

SZEKUNDER PIACKUTATÁS
ROMÁN, LENGYEL, OLASZ KÜLDŐPIACOK

a GINOP -1.3.2-15-2016-00011 „Termál - Egészségipari Klaszter minőségi szolgáltatás nyújtásának támogatása” pályázat keretében



2019. november 30.

VIVID Incoming Idegenforgalmi Szolgáltató Kft.

Tartalomjegyzék:

1. Bevezetés
2. Turisztikai kereslet elemzése
 - 2.1. Vendégforgalom alakulása Magyarországon
 - 2.2. Vendégforgalom alakulása az Észak-alföldi régióban
 - 2.3. Gyógyszállók vendégforgalma az Észak-alföldi régióban
 - 2.4. Küldőpiacok vendégforgalma az Észak-alföldi régióban
 - 2.5. Az Észak-alföldi régió kereskedelmi szálláshelyeinek vendégforgalma megyék szerint
3. Országspecifikus elemzések területi vonatkozásokban
 - 3.1. Román beutazó forgalom az Észak-alföldi régióban
 - 3.2. Lengyel beutazó forgalom az Észak-alföldi régióban
 - 3.3. Olasz beutazó forgalom az Észak-alföldi régióban
4. A küldőpiacok elemzése
 - 4.1. Románia
 - 4.2. Lengyelország
 - 4.3. Olaszország
5. SWOT analízis
6. Összegzés

Forrásjegyzék

Mellékletek

1. Bevezetés

Jelen tanulmány készítésének célja, hogy nemzetközi piackutatás és piacelemzés készüljön az INNOVA Észak-Alföld Regionális Fejlesztési és Innovációs Ügynökség Non-profit Kft. számára a GINOP-1.3.2-15-2016-00011 kódszámú pályázat keretén belül. Az Észak-alföldi régió turisztikai keresletének elemzésével kívántunk képet adni a jelenlegi folyamatokról, kiemelten a román, lengyel és olasz vendégforgalom alakulásáról, valamint ezen külpiazi desztinációkról releváns és aktuális információk kerültek összegyűjtésre és kiértékelésre.

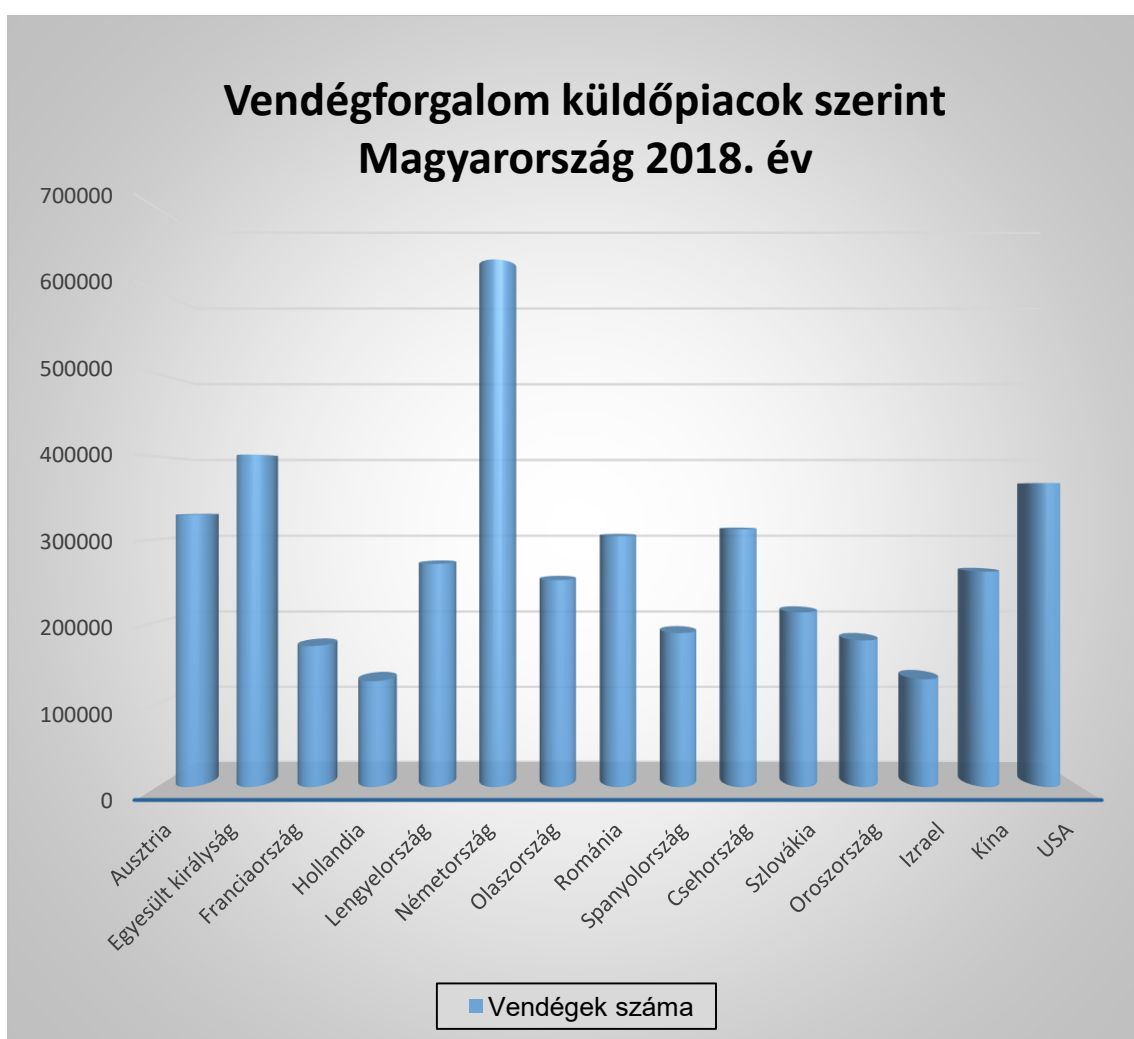
A szekunder kutatás során elsődlegesen a Központi Statisztikai Hivatal adatainak elemzésével készültek turisztikai keresletre vonatkozó friss kutatások. (Elérhetők a 2018.évi végleges vendégforgalmi adatok). A Magyar Turisztikai Ügynökség által készített országspecifikus piacelemzések lehetővé tették a releváns piacokkal kapcsolatos elemzések elkészítését a román, a lengyel és az olasz küldőpiacok vonatkozásában. Néhány nemzetközi kutatási eredményt is felhasználtunk a tanulmány készítése során, hogy még részletesebb információk álljanak rendelkezésünkre. Annak érdekében, hogy minél inkább használható és gyakorlatba átültethető eredményeket nyerjünk ki a kutatás során, mélyinterjúkat is készítettünk utazási irodák képviselőivel.

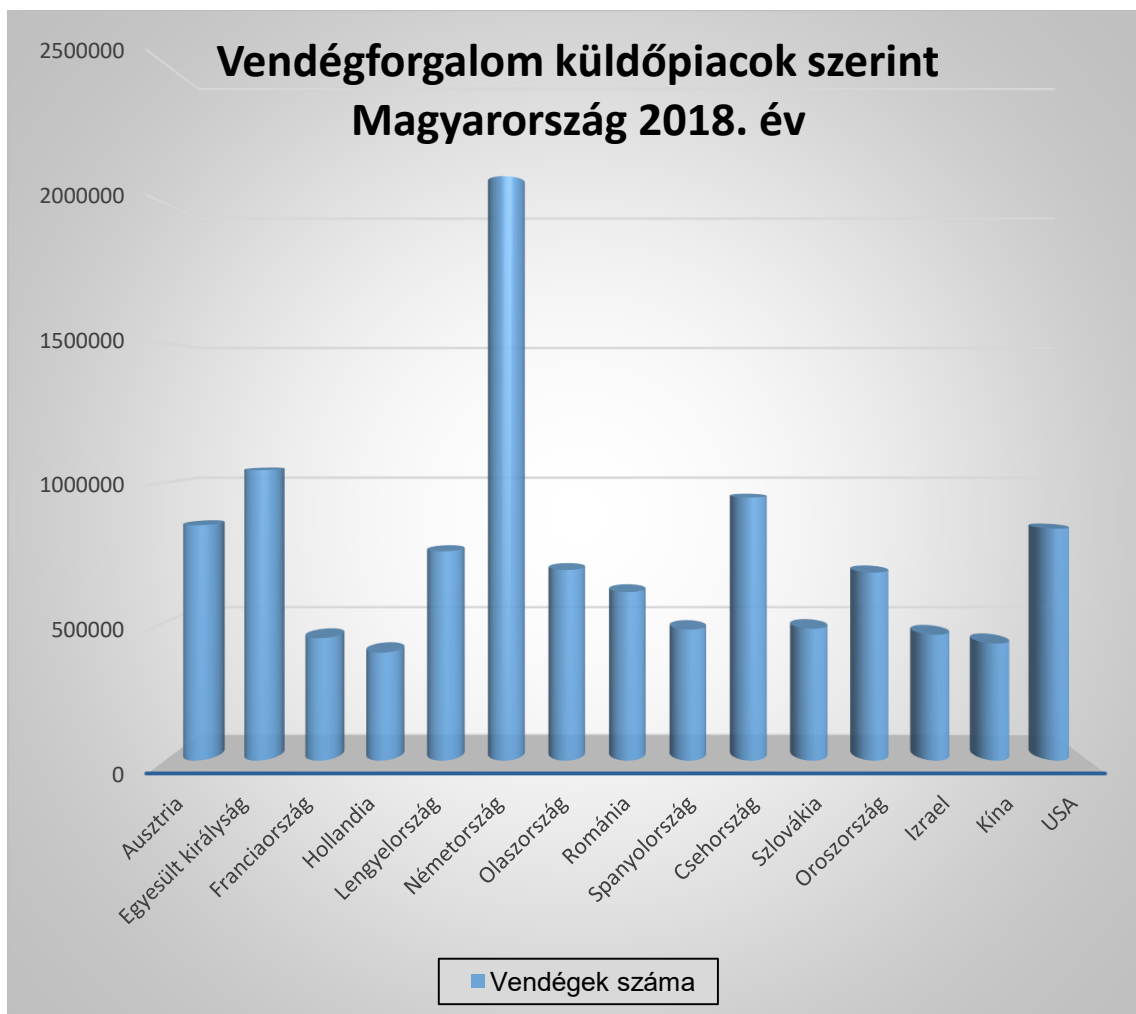
2. Turisztikai kereslet elemzése

2.1. Vendégforgalom alakulása Magyarországon

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő vendégek száma (12 548 170 fő) összességében 5,6 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (31 011 261 éjszaka) pedig 4 %-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,5 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. A külföldi vendégek számában (5 945 123 fő) 5 % az általuk eltöltött vendégéjszakák számában (15 340 449 éjszaka) 3 % növekedést regisztráltak az előző évhez képest. 2018-ban a külföldiek átlagosan 2,6 éjszakát töltöttek Magyarországon a kereskedelmi szálláshelyeken. A belföldi vendégek száma (6 603 047 fő) 6%-kal, a belföldi vendégéjszakák száma (15 670 812 éjszaka) 6 %-kal emelkedett az előző évhez képest. A belföldiek átlagos tartózkodási ideje 2,4 éjszaka volt 2018-ban.

Amennyiben megvizsgáljuk a beutazó turizmust, látható, hogy a legtöbb külföldi vendég még mindig Németországból érkezik, 636 838 vendég 2 094 779 éjszakát töltött el 2018.évben Magyarországon. A vizsgálatunk középpontjában álló piacok esetében megállapíthatjuk, hogy vendégszám tekintetében a román vendégek a 6., a lengyelek a 7., míg az olaszok a 8. helyen szerepelnek Magyarország a TOP 10 küldőpiacon. Vendégéjszakák tekintetében a lengyelek a 6., az olaszok a 7., a románok a 9. helyen vannak a ranglistán.

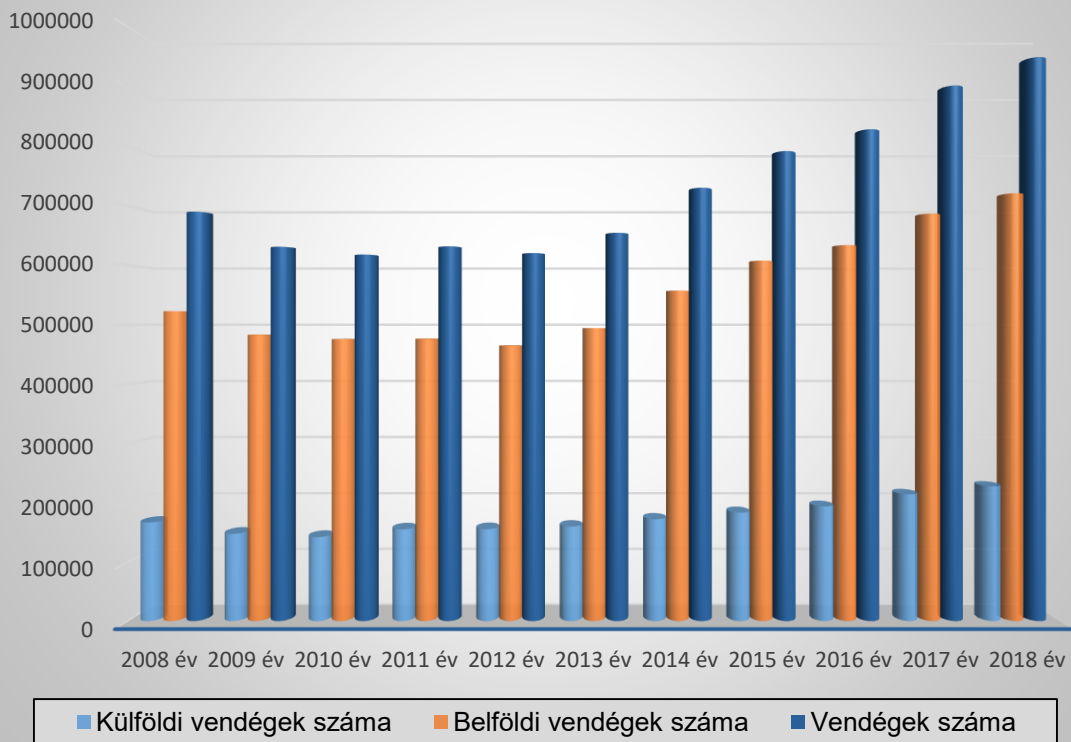




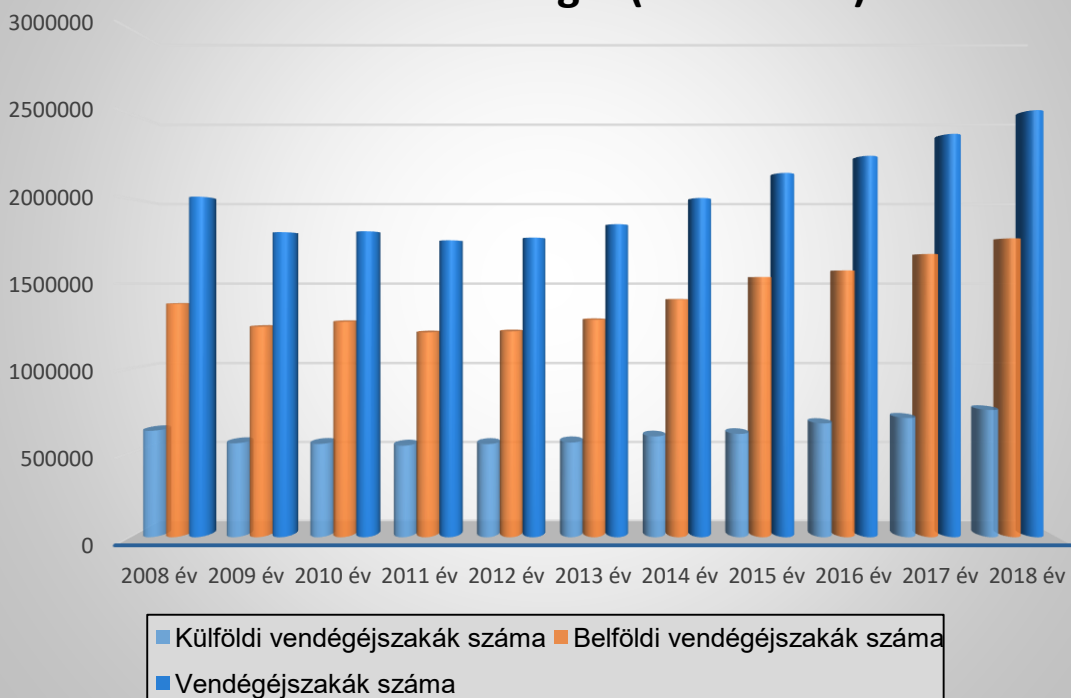
2.2 Vendégforgalom alakulása az Észak-alföldi régióban

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő vendégek száma (949 399 fő) összességében 5%-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (2 520 999 éjszaka) pedig 6 %-kal nőtt az előző évhez viszonyítva, az országos növekedés mértékét 2 %-kal meghaladta. Az átlagos tartózkodási idő 2,7 éjszaka volt, 2017-hez képest emelkedett (2,6 éjszaka). Ez a mutató is jobb, mint az országos átlag. A külföldi vendégek számában (228 564 fő) 6 %, az általuk eltöltött vendégéjszakák számában (754 580 éjszaka) 7 % növekedést regisztráltak az előző évhez képest. 2018-ban a külföldiek átlagosan 3,3 éjszakát töltöttek az Észak-Alföldi régióban a kereskedelmi szálláshelyeken. A belföldi vendégek száma (720 835 fő) 5%-kal, a belföldi vendégéjszakák száma (1 766 419 éjszaka) 6 %-kal emelkedett az előző évhez képest. A belföldiek átlagos tartózkodási ideje 2,5 éjszaka volt 2018-ban.

Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Észak-Alföldi régió (2018-2018)



Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Észak-alföldi régió (2008-2018)



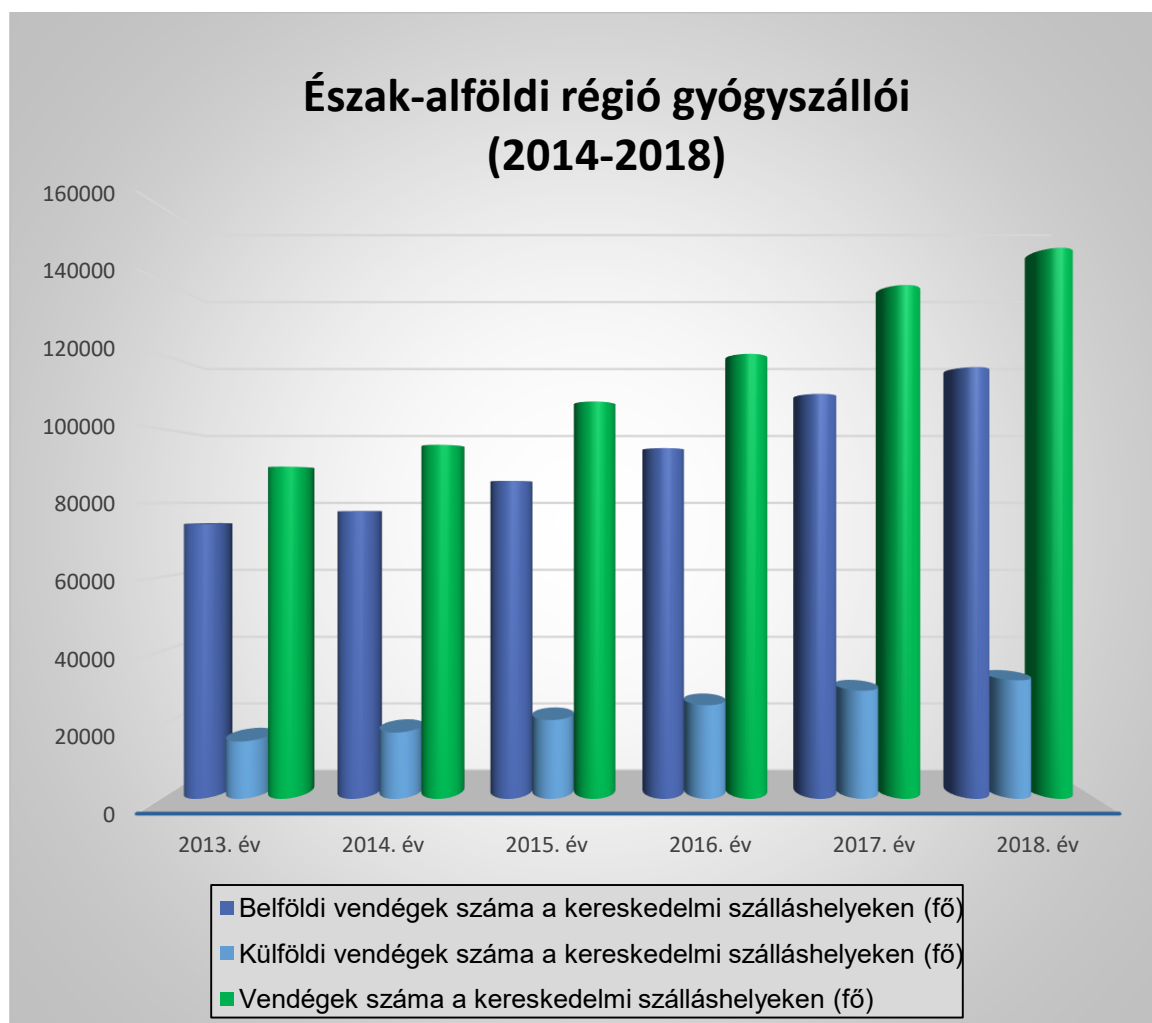
Mielőtt részletesen elemezzük a küldőpiacokat, megvizsgáljuk a régió egészségturizmusára jellemző tendenciákat.

