

## Turizmus

Magyarország kedvező földrajzi adottságainak, ezeréves történelmi múltjának, színes kulturális tradícióinak, messze földön híres gasztronómiájának és a lakosság vendégszeretetének köszönhetően fontos szerepet játszik Európa és a világ turizmusában (DÁVID L. *et al.* 2007). Tekintettel a turizmusiparban tapasztalható, egyre élesedő versenyre, Magyarország az elmúlt évtized során ugyan veszített a nemzetközi rangsorban elfoglalt igen előkelő pozíciójából (1996-ban még a 6., 2009-ben pedig már csak a 25. volt), de akár az ország területéhez, akár a népességszámához viszonyítjuk a turisták érkezését, Magyarországot továbbra is az élmezőnyben találjuk. Magyarország jelentős tapasztalatokkal rendelkezik a vendégfogadás területén, már az Osztrák–Magyar Monarchia időszakában megrendezett millenniumi kiállításra (1896) is több ezer külföldi látogatott Budapestre, de akkoriban igen népszerűek voltak a Kárpátok üdülő- és kirándulóhelyei is. A két világhábo-

rú között a magyar fővárosban megrendezett rangos konferenciák és Budapest fürdővárosi címe jelentették a magyarországi turizmusipar nemzetközi elismertségét. 1945 és 1990 között a Balaton környékén virágzó belföldi és a szocialista országok állampolgárainak kereslete gerjesztette nemzetközi turizmus volt a magyar szálloda- és vendéglátóipar fejlődésének motorja (MICHALKÓ G. 2007a).

A rendszerváltozás óta eltelt két évtizedben a magyarországi turizmus irányítói felismerték a versenyképesség megteremtésének és hosszabb távú biztosításának szükségességét, így a turizmusban észlelhető folyamatok az ágazat tudatos és eredményes fejlesztését tükrözik (AUBERT A. 2007). Napjaink Magyarországon a turizmus már nem csak a gazdaság fejlesztésének letéteményese, a GDP előállításában jeleskedő húzóágazat, hanem a lakosság életminőségének növelésében szerepet vállaló interszektoralis jelenség (MICHALKÓ G. 2007b).

### *A turizmus szerepe a magyar gazdaságban*

Annak ellenére, hogy rendkívül nehéz a turizmus gazdaságban betöltött súlyának egzakt mutatószámokkal történő meghatározása, elmondható, hogy a turizmus a magyar gazdaság egyik húzóágazata. Amennyiben a turizmus teljesítményét a szálláshely-szolgáltatáson és a vendéglátáson kívüli ágazatokra gyakorolt multiplikatív hatása tekintetében vizsgáljuk, a GDP előállításában megközelítőleg 8%-os részarányt regisztrálhatunk. A turizmusban közvetlenül érintett vállalkozások száma és mérete bővülésének köszönhetően növekvő, illetve stabil a turizmusban foglalkoztatottak száma, ami az összes foglalkoztatott 4%-át teszi ki. A turizmus igen fontos szerepet játszik a Magyar Nemzeti Bank folyó fizetési mérlegének javításában. Tekintettel arra, hogy a

Magyarországra érkező külföldiek fogyasztása hosszú ideje meghaladja a külföldre utazó magyarok kiadásait, így az idegenforgalom fizetési mérlegének egyenlege stabilan pozitív (2009-ben 1 473 milliárd euró) (56. táblázat).

A magyarországi politikai szféra is kiemelt figyelmet szentel a turizmusnak, amely többek között a beruházások ösztönzésében, támogatásában és a *Magyar Turizmus Zrt.* által végzett hatékony marketingkommunikációban érhető tetten. Az állam költségvetésében a turizmus önálló tételként szerepel (Turisztikai Célelőirányzat), amely összegből a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiában (2005–2013) és az Új Széchenyi Tervben megfogalmazott célkitűzéseket igyekeznek megvalósítani.

