbnek tartott beavatkozások meghatározása volt, amelyet szintén fontossági sorrendbe kellett tenniük a kérdőívet kitöltőknek.
Lehetséges válaszok:

- 3 évszakos kínálat megteremtése
- 4 évszakos kínálat megteremtése
- marketingkommunikáció javítása
- partnerség/együttműködési készség erősítése
- termékösszekapcsolás, keresztpromóciós tevékenység erősítése
- turisztikai alapinfrastruktúra (szálláshelyek, vendéglátóhelyek, közlekedés) mennyiségének növelése
- turisztikai alapinfrastruktúra (szálláshelyek, vendéglátóhelyek, közlekedés) minőségének növelése
- turisztikai attrakciók mennyiségének növelése
- turisztikai attrakciók minőségének növelése
- turizmusban dolgozók felkészültségének növelése
- turizmusban dolgozók megfelelő utánpótlása

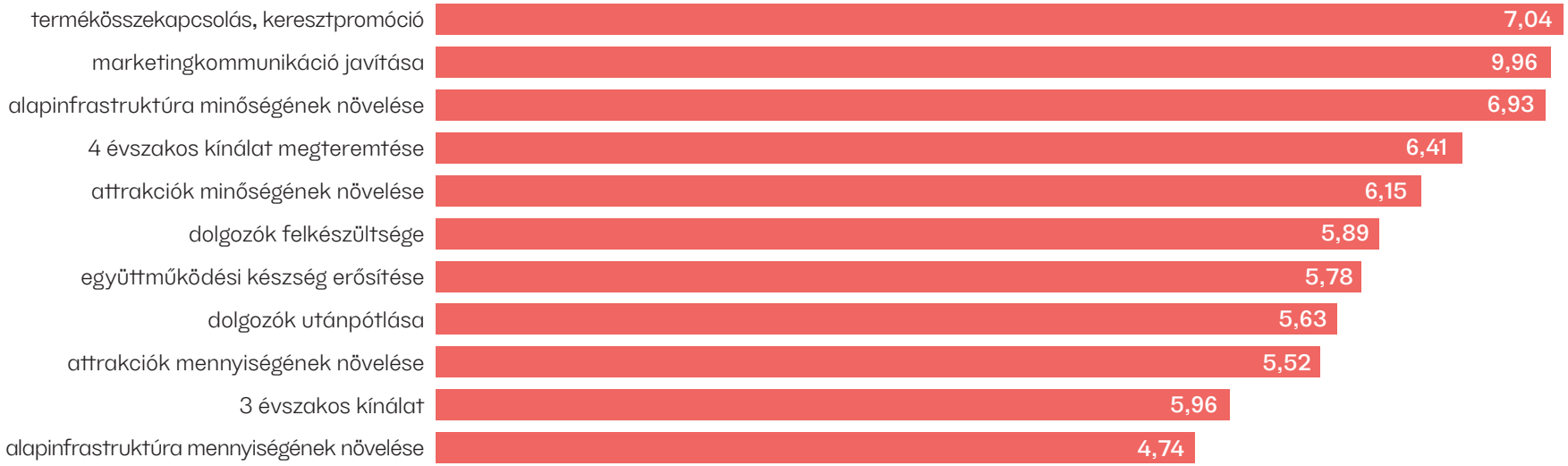
Az első két kérdésre adott válaszokból kiindulva **meghatározható lehetne a legszükségesebb beavatkozások köre, amelyeket ugyanakkor a 3. kérdésre adott válaszok csak részben igazolnak vissza.**

A nagy szórás miatt (a legmagasabb érték mindösszesen 7,04) **a térséget képviselők preferenciái egyértelműen nem meghatározhatók**, de a sorrend azért így is felállítható. **Minimális előnnyel az első helyre került a termékösszekapcsolás, keresztpromóciós tevékenység erősítése**, amely alapvetően összhangban van az előző kérdésre adott válaszokkal, ugyanis 8,85 pontot elérve a keresztpromóció hiánya a harmadik legkomolyabb gyengeségnek számít a térségben. E beavatkozási pont kapcsán fontos megjegyezni, hogy ezeknek a tevékenységeknek az erősítése elsősorban nem külső beavatkozást igényel, nagymértékben a desztinációs szereplők munkáján és együttműködésén múlik. A gyengeségek rangsorában a nem kellően hatékony marketingkommunikációs tevékenység a középmezőnyben szerepel (7,19 pont), a versenyképesség szempontjából szükséges beavatkozások esetében azonban ez a beavatkozási pont **már a második helyen szerepel.**

Az alapinfrastruktúra minőségének növelését a harmadik legfontosabb ismérvnek gondolják a kitöltők a desztináció versenyképessége szempontjából, ez azonban nem azonos a turisztikai attrakciók minőségének növelésével, azt ugyanis korábban a harmadik legfontosabb ismérvnek gondolták a kitöltők a térség erőssége szempontjából, a beavatkozás szükségessége szempontjából pedig csak az 5. legfontosabbnak. Érdekességképpen elmondható, hogy n**incs egyértelmű konszenzus a 4 évszakos kínálat megteremtésének szükségessége tekintetében**, mert a válaszok meglehetősen szélsőségesek, illetve nagy szórást mutatnak: 5 válaszadó első, de 2 válaszadó utolsó helyre rangsorolta az ismérvet. További érdekes megállapítás, hogy más desztinációk válaszadóival ellentétben **az attrakciók és a turisztikai alapinfrastruktúra mennyiségi növelését a kitöltők egyáltalán nem tartják fontos beavatkozási területnek** (5,52 és 4,74 pont).

A felvetésre az alábbi válaszok születtek:

VERSENYKÉPESSÉG SZEMPONTJÁBÓL SZÜKSÉGES BEAVATKOZÁSOK, 56. SZ. ÁBRA



tízfokú skálán

(4) A desztináció teljesítménynövekedésének korlátja

Ahhoz, hogy a térség fejlődését meghatározó stratégiai irányvonalak pontosan definiálhatóvá és priorizálhatóvá váljanak, minden desztináció esetén elengedhetetlen a növekedési korlátok beazonosítása és rangsorolása.

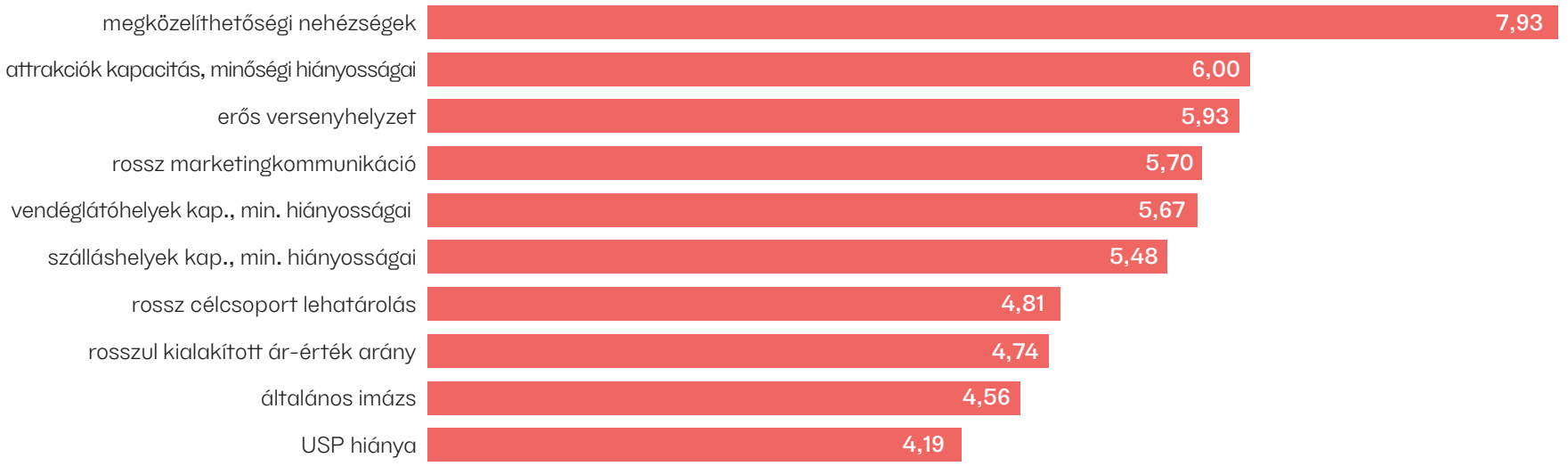
A turisztikai szereplők véleményének megismerése érdekében ezért a következő állítás került megfogalmazásra:

A desztináció turisztikai teljesítménynövekedésének korlátját...

- ... a szálláshelyek nem elégséges kapacitása és/vagy minősége jelenti.
- ... a vendéglátóhelyek nem elégséges kapacitása és/vagy minősége jelenti.
- ... a turisztikai attrakciók nem elégséges kapacitása és/vagy minősége jelenti.
- ... a desztináció küldőterületről történő megközelíthetőségi nehézségei jelentik.
- ... a nem megfelelő marketingkommunikációs tevékenység jelenti.
- ... a nem megfelelő célcsoport-lehatárolás jelenti.
- ... a nem megfelelően kialakított ár-érték arány jelenti.
- ... a térségről kialakult általános imázs jelenti.
- ... az erős versenyhelyzet jelenti.
- ... az egyedi értékesítési előny (USP) hiánya jelenti.

A térségi válaszadók a lehetséges válaszokat az alábbiak szerint rangsorolták:

A DESZTINÁCIÓS TURISZTIKAI TELJESÍTMÉNYNÖVEKEDÉS KORLÁTAI, 57. SZ. ÁBRA



tízfokú skálán

A pontszámok alapján jól látható, hogy **a desztináció elsődleges turisztikai teljesítménynövekedési korlátja egyértelműen a küldőterületről történő megközelíthetőségi nehézségek.** A kitöltők csaknem fele első helyen jelölte meg a megközelíthetőségi nehézségeket. A megközelíthetőségi nehézségeket követő kilenc tényező között mindösszesen 1,81 pont különbség látható, ami azt jelenti, hogy a kitöltők nem tudják, a megközelíthetőségen kívül mi számít még korlátozó tényezőnek a desztináció turisztikai teljesítménynövekedése szempontjából.

(5) – (6) Szükségesnek tartott infrastrukturális és szolgáltatásfejlesztés-jellegű beavatkozások

A következő két kérdés arra vonatkozott, hogy a térségi szereplők szerint mely turisztikai termékek esetén szükségesek infrastrukturális és/vagy szolgáltatásfejlesztés-jellegű beavatkozások, a lehetséges válaszok pedig a klasszikusnak tekinthető turisztikai termékeket jelölték.