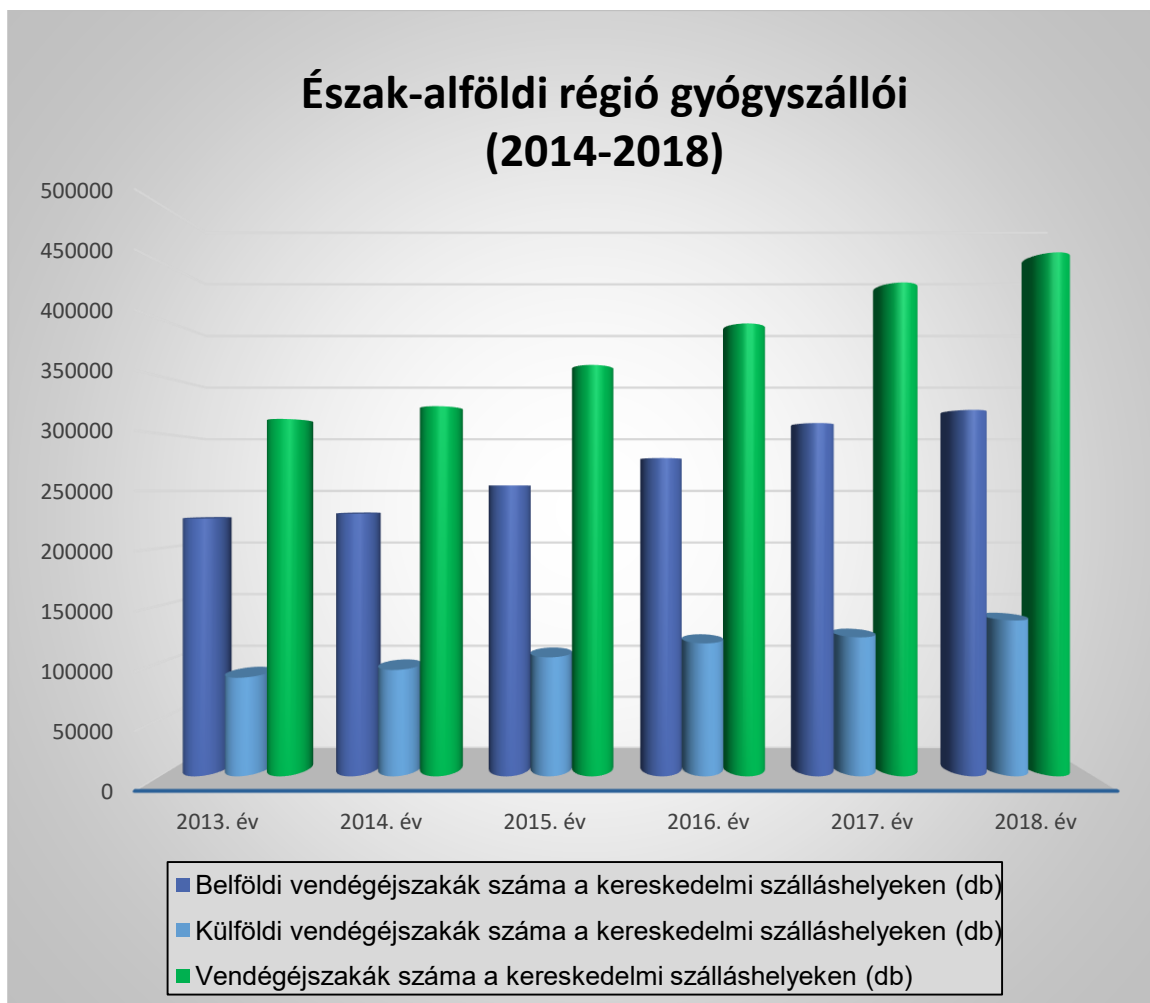
2.3. Gyógyszállók vendégforgalma az Észak-Alföldi régióban

A KSH a gyógyszállók vendégforgalmára vonatkozó adatgyűjtéssel lehetővé teszi, hogy regionális szinten lássuk a folyamatokat.

2018.évben 116 610 belföldi vendég 320 584 vendégéjszakát, 32 166 külföldi 137 148 vendégéjszakát töltött a régió gyógyszállóiban. A belföldiek átlagos tartózkodási ideje 2,7 éjszaka, míg a külföldieké 4,3 éjszaka volt.

A belföldi vendégforgalom vendégszám tekintetében 6,5 %-kal, vendégéjszakák vonatkozásában 3,7 %-kal emelkedett a tavalyi adatokhoz viszonyítva. A külföldi vendégek száma 9,6 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma 12 %-kal nőtt.





Elmondható, hogy a gyógyszállók vendégforgalma nagyobb mértékben bővül, mint a többi kereskedelmi szálláshely vendégforgalma. A 2013. évi adatokhoz képest vendégszámban 65 % a növekedés mértéke, vendégéjszakák tekintetében 46 %.

A férőhely kapacitás 36,5-ről 47,7 %-ra, míg a szobakapacitás kihasználás 45,4 %-ról 57,8 %-ra emelkedett. Ez a tendencia azt jelzi, hogy a régió egészségturisztikai kereslete emelkedik, számolni lehet a további kedvező tendenciával.

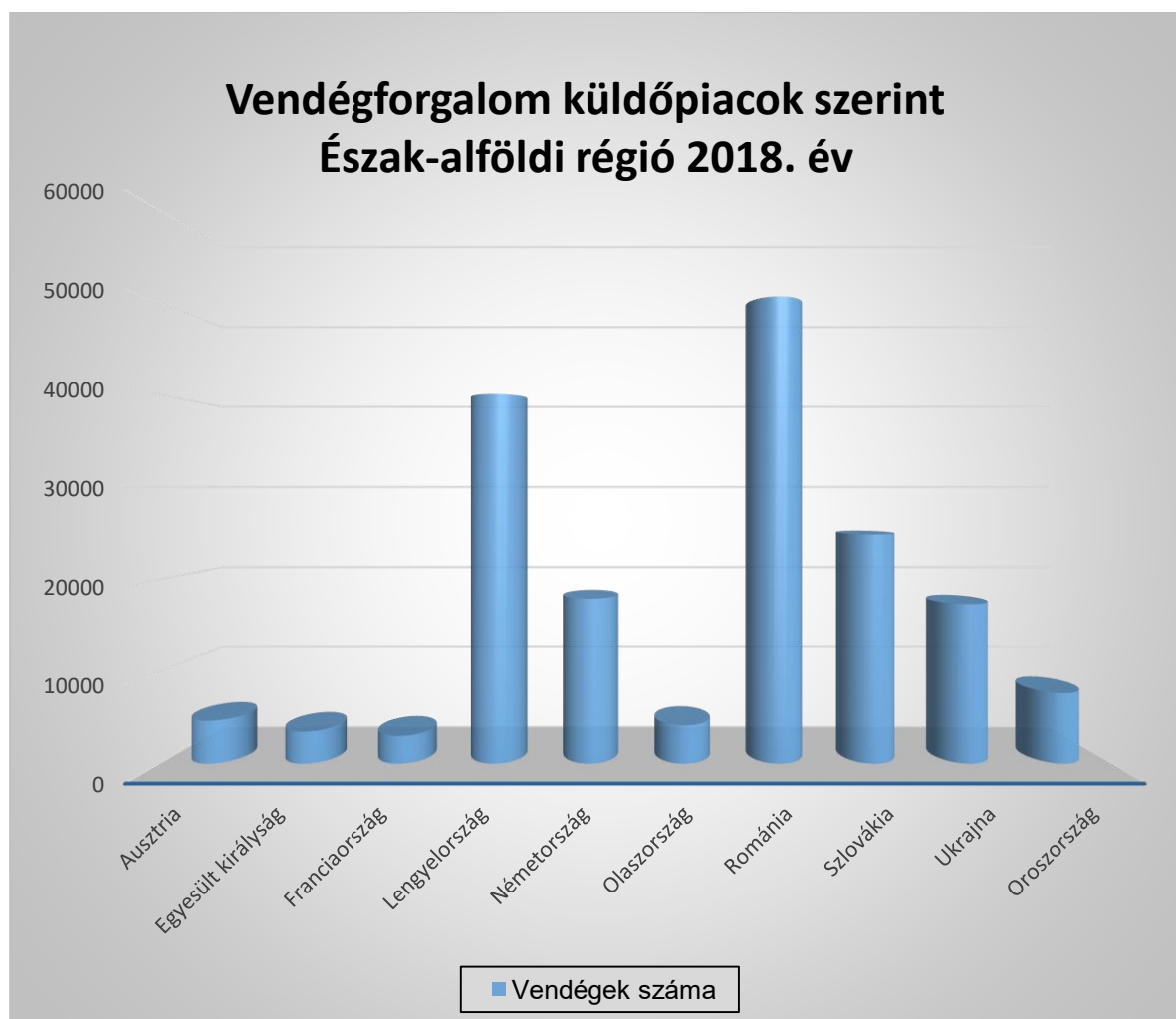
A gyógyszállók 2013.évi bruttó szállásdíj bevétele 2018.évre megkétszereződött, 1 681 548 millió Ft-ról 3 372 983 millió Ft-ra emelkedett!



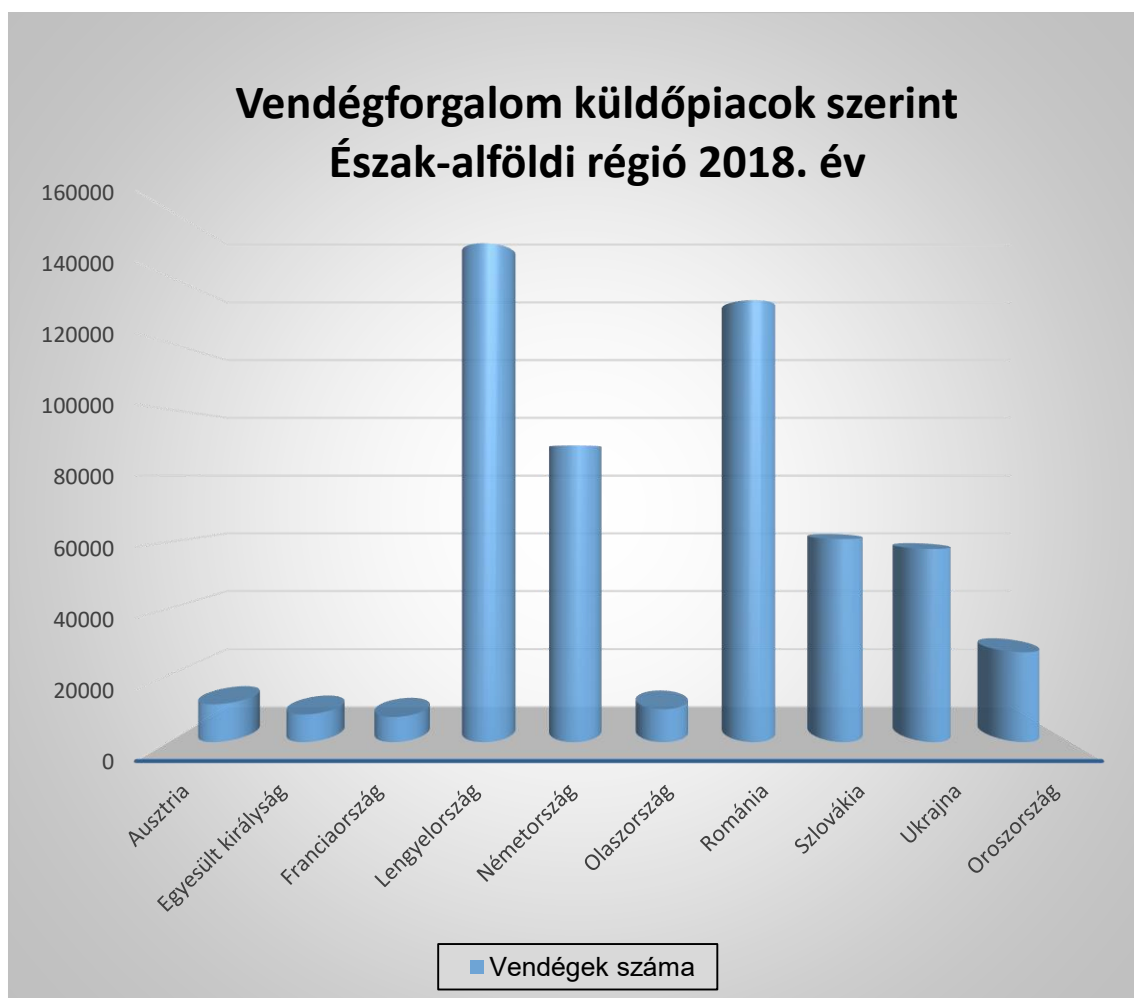
2.4. Küldőpiacok vendégforgalma az Észak-alföldi régióban

Küldőpiacok tekintetében megállapíthatjuk, hogy a lengyel és a román vendégforgalom olyan dinamikát mutat, amivel átrendeződik a küldőpiaci rangsor, a korábban első helyen álló német vendégforgalom a harmadik és negyedik helyre esett vissza. A lengyel vendégek töltik el a legtöbb vendégéjszakát a régióban, legnagyobb számban Romániából érkeznek hozzánk. Az olasz vendégforgalom alacsony szintet mutat, Olaszország nem tartozik a régió fő küldőpiacai közé.

TOP 10 küldőpiac vendégforgalma az Észak-alföldi régióban		
	Ország	Vendég
1.	Románia	50 669
2.	Lengyelország	40 069
3.	Szlovákia	24 870
4.	Németország	17 914
5.	Ukrajna	17 326
6.	Oroszország	7 652
7.	Ausztria	4 660
8.	Olaszország	4 160
9.	Egyesült Királyság	3 482
10.	Franciaország	3 009

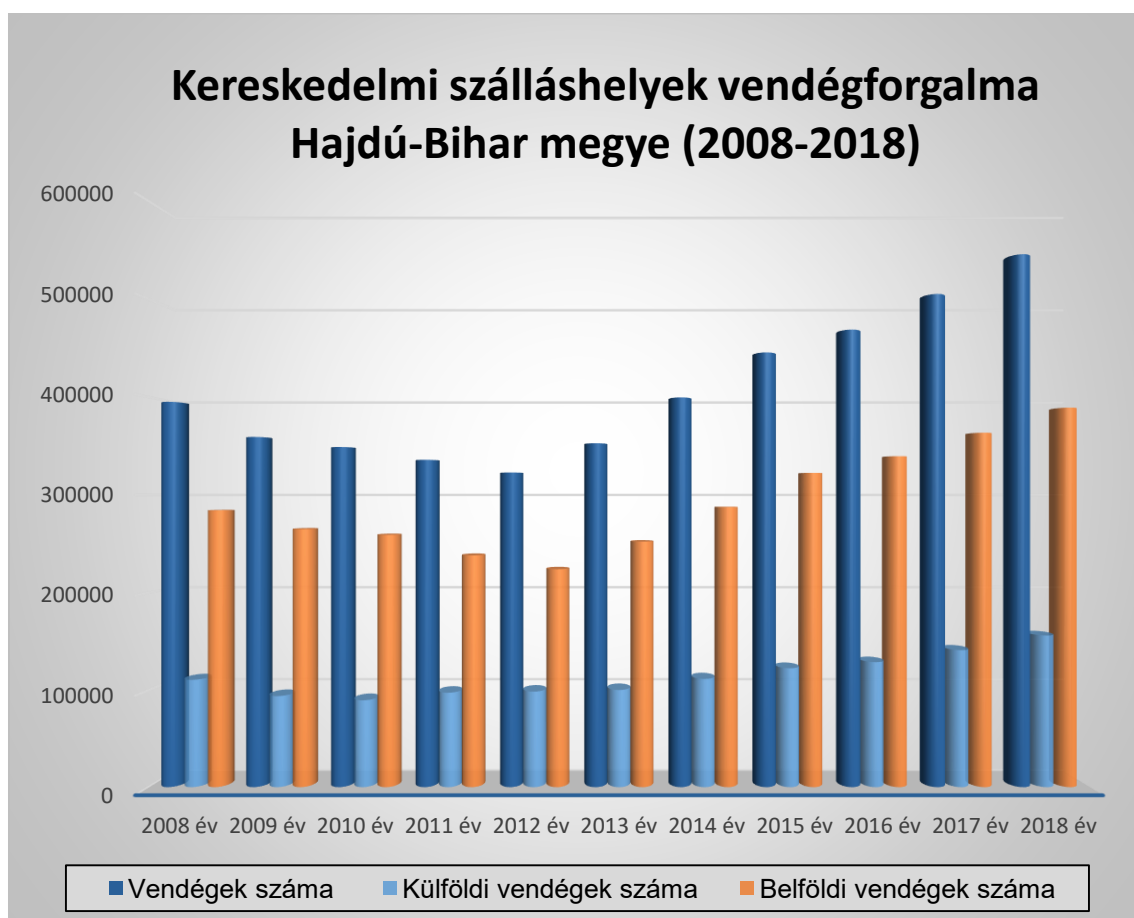


TOP 10 küldőpiac vendégforgalma az Észak-alföldi régióban		
2018.	Ország	vendégéjszaka
1.	Lengyelország	149 883
2.	Románia	132 789
3.	Németország	89 084
4.	Szlovákia	60 930
5.	Ukrajna	57 958
6.	Oroszország	26 908
7.	Ausztria	11 328
8.	Olaszország	9 925
9.	Egyesült Királyság	8 280
10.	Franciaország	7 539

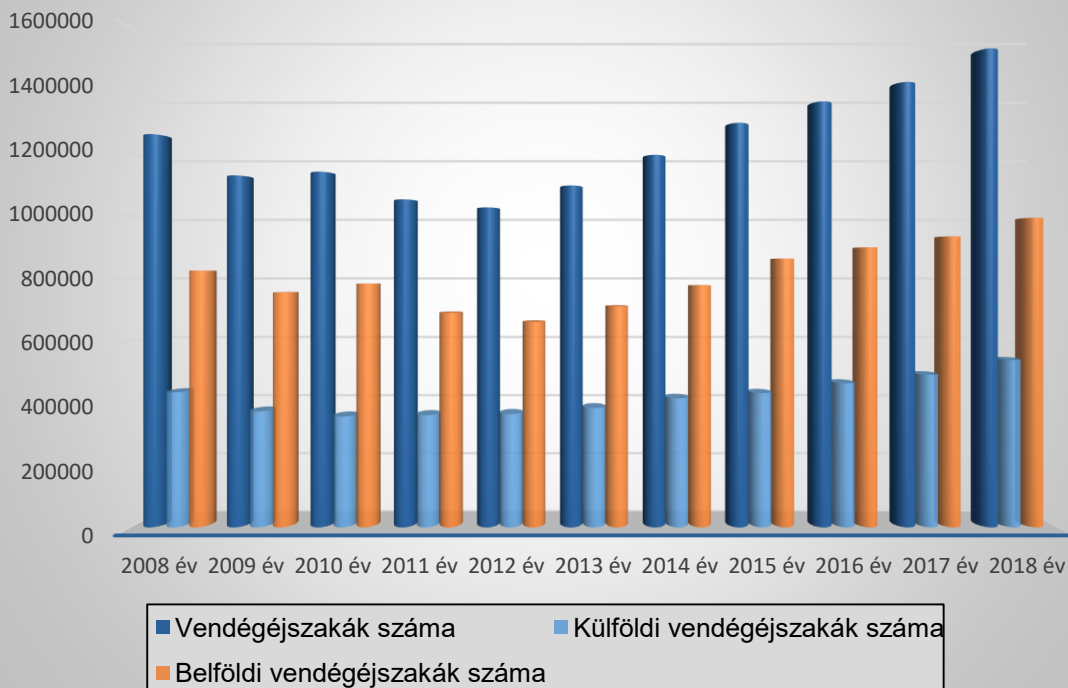


2.5. Az Észak-alföldi régió kereskedelmi szálláshelyeinek forgalma megyék szerint

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Hajdú-Bihar megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő vendégek száma (545 614 fő) összességében 8 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (1 533 843 éjszaka) pedig 7,5 %-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,8 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. A külföldi vendégek számában (156 513) 10 %-os, az általuk eltöltött vendégéjszakák számában (540 025 éjszaka) 9,7 %-os növekedést regisztráltak az előző évhez képest. 2018-ban a külföldiek átlagosan 3,5 éjszakát töltöttek a kereskedelmi szálláshelyeken. A belföldi vendégek száma (389 101 fő) 7%-kal, a belföldi vendégéjszakák száma (993 818 éjszaka) 6,3 %-kal emelkedett az előző évhez képest. A belföldiek átlagos tartózkodási ideje 2,6 éjszaka volt 2018-ban. Megállapítható, hogy országos átlagot meghaladó mértékű növekedés volt ebben a megyében.