56. táblázat A turizmussal összefüggő gazdasági mutatók (2004–2009)

Mutató	2004	2005	2006	2007	2008	2009
A foglalkoztatottak száma a turizmusban (ezer fő)	149	154	157	156	157	153
Idegenforgalmi bevételek (milliárd euró)	3265	3433	3371	3450	4101	4084
Idegenforgalmi kiadások (milliárd euró)	2302	2347	1687	2149	2740	2610
Az idegenforgalom egyenlege (milliárd euró)	962	1 085	1684	1301	1361	1473

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal (www.ksh.hu)

## Külföldi látogatók

Magyarország határszakaszain évről évre a lakosságszámot többszörösen meghaladó külföldi érkezését regisztrálják. 2004–2009 között 19,7%-kal növekedett az országba érkező külföldiek száma, ami 2009-ben átlépte a 40 milliót. A kedvező mutatók mögött azonban sokkal inkább a tranzit- és a kirándulóforgalom, mintsem a turisták kereslete rejlik. Magyarország sajátos földrajzi fekvésének köszönhetően *jelentős tranzitforgalmat bonyolít le*. Az országon átvezető közlekedési folyosókon zajlik a Balkán-félszigetről Nyugat-Európába tartó török, román és szerb *vendégmunkás-forgalom* jelentős hányada, de itt csapódik le az északabbra fekvő országok üdülturistáinak a mediterrán térségbe irányuló mobilitása is. 2004–2009 között 29,3%-ról 36,2%-ra emelkedett a Magyar Köztársaság területére átutazási céllal érkezők aránya (195. ábra).

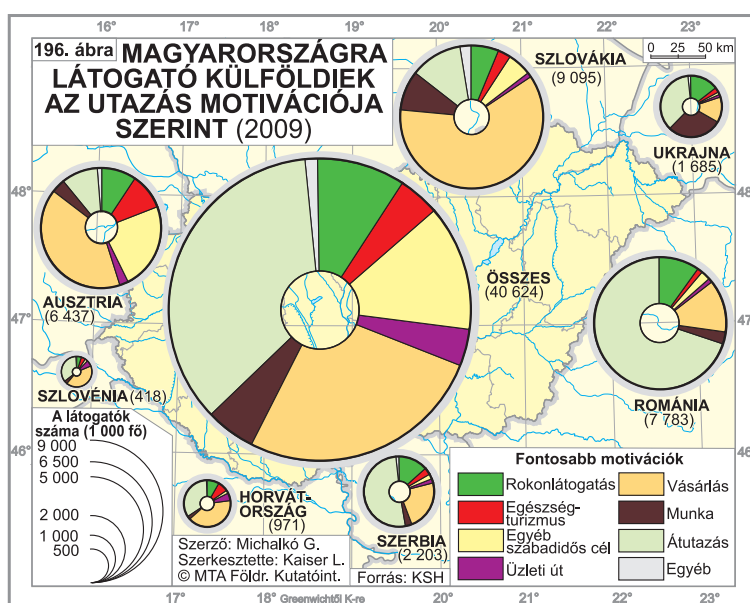
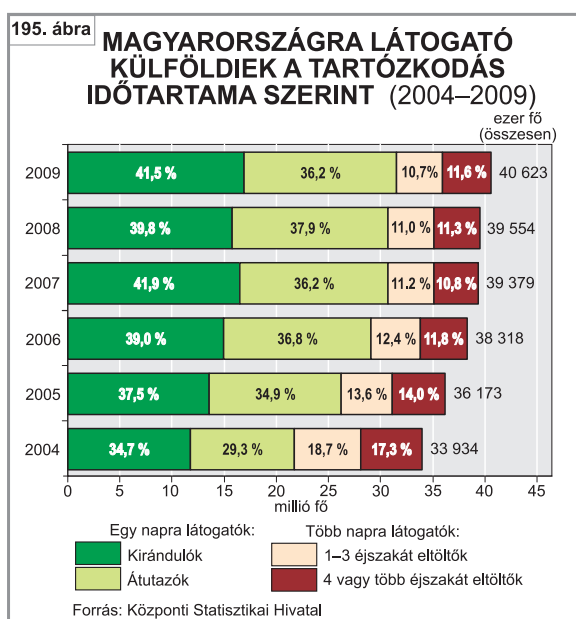
Az átutazók mellett jelentős arányban vannak jelen a mobilitásukat a határ menti településekre koncentráló kirándulók (2009-ben 41,5%). A Magyarországra érkező, legalább 1 éjszakát itt-tartózkodó turisták száma 2004–2009 között 26%-kal csökkent, ám 2009-ben így is 9,1 millió főt tett ki. A külföldi turisták elmaradása egyrészt a legfontosabb küldő országokban, különösen Németországban is tapasztalható gazdasági recesszióval, másrészt a korábbi vendégkör feltörekvő célállomások felé történő fordulásával magyarázható.