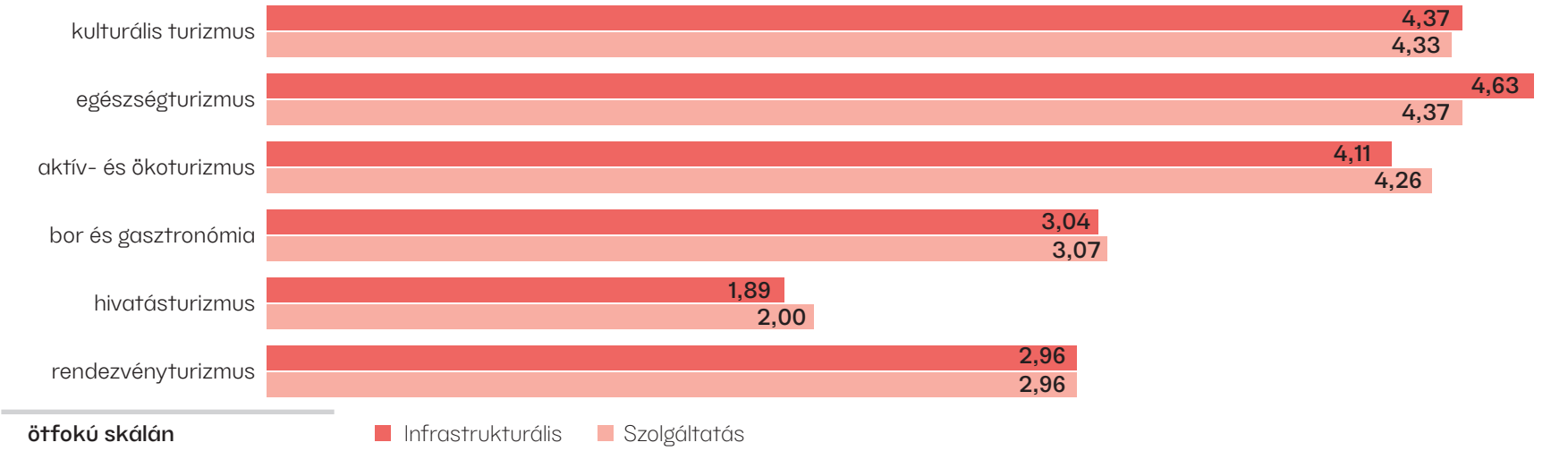
A kiértékelt válaszok alapján megállapítható, hogy a térség számára alapvetően 3 termék fontos:

- **az egészségturizmus mind infrastrukturális, mind szolgáltatásfejlesztési szempontból prioritást élvez, amely egyértelmű konszenzusban van az MTÜ által vizionált profillal:** az egészségturizmus a térség első számú márkaalkotó eleme;

- a desztináció egyik kiegészítő termékének számító, azonban a térséget más egészségturisztikai profillal bíró térségtől megkülönböztető **kulturális turizmus csaknem azonos súllyal szerepel mindkét beavatkozási típus esetén**, a kulturális turizmushoz kapcsolódó beavatkozásokat a második legfontosabb helyen aposztrofálják a kitöltők;

A felvetésre az alábbi válaszok születtek:

GYULA ÉS TÉRSÉGE SZÁMÁRA SZÜKSÉGES INFRASTRUKTURÁLIS ÉS SZOLGÁLTATÁSFEJLESZTÉS-JELLEGŰ BEAVATKOZÁSOK, 58. SZ. ÁBRA



- az **aktív- és ökoturizmus mind infrastrukturális, mind szolgáltatásfejlesztési szempontból minimálisan lemaradva a 3. helyen szerepel**, amely részben szembemegy az MTÜ által vizionált profillal, amely szerint a térség márkaprofiljában a jövőben a termék nem fog hangsúlyos szerepet kapni;

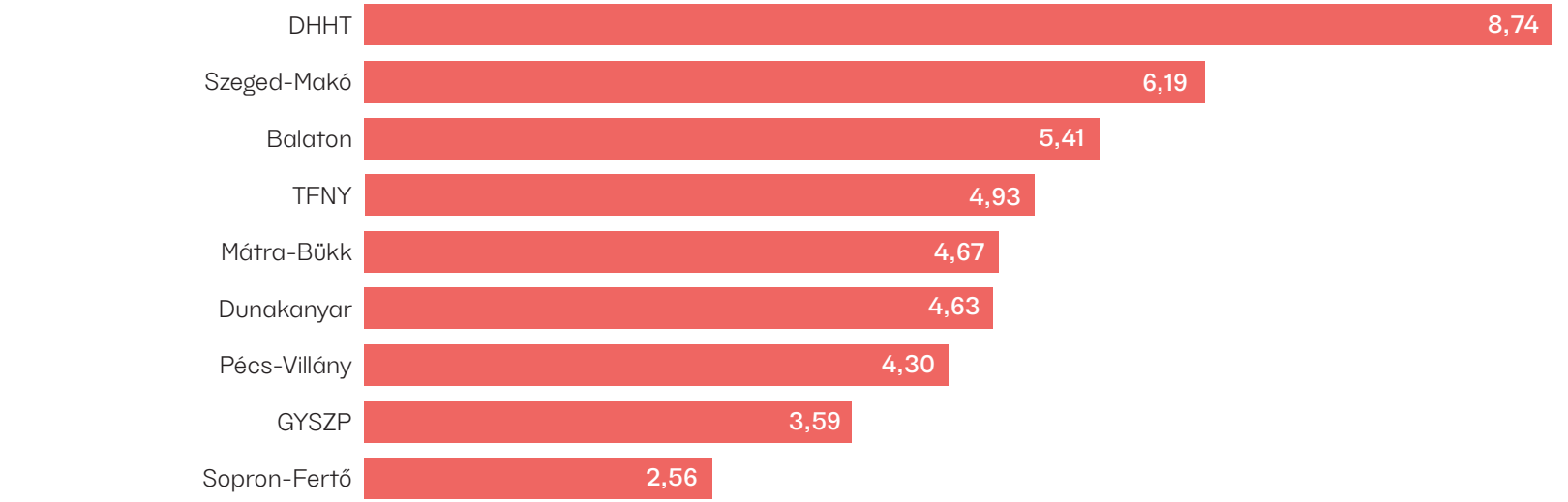
Érdekességképpen megállapítható, hogy az MTÜ által a desztináció márkapozícióját kiegészítő elemként aposztrofált **gasztronómia összességében csak a 4. helyet érte el, amely jelzésértékű: úgy tűnik, hogy a térségi szereplők kevésbé tartják fontosnak a termékhez tartozó kínálat fejlesztését annak ellenére, hogy a gyulai és békéscsabai kolbász két erős márkahordozó.**

(7) Gyula és térsége legfontosabb versenytársai

Az már az első kérdőív kapcsán is kirajzolódott, hogy a térségek leginkább a szomszédos és a klasszikus, a vendégfogadás terén nagy hagyományokra visszatekintő turisztikai térségeket ismerik a leginkább, és nagy biztonsággal közülük választanak, ha bármilyen összehasonlításra kerül sor.

Nem történt ez másképp a térségi versenytársak meghatározásánál sem: Kimagasló pontszámot elérve **a térség legkomolyabb versenytársának gondolt desztináció a Debrecen és térsége**, amely bár élményalapú desztinációnak számít, azonban a lokációjának, illetve a Gyula és térségéhez hasonlóan egészségturisztikai és kulturális profiljának köszönhetően valódi versenytársa lehet a

Nem történt ez másképp a térségi versenytársak meghatározásánál sem:
GYULA ÉS TÉRSÉGE LEGFONTOSABB VERSENYTÁRSA, 59. SZ. ÁBRA



tízfokú skálán

térségnek. **Komoly jelentőséget képvisel továbbá a lokációja, illetve a szintén egészségturisztikai profilja miatt a Szeged és térsége desztináció**, amelyet vélelmezhetően a kiemelkedő vendégforgalmi mutatói miatt a **Balaton követ.**

A kitöltők érthető módon a térségtől szinte elérhetetlen távolságra lévő **Sopron-Fertő, Győr-Pannonhalma és Pécs-Villány térségeket tartják a legkevésbé versenytársnak.**

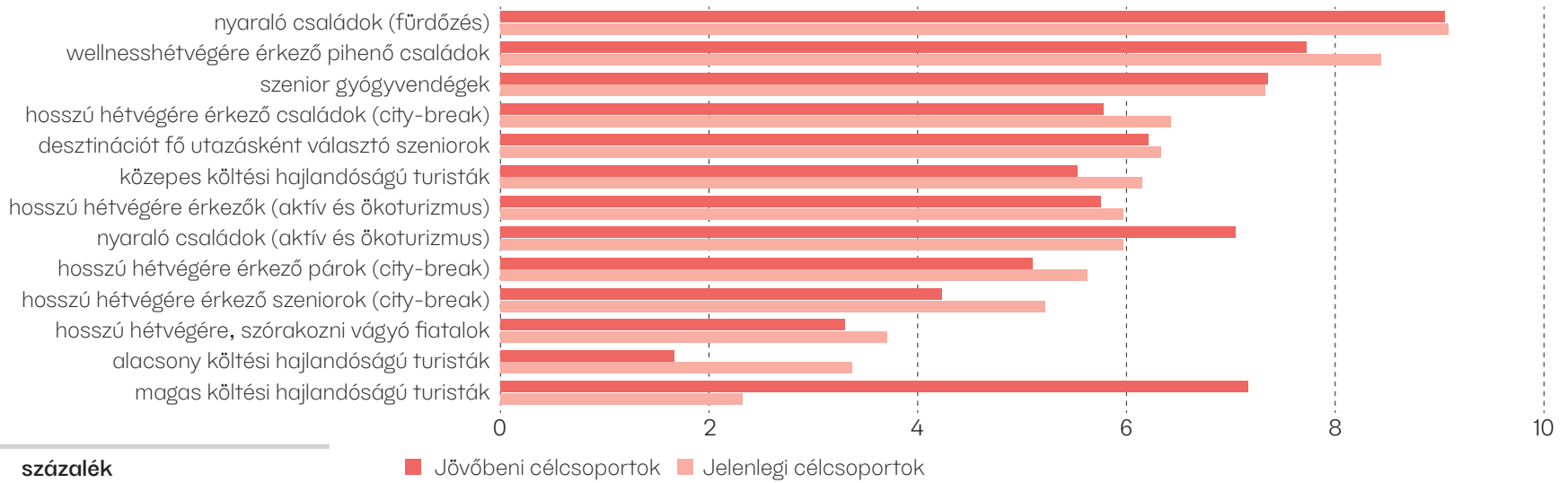
(8) – (9) Gyula és térsége legfontosabb jelenlegi és jövőbeni célcsoportjai

A célcsoportok megfelelő lehatárolása és átgondolt szempontok alapján történő diverzifikálása egy-egy desztináció optimális értékesíthetőségének alapját jelentik.
Az MTÜ által előzetesen meghatározott célcsoportok a hazai turizmusban megjelenő belföldi és külföldi vendégszegmenseket reprezentálják:

- fürdőzni vágyó, a desztinációt fő utazásként választó, nyaraló családok
- aktív, kirándulási céllal érkező, a desztinációt fő utazásként választó, nyaraló családok
- aktív, kirándulási céllal érkező, a desztinációt maximum egy-egy hétvégére választók
- wellnesshétvégére érkező, fő tevékenységként a pihenést választó családok
- gyógyulni vágyó, hosszabb gyógykúrára érkező szeniorok
- kikapcsolódni vágyó, a desztinációt fő utazásként választó szeniorok
- városlátogatási (city break) céllal érkező, hosszú hétvégés párok
- városlátogatási (city break) céllal érkező, hosszú hétvégés családok
- városlátogatási (city break) céllal érkező, hosszú hétvégés szeniorok
- a desztinációt egy-egy hosszú hétvégére választó, szórakozni vágyó fiatalok, baráti társaságok
- magas költési hajlandóságú, prémium minőséget keresők
- közepes költési hajlandóságú, kedvező ár-érték arányt és elfogadható minőséget keresők
- alacsony költési hajlandóságú turisták, számukra a minőség nem döntő szempont

Gyula és térsége térség választásai a legfontosabb jelenlegi és jövőbeni célcsoportokat illetően a következőképpen alakultak:

GYULA ÉS TÉRSÉGE SZÁMÁRA LEGFONTOSABB CÉLCSOPORTOK, 60. SZ. ÁBRA



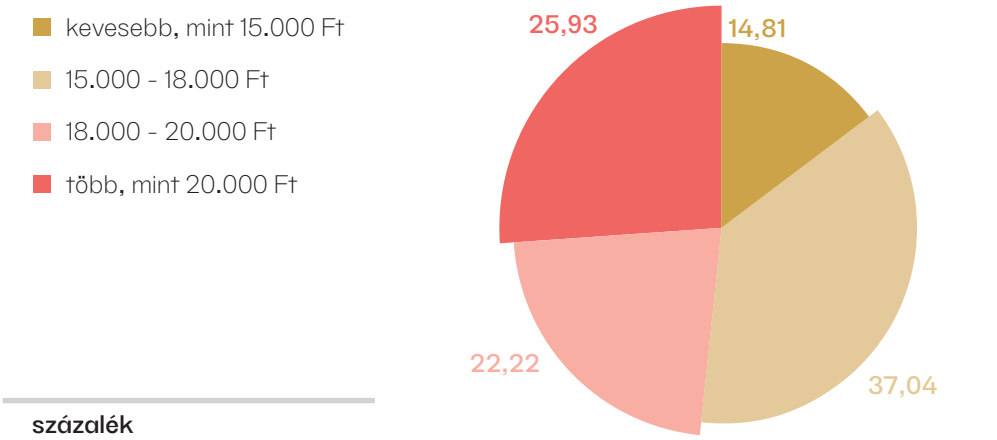
(10) – (11) Egy szobára jutó becsült bruttó átlagár

A válaszadók véleménye szerint a desztináció legfontosabb jelenlegi célcsoportjai a **fürdőzni vágyó, a desztinációt fő utazásként választó, nyaraló családok**, illetve a **wellness-hétvégére érkező, fő tevékenységként a pihenést választó családok** és a **gyógyulni vágyó, hosszabb gyógykúrára érkező szeniorok**.

Az első három szegmenst jóval lemaradva követik **a városlátogatási (city break) céllal érkező**, hosszú hétvégés **párok**, majd a **kikapcsolódni vágyó, a desztinációt fő utazásként választó szeniorok.** A további választások esetén már meglehetősen nagy a szórás, ezért reális célcsoportoknak már nem tekinthetők. **A jövőbeni 3 legfontosabb célcsoport közül mindhárom megegyezik a jelenlegivel** (nyaralni és wellnesshétvégére érkező családok, illetve szenior gyógyvendégek), komoly elmozdulás nem tapasztalható a TOP célcsoportok között. Érdekességképpen megállapítható, hogy bár a jelenlegi célcsoportok rangsorában **a magas költési hajlandóságú turisták a legkevesebb pontszámot kapták**, a jövőbeli célcsoportok esetében megháromszorozták az ismérvük erősségét és így a **4. legfontosabb jövőbeli célcsoporttá léptek elő.** Ennek a prémium minőséget kereső célcsoportnak az igényeit azonban ma még látszólag a térség nem tudja kiszolgálni.

Ahhoz, hogy egy-egy desztináció megfelelően pozicionálja magát a turisztikai piacon, alapvetés, hogy tisztában legyen azzal, hogy a térség milyen árszínvonalon képes értékesíteni szolgáltatásait. Az átlagárak könnyebb meghatározásához a válaszok sávosan kerültek meghatározásra, amelyekhez a kapcsolódó becslések az alábbiak szerint alakultak:

4*-OS MINŐSÉGŰ SZÁLLÁSHELYEK BECSÜLT 1 SZOBÁRA JUTÓ BRUTTÓ ÁTLAGÁRA, 61. SZ. ÁBRA



Gyula és térsége azok közé a térségek közé tartozik, ahol viszonylag kevés a 4*-os, Hotelstars minősítéssel rendelkező szállodák száma, amelyek átlagára jócskán elmarad az országos átlagtól. A kérdésre adott válaszok nem tükröznek egyértelmű döntést, 15 ezer forint alatt, de akár 20 ezer forint fölötti is lehet a válaszadók szerint az átlagár, amely azt jelenti, hogy **a desztinációs szereplők egy része felül-, egy része alulbecsüli a desztináció teljesítményét.**

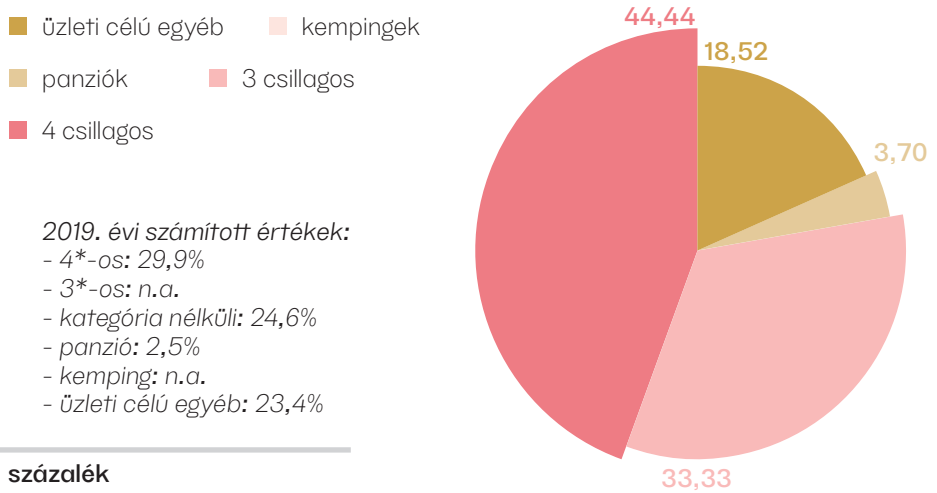
A 3*-os szálláshelyek esetében a kérdésre adott válaszok kismértékű tanácstalanságot mutatnak, gyakorlatilag minden ársávra érkezett válasz, ahol **a legnagyobb arányt a 10.000-12.000 Ft közötti válaszadók képviselik**, de ez pusztán csak 1 szavazattal jelent többet az eggyel magasabb kategóriához képest.

(12) Vendégéjszakák becsült szállástípuson belüli eloszlása

Az átlagárakra adott válaszokat követően logikusan következik a kérdés, hogy ha ilyen mértékű a különbség az egyes szállástípus átlagárai között, vajon melyik határozza meg a térség vendégforgalmát?

A következő diagram erre ad választ:

VENDÉGÉJSZAKÁK BECSÜLT SZÁLLÁSTÍPUSON BELÜLI ELOSZLÁSA, 62. SZ. ÁBRA



2019. évi számított értékek:
- 4-os: 29,9%*
- 3-os: n.a.*
- kategória nélküli: 24,6%
- panzió: 2,5%
- kemping: n.a.
- üzleti célú egyéb: 23,4%

százalék

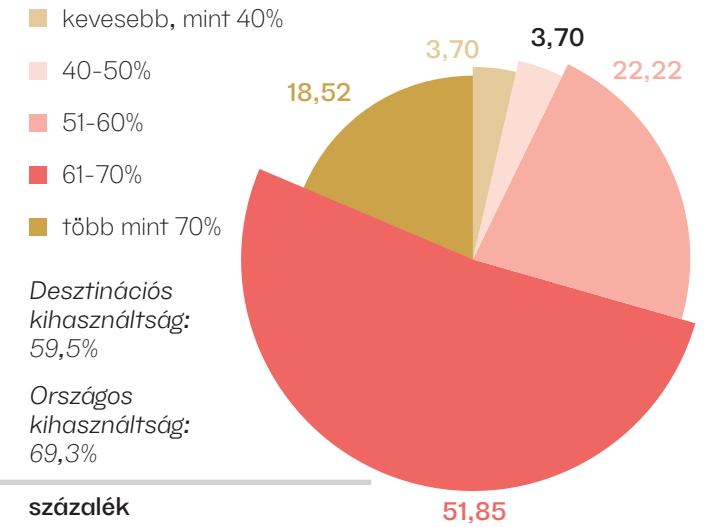
A KSH-adatokon alapuló számítások alapján a **kitöltők csaknem fele helyesen gondolkodott**, 27-ből 12-en választották a 4*-os típust: és **valóban a 4*-os minőség az, amely a kereslet legnagyobb részéért felel (29,9%).** A további szállástípusokra általánosságban csak kevesebb szavazat érkezett, a 3*-osra 9, az üzleti célúra 5 és a panziókra csupán 1.

(13) – (14) Szállodák becsült szobakapacitás-kihasználtsága

Akárcsak az átlagáraknál, a szobakapacitás-kihasználtság esetében is a 3* és 4*-os minőségű egységek határozzák meg általában egy-egy térség teljesítményét.

A desztinációs tippek a mutató vonatkozásában az alábbiak szerint alakultak:

4*-OS MINŐSÉGŰ SZÁLLODÁK BECSÜLT SZOBAKAPACITÁS-KIHASZNÁLTSÁGA, 63. SZ. ÁBRA



Desztinációs kihasználtság: 59,5%

Országos kihasználtság: 69,3%

százalék

A kérdésre adott válaszok jelzik, hogy **a szobakapacitás-kihasználtság mértéke sokkal kevésbé ismert mutatótípus, így a szórás nagy,** a 70% feletti és a 40% alatti teljesítményre is érkezett válasz, ugyanakkor az 50% feletti érték mégis egyértelmű választást mutat. A 2019. évi számított adatok alapján egyébként ez az érték a szoba átlagárhoz képest jóval kedvezőtlenebb teljesítményt mutat, így **Gyula 4*-os szállodáinak 59,5%-os kihasználtsága csupán a típus iránti mérsékelt keresletet igazolja.** A 3*-os minőségű szállodák becsült szobakapacitás-kihasználtságára akárcsak az előzőekben a **KSH**

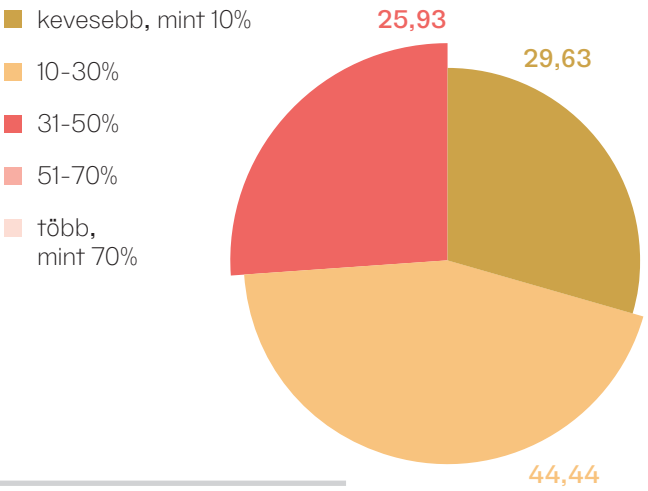
adatvédelmének köszönhetően nem derül fény, a GDPR miatt ezek az adatok nem elérhetők, így nem volt lehetőség a számítások elvégzésére. A desztinációs **becslések csaknem fele** (13 szavazat) **51-60% között valószínűsít,** amely a 3*-os egységek esetében nagy valószínűséggel megállja a helyét.