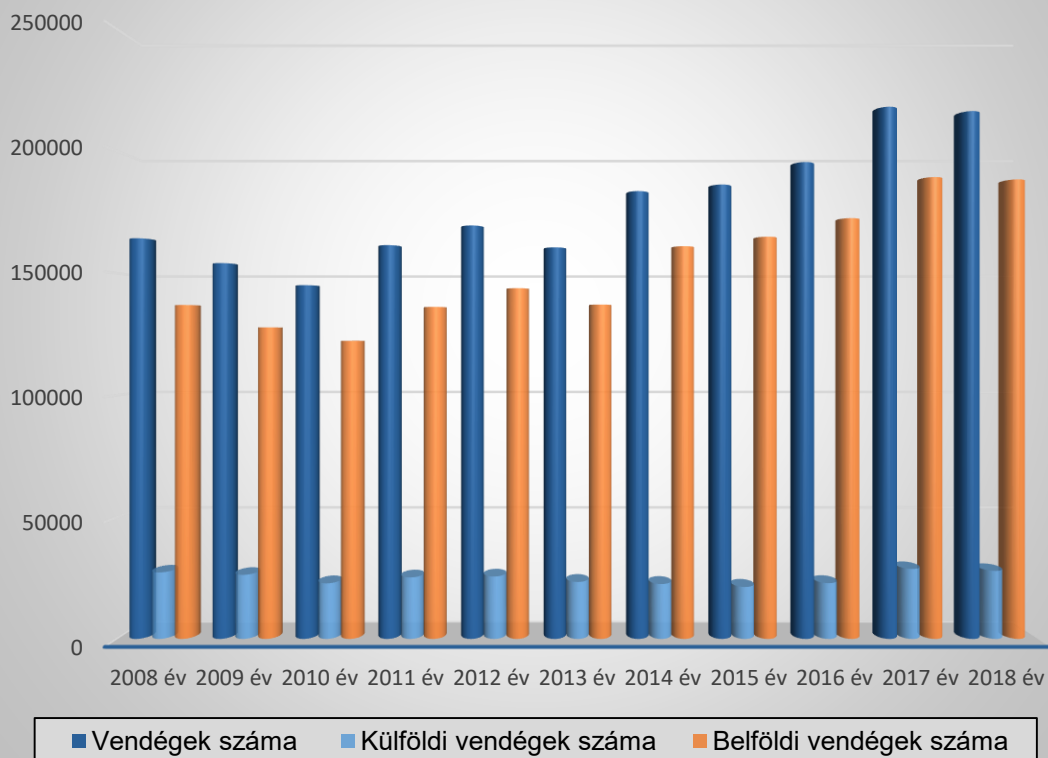


Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Hajdú-Bihar megye (2008-2018)

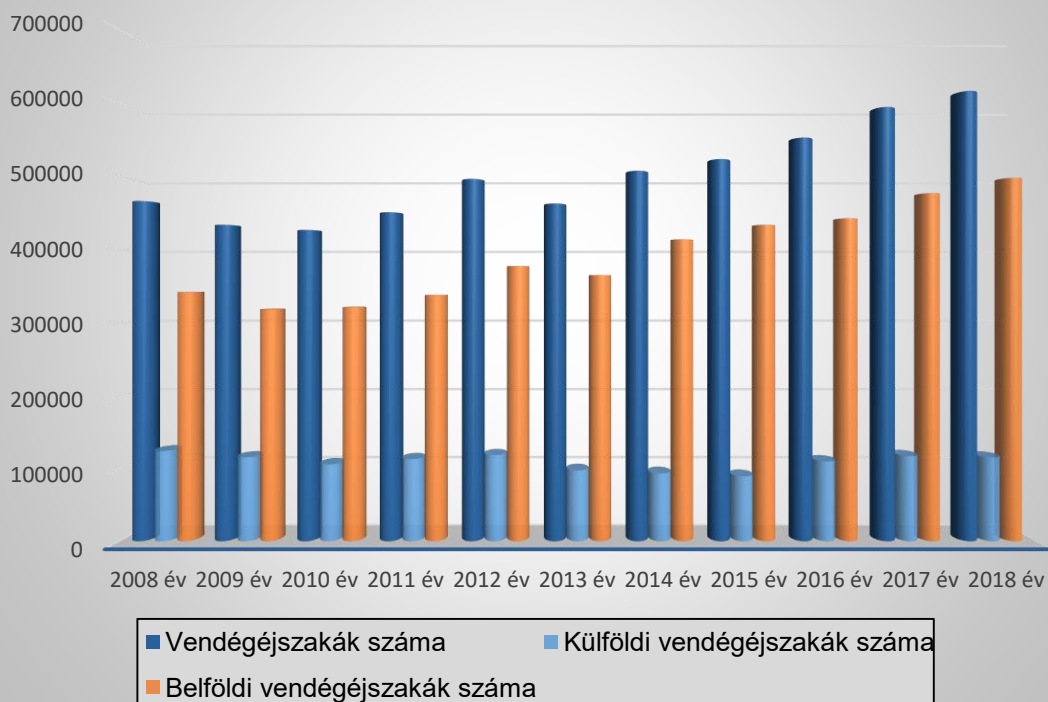


A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Jász-Nagykun-Szolnok megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő vendégek száma (216 412 fő) összességében 1 %-kal csökkent a 2017.évi adatokhoz képest, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (613 576 éjszaka) pedig 3 %-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,8 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. A külföldi vendégek számában (27 974) 3 %, az általuk eltöltött vendégéjszakák számában (115 399 éjszaka) 1,7 % csökkenést regisztráltak az előző évhez képest. 2018-ban a külföldiek átlagosan 4,1 éjszakát töltöttek a kereskedelmi szálláshelyeken. A belföldi vendégek száma (188 438 fő) 0,5%-kal csökkent, a belföldi vendégéjszakák száma (498 177 éjszaka) 4,3 %-kal emelkedett az előző évhez képest. A belföldiek átlagos tartózkodási ideje 2,6 éjszaka volt 2018-ban. Megállapítható, hogy mind a külföldi, mind a belföldi vendégszám tekintetében csökkenés volt, a vendégéjszakák vonatkozásában egyedül a belföldi vendégéjszakák száma emelkedett az előző évi adatokhoz viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő viszont kiemelkedően magas.

Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Jász-Nagykun-Szolnok megye (2008-2018)

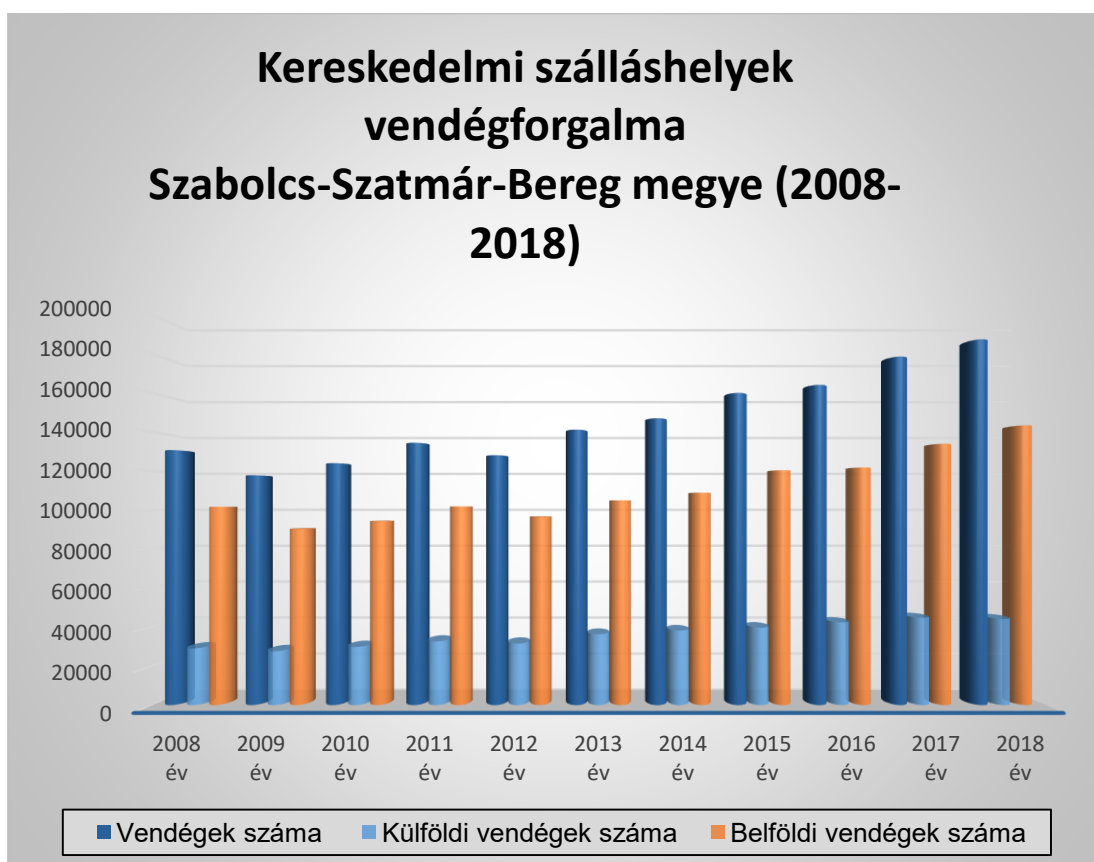


Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Jász-Nagykun-Szolnok megye (2008-2018)

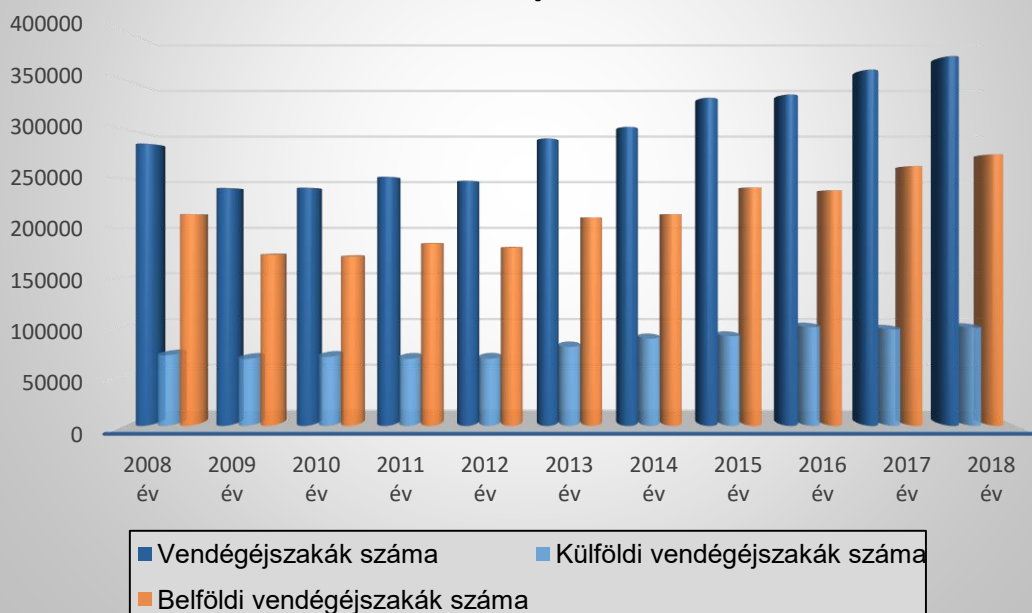


A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő vendégek száma (187 373 fő) összességében 4,9 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (373 580 éjszaka) pedig 3,7 %-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. A külföldi vendégek számában (44 077) 1,4 %-os csökkenés, az általuk eltöltött vendégéjszakák számában (99 156 éjszaka) 1,8 %-os növekedést regisztráltak az előző évhez képest. 2018-ban a külföldiek átlagosan 2,2 éjszakát töltöttek a kereskedelmi szálláshelyeken. A belföldi vendégek száma (143 296 fő) 7%-kal, a belföldi vendégéjszakák száma (274 424 éjszaka) 4,5 %-kal emelkedett az előző évhez képest. A belföldiek átlagos tartózkodási ideje 1,9 éjszaka volt 2018-ban.

Megállapítható, hogy a külföldi vendégek számában csökkenés, minden más mutatóban emelkedés történt a megyében.



Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Szabolcs-Szatmár-Bereg megye (2008- 2018)



3. Országspecifikus elemzések területi vonatkozásokban

3.1. Román beutazó forgalom az Észak-alföldi régióban

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Észak-Alföld régió 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő Romániából érkező vendégek száma (50 669 fő) összességében 8,7 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (132 789 éjszaka) pedig 9,6 %-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,6 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. A Romániából érkezett vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 22 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 18 %.

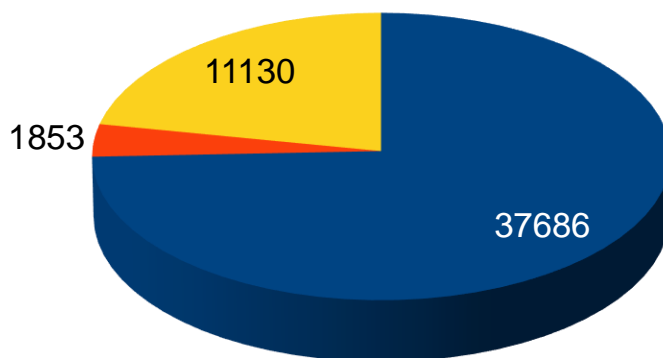
A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Hajdú-Bihar megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő Romániából érkezett vendégek száma (37 686 fő) összességében 10%-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (101 267 éjszaka) pedig

11%-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,7 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. A Romániából érkezett vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 24 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 19 %.

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Jász-Nagykun-Szolnok megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő Romániából érkezett vendégek száma (1 853 fő) összességében 5 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (4 528 éjszaka) pedig 7,7 %-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,4 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. A Romániából érkezett vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 6,6 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 4 %.

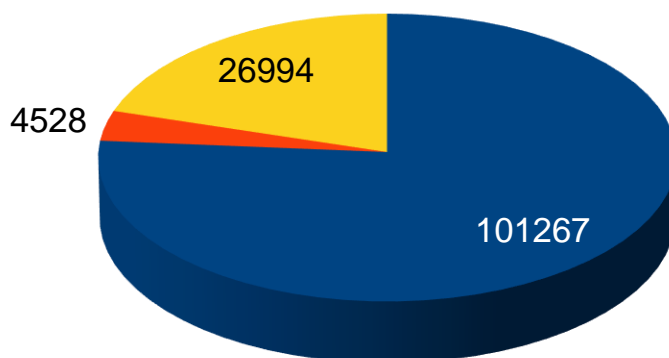
A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő Romániából érkezett vendégek száma (11 130 fő) összességében 4,3 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (26 994 éjszaka) pedig 5 %-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,4 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. A Romániából érkezett vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 25 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 27 %.

Romániai vendégforgalom megoszlása a megyék között (fő)
2018. év



■ Hajdú-Bihar megye ■ Jász-Nagykun-Szolnok megye ■ Szabolcs-Szatmár-Bereg megye

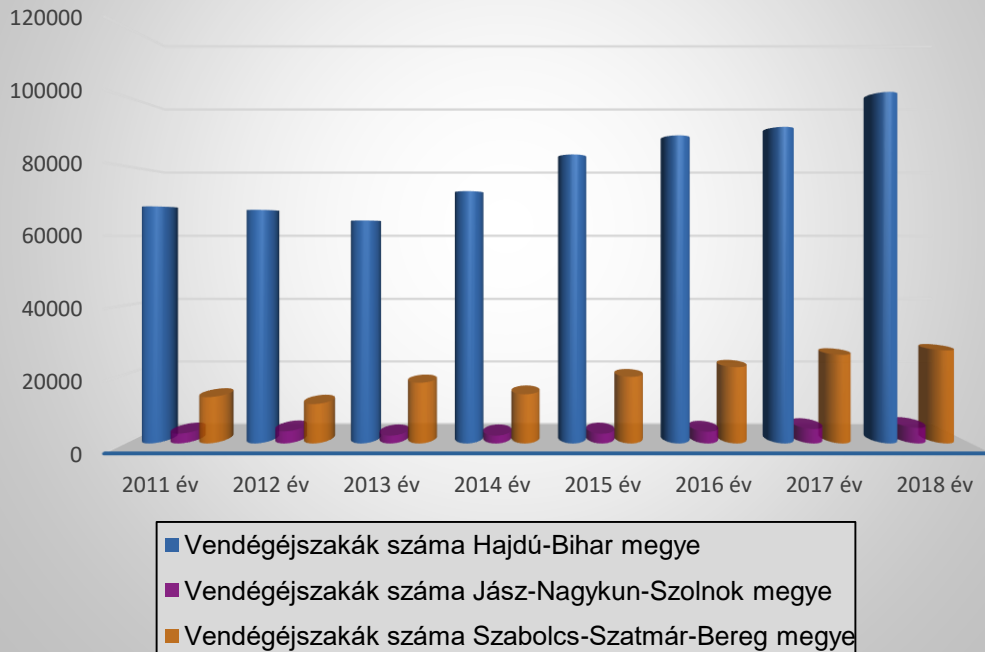
Romániai vendégforgalom megoszlása a megyék között (vendégj)
2018. év



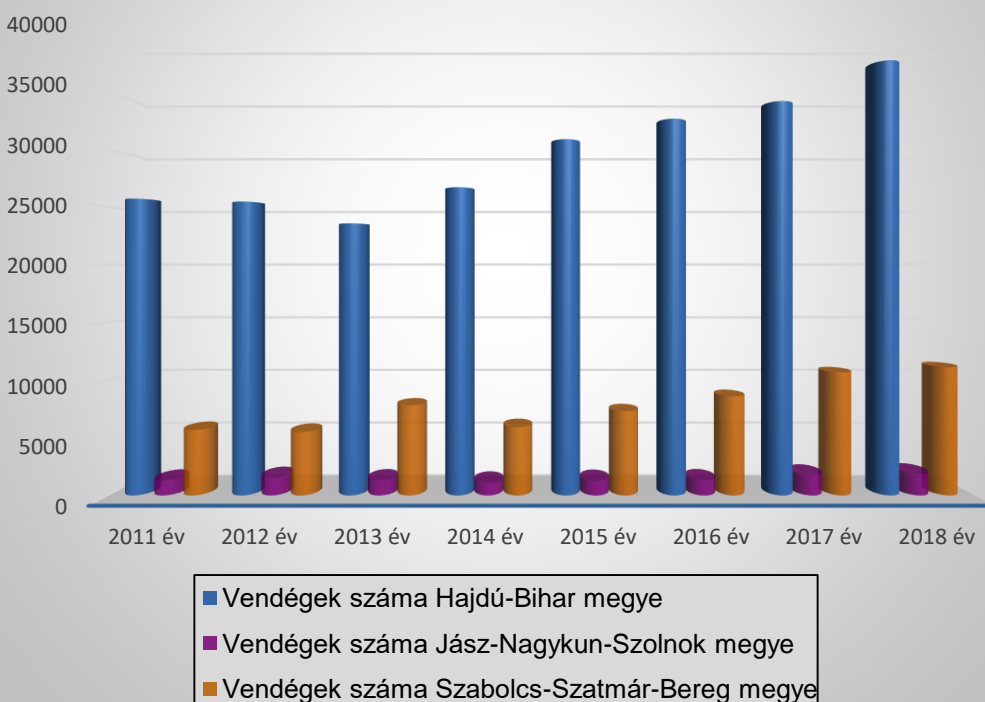
Forrás: KSH

■ Hajdú-Bihar megye ■ Jász-Nagykun-Szolnok megye ■ Szabolcs-Szatmár-Bereg megye

Kereskedelmi szálláshelyek romániai vendégforgaloma megyék szerint (2011-2018)



Kereskedelmi szálláshelyek romániai vendégforgaloma megyék szerint (2011-2018)



3.2. Lengyel beutazó forgalom az Észak-alföldi régióban és a három megyében

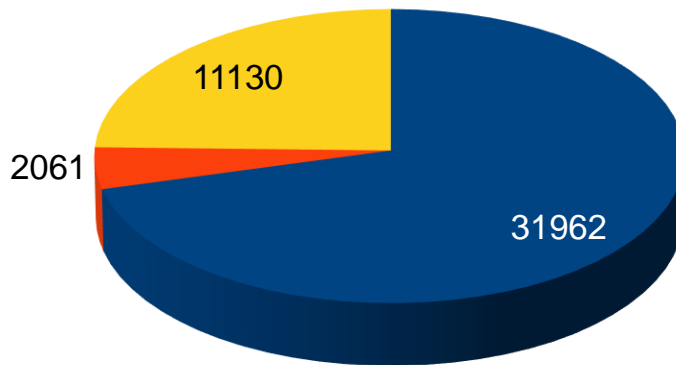
A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Észak-Alföld régió 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő lengyel vendégek száma (40 069 fő) összességében 3 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (149 883 éjszaka) pedig 1,3 %-kal csökkent az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 3,7 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. A lengyel vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 17,5 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 20 %.