A Magyarországra látogató külföldiek motivációját vizsgálva megállapítható, hogy a már említett átutazási tevékenységen túlmenően a *vásárlás* (26,1%), a *rokonlátogatás* (9,4%), a *munkavégzés* (5,2%), az *üzleti utazás* (3,9%) és az *egészségturizmus* kínálatának igénybevétele (4,5%) jelentette 2009-ben a látogatások elsődleges indokait (196. ábra). A vásárlás a bőséges áruválaszték, a kedvező ár, a kiváló vásárlási körülmények és a kedvelt magyar áruk (szalámi, kolbász, paprika, pálinka, bor stb.) beszerzésének lehetősége miatt népszerű. (2009-ben a Magyarországra egy napra látogató külföldiek a teljes költségük 43,6%-át vásárlásra fordították).

A rokonlátogatás viszonylag magas arányát a trianoni béke-

szerezés következtében mai határainkon túl rekedt magyar kisebbség és az anyaországban élő rokonok intenzív kapcsolattartása indokolja. A munkavégzés elsősorban az Európai Unióhoz való csatlakozással keletkezett lehetőségek (munkaerő szabad áramlása mint alapjog) kihasználását tükrözi.

A Magyarországra határain regisztrált személyforgalom többsége (71,4%) a szomszédos országokból érkezik. 2009-ben legnagyobb arányban *szlovák* (22,4%), *román* (19,2%) és *osztrák* (15,8%) állampolgárok utaztak be Magyarországra



területére. A nem szomszédos országok közül *Németország* (7,7%) és *Lengyelország* (3,9%) állampolgárainak mobilitása volt a legintenzívebb Magyarország irányába. A szomszédos országok állampolgárainak utazási motivációit figyelembe véve az átutazási tevékenységben a romániaiak (69,7%), a rokonlátogatásban az ukrainaiak (15,1%), a vásárlásban a szlovákiaiak (60,8%), a munkavégzésben az ukrainaiak (28,7%), az üzleti utazásban a szlovéniaiak (6,7%), míg az egészségturizmusban az ausztriaiak (10,0%) részaránya volt a legmagasabb.

aiak (69,7%), a rokonlátogatásban az ukrainaiak (15,1%), a vásárlásban a szlovákiaiak (60,8%), a munkavégzésben az ukrainaiak (28,7%), az üzleti utazásban a szlovéniaiak (6,7%), míg az egészségturizmusban az ausztriaiak (10,0%) részaránya volt a legmagasabb.

## A turizmus kínálata

Magyarország korszerű, nemzetközileg versenyképes turisztikai kínálattal rendelkezik. Az ország megközelítését a jól kiépített nemzetközi légi, vasúti, közúti és vízi közlekedés hálózatai biztosítják, de a látogatók alapvetően a közúton történő érkezést részesítik előnyben.

A turisztikai attrakciók értékesítését elősegítő infrastruktúra mára átgondoltan fejlesztett turisztikai termékek formájában ölt testet (AUBERT A. 2006). A magyarországi *városi turizmus* elsődleges színtere Budapest, ahol történelmi hangulat és modern formák ötvöződnék egymással. A főváros mellett a 6 regionális központ (Győr, Székesfehérvár, Pécs, Miskolc, Szeged és Debrecen) rendelkezik azokkal a tulajdonságokkal, amelyek a pezsgő városi élet és sokszínűség iránt érdeklődő turisták igényeit a legteljesebb módon elégíthetik ki.