(15) Hivatásturizmus becsült aránya

Gyula és térsége az a térség, ahol a térségi szakértők és az MTÜ tapasztalatai szerint **az egyik legalacsonyabb a hivatásturizmus aránya,** amelyet a turisztikai teljesítménymutatók szintjén a viszonylag magas tartózkodási idő (2019-ben 3,1 éjszaka) is visszaigazol.

A térségi vélemény a kérdés tekintetében az alábbiak szerint alakul:

ÜZLETI CÉLÚ VENDÉGÉJSZAKÁK BECSÜLT ARÁNYA (HIVATÁSTURIZMUS), 64. SZ. ÁBRA



százalék

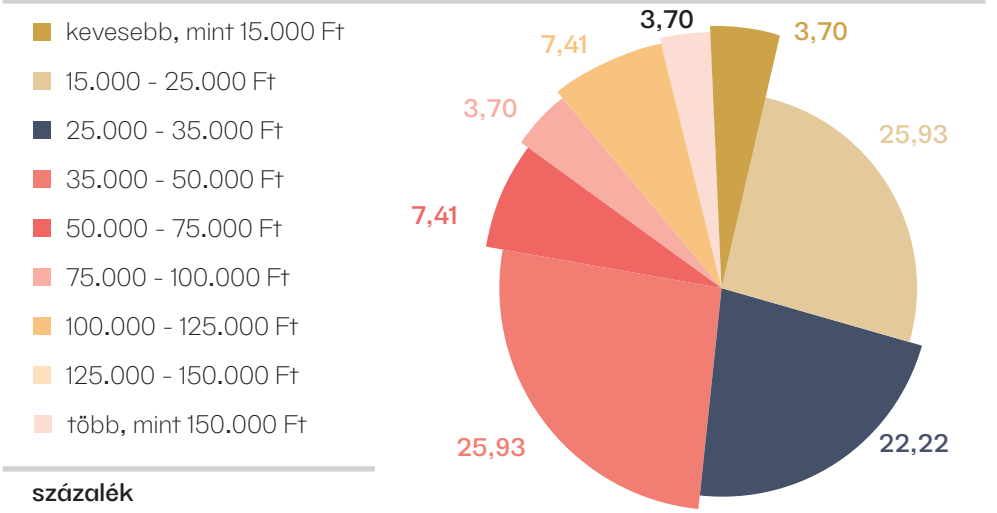
A szakértői becslések **a tapasztalattal azonos szintet mutatnak az üzleti célú vendégéjszakák becsült arányát tekintve,** a válaszadók döntő része 30%-os részarány alatt valószínűsít a teljes keresletből.

(16) 1 napra és 1 főre jutó potenciális költési lehetőség

A desztinációs szereplők véleményét a következőkben megfogalmazott kérdésre adott válaszok adják meg, azaz egy tulajdonképpen egyszerűnek tűnő kérdés arra vonatkozóan, hogy vajon **mennyi lehet az 1 nap alatt maximálisan elkölthető összeg a desztinációban**?

A válaszok az alábbiak szerint alakultak:

1 NAPRA ÉS 1 FŐRE BECSÜLT KÖLTÉS, 65. SZ. ÁBRA



százalék

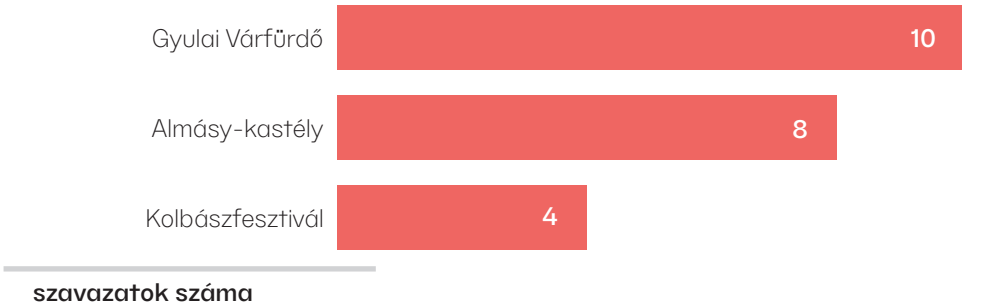
Bár összesen 9 különböző kategória került meghatározásra, **a válaszadók csupán a 15 és az 50 ezer forint közötti 4 költési sávból választottak a becslés során,** ahol legnagyobb arányban (egyébként ez 7-7 szavazatot jelent a 27-ből) a 15-25 ezer és a 35-50 ezer közötti kategóriát választották. A választások alapján az is

egyértelmű, hogy **a térségi szereplők „3*-os minőségű" térségnek tekintik Gyula és térségét alacsony költési lehetőségekkel**, azaz jelenleg nem látnak potenciált a magasabb költési hajlandóságú célcsoportok megszólítására.

(17) – (18) Országos jelentőségű turisztikai attrakciók

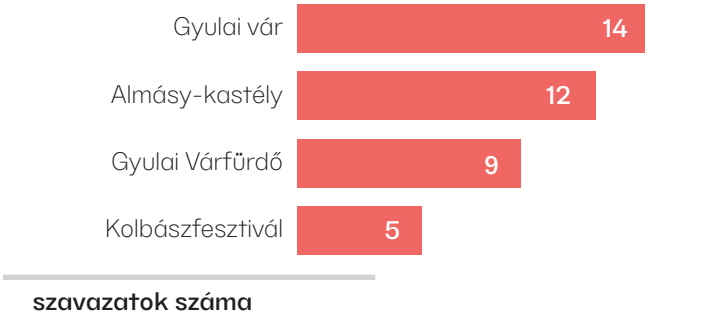
Az attrakciók erősségére fókuszáló témában az első kérdés az országos jelentőségű attrakciókra irányult, amelynek során azt kellett meghatározni, hogy **van-e olyan térségi attrakció, amely az ország top 10 attrakciója közé tartozik**, és ha igen, melyik az.
A válaszadók 78%-a (21 fő) azt gondolja, hogy Gyula és térségének van ilyen attrakciója, azonban annak nevesítése már nem ennyire egyértelmű:

AZ ORSZÁG TOP10 ATTRAKCIÓJA KÖZÖTT SZEREPLŐ DESZTINÁCIÓS ATTRAKCIÓ, 66. SZ. ÁBRA



A szabadszavas válaszokat összesítve 2 fő attrakció azonosítható be: 10 válaszadó azt gondolja, hogy a **Gyulai Várfürdő** az ország TOP10 attrakciójának egyike, de 8 szavazatot kapott az **Almásy-kastély Látogatóközpont** is. Említésre került továbbá a Csabai Kolbászfesztivál is (4 válasz) az egy-egy válaszadó Gyulai Várszínházra és a Gyulai Pálinkafesztiválra szóló voksa mellett. Érdekességképpen megállapítható, hogy Gyula belvárosának ikonikus attrakciója, a **Gyulai vár csupán két szavazatott kapott** az ország top 10 attrakciója közé kerülésért folytatott versenyben.
Ezt követően, nagyobb teret engedve a válaszadásra, a kérdés ugyanaz volt, csak immáron **az ország TOP50 attrakciójára** vonatkozóan:

AZ ORSZÁG TOP 50 ATTRAKCIÓJA KÖZÖTT SZEREPLŐ DESZTINÁCIÓS TERMÉK, 67. SZ. ÁBRA



A 27 válaszadóból ebben az esetben már 24 gondolta úgy, hogy a desztináció rendelkezik ilyen attrakcióval, azonban mivel itt már volt lehetőség arra, hogy több attrakció is felsorolásra kerüljön, több verzió is felmerült. **A válaszok viszonylag határozott döntést mutatnak, a kitöltők Gyula város három legnépszerűbb és legnagyobb vendégforgalmú attrakcióját sorolnák az ország top 50 attrakciója közé.**
A térség top attrakciói közül **14 szavazatot kapott a Gyulai vár**, annak ellenére, hogy az előző kérdés esetében csupán két szavazatot gyűjtött. Az **Almásy-kastély továbbá 12, a Gyulai Várfürdő 9 szavazatot gyűjtött**, de érkezett voks **a Csabai Kolbászfesztiválra** (5 db), **a Munkácsy Mihály Múzeumra, a Százéves Cukrászdára, a Gyulai Pálinkafesztiválra** és **a Gyulai Várszínházra** is (attrakciónként 2-2 szavazat).
A desztinációs kitöltők tehát biztosak abban, hogy **Gyula és térsége térségnek van olyan attrakciója, amelynek az ország top attrakciói között van a helye.** Érdekes azonban, hogy a Csabai Kolbászfesztiválon kívül nincs olyan attrakció, amely ne Gyulához lenne köthető.