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Hajdú-Bihar megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő lengyel vendégek száma (31 962 fő) összességében 1,6%-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (124 482 éjszaka) pedig 0,5%-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 3,9 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. A lengyel vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 20 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 23 %.

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Jász-Nagykun-Szolnok megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő lengyel vendégek száma (2 061 fő) összességében 7%-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (9 680 éjszaka) pedig 14 %-kal csökkent az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 4,7 éjszaka volt, 5,1 éjszakáról csökkent. A lengyel vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 7,3 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 8,3 %.

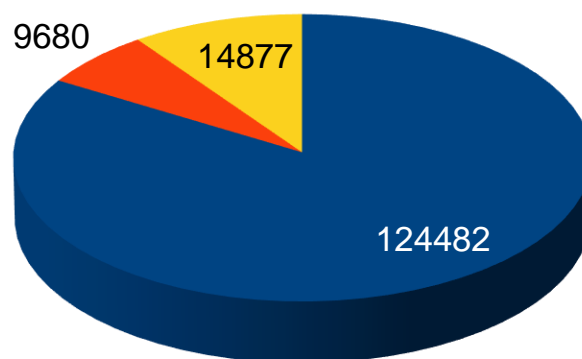
A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő lengyel vendégek száma (5 831 fő) összességében 24,5 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (26 994 éjszaka) pedig 18,5 %-kal csökkent az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,6 éjszaka volt, 2,4 éjszaka volt 2017-ben. A lengyel vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 13 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 15 %.

Észak-alföldi régió lengyel vendégforgalmának megoszlása a megyék között (fő)



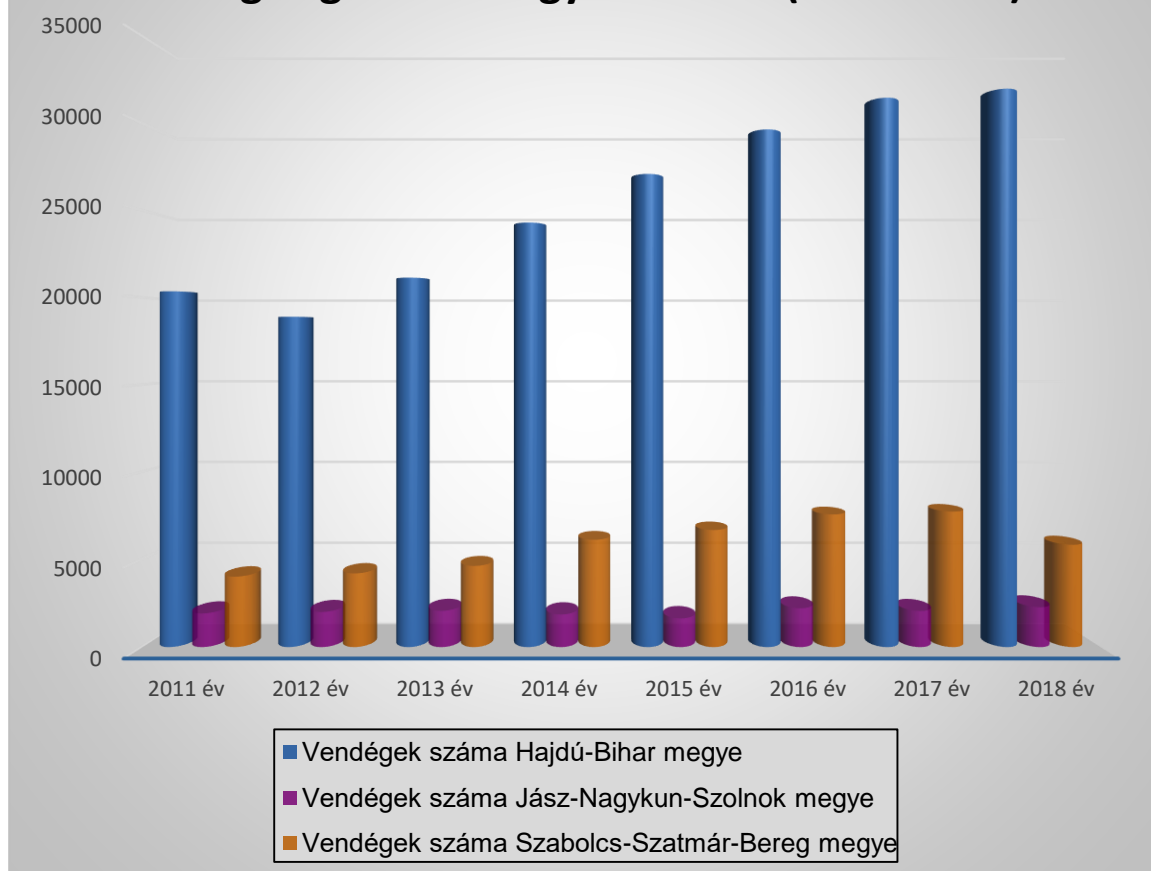
■ Hajdú-Bihar megye ■ Jász-Nagykun-Szolnok megye ■ Szabolcs-Szatmár-Bereg megye

Észak-alföldi régió lengyel vendégéjszakák megoszlása a megyék között (fő)



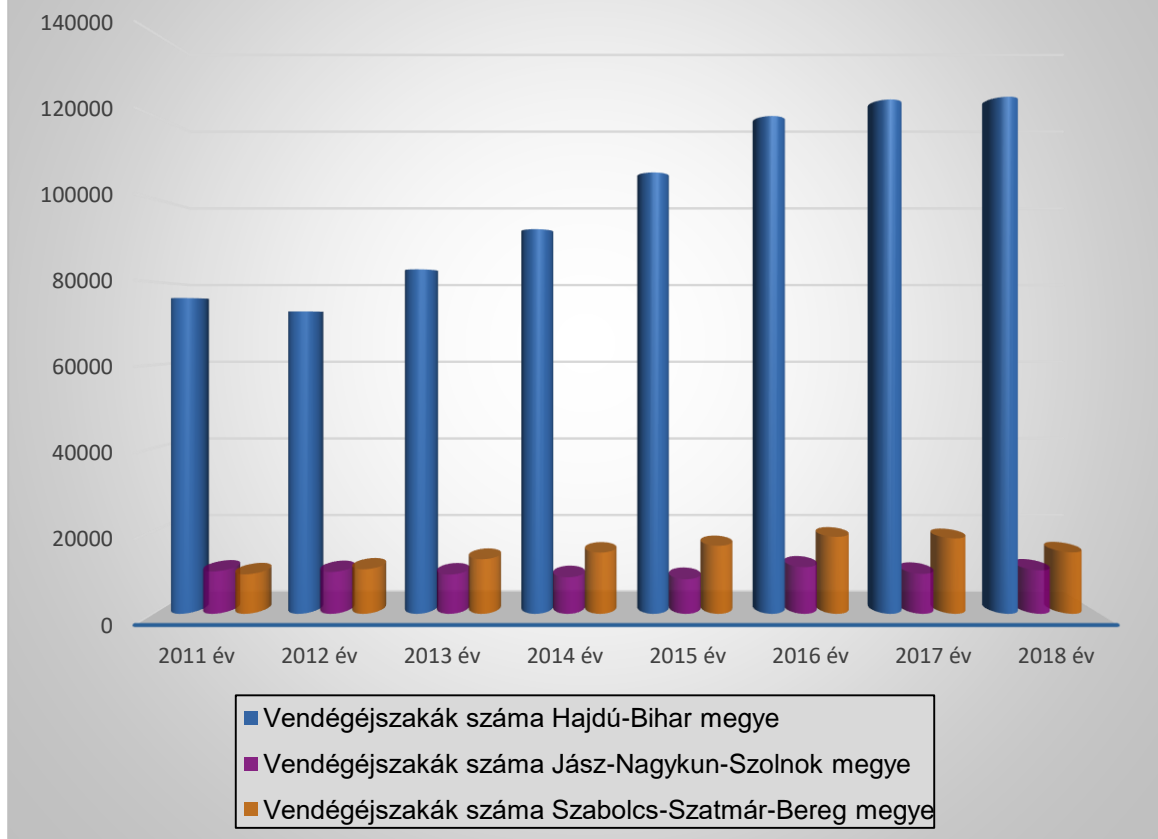
■ Hajdú-Bihar megye ■ Jász-Nagykun-Szolnok megye ■ Szabolcs-Szatmár-Bereg megye

Kereskedelmi szálláshelyek lengyel vendégforgalma megyék szerint (2011-2018)



A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Észak-Alföld régió 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő olasz vendégek száma (4 160 fő) összességében 9,8 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (9 925 éjszaka) pedig 12 %-kal csökkent az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,4 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. Az olasz vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 1,8 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 1,3 %.

Kereskedelmi szálláshelyek lengyel vendégforgaloma megyék szerint (2011-2018)

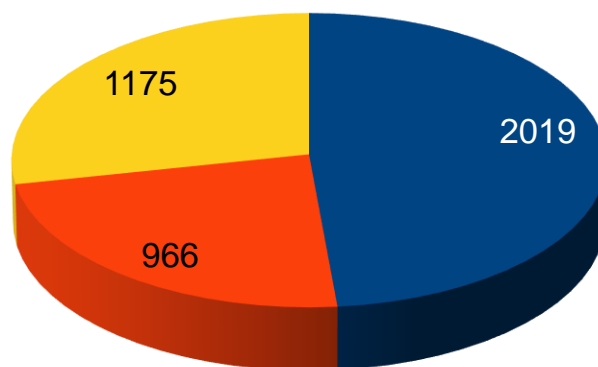


A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Hajdú-Bihar megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő olasz vendégek száma (2 019 fő) összességében 17,5%-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (4 252 éjszaka) pedig 27 %-kal csökkent az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,1 éjszaka volt, 2,4-ről csökkent. 2017-hez képest. Az olasz vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 1,2 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 0,06 %.

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Jász-Nagykun-Szolnok megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő olasz vendégek száma (996 fő) összességében 3 %-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (2 795 éjszaka) pedig 3,2 %-kal csökkent az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,9 éjszaka volt, ebben nincs érdemi változás 2017-hez képest. Az olasz vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 3,4 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 2,4 %.

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyet igénybe vevő olasz vendégek száma (1 175 fő) összességében 0,5%-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma (2 878 éjszaka) pedig 15,4 %-kal nőtt az előző évhez viszonyítva. Az átlagos tartózkodási idő 2,4 éjszaka volt, 2,1-ről nőtt 2017-hez képest. Az olasz vendégek részesedése az összes külföldi vendégszámhoz viszonyítva 2,6 %, a vendégéjszaka vonatkozásában ez az arány 2,9 %.

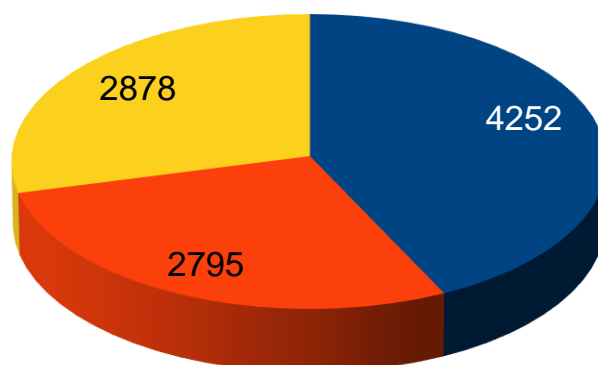
Észak-alföldi régió olasz vendégforgalmának megoszlása a megyék között (fő)



Forrás: KSH

■ Hajdú-Bihar megye ■ Jász-Nagykun-Szolnok megye ■ Szabolcs-Szatmár-Bereg megye

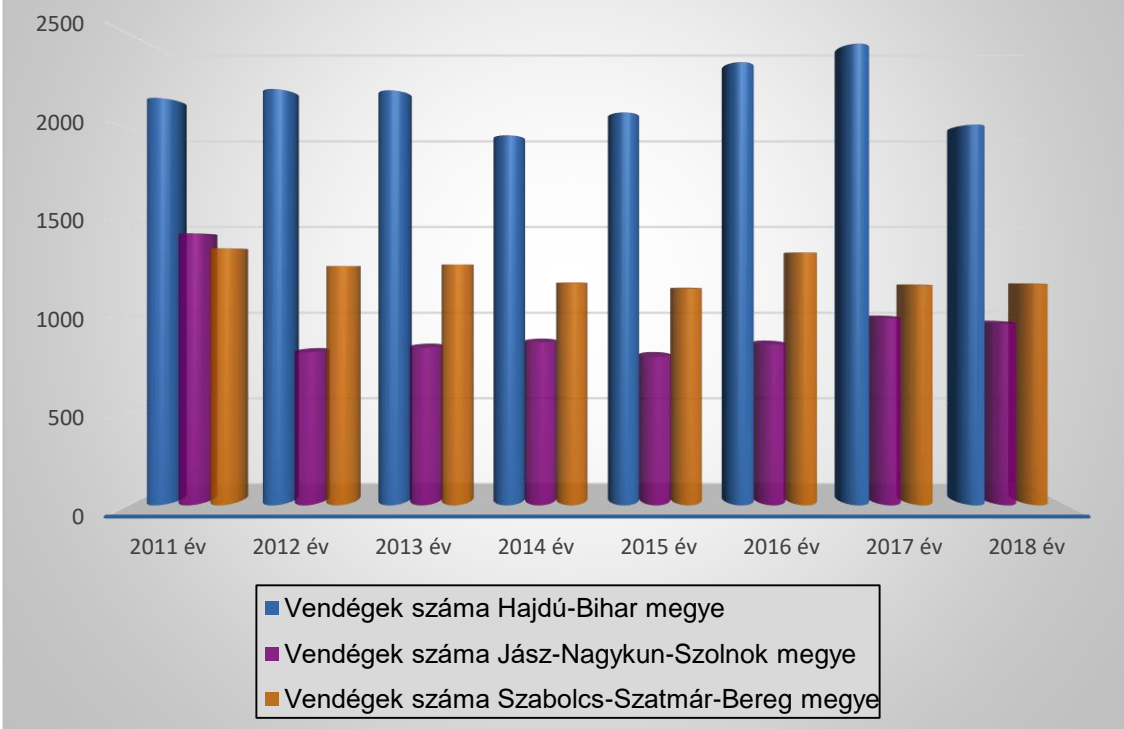
Észak-alföldi régió olasz vendégforgalmának megoszlása a megyék között (vendégéjszaka)



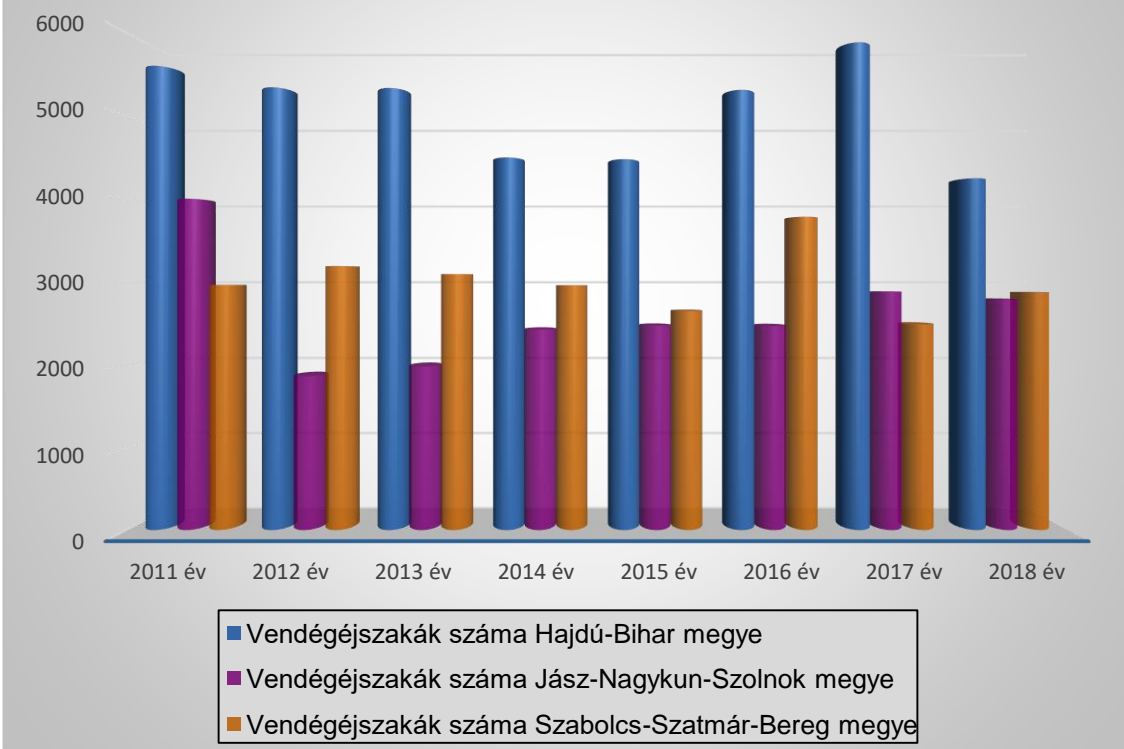
Forrás: KSH

■ Hajdú-Bihar megye ■ Jász-Nagykun-Szolnok megye ■ Szabolcs-Szatmár-Bereg megye

Kereskedelmi szálláshelyek olasz vendégforgalma megyék szerint (2011-2018)



Kereskedelmi szálláshelyek olasz vendégforgalma megyék szerint (2011-2018)



4. Küldőpiacok elemzése

4.1. Románia

A népesség száma 2018.évben 21,5 millió fő volt. A GDP 2018.évben 441 milliárd USD, az egy főre jutó GDP 22 300 USD . A munkanélküliség aránya 2018.évben 5,9% , az internethasználat aránya 62,8% volt.

A UNWTO-nak az országok folyó fizetési mérlegén alapuló, turisztikai kiadásokra vonatkozó adatai szerint 2017-ban az előző évhez képest jelentősen 74,5%-kal nőtt a romániai utazók összes turisztikai kiadása, 4,2 milliárd USD-t tett ki. 2010-hez képest 2017-re a nemzetközi turisztikai kiadások 126,2%-kal növekedtek.

A rendelkezésre álló adatok alapján 2017-ben 19 953 000 turista tett többnapos nemzetközi utazást, ami jelentős, 23,7% növekedést jelentett 2016-hoz képest.