Budapest és a régióközpontok vezető gazdasági funkciójuk mellett a kultúra (múzeumok, színházak) és a tudomány (egyetemek, kutatóintézetek) fellegrárai is, így az üzleti és konferenciaturizmuson túl a kulturális turizmusban is fontos szerepet játszanak. A városok a legmagasabb színvonalú, gyakran a nemzetközi láncokhoz tartozó szállodák helyszínei. Magyarország 26 ötcillagos szállodájának többsége Budapesten található, a világ legnagyobb láncjaihoz (InterContinental, Marriott, Hilton, Accor, Best Western, Four Seasons, Kempinski, Le Méridien, Radisson) tartozó egységek első sorban a fővárosban vehetők igénybe.

Magyarország vezető turisztikai terméke az *egészségturizmus* (197. ábra). Az ország kedvező geológiai adottságainak köszönhetően a meleg (60–70 °C-os) és térségenként eltérő összetételű ásványi alkotóelemekben gazdag termásvíz számos település turisztikai kínálatának alapeleme. 51 településünk rendelkezik minősített gyógyfürdővel, amelyek többsége a kormány tudatos fejlesztéspolitikájára és anyagi támogatására visszavezethetően (Széchenyi

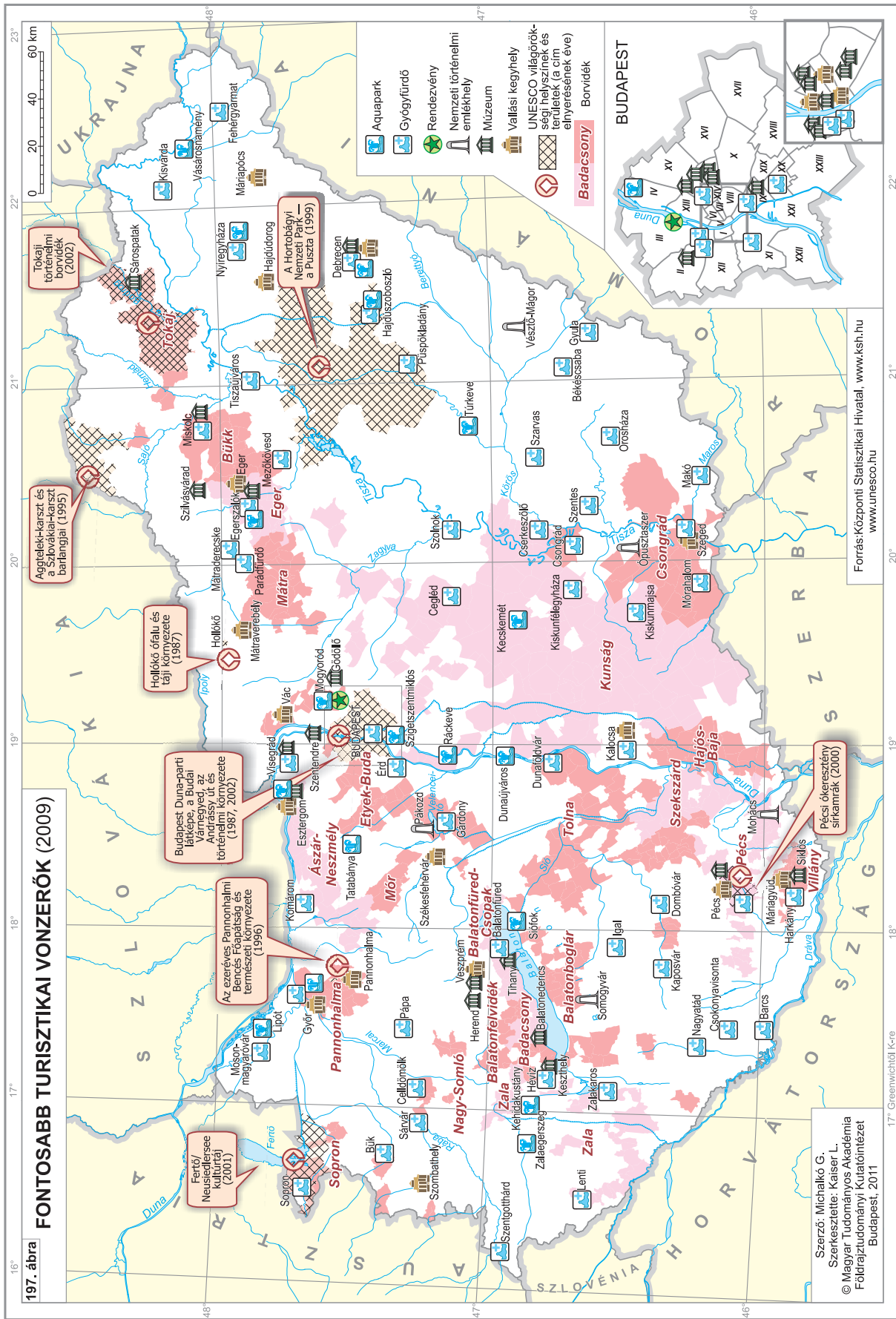
Terv) az európai uniós előírásoknak megfelelő vízforgató és víztisztító berendezéssel ellátva, magas színvonalú orvosi kezeléseket biztosítva fogadja az egészségturizmus keretében érkező vendégeket (pl. Gyula, Hévíz, Hajdúszoboszló, Debrecen, Sárvár, Bük, Zalakaros). A fürdők mellett vagy azokkal egybeépülve 50 gyógyszálloda és 90 wellness-szálloda mintegy 27 ezer férőhelye várta a vendégeket 2009-ben.

