

SZAKDOLGOZAT

Németh Kamilla

2015

Budapesti Gazdasági Főiskola
Kereskedelmi, Vendéglátóipari
és Idegenforgalmi Kar

**A turizmus szerepének bemutatása Ausztriában,
Magyarország és Ausztria turizmuspolitikájának
összehasonlítása.**

Konzulens:

Dr. Tóth Zoltán PhD

Főiskolai docens

Készítette:

Németh Kamilla

TurizmusVendéglátás

Idegenforgalom és szálloda

Nappali

2015

IGAZOLÁS

Szakedolgozati konzultációkról

A TURIZMUS SZEREPEINEK BEMUTATÁSA AUSZTRIABAN,
A szakdolgozat címe: MAGYARORSZÁG ÉS AUSZTRIA TURIZMUS -
POLITIKÁJÁNAK ÖSSZEHOSONLÍTÁSA

(A leadott szakdolgozat címének pontosan meg kell egyeznie az itt megadottal.)

Dátum	Téma	Alíráás
09. 29.	TARTALOM, FELHASZNÁLT KIVÁNT IRODALOM	[Signature]
10. 24.	TURIZMUSPOLITIKA, HIÁNYRÓ RÉSEK	[Signature]
11. 24.	A DOLGOZAT 80-90%-OS BEMUTATÁSA	[Signature]
12. 04.	A DOLGOZAT VÉGLEGESÍTÉSE	[Signature]

(Minimum 3 alkalommal kell a konzulenssel egyeztetni. A dátum mellett szerepelnie kell, hogy miről volt szó az adott időpontban.)

Nyilatkozat

Igazolom, hogy NÉMETH KAMILLA hallgató
(BA képzés TURIZMUS-VENDŐ...szak, DEGENFÖRG-SZÁLL...specializáció;
4. évfolyam; NAPPALI tagozat)

a konzultációkon 4 alkalommal megjelent. Valamint igazolom, hogy a szakdolgozat általam látott legutolsó – értelemszerűen nem a végső, a hallgató által leadni kívánt – változata a még javasolt kisebb változtatásokat figyelembe nem véve, kielégíti egy szakdolgozattal szemben támasztott formai és tartalmi követelményeket.

Budapest, 2015. 12. 04.

[Signature]
Belső konzulens aláírása

Hallgatói nyilatkozat a szakdolgozat leadásához

Alulírott.....NÉMETH KAMILLA.....

a Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

.....TURIZMUS - VENDÉGLÁTÁS.....szakos.....IDEGENFORGALOM - SZALLODA.....s
zakirányos NAPPALI BA tagozatos hallgatója nyilatkozom, hogy
a A TURIZMUS SZEREDÉNEK BEMUTATÁSA AUSZTRIÁBAN,
NAGYARORSZÁG ÉS AUSZTRIA TURIZMUSPOLITIKÁJÁNAK
ÖSSZEHASONLÍTÁSA

címmel bírálatra és védésre beadott szakdolgozat saját munkám eredménye, amelynek elkészítése során a felhasznált irodalmat a szerzői jogi szabályoknak megfelelően kezeltem (a szükséges lábjegyzet / végjegyzet hivatkozásokat, valamint az ábrák hivatkozását megfelelően helyeztem el).

Budapest, 2015.....12..... hónap 04..... nap

Németh Kamilla
hallgató aláírása

Tartalom

1. Bevezetés	3
2. Turizmuspolitika	5
2.1. Turizmuspolitikai meghatározások	5
2.2. Turizmuspolitika a fejlett nemzetgazdaságokban	6
3. A két ország általános jellemzése	8
3.1. Magyarország földrajzi adottságai	8
3.2. Magyarország településszerkezeti bemutatása	11
3.3. Magyarország népességének jellemzése	12
3.4. Ausztria földrajzi adottságai	13
3.5. Ausztria településszerkezeti bemutatása	14
3.6. Ausztria népességének jellemzése	16
4. A két ország gazdasági szerkezetének jellemzése	16
4.1. GDP és tényezőköltségen vett hozzáadott érték nagysága és növekedése	16
4.4. Fontos hozzáadott értékű ágazatok a két ország gazdaságában	21
4.5. Foglalkoztatottság alakulása a két országban	22
4.6. Munkanélküliség alakulása a két országban	23
4.7. A gazdasági összehasonlítás eredményei	24
5. A turizmus nemzetgazdasági jelentősége	25
5.1. Magyarország turisztikai kereslete és kínálata	25
5.2. Ausztria turisztikai kereslete és kínálata	28
6. A két ország turizmuspolitikájának összehasonlítása	32
6.1. Magyarország turizmuspolitikája	32
6.1.1. Turizmusirányítás Magyarországon	32
6.1.2. Költségvetés	34
6.1.3. Turisztikai támogatások	36
6.2. Ausztria turizmuspolitikája	40
6.2.1. Turizmusirányítás Ausztriában	40
6.2.2. Költségvetés	41
7. A szükséges gazdasági és turizmuspolitikai háttér bemutatása	43

8. A két ország nemzeti marketingjének bemutatása és összehasonlítása	45
9. Összegzés.....	50
10. Felhasznált irodalom.....	62

1. Bevezetés

A dolgozat célja Magyarország és Ausztria nemzetgazdaságának bemutatása, - ezen belül is a bruttó hazai termék, a foglalkoztatás, a munkanélküliség vizsgálata - mivel ezek jelentős mértékben hatást gyakorolnak a turisztikai ágazatra. A szakdolgozat célja még a két ország turisztikai teljesítményének bemutatása, valamint a turizmuspolitika teljesítményének vizsgálata, ezekből levont következtetések alapján a turisztikai ágazat, és a turizmuspolitika fejlesztésére vonatkozó megoldási javaslatok készítése a két országra vonatkozóan.

Az elemzés Magyarország és Ausztria gazdasági, ezen belül is turisztikai, az I szektor (kereskedelmi szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás) hátterét, valamint a turizmuspolitikai rendszerét vizsgálja.

A következő fejezet első sorban gazdasági szempontból mutatja be a turizmust, ezen belül is az I szektort, és annak fontosságát Magyarország és Ausztria vonatkozásában. Ezt követi a két ország turisztikai keresletének és kínálatának részletes elemzése. A kereslet vizsgálata után az abból adódó jellemzők, - mint a vendégéjszakák száma, átlagos tartózkodási idő, vendégek megoszlása – kerülnek bemutatásra, és elemzésre. A fejezet végén saját következtetések találhatók.

A két ország turizmuspolitikájának bemutatása külön fejezetet képez, ezen belül pedig elemzésre kerülnek a turizmusirányításért felelős intézmények, szervezetek, valamint ezek már meglévő intézkedéseik, stratégiáik. Fontos fejezet ez, mert ezen intézmények a keretfeltételek részét képezik.

Kiegészítésként, a dolgozat végén sor kerül a saját következtetések levonására, megoldási javaslatok készítésére mind Magyarország, mind Ausztria tekintetében.

Feladat tehát kideríteni, hogy milyen, már meglévő eszközök vannak a turizmus problémáinak orvosolására, valamint a turisztikai (és gazdasági) fejlődés biztosítására. Amelyik ország tekintetében ezek az orvoslások szükségesek (ha nem mind a kettőben), ott megoldási javaslat készítése. Kutatási cél kideríteni, hogy a vizsgált országokban a turizmusért felelős intézmények és szervezetek milyen intézkedésekkel, stratégiákkal dolgoznak, illetve, hogy meg akarják-e tartani ezt a turizmuspolitikai struktúrát, vagy változtatni akarnak rajta.

A dolgozat az I szektor adatait használja fel.

A dolgozatnak nem célja a két ország idegenforgalmi bemutatása, leltárszerű elemzése, csupán azok rövid bemutatása.

A témaválasztás személyes indíttatású. Öt hónapos szakmai gyakorlatom Felső-Ausztriában, Gmunden városában töltöttem egy családi üzemeltetésű hotelben. Az ott eltöltött hónapok, valamint kirándulások alatt mélyebb betekintést nyertem Felső-Ausztria turizmusába. Mindez arra sarkallt, hogy mélyebb szinten megismerjem nem csak Felső-Ausztria, hanem a többi tartomány turizmusát, turizmuspolitikáját is, és ezeket összehasonlítva a magyar turizmus eredményeivel összevetést készítek a két ország között. A dolgozat végén a főiskolán megszerzett tudásom alkalmazva cél a felmerülő kérdések megválaszolása, valamint megoldási javaslatok készítése, tudományos elemzése.

A dolgozat elsősorban szekunder kutatásokat használ fel, tehát szakirodalmak, statisztikai adatok segítségével vizsgál, kutat és saját konklúziót von le. A magyar statisztikai adatokat a Központi Statisztikai Hivatal táblázataiból, kiadványaiból használja fel. Az osztrák statisztikai adatokhoz pedig a Statistik Austria, a World Travel&Tourism Council, az Eurostat adatbázis, valamint a World Tourism Organisation kiadványai nyújtanak segítséget. A két ország hivatalos statisztikai hivatalának oldala, tehát a Központi Statisztikai Hivatal, és a Statistik Austria előnye, hogy régebbi, akár 1990-es, és 2015-ös adatokkal is rendelkeznek, ezek jó kutatási alapként szolgálnak arra, hogy elemezzük az elmúlt évtized teljesítményét mind turisztikai, mind nemzetgazdasági (foglalkoztatás, munkanélküliség, GDP) szempontból, és ezekből következtetéseket vonjunk le a jelenre, valamint a jövőre vonatkozóan. Ezek az elektronikus források rendkívül fontosak, mert itt találhatóak meg a legfrissebb, legrelevánsabb adatok, melyek nekünk kutatásul szolgálnak. A dolgozat felhasznál ezen kívül szakirodalmi könyvekből összeálló tanulmányokat, turizmussal foglalkozó folyóiratokból származó cikkrészeket, minisztériumi intézkedések kiadványait, valamint német nyelvű turisztikai könyvekből származó részleteket. Mindezen források mellett elkerülhetetlen egyéb internetes hivatkozások felhasználása, melyek igyekeznek hiteles forrásokat felhasználni. A dolgozat segítségére szolgált Szabó Zita szakdolgozata (2015).

A dolgozat legfőbb célja, hogy elemezze és összehasonlítsa a magyar, illetve az osztrák gazdaság (GDP, munkanélküliség, foglalkoztatás, húzóágazatok) tényezőit, és ezekből következtetéseket levonva megállapít, és javaslatokat tesz. A két ország turizmusra szánt költségvetéséből, nemzeti marketingjéből levonható tények alapján a cél megállapítani, hogy melyik ország turizmusa prosperál jobban, megvizsgálva az turizmus intézményi felépítését is. A dolgozat végén ezen

szempontok összesítése alapján különböző következtetések levonásával közelítünk a dolgozat célja felé.

Legfőbb kérdések, amikre a megoldást keressük:

- A meglévő gazdasági környezetben melyik ország turizmusa tudja jobban kihasználni a meglévő kapacitásait, a gazdasági mutatók, mint a GDP, foglalkoztatás, életszínvonal mennyiben járul hozzá a turizmus termelékenységéhez?
- Az állami költségvetésből turizmusra fordított összegének ismeretében milyen következtetések vonhatók le a két országra nézve?
- A meglévő turizmuspolitikai háttér melyik ország esetében mutat kedvezőbb irányt, illetve milyen feltételek mellett lehet biztosítani a turizmus folyamatos növekedését?

2. Turizmuspolitika

2.1. Turizmuspolitikai meghatározások

A nemzetgazdaság eredményes irányításához megfelelő gazdaságpolitikára van szükség, így a turizmusnak is csak a jól megalapozott turizmuspolitika hozhat hosszabb távon sikert. A turizmuspolitika a turizmus fejlesztésével kapcsolatos távlati célok együttese. Kialakítása rendkívül fontos, mert ez által elősegíthetjük a turizmus tudatos fejlesztését. Ez pedig biztosítja a turizmus pozitív hatásainak erősítését, illetve a lehetséges negatív hatások minimalizálását, esetleg megszüntetését.

A rendszer célja egy szinergikus hatás elérése, melynek eszköze egy olyan politika alkalmazása, ami hosszú távra meghatározza az egész rendszer szerkezetét és működését, biztosítva, hogy a résztvevők egy irányba húzzanak és segítsék egymást, tehát szinergikus hatást eredményezzenek. A turizmus rendszerének célja egy fogadóterület szemszögéből a látogatók vonzása az adott térségbe és ott szolgáltatások nyújtása, amelyek ellenértéke jövedelmeket teremt a térség lakosságának, vállalati- és közszektorának is. Ezt az általános elvi célt mindenkor

alkalmazni kell az adott ország tényleges helyzetére, és annak függvényében lehet kijelölni a konkrét célokat.

A rendszer alrendszerekre és további alkotóelemekre bontható, és ezek szintén megfogalmazhatják sajátos hosszú távú céljaikat. A politika tehát alacsonyabb szinteken is kialakítható, azonban a különböző szintű távlati céloknak összhangban kell lenniük a rendszer egészének fő céljával, és egymással is. A **szintek hierarchiáját** szigorúan be kell tartani, mert a részek az egészszel szemben nem – vagy csak átmenetileg- képesek eltérő célokat követni, ellenkező esetben a rendszer szétesése következhet be. A turizmusban a nemzetközi, nemzeti, regionális, helyi és vállalati szinteket különböztetjük meg. (LENGYEL M. 2004)

2.2. Turizmuspolitika a fejlett nemzetgazdaságokban

A turizmuspolitika állami feladat, ezt azonban csak az önkormányzatok segítségével és munkájával valósítható meg. Az állam a szabályzatok és rendeletek segítségével támogatja a turizmust mind az innováció, az együttműködés és a promóció területén. Az idegenforgalom az osztrákok számára stratégiai gazdasági ágazat. A belföldi és külföldi látogatók kiadásai utalnak a szektor nagyságára, főként Ausztriában húzóágazat a turizmus, de a magyar turizmus nemzetgazdasági jelentősége is igen nagy. A turisztikai bevételek a nemzeti össztermék 13,5%-át teszik ki Ausztriában, Magyarországon a 10,3%-át. Az idegenforgalom és a gazdaság fejlettsége következtében az osztrák turizmus (ma már egyre növekvő szinten a magyar turizmus is) rendelkezik egy erős belső kereslettel is, ami a látogatottság felét (Magyarországon a 40%-át) teszi ki. Ausztria előnyét jelenti az Alpok, amit az ország gazdaságilag ki is használt, ez megfigyelhető a többi hegyvidéki területen is. Az alpesi üdülőhelyeken lévő, nehezen utánozható idegenforgalmi fogadóképesség és a szolgáltatási rendszerek összessége folyamatos versenyelőnyt biztosít az alpesi országoknak.

Az állam alapvető érdeke, hogy turizmusbarát feltételeket teremtsen hatékony idegenforgalmi politikával és a többi nemzetgazdasági ágazat bevonásával. Befolyásolni tudja a turizmuspolitikát sajátos eszközeivel, ő alakítja ki az eredményes turisztikai tevékenység feltételeit egy hatékony politikával, a globális versenyben biztosítja a piaci versenyelőnyt, azonban a feltételek javulását nem tudja garantálni. Azok az országok, ahol az állam támogatja a turizmust, az új termékek kifejlesztését, minőségileg biztosítja azokat, ott a turizmus piaci versenyelőnyhöz jut,

míg ott, ahol az állam nem támogatja a turizmust, ott, az háttérbe szorul a piaci versenyben. Az állam tehát egyfajta katalizátor szerepet tölt be ebben a folyamatban.

Magyarországon turizmus törvény nincs, és nem is volt soha, az elmúlt 15-20 évben a turizmus többször került át más és más minisztérium feladat- és hatáskörébe. Svájcban, már az 1980-as évek eleje óta törvény szabályozza a turizmuspolitikát, mely lehetővé teszi a területrendezési, a regionális politikai, a mezőgazdasági és környezetvédelmi politika területén a célkitűzések elérésének elősegítését. Ez a stratégia azonban már nem elég a turizmus globalizációjának idejében. Peter Keller már 1999-ben bemutatta a sikeres turizmuspolitikai stratégiát, ami a fejlett nemzetgazdaságokban részben már meg is valósult.

Peter Keller tanulmányára hivatkozva megállapítható, hogy egy sikeres turizmuspolitika kialakításához szükséges annak feltételeit megteremteni, mint az adott országban a turizmus növekedésének elfogadását, az innováció megteremtésének alapját és a nemzetközi feltételek javítását. Ezek megteremtéséhez azonban szükség van egy sikeres gazdaságra, eszközre, mely biztosítja a tartós növekedést, valamint az egyes országok (itt Ausztria és Magyarország) nemzetközi képviselőit. Utóbbi elengedhetetlen a nemzetközi feltételek javításához. A jó turizmuspolitikának támogatnia kell a piacon való megjelenést, ehhez viszont szükséges az ország márkanévének felépítésére, mivel ez jelenti a kulcsot a világpiachoz. A stratégiai termékek fejlesztése, a szolgáltatások minőségének emelése, a telematika bevezetésének erősödése mind hozzájárul a piacon való megjelenéshez. A helyi vonzerő növelése is elengedhetetlen egy ország turizmuspolitikai stratégiájából. Ennek megteremtéséhez szükség van a humán tőke megteremtésére, a megfelelő munkaerő megszerzésére, a vendéglátás szerkezeti változásának követésére, az infrastruktúra felértékelésére és a területek, földterületek ápolására, rendbehozatalára. Meg kell teremteni a konkurenciától való különbözőséget, egyediséget, ami kiemeli az országot az átlagtól. Ki kell elégíteni a vevők igényeit, meg kell tartani a piac által szabályozott turisztikai szektort, és fenn kell tartani a jövő turizmusához vezető utat. Mindezen pontok megteremtése és betartása biztosítja a turizmus versenyképességét.

A jó turizmuspolitika feltétele a folyamatos gazdasági és statisztikai fejlődés kimutatása, amelynek eszköze a szatellit számlarendszer. A legfontosabb turizmuspolitikai feladatok közé tartozik a lehető legkedvezőbb feltételek megteremtése, mint például az ÁFA csökkentése a szálláshelyeken (Magyarországon

az általános forgalmi adó 27%, a kereskedelmi szálláshelyekre azonban csak 18%-os ÁFÁ-t kell fizetni. Ausztriában az általános forgalmi adó 20%, a kedvezményes áfa kulcs pedig 12%-os).

1. táblázat: Az állami turizmuspolitika alapfeladatai Peter Keller tanulmánya szerint

Feladatok	Eszközök	Példák
Alapok	Támogatási és fejlesztési koncepciók	Turizmuspolitikai koncepciók Szatelit számlák bevezetése
Keretfeltételek	Beavatkozási terv	Az általános forgalmi adó csökkentése a vendéglátásban
A kínálat kialakítása	Támogatások	Újítási és együttműködési programok Szállodai hitelek
A kereslet megszerzése	Desztináció marketing	Foglalási rendszerek
Nemzetközivé tétel	Kétoldalú és többoldalú együttműködés	Az „Alpok” egyezmény turizmus jegyzőkönyve

Forrás: Keller P. (1999) alapján saját szerkesztés

A hagyományos turizmuspolitika egyik központi területe a kereslet megszerzésének támogatása, hiszen e nélkül a turisztikai kínálat nem tudna megjelenni a bel-és külföldi piacon

a szektor kis- és középvállalkozói túlsúlya miatt, valamint a helyi és regionális közlekedési szövetségek tőkésítése sem lenne megoldható a hagyományos turizmuspolitika nélkül. A másik központi terület a magán szálláshelyek felszereltségének utólagos finanszírozása, mivel a szálloda üzemek a tőkepiacon nem eléggé aktívak, ugyanakkor a bankok egyre kevésbé hajlandóak finanszírozni a kereskedelmi szálláshelyek kialakítását. Az állami turizmuspolitika alapvető feladat továbbá a két-és többoldalú együttműködési megállapodások kidolgozása kormányzati szinten. (P. Keller 1999.)

3. A két ország általános jellemzése

3.1. Magyarország földrajzi adottságai

Magyarország (Nagy-Magyarország) déli határszéle csaknem egyenes vonal, mely az Adriai és a Fekete-tenger sarkait szinte pontosan a 45-ös számot viselő szélességi körön kapcsolja össze. Ez a vonal tehát egyenlő távolságban van az Egyenlítőtől és az Északi-sarktól is, ennek következtében Magyarországot fényben

és melegségben középértékű mennyiséggel sugározza be a Nap. A szélességkör ezen kívül nem csak azt mutatja meg, hogy mennyi természeti fűtést és világítást milyen évszakos eloszlásban kapunk, hanem azt is megtudhatjuk belőle, hogy Magyarország az északi földgömbön van, már közel oda, ahol aránylag a legkevesebb a tenger és legszélesebbek a szárazulatok. Tudomásul kell tehát venni az életalkatra súlyosodó tulajdonságot, szélességi körünk **tengerszegénységét**. Magyarország azon a szélességi körön helyezkedik el, amelyen a többi hasonló országnak sem jut tenger. Az ország helyzetét a szélességi körön végigmenvén, a hosszúsági kör meghatározásával ki kell rajzolni. A tengertávolság azért lényeges tényező, mert kihat azon országokra is, melyek nem rendelkeznek vele, mivel a felhőzet, csapadék, szél, enyhület, vagyis a szélsőségek letompítása a tenger hatása alatt érvényesülnek, lényegében tőle függenek. Az ezértól ezernyolcszáz km-ig terjedő távolsága az Atlanti-óceán partfővonalától az északi földgömb középszélességén **keleti irányban letompított telet és nyarat, jó közepes csapadékot változatos eloszlásban** jelent. Ennek következményeként az ország területe jóval melegebb, mint az magából a földrajzi szélességi köréből következik. Ebben a tekintetben csak a vele egy övezetben lévő Franciaország, és általában Európa észak-nyugati országai, vagyis a Föld legkedvezőbb világhelyzetű országai múlják fölül Magyarországot, és messze mögötte maradnak a többiek. Az ország világhelyzetének jellegei közé tartozik tehát az is, hogy **atlanti fekvésű**, vagyis az atlanti övezet országai közül való és ennek az övezetnek keleti szélső sorozatába tartozó. Télen a hőmérséklet alig különbözik Skandináviától, vagy Fehéroroszországtól, mivel az atlanti meleg hatás miatt az egyenlő hőmennyiségek vonalai észak felé hajolnak. Nyáron pedig az atlanti hűvösség hatása alatt ezek a vonalak észak-kelet felé hajlanak, ekkor Ukrajnától Dél-Franciaországig terjed a hasonlóság.