Európában az elérhető adatszolgáltatások alapján a kereskedelmi szálláshelyeken a romániai vendégéjszakák száma Belgiumban, Szerbiában és Szlovéniában jelentősen, míg Magyarországon 2018-ban 7,4%-kal nőtt.

Magyarország, mint úti cél, a 2018.évi romániai vendégforgalom vonatkozásában az alábbi jellemzőkkel bír:

A küldőpiaci rangsorban 9. a magyarországi kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégéjszakái szerint. Az átlagos tartózkodási idő a kereskedelmi szálláshelyeken 2,0 éj. A vendégéjszakák száma 610 215, a szállodák igénybevétele (a szállodákban regisztrált vendégéjszakák aránya az összes vendégéjszakából) 78,7% A romániai turisták piaci részesedése Magyarországon a költség alapján 4,7%.

Költési szerkezetükben a szállás és vendéglátás első helyen áll, ezt követi a közlekedés és az egyéb árucikk.

Részletes adatok a 2.sz mellékletben.

Budapest részesedése alacsony, a vendégek 36,2 %-a , a vendégéjszakák 32,8 %-a realizálódott Budapesten.

A Magyarországra érkező romániai látogatók főbb mutatói, 2018

	Érkezés		Költség		Fajlagos költség ^{d)}	
	ezer fő	változás, %	millió Ft	változás, %	Ft	változás, %
Összes látogató ^{b)}	12 166	+7,2	171 559	+9,2	14 102	+1,9
Turisztikai céllal érkező látogatók ^{b)}	3 612	+0,3	73 762	-8,8	20 421	-9,0
Szabadidős cél	3 434	-2,7	66 553	-10,7	19 381	-8,2
VFR ^{c)}	1 600	-8,8	25 279	+3,5	15 799	+13,5
Egészségturisztikai cél	190	100,0	3 857	+94,5	20 300	-2,7
Üzleti cél	178	150,7	7 210	+14,1	40 506	-54,5

Forrás: KSH

Legtöbben szabadidős céllal érkeztek hozzánk.

Az általános utazási szokásokról kapunk képet a „Trends of Tourist Demand in Romania, Positioning of Rural Tourism among the Tourist Preferences” kutatás eredményeiből.

A 2017.évi szakmai publikáció szerint a Romániában a 15 évesnél idősebb állampolgárok 26,8%-a részese a turizmusnak.

A megkérdezett utazók 50%-a szeret 7 napra, vagy ennél hosszabb időre utazni, 24%-a két hétre, vagy hosszabb időre tervez nyaralást. 26%-a egy hétnél rövidebb nyaralással számol.

A résztvevők 87%-a szereti önállóan megtervezni az utazást (az okok: ragaszkodnak az elképzeléseikhez, olcsóbb árakat szeretnének találni) 13% választ utazásszervezőt (a kényelem és a szolgáltatások garantálása miatt)

A válaszadók 69%-a szeret új desztinációkat felfedezni, 31% ragaszkodik a már ismert desztinációhoz. A desztináció kiválasztásánál elsődleges szempont a táj szépsége, a nyugalom, az elérhetőség (közlekedés) és a történelmi értékek. Közepesen érdeklődnek a helyi szervezett programok iránt.

A felsorolt opciók közül meghatározó a döntésben a szállás minősége, a tisztaság, a személyzet kedvessége, a közelben található turisztikai látványosságok és egyéb szolgáltatók, éttermek minősége. Fontos még a jó közlekedés és a szállás ára.

Legkisebb érdeklődés a dohányzóhelyek és a gyerekek számára kialakított játszóhelyek iránt mutatkozott.

Az utazók átlagosan 372 eurót költenek fejenként a nyaralás során. Ezzel az európai középmezőnyben helyezkednek el. Magyarországon Szlovákia (8,4 ezer Ft) és Románia (7,6

ezer Ft) esetében regisztrálták a legalacsonyabb egy fő egy napjára jutó költsést, ez összefüggésben áll az egynapos utazások magasabb arányával és az utazások motivációjával.

A megkérdezettek 54%-a nyáron szeret külföldre utazni, 8,6%-a tavasszal.

Általánosságban 61,8% szállodában száll meg, 18,4 % panzióban és 11,5% a két szálláshely kombinációját is el tudja képzelni.

Az elégedetlenség fő oka szokott lenni a minőségi kifogás, ez 39 %, 12% a kapcsolódó infrastruktúra miatt elégedetlen, 11% az ár-érték aránnyal nem elégedett.

A román utazókról általában elmondható, hogy:

Előnyben részesítik a hegyeket, vagy tengerpartot, elsősorban saját autóval, vagy repülővel utaznak, gyakran barátokkal, vagy családdal. Szállodában, vagy panzióban szállnak meg. Nagyon meghatározó a személyzet hozzáállása, a szállás minősége és a kapcsolódó éttermi szolgáltatások minősége.

Vidéken a kempingezés is nagy érdeklődésre tart számot, de leginkább vonzóak a kerékpározás, vitorlázás, hajós utazás, a városlátogatás és történelmi emlékek meglátogatása.

Forrás: Trends of Tourist Demand in Romania, Positioning of Rural Tourism among the Tourist Preferences, Daniel Avram¹ The Bucharest University of Economic Studies, 2017.

Érdekes tény, hogy a felmérések szerint a román turisták költötték a legkevesebbet az Európai Unióban és előnyben részesítik a belföldi turizmust. A romániai belföldi turizmust erősíti a magyar gyakorlathoz hasonló kártyák használata, amelyekkel bérkiegészítéshez jutnak a munkavállalók. Ezzel színvonalas, drágább szolgáltatásokat is igénybe vesznek. 2019 első három hónapjában 9,7 %-kal nőtt a román belföldi turisták száma (1,87 millió) (Eurostat) 2019-2020 fordulójára a foglalások megközelítőleg 40%-a 40 éves, vagy fiatalabb utazótól érkezik Románia nagyvárosaiból, ezek szerint a fiatalabb utazók is visszatérnek a szervezett utazásokhoz. Egyre nagyobb a bizalom az utazásszervezők iránt és a biztonság előtérbe kerül az árral, költségekkel szemben. (ezek a szervezett utak egyébként főként a tengerentúlra irányulnak, de a trend megemlíthető) Az összes vizsgált országnál megfigyelhető a szabadidős turizmus dominanciája a turisztikai célú utakon belül, Csehország (98,4%) Románia (98,0%), a rokon- és barátlátogatás Románia (48,7%) és Szlovákia (23,6%) esetében a legfontosabb. A szomszédos országokra (Ausztriára, Horvátországra, Romániára, Szlovákiára, Szlovéniára és Ukrajnára) alacsonyabb átlagos tartózkodási idő jellemző. Romániából az egynapos turizmus jelentősen megugrott (+30,5%), a több napra érkezők száma viszont csökkent (-9,7%) Milyen közlekedési eszközöket preferálnak a román utasok?

A megkérdezettek mindössze 3 %-a ragaszkodik a repülőgéphez kötött utazáshoz, a vasúti közlekedés sem népszerű, a legtöbben autóval indulnak útnak, de a vízi közlekedést is sokan választják, a megkérdezettek 19%-a választaná a vízi utazást.

Forrás: Business Review 2019

Egy korábbi felmérés eredményeit is érdemes áttekinteni. 2016. január 18-22 között egy 1000 fő telefonos megkérdezéssel készített Flash Eurobarometer felmérés a nyaralással összefüggő utazási szokásokról ad információt. Eszerint a románok nyaralásuk fő helyszínéként a saját országukat jelölték meg első helyen, majd Görögország, Olaszország, Spanyolország és Bulgária következett a TOP 5 desztináció vonatkozásában.

A motiváció tekintetében a napfény és tengerpart játssza a legnagyobb szerepet, ezt követően a barátok, rokonok meglátogatása, majd a természet(hegyek, tavak, táj), városlátogatás, ötödik a kultúra, beleértve a vallást és gasztronómiát. Hatodik helyen jelölték meg a wellnesst, spa-t, gyógyászati kezeléseket, ezeket követi a sport, a rendezvények, események, fesztiválok.

Leginkább a barátok, munkatársak, rokonok véleményére adnak akkor, amikor az utazási döntéseket meghozzák, második helyen szerepel az információkat weboldalakról történő beszerzése, kommenteket, értékeléseket olvasnak. Saját tapasztalataikra, korábbi élményeikre is sokan hagyatkoznak. Negyedik helyen szerepel a szolgáltatók, turisztikai irodák honlapja, ötödikek a sorban az utazási irodák és csak őket követi a social média (szállások, szolgáltatók, éttermek profiljai). A hagyományos információs csatornák , mint újságok, TV, rádió a sor végén található.

A foglalásokat leginkább online bonyolítják, utazási irodák szerepe itt a középmezőnyben van, de nem elhanyagolható.

A felmérés kitért arra is, hogy a következő évben hová tervezik a fő utazásokat és mennyi időre. A megkérdezettek fele úgy nyilatkozott, hogy belföldön marad, a nyaralásra szánt idő leginkább a 4-13 éjszakás kategóriában volt a legjellemzőbb. Sokan terveznek egyébként 3 éjszakás rövidebb utazást is, minden harmadik megkérdezett nyilatkozott így.

Forrás: Flash Eurobarometer Preferences of Europeans Towards Tourism, 2016 March

Az utazási irodai mélyinterjúk szerint a román vendégek évente háromszor, vagy még több alkalommal utaznak. Fő utazásuk egyértelműen nyáron van, de az ünnepek idején nagy gyakorisággal utaznak, akár külföldre is. Fő úticéljuk Magyarországon Budapest és a Kelet-Magyarországi fürdővárosok, elsődlegesen Hajdúszoboszló és Gyula. Fő motivációjuk a családi pihenés, barátokkal közös élményszerzés. Magyarországon fő nyaralásra 7-10 napot terveznek, 2-3 éjszakára akár négy alkalommal is eljönnek évente. Kedvelik a magasabb kategóriájú szállodákat, főleg a wellness szállodákat, igénybe is veszik a termálvizes élményeket, wellness kezeléseket, gyógykúrákat. A mélyinterjú is visszaigazolta, hogy az ismerősök, barátok, családtagok véleménye sokat számít, de szívesen gyűjtenek információkat weboldalokról és az utazási irodák ajánlataiból, akár személyesen is. Az utazások során egyre többen használnak mobil applikációkat. Egyértelmű vélemény volt, hogy autóval közlekednek Magyarország irányába és nagyon fontos számukra a szállásokkal és egyéb szolgáltatásokkal kapcsolatos minőségi színvonal, az ár, érték arány. Szeretik, ha foglalkoznak velük, saját nyelvükön kommunikálnak velük.

A fő nyaralás során hajlandóak a szálláshelyről kimozdulni, kirándulnak is a környéken, a hétvégi utazásoknál nem jellemző a mobilitás.

Magyarországon ismerik Hajdúszoboszlót, Gyulát, Debrecent, Nyíregyházát, a wellness, a gyógyfürdőzést, a fürdőkultúra ismert és elismert, de nevesítették a Nyíregyházi Állatparkot is.

4.2. Lengyelország

A népesség száma 2018.évben 38 millió fő volt.

A GDP 2018.évben 1 126 milliárd USD, az egy főre jutó GDP 29 600 USD . A munkanélküliség aránya 2018.évben 4,9% , az internethasználat aránya 78,2%, a világ küldőpiacainak rangsorában 35.helyen állnak.

A UNWTO-nak az országok folyó fizetési mérlegén alapuló, turisztikai kiadásokra vonatkozó előzetes adatai szerint 2017-ben a lengyel utazók 9,6 milliárd USD-t költöttek külföldi utazásra (közlekedési kiadások nélkül), ami 11,0%-os növekedést jelent az előző évhez képest (helyi valutában számítva). A 2018-es nemzetközi turisztikai költési rangsorban

Lengyelország a 35. legnagyobb küldőpiac.

A legfrissebb rendelkezésre álló adatok alapján 2017-ben 12 millió turista tett többnapos nemzetközi utazást, ami 6,2%-os növekedést jelentett 2016-hoz képest.

Európában az elérhető adatszolgáltatások alapján a kereskedelmi szálláshelyeken a lengyel vendégéjszakák száma Szlovéniában, Szerbiában, Lettországból és Belgiumban jelentősen, 15 % fölötti volt a növekedés, míg Magyarországon 2018-ban csökkent a lengyel vendégéjszakák száma.

Magyarország mint úti cél, a 2018.évi lengyel vendégforgalom vonatkozásában az alábbi jellemzőkkel bír:

A küldőpiaci rangsorban 6. a magyarországi kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégéjszakái szerint. Az átlagos tartózkodási idő a kereskedelmi szálláshelyeken 2,6 éj. A vendégéjszakák száma 755 887, a szállodák igénybevétele (a szállodákban regisztrált vendégéjszakák aránya az összes vendégéjszakából) 52,8%. A lengyel turisták piaci részesedése Magyarországon a költés alapján 2 %.

Költési szerkezetükben a szállás és vendéglátás első helyen áll, ezt követi a közlekedés és az egyéb árucikk.

Részletes adatok a 4.sz mellékletben.

Budapest részesedése alacsony, a vendégek 34,4 %-a , a vendégéjszakák 25,8 %-a realizálódott Budapesten.

Legtöbben szabadidős céllal érkeznek hozzánk Lengyelországból.

Az Eurostat felmérése a lengyel állampolgárok között az alábbi eredményt hozta: 2018-ban közel 20 millió utazást regisztráltak a 15 éves és idősebb korcsoportban (akik legalább egy úton részt vettek), ami a korcsoport 61,9 százalékát érintette és az előző évhez képest 4,5 százalékos emelkedést mutat.

Ugyanez a csoport 60,5 millió utazáson (egy utas egynél több úton is) vett részt, ebből 47,7 millió belföldi és 12,7 millió külföldi utazást jelent.

A belföldi utazások 60,6 százalékban rövidek, míg a külföldi utazások 80,2 százalékban hosszabb időjűek voltak.

A lengyel állampolgárok összesen 72,1 millió utazást indítottak (természetesen egy utas több úton is részt vehetett) Ez 5%-os növekedés az előző évhez képest.

Az utazások 80%-a belföldre irányult, 20% volt kiutazás, ahol jellemzően 5 vagy több napra utaztak.

A külföldi utakon 31.400 millió lengyel zlotyt költöttek. Ez 11,4%-os növekedés a korábbi évhez képest.

A külföldre utazók száma 2018-ban 8,13 millió volt, ez 10,5%-os növekedés az előző évhez képest.

5,658 millióan utaztak repülővel, ez 73,3 %-a az összes utazásnak, 2,140 millió határátlépést regisztráltak úton, vasúton, vagy folyami határon.

31 700 utazást a tengeri kikötőkben regisztráltak.

Forrás: Eurostat

Leginkább szabadidős céllal érkeznek a lengyel vendégek is hozzánk.

Az utazási irodai mélyinterjúkból kiderült, hogy a lengyel utazási irodák által Magyarországra utaztatott vendégek általában évente többször járnak Magyarországon. Egy fő nyaralásuk van, de évente akár kétszer, Dél-Lengyelországból akár 3-4 alkalommal is jönnek.

Nyáron és a lengyel nemzeti ünnepek idején jönnek Magyarországra legjellemzőbben, de a gyermek nélküli célcsoport szívesen utazik szeptemberben, illetve a síelni nem tudó és/vagy nem akaró lakosság a februári két hetes síszünetben is utazik. A síszünet egyébként nem egy időpontban van kiadva Lengyelországban, vajdaságok szerint más-más februári időpontokban.

A második, vagy sokadik utazásuk időpontja a Karácsonyi és Húsvéti szünetekre is eshet.

Egyéni szervezésben látogatják jellemzően Budapestet, a fürdővárosokba és Budapestre már szívesen igénybe veszik az utazási irodákat is.

Nyaralás céllal utaznak leginkább, főleg a családok, de a wellness és gyógyturizmus is kiemelt utazási forma náluk. Az incentive turizmus sem elhanyagolható, de nem annyira jellemző.

Leginkább 4-7 napra utaznak, gyakori az egy hetes tartózkodás, de nem ritka a 7-14 napos sem.

A négy csillagos szállodákat szeretik, főleg a wellness és gyógyturizmus résztvevői, az apartmanok a nyaralás során kedvelt szálláshelyek, főleg a családok és nagyobb baráti társaságok körében.

Autóval érkeznek Magyarországra leginkább, a távolságok miatt a repülő utazás nem indokolt, de ritkán vonattal is érkeznek lengyel turisták. A lengyel vendégek számára fontos a szolgáltatások színvonala és az ár/érték arány.

Hajlandóak kimozdulni az adott szálláshelyről, szívesen kirándulnak a környéken, hajlandóak nagyobb távolságokat is megtenni az élményekért. Szeretik a kulináris programokat, gasztronómiai túrákat, borkóstolókat, de hajlandóak kerékpárt is bérelni és aktív programokon is részt venni, vagy akár kulturális attrakciókat is meglátogatni és programokon részt venni.

Weboldalokról tájékozódnak jellemzően, ismerősök ajánlásai fontosak számukra, a TV-nek még mindig nagy jelentősége van, de nem a reklámoknak, hanem a magazin műsoroknak-tematikusan, utazási magazinok)

A lengyel vendég nem kifejezetten mobil applikáció használó, a fiatalabb korosztály természetesen alkalmazza.

Szívesen utaznak Kelet-Magyarországra, a fürdővárosokat ismerik, főleg Hajdúszoboszló, Nyíregyháza, Kisvárdá népszerű körökben. A Sóstó ZOO kifejezetten családok számára vonzó turisztikai attrakció, a felmérés során nevesítették is.

Magyarországra vonatkozóan megállapíthatjuk, hogy a földrajzi közelség és a két nemzet közötti szimpátia miatt továbbra is potenciális turisztikai célpontot jelenthet Kelet-Magyarország a lengyel utazók számára.

A Magyarországra érkező lengyel látogatók főbb mutatói, 2018

	Érkezés		Költés		Fajlagos költés ^{d)}	
	ezer fő	változás, %	millió Ft	változás, %	Ft	változás, %
Összes látogató ^{a)}	2 465	9,0	54 080	24,6	21 939	14,3
Turisztikai céllal érkező látogatók ^{b)}	511	19,7	42 344	36,2	82 865	13,8
Szabadidős cél	488	26,4	40 210	45,4	82 398	15,0
VFR ^{c)}	52	44,4	3 002	38,2	57 731	-4,4
Egészségturisztikai cél	33	0,0	2 513	75,5	76 152	75,5
Üzleti cél	23	-43,9	2 134	-37,8	92 783	10,8

Forrás: KSH

4.3 Olaszország

A népesség száma 2018.évben 62,2 millió fő volt.

A GDP 2018.évben 2 317 milliárd USD, az egy főre jutó GDP 38 200 USD . A munkanélküliség aránya 2018.évben 11,3% , az internethasználat aránya 92,5%, a világ küldőpiacainak rangsorában 10.helyen állnak.

A UNWTO-nak az országok folyó fizetési mérlegén alapuló, turisztikai kiadásokra vonatkozó előzetes adatai szerint 2017-ben az olasz utazók 30,1 milliárd USD-t költöttek külföldi utazásra (közlekedési kiadások nélkül), ami 3,8 %-os növekedést jelent az előző évhez képest (helyi valutában számítva). A 2018-es nemzetközi turisztikai költési rangsorban Olaszország a 10. legnagyobb küldőpiac.

A legfrissebb rendelkezésre álló adatok alapján 2017-ben 31,8 millió turista tett többnapos nemzetközi utazást, ami 3,1%-os növekedést jelentett 2016-hoz képest.

2018-ban jelentősebb, 10 % körüli növekedés figyelhető meg az olasz vendégéjszakák számában Litvániában, Máltán, Dániában, Belgiumban, Hollandiában, Norvégiában, Németországban és Szlovákiában a kereskedelmi szálláshelyeken. míg Magyarországon 1,8 %-kal csökkent az olasz vendégéjszakák száma.

Magyarország mint úti cél, a 2018. évi olasz vendégforgalom vonatkozásában az alábbi jellemzőkkel bír:

A küldőpiaci rangsorban 7. a magyarországi kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégéjszakái szerint. Az átlagos tartózkodási idő a kereskedelmi szálláshelyeken 2,8 éj. A vendégéjszakák száma 689 199, a szállodák igénybevétele (a szállodákban regisztrált vendégéjszakák aránya az összes vendégéjszakából) 89 % Az olasz turisták piaci részesedése Magyarországon a költés alapján 2,7 %.