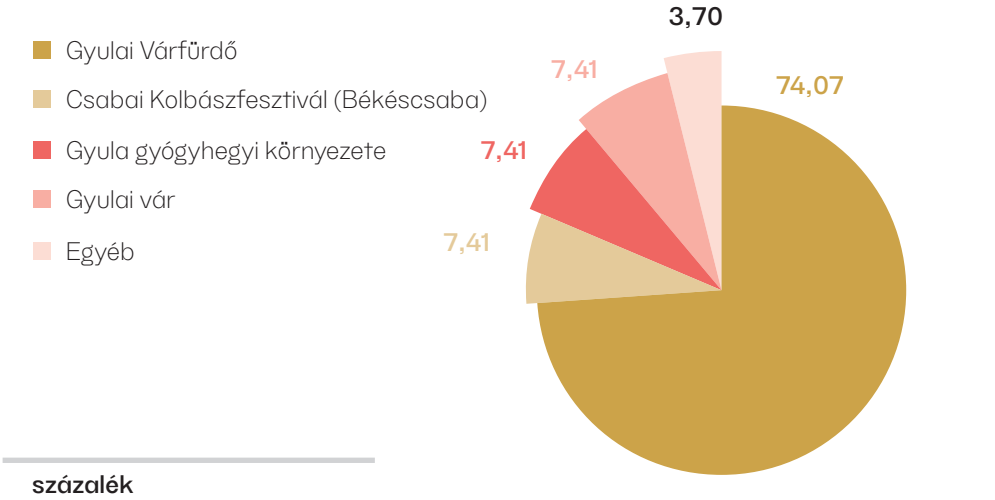
(19) – (24) A térséget márkázó legfontosabb attrakciók

A szabadszavas kérdéseket követően a választási lehetőségek korlátok közé kerültek, a válaszadók 12 attrakció közül kellett, hogy válasszanak az alábbiak szerint:

- Almásy-kastély Látogatóközpont
- Békéscsaba belvárosa
- Csabai Kolbászfesztivál (Békéscsaba)
- Erkel-örökség
- Gyula gyógyhelyi környezete
- Gyulai vár
- Gyulai Várfürdő
- Gyulavári Kastély Látogatóközpont (Gyula)
- Munkácsy Múzeum (Békéscsaba)
- Szabadkígyós – Wenckheim-kastély
- Százéves Cukrászda (Gyula)
- Egyéb (pl. pincészet/borászat; étterem; fesztivál; szabadvízi strand; egy konkrét szálloda, egyedi jellege miatt)

Az első kérdés az utolsó felmérési szakaszban arra irányult, hogy a válaszadók határozzák meg a térség egyetlen és legfontosabb attrakcióját:

A TÉRSÉG EGYETLEN LEGFONTOSABB ATTRAKCIÓJA, 68. SZ. ÁBRA

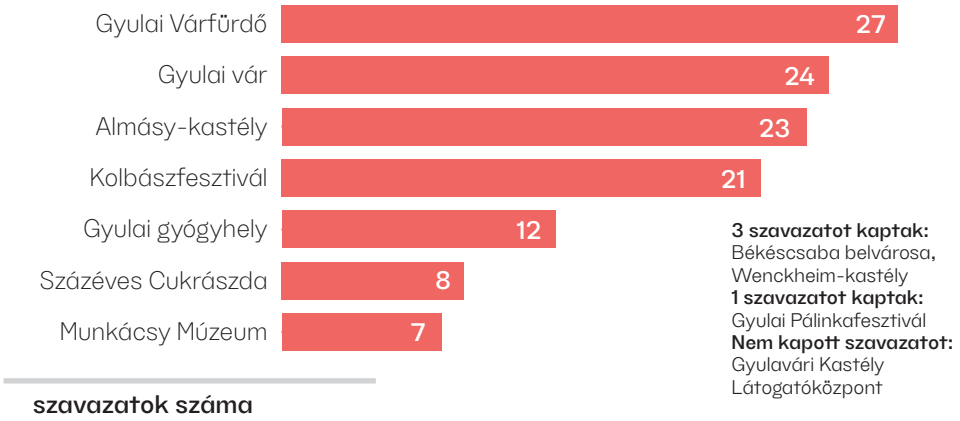


százalék

A felsorolt 12 elemből mindösszesen 5 esetében érkezett választás, amelyben kiemelkedő szerepet kapott a **Gyulai Várfürdő (20 szavazat).** A kitöltők egyértelműen a fürdőt tartják tehát a térség legfontosabb attrakciójának, amelyet attrakciónként 2 vokssal a **Csabai Kolbászfesztivál**, **Gyula gyógyvízi környezete**, valamint a **Gyulai vár követnek.**

A következő kérdésnél már a **TOP5 attrakció kiválasztása volt a cél**, amelynek során rendkívül széleskörű válaszok születtek:

A TÉRSÉG TOP 5 ATTRAKCIÓJA, 69. SZ. ÁBRA



KIVÁLASZTOTT ATTRAKCIÓK FONTOSSÁGI RANGSOROLÁSA, 70. SZ. ÁBRA



A kitöltők 100%-a vélekedett úgy, hogy a **Gyulai Várfürdő** a térség top 5 attrakciója közé tartozik, ami nem meglepő, hisz az előző kérdés esetében is már a válaszadók háromnegyede szavazott az attrakcióra. A fürdőt követően a legtöbb szavazatot a Gyulai vár kapta (szám szerint 24-et), amelyet az **Almásy-kastély** (23 szavazat), majd a **Csabai Kolbászfesztivál** (21 szavazat) követ. **Gyula gyógyhelyi környezetét** követően (12 szavazat) a top attrakciók között szerepel a **Százéves Cukrászda** és a **Munkácsy Mihály Múzeum** is, ami azért érdekes, mert az attrakciók még csak említésre sem kerültek az előző kérdésben. Az első békéscsabai attrakcióként említésre került 3-3 szavazat erejéig Békéscsaba belvárosa és a **Wenckheim-kastély**, melyeket két szavazattal a **Gyulai Pálinkafesztivál** követ. Továbbá 1-1 szavazatot kapott az **Erkel-örökség**, az **Erkel Hotel**, a **Gyula belvárosa**, a **Gyulai Várszínház és a gyulai kolbász** mint hungarikum.

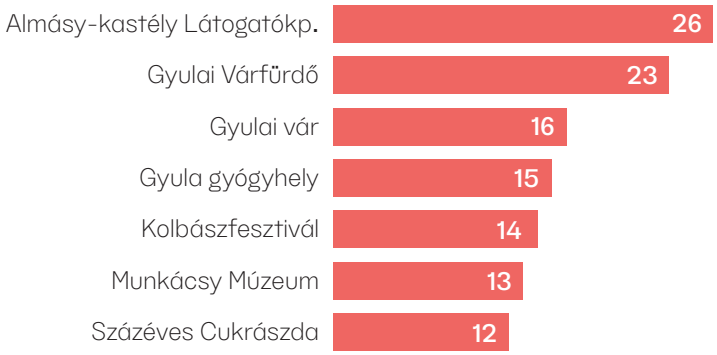
A szereplők közül egyáltalán **nem kapott szavazatot a Gyulavári Kastély Látogatóközpont**.

Az ezt követő feladat a kiválasztott attrakciók rangsorolása volt, amely nem hozott változást az attrakcióelemek sorrendjében:

A legfontosabb attrakció az előzőekhez hasonlóan a **Gyulai Várfürdő** lett, ezt követi a **Gyulai vár**, az **Almásy-kastély Látogatóközpont** és a **Csabai Kolbászfesztivál**. Mivel az előző kérdésben a kitöltők - Gyula gyógyhelyi környezetével kiegészülve - nagy százalékban ezt a négy attrakciót jelölték meg, a további attrakciók fontossági sorrendjének bemutatása nem releváns.

Következő kérdésként a szolgáltatási színvonal meghatározása következett, melynek során a válaszadóknak ugyanabból a listából azt az 5 attrakciót kellett kiválasztaniuk, amely szerintük a legmagasabb minőséget képviseli.

TOP 5 LEGMAGASABB SZOLGÁLTATÁSI MINŐSÉGET NYÚJTÓ ATTRAKCIÓ, 71. SZ. ÁBRA

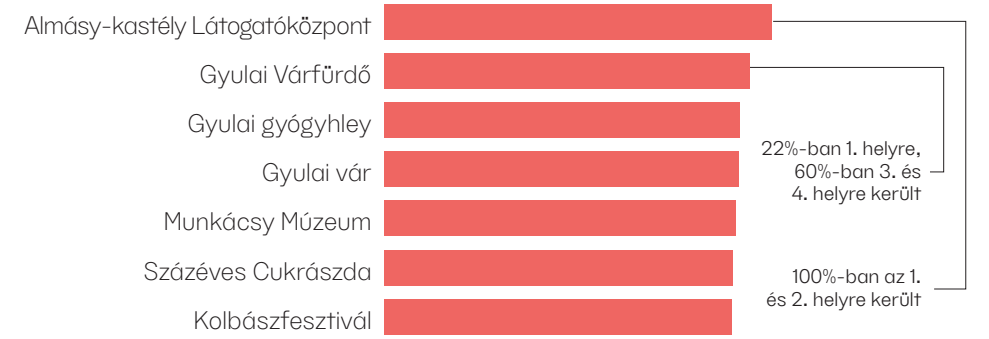


7 szavazatot kaptak: Erkel-örökség
3 szavazatot kaptak: Wenchkeim-kastély
1 szavazatot kaptak: Békéscsaba belvárosa, Gyulavári Kastély Látogatóközpont, Munkácsy Hostel, Gyulai Várszínház, Kisvendéglő a Hargitához

szavazatok száma

A válaszok valamelyest ismét módosítottak a listán:

KIVÁLASZTOTT ATTRAKCIÓK FONTOSSÁGI RANGSOROLÁSA, 72. SZ. ÁBRA

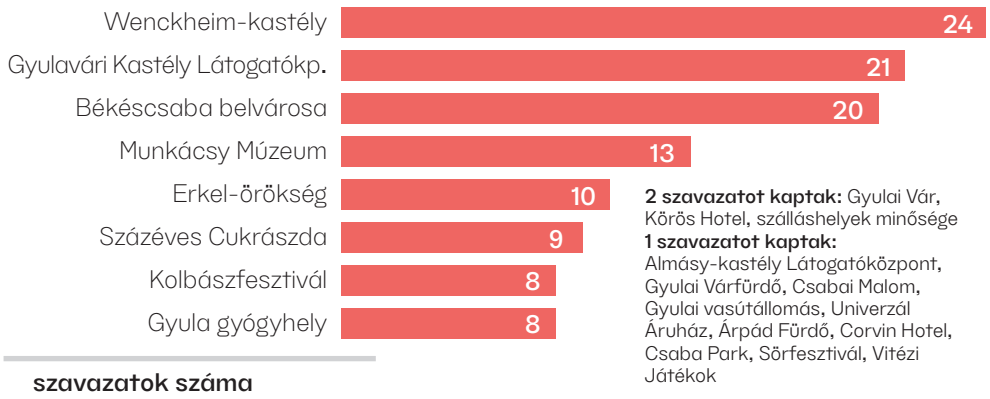


szavazatok aránya

Ha nem is a legfontosabbnak tartják, de **a legmagasabb minőséget a válaszadók egyértelműen az Almásy-kastély Látogatóközpontnak tulajdonítják**, amelyet a korábbiaktól eltérően „csak" a második helyen végzett **Gyulai Várfürdő** (23 szavazat) és a **Gyulai vár** (16 szavazat) követ. Minimálisan leszakadva, közel azonos szavazatokat gyűjtött **Gyula gyógyhelyi környezete**, a **Csabai Kolbászfesztivál**, a **Munkácsy Múzeum** és a **Százéves Cukrászda.**
Utolsó előtti kérdésként és egy „utolsó csavar" erejéig ismételten rangsor készítése volt szükséges, de már nem fontossági, hanem minőségi szempontból.

A minőségi rangsorolásnál még **sokkal egyértelműbb az Almásy-kastély Látogatóközpont vezető szerepe, de a Gyulai Várfürdő is magas minőséget mutat.** A rangsorolásnál **a legjelentősebb átrendeződés a Csabai Kolbászfesztivált érintette**, amely az 5. helyről a 7-re csúszott vissza, azaz szolgáltatási minőségben a **Munkácsy Múzeumot** és a **Százéves Cukrászdát** is magasabb színvonalúnak tartják a válaszadók. Az utolsó feladat végezetül az azonos listából azon elemek kiválasztása jelentette, amelyek a válaszadók véleménye szerint leginkább rombolják a márkaképet.