Magyarországon az évi hőmérséklet ingadozás havi szám értéke 25, szélső számértéke 48. A hőmérsékletingadozás hatással van a tájképre, a mezőgazdasági termelésre, és a nép munkakedvére is. A földek és tengerek sajátos elosztása következtében néhány gazdagságra hivatott és tényleg meggazdagodott ország jött létre. „**Gazdagságra hivatott** azaz **ország**, mely kedvező abszolút világhelyzet birtokában van.” A vonzóerő függ a tengerpartok hosszától adott sugarú körben, valamint a szabad tengeri útirányok számától is. Három gazdagságra hivatott főtáj különíthető el a világban. Az egyik Külső-Európa, a Koppenhága- London- Gibraltár vonal, másik a Tokió- Shanghaj- Kalkuta vonal, harmadik pedig a New York-New

Orleans vonal. Ezen a három főtájon van a világhelyzet erőközpontja, mint látható sem Magyarország, sem Ausztria nem helyezkedik el egyik vonalon sem. Egyébként a világon a **Rajna torkolata** a legkiváltságosabb hely, melynek minden adott sugarú körében végösszegben a leghosszabb a partvonalak száma, a legtöbb útirány, a legtöbb feléje lejtősödés, a legnagyobb földgazdagság van.

A földtörténet időméreteihez viszonyítva viszonylag fiatal ország Magyarország. Ős-és idősebb ókori, vagyis a gerinccel bíró állatok élete előtti időkből való sziklatalapzat nincs a területén. A felszínen csupán néhány fennakadt pillér a tanúja annak, hogy belső- magyarországi legöregebb hegyeink egy, ma már elpusztult karbon-kori hegyrendszernek maradványaiból alakultak. (PRINZ GY. 1942) Az **Északi-középhegység** az ország legmagasabb hegyvidéke, az Északnyugati-Kárpátok részét képezi. Több hegységet is magába foglal, ezek a Börzsöny, a Cserhát, a Mátra (itt található Magyarország legmagasabb pontja, a Kékes), a Bükk, az Aggteleki-karszt, és a Zempléni-hegység. A **Dunántúli-középhegység** az egyetlen csak Magyarországon elhelyezkedő nagytáj. A Keszthelyi-hegység, a Badacsony, a Szent György-hegy, a Csobánc, a Gulács, a Tátika, a Hegyestű, a szigligeti Várhegy alkotják a térség Balaton-felvidéki hegységeit. A Bakony, a Vértes, a Dunazug-hegység, a Gerecse, a Pilis, a Budai-hegység, a Visegrádi-hegység, valamint a Velencei-hegység részei még a Dunántúli-középhegységnek. A Soproni-hegység, a Kőszegi-hegység, a Villányi-hegység, és a Mecsek is Magyarország hegységei közé tartoznak. (MICHALKÓ G. 2007)

Magyarország vízhálózatát vizsgálva elmondható, hogy vízhálózata ritka, átlagos sűrűsége $0,3 \text{ km} / \text{km}^2$. Nagy lapályi tavaink a Balaton, Fertő és a nagy mocsarak, lápok, mint az Ecsedi, vagy Nagysárrét. Idegenforgalmi szempontból a legnagyobb jelentőséggel bír a Balaton. A Fertő-tó 352 km^2 -nyi területének csupán egynegyede tartozik Magyarországhoz. Természetvédelmi oltalma, a 2-5 km széles nádövezete csak korlátozottan teszi lehetővé a fürdőzést, és a tó idegenforgalmi hasznosulását. A forrástavak (Tata, Hévíz, Tapolca, Miskolctapolca) többségét termásvíz táplálja. A legismertebb morotvatavak a Szelidi-tó, a faddi Holt-Duna, a Cibakházi, a Mártélyi és a Tiszaluci tavak. A Fehér-tó, a Sóstó, a Gyopáros-tó, a Baláta-tó lefolyástalan szikes tavak, melyeknek elsősorban a horgász-és ökoturizmusban van jelentőségük. Hegyvidéki tavak csoportjába sorolható a Vörös-tó, az Aggteleki-tó, a Mohos-tó és az Arló-tó. Igen népszerűek a turisták körében a mesterséges tavak Magyarországon, mint a Hámori-tó, a Rakaca-tó, az Orfői-tó és az

Abaligeti-tó. A hegységek törésvonalai mentén fakadó források vize sok esetben gyógyító hatású. Budapest gyógyfürdőit a Budai-hegység karsztforrásai táplálják, többségük földes-meszes gyógyvíz. Hévíz csekély sugárzóanyag-tartalmú radiokatív, Balatonfüred savanyú, Moha környékén szénsavas, Harkányban kénes, Parádon posztvulkáni, vastartalmú vízzel találkozhatunk. (MICHALKÓ G. 2007)

3.2. Magyarország településszerkezeti bemutatása

Magyarország **területe** 93 023 km. A 2011-es népszámlálás során mért adatok szerint az ország lakossága 9 931 925 főt tesz ki. Magyarország népsűrűsége 108 fő/km (1. számú melléklet).

Az ország területét 19 megye, és 3158 település alkotja. A megye, mint közigazgatási egység kevés esetben képez önálló arculattal rendelkező mozgatóerőt az ország turizmusában. A kistérségek a területfejlesztés intézményrendszerének alapsejtjeit jelenti. Magyarországon a 168 statisztikai kistérség 158 többcélú kistérségi társulást hozott létre. „*A területfejlesztést szabályozó 1996. évi XXI. törvény, majd annak 1999. évi módosítása hét **tervezési-statisztikai régió** létrehozását tette lehetővé. Ezzel a lépéssel Magyarországon is kialakították az Európai Unióból érkező források fogadására formálisan is alkalmas új területi egységeket.*” (MICHALKÓ G. 2007, p. 150) Ezek a statisztikai régiók a következők: Közép-Magyarország, Közép-Dunántúl, Nyugat-Dunántúl, Dél-Dunántúl, Észak-Magyarország, Észak-Alföld és Dél-Alföld. Míg a kistérségek és a statisztikai-tervezési régiók a területfejlesztési politika beavatkozási szintjei, addig az üdülőkörzet és az idegenforgalmi régió már a turizmusirányítás napi gyakorlatában tetten érhető szinteket jelenti. Az **üdülőkörzetek** és **idegenforgalmi régiók** azzal a céllal jöttek létre, hogy az általuk lehatárolt területen belül létrehozzák, fejlesszék a sikeres vendégforgalom bonyolításához szükséges feltételeket. Az üdülőkörzetek azok a területek, melyek a magyarországi területfejlesztés-politika fókuszában állnak az ott realizálódó vendégforgalom, valamint a terület fogadóképessége alapján. 1. kiemelt üdülőkörzetek Budapest, Balaton, Dunakanyar, Mecsek és Villány, Sopron-Kőszeghegység, Velencei-tó, Vértes, Mátra-Bükk, Tisza-tó. A 2. üdülőkörzetekhez tartozik a Nyugati-határszél, Göcsej, Dél-Zala, Belső-Somogy, Kapos-völgy, Rába-Marcál mente, Szigetköz, Gerecse, Bakony, Budapest-környék, Ráckevei Duna, Magyarországi Alsó-Duna-szakasz, Felső-Tisza-szakasz, Szolnoki Tisza-szakasz, Tisza-Körös mente, Cserhát és környéke, Zemplén, Aggtelek és környéke. 531

helység tartozik a kiemelt üdülőkörzetekhez, és további 1113 település a nem kiemelt üdülőkörzetekhez. Legnagyobb településállománnyal a Balaton rendelkezik, mely 164 helységet foglal magába, legkisebbel pedig a Tisza-tó, Aggtelek és környéke, valamint a Ráckevei Duna egyaránt 21 települést tömörít. Magyarország településállományának 53%-a kapott idegenforgalmi szempontú statisztikai besorolást, azonban nem minden üdülőkörzethez tartozó település rendelkezik vendégforgalmat kiváltó idegenforgalmi vonzerővel. (MICHALKÓ G. 2007, pp. 146-153)

3.3. Magyarország népességének jellemzése

Magyarország **népessége** 2011-ben 9 931 925 (KSH 2015a) lakost tett ki.

A tervezési-statisztikai régiók- Közép-Magyarország kivételével- arányos részt foglalnak el az ország területéből és ennek megfelelően a népességből is. A magyar régiók demográfiai viselkedésében vannak kisebb, statisztikailag mérhető különbségek, de ezek a hat régió egymáshoz való viszonyában nem olyan mértékűek, mint Közép-Magyarország, és az azt magába foglaló Budapest esetében. Budapesten az átlagostól lényegesen eltérő, nagyrészt kedvezőtlenebb népesedési jellemzők érvényesülnek. Magyarország népessége 1980-ban még 10 709 463 főt tett ki. Ez a mutatószám 2013-ra 9 908 798-ra csökkent. 2015 első fél évébe több mint 24 ezerrel csökkent a magyar lakosság száma, 2014 első félévében ez a szám csak 20 ezer körül mozgott, vagyis **gyorsult a népességfogyás üteme**. A Központi Statisztikai Hivatal jelentése (2015) szerint 2015-ben a születések és a halálozások száma mindegyik régióban emelkedett. A népességfogyás Közép-Magyarországon az átlagos szintet meghaladó. Budapest előregedő népességében az élve születési arányszám átlagon aluli, ezzel szemben a halandóság a fentebb ismertett számok alapján is jóval magasabb az országos átlagnál. Pest megye egyedülálló, közel 15 ezrelékes vándorlási nyereséggel rendelkezik, ez a belső népvándorlás eredménye. Csak Közép- és Nyugat-Dunántúlon tapasztalható –Pest megyén kívül- bevándorlási többlet és ennek eredményeként a természetes fogyás ellenére a népességszám átlagon aluli csökkenése. A két északi régióban az átlagost meghaladó születési arányszám érdemben nem segít a népesedési helyzeten, mivel erről a területekről vándorolnak el a legnagyobb arányban a fejlettebb régiók felé jobb munka-és életkörülmények megszerzésének a reményében. A jelentős **belső migráció** komolyan veszélyezteti Magyarország településszerkezetének a felborulását.

3.4. Ausztria földrajzi adottságai

Ausztria **földrajzi adottságait** vizsgálva megállapítható, hogy területének 80%-át hegység borítja. A **Keleti-Alpok** három fő vonulatra tagolható: az ország északi részén, a Boden-tó és Bécs között húzódik az Északi –Mészkö -Alpok, a Lech –völgyi -Alpok, Karwendel, a Kitzbüheli-Alpok, a Salzburgi- Mészkö-Alpok, a Hochschwab, a Dachstein (legmagasabb, 2995 m), valamint a Bécsi-erdő. Az északi területen fekszik az Osztrák –Gránit -fennsík, keleten pedig a Bécsi-medence és a Fertő-tó (Neusiedler See).

Az ország **vízrajzát** tekintve igen gazdag folyó-, és állóvizekben egyaránt. Ausztria csaknem egésze a Duna vízgyűjtő területéhez tartozik. Főbb folyói a Duna, az Inn, a Salzach, az Enns, a Mura és a Dráva. Számos gleccsertóval is rendelkezik, mint a Boden-tó, az Attersee, a Traunsee, a Mondsee és a Wörthersee.

Ausztria a közép-európai mérsékelt éghajlati övben fekszik. **Éghajlata** kontinentális óceáni hatásokkal tarkított, jelentős különbségek vannak a völgyek és a hegycsúcsok időjárása között, ez annak köszönhető, hogy az éghajlatot nagymértékben befolyásolja a tengerszint feletti magasság. A magasabb hegycsúcsokon gyakori a csapadék, a hó hosszú hónapokig, akár április végéig is megmarad. A Bécsi-medence klímája hasonlít a magyarországihoz, gyakoribbak a napsütéses hónapok, mint nyugatra, és délen.

Az ország Európa egyik legerdősültebb vidéke, területének mintegy 46%-át erdő borítja. Az Alpokban a fenyőerdők, keleten a lombhullató erdők jellemzőek. Az **ország gazdaságára** az jellemző, hogy az Alpok magasabban fekvő területeit az erdőgazdálkodás, a havasi pásztorkodás és a turizmus hasznosítja, a völgyekben a zöldmező-gazdálkodás és a könnyűipar jellemző. Az ország nyugati felében a közlekedés, a feldolgozóipar, az alpesi pásztorkodás és a turizmus jelentik a leglényegesebb ágazatokat. A növénytermesztés a medence-és síksági területekre korlátozódik. Az osztrák mezőgazdaság magas színvonalú, bár az EU-átlagtól elmarad. A mezőgazdaságban az állattenyésztésnek jut nagyobb szerep (szarvasmarha, sertés, juh, kecske, ló, baromfi). Jelentős a fakitermelés is.

Ausztria főleg nem fémes nyersanyag-ellátottságban gazdag. A Bécsi-medence földgázfúrása Európa legmélyebb földgázfúrása, 8552 méter mély. Matzenban van Közép-Európa legnagyobb kőolajtelepe. Fő iparágak: kohászat, bányászat, gép-, energetikai, vegy-, petrokémiai, elektronikai, elektrotechnikai, papír-, élelmiszer- és

építőanyag ipar. Fontosabb ipari központjai Bécs, Linz, Graz, Leoben, Steyr, St. Pölten és Wels. (FÁBIÁN A. 2011)

3.5. Ausztria településszerkezeti bemutatása

Ausztria **területe** 83 871 km, a 2014. október 1-jei adatok szerint **lakossága** 8 584 926 fő (STATISTIK AUSTRIA 2015a).

Ausztriában kilenc tartomány, és egyben kilenc idegenforgalmi régió különíthető el. **Bécs** Közép-Európa legjelentősebb üzleti és kulturális központja. Magas szintű színházi és zenei élete vezető helyen áll Európában. Világhírű rendezvények kapcsolódnak a tartományhoz, pl. Wiener Festwochen. Mindezen értékek miatt Bécs nemcsak az európai, hanem az amerikai és távol-keleti turisták célpontja is. Az ország energiagazdaságában rendkívül fontos szerepet játszik a kőolaj-finomítás Schwechatban (ÖMV), amely a csővezetékeken érkező közel-keleti és orosz kőolajat dolgozza fel. További 8 tartománya az országnak Vorarlberg, Tirol, Oberösterreich, Niederösterreich, Karintia, Steiermark, Burgenland és Salzburg.

Tirol rendelkezik a legnagyobb turistaforgalommal, ezt elsősorban a téli és nyári magashegységi turizmusának köszönheti. Fő központja Innsbruck. Hatalmas tranzitforgalommal rendelkezik, itt halad át a München-Innsbruck-Brenner-Verona közlekedési folyosó. Az osztrák üveggyártás közel fele jut Tirolra. Kiemelkedő a színesfém-és alumíniumkohászat, valamint az elektrotechnika. (FÁBIÁN A. 2011)

Salzburg összetett turisztikai kínálattal rendelkezik. Világhírű sí központokkal rendelkezik, mint a Zell am See, Bischofshofen, és Kaprun. Emelett kiemelkedő a nyári természeti turizmusa is (Krimmli-vízesés, Eisriesenwelt). Jelentős a gyógyturizmus, és a tavi üdülés is, hiszen Salzkammergut tavainak egy része is ehhez a tartományhoz tartozik. Az osztrák városi turizmus fellegvára Salzburg. A turisztikai növekedés 2006-ban, a Mozart-évben volt jelentős Ausztriában.

Karintia sokszínű kínálattal rendelkezik. A Magas-Tauern, és annak legmagasabb csúcsa, a Großglockner itt található, valamint az ország leghosszabb gleccsere, a Pasterze is. Kiemelkedő a síturizmus, az alpinizmus, az extrém sportok és az ökoturizmus. Az ökoturizmus mellett gyakran megjelenik a gyógyturizmus is, ezek keveredhetnek (Villach). A Wörthi-tavak biztosítják a nyári turizmust Karintiában Velden, Pörschach és Ossiach városaival. A tartomány székhelye Klagenfurt, kulturális központ.

Vorarlbergben a magashegységi turizmus dominál, valamint híres Bregenz kulturális értékeiről is. A tartomány kiemelkedő gépiparral, elektrotechnika-, műszál- és textiliparral bír.

Steiermark leghíresebb sikhőzpontja Schladming. Kiemelkedő a tartomány gyógyturizmusa. A kulturális értékek (Graz, Riegersburg) jelentős vonzerőt jelentenek. Salzkammergut vidéke nemzetközileg ismert és kedvelt. A tartomány az ország egyik legfejlettebb ipari körzete. Ausztria barnakőszén-és vasércbányászatának négyötödét a stájer tartomány adja. (FÁBIÁN A. 2011)

Felső-Ausztria/Oberösterreich tartományban a legfőbb vonzerőt Salzkammergut tavai adják, a Traunsee, az Attersee, valamint üdülő-és kultúrtörténeti helyei (Bad Ischl, Hallstatt). Dachstein barlangjai világhírűek. Felső-Ausztria központja Linz. A tartomány az ország legjelentősebb állattartó vidéke, az országos termelési érték harmadával rendelkezik. Kiemelkedő jelentőségű a szarvasmarha-és sertésstenyésztés, valamint a tejtermelés. A gazdasági életben az iparé a főszerep, elsősorban a feldolgozó ágazatoké. (FÁBIÁN A. 2011)

Alsó-Ausztria/Niederösterreichban a Duna-völgy romantikus szakasza (Wachau), és a kulturális jellegű kisvárosok (Melk, St. Pölten), valamint a gyógyfürdők (Baden) jelentik az turizmus alapját.

Burgenland rendelkezik a legkevesebb vendégéjszakával, leginkább a bécsiek számára nyújt pihenést, nem az Alpokra építi turizmusát. A Neusiedler See Nemzeti Park az ökoturizmus helyszíne, míg Eisenstadt kultúrtörténeti jelentőséggel bíró város. A falusi turizmus, kerékpárturizmus jellemző turisztikai termékek. (GYURICZA L. 2008)

Az osztrák urbanizáció mértéke közepes, a városiasodásra viszont hatással vannak Ausztria természeti adottságai is, mivel az ipar főként a tartományok fővárosai köré koncentrálódik. Bécs dominanciája egyértelműen megmutatkozik az egy főre eső GDP tekintetében. Ausztria egészét tekintve megállapítható, hogy az ország az Európai Unió átlaghoz viszonyítva fejlett térség, kismértékű regionális különbségekkel. Ausztria területe három NUTS I régióra osztható, ezek Kelet-Ausztria, Dél-Ausztria és Nyugat-Ausztria. Ezek NUTS II szintekre darabolhatók. A NUTS II régiók lettek a fentebb bemutatott szövetségi tartományok. Bécs önálló kerületet alkot. (FÁBIÁN A. 2011)

3.6. Ausztria népességének jellemzése

Természeti viszonyaihoz mérten sűrűn lakott ország, az Európai Unió tagállamaival ellentétben Ausztriában a népességnövekedés továbbra is pozitív, 0,23%-os. Bécs tartománya kilóg a sorból. A legkisebb területtel rendelkezik, de a népességszám itt a legmagasabb. Ez köszönhető nagy fejlettségi szintjének is, viszont a későbbiekben ugyan az a veszély fennállhat, mint Magyarországon, hogy a térségekből, falvakból a városba vándorol a népesség, így a peremvidékek elnéptelenednek, ez komoly veszélyt jelenthet az egész gazdaságra. Alsó-Ausztria területét tekintve az első, népességszámát tekintve pedig a második legnagyobb tartomány, ez köszönhető a Bécsi-medence nagy népsűrűségének, valamint Bécs agglomerációjának (ugyan ez Magyarországon is megfigyelhető, Budapest agglomerációja nagyon jelentős). Steiermark népességét Graz, Felső-Ausztria népességét pedig Linz növeli meg. Az alpesi tartományok igen ritka népsűrűséggel rendelkeznek, Vorarlberg és Tirol is, azonban ezt székhelyeik (Bregenz és Innsbruck) népessége sem tudja ellensúlyozni. Burgenland területét és népességét tekintve is kis régió.

Ausztriában 2014-ben 7 093 000-en születtek az anyaföldön és mintegy 1 415 000-en külföldön. Az ő számuk várhatóan nőni fog a jövőben, hiszen egyre többen vándorolnak az országba az egykori Jugoszláviából, Magyarországról, Boszniából, Romániából, Szlovákiából, Csehországból, Törökországból és Németországból munkavállalóknak.

4. A két ország gazdasági szerkezetének jellemzése

4.1. GDP és tényezőköltségen vett hozzáadott érték nagysága és növekedése

A **bruttó hozzáadott érték nagysága** a teljes nemzetgazdaságra nézve **Magyarországon** 31 ezermilliárd forint volt 2014-ben. (KSH 2015b)

A GDP (bruttó hazai termék) értéke Ausztriában 2014-ben 329,3 milliárd euró volt, ez mintegy 2%-os növekedést jelent az előző, 2013-as évhez képest, amikor a GDP nominális értéke 322,88 milliárd euró volt. (DE.STATISTA 2015a,b)

Megállapítható, hogy a magyar GDP folyó áron 28,5 ezermilliárdról (2012) 2014-re 31,8 ezermilliárdra nőtt, az egy főre eső GDP pedig mintegy 372 900 forinttal nőtt 3 év alatt. (KSH 2015b) Az ország gazdasága egyenletes ütemben fejlődött 2007-ig, majd a keresletszűkítő kormányzati intézkedések hatására a

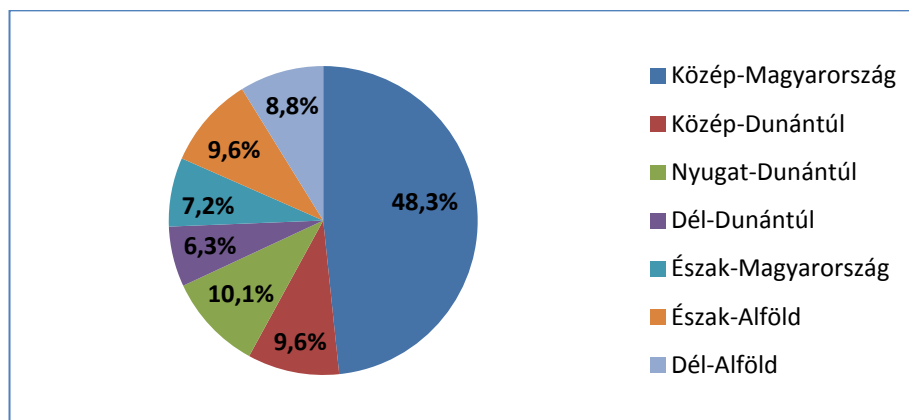
növekedés lefékeződött. Ezt a változást jól mutatja, hogy 2007 és 2008 között a GDP mutatója csupán egy százalékponttal nőtt (3. melléklet). A 2008 második felétől kiszélesedő gazdasági világválság hatása 2009-ben teljesedett ki, ekkor a bruttó hazai termék volumene -2,9%-kal maradt el az egy évvel korábitól. A kedvezőtlenül alakuló külső környezet és a belső kereslet hatására 2012-ben az ország gazdasági teljesítménye ismét veszített lendületéből, a GDP mutatója már nem ért el olyan mértékű növekedést, mint az előtte lévő évben. (KSH 2015b)

Az egy főre eső GDP tekintetében jelentős lemaradásban van Magyarország az EU-28 országokhoz képest. Az EU-28 országok átlagos egy főre jutó GDP-je 24 900 és 26 100 euró/fő között alakult 2006 és 2014 között. Ezzel szemben Magyarországé 10 200 (2006) és 10 500 (2014) között ingadozott, mélypontját 2009-ben érte el, akkor csupán 9 700 Euró volt az egy főre eső GDP (a 2009-es hivatalos euró árfolyammal átszámolva az 2 716 000 forint). Mindezek mellett megállapítható, hogy **Magyarország nem minden régiója fejlett önállóan**, csak Közép-és Nyugat-Magyarország (a bruttó hazai termék vizsgálata alapján).

Ausztria bruttó hazai terméke (GDP) 2014-ben 329,3 milliárd euró (DE.STATISTA 2015a) volt, ez mintegy 2%-os növekedést jelent 2013-hoz képest. A bruttó tényezőkölségen számított hozzáadott érték (bruttó hazai termék-adók nagysága+támogatások) 292,9 milliárd euró volt, éves szinten 3,3%-os növekedési ütemmel. A bruttó hozzáadott érték növekedése kiegyensúlyozott az országban, minden 5 év alatt körülbelül 112-114%-os a növekedés. a GDP a vizsgált időszakban (4. számú melléklet) 2006-ban volt a legalacsonyabb, 266,5 milliárd euró, míg 2014-ben a legmagasabb, 329,3 milliárd euró. **A 2014-ben mért érték több mint háromszorosa a magyar értéknek** (Magyarország GDP-je 2014-ben a hivatalos euró árfolyammal átszámolva 103 euró volt). **Az egy főre eső GDP esetében is mintegy 3,5-szeres különbség fedezhető fel az osztrákok javára.** Mindezeket vizsgálva megállapítható, hogy az osztrák gazdaság jobban prosperál, magasabb életszínvonal, magasabb munkabérek (ezáltal több, turizmusra fordítható diszkrécionális jövedelem) is társul ehhez. Az EU 28 országának átlagában vizsgálva, az EU 28 országának teljesítményét 100%-nak alapul véve Ausztria 2014-ben 126%-os teljesítményt mutat fel az egy főre eső GDP tekintetében. Az érték az összes tartományban az EU-28 országok átlagos, 25 800 Euró/főre eső GDP értéke felett van (26 100 és 47 200 Euró/fő között). Ezek alapján tehát megállapítható, hogy **Ausztria minden régiója önállóan is fejlett.**(EUROSTAT 2015a)

4.2. A bruttó hazai termék régiókénti megoszlása a két országban

1. ábra: A bruttó hazai termék (GDP) megoszlása Magyarországon régiós bontásban, 2012



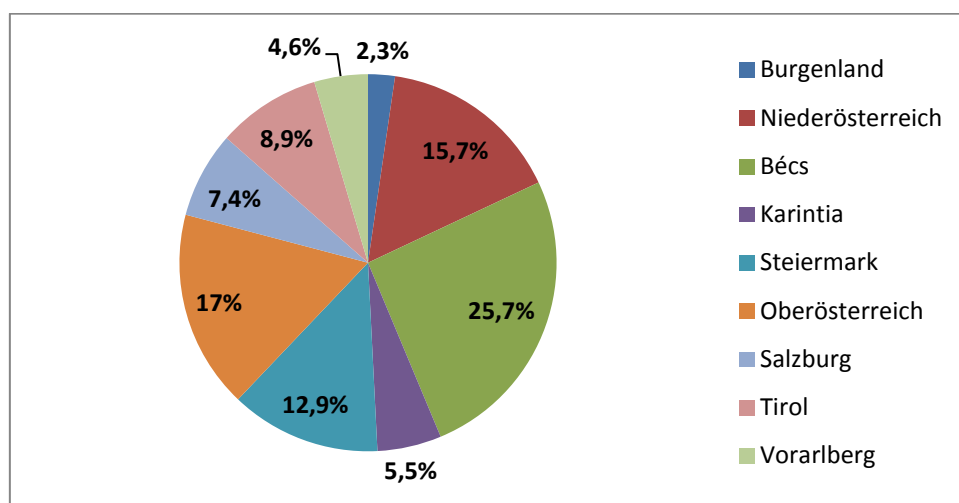
Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2013a) adatai alapján, Saját szerkesztés

Magyarországon az **egy főre jutó GDP** 2012-ben 2 millió 878 ezer forint volt. Azonban az egy főre jutó bruttó hazai termék regionális különbségei számottevőek. A legmagasabb mutatót elérte Közép-Magyarországnak, 7,5-szerese a Dél-Dunántúli régióé. A turizmus gazdaságban játszott szerepe egyrészt a költségvetés nemzetközi fizetési mérlegén, másrészt a turizmus szatellit számlákon keresztül érhető tetten. Az egyes térségek vendégforgalma nincs összhangban a turisztikai bevételek alapján elvárható, a GDP-ben megmutatózó eredményekkel. Egyedül Budapest esetében figyelhető meg, hogy a koncentrált turistaforgalom pénzügyi hozzájárulása az egy főre jutó GDP összegében is megjelenik. A Balatont övező megyék régiójuk, GDP tekintetében a leggyengébb mutatókkal rendelkező terület. (MICHALKÓ G. 2007) Dél-Dunántúl (Somogy, Baranya, Tolna megye) bruttó hazai terméke mindössze 6,3%-át teszi ki Magyarország GDP-jének. Ebbe a régióba tartozik a Déli-part csaknem egész területe, Keszthelyig. A kevésbé fejlett térségek számottevő lemaradása 2011-ben összességében tovább nőtt, közülük egyedül a Dél-Alföld régió egy főre jutó GDP-je került közelebb az országos átlaghoz.

A gazdasági teljesítményre jelentős hatást gyakorló beruházások volumene 2012-ben csökkent. A régiók közül növekvő fejlesztési tevékenység csak Nyugat-Dunántúlt és az Észak-Alföldet jellemezte. Nyugat-Dunántúl közel háromszor akkora fajlagos teljesítményt ért el a beruházások egy lakosra jutó értéke szerint, mint Észak-Magyarország. Ezek a területi differenciáltságok jelentős mértékben veszélyeztetik az ország peremvidékein élők életminőségét. Az utóbbi években még inkább tapasztalható az urbanizáció. A falvakból, kistérségekből a nagyvárosokba, megyeszékhelyekbe költözik a munkaképes lakosság. Ennek főként pénzügyi és

munkaerő piaci okai vannak, de nem szabad figyelmen kívül hagyni azt, hogy a fiatalok elvándorlásával súlyosan fenyegeti a falvakat az elöregedés veszélye. Az olyan falvak, melyeket túlnyomóan idősök laknak idő kérdése, és eltűnnek, elnéptelenednek. Nagy számban található ilyen falvak Észak-Magyarországon (Borsod-Abaúj-Zemplén megye), és a Dél-Dunántúlon (Somogy, Tolna megye). Mindezek a demográfiai változások komolyan veszélyeztetik Magyarország településszerkezeti struktúráját.

2. ábra: A bruttó hazai termék (GDP) megoszlása Ausztriában régióként, 2013



2. ábra: A bruttó hazai termék (GDP) megoszlása Ausztriában régióként, 2013, Forrás: STATISTIK AUSTRIA (2014b), Saját ábra

Mint a fenti ábra is mutatja, Ausztriában is vannak eltérések a régiók gazdasági teljesítménye között, azonban a főváros, Bécs és régiójának fölénye nem olyan magas (25,7%), mint Magyarországon Budapesté és a Közép-Magyarország régióé (48,3%). Oberösterreich, vagyis Felső-Ausztria Bécsset követve a második a bruttó hazai termék megoszlását illetően, az ország GDP-jének 17%-a itt keletkezett 2013-ban. Felső-Ausztria Niederösterreich 15,7%-át teszi ki Ausztria GDP-jének, ezzel harmadik helyen áll az országos rangsorban. Alsó-Ausztria köszönheti ezt annak, hogy a 9 osztrák tartomány közül ő a legnagyobb, Ausztria mintegy 23%-át foglalja el. Itt található az ország legnagyobb forgalmat bonyolító repülőtere is, amely egyben a közép-európai régió jelentős tranzitközpontja is, a Wien-Schwechat.

Kitekintve Európa egészére Az EU NUTS 2 régiókban az egy főre jutó GDP az EU-27 átlagának 27%-ától (6 400 PPS, Severozapaden, Bulgária) 332%-áig (78 000 PPS, Inner London) terjed, Európán belül tehát jelentős különbségek vannak az egy főre eső GDP tekintetében is.

4.3. Bruttó regionális termék megoszlása a két országban (Tényezőköltségen számított bruttó hozzáadott érték alapján)

A fejezet a Központi Statisztikai Hivatal „A gazdasági folyamatok regionális különbségei 2013” elektronikus dokumentum alapján kerül bemutatásra, míg az osztrák elemzés a Statistik Austria és a Wirtschaftskammer Österreich adatai alapján.

Magyarországon a rendelkezésre álló GDP-adatok alapján Közép-Magyarországnak a rendszerváltástól egyre nyilvánvalóbbá váló előnye a gazdasági válság csúcspontján, 2009-ben volt a legnagyobb. Az ezt követő két évben mérséklődött a többi régió lemaradása, főleg a fejlettebb Nyugat- és Közép-Dunántúl. A 2012. évi GDP-csökkenéssel azonban ismét nyílt a fejlettségi olló, a közép-magyarországihoz képest, egyedül Dél-Alföld teljesítménye javult. 2013-ban a gazdasági fejlődést befolyásoló fontosabb tényezők, így többek között a beruházások, valamint a K+F-tevékenység alapvetően a korábban kialakult számottevő területi differenciákat jelzik. Közép-Magyarország gazdasági fölénye az országos átlag 1,6-szerese (egy lakosra jutó GDP-ben), ezen kívül egyedül Nyugat-Dunántúl teljesítménye haladta meg (1,4%-kal) az átlagot. A gazdasági fejlettségi rangsor harmadik helyén (az országostól 12%-kal elmaradva) Közép-Dunántúl áll, a három legfejlettebb régió sorrendje 2000 óta változatlan. Nemzetközi összehasonlításban továbbra is Közép-Magyarország az egyedüli magyar régió, amelynek (vásárlóerő-paritáson mért) egy főre jutó GDP-je meghaladja az EU-27 átlagát (5,0%-kal). Nyugat- és Közép-Dunántúl mutatója a közösségi átlag 65, illetve 57%-át, a négy kevésbé fejlett hazai régióé pedig 39–44%-át tette ki 2012-ben. (KSH 2013b)

Ausztriában a 2000 és 2013 közötti időszakot vizsgálva megállapítható, hogy az értékteremtő képességből való részesedés stabilnak, és nem nagyarányúnak mondható (-1,34 és +0,5%). (STATISTIK AUSTRIA 2015b) A szektorok dominanciája ezért ezen időszakot vizsgálva nem mutatkozik meg olyan jelentősen, ezért korábbi, 1995-2011-es időszak kerül bemutatásra. A kilenc tartomány kibocsátása eltérő arányú. A bruttó regionális termékből legmagasabb arányban (26%-ban) Bécs és térsége részesül. Bécs tartományán belül a legjelentősebb ágazat a szolgáltatások, mely 82%-ban részesül a bruttó regionális termékből.

Felső-Ausztria magas termelékenységű aránnyal bír szinte az összes szektorban (17%), hasonlóan Alsó-Ausztriához, ami a bruttó regionális termékből 15,7%-ban részesül. Felső-Ausztria nagyarányú mezőgazdasági területtel rendelkezik, valamint

az állattartás harmada innen származik, fontos még a zöldség- és gyümölcsstermesztés, a szarvasmarha-és sertés tenyésztés, a tejtermelés. Az ipar jelentős szerepű, 40%-os a kibocsátás. Oberösterreich a legjobban fejlődő tartomány, a legmagasabb hozzáadott értékkel rendelkezik, azonban szolgáltatások tekintetében a legelmaradottabb. (FÁBIÁN A. 2011.)

4.4. Fontos hozzáadott értékű ágazatok a két ország gazdaságában

Magyarországon a mezőgazdaság nemzetgazdasági súlya hosszabb távon csökken, rövidebb távon stagnál. 2013-ban a beruházásokban 5,7, a foglalkoztatásban 4,9% volt az aránya. A három nemzetgazdasági ágat – bányászat, kőfejtést; feldolgozóipart és villamos energia-, gáz-, gőzellátást – magába foglaló ipar 2010-től a bruttó hozzáadott érték több mint negyedét állítja elő Magyarországon. Ez a hozzájárulás az Európai Unió országai között a legmagasabbak közé tartozik. (KSH 2013b)

Magyarországon az ágazatok tényezőkölségen számított bruttó hozzáadott értékéhez mért nagysága kötött, súlyuk nem kiegyenlített. Az országban 2013-ban az ipari termelés motorja a járműgyártás volt. 2013-ban az ipar nemzetgazdasági ágazatai közül a csekély súlyú bányászat termelése 13,9%-kal visszaesett az előző évhez viszonyítva. Az energiaipar kibocsátása 7,7%-kal kisebb volt 2012-höz képest. A nemzetgazdasági ágon belül a legnagyobb súlyt (40%) képviselő villamos energia-termelés jelentősen, 12,4%-kal visszaesett. A feldolgozóipari termelés volumene 2013 egészét tekintve 2,0%-kal volt nagyobb az előző évinél. A nemzetgazdaság három legnagyobb súlyú alága közül a járműgyártás kibocsátása kiemelkedően, 19%-kal nőtt, ezzel szemben a számítógép, elektronikai, optikai termék gyártása 12,3%-kal visszaesett. A feldolgozóipari termelés több mint egy nyolcadát kitevő élelmiszer, ital-és dohánytermék gyártása 6,4%-kal bővült, mind a hazai, mind az export eladások növekedése következtében. Az iparágon belül a legnagyobb- a közel 40%-os- súlyú szakágazatban, a híradás-technikai berendezés gyártásában 17,9%-os visszaesést mértek. Tartóssá vált a csökkenés a kisebb súlyú gyógyszeriparban, az alág kibocsátása 11,5%-kal maradt el az egy évvel korábbtól.(STATISZTIKAI TÜKÖR KSH. 2014c)

Ausztriában 2009 és 2014 közötti időszakot vizsgálva elmondható, hogy az ágazatok tényezőkölségen számított bruttó hozzáadott értékéhez mért nagysága kötött, súlyuk viszont nem kiegyenlített. Legnagyobb szerepe az ágazatok közül a

bányászatnak és a termelőiparnak van, ezek alkotják körülbelül az 1/5 részt a termelékenységből a 14 ágazat közül. Az osztrák gazdasági teljesítmény 2013-ban 0,2%-kal nőtt az előző évhez képest. A legnagyobb mértékű növekedés a termelőipar (+14,4%), a járműgyártás (+11,8%), és az energiaellátás (+8,1%) területén ment végbe. A kereskedelem területén -1,6%-os csökkenés következett be. A kereskedelem szektora egyébként magas, 12,7%-os részesedésű a kibocsátásból. Az ingatlanügyletek átlagosan 4,9%-os növekedési ütemmel bírnak, arányuk a kibocsátásból 10%. A nevelési-oktatási, valamint a szociális és egészségügyi szektor az elmúlt húsz év átlagában 11,8%-os részesedéssel bír a hozzáadott értékből. Az egyéb gazdasági szolgáltatások növekedési üteme átlagosan évente 5,9%. 2014-ben több mint 9%-át jelenti a hozzáadott értéknek, ezzel a legnagyobb pozitív részesedést nyerve (+3,5%) a teljes kibocsátásból. A közlekedés ágazata éves szinten 3,3%-kal nő Ausztriában. (SZABÓ Z. 2015.)

4.5. Foglalkoztatottság alakulása a két országban

Magyarországon a foglalkoztatottak létszáma az ezredforduló körüli lassú növekedés után nem változott számottevően (KSH 2014a). Ezt követően viszont a gazdasági válság hatására az egy évtizeddel korábbi szintre esett vissza. A 2009-2010-es mélypont után kissé, majd 2012-2013-ban már érdemben nőtt a foglalkoztatás, a gazdasági válságot közvetlenül megelőző évek (2006-2007) szintjét 2013-ban érte el. Ehhez a növekedéshez hozzájárult a közfoglalkoztatás, ugyanakkor új munkahelyek jöttek létre a versenyszférában is. A **munkaerőpiac területi differenciáltsága** már a rendszerváltást követően kialakult, és markáns területi különbségei azóta is fennállnak. A munkaerőpiac térségi különbségei alapvetően a munkalehetőségek egyenetlen eloszlására és a népesség területenként eltérő iskolázottsági szintjére vezethetők vissza. A gazdasági konjunktúraciklusok, a foglalkoztatáspolitikai intézkedések befolyásolták a térségek egymáshoz viszonyított pozícióját, azonban a legkedvezőbb és leghátrányosabb helyzetű régiók foglalkoztatási rátájának különbsége tartósan 10-13 százalékpont között volt az elmúlt 20 évben. A gazdasági és pénzügyi válság mélypontján (2009-2010) a foglalkoztatási különbségek a régiókban valamelyest mérséklődtek, mivel a gazdasági visszaesés negatív munkaerő-piaci hatása elsődlegesen a fejlettebb régiókat érintette, azonban a kilábalás után, 2011-2012-ben ismét nőttek a regionális különbségek a foglalkoztatásban is. A 2013-ban bevezetett közmunkaprogramok 10

százalékpont alá szorította a legmagasabb és legalacsonyabb foglalkoztatási rátájú régió közötti differenciát. Ez annak volt nagyrészt köszönhető, hogy a közmunka programban a hátrányosabb helyzetű régiók nagyobb arányban vettek részt, mint a fejlettek. Ezzel együtt Közép-Magyarország, Nyugat-és Közép-Dunántúl helyzete munkaerő piaci vonatkozásban jóval kedvezőbb, mint a többi régióé. (KSH 2013b)

2015. június-augusztusban a **foglalkoztatottak létszáma 4 millió 251 ezer fő** volt, 134 ezerrel több, mint egy évvel korábban. A 15-64 évesek **foglalkoztatottsági rátája 64,5%**-ra emelkedett. A férfiak foglalkoztatási mutatói nagyobb mértékben javultak. Az **I szektorban 2014-ben 168 ezer főt foglalkoztattak**. (KSH 2014a)

Az EU 28 országának átlaga alapján **Ausztriában** a foglalkoztatási ráta 2013-ban **64,1%**-os. Az EU tagállamaiban 2013-ban a legmagasabb foglalkoztatási ráták 72-74% között alakultak. Ebbe a sávba esett Ausztria, Dánia, Németország és Hollandia, a csúcértéket pedig Svédország regisztrálta 74,4%-kal. (EUROSTAT, 2014d) Ausztrián belül Bécs a legmagasabb arányban, míg Niederösterreich és Oberösterreich a foglalkoztatottak harmadában részesül.

2014-ben **3 millió 598 ezer főt foglalkoztattak** a nemzetgazdaságban (DE.STATISTA 2014c), a foglalkoztatás Ausztriában 2015 szeptemberében 0,9%-kal nőtt az előző év azonos időszakához képest, ez mintegy 5 604 fős növekedést jelent. 2015 márciusában **204 984 fő dolgozott az I szektorban**, ez mintegy 13 158 fős, 6,9%-os növekedést jelent 2014 ezen időszakához képest.

4.6. Munkanélküliség alakulása a két országban

Magyarországon a munkanélküliek száma 2001 és 2010 között 2007 kivételével minden évben emelkedett (KSH 2015c), és összességében megduplázódott. Érdemi csökkenés csak 2013-ban következett be, amikor az egy évvel korábbihoz képest 6,8%-os mérséklődés történt. A gazdasági válság következményeként majdnem százezer fővel ugrott meg a munkanélküliek száma a nemzetgazdaság egészében. Az elmúlt kilenc évet tekintve a munkanélküliség Magyarországon 2012-ben érte el a csúcst, akkor ugyanis 473 200 fő volt munkanélküli a nemzetgazdaságban. 2014-ben ez a szám 343 300-ra csökkent, ez azt jelenti, hogy 2014-ben érte el a válság előtti értéket a munkanélküliségi mutató.

Magyarországon 2009 és 2013 között több mint 10%-os volt a munkanélküliségi ráta. Ez a szám 2014-ben 7,1%-ra mérséklődött, ami jelentős

javulást jelent. A Központi Statisztikai Hivatal legfrissebb, 2015. szeptember 29-i adatai szerint **6,7%-ra mérséklődött a munkanélküliségi ráta.**

Ausztriában az Eurostat a munkanélküliségi rátára más statisztikai adatot vesz alapul, de alkalmas az Európai Unió átlaghoz való viszonyulás bemutatására. A **munkanélküliségi ráta** a vizsgált időszakban **3,8 és 5,0%** között alakult. (DE.STATISTA 2015d,e)

Ausztriában 2013-ban volt legmagasabb a munkanélküliség (2006 és 2014 közötti időszakot tekintve). A gazdasági világválság azonban itt is rányomta bélyegét a munkavállalók sorsára, hiszen 2008-ról 2009-re mintegy 50 000 fő vált munkanélkülivé. A legfrissebb adatok szerint 2015 őszén ismét jelentős mértékben nőtt a munkanélküliség. A munkanélküliségi ráta **2015 szeptemberében 5,5%-ot** tett ki (előző év azonos időszaka 5,8%, előző év átlaga 5,0% volt). A munkanélküliség 2014 szeptemberéhez képest mintegy 10,2%-kal nőtt 2015 szeptemberében, ez jelentős változást jelent. A 25 éven aluli, fiatal munkavállalók munkanélküliségi rátája 2015 szeptemberében 6,3% volt.

A munkanélküliség a turizmusban masszívan nő, mintegy 10,4%-kal nagyobb az osztrák turizmusban 2015-ben az előző évhez képest. Ez a növekedés több mint az építőipar (+4,8%) és a termelés (+8,2%) területén. A munkanélküliségi ráta a turizmusban 17,3%, mintegy 200 ezer foglalkoztatott és 50 ezer önálló tevékenységet folytató alkalmazott tevékenykedik az idegenforgalomban, velük szemben áll 40 ezer munkanélküli.

4.7. A gazdasági összehasonlítás eredményei

Nem vitás, hogy mind Magyarország, mind Ausztria rengeteg természeti értékkel, kulturális és kulináris vonzerővel rendelkezik. Különbség abban van, hogy míg Magyarország területének csupán 2%-a emelkedik 400 méternél magasabbra, addig Ausztria területének 80%-át hegységek borítják, és ez rányomja bélyegét a turizmusára is. Az ott megvalósítható sí-illetve magashegységi turizmus Magyarországon nem lehet turisztikai termék, Ausztriában viszont nincsen olyan nagy kiterjedésű síkság, mint az Alföld és hozzá társuló néphagyományok, mint a csikósok, a táncházak, a csárdák, ezek tipikusan a magyar turizmus alkotóelemei, úgy, mint a Balaton. A két ország gazdaságát vizsgálva megállapítható, hogy Ausztria mintegy háromszor nagyobb gazdasági teljesítménnyel bír, az egy főre eső GDP pedig három és félszer több mint Magyarországon. A magyarok

népességfogyása jelentős, a belső (és részben külső, külföldre vándorlás) migráció komolyan veszélyezteti az ország településszerkezetének felborulását. Ausztriában a regionális népességbeli különbségek mérsékeltebben jelennek meg, de a főváros ott is kilóg a sorból népességszám tekintetében, és számolniuk kell a szomszédos országokból érkező külföldi munkavállalókkal, ami még erősebb növekedési hullámokat fognak generálni. Ausztria minden régiója önállóan is fejlett, míg Magyarországon csupán a Nyugat-Dunántúl és Közép-Magyarország régiók. A bruttó hazai termék régiókénti megoszlását vizsgálva megállapítható, hogy Közép-Magyarország termeli a GDP csaknem felét, míg Ausztriában ez a megoszlás mérsékeltebb, Bécs tartománya termeli a bruttó hazai termék 25%-át. A foglalkoztatási ráta Magyarországon 64,5% körül alakul, míg Ausztriában 72-74%. Az I szektorban 168 ezer főt foglalkoztatnak a magyar kereskedelmi szálláshelyszolgáltatók és éttermek, míg Ausztriában mintegy 220 ezer főt, tehát teljesítményük itt is jobb. A munkanélküliség tekintetében az osztrákok mintegy 2%-kal (5% a munkanélküliségi ráta 2014-ben) „állnak” jobban, mint a magyarok. A munkanélküliségi ráta sokkal arányosabban oszlik el az osztrák tartományok között. Ezekből a megállapításokból sok minden levonható a turizmusra vetítve, hiszen egy ország gazdasági fejlettsége meghatározza az ott lakók diszkrécionális jövedelmét, életszínvonalát és a turisztikai kínálatát is, nem is beszélve arról, hogy mennyit kap a turizmus a költségvetésből turisztikai támogatásokra, marketingtevékenységre, és milyen mértékben pályázhat az Európai Unió támogatásaira. A következő fejezetekben sor kerül a két ország turisztikai kínálatának és keresletének elemzésére, a turizmusirányítás – költségvetés- turisztikai támogatások hármásának bemutatására, valamint a nemzeti marketing szemléltetésére mindkét ország vonatkozásában.

5. A turizmus nemzetgazdasági jelentősége

5.1. Magyarország turisztikai kereslete és kínálata

A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma évről-évre nő **Magyarországon**, ezzel együtt mind a külföldi, mind a belföldi vendégek száma is. A kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszaka számát tekintve megfigyelhető a gazdasági válság idején egy nagyobb mértékű csökkenés, de 2014-ben még soha nem realizált értéket ért el a magyar turizmus, 24 434 000 vendégéjszakával. A külföldi

vendégéjszakák számának alakulásában is észre vehető a gazdasági válság hatása, de azóta évről-évre jelentősen nő a külföldi vendégéjszakák száma is.

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint 2014-ben Magyarországon **9 639 865** vendég vett igénybe kereskedelmi szálláshely szolgáltatást, ez mintegy 8,5%-os növekedést jelent 2013-hoz képest. Az általuk eltöltött vendégéjszakák száma **24 433 676** vendégéjszaka volt, ami mintegy 6,4%-os emelkedés az előző évhez viszonyítva. (KSH 2015d) Az átlagos tartózkodási idő 2,5 vendégéjszaka volt, ami 2,0%-os csökkenést jelent 2013-hoz képest. Mind a **külföldi vendégek** számában (4 617 751 vendég), mind az általuk eltöltött vendégéjszakák számában (12 351 330 vendégéjszaka) növekedés volt tapasztalható, az előbbinél 5,2%-os, az utóbbi esetében 3,1%-os 2013-hoz képest. A belföldi vendégek száma 11,7%-kal nőtt, ez 5 022 114 főt jelent, míg a belföldi vendégéjszakák száma 10,0%-kal emelkedett, ami 12 082 346 éjszakát jelent. A belföldiek átlagos tartózkodási ideje 2,4 vendégéjszaka volt, ez 1,5%-os csökkenés az előző évhez képest.

A 12. számú mellékletben jól kimutatható, hogy a külföldi és belföldi bruttó szállásdíj bevételek is évről évre nőnek, bár a belföldi esetében megfigyelhető egy törés 2009 és 2011 között. Az összes bruttó szállásdíj bevétel 62,08%-át a külföldi bruttó szállásdíj bevételek teszik ki, tehát a külföldiektől származó szállásdíj bevételek. A maradék, 37,92% a belföldi szállásdíj bevételekből keletkezik. A 2009-ben bekövetkezett forgalom visszaesés (10 milliárd forint) átlag feletti súllyal sújtotta Budapestet.

A turizmus 2014-es teljesítményének elemzése a Központi Statisztikai Hivatal „Turizmus és vendéglátás 2014” tájékoztatója alapján történik. 2014-ben a kereskedelmi szálláshelyek **bruttó szállásdíj bevétele 189,7 milliárd forint** (+13,9%) tettek ki. A bruttó szállásdíj bevételek a vendégéjszakák számánál (+6,4%) dinamikusabban nőttek. A külföldi vendégektől származó szállásdíj bevétel, amely az összes szállásdíj bevétel 62,1%-át adta, 11,6%-kal, a belföldiektől származó szállásdíj bevétel 17,7%-kal nőtt. A kereskedelmi szálláshelyek közül a legtöbb szállásdíj bevétel, az összes szállásdíj bevétel **88,6%-a a szállodákban** keletkezett. A szállásdíj bevételek mellett a kereskedelmi szálláshelyek bruttó 72,0 milliárd forint vendéglátásból és további 71,4 milliárd forint egyéb szolgáltatásból származó bevételt realizáltak 2014-ben. Így a kereskedelmi szálláshelyeken összesen több mint **333,0 milliárd forint bruttó bevétel** keletkezett, ami az előző évhez viszonyítva folyó áron 11,4%-os növekedésnek felel meg. (KSH Jelentése 2015)

A kereskedelmi szálláshelyek belföldi bruttó szállásdíj bevételei alapján Siófok a listavezető, mintegy 3 milliárd forint realizálódott a siófoki kereskedelmi szálláshelyeken. Második helyen végzett Balatonfüred, harmadik Hajdúszoboszló, a negyedik Hévíz, az ötödik pedig Sárvár. A TOP 20-ban végzett még sorrendben Zalakaros, Eger, Visegrád, Bük, Egerszalók, Sopron, Debrecen, Szeged, Gyula, Pécs, Győr, Velence, Alsópáhok, Zamárdi és Keszthely. Budapest kiemelt területként kezelendő az országon belül. A magyar turizmus komoly jellemzője, hogy **a vendégforgalom 68%-át az első húsz helyen végzett város adja**. Tehát az indokolatlan területi fejlettségbeli különbségek nem tűnnek mérséklődőnek, a forgalom 2/3-a aránylag mereven ezekre a térségekre koncentrálódik.

Magyarországon a leggyakoribb kereskedelmi szálláshely típus a szálloda (13. számú melléklet), a vendégek közel 78%-a töltött el legalább egy vendégéjszakát szállodában 2014-ben. Ugyan ebben az évben 5 022 114 belföldi vendéget regisztráltak, ők leginkább négy csillagos szállodákban szálltak meg, ezt a szállodai kategóriát választotta a legtöbb külföldi vendég is, 1 593 000 fő. Az országba érkező külföldi vendégek mintegy **87,5%-a** szállodában szállt meg, ez a mutató a belföldi vendégek esetében **69,2%**. Ezt az eredményt igazolja az is, hogy 2006-ról 2014-re 2 380 000 fővel nőtt meg a szállodában vendégéjszakát eltöltő vendégek száma. Az 5 csillagos szállodák 87%-ban a külföldiek által töltődik, köszönhető ez az egyes országok közötti diszkrecionális jövedelmi különbségeknek is. Az 5 csillagos szállodában megszállt vendégek száma az évek során folyamatosan csökken, nem úgy, mint a négy csillagos szállodáké, ahol kilenc év alatt az összes vendéget figyelembe véve 1 000 000-val több vendég töltött el vendégéjszakát. A 3 csillagos szállodákat tekintve megállapítható hasonló mértékű fejlődés, azonban ez a szállástípus inkább a belföldiek körében közkedvelt. A kettő-és egy csillagos szállodák vendégforgalma elenyésző, kétcsillagos hotelben 2014-ben 14 ezer vendég szállt csupán meg. Ez a szám 2012-ben még 171 ezer volt, a csökkenés tehát drasztikus mértékű. A magyar kereskedelmi szálláshelyeknek az átlagos szobakapacitása 59-60 szoba.

Magyarország turisztikai kínálatának vizsgálatakor feltérképezésre kerülnek az egyes kereskedelmi szálláshelyek kapacitásának alakulása, mint egység, mint kiadható férőhely számra vizsgálva (14. számú melléklet). Megállapítható, hogy míg 2006-ban csak 837 szálloda működött, addig 2014-ben már 1 042, az elmúlt időszakban tehát **szállodai kínálatfejlesztés** zajlott az országban. A működő

gyógyszállodák száma 8 év alatt 55-ről 32-re csökkent, míg a wellness szállodák 45-ről (2006) 164-re nőttek 2012-re. Kérdés az, hogy ezt a nagymértékű kínálatfejlesztést követte-e a kereslet növekedése is? A panziók számában a 8 éves vizsgált időszakban lényegi változás nem történt, enyhe csökkenés realizálható. Az üdülőházak száma pedig mintegy harminccal nőtt 2006 és 2014 között.

5.2. Ausztria turisztikai kereslete és kínálata

A fejezet Paul Tschurtschenthaler „Idegenforgalmi kis-és középvállalkozások átalakulási nehézségei és fejlődési perspektívái” című folyóirat cikk alapján történik.

Az osztrák turizmus jellemzője a **kis-és közép nagyságú üzemi struktúra**. Az Alpokon kívül található konkurens desztinációkhoz képest kisebb üzemméret jellemző Ausztriában, azonban a kis-és középüzemi struktúra nem biztos, hogy megfelelően versenyképes tud maradni a globalizált piacokon. Az osztrák idegenforgalmi kínálatban felmerültek olyan problémák, mint a piaci részesedés elvesztése, problémák a munkaerőpiacon, a befektetett tőke nem megfelelő kihasználtsága, valamint járulékos problémák is. Mindezekhez társul egy relatív rossz üzem nagysági pozíció az összgazdaságon, illetve a nemzetközi idegenforgalmon belül, valamint **az iparág meglehetősen alacsony termelékenységű**. Ez a kis-és középüzemi struktúra az országban történelmileg alakult ki, és csak nagyon lassan változott. Az ezredfordulón az átlagos ágykapacitás 36 ágy volt egy osztrák szállodában. Az alpesi térségben hasonló értéket mutatnak az idegenforgalmi üzemek átlagos mutatói. Az ezredfordulón Svájcban 44, Dél-Tirolban 32 ágy jutott egy átlagos szálláshelyre. Ebből arra lehet következtetni, hogy a kelet-alpesi üzemstruktúra nagy hasonlóságokat mutat, tehát az ágykapacitásból eredő problémák az egész kelet-alpesi térségre vonatkoznak. Nagyságrendbeli struktúra figyelhető meg azonban egyéb fontos konkurens országoknál. Spanyolországban és Portugáliában 165-200 ágy az átlagos ágykapacitás, és hasonló adatokkal rendelkezik Törökország, Tunézia és a tengerentúli desztinációk is. Kimondható tehát, hogy az osztrák/kelet-alpesi térségi turizmus kisebb üzem nagyságot tud felmutatni, mint a közvetlen konkurens országok. (P. Tschurtschenthaler 1999.)

Ausztria turisztikai teljesítményét a 2014-es évre vetítve a Statistik Austria weboldal éves beszámolója alapján kerül ismertetésre. Ausztria 2014-ben **131,9 millió vendégéjszakát** realizált kereskedelmi szálláshelyeken, ez az előző évhez

képest -0,5%-kal kevesebbet, körülbelül 728 ezerrel kevesebb vendégéjszaka ez, mint az előző évben mért rekordérték, 2013-ban ugyanis 132,6 millió vendégéjszakát töltek el vendégek Ausztriában. Mind a belföldi, mind a külföldi vendégéjszakák tekintetében csökkenés volt tapasztalható előző évhez képest, a belföldi esetében (35,7 millió vendégéjszaka) 0,2%-os, a külföldi esetében (96,2 millió vendégéjszaka) 0,7%-os. A kereskedelmi szálláshelyeken 37,6 millió vendég töltött el legalább egy vendégéjszakát (+1,9%). A belföldi (12,3 millió vendég) és külföldi (25,3 millió vendég) vendégek számában is növekedés volt tapasztalható, mindegyik esetben +1,9%-os. Az átlagos tartózkodási idő azonban 2014-re 3,5 vendégéjszakára csökkent az előző évi 3,6-hoz képest. 2014-ben 49,5 millió német vendégéjszaka (-2,6%), 9 millió holland (-1,4%), 1,8 millió francia (-1,8%), 1,8 millió orosz (-7,9%) realizálódott, minden esetben csökkenés volt tapasztalható. Az előző évhez képest több vendégéjszakát realizáló küldő országok Csehország (+3,1%), Belgium (+1,7%) és Svájc (+1,4%).

A legnépszerűbb szálláshely típus Ausztriában a 4 és 5 csillagos szállodák, az általuk realizált vendégéjszakák száma 2014-ben stagnált 2013-hoz képest. A 3,2 és 1 csillagos szállodák vendégéjszaka száma -1,1 és -1,3% közötti csökkenést mutat. A relatívan legnagyobb növekedést az üdülőházakban mérték (+3,0%-os növekedést jelent ez). Tartományonként vizsgálva a 2014-es vendégforgalmat megállapítható, hogy Bécsben volt a legnagyobb a növekedés, 13,5 millió vendégéjszakát töltek el, ez mintegy +6,3%-os növekedés 2013-hoz viszonyítva. Tirolban viszont -1,6%-os vendégéjszaka csökkenés mutatható ki, 2014-ben 44,3 millió vendégéjszaka realizálódott a dél-nyugati tartományban, mintegy 700 ezer vendégéjszakával kevesebb, mint előző évben.

A 2014/15-ös téli szezon rekorderedményeket produkált Ausztriában a vendégek számában (17,5 millió, +3,6%), és vendégéjszakák tekintetében (65,8 millió, +2,1%) is. A téli szezonban 0,7%-kal több belföldi és 2,5%-kal több külföldi vendégéjszakát töltek el. A téli szezonban a küldő országok által eltöltött vendégéjszakák száma csaknem minden piac tekintetében pozitív növekedést mutat. A németek +3,1%-kal, a hollandok +2,0%-kal, a svájciak +5,1%-kal, az olaszok +6,7%-kal, az amerikaiak +10,1%-kal több vendégéjszakát realizáltak a szezonban, nagymértékű csökkenés csak Belgium esetében mutatható ki, a csökkenés mértéke -1,5%-os.

A 2014-es nyári szezonban összesen 67,21 millió vendégéjszakát realizáltak, ez 1,1%-os növekedés 2013 azonos időszakához képest. A külföldi vendégek által +0,64 millió vendégéjszaka növekmény számolható, míg a belföldiek mintegy 100 ezerrel kevesebbet tölthettek el a nyári időszakban 2014-ben, az előző évhez viszonyítva. A legfontosabb küldő ország Németország, 2014 nyarán 25,03 millió vendégéjszakával (+0,5%) továbbra is az első számú küldő piaca Ausztriának, mivel a külföldiek által eltöltött vendégéjszakák 53,7%-át a németek teszik ki. További növekedés volt tapasztalható nyáron az amerikaiak (+10,0%), a lengyelek (+8,7%), a csehek (+5,2%), a magyarok (+7,5%) által. Csökkenés pedig a holland (-0,5%), a francia (-1,1%) és az olasz (-3,5%) küldő országok esetében következett be a nyári időszakban, előző év azonos időszakához mérten. (STATISTIK AUSTRIA 2015c)

Ausztria jellemzője a **kínálati struktúra** volt, melyből előnye is származott, az idegenforgalom széleskörű támogatást és társadalmi elismerést kapott, azonban a nemzetközi turizmusban kialakult, megváltozott keretfeltételek miatt új kihívásokkal kellett szembenéznie a kis-és középüzemi turizmusnak. Összességében az osztrák szállodai-és vendéglátóipari üzemek még ma is csak fele akkorák, mint az összegazdasági üzemek. Ennek meghatározásához figyelembe kell venni a **munkatermelékenységet**, amelyet az egy főre jutó nettó termelési értékkel mérünk. Ez a mutató 1976-ról 1995-re 2,5-szeresére nőtt, ezzel szemben az összegazdaság háromszoros növekedést produkált ugyanezen mutatót vizsgálva. Kimutatható tehát, hogy az üzem nagyság befolyással van a termelékenységre. A szállás-és vendéglátóiparban az üzem nagyságának növekedésével arányosan csökkent a termelékenység Ausztriában, pont fordítva, mint az ipar és kereskedelem területén. Az I szektor produktivitása kisüzemeknél 63%-a, nagyüzemeknél (250-499 alkalmazott) már csak 50%-a volt az összegazdasági mutatónak. Az osztrák/alpesi turizmust egy kettős dilemma veszélyezteti: egyrészt belföldön a termelési tényezők piacán más iparágakkal szemben kevésbé konkurenciaképes, másrészt a kis üzem nagysága miatt is nehézségekkel küzd a konkurenciával szemben.

A nemzetközi turizmus átstrukturálódása miatt azonban a termelékenység természetes előfeltétele lett a sikernek. Ma már nem elég a termelékenység, sokkal fontosabb a termékkidolgozás és a termék-innováció. A termelékenység tehát csak egy szükséges, de nem kielégítő feltétele a piaci sikernek. A feltétel a **hatékonyság**. (TSCHURTSCHENTHALER P. 1999.)

5.3. A turizmus nemzetgazdasági jelentősége, teljesítménye a két országban

A fejezet a World Travel&Tourism Council Economic Impact 2015 Hungary and Austria kiadványai alapján kerül bemutatásra.

Magyarországon 2014-ben a **turizmus közvetlen hozzájárulása a GDP-hez** 1 252,8 milliárd forint volt, ez 3,9%-át tette ki a bruttó hazai terméknek. 2025-re várhatóan 1 947 milliárd forint lesz a turizmus közvetlen hozzájárulása a GDP-hez, ez a bruttó hazai termék 4,9%-a lenne. A **turizmus teljes hozzájárulása a GDP-hez** 3 255,3 milliárd forint volt 2014-ben, ez 10,3%-a a bruttó hazai terméknek. Az előrejelzések szerint 10 év múlva ez 4 818 milliárd forintot fog kitenni, a GDP 12,1%-át. Magyarországon a turizmus közvetlenül 237 500 állást adott 2014-ben (az I szektorban foglalkoztatottak száma, tehát a szálláshely szolgáltatás, vendéglátásban dolgozók száma), ez 5,6%-a a nemzetgazdaság teljes **foglalkoztatásának**. 2025-re azt prognosztizálják, hogy 318 000 állást kínál majd a turizmus ágazata, ez a teljes foglalkoztatás 7,6%-át tenné ki. A turizmus teljes, közvetett foglalkoztatása (az I szektorban foglalkoztatottak, és a közvetlen, valamint indukált hozzájárulások) 9,8%-a a nemzetgazdaság teljes foglalkoztatottságának, ez 415 500 állást jelent. Becslések szerint 2025-re 2,1%-kal, 535 000 állásra nő a turizmus közvetett foglalkoztatása, ez 12,7%-a lenne a teljes foglalkoztatásnak. A **turisztikai célú beruházások** 2014-ben 255,8 milliárd forintot tettek ki (3,7%-a a nemzetgazdaság összes beruházásának). 2025-re ez 383,2 milliárd forintra nőhet.

Magyarországon a hazai és külföldi **turisztikai célú költségek** 2014-ben a turizmus GDP-hez való közvetlen hozzájárulásának 84,5%-át tették ki, 2 349,7 milliárd forintot. Az üzleti célú költségek 15,5%-át, 430,1 milliárd forintot hoztak az ágazatnak. Megfigyelhető tehát a szabadidős turizmus döntő súlya. 2025-re mindkét célcsoport esetében növekedés várható, a szabadidős célú költségeknél 4,2%-os, az üzleti célú költségeknél pedig 3,2%-os. A hazai turisták kiadásai 41,1%-a a turizmus bruttó hazai termékhez való hozzájárulásának. A külföldi turisták költségei pedig 58,9%-a. (OECD Hungary 2014)

A World Travel&Tourism Council Economic Impact 2015 Austria kiadvány bemutatásával kerül sor e bekezdés tárgyalására. A turizmus **GDP-hez való közvetlen hozzájárulása** 2014-ben 15,9 milliárd euró volt Ausztriában, ez egy 4,8%-os közvetlen hozzájárulást jelent a bruttó hazai termékhez. Az előrejelzések szerint 2025-re 22,8 milliárd euróra (5,8%-a a GDP-nek) fog nőni ez a szám. A GDP-hez való **teljes hozzájárulása** a turizmusnak 44,5 milliárd euró volt 2014-ben

Ausztriában, ez 13,5%-os hozzájárulás a GDP-hez. Várhatóan 60,7 milliárd lesz a turizmus teljes hozzájárulása a bruttó hazai termékhez 2025-re, ami 15,5%-a lenne a teljes GDP-nek. 2014-ben Ausztriában 229 000 **munkavállalót** foglalkoztattak közvetlenül a turizmusban, ez 5,3%-a a teljes foglalkoztatásnak. 2025-re az előrejelzések szerint 296 000 munkavállaló fog közvetlenül a turizmusban dolgozni, tehát a teljes foglalkoztatás 7,0%-a. Ha az egyéb, turizmussal összefüggő szolgáltatásokban, és ehhez kapcsolódó iparágak munkavállalóit is tekintjük, akkor 622 500 főt foglalkoztatott a turizmus Ausztriában 2014-ben, ez a teljes foglalkoztatás 14,5%-át jelenti. Az előrejelzések szerint 2025-re 741 000 fő fog közvetetten a turizmusban dolgozni, ez a teljes foglalkoztatás 17,5%-át jelentené. A **turisztikai célú beruházásokra** Ausztriában 2014-ben 3,1 milliárd eurót költöttek, ez a nemzetgazdaság beruházásainak 4,2%-a. Ennek 2025-re 4,5 milliárd euróra kéne nőnie (az összes beruházás 5,2%-ára).

Ausztriában motiváció szerint megfigyelhető, hogy a **szabadidős célú turisztikai költségek** (külföldi és hazai együtt) generálták a turizmus GDP-hez való hozzájárulásának 84,3%-át 2014-ben Ausztriában, ez 28,4 milliárd eurót jelent, míg az **üzleti célú költségek** csupán 15,7%-át tették ki a turizmus bruttó hazai termékhez való hozzájárulásának, ami 5,3 milliárd eurót jelentett. A szabadidős célú turisztikai költségek 2025-re várhatóan 3,5%-kal, az üzleti célú turisztikai költségek pedig 3,1%-kal fognak nőni. A belföldi turisztikai célú költségek 50, és a külföldi turisztikai célú költségek is 50%-át tették ki a turizmus GDP-hez való hozzájárulásához. A belföldi turisztikai célú kiadások az előrejelzések szerint 2,3%-kal, a külföldiek pedig 4,5%-kal fognak nőni 2025-re. (OECD Austria 2014)

6. A két ország turizmuspolitikájának összehasonlítása

6.1. Magyarország turizmuspolitikája

6.1.1. Turizmusirányítás Magyarországon

A bekezdés LENGYEL M. (2004) kötete alapján történik.

Magyarországon állami szinten az Országgyűlés, az Országgyűlés Idegenforgalmi Bizottsága, a Kormány, a turizmusért felelős államtitkár, az Országos Idegenforgalmi Bizottság, a Regionális Idegenforgalmi Bizottságok, valamint az önkormányzatok felelnek a turizmusért. A 2014-es kormányváltást követően is a

Nemzetgazdasági Minisztérium felügyeli a turisztikai ágazatot. A **Turisztikai Főosztály** a Nemzetgazdasági Minisztérium Gazdaság szabályozásért Felelős Államtitkárságán belül található. A nemzetgazdasági miniszter Varga Mihály. Az **Országgyűlés** hozza meg a turizmussal kapcsolatos törvényeket és azokban a turizmus helyének, a vele kapcsolatos felelősségeknek, a szervezeti rendszernek, a működési mechanizmusnak és a szabályozandó témaköröknek a meghatározása tartozik a feladatkörébe, valamint a turizmussal kapcsolatos jogszabályok felülvizsgálata és a törvénytervezetek folyamatos figyelemmel kísérése. Az **Országgyűlés Idegenforgalmi Bizottsága** kezdeményezi a turizmustörvény meghozatalát, véleményezi a turizmust érintő egyéb törvények tervezetét és együttműködik a turizmus államigazgatási szervezetével. A **Kormány** elfogadja és integrálja a turizmuspolitikát a gazdaságpolitikába, elfogadja a nemzeti és regionális szintű turisztikai terveket és fejlesztési programokat, biztosítja a tervek elfogadásával vállalt költségvetési forrásokat, megteremti a többi ágazatával azonos szintű, önálló országos irányítószervet, valamint összehangolja a turizmusban szerepet játszó ágazatok munkáját. A Nemzetgazdasági Minisztérium **turizmusért felelős államtitkára** (2014. szeptember 9-től) Dr. Ruszinkó Ádám, ő képviseli a turizmus érdekeit a kormányban, és érvényesíti a kormány politikáját a turisztikai szektorban. Feladata még a turizmus államigazgatási szintű szervezetének irányítása, a turizmustörvény, a turizmusstratégia és a fejlesztési programok tervezeteinek kidolgozása, egyeztetése, és elfogadásuk után végrehajtásuk irányítása és ellenőrzése. Felelős a turizmus fejlesztésére szánt költségvetési források felhasználásáért, a nemzeti szintű marketing irányelveinek jóváhagyásáért, a turisztikai oktatás és szakképzés országos rendszerének kialakításáért, az ország nemzetközi szervezetekben való képviseléséért, valamint a társmisztériumok turizmussal kapcsolatos szabályozási és fejlesztési tevékenységének koordinálásáért. A **Nemzeti Turisztikai Bizottság** a turizmusért felelős miniszter tanácsadó és döntés-előkészítő testülete. Az **Országos Idegenforgalmi Bizottság** látja el a koordinációs, döntés előkészítési és döntési tárcaközi és interregionális feladatokat. Véleményezi a turizmusfejlesztési terveket és programokat. Az egyes **önkormányzatok** koordinálják a helyi turizmust az egyes településeken, kialakítják a turizmus fogadási feltételeit (megfelelő szolgáltatások kialakítása, tájékoztató táblák kihelyezése, a vonzerő fokozása, Tourinform-irodák működtetése, TDM

irodák működtetése), kiveti az idegenforgalmi adót, részt vesz a regionális együttműködésben, a közös tervek kialakításában és megvalósításában egyaránt.

A vegyes tulajdonú szintbe tartozik a **Magyar Turizmus Zrt.**, aki felelős a nemzeti szintű marketing megszervezéséért és irányításáért (ország kép, kutatás, tájékoztatás, sajtó, turisztikai termékek kialakításának és reklámozásának elősegítése), továbbá az Országos Turisztikai Információs Rendszer és Turisztikai Adatbank kialakításáért és működtetéséért is. A Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója Dr. Faragó Péter, vezérigazgató helyettese pedig 2015. július 1-jétől Glázer Tamás. A Zrt. a Magyar Fejlesztési Bank egyszemélyi tulajdona.

Az egyes **vállalkozások** (Magyarországon 90%-ban kkv-k, tehát kis- és középvállalkozások) feladata a hazai és nemzetközi normáknak megfelelő, magas színvonalú és nyereséges üzemeltetés, a szakmai szervezetekben való részvétel, a marketingben, menedzsment ismeretekben való folyamatos továbbképzés, továbbá a fogyasztóbarát magatartás kialakítása. A nonprofit-szférába tartoznak a **civil szervezetek**, melyeknek célja a szakma összefogása, és egységes fellépés elérése, a társadalmi ellenőrző szerep erősítése, a szakmai színvonal folyamatos növelése, valamint partnerség az állammal. Évente szerveznek Országos Turisztikai Fórumot, ahol az állami- és magánszektor résztvevői számára sor kerül az aktuális problémák és az együttműködési teendők tisztázására. (Lengyel 2004 p.p. 284-286)

Magyarországon nagyon nagy hiány, hogy a turizmus irányítása csak országos szinten zajlik. Ausztriában a turizmus irányítása a tartományok feladata, mindegyik saját turisztikai hivatallal rendelkezik.

6.1.2. Költségvetés

A fejezet Magyarország Kormánya T/1794. számú Törvényjavaslat Magyarország 2015. évi központi költségvetéséről alapján kerül tárgyalása.

Az Államháztartás központi alrendszerének 2015. évi bevételi főösszege 16 380 615,7 millió forint, kiadási főösszege 17 258 218,4 millió forint, hiánya pedig 877 602,7 millió forint. A Magyarország gazdasági stabilitásáról szóló 2011. évi CXCV. törvény 4. § (1) bekezdése alapján az államháztartás 2015. december 31-ére tervezett adóssága 310,1 forint/euró, 255,2 forint/svájci frank és 230,1 forint/amerikai dollár árfolyam mellett 25 100,4 milliárd forint. Az államadósságmutató mértéke 2015. december 31-ére tervezett mértéke 75,4%.

A turisztikai célelőirányzat részletes bemutatása a 14/2002. (XI. 16.) miniszteri rendelet alapján történik. A költségvetésből turizmusra fordítható összeget a **Turisztikai Célelőirányzatban** (továbbiakban TC) határozzák meg, a TC-t a Nemzetgazdasági Minisztérium felügyeli, mértékét az éves költségvetésben határozzák meg. A 14/2002. (XI. 16.) MeHVM rendelet a Turisztikai Célelőirányzat felhasználásának és kezelésének részletes szabályait határozza meg. E rendelet szabályozza a TC felhasználásának céljait, a támogatási jogcímekeket, a támogatásban részesíthetők körét, a támogatások formáit, az állami támogatásokra vonatkozó külön szabályokat, a támogatások mértékét, valamint a támogatások ellenőrzési rendszerét.

A **támogatottak körébe** tartozhatnak a Magyarországon székhellyel, vagy az Európai Gazdasági Térség területén székhellyel és Magyarországon telephellyel rendelkező jogi személyek, jogi személyiség nélküli társaságok és egyéni vállalkozók, továbbá magyar állampolgárságú vagy az Európai Gazdasági Térség tagállama állampolgárainak minősülő természetes személyek. (14/2002. (XI.16.) MeHVM rendelet 2002.)

2015-ben a turisztikai célelőirányzat **4,9 milliárd** forint, ebből a Magyar Turizmus Zrt. éves működési költsége 1,5-2 milliárd forintot tesz ki, következésképpen 2,5 milliárd marad tényleges marketingköltségekre. A TC döntő hányadát nemzeti turisztikai marketingre kéne fordítani, azonban jogszabályi védelmet nem élvez ez az álláspont. Az önkormányzatok által beszedett idegenforgalmi adót –ami 2015-ben mintegy 13 milliárd forint- az önkormányzatok szabadon elkölthetik, nem kötelező azt turisztikai célokra fordítani, de ez vélhetően jól hatna az egyes települések területfejlesztésére, és turizmusára. (Turizmus.com 2015)

A TC összege **5,37 milliárd** lesz 2016-ban a költségvetési törvényjavaslat szerint. E törvényjavaslat szerint a Nemzetgazdasági Minisztérium kiadási előirányzata 2016-ban mintegy 9%-kal nőhet, 97,741 milliárd forint lehet a 2015-ös 89,654 milliárd után. A nemzetgazdasági tárca bevételeit 30,856 milliárd forintra tervezik a 2015-ös csaknem 30 milliárd forint után, míg az ez évi, több mint 60 milliárd forintos támogatás után 2016-ban 66,884 milliárd forintnyi támogatásban részesül a Nemzetgazdasági Minisztérium. A minisztérium a tervezet szerint jövőre 11,73 milliárd forintot fordít személyi, és 3,167 milliárd forintot dologi kiadásokra. Ezen kiadások 2015-ös előirányzata hasonló összegeket tesz ki. A kérdés az, hogy mintegy 5 milliárd forintnyi támogatással mit lehet elérni a turizmusban, és a többi

fejlett európai országban mennyit fordítanak erre az ágazatra? Ahhoz képest, hogy nemzetgazdasági jelentősége jelentős, hiszen a GDP csaknem 9%-át adja, illetve az ágazat foglalkoztatja a munkavállalók több mint 11%-át egyértelmű, hogy kevés pénz jut a turizmusra, abszurdan kevés a marketing tevékenységekre. A támogatások mértéke nincs összhangban az ágazat nemzetgazdasághoz adott teljesítményével. (Turizmus online 2015)

6.1.3. Turisztikai támogatások

A magyar turizmus történetében még nem fókuszáltak úgy a turisztikai fejlesztésekre, ahogyan azt első **Széchenyi-terv** teszi. A tervet 2001-ben fogadta el a kormány, célja a nemzetgazdaság élénkítése volt az EU csatlakozásra való felkészülés jegyében. A program 2001-2006-os időszakra készült, és az e cél elérését leginkább elősegíteni képes területekre lett kidolgozva. A tervben kiemelt programok egyike a turizmus fejlesztése volt. A Széchenyi-terv keretében 2001-ben **29,8 milliárd** forintot kapott a turizmus, a támogatások 32%-át fordíthatták turizmusfejlesztési programokra. A terv turizmusprogramjának indoklásában szerepelt, hogy *„A turizmus jelentőségét az adja, hogy egyidejűleg alkalmas a gazdasági növekedés élénkítésére és a gazdasági egyensúly javítására. Ez az egyik legjelentősebb húzóhatással rendelkező ágazat, mely elősegíthető az elmaradott térségek gazdasági felzárkóztatását, a természeti és kulturális értékek megóvását és hasznosítását, valamint a lakosság életkörülményeinek javítását.”* A Széchenyi-terv turizmusfejlesztési programja olyan kínálatbővítő program, amely a nagyobb fajlagos turisztikai bevételt biztosító látogatók számának és arányának a növelését segíti elő. A terv 6 alprogramra épült, a gyógy-és termálturizmusra, a konferenciaturizmusra, a tematikus parkokra, kastély-és várturizmusra, turisztikai információs rendszerek fejlesztésére és egyéb minőségi turisztikai termékek fejlesztésére. **A terv megvalósítása során 2001-ben 125 milliárd forint értékű turisztikai fejlesztés indult el 33,6 milliárd forintnyi állami társfinanszírozással.** A Széchenyi-terv turizmusfejlesztési támogatásainak 59%-át (18,2 milliárd forint) fordították az egészségturizmus fejlesztésére. 2002-ben 29 milliárd forintos TC állt rendelkezésre a Széchenyi-terv turizmusfejlesztési programjának, és a nemzeti marketingtevékenységnek és egyéb központi kiadásoknak a finanszírozására. (M. LENGYEL 2004, p.p.306-312.)

A 2005-2013-as időszakra érvényes **Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia** az életminőség javítását tűzte ki célul. Az EU-s fejlesztési programok megvalósítására vonatkozó ún. „n+2” szabályhoz hasonlóan a megvalósítás 2015-ig tarthat. Az NTS stratégiai javaslatot tesz a legfontosabb, egyben legsürgetőbb beavatkozást igénylő területekre. A stratégia megvalósítását ezen prioritások mentén kell elkezdni, mert ezek a turizmus által (legalább részben) befolyásolható területek szolgálják legközvetlenebb módon a turisztikai szektor legfontosabb céljait. A prioritások a következők: a hazai turizmus versenyképességének növelése, a turisztikai termékfejlesztés nemzeti szintű prioritásai, az innováción alapuló kínálatfejlesztés, a regionális szintű desztináció fejlesztés, a piaci igényeknek megfelelő szálláshelykínálat és vendéglátás kialakítása, az iskolarendszerű képzés erősítése, regionális intézményrendszer átalakítása. A turisztikai termékfejlesztés nemzeti szintű prioritásai sorrendben az **egészségturizmus**, az **örökségturizmus**, és a **kongresszusi turizmus**. A magyar turisztikai szektor elsődleges kiemelt terméke volt 2013-ig az egészségturizmus, mely egyúttal a természeti adottságokra épülő kínálatfejlesztés legfontosabb eleme. Elsődleges cél a termék belföldi és nemzetközi versenypozíciójának javítása volt. Az egészségturizmus két fő ága, a **gyógyturizmus** és a **wellness** azonban külön kezelendő. Szükséges azonban az egészségturizmus fejlesztését a jövőben a turisztikai és egészségügyi szakmai elvárások összehangolásával folytatni. Közvetlen célként szolgált a gyógyhelyek számának növelése, és a gyógytérsegek létrehozása. A másodikként kiemelt turisztikai termék volt az **örökségturizmus**. Az örökségturizmus kiemelt területei a világörökségek, a nemzeti parkok, a lovas turizmus, a falusi turizmus, a gasztronómia és borturizmus, valamint a kiemelt rendezvények.. A nemzeti szintű termékfejlesztés harmadik szintű prioritása a hivatásturizmuson belül a **kongresszusi turizmus**, amely a nagy létszámú, nemzetközi rendezvényeket foglalja magába. (NTS 2005) További célok az NTS-ban az emberközponti, hosszú távon növekvő feltételrendszer kialakítása, az emberi erőforrás fejlesztés, a hazai turizmus versenyképességének növelése, a turisztikai vállalkozások jövedelmezőségének fejlesztése (10 évvel ezelőtti célkitűzés!), valamint kiszámítható megélhetés biztosítása a turizmusban dolgozóknak. Az Összegzésben értékelésre kerülnek a megvalósult turisztikai fejlesztések, azok hatékonysága és gazdaságossága. (TÓTH Z. 2008)

Az **Új Magyarország Fejlesztési Terv** bemutatása „A turizmusfejlesztés területi kohézió szempontú értékelése” értékelő jelentés alapján történik. 2007-2013-

as időszakra készült az **Új Magyarország Fejlesztési Terv (ÚMFT)**, a projektek összesen 407 milliárd forintot igényeltek. A turizmusfejlesztés három konstrukciója közül az **attrakció-fejlesztés** volt a legnagyobb súlyú (kb. 70-75%), ezt követte a **szálláshely-fejlesztés**, és a legcsekélyebb súlya a **TDM szervezetek fejlesztésének** volt (5% alatt). Megállapítható, hogy nem voltak jellemzők a területileg komplex turisztikai fejlesztések, bár egyes helyeken célként megjelent, a turizmus fejlesztése inkább szétdarabolt lett. A 4A (access/hozzáférhetőség-elérhetőség/, attraction/attrakció, accomodation/szállás, attitude/viszonyulás, hírnév) megléte szükséges egy település, térség turizmusának működéséhez, ezek csak egy-egy elemét létrehozni nem célszerű, komplexen kell kezelni a kérdést. Az attrakciók esetében főleg kulturális és egészségturisztikai fejlesztések valósultak meg, kevés volt az újdonság, a meglévők továbbfejlesztése volt a meghatározó. Megállapítható, hogy nem jött létre országos, vagy ennél is nagyobb hatókörű, jelentős turistaforgalmat vonzó kiemelt attrakció, pedig komoly elvárás van irányába. A szálláshely-fejlesztésben a minőségi kereskedelmi szállások aránya emelkedett a kiemelt időszakban, de új kereskedelmi szálláshelyek is épültek, melyek fejlesztése néha nem volt kellően átgondolt, a jövőben új szálláshelyek létesítését csak erős szakmai indokoltság esetében lehet támogatni. A TDM szervezetek fejlesztésének súlya szerény volt, a folyamat több problémával küzdött, de elmondható, hogy a turizmus intézményrendszerének alulról történő építkezése ezzel megkezdődött, de ez számos kérdést is felvet a finanszírozásuktól az önkormányzatok szerepén át, ezek mielőbbi rendezése elengedhetetlen. Megállapítható, hogy a kiemelt ciklusban a turisztikai forrásallokációban a népességszámhoz viszonyítva a területi, települési kiegyenlítődés támogatása jutott valamelyest érvényre, de ez az általánosítás eltakarja az egyediségeket. **A turizmus potenciáljának lokálisan el-eltérő jellegéből adódóan a fejlettségi kategóriákban gondolkodás a turizmusfejlesztésben nem hatékony, szükséges helyismereti alapon a helyi, területi döntéshozatal megerősítése ezen a téren.**

Fejlesztési következtetések és célok: Az egészségturizmus fejlesztése esetében a központi tervezés mellett a térségi adottságok, specialitások befolyásolják annak érvényesíthetőségét, tehát az egészségturizmus központi fejlesztési céljainak megfogalmazásakor egyértelműen kell a területi-települési adottságokat és preferenciákat megjeleníteni, valamint az egészségturizmusra való fókuszáláshoz specifikusabb célkitűzésekre van szükség országos szinten. További probléma, hogy

a régiókban nem szűkültek igazán le sem ágazati, sem területi szempontból a turizmusfejlesztési célok, bár tény, hogy egy-egy régió esetében nem is valósítható meg egy-egy klasszikus profil kialakítása. A turizmusfejlesztésben a helyi, lokális szint is kiemelt jelentőségű, tervezésében kiemelt fontosságú a lokalitás, a turisztikai mozaikosság és a helyi adottságokra építkezés, ugyanakkor a térségi és központi koordináció megkerülhetetlen a helyi tervezés mellett az országos célok miatt.

Az Európai Unióban az idegenforgalom támogatása közvetlenül szerény keretösszeggel rendelkezik, ám a különböző egyéb források (ERFA, ESZA, Interreg, Kohéziós Alap, EMVA, EHA) lehetővé teszik az ágazat finanszírozását. Az öt alap közös gyűjtőnéven alkotná az ún. közös stratégiai keret (KSK) alapokat, azonban nem minden alap nyújthat támogatást mindegyik cél megvalósításához. Az Európai Parlament a 2011. júniusi plenáris ülésén fogadta el a 2014-2020-as többéves pénzügyi keretre tett javaslatát. A Parlament leszögezte, hogy a közös költségvetést az **Európa 2020 stratégia** szolgálatába kell állítani. Az EU2020 stratégia tematikus céljai a kutatás és innováció, az információs és kommunikációs technológiák, a kkv-k versenyképessége, haladás az alacsony széndioxid-kibocsátású gazdasági modell felé, klímaváltozással kapcsolatos átállás, környezetvédelem és erőforrás-hatékonyság, fenntartható közlekedés/szállítás, foglalkoztatás fejlesztése, a szegénység elleni küzdelem és társadalmi felzárkóztatás, oktatás-készségfejlesztés és élethosszig tartó tanulás, intézményi képességek fejlesztése. A 2014-2020-as támogathatóságot illetően a cél, hogy **az „igazolható” fejlesztéseket közzgazdaságilag, és az EU2020 célok teljesítése szempontjából kell alátámasztani.** Ebben a jelenlegi fejlesztési ciklusban két új forma, a CLLD és az ITI jelent meg a fejlesztéspolitikában. A CLLD célja szerint képes mozgósítani és bevonni a helyi közösségeket, szervezeteket, hogy azok hozzájáruljanak az Európa 2020 stratégiában kitűzött célokhoz. A TDM-ek egy CLLD stratégia kidolgozásában segítséget jelenthetnek. **Az attrakció-és szálláshelyfejlesztésben mutatkozó helyi/térségi koordinátlanság kiküszöbölésére indokolt lehet a forráselosztási döntések egy részének országosnál alsóbb szintre telepítése.** Az ITI, az integrált területi befektetések lehetővé teszik az EU tagállamai számára, hogy összekapcsolják az egy vagy több operatív program prioritási tengelyeiből származó támogatásokat.

Az ITI Magyarországon a Balaton térségének egy lehetséges fejlesztési formája kell, hogy legyen a 2014-2020-as EU ciklusban.¹

A **GINOP (Gazdaságfejlesztési és Operatív Program)** egyik prioritása a turizmus támogatása. A GINOP 7.1.1 program keretén belül a Nemzeti Kastély-és Várprogram turisztikai célú fejlesztéseinek a támogatása zajlik. A felhívás indokoltsága, hogy a kulturális örökség helyszínek egyedi vonzerejüket kihasználva, turisztikai funkcióval való bővítés és fenntartható hasznosítás révén önálló attrakcióvá válhatnak. A támogatásra rendelkezésre álló tervezett keretösszeg 33 milliárd forint, a támogatott támogatási kérelmek várható száma pedig 30-45 darab. A **VEKOP (Versenyképes Közép-Magyarország Operatív Program)** a 2014-2020-as időszakban a rendelkezésre álló forrásokat három fő területre összpontosítja, ebből számunka a legfontosabb a településfejlesztés. A **TOP (Terület-és Településfejlesztési Operatív Program)** keretében több mint 1500 milliárd támogatás jut a magyarországi települések fejlesztésére.

A megvalósult turisztikai fejlesztések hozzájárulása a turisztikai teljesítmény javulásához az Összegzésben kerül kifejtésre.

6.2. Ausztria turizmuspolitikája

6.2.1. Turizmusirányítás Ausztriában

A fejezet az OECD Tourism Trends and policies 2014 kiadványa alapján történik. Az osztrák szövetségi Alkotmány szerint Ausztria kilenc tartományának törvényhozó és végrehajtó hatalma van a turisztikai ügyekben. A turizmus egy átfogó szektor, mind az állami, mind az európai törvények vonatkoznak rá. 2006-ban az **Osztrák Parlament** megalapította a **Turizmusért Felelős Parlamenti Bizottságot**. Állami szinten a turizmuspolitikáért a **Tudományi, Kutatási és Gazdasági Minisztérium** felel. 2010-ben elindítottak egy turizmus stratégiát, amely egy szoros stratégiai koordinációt jelent a turizmussal kapcsolatos ügyekben. A stratégia erősíti az együttműködést az állami és a regionális szintek között a tartományokkal, és azokon belül. Az **Osztrák Nemzeti Turisztikai Iroda** (ANTO, vagy Österreich Werbung) az ország állami turizmus marketingért felelős szervezete. A szervezet a kormány (75%-ban), és az Osztrák Szövetségi Gazdasági Kamara (25%-ban) által alakult. Az ANTO támogatást kap az osztrák turizmus marketingszolgáltatási

¹ Forrás: A turizmusfejlesztés területi kohézió szempontú értékelése (2013)

fejlesztéséért (turisztikai tanácsok, turisztikai vállalkozások). Az Osztrák Nemzeti Turisztikai Iroda hatáskörébe tartozik a piackutatás, a márka menedzsment, az innovatív marketing – hazai és nemzetközi szinten- való megvalósítása, valamint a turisztikai hálózati munka elvégzése (szakértő tudás a trendekről, piac és termékfejlesztés). A nemzetközi stratégia az erősödő osztrák piaci megoszlása fókuszál a leginkább ígéretes nemzetközi piacokon. (OECD 2014a)

Az **Osztrák Turizmus Stratégia** 5 fő témát jelöl ki megvalósításra, ezek a következők: marketing, innováció, támogatások, infrastruktúra és vállalkozói környezet. Marketing területén szorosabb együttműködést ír elő az ANTO-val és a tartományok kilenc turizmusmarketingért felelős szervezetével. A marketingintézkedések az osztrák USPs-re fektetik a hangsúlyt. A Turizmus Nap mellett a Turizmus Konferenciát is évenként rendezik meg, ezekkel közelebb hozva a turizmusban érdekeltet a turisztikai minőség és a marketinggel kapcsolatos ügyek megvitatására. Támogatások terén a Minisztérium köz-és magánpartnerséget folytat az Osztrák Nemzeti Bankkal a turisztikai fejlesztésekért, ami a kis-és középvállalkozások forrás programjaival is foglalkozik. Ezen programok fő célja a beruházásokra való bátorítás, a turisztikai vállalkozások minőségbeli és méretbeli fejlesztése, az együttműködés erősítése, a kkv-k pénzügyi struktúrájának optimalizálása és új start-up-ok indítására való buzdítás. Az újonnan üzembe helyezett „Támogatási piramis” hatékonyabban fogalmazza meg az egyes hatásköröket, reflektál az egyes projektek méretére és fontosságára, és segíti az áttekinthetőség növelését a kis-és középvállalkozásoknál. Infrastrukturális szempontból az Osztrák Turizmus Stratégia a nyári és az egész éven át tartó turizmus számára fontos infrastruktúra fejlesztésre törekszik. Emellett középpontba helyezi a kooperációt a régiók és önkormányzatok között az infrastruktúrális fejlesztések és azok finanszírozására tekintettel. Az alpesi infrastruktúra további fejlesztése (az osztrák kormány több éve támogatja a fenntartható helyreállítást és átalakítást, valamint az energia felhasználás minimalizálását és a klimatikus egyensúlyhoz elérését) is célja a turizmus stratégiának.

6.2.2. Költségvetés

Az Österreich Werbung éves büdzséje két fontos gazdasági és politikai résztvevő (a mindenkori gazdasági miniszter, vagyis az osztrák állam (75%) és az Osztrák Gazdasági Kamara (25%)), illetve az osztrák idegenforgalmi ágazat

hozzájárulásaiból (turisztikai szervezetek, régiók és vállalkozások marketingköltségei) áll össze. A hozzájárulások összege 2014-ben 32 millió euró (BMFWF: 24 millió euró, WKÖ: 8 millió euró). Az összbüdzsét 2014-ben 50 millió euróban határozták meg. Az egyesülés alapszerződésében lefektették, hogy az Österreich Werbung a két támogató által rendelkezésre bocsátott közpénzeket mire használhatja fel, így az ÖW feladatának tekinti Ausztria, mint turisztikai desztináció népszerűsítését és stabil márkává tételét, valamint a kereslet változásaihoz való idomulást és a turisztikai szektorban való fejlődést. Ezen feladatok végrehajtásában jelenleg mintegy 220 alkalmazott dolgozik világszerte azért, hogy Ausztriát népszerűsítse, vendégeket vonzzon.

A magyar turisztikai célelőirányzat 5 milliárd forint, átszámolva 15 873 000 euró, ami az osztrák turisztikai büdzsénél **nagyságrendileg három és félszer kevesebb**, a turizmusra költhető összegek tehát Ausztriában sokkal nagyobbak, de ehhez társul egy háromszor nagyobb bruttó hazai termék (GDP) termelés is, mint a magyarországi, ezt fontos kiemelni.

6.2.3. Turisztikai támogatások

A turisztikai támogatásokon belül lényeges alappillér a tartományok **vállalati turizmus támogatása**, ami a Nemzetgazdasági Minisztérium megbízásából az Osztrák Hotel és Turizmusbank Társaság (ÖHT) által bonyolódik le. Az ÖHT egy speciális bank, ami a finanszírozáshoz és támogatáshoz, a turisztikai célú beruházásokhoz nyújt támogatást. A vállalati turizmus támogatás célja az osztrák gasztronómia és szállodaiipar versenyképességének növelése. Az új turisztikai támogatások irányvonalai a tartományokban a turisztikai célú vállalkozások alapítására helyezik a hangsúlyt, tehát az ÖHT vállalkozás alapításánál bizonyos mértékű támogatást nyújt annak megvalósítására, ezennel próbálják ösztönözni az innovatív projektek létezését. A támogatási portfólió kamattámogatásból, ERP hitelekkel és a felelősség átvételéből áll. A támogatások pedig az osztrák szövetségi alapokból, az Európai Unió alapokból, az ERP pénzalapokból és az Európai Befektetési Banktól (EIB) származnak. A Nemzetgazdasági Minisztérium (Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft) közvetlenül támogatja a turisztikai tervek megvalósítását, ezzel hozzájárul a gazdasági fejlesztéshez. A jogi alapok az „Általános keretirányelvek a szövetségi alapokból nyújtott támogatásokhoz” 2014 augusztus óta léteznek.

Az EU 2014-2020-as programperiódusában a BMWWF Nemzetgazdasági Minisztérium turizmus támogatás nemzetközi társfinanszírozása az EU projektekből sajátos turisztikai jelentőséggel bír. Az Európai Unió társfinanszírozási támogatásokkal mindenekelőtt nem a vállalati projektek támogathatók a Vidékfejlesztési Program (Ländliche Entwicklung 14-20) által, hanem az EU projektekhez alkalmazkodó projekttervek vannak érvényben a jelenlegi fejlesztési periódusban. Az EU társfinanszírozási projekteken kívül más programokra is lehet pályázni, ilyen az Európai Territoriális Együttműködés (ETZ-INTERREG), azonban itt is különböző formai követelményeknek kell megfelelni az engedélyezési folyamatok során.

TOP támogatási prioritások a 2014-2020-as fejlesztési időszakban Ausztriában: TOP A csoportba tartoznak a beruházások, cél az üzemnagysági hátrányok kiegyenlítése, a turisztikai kínálatok javítása, a szezonális koncentráció mérséklése, a foglalkoztatás biztosítása. TOP B támogatási prioritás a fiatal vállalkozások támogatása, cél a vállalkozások alapításában való támogatásnyújtás. TOP C prioritás az innováció, cél az innovatív egyéni- és együttműködési szándékok támogatása és fejlesztése. TOP D csoportba a szerkezeti átalakulás található, itt cél a pénzügyi struktúra javítása. (BMWWF 2014)

7. A szükséges gazdasági és turizmuspolitikai háttér bemutatása

A fejezet Paul Tschurtschenthaler tanulmánya alapján kerül bemutatása.

A jövő, a turizmuspolitika feladata, hogy olyan keretfeltételeket alakítson ki, amelyek az adott helyi szinteken megvalósíthatók.

Az utóbbi évtizedekben a legtöbb piacgazdaságilag orientált országban az állam növekvő visszavonulása állapítható meg. A fő ok erre annak a felismerése volt, hogy a közvetlen állami gazdasági aktivitás nem célravezető az egyre erősebben globalizálódott nemzetgazdaság növekvő komplexitása alapján. Az állami visszavonulással párhuzamosan erősödik a privát gazdasági aktivitás. A gazdasági életre ható csökkenő állami befolyásolás érinti az alpesi turizmust is, és megfogalmazódik az aktuális turizmuspolitikai vitákban. A gazdasági- és turizmuspolitika mindig beágyazódott a konkrét öszzgazdasági és társadalmi viszonyokba. Új szituáció keletkezése látható tehát itt is, mint a megváltozott

környezeti feltételek alapján fennálló intézmények szervezési alkalmazkodásában. Az alpesi turizmus bár nagyon dinamikusan, de olyan módon fejlődött, hogy a helyi lakosság alapos üzemgazdasági és turisztikai piaci ismeretek nélkül ezt önállóan és sikeresen felépíthette volna. Ehhez a sajátos jegyeket felmutató önállósághoz hozzájárultak a kis-és középüzemi struktúrák.

Már az alpesi turizmus kezdeti fázisában érvényesült a felismerés, hogy túlságosan megterhelték az egyes vállalkozásokat a központi turisztikai szervezetek. Azok a turisztikai szervezetek fejlődtek, amelyek elsősorban az infrastruktúra, a reklám és a helyi vendég kiszolgálás alapján váltak aktívvá. Mivel ezek az önállóan alakult szervezetek nem, vagy nem megfelelő mértékben jöttek létre, a turizmuspolitika átvette az irányítást, hogy biztosítani tudja a szervezetek alakulását és azok feladatellátását. Helyi szinten tartományi, kantoni szervezetek alakultak. Rövid és hosszú távú struktúrák kellene, figyelembe kell venni a helyi adottságokat, ide tartoznak a kis-és középüzemi struktúrák a maguk előnyeivel és hátrányaival, a szakképzettségi szint, a helyi lakosság, a tradicionális vendégréteg a maga igényeivel, és mindenekelőtt a nemzetgazdasági háttér, amely az alpesi turizmus számára mérvadó kiindulási feltételeket teremt.

Ez azt követeli meg a gazdasági és turizmuspolitikától, hogy az intézkedéseit tartalmilag megváltoztassa, és ez által az átalakulást meggyorsítsa. Felvetődik a kérdés, hogy a turizmuspolitika mennyire tud célravezetően működni. Az első lépés ennek eléréséhez a turisztikai bázis minősítése. Amíg a helyi struktúrák szükségességének a megértése hiányzik, addig nincsenek kilátások a tartós sikerre. A turizmuspolitika ugyanis nem elég az új regionális struktúrák számára megfelelő feltételek teremtéséhez, ez csak akkor sikerülhet, ha a kormány ezeket az intézkedéseket akceptálja. A minőség javításának elsődleges feltétele a turizmusban résztvevők továbbképzése.

Fel kell mérni, hogy az eddigi struktúrák mennyire működnek, és ezt kielemezve olyan új szervezési struktúrákat kell fejleszteni, melyek nagyobb flexibilitással és új eszközökkel rendelkeznek, valamint ügyelni kell arra, hogy az új koncepciók ne elméleti konstrukciókra épüljenek. (TSCHURTSCHENTHALER P.)

8. A két ország nemzeti marketingjének bemutatása és összehasonlítása

Magyarország turisztikai marketingjének bemutatása a Magyar Turizmus Zrt. – Marketingstratégia 2015-2017 kiadványa alapján történik. **Magyarországon** a turisztikai célelőirányzatból **2-2,5 milliárd forint** jut marketingre fordítható költsékre. A Magyar Turizmus Zrt. elkészítette a 2015-2017-es időszakra vonatkozó marketingstratégiáját, ennek a tanulmánynak az értelmezésével kerül a téma bemutatásra. (Turizmus.com 2015)

A Magyar Turizmus Zrt. törekvése, hogy a potenciális utazókat közvetlenül megszólító marketingtevékenységet minél szélesebb alapokon, a szakmai szereplőkkel szorosan együttműködve végezzék. Belföldön a vendégforgalom növekedéséhez hozzájárult többek között a tartós gazdasági növekedés, a jövedelmek emelkedése, és a SZÉP Kártya bevezetése is. A Széchenyi Pihenőkártya egyfajta belföldi keresletösztönző eszköz, azonban csupán mintegy 15-16 milliárd forintnyi bevételt hoz évente, ami az összes szállás bevétel 5%-a. Jelentőségét nem lehet alábecsülni, de kevesebb bevételt generál, mint amennyit az Üdülési Csekk, melynek forgalma éves szinten 21-24 milliárd forint, részesedése a szállás bevételekből 10% volt. A Magyar Turizmus Zrt. célja marad a belföldi utazások ösztönzése a kiemelt időszakban, de a marketingstratégia fókuszában Magyarország külföldi népszerűsítése áll. A Társaság célja egy olyan **országimázs** kialakítása, amely az ország nemzeti értékeire és hagyományaira fókuszál, és azokat integrálja a turisztikai vonzerők közé, így próbálva minél szélesebb korosztályt elérni. Fontos az **egyediség** hangsúlyozása a kommunikációban, valamint a **minőséget kifejező arculat** alkalmazása. Magyarországon 2013-ban kormányzati kezdeményezésre és támogatással elindított nemzetközi országgép-formáló kampánya megalapozta az új turisztikai ország márka megismertetését. A kommunikációs rendszer elsődleges célja a brandépítés, melyet a Társaság 2015 és 2017 között koncentrált tevékenységgel a kiemelt ország csoportok piacán kíván megvalósítani rotációs rendszerben. A márkakommunikáció központi üzenete a „Think Hungary – More than expected”, vagyis „Magyarország – felülmúlja az elvárásokat.” Az üzenet utal a hagyományok újszerű bemutatására, és a megújuló turisztikai kínálatra is. A Társaság szakmai szervezetekkel külföldön is erősíti együttműködését, egyes szakmai feladatokat megosztottan lát el olyan interregionális szervezetekkel, mint az

Európai Turisztikai Bizottság (European Travel Commission), a Danube Competence Center, a Visegrádi Négyek, illetve a Kina-Közép-Kelet-Európai Együttműködés.

Három fő termékprioritásként jelenik meg a kiemelt időszakban az **egészség-, az üzleti és a kulturális turizmus**. A természetes gyógytényezőkön alapuló gyógyturizmusra Magyarországnak adottságaiból adódóan kiemelten kell foglalkoznia, emellett kiemelt termék marad (a korábbi évekhez hasonlóan) Budapest és Balaton.

A Magyar Turizmus Zrt.-n belül működő Magyar Kongresszusi Igazgatóság kiemelt feladata az új, 2018-as nyitással tervezett kongresszusi központ piaci bevezetésének támogatása, továbbá az országban megrendezett nemzetközi konferenciák, sportesemények számának növelése, a vidéki konferenciahelyszínek hatékonyabb piaci segítése. A nagy befogadóképességű, új kongresszusi központ népszerűbbé teheti Budapestet, és a központ 2-3 éves üzemeltetése után kerülhet Budapest Európa tíz legnépszerűbb konferenciavárosa közé (jelenleg a 17. a világranglistán a Nemzetközi Konferenciák és Kongresszusok Szövetsége (ICCA) szerint, a nemzetközi rendezvények száma alapján).

Az ország küldő piaci **stratégiai, másodlagos és feltörekvő csoportokra** osztható a piaci potenciál és a nemzetközi keresleti trendek figyelembe vételével. Stratégiai piacok a legnagyobb potenciált rejtő piacok, mint Németország, Ausztria, a szomszédos országok, a skandináv térség, az Egyesült Királyság, az USA, az orosz nyelvterület és az Arab-öböl menti országok. A stratégiai piacokon erőteljes lakossági kommunikáció végzése a cél a leghatékonyabb marketingeszközökön keresztül. A másodlagos piacokon fenntartó marketingtevékenységet végez a Társaság, elsősorban online csatornákon keresztül. A feltörekvő piacokon elsődleges cél a kapcsolatépítés és piacépítés.

Magyarországon a **belföldi turizmus** súlya jelentős, és fontos szerepet játszik az ágazat stabilitásában, hiszen kisebb a földrajzi koncentrációja, mint a beutazó turizmusé, így olyan régiókban is munkahelyeket teremtet és megélhetési lehetőségeket biztosít a kkv-k számára, ahol kisebb a beutazó turizmus súlya. A régiók többségében a belföldi turizmus szezonális mérsékelt, az egyenletesebb kereslet pedig a természeti és kulturális értékek megőrzéséhez is hozzájárul, valamint fontos, hogy a belföldi kereslet belföldön tartásával a magyar lakosság utazásra szánt kiadásai belföldön maradnak. Kiemelt jelentősége van tehát a belföldi kereslet megtartásának, hozzáátve azt is, hogy Magyarország vendégforgalmi növekedésének

a bázisa belföld az utóbbi évek eredményeit figyelembe véve. Belföldön a Magyar Turizmus Zrt. az aktív és ökoturizmusra, a fesztiválok és a kultúrára, a vízparti turizmusra és az egészségturizmusra fókuszál a kiemelt időszakban. Cél a kulturális turizmust önálló utazási motivációt jelentő terméké emelni a második-harmadik utazások esetében, emellett és ezért fontos lenne a tavaszi és őszi időszakban is olyan „megrendezvényeket” tartani, amelyek önálló utazási motivációt jelentenek és ezek promóciójára koncentrálni. Budapesten megvannak ezek a rendezvények, vidéken azonban hiányoznak. Az MT Zrt. a belföldre irányuló marketingtevékenységét a működő szolgáltatói partnerségek mellett további szakmai partnerségek kialakításával, valamint a helyi, térségi, régiós együttműködésekkel kívánja megvalósítani.

A Magyar Turizmus Zrt. 2015-től kibővítette éves tervét a középtávú stratégiai célkitűzések megfogalmazásával. A középtávú tervezés azért szükséges, mert igazodni kell a 2014-2020-as európai uniós tervezési ciklushoz, a turisztikai marketingtevékenység céljára elérhető források minél hatékonyabb felhasználása érdekében.(MT ZRT. Marketingstratégia 2015-2017)

Ausztriában az Österreich Werbung (továbbiakban ÖW) feladata a marketingtevékenységek ellátása. A téma a „**Märkte und Marktstrategien, Handbuch 2015**” kézikönyv alapján kerül elemzésre. Az ÖW feladatkörébe tartozik a nemzetközi vendégforgalmi növekedési sikerrel kecsegtető piacok feltárása, a turisztikai kínálat azonosítása a legvonzóbb és a leginkább erősödő piacokon. A „piacok és piac stratégiák kézikönyve” bemutatja Ausztria legfontosabb küldő országait, és azt, hogy milyen marketingmódszerekkel próbálják őket a kiemelt időszakban elérni. Fontos tudni, hogy minden küldő piac más-más kulturális, társadalmi, vallási értékrenddel rendelkezik, így más-más módszerekkel lehet őket megszerezni. Az ÖW összegyűjti és kommunikálja a piacok eléréséhez szükséges tudást, és ez a piaci elemzés befolyásolja a piaci stratégiák alkalmazását a marketing tervezés során. A küldő piacok ismerete a termelékenység növelésének bázisa is, ehhez azonban elengedhetetlen a célcsoportok szükségleteinek felkutatás és elemzése. Az ÖW egy 2013-tól 2015-ig tartó marketingstratégiát fektetett le, melyben keresztül vezet egy kiterjesztett piaci elemzést a legnagyobb potenciállal rendelkező termék/piac/ezek kombinációjának megszerzésére. A kézikönyvben a főbb piacok kiválasztásában nagy szerepe volt az adott ország nagyságának, az

Ausztriához való közelségének és az Ausztriában realizált vendégforgalom nagyságának. Az ÖW külső szakemberek segítségével egy információs rendszert fejlesztett ki. A különböző indikátorok segítségével egy piaci radart hoztak létre, mely a potenciális piacokat meghatározza és monitorozza, ennek az eszköznek a neve **GMPI** (Global Market Performance Indicator), és négy modulból tevődik össze. Elemei a turisztikai indikátorok, mint pl. a piaci részesedés változása, továbbá elemei a jövő orientált indikátorok, mint a GDP-előrejelzések, és a fő utazási motivációk alakulása is részét képezik a modellnek. A dolgozat Ausztria két fontos küldő piacát, Németországot és Svájcot mutatja be, azok utazási jellemzőit, és azt, hogy az osztrákok milyen módszerekkel próbálják őket még inkább elérni. A fejezet utolsó bekezdésében pedig sor kerül Magyarország, mint Ausztria egyik fő küldő országának elemzésére osztrák szemszögből.

Németország Ausztria legfontosabb küldő országa. A német utazási elemzések alapján 2015-ben stabil növekedés tapasztalható a turizmus területén. 2014-ben 11,7 millió vendég érkezett Ausztriába Németországból, akik 49,5 millió vendégéjszakát töltek el kereskedelmi szálláshelyeken. A német vendégek vásárlóerejét a GDP-ben és az egy főre eső GDP-ben mérhetjük. 2014-ben a GDP folyó áron 3 864,5 milliárd US\$ volt, míg az egy főre eső GDP 46 914 US\$. Ausztria az 5 napnál hosszabb többnapos utazások tekintetében a ranglista 5. helyén áll Európában, Németország, Spanyolország, Olaszország és Törökország mögött. A németek megbecsülik a könnyű megközelíthetőséget, a jó minőségű osztrák kínálatot, a biztonságot, és a természet adta vonzerőket. A **német piaci stratégia a 2013-2015-ös időszakban**, hogy a szabadidős turizmust célcsoporton belül növelni kell, valamint a fő szabadidős turizmus úti céljaként kell Ausztriát tenni a természeti, kulináris és kikapcsolódási kínálatok erősítésével. Télen meg kell tartani a piaci pozíciót, ugyanis Ausztria az első sí desztináció a németek körében. Cél, hogy a turisztikai szolgáltatók egész évben profitálhassanak a rövid időtartamú utazásokból, azok számát és jelentőségét növelni kell.

Svájc a másik jelentős küldő országa Ausztriának. A svájci lakosság általában évente 3-szor utazik el Ausztriába úgy, hogy legalább egy vendégéjszakát eltölt az adott területen, utazásaik 61%-a külföldre irányul. A svájci vendégek magas utazási hajlandósággal, és kifejezetten magas minőség tudatossággal rendelkeznek, jellemző rájuk a magas költségi hajlandóság is a kiszemelt desztinációban. Svájcban a GDP folyó áron 2014-ben 673,6 milliárd US\$, az egy főre eső GDP pedig 83 359 US\$

volt. Az egy főre eső GDP mintegy kétszerese a németnek. Svájc harmadik helyen áll a vendégek és a vendégéjszakák számát tekintve Ausztriában, második Hollandia, számukra az osztrák turizmus mindenekelőtt a vendégszeretet és a kedélyesség megtestesítője. **Svájci piaci stratégia 2015-ig**, hogy a természeti és üdülőturizmus előnyét használják ki nyáron, továbbá, hogy a rövid idejű turisztikai célú utazások nőjenek. Fontos szerepet játszik a svájci vendégek megnyerésében az aktív szabadidős turizmus kiélvezése, a vendéglátók személyes megismerése, az osztrák konyha felfedezése, egyszóval a jóléti és élvezeti faktorok. Az ÖW próbálja az „Eljönni és megélni. Nyári boldog pillanatok Ausztriában.” (**„Ankommen und aufleben. Sommerglücksmomente in Österreich.”**) téma keretében Ausztriát kiemelt PR és e-marketing segítségével a svájci piacon népszerűsíteni. Az „Ausztria időközben is. Inspiráló ötletek rövid utazásokhoz.” kampány elindításával, meglepő és inspiráló utazási ötletekkel növelni lehet a rövid idejű utazások számát, de mindeközben fontos Ausztria, mint rövid utazási desztináció imázs erősítése is.

Magyarországra és a magyar lakosságra jellemző az osztrák kultúráért való lelkesedés, a kirándulások szeretete, valamint a kedvező ünnepek és szabadságok szabályozása. Ausztria a magyarok első számú úti célja és a téli üdülések tekintetében piacvezető. A földrajzi közelség miatt az út-és sínhálózatok szoros összekapcsolódása jellemző. A magyar vásárlóerő azonban lényegesen elmarad a németekétől és a svájciakétól. 2014-ben a GDP folyó áron 135,3 milliárd US\$ volt, az egy főre jutó GDP pedig 13 694 US\$. Magyarország azonban Ausztria 10. legfontosabb küldő piaca, imázsa csaknem makulátlan a magyarok körében, vendégszeretőek, sportosak, családbarátok a magyarok szemében. **Piac stratégia Magyarországra 2013-2015 között:** Ausztria csaknem 70%-os részesedéssel a legkedveltebb úti cél téli utazások tekintetében Magyarországon, ezzel piacvezető. 2010 óta 40%-kal több magyarok által eltöltött utazás realizálódik nyáron, a legnagyobb potenciálja Ausztria turizmusának a magyaroknál rejlik. A „Liberális felső osztály kiterjesztése”, azaz **„Erweiterten Liberal Upper Class”** kommunikáción keresztül próbálják elérni a magyar célcsoportot télen és nyáron, online és nyomtatott médiákon keresztül. Másik marketing eszközük a vendégek elérésére az **„Above the line”** intézkedések. A magyar utazási irodákkal és utazásszervezőkkel való kapcsolattartás fontos alapköve a marketing munkának. Különböző kampányokkal is próbálják elérni a közép-európai és magyar vendégeket márciustól júniusig és szeptembertől decemberig tartó időszakban, ezek a

kampányok nyáron az „Ankommen und aufleben”, a „Sommerglücksmomente”, valamint integrált kampányok, télen pedig szintén az „Ankommen und aufleben”, az „Ein Winter voller Lebensfreude” és további integrált kampányok. (Märkte und Marktstrategien, Handbuch 2015)

9. Összegzés

A fejlett országokban a turizmus állami támogatásának jelentősége attól függ, hogy a nemzetgazdasági portfólió keretében gazdaságpolitikai szempontból az ország stratégiai gazdasági ágazatának lehet-e tekinteni. Csak azon ágazatok lehetnek stratégiai jelentőségűek, melyek hosszú távon versenyképesek, elég pénzt termelnek és vonzó munkahelyeket teremtenek, azonban ezen gazdasági ágazatoknak hosszú távon, lehetőleg állami támogatás nélkül boldogulniuk kell. A turizmus a fejlett nemzetgazdaságokban nem feltétlenül számít gazdasági stratégiai ágazatnak, de minden fejlett országban kedvező jövőperspektívával rendelkező fontos, gazdasági ágazatnak tekinthető. (KELLER P. 2001)

Központi kérdés, hogy hogyan, **milyen feltételek mellett lehet biztosítani a turizmus folyamatos növekedését?** Megfigyelhető, hogy a növekedés szempontjából felzárkózó országoknál javul, a fejlett nemzetgazdaságok esetén romlik az ágazati értékteremtés. Felzárkózó országok esetén azért javul az ágazati értékteremtés, mert ott alacsony a bérköltség, a turizmusra pedig magas élők munkai igény jellemző, az élők munkai ráfordítást tehát így próbálják meg visszafogni. Kérdés, hogy a magasabb bérszínvonal a fejlett országok tekintetében visszafogja-e a turisztikai növekedést?

A magyar turizmus növekedésének lehetőségei és korlátainak tárgyalásához összegezni szükséges a magyarországi turizmus jellemzőit, teljesítményét. Magyarországon háromszoros forgalmi szintbeli különbség van a főszezoni és a nem főszezoni vendégforgalom között, ez a szám a Balatonnál nyolcszoros. Az első negyedévben átlagosan a forgalom 15%-a realizálódik, a második negyedévben a forgalom 25, a harmadikban 40, a negyedekben pedig a 20%-a. Az erős szezonális jellegnek **keresletmotivációs oka** van, a **szezonalitást mérsékelni** erről az oldalról lehet. Meg kell vizsgálni azonban azt, hogy a kereslet motivációs szerkezetét lehet-e valamilyen eszközzel befolyásolni. Elmondható, hogy a keresleti koncentráció mérséklése az utóbbi tíz év eredményei alapján igen nehéz feladat. A szezonalitáson

kívül a realizált árakat vizsgálva is a növekedés korlátaival szembesülhetünk, hiszen Magyarországon a realizált árakban a **kínálati átlagár** alacsonyabb főszezonban, és magasabb főszezonon kívül, ez pedig abszurdum, hiszen a főszezoni átlagárnak követnie kellene a fordított V alakú szezonális függvényt. Kedvező irányba formálható a kínálatalakítás, ha az év többi szakában is olyan kínálatot ajánlunk, mint a főszezonban. A keresleti korlátok, mint a hajlandóság, a szándék, a motiváció, a költési hajlandóság azonban növekedési korlátok lehetnek. Következtetésként levonható, hogy **a kínálat orientált megközelítés mérsékelten tud a szezonálisra hatást gyakorolni, túl nagy mozgástér nem áll rendelkezésre a szezonális mérséklésére. A külső hatásokat, mint az időjárást, vagy árfolyamszintet változtatni nem lehet, maximum jól lehet rájuk reagálni, a turizmus gazdasági szereplői nincsenek abban a helyzetben, hogy ebbe beleavatkozzanak.**

Magyarországon a nemzetgazdasági bruttó hazai termék 30 ezer milliárd forint termékadó egyenleggel. a foglalkoztatottak száma pedig 4,1 millió fő. A nemzetgazdaságban az egy fő foglalkoztatottra jutó bruttó hozzáadott érték 6 455 000 forint/év 2013-ban, a 2008-2013-as időszakban ez az érték pozitív meredekséggel jellemezhető. A nemzetgazdaságon belül az I szektor, vagyis a kereskedelmi szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás **374 milliárd forinttal** járó hozzá a bruttó hazai termékhez, közvetlenül 158 000 főt foglalkoztat. Az egy foglalkoztatottra jutó bruttó hozzáadott érték az ágazatban 2 400 000 forint/év. Ez az érték a 37-40%-a a nemzetgazdasági összértéknek, Európában azonban ez átlagosan 66% körül alakul. **Hogy növelhető az ágazati kibocsátás új érték aránya az I szektorban?** Árnöveléssel nem biztos, hogy növelhető a termelékenység, hiszen a turizmus erősen kompatibilis piac, a belföldi kereslet ár érzékeny, és nehezen tűri el az árnövekedést, a magyar turizmus vendégforgalom növekedési bázisa a belföldi turizmus. A megoldás, hogy az értékesítési volumen növekedésével kell „operálni”, tehát a vendégéjszakák számát kell növelni. A külföldi vendégeknél a legtöbben szomszédos országokból érkeznek, a szomszédosság azonban nem kedvez a volumen alakulásának, hiszen vendégéjszakát nem biztos, hogy eltöltenek Magyarországon a szomszédos területekről érkező vendégek. Távolabbi országok esetében nagyobbak a volumennövekedés lehetőségei. Összegzésként elmondható, hogy Magyarországnak meg kell küzdenie a fentebb említett keresleti korlátokkal, a távolabbi országok vendégeinek Magyarországra csábításában fellépő nehézségekkel, valamint a szomszédos országok vendégei által realizált kevesebb

vendégéjszakával is. **Az I szektor ágazati termelékenységének növelése korlátozott, az egyetlen, amivel segíteni lehet, az árfolyam politikára gyakorolt rásegítő hatás, azonban ez is csak bizonyos határok között alkalmazható.**

A magyarországi turizmus teljesítményének turizmuspolitikai megközelítésű elemzésének összegzése Tóth Zoltán (2008) tanulmányának segítségével történik. A megvalósult turisztikai fejlesztések hozzájárulását vizsgálva a turisztikai teljesítmény javulásához megállapítható, hogy a turisztikai fejlesztések célja a két legfontosabb fogadóterületnél, Budapesten és Balatonon a szezonális mérséklése, a kereskedelmi szálláshely kihasználtság növekedése, a területi koncentráció mérséklése és a turizmusból származó forint hozamok összességben és fajlagosban dinamikusan növelése volt. Mindezek ellenére azonban már 2000 óta jelentősen csökken a külföldi vendégforgalom a Balatonon, 2002-től pedig meredek esés tapasztalható a külföldi vendégéjszaka számban. Nem alábecsülendő, hogy a belföldi vendégkör részaránya nőtt a régióban, a belföldi forgalomnövekedés fenntarthatósága azonban már kérdéses. Megállapítható, hogy 15 évet vizsgálva a balatoni vendégforgalom időbeli koncentrálttsága nem mérséklődött, annak ellenére sem, hogy jelentős, szezonális mérséklését feltételező és célzó kínálat-és szálláshelyfejlesztések zajlottak az utóbbi bő másfél évtizedben a térségben. Az országos szobakapacitás kihasználtság (15. számú melléklet) 51,8% (2014), a Balatonnál azonban jóval alacsonyabb, 44,6% körüli. A kereskedelmi szállásférőhelyek férőhely kihasználtsága éves szinten 18% körüli, ettől is elmarad a Balaton régió teljesítménye. A balatoni kereskedelmi szálláshelyek túlkínálata tehát egyértelmű, ezt támasztja alá az is, hogy a fajlagos hozamok a Balatonnál 25-40%-kal elmaradnak az országos átlagtól. A budapesti szállodák árpolitikája, költséghatékonysága, jövedelmezősége és a forint effektív árfolyamának felértékelődésének tényét nem lehet szó nélkül hagyni. **Összességében megállapítható, hogy a magyarországi vendégforgalom két legfontosabb fogadóterülete vendégforgalmának alakulása a megvizsgált teljesítménymutatók tükrében kedvezőtlen tendenciára hívják fel a figyelmet.** A megvalósult turisztikai fejlesztések hatékonyságvizsgálatakor megállapítható, hogy a fajlagosan drága beruházások (100 000 – 400 000 Euró szobánkénti bekerülési érték) rentabilizálása nem valószínű, hogy megvalósul elfogadható megtérülési idő és eszközarányos nyereség produkálása mellett. Sajnos elmondható, hogy a turizmustól elvárt területfejlesztési célok megvalósulása egy ideig még várat magára

Magyarországon, ennek okai a turisztikai szektor belső, immanens kockázata, korlátos növekedési kilátásai, és időben merev teljesítménymutatói, itt gondolva a szezonális-és területi koncentráció problémájára. Ezek a tényezők alapvetően korlátok közé szorítják a turizmusfejlesztési célok elérését. Ezekhez csatlakozva a kereslet szezonális jellege, külső befolyások (árfolyamok, időjárás, politikai események, terrorcselekmények), a helyhez kötöttség, és az életciklusoknak alávetett termékekhez kötöttség versenyképességi problémákhoz vezethetnek a fejlett nemzetgazdaságokban, valamint kihathatnak az I szektor termelékenységére. (TÓTH Z, 2008)

A szállodák jövedelmezősége összességében romlott, mivel az áfa emelés, a kereslet-kínálati viszonyokban, a vendégkör összetételében bekövetkezett változások következtében a nettó átlag szobaár, a REVPAR növekedése elmaradt az inflációtól, a költségek az emelkedéstől. Ha figyelembe vesszük, hogy az ezredforduló óta a bruttó REVPAR csak 6,1%-kal nőtt (15. számú táblázat), miközben az infláció kb. 90% volt, a szobakiadás áfa kulcsa 12%-ról 18%-ra, a vendéglátásé 12%-ról 18%-ra nőtt (15. számú táblázat), ebből egyértelműen következik, hogy **a szállodák jövedelmezősége drámaian visszaesett.** (MSZÉSZ 2015)

A szállodák jövedelmezőségét vizsgálva megállapítható, hogy az 5*-os kategóriákban a 2000. évi nettó átlag szobaár – inflációval korrigálva – 2014-re **53,1%-kal** (16. számú táblázat), a 4* kategóriában **45,8%-kal**, a 3* kategóriában **24,7%-kal** csökkent. Az inflációval korrigált nettó revpar 5*-ban kb. 50%-kal, 4*-ban 47%-kal, 3*-ban kb. 11%-kal lett kisebb. Az átlag szobaárak csökkenésében szerepe volt a vendégkör összetételében végbement változásoknak (üzleti és MICE részarányának csökkenése, szabadidős turisták növekedése). Mindezek következtében a szállodák jövedelmezőségi pozíciója nem javult a fenntartható működés szempontjából szükséges mértékben. Ezek következtében elmondható, hogy **a magyar szállodák minden területen erős költségtakarékosságra kényszerülnek, nem tudják elvégezni a szükséges felújításokat, korszerűsítéseket, kevesebb és olcsóbb munkaerőt alkalmaznak, és mindez rontja a turizmus nemzetközi versenyképességét.**

További probléma, hogy Magyarországon az elmúlt 15 évben nem alakult ki egy olyan konzisztens struktúra, amely lehetővé tenné, hogy egyértelműek legyenek a hatáskörök, a források és a felelősség kérdése. Bizonyos esetekben a motiváció és a kontrollálhatóság is csorbát szenved, a szakma képviselői nem tudják, hogy bizonyos

kérdésekben kikhez fordulhatnak, ki a felelős az adott témában. A szakma irányítása és maga a szakma átpolitizálódott, mivel a **politika** túl sokszor közvetlen **döntési, kinevezési és forráselosztó szerepben** van. A turizmus jellemzője, hogy amíg az ágazatok többsége egy viszonylag szűk területtel, de nagyobb mélységben foglalkozva vertikális jellegű, addig a turizmus ágazatközi-, tárcaközi-, nemzetközi és horizontális jellegéből adódóan átszövi ezeket a területeket, ennek következtében több olyan téma is van, melyet csak összkormányzati szemlélettel lehet kezelni.

A Bevezetésben feltett kérdésekre tehát a válasz az, hogy a meglévő gazdasági környezetben Ausztria tudja jobban kihasználni a meglévő kapacitásait, a GDP, a foglalkoztatás jelentős mértékben hozzájárulnak a turizmus termelékenységéhez, a belföldi forgalom utazási hajlandósága nő a gazdasági fejlődés, a diszkrecionális jövedelmek növekedése következtében. Ausztria háromszoros bruttó hozzáadott értéke már alapjaiban választ adhat a kérdésre és sok mindenre enged következtetni. Az állami költségvetésből turizmusra fordított összeg jelentős különbségeket mutat Ausztria és Magyarország vonatkozásában, Magyarország 4,9 milliárd forint támogatása a turisztikai célleírányzatból, ehhez képest Ausztria mintegy két és félszer nagyobb támogatást fordít a turizmusra, átszámítva mintegy 12,5 milliárd forintot. A két ország meglévő turizmuspolitikai háttere Ausztria esetében mutat kedvezőbb irányt, mivel ott tartományi irányítása is van a turizmusnak, megfelelő keretek között irányítják a turizmust, Magyarországon pedig helyi szinten nincs kötelező iránymutatás a turizmus irányítására, megyei szinten a turisztikailag fontos tényezők feltárása és védelme lenne a cél. A TDM-ek munkájának hatékonyságában jelentős kérdések vetődnek fel. A régóta várt turizmus törvény bevezetésével talán jobb keretek között lehetne irányítani a turizmust, hozzátéve azt, hogy Magyarország 2015-ben várhatóan rekordot dönt majd a vendégforgalmi adatokat illetően. Megállapítható, hogy ha tartós növekedés akarunk, akkor be kell érünk évi 1-2%-os növekedéssel, akkor is, ha annak belső feltételrendszere biztosított, így Ausztria esetében is.

9. Mellékletek

1. melléklet: Magyarország statisztikai régióinak területe (km²) csökkenő sorrendbe rendezve, és a lakosság szám régiónkénti alakulása 2011-ben, a népszámlálás során mért adatok alapján

Statisztikai régió	Terület (km ²)	Népességszám 2011. év (fő)	Népességszám részesedés régióként (%)	Népsűrűség (fő/km ²) ² 2000. jan.1.
Dél-Alföld (Bács-Kiskun, Békés, Csongrád)	18 337	1 296 278	13,05	73
Észak-Alföld (Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok, Szabolcs-Szatmár-Bereg)	17 727	1 498 795	15,08	86
Dél-Dunántúl (Baranya, Somogy, Tolna)	14 197	932 443	9,38	69
Észak-Magyarország (Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves, Nógrád)	13 430	1 200 831	12,09	95
Nyugat-Dunántúl (Győr-Moson-Sopron, Vas, Zala)	11 327	984 399	9,91	88
Közép-Dunántúl (Fejér, Komárom-Esztergom, Veszprém)	11 086	1 078 361	10,85	98
Közép-Magyarország (Budapest, Pest)	6 916	2 940 818	29,64	411
MAGYARORSZÁG	93 023	9 931 925	100	108

Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2015a), KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL, KOVÁCS T. (2000) p. 952 táblázata és a HVG (2015) kiadványának adatai alapján saját szerkesztés

2. melléklet: Az osztrák tartományok területe (km²) csökkenő sorrendbe rendezve, és lakosság száma 2015. január 1-jén mért adatok alapján

Tartomány	Terület (km ²)	Népességszám (ezer fő) 2015. január 1-jén	Népességszám részesedés tartományonként (%-ban)
Niederösterreich	19 186	1 636,8	19,1
Steiermark	16 401	1 221,6	14,3
Tirol	12 640	728,8	8,5
Oberösterreich	11 979	1 437,2	16,8
Karintia	9 538	557,6	6,4
Salzburg	7 156	538,6	6,2
Burgenland	3 961	288,4	3,4
Vorarlberg	2 601	378,6	4,4

² KOVÁCS T. (2000), p. 952 táblázata

Bécs	415	1 797,3	20,9
Ausztria	83 871	8 584,9	100

Forrás: WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH (WKO) (2014a) és STATISTIK AUSTRIA (2015a) adatai alapján, saját szerkesztés

3. melléklet: Magyarország GDP-jének változása 2006-2014 között (millió Ft és milliárd euró)

Időszak	Bruttó hazai termék (millió Ft), teljes nemzetgazdaság (folyó áron)	Adott év hivatalos euró átlag árfolyama (Ft)*	Bruttó hazai termék (milliárd euró) (folyó áron)	Változás az előző évhez képest (% volumen) (előző év=100%)	Egy főre eső GDP alakulása (Euróban)
2006. év	24 034 627	264,27	90,94	+7,6%	10 200
2007. év	25 446 890	251,31	101,25	+5,8%	10 300
2008. év	26 949 316	251,25	107,26	+5,9%	10 400
2009. év	26 174 886	280,58	93,28	-2,9%	9 700
2010. év	26 946 030	275,41	97,84	+2,9%	9 800
2011. év	28 035 033	279,21	100,41	+4,0%	10 000
2012. év	28 548 800	289,42	98,64	+1,8%	9 900
2013. év	29 846 000	296,92	100,52	+4,5%	10 100
2014. év	31 864 000	308,66	103,23	+6,7%	10 500

Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2015b), MAGYAR NEMZETI BANK, EUROPEAN COMMISSION, EUROSTAT (n.d.) alapján saját szerkesztés

4. melléklet: Ausztria bruttó hazai termék (GDP) alakulása 2006 és 2014 között (milliárd euró)

Időszak	Bruttó hazai termék (milliárd euró), teljes nemzetgazdaság	Változás az előző évhez képest (% volumen) (előző év=100%)	Egy főre jutó GDP alakulása (Euróban)
2006. év	266,48	+5,3%	34 500
2007. év	282,35	+5,9%	35 700
2008. év	291,93	+3,4%	36 100
2009. év	286,19	-2%	34 700
2010. év	294,63	+2,9%	35 200
2011. év	308,63	+4,7%	36 100
2012. év	317,06	+2,7%	36 200
2013. év	322,88	+1,8%	36 100
2014. év	329,30	+1,9%	36 000

Forrás: DE.STATISTA (2015a) és DE.STATISTA (2015b) adatai alapján saját szerkesztés

5. melléklet: A bruttó hozzáadott érték (GDP), valamint az egy főre jutó bruttó hozzáadott érték (GDP) alakulása Magyarországon, régiónkénti bontásban (2012-ben)

Régió	Bruttó hazai termék régiónként (millió Ft, 2012)	Egy főre jutó GDP régiónként (ezer Ft, 2012)	A GDP régiónkénti megoszlása (%) (2012-ben)
Közép-Magyarország (Budapest, Pest megye)	13 795 721	4 681	48,3
Közép-Dunántúl (Fejér, Komárom-Esztergom, Veszprém)	2 740 682	2 543	9,6
Nyugat-Dunántúl (Győr- Moson-Sopron, Vas, Zala)	2 872 966	2 917	10,1
Dél-Dunántúl (Baranya, Somogy, Tolna)	1 809 695	1 951	6,3
Észak-Magyarország (Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves, Nógrád)	2 055 096	1 720	7,2
Észak-Alföld (Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok, Szabolcs-Szatmár Bereg)	2 752 839	1 841	9,6
Dél-Alföld (Bács-Kiskun, Békés, Csongrád)	2 521 801	1 951	8,8
MAGYARORSZÁG	28 548 800	2 878	100

Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2013) alapján saját szerkesztés

6. melléklet: A bruttó hazai termék (GDP) régiónkénti megoszlása Ausztriában 2013-ban

Tartomány	A tartomány GDP termelése 2013-ban, (millió Euró)	Változás az előző évhez képest (%)	A tartomány osztrák GDP-ből való részesedése (2013, %)	A lakosságon belüli részesedés (2013, %)
AUSZTRIA	322 595	1,7	100,0	100,0
Burgenland	7 483	2,4	2,3	3,4
Niederösterreich	50 500	1,5	15,7	19,1
Bécs	82 833	1,3	25,7	20,7
Karintia	17 665	0,3	5,5	6,6
Steiermark	41 607	2,2	12,9	14,3
Oberösterreich	54 806	1,7	17,0	16,8
Salzburg	23 962	1,6	7,4	6,3
Tirol	28 761	2,5	8,9	8,5
Vorarlberg	14 889	2,9	4,6	4,4

Forrás: STATISTIK AUSTRIA (2014)

7. melléklet: A foglalkoztatottak számának alakulása Magyarországon a nemzetgazdaság egészében, valamint az I szektorban 2006 és 2014 között

Időszak	Foglalkoztatottak száma a	Foglalkoztatottak száma a
---------	---------------------------	---------------------------

	nemzetgazdaságban (ezer fő)	szálláshely szolgáltatás, vendéglátás területén (ezer fő)
2006	3 928,4	157,5
2007	3 902,0	156,3
2008	3 848,3	157,7
2009	3 747,8	151,3
2010	3 732,4	149,1
2011	3 759,0	157,5
2012	3 827,2	161,8
2013	3 892,8	158,0
2014	4 100,8	168,1

Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2014a) adatai alapján

8. melléklet: A foglalkoztatottak számának alakulása Ausztriában a nemzetgazdaság egészében, valamint az I szektorban 2006 és 2014 között

Időszak	Foglalkoztatottak száma a nemzetgazdaságban (ezer fő)	Ebből külföldi munkavállaló (ezer fő)	Foglalkoztatottak száma a szálláshely szolgáltatás, vendéglátás területén (ezer fő)
2006	3 278,4	389,9	242,6
2007	3 341,0	411,7	258,6
2008	3 388,6	437,1	251,1
2009	3 339,1	431,6	255,5
2010	3 360,3	451,3	253,2
2011	3 421,8	488,9	251,1
2012	3 465,5	527,1	265,0
2013	3 483,0	556,8	210,4

Forrás: DE.STATISTA (2014c) és a WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH (2014b) adatai alapján saját szerkesztés

9. melléklet: A munkanélküliek számának alakulása Magyarországon a nemzetgazdaságban és az I szektorban 2006 és 2014 között³

Időszak	Munkanélküliek száma a nemzetgazdaságban (ezer fő)	Munkanélküliek száma az előző munkahelyük nemzetgazdasági ága (I szektor) szerint (ezer fő)	Munkanélküliségi ráta (%)
2006	318,2	15,0	7,5

2007	312,1	14,4	7,8
2008	326,3	12,3	8,0
2009	417,8	18,7	10,4
2010	469,4	22,7	10,8
2011	466,0	20,6	10,7
2012	473,2	22,0	10,6
2013	441,0	22,9	9,1
2014	343,3	15,0	7,1

Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2015c) adatai alapján saját szerkesztés

10. melléklet: A munkanélküliek számának alakulása Ausztriában a nemzetgazdaságban és a munkanélküliségi ráta alakulása 2006 és 2014 között

Időszak	Munkanélküliek száma a nemzetgazdaságban (ezer fő)	Munkanélküliségi ráta (%)
2006	239,2	4,73
2007	222,2	4,43
2008	212,3	3,8
2009	260,3	4,78
2010	250,8	4,41
2011	246,7	4,15
2012	260,6	4,38
2013	287,2	4,92
2014	244,9	5,0

Forrás: DE.STATISTA (2015d, e) alapján saját szerkesztés

11. melléklet: A magyarországi kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma 2006 és 2014 között

Év	Kereskedelmi szálláshelyek vendégei összesen (ezer fő)	Ebből külföldi (ezer fő)	Kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakái összesen (ezer)	Ebből külföldi (ezer)
2006	7 183	3 310	19 652	10 146
2007	7 474	3 451	20 128	10 171
2008	7 651	3 516	19 974	10 010
2009	7 151	3 228	18 710	9 220
2010	7 473	3 462	19 554	9 614
2011	8 021	3 822	20 616	10 411

2012	8 385	4 164	21 805	11 392
2013	8 885	4 388	22 968	11 983
2014	9 640	4 618	24 434	12 351

Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2015d) adatai alapján saját szerkesztés

12. melléklet: A magyarországi kereskedelmi szálláshelyek szállásdíj bevételei 2006 és 2014 közötti időszakban vizsgálva

Év	Bruttó szállásdíj bevételek külföldi (millió Ft)	Bruttó szállásdíj bevételek belföldi (millió Ft)	Bruttó szállásdíj bevételek összesen (millió Ft)	Egy vendégéjszakára jutó bruttó szállásdíj külföldi (Ft)	Egy vendégéjszakára jutó bruttó szállásdíj belföldi (Ft)	Egy vend. éj-ra jutó bruttó szállásdíj (Ft)
2006	87 775	44 034	131 809	8 737	4 584	6 707
2007	90 458	49 859	140 317	8 894	5 007	6 971
2008	87 179	52 904	140 083	8 710	5 309	7 013
2009	77 414	51 671	129 085	8 396	5 445	6 899
2010	79 751	49 859	129 581	8 296	5 013	6 627
2011	88 560	51 923	140 483	8 507	5 088	6 814
2012	96 927	55 162	152 089	8 508	5 297	6 975
2013	105 498	61 090	166 588	8 804	5 561	7 253
2014	117 762	71 923	189 685	9 534	5 953	7 763

Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2014b) adatai alapján saját szerkesztés

13. melléklet: A magyarországi kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma szállástípusonként 2006 és 2014 között, ezer vendégben kimutatva

Év	Szálloda	Ezen belül külföldi	5*	Ebből külföldi 5*	4*	Ebből külföldi 4*	3*
2006	5 134	2 788	584	523	1 925	1 144	2 164
2007	5 417	2 906	620	541	2 107	1 192	2 271
2008	5 623	2 983	685	596	2 182	1 166	2 346
2009	5 179	2 728	627	529	2 177	1 164	2 019
2010	5 596	3 005	710	614	2 570	1 393	1 992
2011	6 183	3 367	716	630	2 895	1 627	1 999
2012	6 584	3 689	732	647	3 360	1 923	2 051
2013	7 003	3 870	393	348	2 501	1 398	1 044

2014	7 514	4 036	416	362	2 960	1 593	1 164
-------------	-------	-------	-----	-----	-------	-------	-------

Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2014c) alapján saját szerkesztés

14. melléklet: A kereskedelmi szálláshelyek kapacitásának változása 2006 és 2014 között Magyarországon

Időszak	Szállodai működő egységek száma (darab)	Működő gyógyszállodák száma (darab)	Működő panziók száma (darab)	Működő üdülőházak száma (darab)
2006	837	55	1 195	392
2007	854	55	1 145	353
2008	875	54	1 126	346
2009	884	54	1 158	354
2010	900	62	1 136	343
2011	993	58	1 162	388
2012	997	30	1 097	428
2013	1 031	31	1 033	396
2014	1 042	32	1 081	421

Forrás: KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2014d) adatai alapján saját szerkesztés

15. melléklet: Szobafoglaltsági és árbevétel, áfával kapcsolatos mutatók alakulása 2000-ben, 2014-ben és a kettő között eltelt időszak változásában

Megnevezés	2000	2014	2014/2020
Szobafoglaltság (%)	46,7	51,8	5,1 % -pont
Bruttó átlag szobaár (Ft)	11 197 Ft	16 284 Ft	145,4%
Bruttó REVPAR (Ft)	5 233 Ft	8 431 Ft	161,1%
Bruttó TREVPAR (Ft)	8 066 Ft	14 945 Ft	185,3%
Szoba árbevétel (millió Ft)	72 311 Ft	167 142 Ft	231,1%
Összes árbevétel (millió Ft)	125 064 Ft	296 261 Ft	236,9%
Egyéb indikátorok			
Infláció (%)			kb. 90%
EURO/HUF átlag árfolyam	260,1	309,7	119,1%
ÁFA			
szobakiadás	12%	18%	+6%-pont
vendéglátás-étel	12%	27%	+15%-pont

<i>vendéglátás-ital</i>	25%	27%	+2%-pont
-------------------------	-----	-----	----------

Forrás: Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége (2014) p. 8 táblázata alapján, saját szerkesztés

16. melléklet: Az inflációval korrigált nettó REVPAR, TREVPAR és átlag szobaár alakulása 2000-ben és 2014-ben 5,4 és 3 csillagos szállodákban, Ft-ban

<i>Átlag szobaár</i>	5*	5*	4*	4*	3*	3*
2000	29 525	2014/2020	13 458	2014/2020	9 107	2014/2020
2014	13 877	46,9%	6 752	54,2%	4 712	75,3%
REVPAR	5*	5*	4*	4*	3*	3*
2000	20 160	2014/2020	8 249	2014/2020	4 642	2014/2020
2014	10 437	50,2%	4 269	53,2%	2 402	88,8%
TREVPAR	5*	5*	4*	4*	3*	3*
2000	34 233	2014/2020	15 554	2014/2020	8 289	2014/2020
2014	10 437	58,0%	4 269	59,8%	2 402	91,2%

Forrás: Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége (2014) p. 9 táblázata alapján, saját szerkesztés

10. Felhasznált irodalom

Könyv:

FÁBIÁN A. (2011). *Alkalmazott strukturális politikák Közép-Európában*, 2011, Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó, Sopron

GYURICZA L. (2008,2009). *A turizmus nemzetközi földrajza*, 2008, 2009, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs

LENGYEL M. (2004). *A turizmus általános elmélete*, 2004, Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája gondozásában, felelős kiadó Dr. Lengyel Márton, Budapest

MICHALKÓ G. (2007). *Magyarország modern turizmusföldrajza*, 2007, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs

PRINZ GY. (1942). *Magyarország földrajza*. 1942, Budapest, Renaissance Könyvkiadóvállalat

Folyóiratcikkek:

KELLER P. (1999). Zukunftsorientierte Tourismuspolitik –Synthese des 49. Aiest Kongresses, *Zeitschrift für Fremdenverkehr*, 3/1999. pp. 13-17.

KELLER P. (1999). Turizmuspolitika a fejlett nemzetgazdaságokban: Svájc példája *Tourismus Journal* 3. Jg. (1999), Heft 1. S. 55., *Szemelvények a nemzetközi idegenforgalmi szaksajtóból* 2001/1., Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar, 2001, Budapest, pp. 21-27.

TSCHURTSCHENTHALER P. (1999). Idegenforgalmi kis-és közép vállalkozások átalakulási nehézségei és fejlődési perspektívái, *Tourismus Journal (Lucius&Lucius, Stuttgart)* 3. Jg. (1999) Heft 2, pp. 23-29.

TSCHURTSCHENTHALER P. (2000). Wirtschafts-und tourismuspolitischer Hintergrund bzw. Voraussetzungen für die Regionalisierung, *Tourismus Journal (Lucius&Lucius, Stuttgart)* 4. Jg. (2000) Heft 3, pp. 311-317.

Weboldalak:

BMWFW (2014). *Förderungsprogramme 2014-2020*. [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
<http://www.bmwfw.gv.at/Tourismus/Tourismusfoerderung/Seiten/F%C3%B6rderungsprogramme2014-2020.aspx> [Olvasva: 2015.11.30.]

DE.STATISTA (2014). *Anzahl der Beschäftigten im Beherbergungs-und Gaststättenwesen in Österreich von 2004 bis 2013 in 1.000*. [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/294863/umfrage/beschaefigten-des-beherbungs-und-gaststaettenwesens-in-oesterreich/> [Olvasva: 2015.10.29.]

DE.STATISTA (2015a). Österreich: Bruttoinlandsprodukt (BIP) in jeweiligen Preisen von 2004 bis 2015 (in Milliarden US-Dollar) (2004 bis 2015) [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/14390/umfrage/bruttoinlandsprodukt-in-oesterreich/> [Olvasva: 2015.10.07.]

DE.STATISTA (2015b). Österreich: Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf in jeweiligen Preisen von 2004 bis 2015 (in US-Dollar) (2004 bis 2015) [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/14426/umfrage/bruttoinlandsprodukt-pro-kopf-in-oesterreich/> [Olvasva:2015.10.07.]

DE.STATISTA (2015d,e). *Arbeitslosenquote in Österreich nach Bundesländern im Oktober 2015*. [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/289501/umfrage/arbeitslosenquote-in-oesterreich-nach-bundeslaendern/> [Olvasva: 2015.10.30.]

EUROPEAN COMMISSION, EUROSTAT (2012). *GDP és háztartási számlák regionális szinten* [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Archive:GDP_and_household_accounts_at_regional_level/hu [Olvasva: 2015.11.15.]

EUROPEAN COMMISSION, EUROSTAT (2014). *Foglalkoztatási statisztikák, Foglalkoztatási ráta nemek, életkor és iskolai végzettség szerint*. [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Employment_statistics/hu [Olvasva: 2015.11.15.]

EUROPEAN COMMISSION, EUROSTAT (2015a). *Reales BIP pro Kopf, Wachstumsrate und insgesamt, Porzentuale Veränderung relativ zum Vorjahr, EUR pro Einwohner* [on-line]. Elérhetőség/hozzáférés:
<http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/refreshTableAction.do?tab=table&pcode=tsdec100&language=de> [Olvasva: 2015.10.07.]

Központi Statisztikai Hivatal (2013a). *A bruttó hazai termék (GDP) területi megoszlása*. [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/gdpter/gdpter11.pdf> [Olvasva: 2015.10.11.]

Központi Statisztikai Hivatal (2013b). *A gazdasági folyamatok regionális különbségei 2013* [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/regiok/debrecengazdfejl/debrecengazdfejl113.pdf> [Olvasva: 2015.11.15.]

Központi Statisztikai Hivatal (2014a). *A kereskedelmi szálláshelyek szállásdíj bevételei (2001-2014)*. [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga006.html [Olvasva: 2015.10.30.]

Központi Statisztikai Hivatal (2014b). *A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma szállástípusonként (2001-2014)*. [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga003.html [Olvasva: 2015.11.05.]

Központi Statisztikai Hivatal (2014c). *A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása (2001-2014)*. [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_oga001.html [Olvasva: 2015.11.05.]

Központi Statisztikai Hivatal (2014d). *Népesség a fontosabb foglalkoztatottsági jellemzők, a lakóhely népességnagyság csoportja és régiója szerint* [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés:
http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_hosszu/mpal9807_03_01_01b.html?down=582
[Olvasva: 2015.10.29.]

Központi Statisztikai Hivatal (2015a). *A továbbszámított népesség száma járáások szerint 2015-től, Magyarország lakónépessége* [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés: <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp>
[Olvasva: 2015.10.15.]

Központi Statisztikai Hivatal (2015b). *A kibocsátás és a bruttó hozzáadott érték a teljes nemzetgazdaságban (1995-2014)* [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés: <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/haViewer.jsp> [Olvasva: 2015.10.07.]

Központi Statisztikai Hivatal (2015c). *Munkanélküliségi ráta* [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_qlf027e.html?down=19
[Olvasva: 2015.10.29.]

Központi Statisztikai Hivatal (2015d). *A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma* [on-line]
Elérhetőség/hozzáférés: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_oga002.html [Olvasva: 2015.10.30.]

Központi Statisztikai Hivatal, Statisztikai Tükör (2014). *Decemberben 6,8%-kal nőtt az ipari termelés volumene* [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/ipa/ipa21312.pdf>
[Olvasva: 2015.10.29.]

Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége, (2015). *A magyar szállodaipar 2014-2013, 2014-2007, 2014-2000 évi teljesítményének értékelése, MSZÉSZ javaslatok.*
Elérhetőség/hozzáférés: http://www.hah.hu/files/1414/3169/1221/A_HAZAI_SZLLODAIPAR_TELJESTM_NYE_2014_-_2013_vgleges.pdf [Olvasva: 2015.11.27.]

STATISTIK AUSTRIA (2014). *Österreich und seine Bundesländer, Wichtige wirtschaftliche Eckdaten im Bundesländervergleich* [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés: http://www.statistik.at/web_de/services/wirtschaftsatlas_oesterreich/oesterreich_und_seine_bundeslaender/index.html [Olvasva: 2015.10.11.]

STATISTIK AUSTRIA (2015a). *Branchendaten nach Wirtschaftszweigen* [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés: http://www.statistik.at/web_de/services/wirtschaftsatlas_oesterreich/branchendaten_nach_wirtschaftszweigen/index.html [Olvasva: 2015.10.29.]

STATISTIK AUSTRIA (2015b). *Regionale Gliederungen nach Bundesländer, Übersicht der Bundesländer 2015* [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés: http://www.statistik.at/web_de/klassifikationen/regionale_gliederungen/bundeslaender/index.html [Olvasva: 2015.10.07.]

STATISTIK AUSTRIA (2015c). *Bevölkerungsprognose für Österreich* [on-line].
Elérhetőség/hozzáférés: http://www.statistik.at/web_de/presse/079718.html
[Olvasva: 2015.10.07.]

STATISTIK AUSTRIA (2015d). *Ankünfte und Nächtigungen in 2014*. [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/beherbergung/ankuenfte_naechtigungen/index.html [Olvasva: 2015.11.15.]

Statistik Jahrbuch 2014 [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés: http://wko.at/statistik/jahrbuch/2014_k3.pdf [Olvasva: 2015.10.07.]

Wirtschaftskammer Österreich (2014). *Statistisches Jahrbuch 2013. Fläche und Wohnbevölkerung (1981 bis 2014)*.) [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés: http://wko.at/statistik/jahrbuch/2014_Deutsch.pdf [Olvasva: 2015.10.29.]

On-line publikációk, kiadványok:

14/2002. (XI. 16.) MeHVM rendelet a Turisztikai Célelőirányzat felhasználásának és kezelésének részletes szabályairól. [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

[file:///C:/Documents%20and%20Settings/xp/Dokumentumok/Downloads/14.2002. \(XI. 16.\) MeHVM rendelet.pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/xp/Dokumentumok/Downloads/14.2002.%20(XI.16.)%20MeHVM%20rendelet.pdf) [Olvasva: 2015.11.14.]

A turizmusfejlesztés területi kohézió szempontú értékelése, *Értékelő jelentés végleges, egyeztetett, jóváhagyott változat (2013)* [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

[file:///C:/Documents%20and%20Settings/xp/Dokumentumok/Downloads/Turizmus %C3%A9rt%C3%A9kel%C3%A9si jelent%C3%A9sV.pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/xp/Dokumentumok/Downloads/Turizmus%20%C3%A9rt%C3%A9kel%C3%A9si%20jelent%C3%A9sV.pdf) [Olvasva: 2015.11.14.]

Központi Statisztikai Hivatal Gyorstájékoztatója (2015). Munkanélküliség 2015. június-augusztus. [on-line]

Elérhetőség/hozzáférés: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/gyor/mun/mun1508.html> [Olvasva: 2015.10.29.]

Központi Statisztikai Hivatal Jelentése (2015). Turizmus és vendéglátás 2014. [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés: <http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/jeltur14.pdf> [Olvasva: 2015. 11.11.]

Magyar Közlöny (2014). Magyarország központi költségvetéséről, [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés: <http://kozlonyok.hu/nkonline/MKPDF/hiteles/MK14184.pdf> [Olvasva: 2015.10.29.]

Magyar Turizmus Zrt. – Marketingstratégia 2015-2017 [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

<http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/15005854/MTZrt-Marketingstrategia%202015-2017.pdf/eb13a95e-11c4-47e5-b457-d7fdd74a1c97> [Olvasva: 2015.11.14.]

Märkte und Marktstrategien, *Märkte mit größten Potenzial für „Urlaub in Österreich“, Handbuch 2015*. [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés: <https://www.austriatourism.com/wp-content/uploads/2012/08/handbuch-maerkte.pdf> [Olvasva: 2015.11.14.]

Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2005-2013, Magyar Turisztikai Hivatal (2005),

Elérhetőség/hozzáférés:

<http://2010->

[2014.kormany.hu/download/4/5c/20000/NemzetiTurizmusfejlesztésiStrategia.pdf#!DocumentBrowse](http://2010-2014.kormany.hu/download/4/5c/20000/NemzetiTurizmusfejlesztésiStrategia.pdf#!DocumentBrowse) [Olvasva: 2015.11.27.]

OECD Tourism Trends and Policies 2014 Austria, *Tourism organisation and governance, Tourism-related policies and programmes, Tourism budget*. [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

file:///C:/Documents%20and%20Settings/xp/Dokumentumok/Downloads/AT_OECD2014TTP.pdf [Olvasva: 2015.10.11.]

TÓTH Z. *A magyarországi turizmus teljesítményének elemzése turizmuspolitikai megközelítésben*, 2008, BGF KVIFK Turizmus-Vendéglátás Intézet, Budapest

World Travel & Tourism Council (2015a). The Authority on World Travel & Tourism, *Economic Impact 2015, Hungary*. [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/hungary2015.pdf>

[Olvasva: 2015.10.29.]

World Travel & Tourism Council (2015b). The Authority on World Travel & Tourism, *Economic Impact 2015, Austria*. [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/austria2015.pdf>

[Olvasva: 2015.10.29.]

Elektronikus folyóirat:

Heti Világgazdaság (2015). Gyorsabban fogy a magyar, mint tavaly (2015) [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

http://hvg.hu/gazdasag/20150827_Gyorsabban_fogy_a_magyar_mint_tavaly

[Olvasva: 2015.10.15.]

Kovács Tibor (2000) Magyarország régiói, in: Statisztikai Szemle pp. 945-962 [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

http://www.ksh.hu/statszemle_archive/2000/2000_12/2000_12_945.pdf [Olvasva: 2015.12.01.]

Turizmus.com (2015). Szétfolyhat a turisztikai célleírányzat? (2015 [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

<http://turizmus.com/fokusz/szetfolyhat-a-turisztikai-celeloiranyzat-1126347> [Olvasva: 2015.11.14.]

Turizmus Online (2015). 2016-ban 10 százalékkal nőhet a turisztikai célélőirányzat összege. [on-line].

Elérhetőség/hozzáférés:

http://www.turizmusonline.hu/belfold/cikk/2016_ban_10_szazalekkal_nohet_a_turisztikai_celeloiranyzat_osszege [Olvasva: 2015.11.14.]

Egyéb források:

TÓTH Z. Idegenforgalmi területfejlesztés gyakorlat és előadás óra, 2015.09.22.,2015.09.30.,2015.10.06.

SZABÓ Z. Ausztria és Karintia turizmusának keretfeltételei, problémaközpontú elemzése és megoldási javaslatok, 2015