Budapest részesedése alacsony, a vendégek 81,1 %-a , a vendégéjszakák 82,9 %-a realizálódott Budapesten.

Olaszország hagyományosan jelentős küldőpiacnak számít, a világ küldőpiaci rangsorában - 2018 (nemzetközi turisztikai költés szerint) a 10. helyen áll.

Költési szerkezetükben a szállás és vendéglátás első helyen áll, ezt követi az egyéb árucikk és közlekedés.

A Magyarországra érkező olasz látogatók főbb mutatói, 2018

	Érkezés		Költés		Fajlagos költés ^{d)}	
	ezer fő	változás, %	millió Ft	változás, %	Ft	változás, %
Összes látogató ^{a)}	739	+2,1	60 609	+8,5	82 015	+6,3
Turisztikai céllal érkező látogatók ^{b)}	514	+29,5	55 578	+7,4	108 128	-17,0
Szabadidős cél	459	+19,2	50 917	+0,9	110 930	-15,3
VFR ^{c)}	36	-16,3	3 075	-47,1	85 417	-36,8
Egészségturisztikai cél	15	-28,6	1 390	-54,1	92 667	-35,7
Üzleti cél	55	+358,3	4 662	+260,0	84 764	-21,5

Forrás: KSH

Részletes adatok a 6.sz mellékletben.

Phocuswright Italian Online Travel Report 2015.évi publikációja alapján az olasz utazási piacról az alábbi jellemzők mondhatók el:

A fogyasztói bizalom növekszik, ebből következően általános optimizmus figyelhető meg az ország utazási piacán. A teljes foglalás mértéke 2014-ben 1%-kal, 2015-ben pedig 2%-kal bővült elérve a 21 milliárd eurót. A 2015-ös évet minden utazási piaci szegmens bevételnövekedéssel zárta, kivéve a hagyományos légitársaságokat, amelyek számára továbbra is erős konkurenciát jelentenek a fapados és egyéb külföldi légitársaságok. Az utazási szolgáltatók közül az utazásszervezők esetében a legnagyobb a növekedés (+5%), őket követik a fapados légitársaságok, vasúttársaságok és az autókölcsönzők 4%-os növekedéssel.

Az alacsony olajárak, a valutaleértékelés és a Földközi-tenger déli régióiban tapasztalható bizonytalanságok együttesen hozzájárultak a fogyasztók utazási kiadásainak növekedéséhez, ezen belül is a belföldi turizmus régóta várt élénküléséhez. 2015-ben rekordszámú olasz tervezett üdülést és az első számú célpont Olaszország volt, Franciaországot, Spanyolországot és Görögországot megelőzve. Mindemellett a leértékelt euró sok külföldi számára nyújtott kedvező üdülési lehetőségeket Olaszországban.

Az utazások online foglalásának aránya Olaszországban 38%, ami az egyéb európai piacokkal összehasonlítva viszonylag alacsony. Skandináviában ugyanez az arány 63%, az Egyesült Királyság utazási piacának pedig több mint felét adja az online foglalás. Olaszország mindössze 6%-ot képvisel a teljes európai online utazási piacon és 8%-át adja a teljes európai utazási piacnak.

A mobiltelefon elterjedtsége az egyik legnagyobb arányú Olaszországban. A lakosság 61%-a rendelkezik okostelefonnal, és 29%-a tablettel is. A telekommunikációs cégek erőteljes fejlesztéseinek köszönhetően a 4G technológia az olaszok 84%-a számára elérhető.

A mobileszközök kiemelkedően fontos szerepet fognak betölteni a jövőben az olasz utazási piacon. A mobilos utazási vásárlásból származó bevétel 2015-ben 50%-kal (1,5 milliárd euróra) nőtt 2014-hez képest. Minden utazási szolgáltató további jelentős növekedést vár a mobilos értékesítés terén, és ennek megfelelően fejlesztik a felhasználók számára minél kényelmesebb, hatékonyabb alkalmazásaikat.

Forrás: Phocuswright Italian Online Travel Report Eleventh Edition (megjelenés: 2015. december)

A mélyinterjú eredményei alapján elmondható, hogy az olasz turisták évente több alkalommal utaznak, minimum két alkalommal, leginkább nyáron. A megkérdezett utazási irodák kizárólag Budapestre utaztatnak, 4-7 napot töltenek Magyarországon az utasai és 4 - 5 csillagos szállodában szállnak meg. Általában repülővel érkeznek, a szállás és programok tervezésekor az ár fontos szerepet játszik, a magyarországi tartózkodás során az aktív programok iránt érdeklődnek leginkább- szívesen bérelnek kerékpárt, elektromos rollert- és az utazási irodától kapott tájékoztatás, információk segítik őket az utazásuk megtervezésekor és az utazási döntés meghozatalakor. Az utazásuk, itt tartózkodásuk során minden esetben használnak mobil applikációt. Kelet-Magyarországot nem ismerik, éppen ezért nem is szerepelnek Észak-alföldi ajánlatok az utazási irodai portfóliókban. (forrás: mélyinterjúk utazási irodákkal)

5. SWOT analízis

SWOT elemzést készítettünk mindhárom a három desztináció vonatkozásában a régió által lefedett egészségturisztikai szolgáltatásokkal kapcsolatban

Románia

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> • Könnyen meg tudják közelíteni az Észak-alföldi régiót, határ menti régió • Ismerik Kelet-Magyarországot és pozitív kép él bennük a térségről • Számukra nyugati desztináció a régió, trendi Magyarországra utazni • Általában tudják, hogy termálvíz-kincsben gazdag a régió • Ismerik a megyeszékhelyek fürdőit és a közvetlen határmenti fürdőket • Megfelelő minőségű szálláshelyeket találnak • Az ünnepnapokon gyakran utaznak, közeli uticélokot választanak 	<ul style="list-style-type: none"> • Sok helyen em megfelelő a célcsoport orientált látogatómenedzsment - kivéve a hagyományos románia vendégforgalmat bonyolító fürdővárosokban (Hajdúszoboszló) • Helyszíni tájékoztatás – román nyelven is elérhető információs rendszer hiánya • Román nyelvtudás hiánya a szolgáltatónál • Helyi TDM, Tourinform szervezet hiánya • Célcsoport orientált marketing-kommunikáció hiánya, alacsony színvonala helyi és térségi szinten • Egységes turisztikai marketing hiánya
Lehetőségek:	Veszélyek:
<ul style="list-style-type: none"> • Folyamatosan javul Romániában is az infrastruktúra, autópálya építése folyamatban van • Növekszik a fizetőképes kereslet, folyamatosan emelkedik a Romániából érkező vendégek és vendégj- 	<ul style="list-style-type: none"> • Időjárási szélsőségek • Természeti és környezeti károk • Külső környezeti gazdasági hatások negatív változása • Versenytársak megjelenése, előretörése

<p>szakák száma</p> <ul style="list-style-type: none"> • Az Észak-alföldi régió szálláshelykínálata bővül, minőségi, magasabb színvonalú szálláshelyek jelennek meg • További fürdőfejlesztések valósulnak meg, még tovább javulnak a fürdőszolgáltatások • Szakmai együttműködések további erősödésére lehet számítani • Nyitottság az új, korszerű és innovatív megoldásokra a fürdők részéről • Csomagajánlatok bővítése a térségi szereplőkkel, amelyek változatos időtartamú utazásokra ösztönzik a potenciális turistákat • Növekvő kereslet a komplex turisztikai termékek, attrakciók iránt • Szezonalitás csökken 	<ul style="list-style-type: none"> • Források elapadása • Keresleti igények drasztikus változása • Képzett turisztikai szakemberek elvándorlása • Infrastrukturális beruházások elmaradása vagy elhúzódása • Együttműködés nem megfelelő szintje
---	---

Lengyelország

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> • Könnyen meg tudják közelíteni az Észak-alföldi régiót a földrajzi közelség miatt • Hagyományosan erős küldőpiac Lengyelország, hagyománya van a lengyel vendégforgalomnak • Ismerik Kelet-Magyarországot és pozitív kép él bennük a térségről • A családok körében népszerű a régió, szeretnek Magyarországi fürdővárosokba utazni • Ismerik a régió fürdőit • Megfelelő minőségű szálláshelyeket találnak • Számukra jó az ár/érték arány 	<ul style="list-style-type: none"> • Kevés a program, főleg az esti, zenés, szórakozási lehetőség • Nem megfelelő a célcsoport orientált látogatómenedzsment - kivéve a hagyományos lengyel vendégforgalmat bonyolító fürdővárosokban (Hajdúszoboszló, Nyíregyháza) • Helyszíni tájékoztatás – lengyel nyelven is elérhető információs rendszer hiánya • Lengyel nyelvtudás hiánya a szolgáltatóknál • Célcsoport orientált marketingkommunikáció hiánya, alacsony színvonala helyi és térségi szinten • Egységes turisztikai marketing hiánya
Lehetőségek:	Veszélyek:
<ul style="list-style-type: none"> • Folyamatosan javul az infrastruktúra • Az Észak-alföldi régió szálláshelykínálata bővül, minőségi, magasabb színvonalú szálláshelyek jelennek meg • További fürdőfejlesztések valósulnak meg, még tovább javulnak a 	<ul style="list-style-type: none"> • Csökkenő vendégforgalom • Időjárási szélsőségek • Természeti és környezeti károk • Külső környezeti gazdasági hatások negatív változása • Versenytársak megjelenése, előretörése • Források elapadása

<p>fürdőszolgáltatások</p> <ul style="list-style-type: none"> • Szakmai együttműködések további erősödésére lehet számítani • Nyitottság az új, korszerű és innovatív megoldásokra a fürdők részéről • Csomagajánlatok bővítése a térségi szereplőkkel, amelyek változatos időtartamú utazásokra ösztönzik a potenciális turistákat • Növekvő kereslet a komplex turisztikai termékek, attrakciók iránt • Szezonalitás csökken 	<ul style="list-style-type: none"> • Keresleti igények drasztikus változása • Képzett turisztikai szakemberek elvándorlása • Infrastrukturális beruházások elmaradása vagy elhúzódása • Együttműködés nem megfelelő szintje
---	---

Olaszország

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> • Erős fizetőképes kereslet megléte Magyarország vonatkozásában • Négycsillagos szállodák magas száma • A régió felkészült olasz turisták fogadására, minőségi szolgáltatásokat tud nyújtani 	<ul style="list-style-type: none"> • Nem ismerik a régiót • Budapesten kívül alig látogatnak meg más turisztikai desztinációt • Célcsoport orientált marketing-kommunikáció hiánya, alacsony színvonala helyi és térségi szinten • Egységes turisztikai marketing hiánya
Lehetőségek:	Veszélyek:
<ul style="list-style-type: none"> • Közvetlen Wizz Air járat Milánó és Debrecen között • Városlátogatás (citybreak) a jellemzően kedvelt termék, Debrecen bevezethető az olasz piacon • Az Észak-alföldi régió szálláshelykínálata bővül, minőségi, magasabb színvonalú szálláshelyek jelennek meg • További fürdőfejlesztések valósulnak meg, még tovább javulnak a fürdőszolgáltatások • Szakmai együttműködések további erősödésére lehet számítani • Nyitottság az új, korszerű és innovatív megoldásokra a fürdők részéről 	<ul style="list-style-type: none"> • Továbbra sem tekinti az olaszokat potenciális célcsoportnak a regionális turisztikai szakma • Külső környezeti gazdasági hatások negatív változása • Versenytársak hamarabb meglátják az olasz beutazó turizmusban rejlő lehetőségeket. • Források elapadása • Keresleti igények drasztikus változása • Képzett turisztikai szakemberek elvándorlása • Infrastrukturális beruházások elmaradása vagy elhúzódása • Együttműködés nem megfelelő szintje

<ul style="list-style-type: none">• Csomagajánlatok- városlátogatás köré építve- bővítése a térségi szereplőkkel, amelyek utazásokra ösztönzik a potenciális turistákat	
---	--

6. Összegzés

A gazdasági válság (2008-2009) után a gazdaság fejlődésével a világturizmus mutatói egy mélypont után emelkedő tendenciát mutatnak. A befolyásoló tényezők hatásainak kitéve, de folyamatos növekedés mutatkozik a hazai (beutazó) turizmus területén is.

Érdeemes ezeket a tényezőket elemezni, és a térség adottságainak, fogadókészségének, környezeti tényezőinek megfelelően kialakítani a stratégiát, mellyel nagyobb turistaforgalmat, színvonalasabb vendégkört célzunk meg.

Gazdasági tényezők: általánosan kijelenthetjük, hogy a gazdasági fejlődés, a növekvő munkabérek, a felhasználható szabadidő növekedése egyértelműen pozitív hatással van a turizmus növekedésére. Napi szinten befolyásoló tényező pl. az árfolyamváltozás, vagy a kőolaj árának változása, a közlekedési eszközök árszínvonalát. Európán belül figyelemmel kell lenni a térségi tendenciákra, pl. a Nyugat-Európából érkező turisták költési hajlandósága, lehetőségei egyértelműen mások, mint a nem eurót jegyző pl. Kelet-európai országokból érkező vendégek.

Fontos azt a hatást is figyelembe vennünk, ami a belföldi szolgáltatókra hat, mivel a turizmus résztvevői nagyrészt kisvállalkozások. A hazai turizmus legfontosabb előnye, hogy a belföldi tőke működésben tudja tartani, ezért a stabil gazdasági helyzet, kiszámítható adózási és jogszabályok pozitívan hatnak a kisebb, családi vállalkozásokra (ahogy természetesen a nagyobb, multi szinten működő vállalkozásokra is)

Politikai tényezők: az Európán belüli és a világban tapasztalható politikai változások, a felbukkanó feszültségek közvetlenül befolyásolják az utazási kedvet, a célország kiválasztását. Nagyon fontos kérdés lett a biztonság. Európán belül főként nagyobb küldő és fogadó országokban voltak olyan események, amik elbizonytalaníthatták az utazókat a célország kiválasztásában. Ebben a helyzetben kerültek Közép-Kelet-európai országok (köztük Magyarország is) a rangsorban előkelőbb helyre. Mivel Magyarország, különösen Kelet-Magyarország biztonságos fogadóterületek közé tartozik, számítani lehet a turizmus fejlődésére.

A társadalmi tényezők közvetlenül befolyást gyakorolnak a turizmus szereplőire. Sokrétű hatással lehetnek az utazást tervezőkre és a fogadó szolgáltatókra is. A generációk változásával újabb igények merülnek fel, a divat és az egyes országokról kialakult kép, mind befolyásolja a célország kiválasztását. Egyre több fiatal utazik a családtól függetlenül, akik számára az aktív programok, a felfedezés öröme jelentős befolyásoló tényező. Újabb trendek alakulnak ki, mint a gasztro-, borturizmus, az egészségmegőrzésre irányuló tevékenységek keresése, stb. Ezek a tényezők mind a tömezturizmus felszámolásához vezetnek, egyedi, egyéni értékekre helyeződik a hangsúly. Európán belül az utazók kevesebb időt töltenek egyhuzamban egy újabb desztináció felfedezésére.

A környezeti változások, elsősorban a klímaváltozás hangsúlyos befolyással bír a turizmusra, a környezeti katasztrófák, a vízhiány, a szélsőséges időjárás hatására előtérbe kerülnek azok a térségek, ahol ezek a hatások kevésbé érvényesülnek. Ebből a szempontból is előnyös Magyarország, illetve Kelet-Magyarország helyzete. Ezt az előnyt kell kihasználni a turizmus javára.

Földrajzi, geológiai szempontból is előnyt élvez a térség, mivel termál vízkészlete nagy lehetőség a turizmus számára.

Javaslatok a Termál Egészségipari Klaszter fürdőinek és szállodáinak:

- Célcsoport orientált látogatómenedzsment képzése: nagyon fontos, hogy saját nyelvükön elérhető információ legyen a fogadó területen (tájékoztató felületek, irányító táblák, prospektusok, étlapok, stb.)
- Célcsoport orientált marketing kommunikáció helyi és térségi, regionális vonatkozásban
 - print és online megjelenések saját nyelven történjenek
 - social média szerepe nagy, érdemes kihasználni
 - mobil applikáció kifejlesztése segíti a desztinációk turisztikai kínálatának piacravitelét, megkönnyíti az utazási döntések meghozatalát és a helyben történő tájékozódást
 - online értékesítés szerepének növelése
 - partnerkapcsolatok építése utazási irodákkal

- Együttműködés a szakmai szervezetekkel (TDM, Tourinform iroda, MTÜ)
- Szakmai vásárokon, work-shopokon való részvétel, megjelenés
- Együttműködés a Magyar Utazási Irodák Szövetségével, akik összefogják az utazásszervező cégeket és a célországokban tapasztalattal, kapcsolatokkal rendelkeznek. Az együttes megjelenés támogatása is előrevivő lehet, mivel minden félnek érdeke, hogy több turista utazzon a térségbe.
- Study tourok szervezésével hatékonyan, kisebb költségek mellett elérhetővé válnak az érintett utaztatók, szervezők. A személyes élmény nagyon eredményességgel működik, ezáltal a potenciális vevőket is hitelesebben tudják tájékoztatni az értékesítők.
- Az online értékesítés nagy jelentőségű, de a célközönség elérésében utazásszervező cégek bevonása belföldön és külföldön is előnnyel jár.
- A második lépcsőfok a már ide érkező turisták színvonalas kiszolgálása. Ide tartozik a szakmai felkészültség, a nyelvtudás és a fogadószemélyzet emberi hozzáállása.
- A munkáltatóknak, cégeknek érdekük a folyamatos fejlesztés, szakmai képzés.
- A Termál Egészségipari Klaszter szervezetben rejlő potenciál kiaknázása, a működés támogatása, közös akciókban aktív részvétel.

Forrás:

1. Központi Statisztikai Hivatal www.statinfo.hu
2. Magyar Turisztikai Ügynökség <https://mtu.gov.hu/cikkek/kutatasok-elemzesek>
3. Magyar Turisztikai Ügynökség <https://mtu.gov.hu/cikkek/kuld-piacaink>
4. Flash Eurobarometer Preferences of Europeans Towards Tourism, 2016 March
5. Phocuswright Italian Online Travel Report Eleventh Edition
6. TRENDS OF TOURIST DEMAND IN ROMANIA. POSITIONING OF RURAL TOURISM AMONG THE TOURIST PREFERENCES Daniel Avram1 The Bucharest University of Economic Studies
7. <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/utazasi-trendek-2020-ra>

Mellékletek:

1. Piaci pillanatfelvétel: Románia, 2018
2. Fókuszban : Románia a keresletfelmérési adatok alapján, 2018
3. Piaci pillanatfelvétel: Lengyelország, 2018
4. Fókuszban: Lengyelország a keresletfelmérési adatok alapján, 2018
5. Piaci pillanatfelvétel: Olaszország, 2018
6. Fókuszban: Olaszország a keresletfelmérési adatok alapján, 2018
7. Pdf Flash Eurobarometer Preferences of Europeans Towards Tourism, 2016 March
8. Utazási trendek 2020.évre

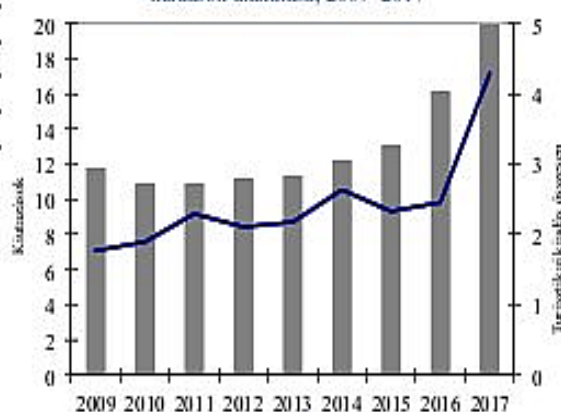
A küldőpiac főbb jellemzői

	21,5
GDP (milliárd USD), 2018 ^(a)	441
Az egy főre jutó GDP (USD), 2018 ^(a)	22 300
	5,9%
	62,8%

• A UNWTO-nak az országok folyó fizetési mérlegén alapuló, turisztikai kiadásokra vonatkozó adatai szerint 2017-ben az előző évhez képest jelentősen 74,5%-kal nőtt a romániai utazók összes turisztikai kiadása, 4,2 milliárd USD-t tett ki. 2010-hez képest 2017-re a nemzetközi turisztikai kiadások 126,2%-kal növekedtek.