A LEGINKÁBB MÁRKAKÉPET RONTÓ ATTRAKCIÓK, 73. SZ. ÁBRA



A válaszadók véleménye alapján **a leginkább márkaképet romboló attrakció a Wenckheim-kastély (Szabadkígyós)** (27-ből 24-en szavaztak rá), amely problémát felismerve a kormány európai uniós és hazai forrásból támogatásban részesítette az attrakciót. A kastély a felújítási munkálatok miatt jelenleg nem látogatható. Ezt követi a **Gyulavári Kastély Látogatóközpont**, **Békéscsaba belvárosa**, a 13 szavazatot kapó **Munkácsy Múzeum** és az **Erkel-örökség**.

Ezt követően azonban már csupa olyan attrakció szerepel a listán, amely a „legfontosabb" vagy a „legjobb minőség" címért is versenyben volt: 9 szavazatot kapott az előző listán 6. helyen szereplő **Százéves Cukrászda** és eggyel kevesebbet a legfontosabbnak tartott attrakciók listáján 4. helyet elérő **Csabai Kolbászfesztivál**. Továbbá, annak ellenére, hogy **Gyula gyógyhelyi környezete** a fontossági és minőségi listán is helyet kapott (ugyan az utolsó harmadban), ebben a rangsorban is szerepel.

Tartalomjegyzék

1. Bevezető 5

1.1. Előzmények 7

1.2. Tanulmány célja – kapcsolódás a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 dokumentumhoz 9

1.3. A stratégiát meghatározó felvezető gondolatok 11

1.3.1. Desztinációk lehatárolása 11

1.3.2. A stratégia készítését közvetlenül meghatározó alapgondolatok 16

1.3.3. A turizmusban használt fogalmak és definíciók tartalmi meghatározása 17

1.3.4. Fogyasztói elvárások változása, fogyasztói trendek a turizmusban 22

1.3.5. Szolgáltatási minőség a turizmusban 27

1.3.6. Értékesíthetőség, versenyképességi tényezők 27

1.3.7. Mérési módszertan és azok problémaköre 31

1.4. A desztinációfejlesztési stratégia elkészítésének módszertana 33

1.5. Turisztikai kereslet elemzése NTAK-adatok alapján 37

1.5.1. A vizsgálatba bevont települések és desztinációk részesedése a TELJES vendégforgalomból 42

1.5.2. A vizsgálatba bevont települések és desztinációk részesedése a BELFÖLDI vendégforgalomból 49

1.5.3. A vizsgálatba bevont települések és desztinációk részesedése a KÜLFÖLDI vendégforgalomból 58

1.5.4. Belföldiek a lehatárolt turisztikai térségekben 67

1.5.5. A térségek belföldi küldőpiacai 144

1.6. Külföldiek a turisztikai térségekben (Budapest és vidéki desztinációk) 151

1.6.1. Bevezetés – küldőpiacok és piaci részesedés 151

1.6.2. Külföldiek Magyarországon az NTAK adatai alapján 161

1.6.3. Külföldiek a turisztikai térségekben (Budapest nélkül) 166
1.6.4. Vendégforgalmi adatok elemzése országonként az Eurostat és az NTAK-adatok alapján 173
1.6.5. Egyes jelentősebb küldőpiacok országon belüli közigazgatási területi egység szintű keresletének értékelése – nemzetközi értékesíthetőség vs. határon túlról érkező lokális/térségi kereslet 204

1.7. Belföldi és külföldi vendégek költése a kereskedelmi szálláshelyeken – országos és desztinációs szint 259
1.7.1. Belföldi költés az egy vendégéjszakára jutó bevétel sorrendjében 262
1.7.2. Belföldi költés desztinációnként 1 vendégéjszakára jutó árbevétel sorrendjében 270
1.7.3. Külföldi költés az 1 vendégéjszakára jutó bevétel sorrendjében 280
1.7.4. Külföldi költés desztinációnként 1 vendégéjszakára jutó árbevétel sorrendjében 288
1.7.5. Külföldi vendégek vendégköltése a legjelentősebb küldőpiacokról érkező vendégek esetében – küldőpiacok és fogadó települések 297

1.8. A magyar turisztikai termékkínálat versenyképessége – a hiányos minőségi kínálat belpiaci és külpiaci következményei 326

2. Magyarország turisztikai térségeinek pozicionálása 337

2.1. A desztinációk pozíciója 339

2.2. A térségi stratégiák készítésének folyamata 367
2.2.1. A desztinációk ismertségére irányuló kérdőíves felmérés eredménye 368
2.2.2. A desztinációkban zajlott szakmai workshopok összefoglaló értékelése 376

2.3. Térségek keresletének elemzése 379
2.3.1. A térségek keresleti adatainak és azok változási dinamikájának összehasonlítása KSH-adatok alapján 380
2.3.2. Térségi keresletelemzés az NTAK adatai alapján 386
2.3.3. Szálláshelyinfrastruktúra a térségekben 405
2.3.4. Szálláshelyek jövedelmezősége 412

2.4. Az elmúlt 15 év turisztikai fejlesztéseinek sikeressége – a termékalap változása 419

3. Gyula és térsége turisztikai térség 431

3.1. A Gyula és térsége turisztikai térség pozíciója 433

3.2. Kérdőíves felmérések és azok eredményei 437
3.2.1. 1. Kérdőíves felmérés eredményei 438
3.2.2. 2. Kérdőíves felmérés eredményei 439

3.3. Általános turisztikai jellemzők 441
3.3.1. Megközelíthetőség, közlekedés 442
3.3.2. Gyula és térsége turisztikai kereslete 443
3.3.3. Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ térségi adatainak elemzése 446
3.3.4. Gyula és térsége turisztikai térségben működő szálláshelyek jövedelmezőségének értékelése 469
3.3.5. Célcsoportelemzés 469
3.3.6. Kínálatelemzés 473

3.4. Térséget érintő és meghatározó turisztikai fejlesztések 477
3.4.1. Korábbi években megvalósított fejlesztések 477
3.4.2. Jelenleg zajló fejlesztések 481

3.5. A turisztikai térség online kommunikációjának értékelő elemzése 483
3.5.1. Marketingkommunikáció minősége 485
3.5.2. Célcsoportoknak megfelelő tartalommenedzsment 486
3.5.3. Küldőterületeknek megfelelő többnyelvűség 486
3.5.4. Termék-összekapcsolás és keresztpromóciós tevékenység 488
3.5.5. Közösségimédia-felületek 488
3.5.6. Szabadszavas keresés 490
3.5.7. Megjelenés a Tripadvisoron 490
3.5.8. Összefoglaló értékelés 491

3.6. SWOT-analízis 493

3.7. Versenytárselemzés 497

3.8. Problémafeltárás 505

3.9. Jövőbeni célok, stratégiai irányok 509

1. sz. melléklet 516

2.számú kérdőív eredményének részletes kiértékelése 516

(1) Gyula és térsége erősségei 517
(2) Gyula és térsége gyengeségei 518
(3) Versenyképesség szempontjából legfontosabb beavatkozások 520
(4) A desztináció teljesítménynövekedésének korlátja 521
(5)–(6) Szükségesnek tartott infrastrukturális és szolgáltatásfejlesztés-jellegű beavatkozások 522
(7) Gyula és térsége legfontosabb versenytársai 524
(8) – (9) Gyula és térsége legfontosabb jelenlegi és jövőbeni célcsoportjai 525
(10) – (11) Egy szobára jutó becsült bruttó átlagár 526
(12) Vendégéjszakák becsült szállástípuson belüli eloszlása 527
(13) – (14) Szállodák becsült szobakapacitás-kihasználtsága 527
(15) Hivatásturizmus becsült aránya 528
(16) 1 napra és 1 főre jutó potenciális költési lehetőség 528
(17) – (18) Országos jelentőségű turisztikai attrakciók 529
(19) – (24) A térséget márkázó legfontosabb attrakciók 530

Tartalomjegyzék 534

Táblázat és ábrajegyzék 538

Táblázatok jegyzéke 538

Ábrák jegyzéke 546

Táblázat és ábrajegyzék

Táblázatok jegyzéke

1. sz. táblázat: Magyarország korosztály szerinti megoszlása ma és prognózisa a következő 40 évben 26
2. sz. táblázat: Főbb küldőpiacok fizetőeszköze és a forint átváltási aránya 29
3. sz. táblázat: Elemzésbe bevont települések listája desztinációnként 38
4. sz. táblázat: Egyes desztinációk és települések vendégéjszakaszáma és részesedése a teljes vendégforgalomból 42
5. sz. táblázat: Egyes desztinációk és települések vendégéjszakaszáma és részesedése a belföldi vendégforgalomból 50
6. sz. táblázat: Egyes desztinációk és települések vendégéjszakaszáma és részesedése a külföldi vendégforgalomból 59
7. sz. táblázat: Az országos átlagnál alacsonyabb tartózkodási idővel rendelkező települések 67
8. sz. táblázat: Az országos átlagnál magasabb tartózkodási idővel rendelkező települések 68
9. sz. táblázat: Az egyes küldőterületek által generált átlagos tartózkodási idő 69
10. sz. táblázat: Egy megye 1 lakosára jutó országos belföldi vendégszám 70
11. sz. táblázat: Egy megye 1 lakosára jutó országos belföldi vendégéjszakaszám 71
12. sz. táblázat: Adott korosztályok aránya a teljes vendégforgalmon belül 73
13. sz. táblázat: Az egyes desztinációk legmagasabb és legalacsonyabb belföldi küldőterületi részesedése 74
14. sz. táblázat: A legtöbb vendégéjszakát generáló desztinációk megyei bontásban (az adott megyéből az első hat legnépszerűbb desztináció) 76
15. sz. táblázat: Az egyes desztinációk „átlagos” (számtani átlag) helyezése 78
16. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Baranya megye 99
17. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Békés megye 101
18. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Bács-Kiskun megye 103
19. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Borsod-Abaúj-Zemplén megye 104
20. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Budapest 106
21. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Csongrád-Csanád megye 108
22. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Fejér megye 109
23. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Győr-Moson-Sopron megye 111

24. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Heves megye. 113
25. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Hajdú-Bihar megye 114
26. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Jász-Nagykun-Szolnok megye 116
27. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Komárom-Esztergom megye 118
28. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Nógrád megye. 119
29. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Pest megye 123
30. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Somogy megye 123
31. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Szabolcs-Szatmár-Bereg megye. 124
32. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Tolna megye 126
33. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Vas megye. 128
34. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Veszprém megye 129
35. sz. táblázat: Megyei lakosok által választott legnépszerűbb települések sorrendje – Zala megye 131
36. sz. táblázat: Egyes megyék lakosai által úticélként választott TOP25 települése és azok vendégforgalmi adatok alapján felállított sorrendje 134
37. sz. táblázat: Az egyes fogadóterületek egyes helyezésekben mutatkozó előfordulásának gyakorisága. 138
38. sz. táblázat: Szomszédos megyék vendégforgalmának aránya 144
39. sz. táblázat: Budapest és Pest megye által generált vendégforgalmi részesedés az egyes desztinációkban 145
40. sz. táblázat: Egyes megyék részesedése az adott desztináció vendégforgalmában. 147
41. sz. táblázat: A vizsgált országok által generált vendégforgalom (2017). 153
42. sz. táblázat: A vizsgált országok által generált külföldi vendégforgalom (2017) 155
43. sz. táblázat: A vizsgált országok által generált belföldi vendégforgalom (2017). 157
44. sz. táblázat: Egyes európai országok külföldön, ezen belül Magyarországon eltöltött vendégéjszakáinak száma (2017/2018) 159
45. sz. táblázat: Az egyes európai országok által generált külföldi vendégéjszaka és Magyarország piaci részesedése, valamint annak változása (2018/2012). 161
46. sz. táblázat: A vizsgált országok által generált vendégforgalom és azok aránya Budapesten és Budapesten kívül 163
47. sz. táblázat: Az egyes vizsgált országok átlagos tartózkodási ideje és annak átlaghoz való viszonyulása 164
48. sz. táblázat: Az egyes vizsgált országok átlagos tartózkodási ideje és annak átlaghoz való viszonyulása (Budapest nélkül) 167
49. sz. táblázat: A desztinációk részesedése a vizsgált küldőpiacokon (vendégéjszakaszám alapján) 170
50. sz. táblázat: Németország vendégforgalmi adatainak részletes bemutatása 174
51. sz. táblázat: Német vendégforgalom megoszlása az egyes desztinációk között 175
52. sz. táblázat: Átlagos tartózkodási idő az egyes desztinációkban - Németország 176
53. sz. táblázat: Csehország vendégforgalmi adatainak részletes bemutatása 178
54. sz. táblázat: Cseh vendégforgalom megoszlása az egyes desztinációk között. 179

55. sz. táblázat: Átlagos tartózkodási idő az egyes desztinációkban - Csehország 180
56. sz. táblázat: Ausztria vendégforgalmi adatainak részletes bemutatása 182
57. sz. táblázat: Osztrák vendégforgalom megoszlása az egyes desztinációk között 183
58. sz. táblázat: Átlagos tartózkodási idő az egyes desztinációkban - Ausztria 184
59. sz. táblázat: Románia vendégforgalmi adatainak részletes bemutatása 186
60. sz. táblázat: Román vendégforgalom megoszlása az egyes desztinációk között 187
61. sz. táblázat: Átlagos tartózkodási idő az egyes desztinációkban - Románia 188
62. sz. táblázat: Szlovákia vendégforgalmi adatainak részletes bemutatása.....190
63. sz. táblázat: Szlovák vendégforgalom megoszlása az egyes desztinációk között 191
64. sz. táblázat: Átlagos tartózkodási idő az egyes desztinációkban - Szlovákia 192
65. sz. táblázat: Lengyelország vendégforgalmi adatainak részletes bemutatása 194
66. sz. táblázat: Lengyel vendégforgalom megoszlása az egyes desztinációk között 195
67. sz. táblázat: Átlagos tartózkodási idő az egyes desztinációkban - Lengyelország 196
68. sz. táblázat: Ukrajna vendégforgalmi adatainak részletes bemutatása.....197
69. sz. táblázat: Ukrán vendégforgalom megoszlása az egyes desztinációk között.....198
70. sz. táblázat: Átlagos tartózkodási idő az egyes desztinációkban - Ukrajna.....199
71. sz. táblázat: Oroszország vendégforgalmi adatainak részletes bemutatása.....200
72. sz. táblázat: Orosz vendégforgalom megoszlása az egyes desztinációk között.....202
73. sz. táblázat: Átlagos tartózkodási idő az egyes desztinációkban - Oroszország.....203
74. sz. táblázat: Osztrák külpiaci kereslet tartományi megoszlása egyes desztinációkban.....206
75. sz. táblázat: Cseh külpiaci kereslet régiós megoszlása egyes desztinációkban.....208
76. sz. táblázat: Német külpiaci kereslet tartományi megoszlása egyes desztinációkban.....211
77. sz. táblázat: Lengyel külpiaci kereslet vajdasági megoszlása egyes desztinációkban 213
78. sz. táblázat: Szlovák külpiaci kereslet kerületi megoszlása egyes desztinációkban 215
79. sz. táblázat: Román külpiaci kereslet megyei megoszlása egyes desztinációkban 217
80. sz. táblázat: Szerb külpiaci kereslet térségi megoszlása egyes desztinációkban 219
81. sz. táblázat: Horvát külpiaci kereslet térségi megoszlása egyes desztinációkban 220
82. sz. táblázat: Szlovén külpiaci kereslet térségi megoszlása egyes desztinációkban.....221
83. sz. táblázat: A vizsgált küldőpiacok által realizált vendégéjszakák száma és azok megoszlása Budapest és a vidéki területek között 222
84. sz. táblázat: A vizsgált küldőpiacok települési koncentrációja 225
85. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Németország.....227
86. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Csehország 228
87. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Ausztria 230

88. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Románia 231
89. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Szlovákia 232
90. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Oroszország 233
91. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Lengyelország 234
92. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Ukrajna 236
93. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Kína 237
94. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Olaszország 238
95. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése – Nagy-Britannia 239
96. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Izrael 240
97. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Hollandia 241
98. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - USA 242
99. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Svájc 243
100. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Franciaország 244
101. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése - Szerbia 245
102. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése – Dél-Korea 246
103. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése – Belgium 247
104. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése – Spanyolország 248
105. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése – Svédország 249
106. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése – Szlovénia 250
107. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése – Japán 251
108. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése – Finnország 252
109. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése – Horvátország 253
110. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése –Norvégia 254
111. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése –Dánia 255
112. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése –Kanada 255
113. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése –India 256
114. sz. táblázat: A vizsgált települések küldőpiaci részesedése –Portugália 257
115. sz. táblázat: Vizsgált települések 1 vendégéjszakára jutó bevétele (belföldi költés alapján) 263
116. sz. táblázat: Balaton turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld) 271
117. sz. táblázat: Budapest környéke turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld) 272
118. sz. táblázat: Bük-Sárvár turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld) 273
119. sz. táblázat: Debrecen és térsége turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld) 274
120. sz. táblázat: Győr-Pannonhalma turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld) 274

121. sz. táblázat: Gyula és térsége turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld) 275
122. sz. táblázat: Mátra-Bükk turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld) 275
123. sz. táblázat: Pécs-Villány turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld) 276
124. sz. táblázat: Sopron-Fertő turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld)..... 277
125. sz. táblázat: Szeged és térsége turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld) 277
126. sz. táblázat: Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (belföld)... 278
127. sz. táblázat: Desztinációk átlagos 1 vendégéjszakára jutó bevétele (Ft) (belföld)..... 279
128. sz. táblázat: Vizsgált települések 1 vendégéjszakára jutó bevétele (külföldi költés alapján)..... 280
129. sz. táblázat: Balaton turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld) 289
130. sz. táblázat: Budapest környéke turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld) 290
131. sz. táblázat: Bük-Sárvár turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld) 291
132. sz. táblázat: Debrecen és térsége turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld)....291
133. sz. táblázat: Győr-Pannonhalma turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld).... 292
134. sz. táblázat: Gyula és térsége turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld) 292
135. sz. táblázat: Mátra-Bükk turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld)..... 293
136. sz. táblázat: Pécs-Villány turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld) 293
137. sz. táblázat: Sopron-Fertő turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld)..... 294
138. sz. táblázat: Szeged és térsége turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld) 294
139. sz. táblázat: Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség 1 vendégéjszakára jutó bevétele a vizsgált települések vonatkozásában (külföld)... 295
140. sz. táblázat: Desztinációk átlagos 1 vendégéjszakára jutó bevétele (Ft) (külföld)..... 297
141. sz. táblázat: Desztinációk átlagos 1 vendégéjszakára jutó árbevételének összehasonlítása (külföld/belföld)..... 297
142. sz. táblázat: TOP10 legmagasabb vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 298
143. sz. táblázat: Legalább 0,5%-os vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 299
144. sz. táblázat: TOP10 legmagasabb vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 301
145. sz. táblázat: Legalább 0,5%-os vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 302
146. sz. táblázat: TOP10 legmagasabb vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 304
147. sz. táblázat: Legalább 0,5%-os vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 304
148. sz. táblázat: TOP10 legmagasabb vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 306
149. sz. táblázat: Legalább 0,5%-os vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 307
150. sz. táblázat: TOP10 legmagasabb vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 309
151. sz. táblázat: Legalább 0,5%-os vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 310
152. sz. táblázat: TOP10 legmagasabb vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 313
153. sz. táblázat: Legalább 0,5%-os vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 313

154. sz. táblázat: TOP10 legmagasabb vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 315
155. sz. táblázat: Legalább 0,5%-os vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 316
156. sz. táblázat: TOP10 legmagasabb vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 318
157. sz. táblázat: Legalább 0,5%-os vendégforgalmi részesedéssel bíró településen realizált 1 vendégéjszakára jutó bevétel (Ft) 319
158. sz. táblázat: TOP25 legnagyobb belföldi vendégforgalmat generáló település 100 000 Ft költésre jutó vendégéjszaka száma megyei küldőterületenként 322
159. sz. táblázat: TOP25 legnagyobb külföldi vendégforgalmat generáló település 100 000 Ft költésre jutó vendégéjszaka száma külpiaconként 324
160. sz. táblázat: Nemzetközi értékesítési potenciállal rendelkező turisztikai térségeket érintő turisztikai vonzerők, attrakciók, települések, térségek 329
161. sz. táblázat: Nemzetközi értékesítési potenciállal rendelkező turisztikai térségeket nem érintő turisztikai vonzerők, attrakciók, települések, térségek 331
162. sz. táblázat: A kérdőívben szereplő kérdésekre adott válaszok súlyozott pontszámai 373
163. sz. táblázat: Szakmai workshopok 375
164. sz. táblázat: A hazai turisztikai térségek vendégforgalmi adatai KSH-adatbázis alapján (2019) 381
165. sz. táblázat: A hazai keresleti adatok változása az elmúlt 6 évben KSH-adatok alapján (2019/2014) 382
166. sz. táblázat: A desztinációk keresletének szezonális eloszlása (2019) 384
167. sz. táblázat: A szomszédos megyék, Budapest és Pest megye vendégforgalmának aránya egyes desztinációkban 387
168. sz. táblázat: A jelentősebb külföldi vendégforgalommal rendelkező települések külpiaci részesedése 403
169. sz. táblázat: Szálláshelyek kapacitása (2019) 406
170. sz. táblázat: Az egyes desztinációk részletes KSH által közéttett szobakapacitás-kihasználtsági adatai 409
171. sz. táblázat: A Kisfaludy program keretében panzió felújítás témakörben támogatott projektek térségenként 410
172. sz. táblázat: A Kisfaludy program keretében üzleti célú egyéb szálláshely (magánszálláshely) felújítás témakörben támogatott projektek térségenként (2019) 411
173. sz. táblázat: TOP20 szálloda az 1 szobára jutó árbevétel tekintetében Budapesttel együtt 414
174. sz. táblázat: TOP20 vidéki szálloda 1 szobára jutó árbevétel alapján 415
175. sz. táblázat: EU által támogatott turisztikai célú projektek desztinációnként 2004-2013 között 420
176. sz. táblázat: Összefoglaló táblázat 421
177. sz. táblázat: Utazási döntést generáló sikeres fejlesztések turisztikai térségenként (2004-2013) 423
178. sz. táblázat: Utazási döntést befolyásoló vagy meghatározó sikeres fejlesztések turisztikai térségenként 425
179. sz. táblázat: 1.sz kérdőív kiértékelése során a térségre vonatkozó eredmények 438
180. sz. táblázat: Gyula és térsége részesedése a teljes országos vendégforgalmon belül 446
181. sz. táblázat: Gyula és térsége küldőpiaci részesedése és országos helyezése 448