Magyarországon az UNESCO világörökségi helyszínek jelentik a *kulturális és örökségturizmus* fellegrárait. A 8 világörökségi helyszín közül 4 esetében (Budapest, Hollókő, Pannonhalma, Pécs) egy-egy település közigazgatási határain belül található az attrakció, 4 esetében pedig a névadó település mellett más városokat és községeket is érintő, területileg kiterjedtebb helyszínekkel találkozhatunk: az Aggteleki-karszt és a Szlovákiai-karszt barlangjai (22 település), a Hortobágyi Nemzeti Park, a Puszta (20 település), a Fertő–Neusiedler See kultúrtáj (10 település) és a Tokaji történelmi borvidék (27 település).

Az évtizedes múlttal rendelkező kulturális (Budapesti Tavasz Fesztivál), sport (Forma I. Magyar Nagydíj) és ifjúsági rendezvények (Sziget Fesztivál) Magyarország turisztikai kínálatának ékkövei.

A magyar vidék turisztikai kínálatát a nemzeti parkok és a borvidékek reprezentálják, előbbieket az *ökoturizmus*, utóbbiakat a *gasztroturizmus* iránt érdeklődő turisták kedvelt célterületei. Magyarország nemzeti parkjainak egyik különlegessége, hogy a 10 természetvédelmi terület közül kettő (az Aggteleki-karszt és a Szlovákiai-karszt barlangjai; Fertő–Neusiedlersee kultúrtáj) a határon átnyúló világörökségi helyszínek is egyben.

A nemzetközileg versenyképes magyar borászat hagyományaival és kiváló termékeivel találkozhatnak azok a turisták, akik a 22 magyar borvidék bármelyikének pincéibe látogatnak.





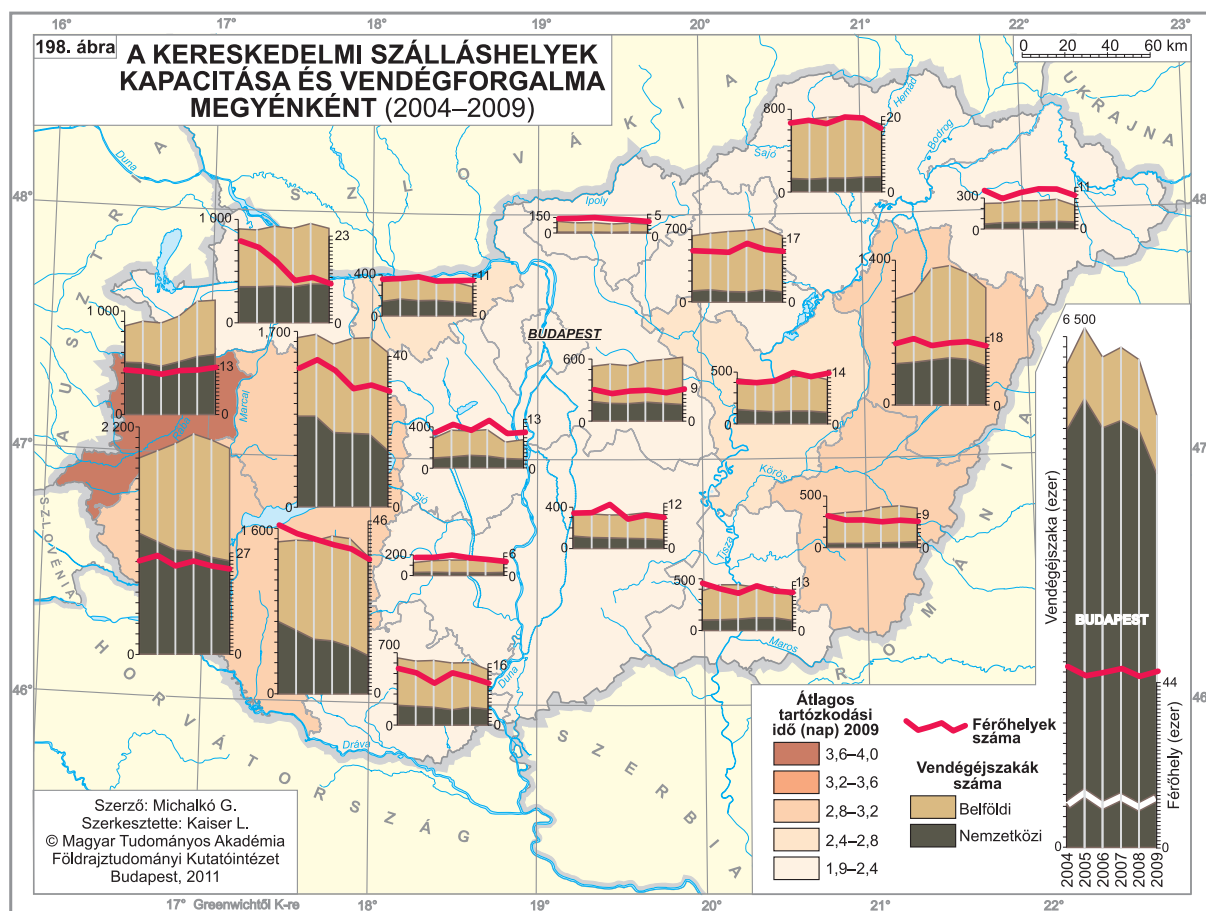
## Turistaforgalom

Akár a külföldi, akár a belföldi vendégforgalmat kívánjuk vizsgálni, az adatok megbízhatósága és teljes körűsége miatt a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált keresletet célszerű alapul venni. 2004–2009 között a szállodákban, panziókban, kempingekben, turista- és ifjúsági szállásokon, valamint üdülőházakban regisztrált forgalom 20,129 millió (2007) és 18,287 millió (2009) vendégéjszaka között mozgott, ami a gazdasági válságig viszonylag stabil külföldi kereslettel párhuzamosan élénkülő belföldi forgalommal magyarázható. A tartós belföldi keresletélénkülés hátterében az életszínvonal javulása, az üdülési csekkrendszer bevezetése és az ország turisztikai vonzerőinek újra felfedezése húzódik meg.

Magyarország legfrekvenciáltabb térsége a Közép-magyarországi Régióhoz tartozó *Budapest*, amely 2009-ben a teljes forgalom 33,9%-át bonyolította, a külföldi kereslet tekintetében azonban már 51,7%-os volt a részesedése (198. ábra). A Dunától nyugatra fekvő régiók elsősorban Közép-Európa legnagyobb,

nyári üdülésre, fürdőzésre alkalmas tavának, a *Balaton*nak köszönhetően igen jelentős vendégforgalmat bonyolítanak le (43,6%). Különösen a nemzetközi kereslet koncentrációja (34,7%) tekintetében előzik meg a Dunától keletre található régiókat (13,6%), amelyek a teljes forgalomból is alacsonyabb mértékben (22,5%-kal) részesednek. Budapest után *Nyugat-Dunántúl* régió kereskedelmi szálláshelyein fogadták a legtöbb vendéget, a térség a belföldi és a külföldi turisták körében egyaránt kimutatható népszerűségét elsősorban a magas színvonalú gyógyfürdőkben való gazdagságának és a legfontosabb küldő piacokhoz (Németország, Ausztria) való közelségének köszönheti.

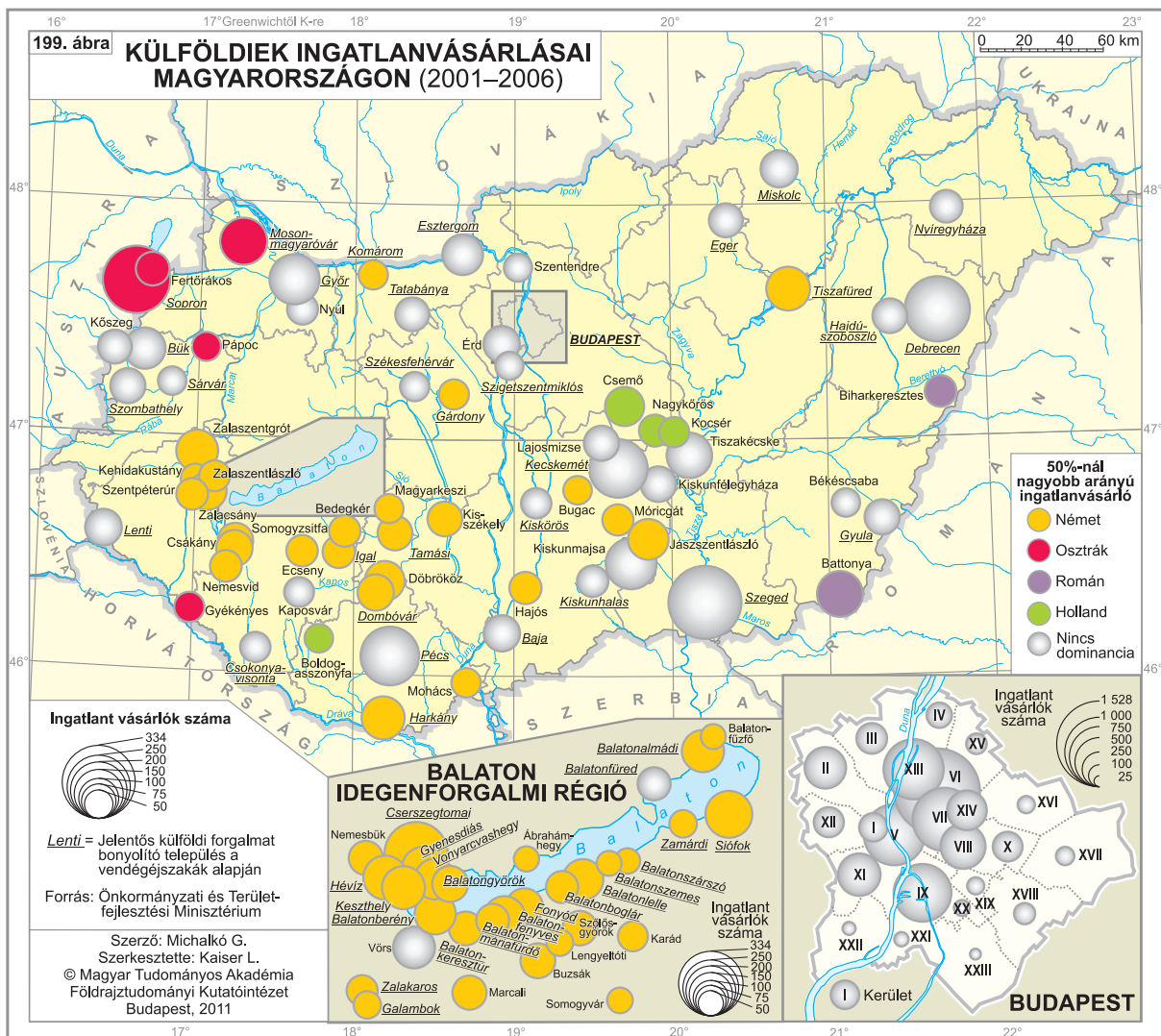
Annak ellenére, hogy a német állampolgárok által a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma 2004–2009 között drasztikusan visszaesett (-38,4%), *Németország* továbbra is az első helyen áll a küldő országok rangsorában (részesedése a teljes külföldi forgalomból 23,5%) (57. táblázat). Magyarország az *osztrák* (8,0%), a *brit* (5,4%) és



57. táblázat. Piacvezető országok (Top 10) a kereskedelmi szálláshelyeken (2009)

Ország	Vendégéjszakák		Magyarországra látogató külföldiek	
	száma (1000 vendégéj)	megoszlása (%-ban)	száma (1000 fő)	megoszlása (%-ban)
Összes	9029	100,0	40 624	100,0
<i>ebből Európai Unió</i>	6922	76,7	33 420	82,3
Németország	2120	23,5	3 130	7,7
Ausztria	723	8,0	6 437	15,8
Egyesült Királyság	487	5,4	359	0,9
Olaszország	447	5,0	625	1,5
Lengyelország	388	4,3	1 566	3,9
Csehország	381	4,2	1 077	2,7
Románia	365	4,0	7 783	19,2
USA	365	4,0	397	1,0
Franciaország	334	3,7	364	0,9
Hollandia	304	3,4	306	0,8

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal (www.ksh.hu)



az olasz (5,0%) állampolgárok között is rendkívül népszerű, a szocializmus időszakát reprezentáló vendégkörből a román (4,0%) és a lengyel (4,3%) állampolgárok kereslete maradt fenn számottevő mértékben. Az országunkba érkező külföldi turisták 76,7%-a az EU-tagországainak állampolgára, de említésre méltó az USA-ból (4,0%) beutazók részesedése is.

A rendszerváltást követő időszak turizmusának egyik igen fontos jelensége a *külföldiek* Magyarországon történő *ingatlanvásárlása*, a második otthon megteremtése. 2001–2006 között megközelítőleg 36 ezer külföldi állampolgár vásárolt ingatlant Magyarországon (199. ábra). A tulajdonosok a magyarországi turizmus leg-

frekvenciáltabb térségeiben, a Balaton környékén (29%) és Budapesten (21%) koncentrálnak. A vizsgált időszakban a német (33,1%), az osztrák (14,7%), a román (9,6%), a holland (8,6%), az ír (6,3%) és az egyesült királyságbeli (4,1%) állampolgárok voltak a magyarországi ingatlanpiacon magánszemélyként legnagyobb arányban jelenlévő külföldi vásárlók (együttvéve 76,4%). Minden nemzet igen karakterisztikus területi preferenciákkal rendelkezik, a németek a Balaton környékét, az osztrákok a nyugati határszél településeit, a britek és az írek Budapestet, a hollandok a falusias, tanyásias térségeket, míg a romániaiak a keleti határszél részesítették előnyben.

## Külföldre utazó magyarok

A magyarországi turizmusipar fontos szegmense a külföldre utazó magyarok mobilitási igényeinek magas színvonalú biztosítása.

Miközben 2004–2009 között csökkent a több napra külföldre látogatók száma (–19,9%), addig az egynapos külföldi utazásban érintettek száma emelkedett (+16,0%). 2009-ben megközelítőleg kétszer annyian utaztak egy (10,981 millió fő), mint több napra (5,924 millió fő) külföldre (200. ábra).

Az *egynapos utazások* legfontosabb motivációja a vásárlás (50,6%), amely döntő mértékben az osztrák határviszonylatban realizálódik, a *több napos látogatásokat* az üdülés (70,2%) igénye generálja. A magyar lakosság körében *Horvátország, Olaszország, Ausztria, Görögország és Románia* a legnépszerűbb turisztikai célterületek.