• A rendelkezésre álló adatok alapján 2017-ben közel 20 millió turista tett többnapos nemzetközi utazást, ami jelentős, 23,7%-os növekedést jelentett 2016-hoz képest.

A román kiutazások számának és a nemzetközi turisztikai kiadások alakulása, 2009–2017



■ Többnapos kiutazások száma (millió fő) — Turisztikai kiadás összesen (milliárd USD)

Legalább egyéjszakás külföldi utazások száma,

2017: 19 953 ezer kiutazás

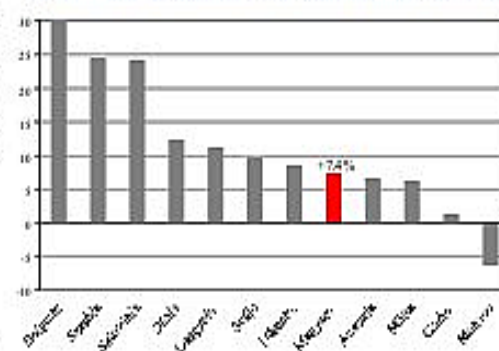
Turisztikai kiadások^(b), 2017: 4 228 millió USD

Forrás: UNWTO Compendium of Tourism Statistics

Európa, ezen belül Magyarország pozíciója Romániában

Az elérhető adatszolgáltatások alapján a kereskedelmi szálláshelyeken a romániai vendégéjszakák száma Belgiumban, Szerbiában és Szlovéniában jelentősen. Magyarországon 2018-ban 7,4%-kal nőtt a romániai vendégéjszakák száma.

Magyarország pozíciója az európai versenyben a vendégéjszakák számának változása alapján, 2018 (%)



A vendégéjszakák növekedési ütemét a jobb oldali ábra mutatja.

Az előző évhez képest, összes szálláshely/szállodák adatai.

Forrás: TourMIS (2019.05.07.)

Magyarország mint úti cél jellemzői

Helyezés a küldőpiaci rangsorban, 2018

(a magyarországi kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégéjszakái szerint) 9.

Átlagos tartózkodási idő a kereskedelmi szálláshelyeken, 2018 2.0 éj

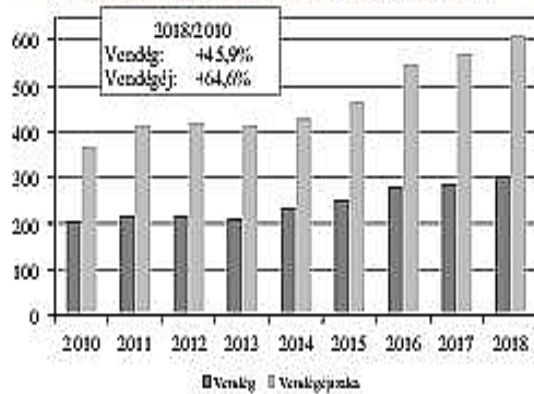
Vendégéjszakák száma, 2018 610 215

Szállodák igénybevétele, 2018

(a szállodákban regisztrált vendégéjszakák aránya az összes vendégéjszakából) 78,7%

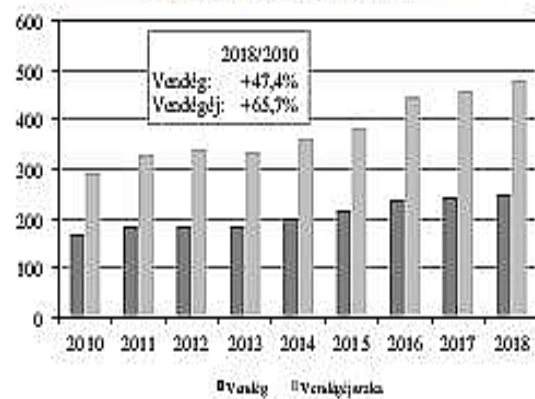
A romániai turisták piaci részesedése Magyarországon a költés alapján, 2018 4,7%

A romániai vendégforgalom alakulása a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken, 2010–2018 (ezer)



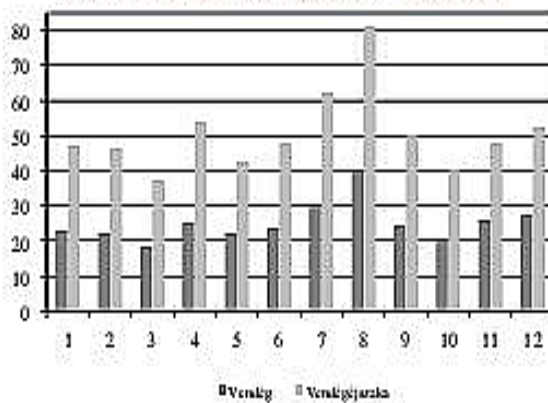
Vendégek száma, 2018: 301 339 (+5,1%; 2017-hez)
Vendégéjszakák száma, 2018: 610 215 (+7,2%; 2017-hez)
Forrás: KSH

A romániai vendégforgalom alakulása a magyarországi szállodákban, 2010–2018 (ezer)

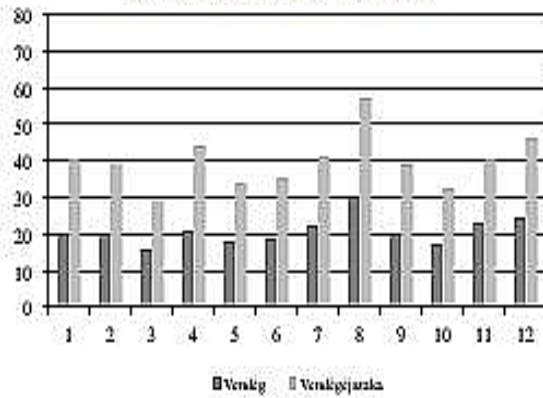


Vendégek száma, 2018: 251 210 (+3,9%; 2017-hez)
Vendégéjszakák száma, 2018: 479 773 (+5,0%; 2017-hez)
Forrás: KSH

A romániai vendégforgalom alakulása a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken, 2018. 1–12. hó (ezer)



A romániai vendégforgalom alakulása a magyarországi szállodákban, 2018. 1–12. hó (ezer)



Budapest szerepe a romániai beutazó turizmusbán

Kereskedelmi szálláshelyek	2010	2018	2018/2010	Budapest aránya ^{d)}	2018. 1–12. hó	2018. 1–12. hó / 2017. 1–12. hó
Vendég	93 439	109 137	+17,5%	36,2%	109 137	+0,2%
Vendégéjszaka	154 937	199 232	+29,0%	32,8%	199 232	+3,6%

Forrás: KSH

Megjegyzések:

^{a)} Becsült adat; ^{b)} Közlekedés és turizmus; ^{d)} Budapest aránya az összes romániai vendégforgalomhoz viszonyítva, 2017.

Források:

[The CIA World Factbook](#); [Internet World Stats](#); [UNWTO World Tourism Barometer](#); [UNWTO Compendium of Tourism Statistics electronic dataset \(2018.05.08.\)](#); [TourMIS \(2018.05.08.\)](#); [Központi Statisztikai Hivatal](#); [Magyar Turisztikai Ügyváltóság](#)

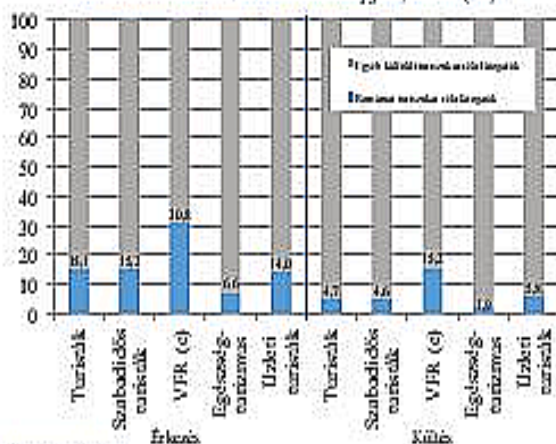
Forrásként kérjük a Magyar Turisztikai Ügyváltóságot is megjelölni. Az MTÜ semmilyen felelősséget nem vállal az adatok alapján hozott üzleti döntésekért, az adatok bármilyen jellegű felhasználása következményeért.

A Magyarországra érkező romániai látogatók főbb mutatói, 2018

	Érkezés		Költés		Fajlagos költés ^{d)}	
	ezer fő	változás, %	millió Ft	változás, %	Ft	változás, %
Összes látogató ^{a)}	12 166	+7,2	171 559	+9,2	14 102	+1,9
Turisztikai céllal érkező látogatók ^{b)}	3 612	+0,3	73 762	-8,8	20 421	-9,0
Szabadidős cél	3 434	-2,7	66 553	-10,7	19 381	-8,2
VFR ^{c)}	1 600	-8,8	25 279	+3,5	15 799	+13,5
Egészségturisztikai cél	190	100,0	3 857	+94,5	20 300	-2,7
Üzleti cél	178	150,7	7 210	+14,1	40 506	-54,5

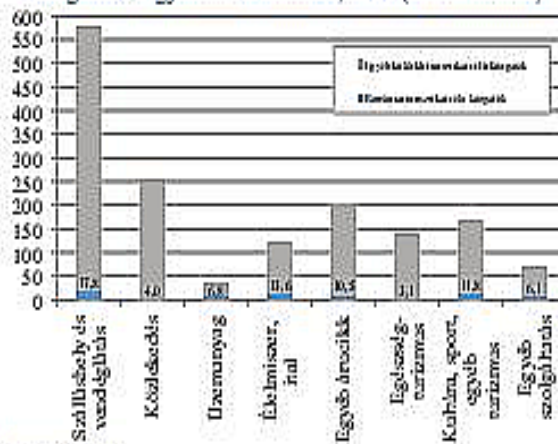
Forrás: KSH

A romániai turisztikai célú látogatók^{b)} piaci részesedése az érkezések száma és a költés alapján, 2018 (%)



Forrás: KSH

A Magyarországra érkező romániai turisztikai célú látogatók^{b)} fogyasztási szerkezete, 2018 (milliárd forint)



Forrás: KSH

A külföldi és romániai turisztikai célú látogatók főbb mutatói a közlekedési eszköz szerint, 2017^{a)}

	Összes turisztikai célú látogatók ^{b)}			Romániai turisztikai célú látogatók ^{b)}		
	Érkezés ezer fő	Költés millió Ft	Fajlagos költés ^{d)} Ft	Érkezés ezer fő	Költés millió Ft	Fajlagos költés ^{d)} Ft
Légi úton	5 441	854 711	157 087	233	22 233	95 421
Közúton	49 521	977 702	19 743	11 121	134 832	12 124

Forrás: KSH

Megjegyzések:

^{a)} Turisztikai és nem turisztikai (vásárlási, áruvizitációs, tanulási és munkavégzési) céllal érkezők; ^{b)} Szabadidős és üzleti turisztikai céllal érkező látogatók; ^{c)} Visiting friends and relatives = rokonok és barátok meg látogatása; ^{d)} Egy utazásra jutó költés (MTÚ számítás) ^{e)} Ezek az adatok 2018-ra vonatkozóan 2019 nyarán lesznek elérhetők.

Források: Központi Statisztikai Hivatal; Magyar Turisztikai Ügyvisszakeresés

Forrásként kérjük a Magyar Turisztikai Ügyvisszakeresést is megjelölni. Az MTÜ semmilyen felelősséget nem vállal az adatok alapján hozott üzleti döntésekért, az adatok bármilyen jellegű felhasználásának következményeért.

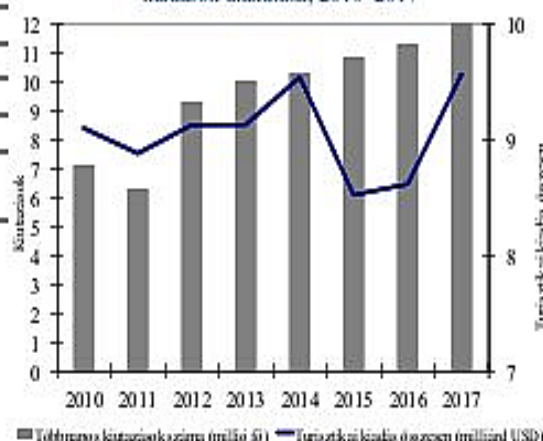
A küldőpiac főbb jellemzői

A népesség száma (millió fő), 2018 ^{a)}	38,
GDP (milliárd USD), 2018 ^{a)}	1 126
Az egy főre jutó GDP (USD), 2018 ^{a)}	29 600
A munkanélküliség aránya, 2018 ^{a)}	4,9%
Az internethasználat aránya, 2018 ^{a)}	78,2%
Helyezés a világ küldőpiaci rangsorában, 2018 (nemzetközi turisztikai költés szerint)	35.

• A UNWTO-nak az országok folyó fizetési mérlegén alapuló, turisztikai kiadásokra vonatkozó előzetes adatai szerint 2017-ben a lengyel utazók 9,6 milliárd USD-t költöttek külföldi utazásra (közlekedési kiadások nélkül), ami 11,0%-os növekedést jelent az előző évhez képest (helyi valutában számítva). A 2018-es nemzetközi turisztikai költési rangsorban Lengyelország a 35. legnagyobb küldőpiac.

• A legfrissebb rendelkezésre álló adatok alapján 2017-ben 12 millió turista tett többnapos nemzetközi utazást, ami 6,2%-os növekedést jelentett 2016-hoz képest.

A lengyel kiutazások számának és a nemzetközi turisztikai kiadások alakulása, 2010–2017



Legnagyobb egyéjszakás külföldi utazások száma, 2017: 12 millió kiutazás

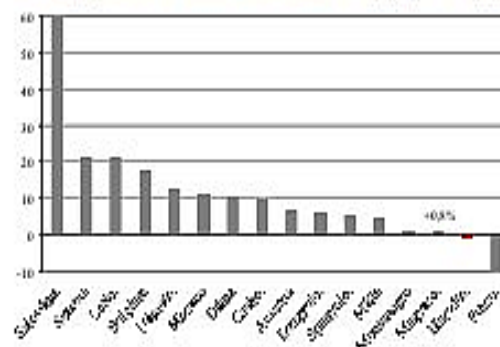
Turisztikai kiadások^{b)}, 2017: 9,6 milliárd USD

Forrás: UNWTO Compendium of Tourism Statistics

Európa, ezen belül Magyarország pozíciója Lengyelországban

2018-ban kiugró növekedés figyelhető meg a lengyel vendégéjszakák számában Szlovéniában. Szerbiában, Lettországon és Belgiumban is jelentős, 15% fölötti volt a növekedés. Magyarországon 0,4%-kal nőtt a lengyel vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken. Finnország esetében volt csökkenés 2018-ban.

Magyarország pozíciója az európai versenyben a vendégéjszakák számának változása alapján, 2018 (%)



A vendégéjszakák számának alakulását a jobboldali ábra mutatja.

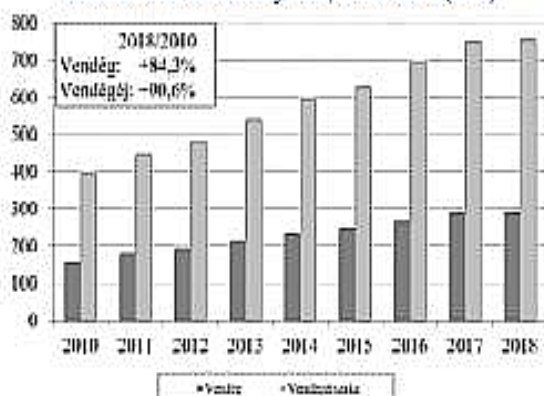
Az előző év azonos időszakához képest, összes szálláshely/szállodák adatai.

Forrás: TourMIS (2019.05.07.)

Magyarország mint úti cél jellemzői

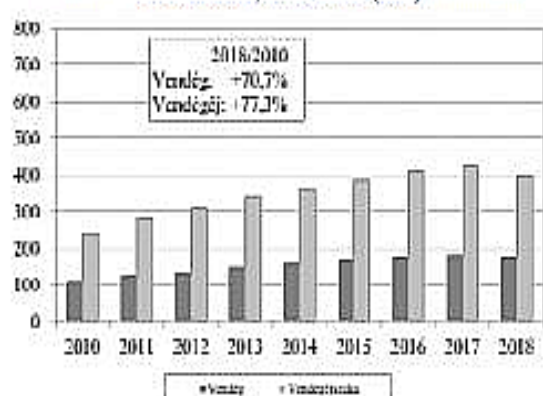
Helyezés a küldőpiaci rangsorban, 2018 (a magyarországi kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégéjszakái szerint)	5.
Átlagos tartózkodási idő a kereskedelmi szálláshelyeken, 2018	2,6 éj
Vendégéjszakák száma, 2018	755 887
Szállodák igénybevétele, 2018 (a szállodákban regisztrált vendégéjszakák aránya az összes vendégéjszakából)	52,8%
A lengyel turisztikai célú látogatók piaci részesedése a költés alapján, 2018	2,0%

A lengyel vendégforgalom alakulása a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken, 2010-2018 (ezer)



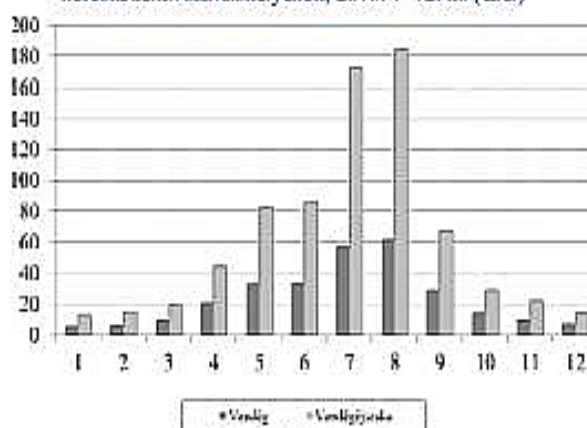
Vendégek száma, 2018: 290 613 (+1,1% 2017-hez képest)
Vendégéjszakák száma, 2018: 755 887 (+0,8% 2017-hez képest)
Forrás: KSH

A lengyel vendégforgalom alakulása a magyarországi szállodákban, 2010-2018 (ezer)

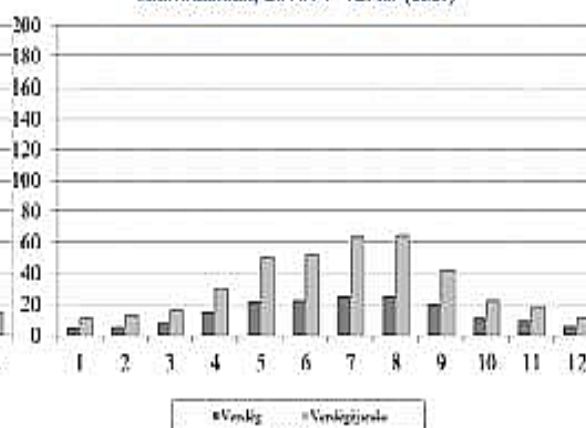


Vendégek száma, 2018: 175 747 (-3,4% 2017-hez képest)
Vendégéjszakák száma, 2018: 395 097 (-7,7% 2017-hez képest)
Forrás: KSH

A lengyel vendégforgalom alakulása a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken, 2018. 1-12. hó (ezer)



A lengyel vendégforgalom alakulása a magyarországi szállodákban, 2018. 1-12. hó (ezer)



Budapest szerepe a lengyel beutazó turizmusbán

Kereskedelmi szálláshelyek	2010	2018	2018/2010	Budapest aránya ^{d)}	2018. 1-12. hó	2018. 1-12. hó/2017. 1-12. hó
Vendég	72 872	97 798	+36,6%	34,4%	97 798	-5,6%
Vendégéjszaka	145 072	192 644	+33,9%	25,8%	192 644	-6,2%

Forrás: KSH

Megjegyzések:

^{a)} Becsült adat; ^{b)} Közlekedés és turizmus; ^{c)} Előzetes adat; ^{d)} Budapestaránya az összes lengyel vendégforgalomhoz viszonyítva, 2018.

Források:

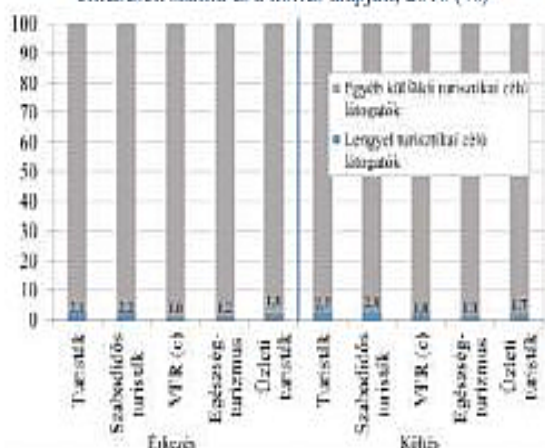
[The CIA World Factbook](#); [Internet World Stats](#); [UNWTO World Tourism Barometer](#); [UNWTO Compendium of Tourism Statistics electronic dataset \(2018.05.24\)](#); [TourMIS \(2019.05.07\)](#); [Központi Statisztikai Hivatal](#); [Magyar Turisztikai Ügyvénkség](#)

Forrásként kérjük a Magyar Turisztikai Ügyvénkséget is megjelölni. Az MTÜ semmilyen felelősséget nem vállal az adatok alapján hozott üzleti döntésekért, az adatok bármilyen jellegű felhasználása következményeért.

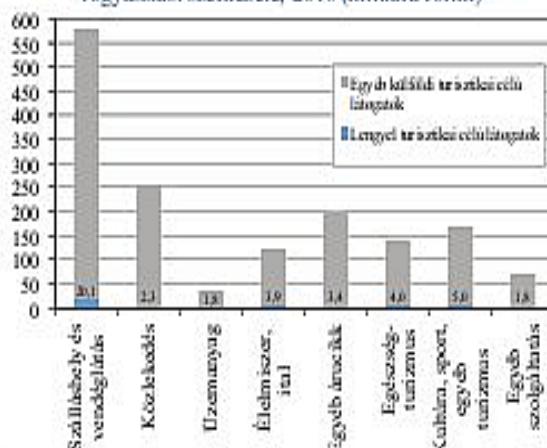
A Magyarországra érkező lengyel látogatók főbb mutatói, 2018

	Érkezés		Költés		Fajlagos költés ^{d)}	
	ezer fő	változás, %	millió Ft	változás, %	Ft	változás, %
Összes látogató ^{a)}	2 465	9,0	54 080	24,6	21 939	14,3
Turisztikai céllal érkező látogatók ^{b)}	511	19,7	42 344	36,2	82 865	13,8
Szabadidős cél	488	26,4	40 210	45,4	82 398	15,0
VFR ^{c)}	52	44,4	3 002	38,2	57 731	-4,4
Egészségturisztikai cél	33	0,0	2 513	75,5	76 152	75,5
Üzleti cél	23	-43,9	2 134	-37,8	92 783	10,8

Forrás: KSH

A lengyel turisztikai célú látogatók^{b)} piaci részesedése az érkezők száma és a költés alapján, 2018 (%)

Forrás: KSH

A Magyarországra érkező lengyel turisztikai célú látogatók^{b)} fogyasztási szerkezete, 2018 (milliárd forint)

Forrás: KSH

A külföldi és lengyel turisztikai célú látogatók főbb mutatói a közlekedési eszköz szerint, 2018^{a)}

	Összes turisztikai célú látogató ^{b)}			Lengyel turisztikai célú látogatók ^{b)}		
	Érkezés ezer fő	Költés millió Ft	Fajlagos költés ^{d)} Ft	Érkezés ezer fő	Költés millió Ft	Fajlagos költés ^{d)} Ft
Légi úton	5 441	854 711	157 083	69	6 398	92 747
Közúton	49 521	977 702	19 743	2 192	37 009	16 886

Forrás: KSH

Megjegyzések:

^{a)} Turisztikai és nem turisztikai (vásárlási, árutazási, tanulási és munkavégzési) céllal érkezők; ^{b)} Szabadidős és üzleti turisztikai céllal érkező látogatók; ^{c)} Visiting friends and relatives = rokonok és barátok meg látogatása; ^{d)} Egy utazásra jutó költés (MTÜ számítás); ^{e)} Ezeket az adatokat 2018-re, 2018 nyarán publikálja a KSH.

Források: [Központi Statisztikai Hivatal: Magyar Turisztikai Üzelnökség](#)

Forrásként kérjük a Magyar Turisztikai Üzelnökséget is megjelölni. Az MTÜ semmilyen felelősséget nem vállal az adatok alapján hozott üzleti döntésekért, az adatok bármilyen jellegű felhasználása következményeikért.

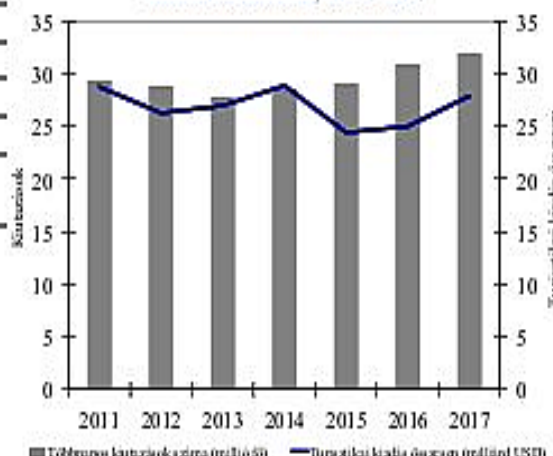
A küldőpiac főbb jellemzői

A népesség száma (millió fő), 2018 ⁹⁾	62,2
GDP (milliárd USD), 2017 ⁹⁾	2 317
Az egy főre jutó GDP (USD), 2017 ⁹⁾	38 200
A munkanélküliség aránya, 2017 ⁹⁾	11,3%
Az internethasználat aránya, 2018 ⁹⁾	92,5%
Helyezés a világ küldőpiaci rangsorában, 2018 (nemzetközi turisztikai költés szerint)	10.

• A UNWTO-nak az országok folyó fizetési mérlegén alapuló, turisztikai kiadásokra vonatkozó előzetes adatai szerint 2017-ben az olasz utazók 30,1 milliárd USD-t költöttek külföldi utazásra (közlekedési kiadások nélkül), ami 3,8%-os növekedést jelent az előző évhez képest (helyi valutában számítva). A 2018-as nemzetközi turisztikai költési rangsorban Olaszország a 10. legnagyobb küldőpiac.

• A legfrissebb rendelkezésre álló adatok alapján 2017-ben 31,8 millió turista tett többnapos nemzetközi utazást, ami 3,1%-os növekedést jelent 2016-hoz képest.

Az olasz kiutazások számának és a nemzetközi turisztikai kiadások alakulása, 2011–2017

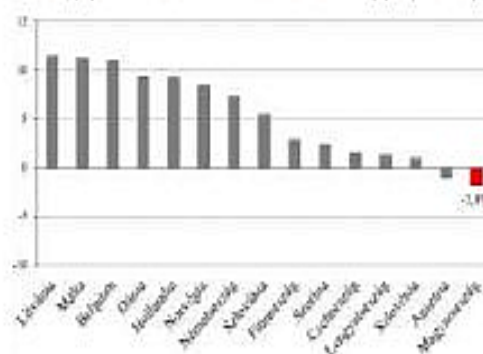


Legalább egy éjszakás külföldi utazások száma, 2017: 31,8 millió kiutazás
 Turisztikai kiadások⁹⁾, 2017: 27,9 milliárd USD
 Forrás: UNWTO Compendium of Tourism Statistics

Európa, ezen belül Magyarország pozíciója Olaszországban

2018-ban jelentősebb, 10% körüli növekedés figyelhető meg az olasz vendégéjszakák számában Litvániában, Máltán, Dániában, Belgiumban, Hollandiában, Norvégiában, Németországon és Szlovákiában a kereskedelmi szálláshelyeken. Az olasz vendégéjszakák száma 2018-ban Ausztriában (-1,2%) és Magyarországon (-1,8%) viszont csökkent 2017-hez képest.

Magyarország pozíciója az európai versenyben a vendégéjszakák számának változása alapján, 2018 (%)



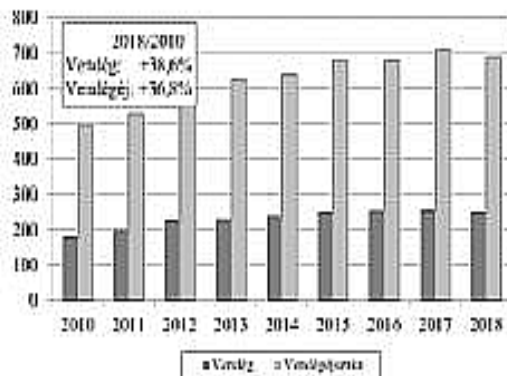
A vendégéjszakák változásának mértékét a jobboldali ábra mutatja.

Az előző év azonos időszakához képest, összes szálláshely/szállodák adatai
 Forrás: TourMIS (2019.05.08.)

Magyarország mint úti cél jellemzői

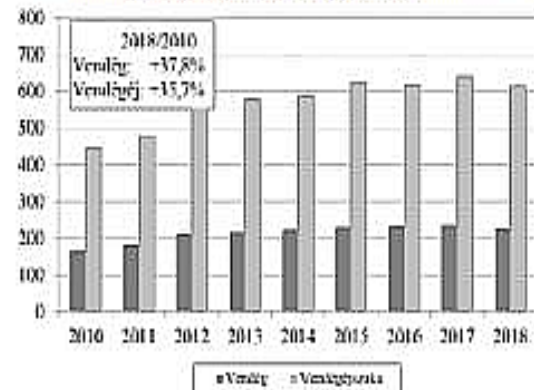
Helyezés a küldőpiaci rangsorban, 2018 (a magyarországi kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégéjszakai szerint)	7.
Átlagos tartózkodási idő a kereskedelmi szálláshelyeken, 2018	2,8 éj
Vendégéjszakák száma, 2018	689 199
Szállodák igénybevétele, 2018 (a szállodákban regisztrált vendégéjszakák aránya az összes vendégéjszakából)	89,0%
Az olasz turisztikai célú látogatók piaci részesedése a költés alapján, 2018	2,7%

Az olasz vendégforgalom alakulása a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken, 2010–2018 (ezer)



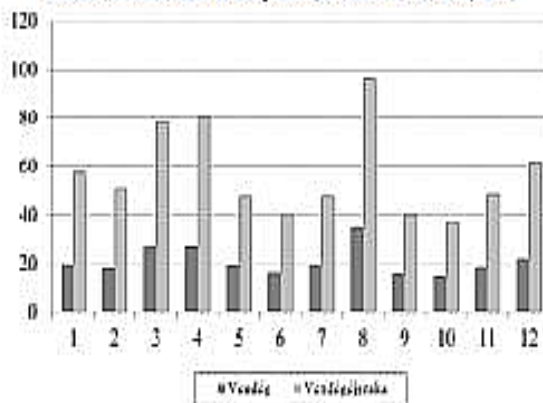
Vendégek száma, 2018: 251 110 (-3,2% 2017-hez)
Vendégéjszakák száma, 2018: 689 199 (-2,9% 2017-hez)
Forrás: KSH

Az olasz vendégforgalom alakulása a magyarországi szállodákban, 2010–2018 (ezer)

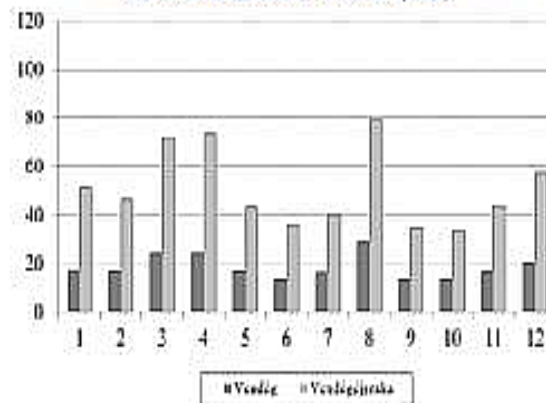


Vendégek száma, 2018: 221 089 (-4,7% 2017-hez)
Vendégéjszakák száma, 2018: 611 297 (-4,6% 2017-hez)
Forrás: KSH

Az olasz vendégforgalom alakulása a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken, 2018. 1–12. hó (ezer)



Az olasz vendégforgalom alakulása a magyarországi szállodákban, 2018. 1–12. hó (ezer)



Budapest szerepe az olasz beutazó turizmusban

Kereskedelmi szálláshelyek	2010	2018	2018/2010	Budapest aránya ^{d)}	2018. 1–12. hó ^{c)}	2018. 1–12. hó/ 2017. 1–12. hó ^{e)}
Vendég	139 309	203 666	+46,1%	81,1%	203 666	-4,0%
Vendégéjszaka	393 929	571 234	+45,2%	82,9%	571 234	-3,2%

Forrás: KSH

Megjegyzések:

^{a)} Becsült adat; ^{b)} Turizmus közlekedés nélkül; ^{c)} Előzetes adat; ^{d)} Budapest aránya az összes olasz vendégforgalomhoz viszonyítva, 2018.

Források:

The CIA World Factbook; Internet World Stats; UNWTO World Tourism Barometer; UNWTO Compendium of Tourism Statistics electronic dataset (2019.05.30.); Tourism Economics; TourMIS (2019.05.30.); Központi Statisztikai Hivatal; Magyar Turisztikai Ügynökség.

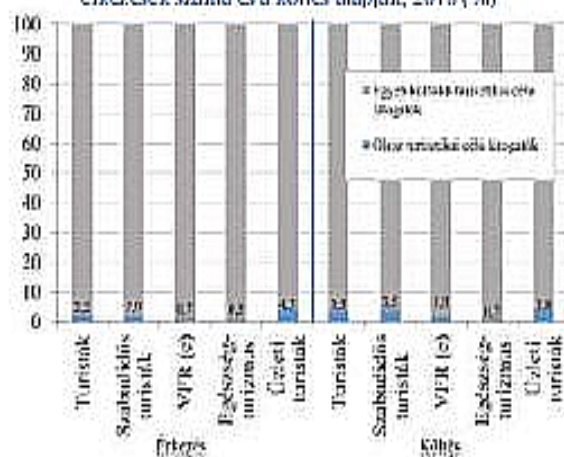
Forrásként kérjük a Magyar Turisztikai Ügynökséget is megjelölni. Az MTÜ semmilyen felelősséget nem vállal az adatok alapján hozott üzleti döntésekért, az adatok bármilyen jellegű felhasználásának következményeire.

A Magyarországra érkező olasz látogatók főbb mutatói, 2018

	Érkezés		Költés		Fajlagos költés ^{d)}	
	ezer fő	változás, %	millió Ft	változás, %	Ft	változás, %
Összes látogató ^{a)}	730	+2,1	60 609	+8,5	82 015	+6,3
Turisztikai céllal érkező látogatók ^{b)}	514	+29,5	55 578	+7,4	108 128	-17,0
Szabadidős cél	459	+19,2	50 917	+0,9	110 930	-15,3
VFR ^{c)}	36	-16,3	3 075	-47,1	85 417	-36,8
Egészségturisztikai cél	15	-28,6	1 390	-54,1	92 667	-35,7
Üzleti cél	55	+358,3	4 662	+260,0	84 764	-21,5

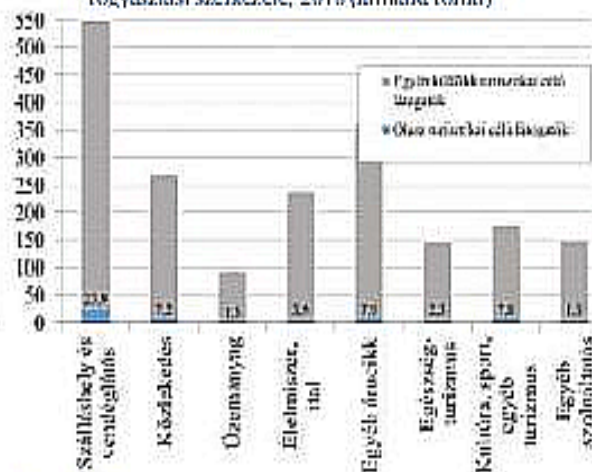
Forrás: KSH

Az olasz turisztikai célú látogatók piaci részesedése az érkezések száma és a költés alapján, 2018 (%)



Forrás: KSH

A Magyarországra érkező olasz turisztikai célú fogyasztási szerkezete, 2018 (milliárd forint)



Forrás: KSH

A külföldi és olasz turisztikai célú látogatók főbb mutatói a közlekedési eszköz szerint, 2017^{e)}

	Összes turisztikai célú látogató			Olasz turisztikai célú látogató		
	Érkezés ezer fő	Költés millió Ft	Fajlagos költés ^{d)} Ft	Érkezés ezer fő	Költés millió Ft	Fajlagos költés ^{d)} Ft
Légi úton	5 441	854 711	157 087	288	38 500	133 831
Közúton	49 521	977 702	19 743	436	17 385	39 884

Forrás: KSH

Megjegyzések:

^{a)} Turisztikai és nem turisztikai (vásárlási, áruturizmusi, tanulási és munkavégzési) céllal érkezők; ^{b)} Szabadidős és üzleti turisztikai céllal érkező látogatók; ^{c)} Visiting friends and relatives = rokonok és barátok meg látogatása; ^{d)} Egy utazásra jutó költés (MTÜ számítás); ^{e)} Ezeket az adatokat 2018-ra a KSH 2019 nyarán publikálja.

Források: [Központi Statisztikai Hivatal](#); [Magyar Turisztikai Ügynevelés](#)

Forrásként kérjük a Magyar Turisztikai Ügynevelést is megjelölni. Az MTÜ semmilyen felelősséget nem vállal az adatok alapján hozott üzleti döntésekért, az adatok bármilyen jellegű felhasználása következményeieért.

8. Utazási trendek 2020.évre

Az Independent által készített friss elemzés eredményei:

A házi kedvencek is jönnek a nyaralásra

A Booking.com adatai szerint a gazdik 42 százaléka számára már ma is fontos döntési szempont, hogy magával viheti-e a nyaralásra házi kedvencét. Mintegy 50 százalékuk szívesen fizetne többet is, hogy állatbarát helyen tartózkodhasson.

Nászút barátokkal

Egyre gyakrabban fordul elő, hogy a nászútra az újdonsült házaspár nem kettesben utazik el, hanem egy olyan nagy nyaralást szervez, amin a legközelebbi barátaik és családtagjaik is részt vesznek.

Egyre többen szerveznek mikronyaralásokat

Ez a trend eddig is tapasztalható volt, de 2020-ban még erősebb lesz. Egyre több dolgozó fiatal utazik el családjával néhány napra úgy, hogy közben az e-mailjeire válaszol. Ennek a trendnek a része az is, amikor valaki az üzleti útját toldja meg egy-két nap kikapcsolódással.

Több megállós találkozás vadállatokkal

A bővülő légi összeköttetések száma és a rövidülő szabadságok hívták életre a luxusutazásoknak ezt a trendjét: az utasok rövid idő alatt olyan sokat szeretnének látni, amennyit csak lehet. Egyetlen nyaralás alatt meg lehet nézni a gorillákat Ruandában, a gyűrűsfarkú makikat Madagaszkáron, a tigriseket Indiában és a cetcápákat a Maldív-szigeteken.

Egyre többen utaznak vonattal

Több szakértő úgy vélte, hogy 2020-ban tovább nő a vonatközlekedés népszerűsége, hiszen az utazók csökkenteni akarják ökológiai lábnyomukat. Ez a tendencia már a síutak szervezésénél is megjelenik: az utasok nem repülnek, hanem inkább közeli síterepeket választanak.

Keresik az „aluturistasodott” helyeket

A trend az overtourismra, a túlturistasodásra reagál: sokan elkezdtek keresni az egyelőre felfedezetlen helyeket, ahol nincs tömeg, és magukban lehetnek. A másik lehetőség a zsúfoltság elkerülésére – ez is egyre inkább megfigyelhető –, amikor a főszezonon kívüli nyaralást választják.

Többgenerációs utazások

Mindenkinek kevés az ideje, ezért megoldás lehet a család egyben tartására, ha együtt utaznak el, és minőségi időt töltenek együtt. A szállodák számára ez azért lehet érdekes, mert speciálisak az igényeik: családi vagy egybenyíló szobákat keresnek.

Utazás, ami nyomot hagy

A turisták olyan élményeket keresnek, amik formálják, átalakítják őket – attól, hogy kapcsolatba kerülnek a helyiekkel és új készségekkel gazdagodnak, odáig, hogy valamilyen módon segítik a helyet, ahol nyaralnak. Ide sorolható az is, amikor az utazást összekötik az önkéntes munkával, ami szintén egyre nagyobb teret nyer.

Forrás: <https://turizmus.com/utazas-kozlekedes/utazasi-trendek-2020-ra->