182. sz. táblázat: A térségben található jelentősebb vendégforgalommal bíró települések külpiaci részesedése 450
183. sz. táblázat: Belföldi és külföldi küldőpiacok korosztály szerinti megoszlása 451
184. sz. táblázat: Külföldi 0-18 éves korcsoport részesedése Magyarországon és a desztinációkban 451
185. sz. táblázat: 0-18 éves külföldi korcsoport részesedése az egyes településeken 452
186. sz. táblázat: Külföldi 55-64 éves korcsoport részesedése Magyarországon és a desztinációkban 453
187. sz. táblázat: Külföldi 65+ éves korcsoport részesedése Magyarországon és a desztinációkban 454
188. sz. táblázat: 55-64 éves külföldi korcsoport részesedése az egyes településeken 455
189. sz. táblázat: 65+ éves külföldi korcsoport részesedése az egyes településeken 456
190. sz. táblázat: A térségben realizált külföldi kereslet megoszlása az egyes korcsoportok között 457
191. sz. táblázat: Átlagos tartózkodási idő az adott piacról érkező vendégek körében a legjelentősebb külföldi vendégforgalmat generáló települések körében 458
192. sz. táblázat: A desztináció belföldi küldőpiacainak részesedése és az adott megyében elért helyezése 459
193. sz. táblázat: Gyula és térsége korcsoportokra bontott részesedése a teljes országos belföldi vendégforgalmon belül 460
194. sz. táblázat: Belföldi 0-18 éves korcsoport részesedése Magyarországon és a desztinációkban 461
195. sz. táblázat: 0-18 éves belföldi korcsoport részesedése az egyes településeken 462
196. sz. táblázat: Belföldi 55-64 éves korcsoport részesedése Magyarországon és a desztinációkban 463
197. sz. táblázat: Belföldi 65+ éves korcsoport részesedése Magyarországon és a desztinációkban 463
198. sz. táblázat: 55-64 éves belföldi korcsoport részesedése az egyes településeken 464
199. sz. táblázat: 65+ éves belföldi korcsoport részesedése az egyes településeken 465
200. sz. táblázat: A teljes desztináció és a vizsgált települések összességének belföldi megyei küldőpiacainak részesedése (%) és az adott küldőterületről érkező vendégek átlagos tartózkodási ideje (éj) 466
201. sz. táblázat: A térségben azonosított kiemelkedő jelentőséggel bíró attrakciók 475
202. sz. táblázat: EU által támogatott projektek kategorizálása megvalósulás szempontjából 478
203. sz. táblázat: A megvalósult fejlesztések turizmusban betöltött szerepének meghatározása 480
204. sz. táblázat: A térségben zajló fejlesztések részletezése 481
205. sz. táblázat: A turisztikai térség online kommunikációja során vizsgált honlapok 484
206. sz. táblázat: A turisztikai térség online kommunikációja során vizsgált honlapok küldőterületeknek megfelelő többnyelvűsége 484
207. sz. táblázat: A turisztikai térség online kommunikációja során vizsgált közösségi médiafelületek 489
208. sz. táblázat: Az egyes versenyképességi és sikertényezők vizsgálati szempontjai 502

Ábrák jegyzéke

1. sz. ábra: Desztinációs térkép 14
2. sz. ábra: Az anyag könnyebb átláthatósága érdekében az egyes feldolgozott települések adatait következetesen – desztinációs megközelítéssel – azonos színekkel jelöljük a következőképpen 41
3. sz. ábra: Békés megye mint küldőterület 79
4. sz. ábra: Baranya megye mint küldőterület 80
5. sz. ábra: Bács-Kiskun megye mint küldőterület 81
6. sz. ábra: Budapest mint küldőterület 82
7. sz. ábra Borsod-Abaúj-Zemplén megye mint küldőterület 83
8. sz. ábra: Csongrád-Csanád megye mint küldőterület 84
9. sz. ábra: Fejér megye mint küldőterület 85
10. sz. ábra: Győr-Moson-Sopron megye mint küldőterület 86
11. sz. ábra: Heves megye mint küldőterület 87
12. sz. ábra: Hajdú-Bihar megye mint küldőterület 88
13. sz. ábra: Jász-Nagykun-Szolnok megye mint küldőterület 89
14. sz. ábra: Komárom-Esztergom megye mint küldőterület 90
15. sz. ábra: Nógrád megye mint küldőterület 91
16. sz. ábra: Pest megye mint küldőterület 92
17. sz. ábra: Somogy megye mint küldőterület 93
18. sz. ábra: Szabolcs-Szatmár-Bereg megye mint küldőterület 94
19. sz. ábra: Tolna megye mint küldőterület 95
20. sz. ábra: Vas megye mint küldőterület 96
21. sz. ábra: Veszprém megye mint küldőterület 97
22. sz. ábra: Zala megye mint küldőterület 98
23. sz. ábra: Színmagyarázat a 47. számú táblázathoz 159
24. sz. ábra: Színmagyarázat a 48. számú táblázathoz 166
25. sz. ábra: Színmagyarázat a 49. számú táblázathoz 169
26. sz. ábra: Ausztria magyarországi vendégforgalma (2019) 205
27. sz. ábra: Csehország magyarországi vendégforgalma (2019) 209
28. sz. ábra: Németország magyarországi vendégforgalma (2019) 211
29. sz. ábra: Lengyelország magyarországi vendégforgalma (2019) 214

30. sz. ábra: Szlovákia magyarországi vendégforgalma (2019) 215
31. sz. ábra: Románia magyarországi vendégforgalma (2019) 218
32. sz. ábra: Szerbia magyarországi vendégforgalma (2019) 220
33. sz. ábra: Horvátország magyarországi vendégforgalma (2019) 211
34. sz. ábra: Nemzetközi értékesítési potenciállal rendelkező turisztikai térségek, települések 328
35. sz. ábra: Színmagyarázat a 167. számú táblázathoz 373
36. sz. ábra: A Balaton térség küldőpiacai a térségbe érkező vendégek száma alapján – belföld - országos 388
37. sz. ábra: A Mátra-Bükk térség küldőpiacai a térségbe érkező vendégek száma alapján – belföld - országos 389
38. sz. ábra: A Debrecen és térsége küldőpiacai a térségbe érkező vendégek száma alapján – belföld - országos 390
39. sz. ábra: A Budapest környéke küldőpiacai a térségbe érkező vendégek száma alapján – belföld - országos 391
40. sz. ábra: A Bük-Sárvár térség küldőpiacai a térségbe érkező vendégek száma alapján – belföld - országos 392
41. sz. ábra: A Győr-Pannonhalma térség küldőpiacai a térségbe érkező vendégek száma alapján – belföld - országos 393
42. sz. ábra: Szeged és térsége küldőpiacai a térségbe érkező vendégek száma alapján – belföld - országos 394
43. sz. ábra: A Pécs-Villány térség küldőpiacai a térségbe érkező vendégek száma alapján – belföld - országos 395
44. sz. ábra: A Sopron-Fertő térség küldőpiacai a térségbe érkező vendégek száma alapján – belföld - országos 396
45. sz. ábra: A Tokaj és Nyíregyháza térség küldőpiacai a térségbe érkező vendégek száma alapján – belföld - országos 397
46. sz. ábra: Színmagyarázat a 170. számú táblázathoz 401
47. sz. ábra: Üzleti célú egyéb és kereskedelmi szállásférőhelyek aránya 407
48. sz. ábra: Kereskedelmi szállásférőhelyek kategóriánkénti megoszlása az egyes desztinációkban 408
49. sz. ábra: Egy szobára jutó árbevétel átlagosan 413
50. sz. ábra: Egy szobára jutó árbevétel átlagosan 414
51. sz. ábra: Vendégéjszakák megoszlása Gyula és térségében (2014-2019), ... 443
52. sz. ábra: Éves vendégforgalom szezonális megoszlása a desztinációban és településein (2019) 445
53. sz. ábra: A táblázat jelölései a következők 449
54. sz. ábra: Gyula és térsége erősségei 518
55. sz. ábra: Gyula és térsége gyengeségei 519
56. sz. ábra: Versenyképesség szempontjából szükséges beavatkozások 521
57. sz. ábra: A desztinációs turisztikai teljesítménynövekedés korlátai 522
58. sz. ábra: Gyula és térsége számára szükséges infrastrukturális és szolgáltatásfejlesztés-jellegű beavatkozások 523
59. sz. ábra: Gyula és térsége legfontosabb versenytársa 524
60. sz. ábra: Gyula és térsége számára legfontosabb célcsoportok 525
61. sz. ábra: 4*-os minőségű szálláshelyek becsült 1 szobára jutó bruttó átlagára 526
62. sz. ábra: Vendégéjszakák becsült szállástípuson belüli eloszlása 527

63. sz. ábra: 4*-os minoségű szállodák becsült szobakapacitás-kihasználtsága 527
64. sz. ábra: Üzleti célú vendégéjszakák becsült aránya (hivatásturizmus) 528
65. sz. ábra: 1 napra és 1 főre becsült költés 528
66. sz. ábra: Az ország Top10 attrakciója között szereplő desztinációs attrakció 529
67. sz. ábra: Az ország Top50 attrakciója között szereplő desztinációs termék 529
68. sz. ábra: A térség egyetlen legfontosabb attrakciója 530
69. sz. ábra: A térség Top5 attrakciója 531
70. sz. ábra: Kiválasztott attrakciók fontossági rangsorolása 531
71. sz. ábra: Top 5 legmagasabb szolgáltatási minőséget nyújtó attrakció 532
72. sz. ábra: Kiválasztott attrakciók fontossági rangsorolása 532
73. sz. ábra: A leginkább márkaképet rontó attrakciók 533

https://mtu.gov.hu/



MAGYAR
TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG