

# SZAKDOLGOZAT

Horváth Dániel  
2020



**BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM**  
**Kereskedelmi, Vendéglátóipari**  
**és Idegenforgalmi Kar**

**Turisztikai tendenciák és azok hatása a tömegturizmusra**  
**Budapesten**

**Konzulens:**  
Dr. habil. Remenyik Bulcsú  
Egyetemi docens

**Készítette:**  
Horváth Dániel  
Turizmusmenedzsment MA  
Hospitality management  
Levelező  
2020

# Szakdolgozat befogadás (Konzultáció igazolólap helyett)

## Üzenet

**Küldő:** Rendszerüzenet

**Tárgy:** A tömegturizmus jelensége Budapesten szakdolgozat befogadási kérése elfogadásra került

**Címzett:** Horváth Dániel

### Üzenet

Tisztelt Hallgató!

Tájékoztatjuk, hogy Turizmus-menedzsment (MLTMHV) képzésén a/az A tömegturizmus jelensége Budapesten szakdolgozat befogadási kérése oktató által elfogadásra került.

Módosító: Dr. Remenyik Bulcsú

**Elküldve:** 2020.04.23. 22:22:06

**Érvényessé**

# Eredetiségi nyilatkozat a szakdolgozatról



## Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

### Eredetiségi nyilatkozat a szakdolgozatról/projekt munkáról

Hallgató adatai	
Név, Neptun-kód	Horváth Dániel A D B H O
Elérhetőség	Telefonszám: +36 30 862 27 20 E-mail cím: 89Daniel.Horvath@gmail.com
Levelezési cím (ir. sz., város) (utca, házszám stb.)	7 6 8 2 Bükkösd Vasútállomás utca 4.
Kar (rövidítve), tagozat, szak	K V I K Levelező, Turizmus-menedzsment

Szakdolgozat/projekt munka adatai	
Szakdolgozat/projekt munka címe	Turisztikai tendenciák és azok hatása a tömegturizmusra Budapesten
Témavezető	Dr. habil. Remenyik Bulcsú
Beadási határidő	2 0 2 0 0 5 1 5 Oldalszám összesen 179

Alulírott Horváth Dániel nyilatkozom, hogy a csatoltan bírálatra és védésre beadott szakdolgozat/projekt munka teljes egészében a saját munkám. A felhasznált forrásokat az irodalomjegyzékben feltüntettem, a rájuk vonatkozó, szabályszerű hivatkozásokat a szövegben megtettem. A szakdolgozat/projekt munka más szakon vagy intézményben sem a saját nevemben, sem máséban nem került beadásra. Tudatában vagyok annak, hogy plágium (más munkájának sajátomként történő feltüntetése) esetén a szakdolgozat/projekt munka érvénytelen, ezért elutasításra kerül.

*Horváth Dániel*  
.....  
(aláírás)



## Tartalomjegyzék

Ábrajegyzék.....	3
1. Bevezetés.....	8
2. Nemzetközi turisztikai trendek.....	10
3. Turisztikai trendek Magyarországon.....	14
3.1 A külföldiek magyarországi utazásai.....	14
3.2 Kereskedelmi szálláshely-szolgáltatás.....	19
3.3 Magánszálláshelyek.....	30
3.4 Utazásszervezés.....	34
4. Turisztikai trendek Budapesten.....	36
4.1 Kereskedelmi szálláshelyek.....	36
4.2 Magánszálláshelyek.....	39
4.3 A kereskedelmi és a magánszálláshelyek tendenciáinak összehasonlítása .	42
4.4 A szezonális vizsgálata.....	45
5. A tömegturizmus fogalma.....	47
6. A tömegturizmust elősegítő trendek.....	50
6.1. Demográfiai trendek.....	51
6.1.1. A foglalkoztatottság növekedése.....	51
6.1.2. Idősödő társadalom.....	51
6.2. Turisztikai trendek.....	52
6.2.1. A turisztikai érkezések számának növekedése.....	52
6.2.2. A turisztikai költségek növekedése.....	53
6.3. A közlekedésben megfigyelhető tendenciák.....	54
6.3.1. A légi közlekedés deregulációja és liberalizációja.....	54
6.3.2. A diszkont légitársaságok megjelenése.....	55
6.3.3. A hajós utazás elterjedése.....	57
6.3.4. Az útiköltségek csökkenése.....	57
6.4. A szálláshely-szolgáltatásban megfigyelhető tendenciák.....	58
6.4.1. Közösségi szálláshelymegosztás (magánszálláshelyek) megjelenése .	58
6.5 A kutatás és az előkészületek megkönnyítése.....	60
6.5.1. Az internet elterjedése.....	60
6.5.2. A vízumigénylés megkönnyítése vagy eltörlése.....	60
6.6. A közösségi média és a marketing.....	61
6.6.1. A közösségi média elterjedése.....	61
6.6.2. A turistákat vonzó marketing tevékenység.....	62

7. A tömegturizmus jelenségét elősegítő trendek Budapesten .....	63
7.1. A turisztikai érkezések növekedése Budapesten .....	63
7.2. A közlekedési iparágban megfigyelhető trendek.....	64
7.2.1. A légi közlekedés fejlődése Budapesten.....	64
7.2.2. Diszkont légitársaságok Budapesten.....	64
7.2.3. A hajós utak alakulása Budapesten.....	65
7.3. A közösségi szálláshelymegosztás (magánszálláshelyek) alakulása Budapesten.....	65
7.4. Vízummentesség.....	67
7.5. A közösségi média és marketing .....	67
7.5.1. A közösségi média szerepe Budapesten .....	67
7.5.2. Budapest város marketing tevékenysége .....	68
8. A tömegturizmus hatásai .....	69
8.1. A tömegturizmus környezeti, gazdasági és társadalmi hatásai.....	69
8.1.1. Környezeti hatások.....	69
8.1.2. Gazdasági hatások.....	70
8.1.3. Társadalmi hatások .....	71
8.2. A tömegturizmus hatásai a különböző típusú attrakciók esetében .....	71
9. A kutatás.....	72
10. A tömegturizmus hatása Budapesten .....	74
10.1. Budapest és annak imázsának megítélése .....	74
10.2. A turisták számának növekedése .....	74
10.3. A tömegturizmus érzékelt hatásai Budapesten.....	75
10.4. A budapesti közlekedésben megfigyelhető tendenciák .....	76
10.5. A turisták hatása az életvitelre és az életminőségre .....	77
10.6. A turisták hatása az árakra.....	77
10.7. A magánszálláshely-megosztás hatása .....	78
10.8. Környezeti hatások .....	79
10.9. Intézkedések hatékonysága.....	80
11. Összefoglalás.....	82
Mellékletek.....	84
Ábrák.....	96
Felhasznált irodalom .....	165



## Ábrajegyzék

1. ábra - Érkezések számának alakulása (látogatók, kirándulók és minimum egy éjszakát eltöltő vendégek) 2010 – 2018 között (ezer fő).....	96
2. ábra - Érkezések számának alakulása összetétel szerint 2010 – 2018 között (ezer fő) .....	96
3. ábra - Választott közlekedési mód 2018-ban (%).....	97
4. ábra - Utazások megoszlása az utazás motivációja alapján 2018-ban (%).....	97
5. ábra - Magyarországra tett külföldi utazások száma 2010 és 2018 között (ezer) .....	98
6. ábra - Magyarországra tett külföldi 2-4 napos valamint az 5 és több napos utazások aránya a többnapos utazásokon belül 2010 és 2018 között (%).....	98
7. ábra - Az átlagos tartózkodási idő alakulása Magyarországon 2010 és 2018 között (nap).....	99
8. ábra - Az egy fő egy napjára jutó átlagos költségének alakulása Magyarországon 2010 – 2018 között (Ft).....	99
9. ábra - A Magyarországra tett külföldi utazások alakulása utazási célok szerint 2010 és 2018 között (%).....	100
10. ábra - A szabadidős és üzleti céllal tett utazások megoszlása 2010 és 2018 között (%).....	100
11. ábra - A turisztikai motivációval érkezők egy fő egy napjára eső költsége (Ft) .....	101
12. ábra - A Magyarországra tett külföldi utazásokhoz kapcsolódó fogyasztási szerkezete 2018-ban (%) .....	101
13. ábra - A Magyarországra tett külföldi utazások száma a látogatók koresoportja szerinti megoszlása 2018-ban (%).....	102
14. ábra - A működő kereskedelmi szálláshely egységek száma 2010 és 2018 között (december, db).....	102
15. ábra - A működő kereskedelmi szálláshelyek megoszlása turisztikai régiók szerint 2018-ban (december, %).....	103
16. ábra - A kereskedelmi szálláshely egységeinek száma szállástípus szerint 2010 és 2018 között (december, db) .....	104
17. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek alakulása 2010 és 2018 között (december, db).....	105
18. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek régiónkénti megoszlása 2010 és 2018 között (december, %) .....	106
19. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek száma és összetétele (ezer fő) .....	107
20. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek számának megoszlása szállástípusonként 2010 és 2018 között (%).....	108
21. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek területi megoszlása 2010 és 2018 között (%) .....	109
22. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma és összetétele (ezer éj) .....	110
23. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák megoszlása szállástípus szerint 2010 és 2018 között (%).....	111

24. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyeken mért vendégéjszakák számának területi megoszlása 2010 és 2018 között (%) .....	112
25. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyeken mért vendégek száma 2010 és 2018 között havonta (éj).....	113
26. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználtsága 2010 és 2018 között (%).....	113
27. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználtságának alakulása szállástípusonként 2010 és 2018 között (%) .....	114
28. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználtságának alakulása turisztikai régióként 2010 és 2018 között (%).....	115
29. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek szobakapacitás-kihasználtságának alakulása 2010 és 2018 között (%).....	116
30. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek szobakapacitás-kihasználtsága 2010-2018 között szállástípusonként (%).....	117
31. <i>ábra</i> - A szobakapacitás-kihasználtsági mutató alakulása régióként 2010 és 2018 között (%).....	118
32. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek bevétele 2010 és 2018 között szállástípusonként (millió Ft) .....	119
33. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek bevételei régióként 2010 – 2018 között (%).....	120
34. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek átlagárának alakulása szállástípusonként (kivéve kemping) 2010 és 2018 között (Ft) .....	121
35. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek bevételeinek régiókénti alakulása 2010 és 2018 között (Ft).....	122
36. <i>ábra</i> - Magánszálláshelyek vendéglátóinak száma régiókénti megoszlása 2010 és 2018 között (fő).....	123
37. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyeken található szobák száma régióként 2010 és 2018 között (db) .....	124
38. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyek férőhelyeinek száma régióként 2010 és 2018 között (db) .....	125
39. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyeken regisztrált belföldi és külföldi vendégek száma 2010 és 2018 között (fő).....	126
40. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyeken regisztrált vendégek aránya régióként 2010 és 2018 között (%).....	127
41. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák száma 2010 és 2018 között (éj) .....	128
42. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák megoszlása régióként 2010 és 2018 között (%) .....	129
43. <i>ábra</i> - Az átlagos tartózkodási idő alakulása 2010 és 2018 között a magánszálláshelyeken (éj).....	130
44. <i>ábra</i> - A vendégek átlagos tartózkodási idejének régiókénti alakulása 2010 és 2018 között (éj) .....	131
45. <i>ábra</i> - Az utazási irodák által utaztatott vendégek száma 2010 és 2018 között (ezer fő) .....	132
46. <i>ábra</i> - Az utazási irodák által generált vendégéjszakák száma 2010 és 2018 között (ezer éj).....	132

47. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek száma Budapesten típusonként 2010 és 2018 között (december, db).....	133
48. <i>ábra</i> – A budapesti kereskedelmi szálláshelyeken kiadható férőhelyek száma 2010 és 2018 között (december, db) .....	134
49. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek száma Budapesten 2010 és 2018 között (fő).....	134
50. <i>ábra</i> - A vendégéjszakák alakulása Budapesten 2010 és 2018 között (éj) ...	135
51. <i>ábra</i> - A budapesti kereskedelmi szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználtsága 2010 és 2018 között (%) .....	135
52. <i>ábra</i> - A szobakapacitás-kihasználtság Budapesten 2010 és 2018 között (%) .....	136
53. <i>ábra</i> - Az átlagos tartózkodási idő alakulása Budapesten 2010 és 2018 között (éj) .....	136
54. <i>ábra</i> - Egy szoba átlagára a budapesti kereskedelmi szálláshelyeken 2010 és 2018 között (Ft).....	137
55. <i>ábra</i> - A budapesti kereskedelmi szálláshelyek szállásdíj árbevétele 2010 és 2018 között (ezer Forint).....	137
56. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyeket üzemeltető vendéglátók száma Budapesten 2010 és 2018 között (fő).....	138
57. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyeken kínált szobák számának alakulása Budapesten 2010 és 2018 között (db) .....	138
58. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyeken kínált férőhelyek száma Budapesten 2010 és 2018 között (db) .....	139
59. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyeken regisztrált vendégek száma (belföldi és külföldi) 2010 és 2018 között (fő).....	139
60. <i>ábra</i> - A magánszálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák száma (belföldi és külföldi) 2010 és 2018 között (éj) .....	140
61. <i>ábra</i> - Az átlagos tartózkodási idő alakulása (belföldi és külföldi) 2010 és 2018 között a budapesti magánszálláshelyeken (éj).....	140
62. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek vendégszáma havonta 2010 és 2018 között Budapesten (fő) .....	141
63. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégszáma havonta 2010 és 2018 között Budapesten (fő) .....	141
64. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek belföldi vendégszáma havonta 2010 és 2018 között Budapesten (fő) .....	142
65. <i>ábra</i> - A kereskedelmi szálláshelyek havi átlagos vendégszáma (teljes, belföldi és külföldi) Budapesten 2010 és 2018 között (fő) .....	142
66. <i>ábra</i> - A foglalkoztatottak átlagos aránya 2010 és 2018 között a világban (%) .....	143
67. <i>ábra</i> - A világ népességének alakulása korcsoportok alapján 2010-ben és 2018-ban (ezer fő) .....	144
68. <i>ábra</i> - A beutazó turisták költése a világon 2010 és 2018 között (millió USD) .....	145
69. <i>ábra</i> - Az EU28 lakosságának költése szálláshelyeken és éttermekben a teljes költésből 2010 és 2018 között (millió EUR).....	145
70. <i>ábra</i> - A magyarországi lakosság éves egy főre jutó átlagos fogyasztása (teljes, szálláshely és vendéglátás) 2010 és 2018 között (Ft).....	146

71. <i>ábra</i> - A Budapesti Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér utasforgalma (érkező és induló utasok száma) 2010 és 2018 között (fő) .....	147
72. <i>ábra</i> - A Budapesti Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér utasforgalmának alakulása 2018-ban havi bontásban (fő).....	147
73. <i>ábra</i> - A Budapesti Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér járatforgalmának alakulása 2010 és 2018 között (db).....	148
74. <i>ábra</i> - A dunai hajózás utasforgalmának alakulása 2013 és 2018 között (ezer fő) .....	148
75. <i>ábra</i> - A magán szálláshelyeken kínált szobák száma Budapest kerületeiben 2016-ban és 2018-ban (db).....	149
76. <i>ábra</i> - A budapesti kerületekben regisztrált lakások száma, kiemelve a magán szálláshelyeken kínált szobák száma 2016-ban (db) .....	150
77. <i>ábra</i> - A turisták megnövekedett számának hatása a válaszadók szempontjából (%).....	151
78. <i>ábra</i> - A válaszadók környezetében tapasztalható hatások (%).....	152
79. <i>ábra</i> - A válaszadók által használt közlekedési eszköz Budapesten belül (%) .....	153
80. <i>ábra</i> - A válaszadók akadályoztatottsága a közlekedésben a turisták által (%) .....	153
81. <i>ábra</i> - A turistabuszok számának növekedése Budapesten a válaszadók véleménye alapján (%) .....	154
82. <i>ábra</i> - A szállodahajók forgalmának változása Budapesten a válaszadók alapján (%) .....	154
83. <i>ábra</i> - A turisták megnövekedett számának hatása a válaszadók életvitelére (%).....	155
84. <i>ábra</i> - A turisták hatása a válaszadók életminőségére (%) .....	155
85. <i>ábra</i> - A turisták hatása a szolgáltatások árára (%).....	156
86. <i>ábra</i> - A turisták árhatásának iránya a válaszadók szerint (%) .....	156
87. <i>ábra</i> - A magán szálláshely-megosztás jelenléte a válaszadók környezetében (%).....	157
88. <i>ábra</i> - A magán szálláshelyeket igénybe vevő turisták zavaró hatása a lakosokra (%) .....	157
89. <i>ábra</i> - A turisták zavaró tényezői a magán szálláshelyeken (%) .....	158
90. <i>ábra</i> - A magán szálláshelyek vendéglátóinak együttműködése a lakóközösséggel (%) .....	158
91. <i>ábra</i> - A lakók komolyabb összetűzése a vendégekkel (%).....	159
92. <i>ábra</i> - A lakók komolyabb összetűzése a vendéglátókkal (%) .....	159
93. <i>ábra</i> - A válaszadók a magán szálláshelyekre vonatkozó korlátozási szándékok (%).....	160
94. <i>ábra</i> - A turisták hozzájárulása az utcákon felgyülemelő szemétmennyiséghez a válaszadók véleménye alapján (%) .....	160
95. <i>ábra</i> - A válaszadókat mennyire érinti a turisták által okozott zaj az utcákon (%).....	161
96. <i>ábra</i> - A válaszadókat mennyire érinti a turisták által okozott zaj a vendéglátóhelyeken (%).....	161
97. <i>ábra</i> - A válaszadók egyetértése a vendéglátó egységek nyitva tartásának korlátozásával (%).....	162

98. <i>ábra</i> - A nyitva tartás korlátozása mennyiben nyújt megoldást a negatív hatások csökkentésére (%) .....	162
99. <i>ábra</i> - A levegő minőségének romlása Budapesten a válaszadók véleménye alapján (%) .....	163
100. <i>ábra</i> - Az egyes intézkedések hatékonysága a turisták számának csökkentésében, a problémák kezelésében (%).....	164

## 1. Bevezetés

A turizmus egyre nagyobb szerepet tölt be az országok életében, fejlődése és térnyerése szinte megkérdőjelezhetetlen. A WOULD TOURISM ORGANIZATION (2019) adatai alapján 2018-ban összesen 1,4 milliárd nemzetközi turisztikai érkezést regisztráltak világszerte, amely 5%-os növekedést jelent 2017-hez képest. A turisztikai bevételek 2017-hez képest 4%-kal, 1,7 billió amerikai dollárra emelkedtek 2018-ban. Így ez már a kilencedik olyan év volt, amikor a turizmus pozitív eredményeket könyvelhetett el.

Az egyre növekvő turizmus egyik hatása a tömegturizmus kialakulása. Az évek folyamán kialakultak olyan pontok, amelyeket turisták tömege szeretne látni és keres fel. Azonban a turisták túlzott jelenléte felerősíti a turizmus negatív hatásait. Ilyen helyzet alakult ki például Barcelonában, ahol a helyi lakosok már tüntetéseket szerveztek a turisták ellen, és hangot adtak kételyeiknek. Hasonló helyzet alakult ki Velencében, ahol az óceánjárókkal érkező turisták lepik el a várost, azonban csak rövid időt töltenek el a desztinációban, így a nevezetességek megtekintése után már utaznak is tovább, így turisztikai költség kis mértékben realizálódik a városban. De a Világörökség részét képező Hallstatt lakossága is szenved a turistabuszok áradatától, ezért a településen különböző korlátozásokkal próbálják a turistabuszok számát lecsökkenteni.

Egyes kutatások alapján Budapestet hasonló módon fenyegeti a tömegturizmus jelensége és annak negatív hatásai. Ennek egyik jele a 2017-ben, a „bulinegyedben” található vendéglátó egységek nyitva tartásának korlátozása, amelyre INDRA D. (2018), a KPMG egyik szakértője is felhívta a figyelmet. Egyes külföldi cikkek pedig más népszerű desztinációk mellett Budapestet is, mint a tömegturizmus egyik áldozatának tekintik (MENDOZA, A. 2018). A turisták száma alapján egyes kutatások kijelentik, hogy Budapesten a tömegturizmus súlyosabb fajtája figyelhető meg (ROKOU, T. 2017). Hasonlóan súlyos helyzetet mutat be a STATISTA (2020), ahol Európán belül Budapest az ötödik legveszélyeztetettebb város.

A számos napvilágot látott statisztikák, cikkek és kutatások hatására érdemes megvizsgálni, hogy Budapesten mennyire érezhetőek a tömegturizmust elősegítő trendek, veszélyben van-e a város, illetve a helyi lakosok mennyire érzik a tömegturizmus egyes negatív hatásait. Dolgozatom és kutatásom célja, hogy

feltárjam a tömegturizmus jelenségét elősegítő trendeket a világban és Budapesten, valamint tisztább képet kapjunk arról, hogy a fővárosban élők vagy dolgozók mindennapjára milyen hatással van a turisták számának folyamatos növekedése. Kutatásom során igyekszem feltárni, hogy napjainkban tömegturizmus Budapesten még csak kialakulóban van, vagy már régebb óta megfigyelhető a fővárosban, és ennek a hatását a fővárosi lakosság is megérzi.

## 2. Nemzetközi turisztikai trendek

Utazni jó. Ennek a kijelentésnek a létjogosultságát a turisztikai szektorban évről évre mért pozitív, növekvő tendenciák is igazolják. A WORLD TOURISM ORGANIZATION (2020a) adatai alapján az érkezések száma évről évre növekedett olyannyira, hogy a 2020-ra előre jelzett 1 milliárd érkezést a turizmus már évekkal az előirányzott év előtt elérte. Az 1. ábra mutatja az érkezések számának alakulását 2010 és 2018 között. Az adatok tartalmazzák mind az egy napra érkező látogatókat, mind pedig a minimum 1 éjszakára érkező vendégeket és a kirándulókat. Az ábrából jól kivehető a vizsgált 8 évben megmutatkozó pozitív tendencia: míg 2010-ben összesen 1.475.045 ezer érkezést könyvelhetett el a turizmus, addig 2018-ban ez a szám már 1.840.296 ezer érkezésre növekedett, amely a 8 év alatt 24,76%-os növekedést jelent, amely évről évre egy átlagos 3%-os növekedést foglal magában. A 2. ábra az érkezések alakulását már szétbontja az adott desztináción eltöltött idő alapján: egy napra érkező látogatók, minimum 1 éjszakát az adott célterületen eltöltő érkezők száma, valamint a kirándulók száma. A minimum 1 éjszakát eltöltő vendégek esetében növekvő szám figyelhető meg: 2010-ről 2018-ra ezen vendégek száma közel 40% növekedést mutatott a 8 év alatt, amely évről évre átlagosan egy 4% növekedést jelent. Az egy napra érkező látogatók esetében 2010 és 2016 között az érkezések száma egy közel 13%-os növekedést mutat, azonban 2016-tól a vizsgált időszak utolsó két évében csökkenő tendencia mutatkozik (2016 és 2018 között közel 5% visszaesés mutatkozik. Ezzel szemben a kirándulók esetében is folyamatos növekedés figyelhető meg: a vizsgált 8 évben ez a növekedés 38%, ami évről évre átlagosan 4%-os növekedést jelent. Az érkezések megoszlása az egyes kategóriák között az évek folyamán csupán 1-2%-ban módosult, a minimum egy éjszakát eltöltő vendégek javára és az egy napra érkező látogatók kárára. A vizsgált 8 évben a legalább egy éjszakát eltöltő vendégek átlagosan 61%-ot tesznek ki a teljes érkezésekből, míg az érkezések átlagosan 37%-a csak egy napra érkezett az adott desztinációra. A fennmaradó 2%-ot pedig a kirándulók teszik ki.

Az 1. melléklet bemutatja az érkezések alakulását és megoszlását régióként 2010 és 2018 között. A WORLD TOURISM ORGANIZATION (2014, 2016, 2018, 2019) adatai alapján Európa az elmúlt 8 évben a legnépszerűbb desztináció. 2010-ről 2011-re kis mértékben 51%-ról 52%-ra emelkedett, és ezt az arányt egészen 2013-ig tartotta. 2014-ben azonban Európa részesedére visszaesett 51%-ra, és ezt az



arányt egészen 2018-ig sikerült megőriznie. Így nem meglepő, hogy számos desztináció szenved a tömegturizmus által okozott negatív hatásoktól, jelen esetben a vendégek magas számától. Európán belül a legkeresettebb térség Dél-Európa, ahol az európai érkezések 40%-a realizálódott 2018-ban, amely világon regisztrált érkezések 20%-a. Ezt követi a nyugat-európai régió, ahol az európai érkezések 29%-a valósult meg 2018-ban, ami a világon rögzített érkezések 15%-át jelenti. A régiókon belüli képzeletbeli dobogó a második fokán Ázsia és Óceánia térsége áll, amely 2010-ről 2018-ra 2%-pontos növekedést könyvelhetett el. A régióon belül az északkelet-ázsiai (49%) és a délkelet-ázsiai (38%) területek a legkeresettebbek. Ezt követi az Amerikai régió, ahol a világban regisztrált érkezések 15%-a valósult meg, itt 2010-ről 1%-pontos csökkenés figyelhető meg a vizsgált 8 év folyamán. Az amerikai régióon belül Észak-Amerika a leglátogatottabb, itt a régióon belül regisztrált érkezések 66%-a valósult meg (a teljes érkezés 10%-a), majd ezt követi Dél-Amerika a 38 100 ezer regisztrált érkezéssel (18% a régióon, azonban csak 3% a világon belül). Az amerikai térséget követi Afrika (4,8%), majd a Közel-Kelet (4,5%). Amennyiben az átlagos növekedést nézzük, úgy némiképp módosul a sorrend. A vizsgált 8 év alatt Ázsia és Óceánia térsége érte el a legnagyobb átlagos növekedést 6,43%-kal, majd öt követő Európa 4,89%-os növekedéssel. Amerika összesen átlagos 4,72%-os növekedést könyvelhetett el az adott időintervallumban, míg Afrika +3,72%-ot. A legalacsonyabb növekedés a közel-keleti régióban figyelhető meg, ahol az érkezések átlagosan 1,96%-kal emelkedtek. Ha a világ átlagát nézzük (4,98%), úgy csak Ázsia teljesített ezen felül, Európa csupán pár százalékponttal (csupán 0,09%-pont) maradt el. Amennyiben az öt régió átlagához viszonyítunk (átlagosan 4,34%-os növekedés), úgy Ázsia, Európa és Amerika átlagon felül, míg Afrika és Közel-Kelet átlagon alul teljesített.

A WORLD TOURISM ORGANIZATION (2019) adatai alapján a nemzetközi érkezések alapján Franciaország töretlenül birtokolja az első helyet, ami 2010 óta nem változott. Franciaországban 2018-ban összesen 89 millió nemzetközi érkezést regisztráltak, amely a világban mért érkezések 6,34%-a, az Európában regisztrált érkezéseknek pedig 12,49%-a. A nemzetközi érkezéseket tekintve a második helyen Spanyolország áll, ahol 83 millió nemzetköz érkezést regisztráltak, amely a világszerte realizálódott érkezések 5,9%, az Európában mért érkezéseknek pedig a 11,6%-át teszi ki. Spanyolország helyezése 2010 és 2018 között a második és a negyedik helyezés között ingadozik. 2010 óta Olaszország stabilan az ötödik helyet

birtokolja, 2018-ban 62 millió nemzetközi érkezést regisztráltak az országban, amely a világban mért érkezések 4,42%-a, az európai érkezéseknek pedig a 8,7%-a. A legkeresettebb országok közé tartozik Németország, amelynek helyezése a vizsgált 8 évben a hetedik és a kilencedik hely között ingadozik, 2018-ban a 8. helyen végzett összesen 39 millió regisztrált nemzetközi érkezéssel, amely a világban mért érkezések 2,78%-a, az Európában mért érkezéseknek pedig az 5,47%-át jelenti. Az előző adatokból látszik, hogy a felsorolt négy országban regisztrált érkezések 19,46%-a valósult meg ezeken a desztinációkon, ez az Európán belül mért adatok 38,21%-a. Így nem meglepő, hogy többek között ezen célterületeken egyre gyakrabban jelenik meg a turizmussal szembeni negatív attitűd a tömegturizmus kialakulása miatt (Olaszországban például Rómában vagy Velencében, Németországon belül például Berlinben, Spanyolországban pedig Barcelonában).

A légi közlekedés egyre népszerűbb a turisták körében (WORLD TOURISM ORGANIZATION, 2019). 2018-ban a turisták 58%-a a légi közlekedést választotta a kívánt desztináció eléréséhez (3. ábra), amely arány 2010-től (amikor még csak 51% volt ez az arány) folyamatosan emelkedett évről évre 1-2%-ponttal. A légi közlekedés térnyerésének és népszerűségének egyik oka lehet a diszkont légitársaságok megjelenése világszerte, akik a hálózati légitársaságokhoz képest alacsony, kedvező áron biztosítanak eljutási lehetőséget a kívánt célterületre. Ezen felül a légi közlekedés gyorsabb odajutási lehetőséget biztosít. A regisztrált érkezések 37%-a esetében a közúti közlekedést választották a desztináció eléréséhez 2018-ban. 2010-től azonban ennek a közlekedési módnak az aránya 4%-ponttal esett vissza 2018-ra. A csökkenés évről évre csupán 1-2%-ponttal valósult meg. A vízi közlekedést a turisták 4%-a választotta 2018-ban, amely 2%-ponttal kevesebb 2010-hez képest. Jelen esetben is a csökkenés évről évre kisebb mértékű, 1%-pontos. A legkisebb arányban a vasúti közlekedést választották, ez a közlekedési mód azonban 2010 óta töretlenül 2%-os részesedést tudhat magáénak. A közlekedési módozat teljes képét nézve teljes biztonsággal nem állíthatjuk, hogy a légi közlekedés a vízi és a közúti közlekedés rovására tudta részesedését növelni (például vannak emberek, akik félnek a repüléstől, így más közlekedési eszközt választanak), de ahhoz nem fér kétség, hogy a két közlekedési mód arányának csökkenése részben a légi közlekedés térnyerésével magyarázható.

A 4. ábra alapján az utazások több mint fele (56%-a) szabadidős, nyaralási, pihenési céllal valósult meg 2018-ban (World Tourism Organization, 2019). A szabadidős céllal tett utazások aránya 2010-től (51%) folyamatosan, töretlenül növekedett 1-2%-ponttal évről évre. Az egészség megőrzésére, családok és barátok meglátogatására irányuló vagy vallási célú utazások 27%-át teszik ki a világban regisztrált érkezéseknek 2018-ban és ez az arány 2010 óta változatlan. Az üzleti utazók aránya 13% 2018-ban, amely arány csökkenő tendenciát mutat 2010-től kezdődően (15%). A fennmaradó 4% esetében az utazás motivációja sajnos nem meghatározott.

### 3. Turisztikai trendek Magyarországon

A világban megfigyelhető pozitív tendenciák, a turizmus növekedése Magyarországon szintén megfigyelhető. A turizmus szereplői évről évre egyre jobb számokat produkálnak, illetve az ország (de legfőképp Budapest) egyre nagyobb hírnévre tesz szert, egyre több elismerést, díjat tudhat magáénak.

#### 3.1 A külföldiek magyarországi utazásai

A KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2020a) adatai alapján a Magyarországra tett külföldi utazások száma folyamatosan növekedett 2010 és 2018 között (5. ábra). Míg 2010-ben összesen 40.624 ezer utazást regisztráltak országunkban, addig 2018-ban már 61.397 ezer utazást rögzítettek, amely a vizsgált 8 évben 53,86%-os növekedést jelent. Ez évről évre átlagosan 4%-os növekedést takar. Az ábrán látható, hogy a vizsgált időszakban az egynapos utazások száma túlnyomó többségben van a többnapos utazásokhoz képest, azonban az egynapos és a többnapos utazások közötti különbség változó tendenciával csökkent. Míg 2010-ben az egynapos utazások aránya 76,17% volt, a többnapos utazásoké pedig 23,83% a teljes utazáson belül. Ez az arány módosult 2018-ra: az egynapos utazások száma 69,56%, míg a többnapos utazások aránya 30,44%-ra növekedett. A többnapos utazásokat tovább bontva (6. ábra) megállapítható, hogy a 2-4 napos utazások aránya magasabb, mint az 5 és több napos utazások aránya. 2010-ben a kategóriák közötti különbség csupán 4,62%-pont volt és 2012-ig ez a különbség folyamatosan csökkent. 2013-ban azonban a 2-4 napos utazások aránya ismét növekedésnek indult, míg ezzel párhuzamosan az 5 és több napos utazások aránya folyamatosan csökkent. 2018-ban a 2-4 napos utazások aránya 57,21%, míg az 5 és több napos utazásoké 42,79%, a kategóriák közötti különbség 14,42%-pontra növekedett. Ebből megállapítható, hogy az évek folyamán a Magyarországra tett látogatások időtartama a vizsgált 8 évben lecsökkent. A többnapos utazások növekedését tekintve 2010-ről 2018-ra a 2-4 napos utazások magasabb mértékben növekedtek, mint az 5 és több napos utazások. Míg a 2-4 napos utazások 2010-ről 2018-ra 4,94%-ponttal növekedtek, addig az 5 és több napos utazások csupán 1,66%-ponttal növekedtek a vizsgált időszakban.

Az utazások összességét tekintve az átlagos tartózkodási idő 2010 és 2018 között hullámzó tendenciát mutat, azonban 2018-ra az átlagos tartózkodási idő 2,3-ra csökkent a 2010-ben mért 2,4-hez képest (7. ábra). Ennek oka, hogy az egynapos utazások aránya növekedett a többnapos utazásokhoz képest, illetve többnapos utazásokon belül a 2-4 napos utazások aránya megnövekedett az 5 és többnapos utazásokhoz képest. A többnapos utazásokat tekintve az átlagos tartózkodási idő 2010-ről 2018-ra lecsökkent 7,2 napról 5,1 napra. A vizsgált időszakban a 2-4 napos utazások esetében az eltöltött időszak a 2010-ben mért 2,9 nap a hullámzó tendenciát követően 2018-ban ismét 2,9 nap. Jelentős visszaesés mutatkozik az 5 és többnapos utazások esetén: 2010-ben az átlagos tartózkodási idő 11,2 nap, míg 2018-ban ez az időszak már 8,1 napra csökkent.

Az egy fő egy napjára jutó költség a vizsgált időszakban 34,68%-kal növekedett 2010-ről 2018-ra. Míg 2010-ben egy fő egy nap átlagosan 12.400 Forintot költött az országban, addig 2018-ban egy fő egy nap átlagosan már 15.900 Forintot költött (8. ábra), amely 28,23%-os növekedést jelent a vizsgált 8 évben. A 2-4 napos utazások esetében az egy fő egy napjára jutó költség a vizsgált időszak minden évében magasabb, mint a többi megfigyelt kategóriában, azonban ez a különbség évről évre csökken. Míg 2010-ben a 2-4 napos utazások esetén az egy fő egy napjára jutó költség és az összes utazás esetében mért egy fő egy napjára jutó költség közötti különbség 8.100 Forint, addig 2018-ra ez a különbség már 4.800 Forintra csökkent. Az 5 vagy többnapos utazások esetében az egy fő egy napjára eső költség alacsonyabb mint az összes utazások esetében, azonban megfigyelhető, hogy ez a különbség 1.300 Forintról 400 Forintra csökkent. Az egynapos utazások esetén az egy fő egy napjára jutó költség a megfigyelt időszak minden évében a teljes utazás esetében mért egy fő egy napjára jutó költség alatt van. Ez a különbség 2010-ben még 1.600 Forint volt, míg 2018-ban már 3.000 Forint a különbség. Amennyiben a növekedés átlagos ütemét vizsgáljuk meg, úgy látható, hogy az 5 és többnapos utazások esetében az egy fő egy napjára jutó költség növekedésének az átlagos mértéke magasabb (3,83%), mint a többi kategóriában. Az egynapos utazások esetén a költség átlagos növekedésének üteme 1,67%, míg a 2-4 napos utazások esetén csupán 0,58%. Az utazások összességét tekintve az egy fő egy napjára jutó költség átlagosan 2,85%-kal növekedett.

Az utazási célok alapján megállapíthatjuk, hogy a Magyarországra tett külföldi utazások döntő többsége nem turisztikai céllal történik, ilyen például a

tanulás, vásárlás, átutazás vagy munkavégzés (KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL, 2020b). Ami a turizmus szempontjából bizakodással töltheti el a turisztikai szektor szereplőit, hogy a nem turisztikai céllal megtett utazások aránya 2010 óta folyamatosan csökken (9. ábra): míg 2010-ben ezen motivációval megtett utazások aránya 66,52% a teljes utazásokból, amely arány 2018-ra már 58,57%-ra csökkent (7,95%-pontos csökkenés). Ezzel párhuzamosan a turisztikai céllal érkező utazások aránya 2010 óta folyamatosan növekszik: 2010-ben ez az arány 33,48%, míg 2018-ban már 41,43%-ra növekedett, amely 8,19%-pontos növekedést jelent. 2010 óta a turisztikai és a nem turisztikai motivációval megtett külföldi utazások közötti különbség 33,04%-pontról 2018-ra már 17,14%-pontra csökkent. Amennyiben tovább bontjuk a turisztikai céllal tett utazásokat láthatjuk, hogy a szabadidős céllal megtett utazások aránya jóval magasabb az üzleti célú utazásokénál (10. ábra). Az ábra alapján megállapítható, hogy a szabadidős céllal megtett utazások jóval meghaladják az üzleti célú utazásokat. 2010-ben az utazások 87,76%-a szabadidős, míg 12,25%-uk üzleti célú (75,51%-pontos különbség). 2018-ra ez a különbség növekedett: a szabadidős céllal érkezők aránya 94,68%-ra nőtt, míg az üzleti célú utazások aránya 5,32%-ra csökkent, így a kategóriák közötti különbség 89,36%-pontra növekedett. Az alábbi számok azt mutatják, hogy Magyarország mint desztináció, szabadidős úti célként került be a köztudatba. Amennyiben a szabadidős célú utazásokat tovább bontjuk láthatjuk, hogy az utazók többsége nyaralási, üdülési, szórakozási céllal érkezik az országba, és ez az arány évről évre növekszik: 2010-ben az érkezések még csak 42,48%-a történt nyaralási, szórakozási céllal, addig 2018-ban ez az arány már 60,98%-ra növekedett. Jelentős számban vannak jelen azok az utazások, amelynek keretében az országunkba érkezők rokonaikat, barátait látogatják meg. Ezen motivációval megtett utazások aránya azonban folyamatosan csökken: 2010-ben ezen utazások aránya még 31,37% volt, addig 2018-ban már csupán 21,71%, amely 9,66%-pontos csökkenést jelent a vizsgált időszakban. Az egészség megőrzése és javítása céljából tett utazások aránya 2010-ben 13,55% volt, amely arány 2018-ra 1,55%-pontosan csökkent (12,00%-ra), ezzel a vizsgált időszakban ezen motivációval érkezők aránya a legkisebb a szabadidős céllal megtett utazásokon belül.

Érdeemes megvizsgálni a külföldi érkezések során regisztrált költségek alakulását. A kutatás során nehézséget okozott, hogy a mintavételek száma kutatásonként eltérő, ebből kifolyólag az egy fő egy napjára jutó költsége sem

feltétlen egyezik meg egy-egy kutatásban. Választásom a magasabb mintavételi számmal történő kutatásra esett, amely megbízhatóbb információkat biztosít. További nehézséget jelentett, hogy ez a statisztikai kutatás csupán három évre: 2017, 2018 és 2019 évekre érhető el. A KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2020c) adatai alapján az üzleti céllal regisztrált érkezések egy fő egy napjára eső költsége jóval magasabb a többi kategóriában mért érkezések esetében (11. ábra). Míg 2017-ben az üzleti jellegű utak esetén az egy fő egy napjára jutó kiadás 41 900 Forint volt, addig a szabadidő és szórakozási, valamint egészségmerőzési céllal érkezők egy fő egy napjára eső költsége csupán 17.300 Forint volt. A turisztikai célú utazások esetében a legalacsonyabb költséget a rokonok és barátok meglátogatása céljából érkező utazások esetén mérték: 9.400 Forint per fő per nap. 2018-ra az üzleti céllal érkező vendégek esetében a költség csökkenő tendenciát mutat: 2018-ra az egy fő egy napjára eső költség 1.600 Forinttal csökkent (40.300 Forint). Ezzel szemben a szabadidő, szórakozási és egészségmegőrzés céljával érkezők esetében a kiadás 2018-ra 1.900 Forinttal növekedett (19.200 Forint per fő per nap). A rokonok, barátok meglátogatása céljából érkezők esetében a turisztikai motivációval érkezők csoportjában továbbra is a legalacsonyabb költséget mutatják (9.200 Forint), azonban ebben a csoportban is kisebb csökkenés figyelhető meg (200 Forintos csökkenés 2017-hez képest). 2019-re hasonló tendenciák figyelhetők meg, azonban ezek a folyamatok felerősödtek. 2019-ben a továbbiakban is az üzleti utazók költsége a legmagasabb 35.300 Forint per fő per nap összeggel, amely az előző évhez képest azonban 5.000 Forint visszaesést mutat. Az előző évekhez képest a szabadidős céllal érkezők költsége tovább növekedett. 2019-ben ezen motivációval érkezők átlagosan 20.600 Forintot költöttek per fő per nap, amely 1.400 Forint növekedést jelent az előző évhez képest. Ugyanígy, a rokonok és barátok meglátogatása céljából érkezők esetében is nagyobb költséget figyelhetünk meg. 2019-re 1.000 Forinttal növekedett az egy fő egy napjára eső költség (10.200 Forint). Amennyiben a turisztikai céllal érkezők teljes költségét vizsgáljuk, úgy látszik, hogy 2017-ben összesen átlagosan 68.600 Forint per fő per nap költség a jellemző, amely 2018-ra kisebb mértékben növekedett, 68.700 Forintra. 2019-re azonban az egy fő egy napjára jutó költség 2.500 Forinttal 66.100 Forintra csökkent.

Amennyiben a külföldi utazók fogyasztási szerkezetét figyeljük meg látható, hogy a költségek legnagyobb arányát (14,33%) a látogatók a szállásra költik, amely az étkezést is magában foglalja (12. ábra). Az étkezést magában foglaló szállást az

egyéb vásárlások (például ajándék) követi 14,32%-kal. A külföldi utazók költségük 11,52%-át élelmiszerre és italra fordítják. A látogatók szintén jelentős mértékben (10,94%-ban) költenek a nemzetközi közlekedésre. A költségek 9,53%-a a magyarországi vendéglátóhelyeken realizálódott. Megállapítható, hogy az egynapos kirándulásokra (0,58%) és a kulturális programokra (3,60%) keveset költenek. Azonban megállapítható, hogy 2010-hez képest 2018-ban a külföldi látogatók a kulturális programokra több mint a négyszeresét, az egynapos kirándulásokra pedig több mint a kétszeresét költik. A legnagyobb növekedés a vizsgált 8 évben a biztosításokban tapasztalható, ahol a kiadások a 8 év alatt megtízszereződtek. Szintén nagy növekedés figyelhető meg a nemzetközi közlekedésre való költséssel, amely 2010-ről 2018-ra megháromszorozódott. A belföldi utazásokra való költség pedig több mint a duplájára emelkedett a vizsgált időszakban.

Érdekes a Magyarországra tett külföldi utazások számát a látogatók korcsoportja szerint is megvizsgálni. 2018-ban a Magyarországra érkező külföldi utazók nagyobb arányban a 24 – 44 éves korcsoportba tartoznak (13. ábra), amely az érkezők 47,53%-a. Őket követi a 45 – 54 éves korcsoport 22,25%-kal. A Magyarországra érkező látogatók 11,04%-a 55 – 64 éves kor közötti, majd őket követi a 15 – 24 éves korcsoport 7,17%-kal. A 0 – 14 éves korcsoport aránya 6,94%. A 65 év vagy afeletti utasok aránya a legalacsonyabb 5,07%-kal. 2010 és 2018 között azonban a 65 év felettiek aránya több mint háromszorosára növekedett a vizsgált időszakban (857 ezer főről 2 921 ezer főre). Szintén nagy növekedés figyelhető meg a 25 – 44 éves korcsoportban, ahol a vizsgált nyolc év alatt az adott korcsoport 56%-kal növekedett. Az 55 – 64 éves csoportban hasonló növekedés figyelhető meg (54%-os 2010-hez képest). A 0 – 14 éves korcsoport aránya 30%-kal, míg a 45 – 54 éves korcsoport aránya 23%-kal növekedett a vizsgált időszakban. A legkisebb növekedés a 15 – 24 éves korcsoportban figyelhető meg. 2010-ről 2018-ra ezen korcsoport aránya 8%-kal növekedett. Feltételezve azt, hogy a 0 – 14 éves korcsoport egyedül nem utazhat, következtethetünk arra, hogy egyre több külföldi látogatja meg országunkat a családdal, illetve a fiatal felnőttek korosztálya nagy arányban képviselteti magát országunkban, amely arány folyamatosan növekszik.



### 3.2 Kereskedelmi szálláshely-szolgáltatás

A kereskedelmi szálláshelyek száma összességében nézve 2010 és 2018 között 1.910 darabról 2.657 darabra növekedett, amely a teljes időszakban 39,11%-os növekedést jelent (14. ábra). Az időszakon belül azonban voltak kisebb visszaesések, majd ezt követően kisebb mértékben nyitottak az új szállodák. 2010-ről 2011-re következett be a legnagyobb növekedés 16%-kal, azonban 2012-re a kereskedelmi szálláshelyek száma 0,3%-kal esett vissza, a rákövetkező évben pedig további 0,3%-kal csökkent a szálláshelyek száma. 2014-ben ismét több kereskedelmi szálláshely volt található országunkban, egy év alatt 6%-ot emelkedett a számuk. A rákövetkező években a növekedés konszolidálódott, csupán 1-3%-os növekedést figyelhetünk meg. 2018-ban a növekedés ismét nagyobb ütemben ment végbe, az előző évhez képest a kereskedelmi szálláshelyek száma 6%-kal növekedett.

A kereskedelmi szálláshelyek régiónkénti megoszlását tekintve (15. ábra) megállapíthatjuk, hogy a legtöbb kereskedelmi szálláshely a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban található 2018-ban, 530 darabbal a szálláshelyek 20%-a található a régióban. A kereskedelmi szálláshelyek 16%-a a Nyugat-Dunántúli Régióban található (412 darab). Az Észak-Magyarországi Régió csupán kevéssel maradt le a Nyugat-Dunántúli Régiótól, ahol 2018-ban összesen 399 darab kereskedelmi szálláshelyet regisztráltak (15%). A Balatoni Régióban összesen 251 darab szálláshelyet tartottak számon, amely szálláshelyek 9%-a. A kereskedelmi szálláshelyek 11%-a az Észak-Alföldi Régióban, 11%-a a Dél-Alföldi Régióban található. A szálláshelyek 9%-a (228 darab) a Dél-Dunántúli Régióban található. A Közép-Dunántúli Régió a kereskedelmi szálláshelyek 8%-át tudhatja magáénak. A legkevesebb kereskedelmi szálláshelyet a Tisza-tavi Régióban regisztrálták. Itt összesen 45 darab szálláshely található, amely az összes kereskedelmi szálláshely 2%-a.

A kereskedelmi szálláshelyek számának típusonkénti vizsgálata során megállapíthatjuk, hogy a panziók nagyobb mértékben vannak jelen (41%) a kereskedelmi szálláshelyeken belül 2018-ban (16. ábra). Bár a panziók száma 2010-ről 2018-ra 27%-kal emelkedett, arányuk a szálláshelyek összességén belül 3%-ponttal csökkent. A szállodák szintén nagy számban találhatóak meg országunkban, a kereskedelmi szálláshelyek 35%-a szálloda. A szállodák esetében is 2010-ről

2018-ra növekedés figyelhető meg (24%), azonban részesedése a szálláshelyeken belül 5%-ponttal csökkent. A közösségi szálláshelyek (amely korábban turista és ifjúsági szállóként volt nyilván tartva) száma némileg szerényebb az előző szállástípusokon belül. 2018-ban a kereskedelmi szálláshelyek 12 %-a volt közösségi szálláshely. Ezen szállástípus esetében 2010-ről 2018-ra egy nagyobb, növekedés figyelhető meg (több mint a kétszerese), illetve ezzel párhuzamosan ennek a típusnak az aránya 2018-ra 4%-ponttal növekedett. A kereskedelmi szálláshelyek 10%-a üdülőháztelép (2019-ig üdülőház). Ezen szállástípus esetében is egy nagyobb növekedést figyelhetünk meg 2010-ről 2018-ra, amely az összes típuson belül a legnagyobb növekedés. Az üdülőháztelépek aránya szintén növekvő tendenciát mutat, 2010-ről 2018-ra 4%-ponttal növekedett ez az arány. A legszerényebb számban a kempingek képviseltetik magukat (2%). A kempingek esetében szintén darabszám növekedést figyelhetünk meg (csupán 1%-os növekedés).

A kereskedelmi szálláshelyeken elérhető férőhelyek száma 2010 és 2018 között növekvő tendenciát mutat (17. ábra). 2010-ről 2011 mutatkozott a legnagyobb növekedés 15%-kal az előző évhez képest. Az ezt követő évben a növekedés lelassult, csupán 2%-kal nőtt a férőhelyek száma. 2013-ban a tendencia átfordult, és a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált férőhelyek száma csökkenni kezdett, ebben az évben az előző évhez képest 1%-os volt a csökkenés. 2014-ben a férőhelyek száma ismét növekedésnek indult, az előző évhez képest 5%-kal több férőhelyet regisztráltak a kereskedelmi szálláshelyeken. A következő évben a növekedés szinte hasonló ütemben folytatódott (4%), 2016-ra azonban a növekedés ismét lassulni kezdett (1%), majd 2017-ben szinte alig növekedett a férőhelyek száma (csupán 1%). 2018-ban azonban ismét egy lassú, 3%-os növekedést láthatunk. Amennyiben a teljes nyolc évet vizsgáljuk, úgy a kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek száma 32%-kal növekedett 2010-ről 2018-ra.

Amennyiben az egy kereskedelmi szálláshelyre jutó átlagos férőhelyek számát nézzük, megállapíthatjuk, hogy az egy működő egységre jutó férőhelyek száma 2010 és 2018 között csökkent. Míg 2010-ben átlagosan 86 férőhellyel rendelkezett egy kereskedelmi szálláshely, addig 2018-ban már csupán átlagosan 82 férőhely állt a szálláshelyek rendelkezésére. 2010 és 2012 között ez az átlag folyamatosan növekedett (86-ról 88-ra), azonban a csökkenés 2013-tól figyelhető meg. A csökkenés oka, hogy a szállodák működő egységeinek a száma a megfigyelt

nyolc évben nagyobb mértékben növekedett, mint a férőhelyek száma. Míg a szálláshelyek átlagosan 4,3%-os növekedést értek el évről évre, addig a férőhelyek száma csupán 3,6%-os növekedést eredményeztek. Ebből arra következtethetünk, hogy a nyolc év alatt újonnan nyíló kereskedelmi szálláshelyek vélhetően kisebb egységek voltak, és kevesebb férőhellyel kezdték meg az üzemelésüket.

A kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek turisztikai régióknévti vizsgálatát tekintve megállapíthatjuk (18. ábra), hogy 2018-ban a férőhelyek többségét (29%-át) a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban találhatjuk. A Balatoni Régióban a férőhelyek 15%-át regisztrálták. A Nyugat-Dunántúli Régióban a férőhelyek 14%-át regisztrálták, az Észak-Magyarországi Régióban pedig a 11%-át. Közel azonos arányban (9%) található az Észak-Alföldi és a Dél-Alföldi Régiókban férőhely. A Közép-Dunántúli Régió a kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek 6%-a, míg a Dél-Dunántúli Régióban szintén 6%-a található. A legkevesebb arányban, a férőhelyek csupán 2%-a található a Tisza-tavi Régióban. Amennyiben a régióknévti növekedést vizsgáljuk 2010 és 2018 között, láthatjuk, hogy a Balatoni Régióban mérhető a legnagyobb növekedés (58%). Annak ellenére, hogy a Tisza-tavi Régióban regisztráltak a férőhelyek legkisebb, a második legmagasabb növekedés azonban ebben a régióban figyelhető meg (47%). A Dél-Alföldi Régióban a férőhelyek száma nyolc év alatt 43%-kal növekedett. Bár a Dél-Dunántúli Régióban szintén alacsony arányban található kereskedelmi szálláshely, mégis nagyobb növekedésnek lehetünk tanúi (37%). Az Észak-Alföldi Régióban 32% növekedés figyelhető meg. Ami meglepő, hogy a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban csupán 28%-os növekedést figyelhetünk meg annak ellenére, hogy a férőhelyek nagyobb aránya itt található. Az Észak-Magyarországi Régióban 22%, a Nyugat-Dunántúli Régióban némileg kisebb, 21%-os növekedés figyelhető meg. A legkisebb arányban a Közép-Dunántúli Régióban növekedett a férőhelyek száma (20%).

A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmát tekintve megállapíthatjuk, hogy a vendégek száma a vizsgált időszakban folyamatosan növekedett (19. ábra). Míg 2010-ben összesen 7 473 ezer főt regisztráltak a kereskedelmi szálláshelyeken, addig 2018-ban már 12 548 ezer fő volt a szálláshelyek vendégforgalma, amely 67,91%-os növekedést jelent. Ez évről évre 4 – 7%-os növekedést takar. A vendégek összetételét vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a belföldi vendégek aránya kicsivel, de magasabb, mint a külföldi vendégek aránya. Ez az arány a vizsgált

időszakban nem változott, csak a különbség csökkent. Míg 2010-ben a regisztrált vendégek 53,67%-a belföldi, a 46,33%-a pedig külföldi, addig 2018-ban a belföldi vendégek aránya 52,62%-ra csökkent, míg a külföldi vendégeké 47,38%-ra növekedett.

A vendégforgalom szállástípusonkénti megoszlását vizsgálva láthatjuk, hogy a vendégek többsége (77%) 2018-ban a szállodát választotta (20. ábra). A vendégek száma ebben a szállástípusban +2%-pontos növekedést mutatott 2010-hez képest, az egyes éveket figyelembe véve azonban folyamatos növekedést figyelhetünk meg 2010 és 2012 között (75%-ról 79%-ra), majd 2014-től ez az arány csökkenni kezdett. A panziókban regisztrált vendégek számának aránya a vizsgált időszakban 10%-ról (2010) mindössze 8%-ra csökkent 2018-ra. Azonban 2017-ről 2018-ra +1%-pontos növekedést könyvelhettek el a panziók. A közösségi szálláshelyeken regisztrált vendégek aránya 2018-ban 6% volt, ez 2010-hez képest alig változott, illetve a vizsgált időszakban csupán 1%-pontos növekedést vagy csökkenést mutatott. A kempingekben a vendégek 5%-át regisztrálták, ez az arány a nyolc év alatt változatlan. A legkevesebb arányban a vendégeket az üdülőháztelpeken regisztrálták, ebben a szállástípusban a vendégek csupán 4%-a fordult meg, és ez az arány a vizsgált időszakban a kempingekhez képest szintén változatlan.

A vendégszám alakulásának területi megoszlását vizsgálva megállapíthatjuk, hogy 2018-ban a vendégek többsége Budapest és Pest megye területén szállt meg (21. ábra). A Budapest és Pest megyében regisztrált vendégek aránya 2010-hez képest 2%-pontos növekedést mutatott. Kisebb arányban regisztráltak vendégeket Nyugat-Dunántúlon (15%), ahol 2010-hez képest a vendégek számában visszaesés mutatkozik (3%-pont). Közép-Dunántúlon a vendégek 10%-át regisztrálták. Ebben a régióban kisebb visszaesés után ismét a 2010-es (10%-os) arányt sikerült elérni. Észak-Magyarországon a vendégek 10%-a szállt meg. 2010-hez képest ebben a régióban 2%-pontos növekedés látható. Az Észak-Alföldön regisztrált vendégek száma a teljes vendégszám 8%-a, amely a 2010-hez évhez képest hasonló arányt mutat. Dél-Dunántúlon a vendégek 8%-át regisztrálták szintén, itt azonban 2010-hez képest 2%-pontos visszaesés mutatkozik. Dél-Alföldön regisztrálták a vendégek legkevesebb arányát (7%), ebben a régióban azonban egy kisebb, 1%-pontos növekedés figyelhető meg.

A vendégéjszakák száma szintén pozitívan alakult a vizsgált időszakban (22. ábra). Míg 2010-ben összesen 19 554 ezer vendégéjszakát regisztráltak a

kereskedelmi szálláshelyeken, addig 2018-ban már 31 011 ezer éjszakát töltöttek a vendégek szálláshelyeinken. A vendégéjszakák összetételét nézve egy hullámzó tendenciát láthatunk. 2010-ben a külföldi vendégéjszakák száma (49,17%) alacsonyabb a belföldihez képest (50,83%). A következő évben bár a vendégéjszakák száma mind a külföldiek, mind a belföldiek esetében növekedett, a külföldi vendégéjszakák mégis nagyobb arányban növekedtek: 8,3% a belföldi 2,7%-hoz képest. Ebből kifolyólag az arányok is megváltoztak a teljes vendégéjszakákat tekintve. A külföldi vendégéjszakák aránya már 50,50%, míg a belföldi 49,50%. Ez a tendencia 2012-ig figyelhető meg, itt volt a külföldiek és a belföldiek között a legnagyobb arány: 4,48%-pont. 2013-ban a külföldi és a belföldi vendégéjszakák növekedésének üteme szinte azonos (5,2% a külföldi és 5,5% a belföldi), 2014-ben pedig a belföldi vendégéjszakák számának növekedése jóval meghaladta a külföldit (6,9%-pont). Ezt követően egészen 2018-ig a belföldi vendégéjszakák száma meghaladta a külföldit.

A kereskedelmi szálláshelyek típusát tekintve látható, hogy 2018-ban a vendégéjszakák nagyobb hányada (75%-a) a szállodákban realizálódott (23. ábra). Ez az arány 2010-hez képest 3%-ponttal növekedett, illetve a vizsgált időszakon belül minden évben a szállodákban realizálódott a vendégéjszakák többsége. A panziókban és a közösségi szálláshelyeken egyenlő arányban, a vendégéjszakák 7-7%-át regisztrálták. Azonban a panziók esetében egy lassú csökkenés (2010-hez képest 2%-pont), a közösségi szálláshelyek esetében pedig kisebb mértékű növekedés (2010-hez képest 1%-pont) figyelhető meg. A vendégéjszakák 6%-át 2018-ban a kempingekben regisztrálták, amely 2010-hez képest 2%-pontos visszaesést mutat. A legkevesebb arányban (5%) az üdülőháztelpeken regisztrálták a vendégéjszakákat, amely 2010-hez képest kisebb visszaesések után hasonló arányt ért el 2018-ban.

A vendégéjszakák régiókénti megoszlását tekintve megállapíthatjuk, hogy 2018-ban a vendégéjszakák jelentős hányada (38%) Budapest és Pest megye területén realizálódott, amely 2010-hez képest 4%-pontos növekedést mutat (24. ábra). Nyugat-Dunántúlon a kereskedelmi szálláshelyeken mért vendégéjszakák 19%-át regisztrálták 2018-ban, amely 2010-hez képest 3%-pontos csökkenést mutat. A vendégéjszakák 11%-át Közép-Dunántúlon mérték, ez az arány 2010-hez képest változatlan. Dél-Dunántúlon és Észak-Magyarországon a vendégéjszakák 9-9%-át regisztrálták. Dél-Dunántúlon azonban 2010-hez képest 1%-pontos

csökkenést, míg Észak-Magyarországon 2%-pontos növekedést figyelhetünk meg. Észak-Alföldön az éjszakák 8%-át töltötték el a vendégek, amely 1%-pontos visszaesést mutat 2010-hez képest. Dél-Alföldön regisztrálták a vendégéjszakák legkisebb arányát, összesen 7%-át, ez azonban 2%-ponttal több, mint 2010-ben.

A vendégéjszakák számának figyelembe vételével érdemes egy pillantást vetni az ország turizmusának szezonálisára, amely kérdés a tömegturizmus esetében egy kritikus pont, mivel a turisták áradata egy bizonyos szezonban özönlí el az adott desztinációt. Magyarország egészét figyelembe véve megállapítható, hogy a vendégéjszakák alapján július és augusztus bizonyul főszezonnak (25. ábra). Január és február számít az év előszezonjának, ahol a vendégéjszakák száma a többi hónaphoz képest alacsonyabb. A vendégéjszakák száma márciustól azonban folyamatos növekedésnek indul, amely növekedés egészen júniusig tart. Az egész évben mért szezonális a július és augusztus hónapokban tetőzik, majd augusztus követően a vendégéjszakák száma csökkenni kezd. Szeptemberre egy nagyobb csökkenésnek lehetünk tanúi, majd októbertől decemberig a csökkenés lelassul.

Az átlagos tartózkodási időt tekintve megállapítható, hogy 2010-ről 2018-ra lerövidült. 2010 és 2013 között az átlagos tartózkodási idő 2,6 nap volt, majd 2014-ben 2,5 napra csökkent, és ez a tartózkodási idő változatlan 2018-ig. Összevetve a külföldi és a belföldi átlagos tartózkodási időket láthatjuk, hogy a külföldi vendégek átlagosan hosszabb ideig tartózkodnak az országunkban. 2018-ban az átlagos tartózkodási idő a külföldi vendégek esetében 2,6 nap volt, míg a belföldi vendégek esetében csupán 2,4 nap. 2010-től kezdődően azonban a külföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje nagyobb mértékben csökkent, mint a belföldieké. Míg 2010-ben a külföldi tartózkodási idő 2,8 nap volt, addig a belföldi 2,5 nap. 2018-ra azonban a külföldiek 0,2 nappal kevesebbet tartózkodtak Magyarországon, a belföldi átlagos tartózkodási idő azonban csak 0,1 nappal csökkent a vizsgált 8 évben.

A kereskedelmi szálláshelyek évről évre egyre jobb eredményeket produkálnak. A szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználtsága 2010-ről 2018-ra 25,3%-ról 33%-ra növekedett (26. ábra). 2011 évre látható egy kisebb visszaesés (1,7%-pont), azonban 2012 évtől kezdődően ez a növekedés folyamatos. 2012-ről 2013-ra 7,7%-os növekedésnek lehetünk tanúi, 2014-re ez a növekedés azonban 3,4%-ra csökkent. 2015-ben a növekedés mértéke tovább lassult 0,1%-ponttal. 2016-tól a férőhelykapacitás-kihasználtsága a kereskedelmi szálláshelyeknek ismét nagyobb mértékben növekedett (5,3%), majd a növekedés 2017-ben nagyobb

mértékben valósult meg (7,7%). 2018-ra a kihasználtság növekedése azonban ismét lelassult, csupán 2,5%-os növekedést könyvelhettek el a kereskedelmi szálláshelyek. A kereskedelmi szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználtságának alakulását szállástípusonként vizsgálva láthatjuk, hogy a szállodák kihasználtsága a többi típushoz képest magasabb (27. ábra). 2018-ban a szállodák férőhelykapacitás-kihasználtsága 45,9% volt, amelyet az üdülőközpont követ 22,2%-kal. A panziók férőhelykapacitás-kihasználtsága 21,3% volt. A közösségi szálláshelyek 17,7%-os kihasználtságot könyvelhettek el. A legalacsonyabb kihasználtsági mutató a kempingeknél látható 14,1%-kal. A kihasználtság növekedését vizsgálva a szállodák jobb eredményeket, nagyobb növekedést tudtak elérni a vizsgált időszakban. A szállodák kihasználtsága 2010-ről 2018-ra 10,8%-pontos növekedett. Növekedés tekintetében a képzeletbeli dobogó második fokán a panziók állnak, amely csoportban a szálláshelyek 5%-pontos növekedést tudtak elérni nyolc év alatt. Őket követik a kempingek, ahol 3%-pontos növekedést mérhetünk, majd a közösségi szálláshelyek a 2,5%-pontos növekedéssel. A legalacsonyabb mértékű növekedés az üdülőközpont esetében figyelhető meg 0,6%-pontos növekedéssel. A férőhelykapacitás-kihasználtságnak turisztikai régiókra bontása esetén látjuk, hogy 2018-ban a legnagyobb kihasználtságot a Budapest-Közép-Dunavidéki Régió el közel 50%-kal (28. ábra). 2010-ről 2018-ra szintén ebben a régióban mérhető a legnagyobb növekedés (14,4%-pontos). A Balatoni Régióban a kihasználtság csupán 32,7% volt 2018-ban, amely 5%-pontos növekedéssel magasabb, mint 2010-ben. A Nyugat-Dunántúli Régióban a kapacitás-kihasználtság 29%, amely 3,1%-pontos növekedéssel magasabb a 2010-ben mért 26,3%-nál. Az Észak-Alföldi Régióban a szálláshelyek kihasználtsága 26,5%- volt a vizsgált évben, amely 3,8%-pontos növekedéssel magasabb 2010-nél, ezzel a régió a legkisebb mértékű növekedés egyikét produkálta a nyolc év alatt. Az Észak-Magyarországi Régió csupán 0,5%-pontos növekedéssel maradt le az Észak-Alföldi Régiótól (26%), itt azonban jóval magasabb volt a növekedés (9,6%-pontos). A Dél-Alföldi Régió kapacitás-kihasználtsága 23,6% (6%-pontos növekedéssel magasabb 2010-nél), a Közép-Dunántúli Régió pedig csupán 0,4%-pontos növekedéssel lemaradva, 23,2%-os kihasználtsági mutatóval tudhat magáénak (7,2%-pontos növekedéssel 2010-hez képest). A Dél-Dunántúli Régióban a kereskedelmi szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználtsága 21,6%- volt, amely 1,9%-pontos növekedéssel magasabb a 2010-ben mért kihasználtsághoz. Ez a régiók között a legalacsonyabb növekedés. A Tisza-tavi Régióban mért kihasználtsági mutató 17,8%, amely 6,7%-

ponttal magasabb a 2010-ben mért eredményekhez. A férőhelykapacitás-kihasználtsági mutatók növekedésének vizsgálata során megállapíthatjuk, hogy egyik régióban sem figyelhető meg egy folyamatos növekedés a vizsgált nyolc év során, hanem egy-egy évben kisebb-nagyobb visszaesések figyelhetők meg az előző évhez képest.

Egyes kereskedelmi szálláshelytípusok esetén (főleg a szállodáknál) előfordulhat, hogy akár egy kétágyas szobát egy fő részére biztosít, így a férőhelykapacitás-kihasználtság nem mutat teljes képet a szálláshelyek kihasználtságáról. Továbbá a szállodák inkább a szobakapacitás-kihasználtság mutatóit számítják ki és vetik össze az előző időszakkal és a versenytársakéval. A szobakapacitás-kihasználtság mutatót vizsgálva láthatjuk, hogy a kereskedelmi szálláshelyek egyre több és több szobát tudnak értékesíteni (29. ábra). A szobakapacitás-kihasználtsági mutató a vizsgált nyolc évben összességében évről évre növekedett. A folyamatos növekedési tendencia változó ütemet mutat. Míg 2010-ről 2011-re csupán 0,2%-ponttal növekedett a kihasználtsági mutató, addig 2016-ról 2017-re 2,9%-pontos volt a növekedés. Összességében 2010-ről 2018-ra a szobakapacitás-kihasználtság 13,6%-ponttal növekedett. A szobakapacitás-kihasználtság mutatót szállástípusonként tekintve megállapíthatjuk, hogy a szállodák több szobát tudtak értékesíteni a vizsgált időszakban (30. ábra). Míg 2010-ben a szállodák szobakapacitás-kihasználtsága 44,6%-volt, a vizsgált időszakban folyamatos növekedést figyelhetünk meg, amelynek üteme változó (1,3%-pont és 3,1%-pont között mozog), 2018-ra azonban 16,6%-pontos növekedést értek el a szállodák (61,2%). A szállodákat követik az üdülőközpontok, amelyek a 2010-es adatok alapján 25,1%-os szobakapacitás-kihasználtsággal üzemeltek. Ebben a szállástípusban azonban hullámzó tendenciát figyelhetünk meg, egyes években csökkent, egyes években pedig kisebb mértékben növekedett a kihasználtsági mutató (a mozgás -1,6 és 2,6%-pont között mozog). 2018-ra az üdülőközpontok összességében 6%-pontos növekedést tudtak elérni (31,1%), ezzel azonban az arányuk a vizsgált időszak végére visszaszorult más szállástípushoz mérten. A kempingek kihasználtsági mutatója 2010-ben 22,6% volt. Ebben az esetben is egy hullámzó tendenciának lehetünk tanúi (-0,8 és 2,6%-pont közötti ingadozás), 2018-ra azonban összességében 9,5%-pontos növekedést értek el a panziók (32,1%), ezzel 2018-ban már a második legjobb eredményt érték el. A közösségi szálláshelyeken mért szobakapacitás-kihasználtság 20,85% 2010-ben. A



közösségi szálláshelyek növekedése esetén is hullámzó tendenciát figyelhetünk meg (-5,25 és 3,4%-pont), 2018-ra azonban 5,75%-pontos növekedést tudott elérni 2010-hez képest (26,6%). 2010-ben a kempingek érték el a legalacsonyabb értéket 0,9%-kal, azonban 2018-ra jelentős növekedést könyvelhettek el ebben a szállástípusban (25,9%-pontos növekedés), ezzel megelőzve 2018-ban a közösségi szálláshelyeket. A régiónkénti összehasonlítást tekintve (31. ábra) 2018-ban Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban a szobakapacitás-kihasználtság a legmagasabb (69%), ebben a régióban 2010-hez képest a mutató 21,4%-pontot emelkedett (a legmagasabb növekedés a régiókon belül). A Balatoni Régióban a kiadható szobák 48,5%-át értékesítették a kereskedelmi szálláshelyek 2018-ban. Ebben a régióban a növekedés csupán 8,2%-pontos 2010-hez képest. A Nyugat-Dunántúli Régióban 2010-ről 2018-ra 38,8%-ról 45,2%-ra (6,4%-ponttal) növekedett a szobakapacitás-kihasználtsági mutató. Az Észak-Alföldi Régióban a magasabb (8%-pontos) növekedés ellenére a kihasználtsági mutató 34,4%-ról 42,4%-ra növekedett. A Dél-Alföldi (40,9%) és az Észak-Magyarországi Régióban (40,7%) eredményei csak kevés mértékben térnek el, azonban az Észak-Magyarországi Régióban nagyobb növekedést (17%-pontos) figyelhetünk meg. A Közép-Dunántúli Régióban a szobakapacitás-kihasználtság 38,5% (13,5%-pontos növekedés 2010-hez képest), a Tisza-tavi Régió pedig csak pár százalékponttal maradt le (36,8%). A szobakapacitás-kihasználtság tekintetében a dél-dunántúli kereskedelmi szálláshelyek teljesítettek a legrosszabbul, itt szobakapacitás 34,7%-át tudták értékesíteni, amely csupán 6,9%-ponttal magasabb a 2010-hez képest mért adatokhoz.

A kereskedelmi szálláshelyek bevételeit tekintve a szálláshelyek pozitív eredményeket értek el (32. ábra). Összességében nézve a kereskedelmi szálláshelyek 2010-ben 129.580,7 millió Forint bevételt értek el, amely 2018-ra több mint a kétszeresére nőtt (301.762,8 millió Forint). 2017-ig folyamatos növekedést figyelhetünk meg, 2018-ra ez a növekedés azonban lelassul. Szállástípusok szerint a kereskedelmi szálláshelyek teljes bevételének a 88%-át a szállodák termelték ki 2018-ban, amely 2010-hez képest 1%-pontos növekedést mutat. Jóval kisebb mértékben járultak hozzá a panziók a kereskedelmi szálláshelyek összbevételéhez (5%), illetve ebben a szállástípusban 2%-pontos csökkenést figyelhetünk meg a vizsgált időszakban. A közösségi szálláshelyek a bevételek 3%-át tudhatják magukénak, amely 2010-hez képest 1%-pontos

növekedést mutat. A kempingek és az üdülőháztelpek aránya a teljes bevételből 2-2%, amely arány a vizsgált időszakban nem változott. A bevételek régióenkénti bontását tekintve megállapíthatjuk, hogy 2018-ban a bevételek több mint a fele (55%-a) a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban realizálódott, amely 5%-ponttal növekedett 2010-hez képest (33. ábra). Ebben a régióban 2010-ről 2018-ra a bevételek 155%-kal növekedtek. A Balatoni Régióban a szálláshelyek a teljes bevétel 14%-át termelték meg. A régió aránya azonban a teljes bevételhez képest 2%-ponttal csökkent, bár a bevételek 2010-ről 2018-ra több mint a kétszeresére emelkedtek. A Nyugat-Dunántúli Régióban a bevételek 8%-a realizálódott, amely 2010-hez képest 79%-os növekedést jelent, a régió aránya azonban 3%-ponttal csökkent 2010-hez viszonyítva. A bevételek 7%-a az Észak-Magyarországi Régióban valósult meg, amely az arányokban 1%-pontos növekedést jelent a régiók között, azonban a bevételek 183%-kal növekedtek. Az Észak-Alföldi és a Dél-Alföldi Régióban a bevételek 5-5%-a realizálódott. Míg a részesedés 2010-hez képest az Észak-Alföldi Régióban 1%-ponttal csökkent, addig a Dél-Alföldi Régióban 1%-ponttal növekedett. A bevétel növekedését tekintve a Dél-Alföldi Régió magasabb, 180%-os növekedést ért el, míg az Észak-Alföldi Régió csupán 98%-ban tudta bevételét növelni. A Közép-Dunántúli és a Dél-Dunántúli Régió a bevételek 3-3%-át tudhatja magáénak 2018-ban. Az arányokat tekintve mindkét régió veszített a pozíciójából 1-1%-ponttal. A bevételek növekedése is ezekben a régiókban a legalacsonyabb. Míg a Közép-Dunántúli Régióban a bevételek 2010-ről 2018-ra 94%-ban, addig a Dél-Dunántúli Régióban csupán 60%-kal növekedtek. A legalacsonyabb bevételt a Tiszta-tavi Régióban működő kereskedelmi szálláshelyek eredményezték, a teljes bevétel csupán 1%-át tudhatják magukénak, ez az arány a vizsgált időszakban pedig változatlan. A régió növekedés szempontjából azonban jól teljesített, 2010-ről 2018-ra 122%-os növekedést ért el.

A kereskedelmi szálláshelyek átlagárát tekintve a szálláshelyek évről évre tudják átlagárukat növelni (34. ábra). 2010-ről 2018-ra a kereskedelmi szálláshelyek összességében 44%-kal tudták átlagárukat növelni, ami abszolút értékben 5.870 Forintot jelent. A legmagasabb átlagárát a szállodák érték el (2018-ban 20 794 Forint), amely 2010-hez képest 46%-os növekedést jelent. A panziók átlagára 2018-ban 11.136 Forint, amely 24%-kal magasabb, mint a 2010-ben mért átlagár. A közösségi szálláshelyeken mért átlagár 2018-ban 10.434 Forint volt. Ebben a szállástípusban figyelhetjük meg a legnagyobb növekedést, 2010-ről 2018-

ra 78%-kal nőtt az átlagár összege. Az üdülőháztelpek átlagára 2018-ban 9.529 Forint, amely 28%-os növekedést jelent 2010-hez képest. Speciális esetet képeznek a kempingek. Itt 2010-ben az átlagár 18.391.687 Forint volt, amely 2018-ra 75.935 Forintra csökkent. Régióenkénti összehasonlításban megállapíthatjuk, hogy a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban található kereskedelmi szálláshelyek érték el a legnagyobb átlagárát a többi régióhoz viszonyítva a vizsgált időszakban (35. ábra). Ebben a régióban 2010-ről 2018-ra a szálláshelyek 49%-os átlagnövelést értek el, amely a többi régióhoz viszonyítva a legnagyobb arányú növekedés. A Balatoni Régióban a kereskedelmi szálláshelyek átlagára 17.234 Forint volt 2018-ban, amely 47%-os növekedést jelent 2010-hez képest. A növekedés szinte azonos mértékű a Budapest-Közép-Dunavédiéki Régiójával, ami a Balatoni régió drágulását jelezheti előre. Ezt követi az Észak-Magyarországi Régió 16.271 Forinttal (42%-os növekedés 2010-hez képest). A Tisza-tavi Régió az előző összehasonlításokban szinte mindig az utolsó helyen szerepelt, azonban a többi régióhoz képest kedvező, 41%-os növekedést ért el az átlagárakban 2010-ről 2018-ra (15.461 Forint). A Nyugat-Dunántúli Régióban a 2018-ban mért átlagár 14.758 Forint, amely 35%-os növekedést jelent 2010-hez képest. Nem sokkal maradt le a Közép-Dunántúli Régió a 14.133 Forint átlagárral, itt azonban jóval alacsonyabb a növekedés üteme a vizsgált időszakban (8%). A Dél-Alföldi Régióban mért átlagár 13 221 Forint. Ebben a régióban az átlagár 38%-os növekedést mutat 2010-hez képest. Ezt követi az Észak-Alföldi Régió 12.908 Forinttal (35%-os növekedés 2010-hez képest). 2018-ban a legalacsonyabb átlagárát a Dél-Dunántúli Régióban mérték (12 755 Forint), illetve az átlagár emelkedése itt az egyik legalacsonyabb a 10%-os növekedéssel. Az átlagárak régióenkénti növekedését tekintve bár mindegyik régió 2018-ban magasabb átlagáron tudták a kereskedelmi szálláshelyek értékesíteni szobáikat, egyes régiókban ez a növekedés nem volt fokozatos, egyes években a számok visszaesést mutatnak (például a Tisza-tavi Régió esetében).

### 3.3 Magánszálláshelyek

A kereskedelmi szálláshelyek mellett érdemes megvizsgálni a magánszálláshelyek (statisztikai megnevezése üzleti célú egyéb szálláshelyek, de az egyszerűség kedvéért a továbbiakban mint magánszálláshely) teljesítményének alakulását. A későbbiekben látni fogjuk, hogy a kutatások alapján többen a magánszálláshelyek megjelenését, annak elterjedését a tömegturizmus egyik kiváltó okaként tartják számon.

A 36. ábra alapján láthatjuk, hogy a magánszálláshelyek esetében a vendéglátók száma 2010 és 2014 között csökkent (összesen 3.191 fővel, amely közel 9%-os csökkenés), majd 2015-től kezdődően ismét növekedésnek indult, és a vendéglátók száma meghaladta a 2010-ben regisztráltakét 5.911 fővel. Talán nem meglepő, hogy a legtöbb vendéglátót a Balatoni Régióban regisztráltak, 2018-ban a vendéglátók 44%-a ebben a régióban üzemeltette szálláshelyét. Azonban fontos megjegyezni, hogy 2010-hez képest a vendéglátók száma folyamatosan csökken (14% 2010-hez képest), csupán 2018-ra történt kisebb növekedés. A vendéglátók 22%-a a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban tevékenykedik, ahol a vendéglátók száma a vizsgált nyolc évben több mint az ötszörösére növekedett: míg 2010-ben 1 666 főt regisztráltak, addig 2018-ban már 9 732 főt. A többi régióban jelentősen kevesebb vendéglátó található: Észak-Magyarországi Régióban 8% (19%-os növekedés 2010-hez képest), az Észak-Alföldi és a Dél-Dunántúli Régióban 6-6% (az Észak-Alföldi Régióban 10%-os növekedés, a Dél-Dunántúli Régióban azonban 24%-os csökkenés), a Dél-Alföldi Régióban és a Nyugat-Dunántúli Régióban 5-5% (az előbbiben 73%-os a növekedés, míg az utóbbiban csupán 1%). A Közép-Dunántúli Régióban a vendéglátók 3%-a található meg, ebben a régióban azonban 22%-os növekedés figyelhető meg. A legalacsonyabb arányban a vendéglátók a Tisza-Tavi Régióban találhatók meg (2%), ahol az alacsony arány mellett egyre kevesebb vendéglátó tevékenykedik.

Amennyiben a magánszálláshelyek által kínált szobák számát vizsgáljuk látható, hogy 2010 és 2014 között a szobák száma lecsökkent (5 184 szobával, amely 5,2%-os csökkenés), majd 2015-től számuk ismét növekedésnek indult, és meghaladta a 2010-ben mért adatokat (37. ábra). A növekedés a teljes vizsgált időszakban 15,9%. A vendéglátók számainak megoszlása alapján nem meglepő, hogy a legtöbb elérhető szoba a Balatoni Régióban található (44%), ahol a vizsgált

időszakban a szobák száma csökkenő tendenciát mutat. A Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban a szobák 17%-át regisztrálták, amely 2010-hez a vendéglátók számához hasonlóan több mint ötszörösére növekedett a vizsgált nyolc év alatt. Az Észak-Magyarországi Régióban az elérhető szobák 9%-a volt foglalható 2018-ban (27%-os növekedés 2010-hez képest). Az Észak-Alföldi Régióban az elérhető szobák 7%-a található, ebben a régióban szintén növekedés (15%) figyelhető meg a szobák számában. A Dél-Alföldi, Dél-Dunántúli, valamint a Nyugat-Dunántúli Régiókban a szobák 6-6%-a található. A három régió közül kettő régióban (Dél-Alföld, Nyugat-Dunántúl) figyelhetünk meg növekedést a szobák számában, míg Dél-Dunántúlon csökkent a kiadható szobák száma. A Közép-Dunántúli Régióban a kínált szobák 3%-a foglalható 2018-ban, itt 25%-os növekedést regisztráltak 2010-ről 2018-ra. A legkevesebb arányban a Tisza-tavi Régióban található magán szálláshely által kínált szoba (2%). Ebben a régióban 2016-ig a szobák száma folyamatosan csökkent, 2017-től ismét növekedésnek indult, de alacsony ütemben, és 2018-ra elérte a 2010-es szintet (3 szobával meghaladva).

A magán szálláshelyek által kínált férőhelyek számának tendenciája a vendéglátók és a szobák számához hasonlóan az első szakaszban (2010 – 2014) a férőhelyek száma csökkent 20 310 darabról 21 153 darabra (4,68%-os csökkenés), majd a rákövetkező években ismét több és több elérhető férőhelyet kínáltak a magán szálláshelyek (38. ábra). 2015-ben a férőhelyek száma már meghaladta a 2010-ben regisztráltakat, 2018-ra pedig már 33 666 férőhellyel többet regisztráltak a szálláshelyeken, mint 2010-ben (közel 15%-os növekedés). Régiókénti bontásban a Balatoni Régióban az előzőekhez hasonlóan a férőhelyek nagyobb hányadát, 42%-át regisztrálták 2018-ban. Ebben a régióban azonban (szintén az előző tendenciákhoz hasonlóan) a férőhelyek száma csökken, 2010-ről 2018-ra összesen 11%-kal esett vissza a férőhelyek száma. A Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban a férőhelyek 16%-át regisztrálták ugyanebben az évben. Itt azonban szintén nagyobb növekedésnek lehetünk tanúi, 2010-hez képest a férőhelyek száma több mint négyszeresére nőtt. Az Észak-Magyarországi Régióban a magán szálláshelyek férőhelyeinek 10%-át regisztrálták (26%-os növekedés 2010-hez képest). Az Észak-Alföldi Régióban a férőhelyek 7%-át (8%-os növekedés), a Dél-Alföldi Régióban pedig a 6%-át regisztrálták. Dél-Alföldön azonban nagyobb ütemű a növekedés (90%-kal nőtt a férőhelyek száma 2010-ről 2018-ra). A Dél-Dunántúli és Nyugat-Dunántúli Régióban a férőhelyek 6-6%-át regisztrálták,

azonban míg Nyugat-Dunántúlon kisebb növekedésnek (9%-os), addig Dél-Dunántúlon nagyobb csökkenések (16%) lehetünk tanúi. A Közép-Dunántúli Régióban a férőhelyek 4%-a található, itt azonban a növekedés intenzívebb a többi dunántúli régiónál (31%). A Tisza-tavi Régióban a férőhelyek csekély, csupán 3%-át regisztrálták, illetve itt a növekedés sem jelentős (2%).

A magán szálláshelyeket igénybe vevő vendégek számát vizsgálva érdekes eredményre juthatunk (39. ábra). A vendég száma összesen folyamatosan növekedet 2010 és 2018 között, amely ennek a szállástípusnak a népszerűségét mutatja. 2018-ra a vendégek száma már több mint a háromszorosára nőtt a magán szálláshelyeken. A növekedés évről évre mért üteme hullámzó tendenciát mutat. Míg 2010 és 2014 között a vendégek száma évről évre gyorsabban nőtt, 2015 és 2016 években a növekedés lelassult. A rákövetkező évben azonban ismét gyorsabb növekedésnek lehetünk tanúi, 2018-ra azonban ismét csökkent a növekedés mértéke. Érdekes tény az, hogy a belföldi és a külföldi vendégek aránya közötti különbség folyamatosan csökken. Míg 2010-ben a belföldi vendégek aránya 73%, a külföldieké pedig 23% volt (50%-pontos különbség), addig 2018-ban a belföldi vendégek aránya 54%-ra csökkent (19%-pontos csökkenés), a külföldi vendégek aránya pedig 46%-ra nőtt (19%-pontos növekedés), így a belföldi és külföldi vendégek közötti arány különbsége már 9%-ponra csökkent (41%-pontos csökkenés a különbségben). A csökkenés oka, hogy a külföldi vendégek száma nagyobb mértékben nőtt a belföldi vendégekéhez képest. Míg a külföldi vendégek száma 2010-ről 2018-ra több mint ötszörösére nőtt, addig a belföldi vendégek száma valamivel több, mint a kétszeresére nőtt a vizsgált nyolc év alatt. Ha a belföldi és a külföldi vendégek számának növekedését évről évre vizsgáljuk, láthatjuk, hogy a belföldi vendégek esetében a növekedés egyes években lelassul. A külföldi vendégek számának növekedés esetén szintén vannak évek, amikor csökken a növekedés gyorsasága, azonban a növekedés üteme jóval nagyobb, mint a belföldi vendégek esetében. A vendégek számának régiókénti megoszlását vizsgálva kitűnik, hogy az arányokat tekintve a vizsgált időszakban átrendeződés történt (40. ábra). Míg 2010-ben a Balatoni Régióban regisztráltak a legtöbb vendéget a magán szálláshelyeken (35%), 2018-ra a régióban regisztráltak száma folyamatosan csökkent (21%). Ezzel párhuzamosan a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban folyamatos növekedésnek lehetünk tanúi. Míg 2010-ben a vendégek csupán 9%-át regisztráltak ebben a régióban a magán szálláshelyeken (ezzel a

listában az 5. helyen állt), a vizsgált nyolc év során a regisztrált vendégek száma és így arányuk folyamatosan növekedett, és 2018-ban a vendégek 36%-át regisztrálták ebben a régióban a magán szálláshelyeken. A régiók közül bár minden területen növekedett a vendégek száma 2010-hez képest, a legnagyobb növekedést a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban mérték, ahol több mint a tízszeresére emelkedett a vendégek száma. Ezzel szemben a Balatoni Régióban a vendégek száma a vizsgált időszak alatt csupán közel a kétszeresére emelkedett. A számok azt mutatják, hogy a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban a magán szálláshelyek egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek, főleg a külföldi vendégek körében.

A vendégéjszakák számát tekintve szintén növekvő tendenciát figyelhetünk meg (41. ábra). A növekedés mértéke évről évre változó, 3% és 28% között mozog. Azonban még 2010-ben a belföldi vendégéjszakák aránya (67%) jóval magasabb volt a külföldiekénél (33%). 2017-re ez az arány már 50-50%-ra változott, majd 2018-ban a külföldi vendégéjszakák aránya már 2%-ponttal (51%) haladta meg a belföldi vendégéjszakák arányát (49%). Az egyes szegmensek növekedését vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a külföldi vendégéjszakák esetében a növekedés aránya jóval magasabb ütemű volt, mint a belföldi vendégéjszakák esetében. A belföldi vendégéjszakák növekedése 2010 és 2018 között átlagosan 10% volt évről, míg a külföldi vendégéjszakák esetében ez az ütem 21%.

A vendégéjszakák idegenforgalmi régiókban mért arányaiban hasonló tendenciákat figyelhetünk meg, mint a vendégek arányainak számában (42. ábra). 2010-ben a vendégéjszakák nagyobb arányát (41%) a Balatoni Régióban regisztrálták, itt azonban az éjszakák számának növekedési üteme alacsonyabban alakult más régiókhoz képest (61%), így 2018-ban a vendégéjszakák csupán 24%-át regisztrálták ebben a régióban. Ezzel párhuzamosan míg 2010-ben a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban a vendégéjszakák 8%-át regisztrálták (6. a rangsorban), a nagyütemű növekedésnek köszönhetően 2018-ban az éjszakák már 38%-át regisztrálták itt. A vendégéjszakák növekedési ütemét tekintve az éjszakák száma több mint tízszeresére nőtt a vizsgált időszakban.

A vendégek átlagos tartózkodási idejét vizsgálva megállapíthatjuk, hogy az átlagos tartózkodási idő 2010-ről 2018-ra csökkenő tendenciát mutat (43. ábra). Míg 2010-ben a vendégek átlagosan 3,7 éjszakát töltöttek el a magán szálláshelyeken, addig 2018-ban csupán 3,2 éjszakát. Megállapíthatjuk, hogy a belföldi vendégek kevesebb időt töltöttek a szálláshelyeken. 2010-ben

átlagosan 3,4 éjszakát töltöttek a szálláshelyeken, szemben a külföldi 4,6 éjszakával. A külföldi tartózkodási idő esetén a csökkenés nagyobb mértékű volt. 2018-ra 1,1 éjszakával csökkent a külföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje (3,5 éj), míg a belföldi vendégek esetében ez a csökkenés csupán 0,5 éjszaka (2,9 éj). A nagyobb csökkenés ellenére 2018-ban a külföldiek továbbra is hosszabb időt töltenek a szálláshelyeken. Az átlagos tartózkodási idő régiónkénti alakulását vizsgálva láthatjuk, hogy a tartózkodási idő régióként változó tendenciát mutat, egyes évekre növekedett, egyes években pedig csökkent (44. ábra). Általánosságban megállapítható, hogy a teljes időszakot tekintve a Budapest-Közép-Dunavidéki Régióban növekedett az átlagos tartózkodási idő 0,1 éjszakával (3,3-ról 3,4-re), más régiókban a tartózkodási idő 2010-hez képest 2018-ra csökkent átlagosan 0,6 éjszakával.

A magánszálláshelyeket összehasonlítva a kereskedelmi szálláshelyekkel megállapíthatjuk, hogy bár a magánszálláshelyeken 2010-ről 2018-ra az átlagos tartózkodási idő 0,5 éjszakával csökkent, a vendégek mégis hosszabb időt tartózkodnak ezen típusú szálláshelyeken, mint a kereskedelmi szálláshelyeken (ahol csupán 0,1 éjszaka csökkenés mérhető). Amennyiben a vendégek számának növekedését nézzük, a magánszálláshelyek esetében a növekedés 2010-ről 2018-ra jóval magasabb, több mint háromszorosára növekedett, míg a kereskedelmi szálláshelyeken csupán 68%-kal nőtt a vendégek száma. A vendégéjszakák száma a magánszálláshelyeken szintén nagyobb ütemben növekedett a vizsgált időszakban (majdnem a háromszorosára emelkedett), míg a kereskedelmi szálláshelyeken a növekedés jóval alacsonyabb (58%). A férőhelyek száma azonban a kereskedelmi szálláshelyeken nagyobb mértékben, 21%-kal növekedett, azonban a magánszálláshelyek növekedési üteme csupán 6%-ponttal maradt el a vizsgált időszakban.

### *3.4 Utazásszervezés*

Magyarországon 2010-hez képest 138-cal kevesebb, 1 604 tevékenységi engedéllyel rendelkező utazásszervező és –közvetítő vállalkozást tartottak számon (KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL, 2019). Az elmúlt években sajnos egyre több nemzetközi utazási iroda jelentett csődöt, amely közvetve vagy közvetlenül hatással volt más kisebb, akár helyi utazási irodákra (például a Thomas Cook esete).



Amely a tömegturizmus szempontjából érdekes adat lehet, hogy 2010 és 2018 között a beutaztatott vendégek száma folyamatosan növekedett (45. ábra). Míg 2010-ben 676 ezer fő utazott országunkba utazási irodán keresztül, addig 2018-ban már 1 178 ezer fő érkezett Magyarországra, amely 74%-os növekedést jelent a beutaztatás területén. Mivel a rögzített vendégek csomag szolgáltatást vettek igénybe, vélhetően a közlekedésen felül a csomag szállást is tartalmazott. Ennek az információnak a figyelembe vételével és a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmának ismeretében megállapíthatjuk, hogy az utazási irodák által utaztatott vendégek csupán a 9%-át teszik ki a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégforgalomnak, és ez az arány a vizsgált nyolc évben nem változott. Ezzel párhuzamosan megfigyelhető, hogy a kiutaztatott vendégek száma 2010-hez képest csökken (nem folyamatos a tendencia). 2018-ban már 66 ezer fővel kevesebb vendég utazott külföldre utazási irodán keresztül.

A vendégéjszakákat vizsgálva láthatjuk, hogy 2010-hez képest a vendégéjszakák száma (az irodák által szervezett utak keretében) 21%-kal, 324 ezer éjszakával növekedett (46. ábra). Látható, hogy a vendégek száma jóval magasabb arányban növekedett (74%), mint a vendégéjszakák száma (21%). A vendégek és a vendégéjszakák számának ismeretében megállapíthatjuk az átlagos tartózkodási időt az utazási irodák által szervezett utakon. Sajnos az átlagos tartózkodási időt vizsgálva megállapíthatjuk, hogy 2010-ről (2,23 éj) 2018-ra lecsökkent az átlagos tartózkodási idő (1,56). Tehát az utazási irodák a vizsgált időszak alatt egyre rövidebb utakat szerveznek országunkban.

#### **4. Turisztikai trendek Budapesten**

Mivel kutatásom fővárosunkra fókuszál, így a Budapesten zajló turisztikai trendek ismerete elengedhetetlen hogy lássuk, hogyan alakul a fővárosunk turizmusa, milyen eredményeket érnek el a szolgáltatók és ezek a tendenciák mennyiben hasonlóak vagy eltérőek az országban mért adatoktól.

##### *4.1 Kereskedelmi szálláshelyek*

Budapesten a működő kereskedelmi szálláshelyek száma 2010 és 2018 között folyamatosan növekedett (47. ábra). Míg 2010-ben 230 működő szálláshelyet regisztráltak, 2018-ban már 316 egység működött Budapest területén. A szállodák esetében 2010-ről 2018-ra 41 további szálláshelyet nyitottak, ám nem ebben a kategóriában volt a legnagyobb növekedés, így a működő szálláshelyek teljes számát tekintve a szállodák aránya csökkent Budapesten belül. 2010-ben a kereskedelmi szálláshelyek 70%-a szálloda volt, addig 2018-ban csupán 64%-a a szálláshelyeknek tartozott ebbe a kategóriába. Ennek ellenére Budapesten a kereskedelmi szálláshelyek többsége szálloda típusba tartozik. A panziók száma a vizsgált időszakban csökkent. Míg 2010-ben összesen 54 panziót regisztráltak Budapesten, addig 2018-ban csupán 44 egység működött a főváros területén. A csökkenéssel a panzió aránya a szálláshelyeken belül 23%-ról 14%-ra csökkent 2018-ra. Az üdülőháztelpek száma szinte állandónak tekinthető. 2010 decemberében még nem volt regisztrált üdülőháztelep, 2013 decemberében regisztráltak összesen 4 egységet, amely 2018-ra 3-ra csökkent. Az arányokat tekintve az üdülőháztelpek az egyik legkisebb arányt (1%) képviselik a szálláshelyeken belül. A kempingek esetében szintén látható olyan év, amelynek végén nem regisztráltak Budapesten ilyen típusú szálláshelyet. 2012-ben és 2013-ban összesen 3 egységet regisztráltak, majd 2017-ig ismét nincs rögzített kemping Budapest területén. 2018-ban azonban ismét 3 egység található a főváros határain belül. A kempingek az üdülőháztelpekhez hasonlóan a szálláshelyek 1%-át teszik ki. A közösségi szálláshelyek száma a fővárosban a vizsgált nyolc évben emelkedett. 2010-ben csupán 13 közösségi szálláshelyet regisztráltak, addig 2018-ban már 64-et. A közösségi szálláshelyek aránya is ennek megfelelően emelkedett. 2010-ben a szálláshelyek csupán 6%-át tette ki, 2018-ra ez az arány 20%-ra

növekedett, illetve a nyolc év alatt regisztrált növekedés ebben a szektorban a legnagyobb (több mint négyszeresére növekedett számuk). Az országban található kereskedelmi szálláshelyek 12%-a található Budapesten, ez az arány a vizsgált nyolc évben nem változott. A Budapest-Közép-Dunavidéki régió belül Budapesten található a működő kereskedelmi szálláshelyek 65%-a 2010-ben, 2018-ra azonban ez az arány lecsökkent 60%-ra.

A Budapesten elérhető kereskedelmi szálláshelyek által kiadható férőhelyek száma 2010 és 2018 között növekszik, azonban a növekedés üteme csökkenő tendenciát mutat (48. ábra). Míg 2010-ben 41.603 férőhelyet regisztráltak fővárosunkban, addig 2018-ban már 50.647-re nőtt a kiadható férőhelyek száma. A legnagyobb növekedési ütem 2012-ben (11%) figyelhető meg, 2013-ban azonban csökkenő tendencia mutatkozik, majd 2014-től ismét növekszik a férőhelyek száma, azonban alacsonyabb ütemben, mint 2012-ben. Országos szinten a kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek 23%-a, a Budapest-Közép-Dunavidéki Régió férőhelyeinek pedig a 80%-a található Budapesten.

A budapesti kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek száma évről évre folyamatosan növekszik (49. ábra). Míg 2010-ben összesen 2 557 671 vendéget regisztráltak a szálláshelyeken, addig 2018-ra ez a szám 75%-kal növekedett, 4 487 406 főre. Az éves növekedés 5 – 10% között mozgott a vizsgált időszakban. Az országban regisztrált vendégek 34%-a Budapesten szállt meg 2010-ben, ez az arány 2018-ra csupán +1%-ponttal emelkedett. A belföldi és a külföldi vendégek arányának vizsgálata során megállapíthatjuk, hogy a vizsgált időszakban kivétel nélkül minden évben a külföldi vendégek aránya jóval magasabb volt Budapesten (85% külföldi és 15% belföldi vendég), tehát fővárosunkban jellemzően külföldi vendégek veszik igénybe a kereskedelmi szálláshelyek szolgáltatásait. Az országban regisztrált belföldi vendégek 10%-a szállt meg budapesti kereskedelmi szálláshelyen 2010-ben, 2018-ra ez az arány nem változott. Azonban az országban regisztrált külföldi vendégek 63%-át regisztrálták Budapesten 2010-ben, amely arány 2018-ra +1%-ponttal növekedett.

Budapesten 2010 és 2018 között a vendégéjszakák száma folyamatosan növekedett (50. ábra). A növekedés üteme évről évre változik, 3 és 12% között mozog a vizsgált időszakban. 2010-ben a külföldi vendégéjszakák aránya 86%-volt, amely 2012-re 88%-ra emelkedett. Ez az arány változatlan volt egészen 2017-ig, 2018-ban 1%-ponttal visszacsökkent a külföldi vendégéjszakák aránya. Ezzel

párhuzamosan a belföldi vendégéjszakák aránya 2010-ben 14%-volt, majd 2%-pontos visszaesést követően 2018-ra +1%-pontot növekedett (13%). 2010-ben az országban regisztrált vendégéjszakák 30%-a Budapesten valósult meg, ez az arány 2018-ra már 33%-ra növekedett. Az országban regisztrált külföldi vendégéjszakák 54%-át Budapesten regisztrálták 2010-ben, 2018-ban már a külföldi vendégéjszakák 59%-a realizálódott fővárosunkban. A belföldi vendégéjszakák tekintetében ez az arány már jóval alulmarad, 2010-ben a belföldi vendégéjszakák csupán 11%-át regisztrálták Budapesten. 2018-ra ez az arány 8%-ra csökkent.

A budapesti férőhelykapacitás-kihasználtság esetében szintén pozitív tendenciát figyelhetünk meg (51. ábra). Míg 2010-ben a kihasználtság 39,1% volt, a vizsgált időszakban a mutató évről évre folyamatosan növekedett (2 – 7% között), 2018-ban a Budapesten található férőhelyek több mint fele értékesítésre került (55,3%). A budapesti férőhelykapacitás-kihasználtság a megfigyelt nyolc év mindegyikében meghaladta az ország átlagát. 2010-ben a budapesti mutató 13,8%-ponttal volt magasabb, ez a különbség azonban növekedett a nyolc év alatt, 2018-ban a különbség már 22,3%-pont (a budapesti mutatószám javára).

A szobakapacitás-kihasználtság alakulása pozitívan alakult Budapesten a kereskedelmi szálláshelyeken (52. ábra). 2010-ben a regisztrált szobakapacitás-kihasználtság 50,6% volt, 2018-ra 23,3%-ponttal növekedett a mutatószám (73,9%). Az évről évre megfigyelhető növekedés 3 – 8% között mozog. A budapesti mutatószámok minden évben meghaladják az országban mért kihasználtsági mutatót. 2010-ben a budapesti szobakapacitás-kihasználtság 13%-ponttal haladta meg az országos átlagot, 2018-ra ez a különbség 22,7%-pontra növekedett.

A vendégek átlagos tartózkodási ideje Budapesten a megfigyelt időszakban kis mértékben változott (53. ábra), azonban sajnos negatív irányba. Míg 2010-ben az átlagos tartózkodási idő 2,4 éj, 2018-ban csupán 2,3 éj. Az országban mért tartózkodási időhöz képest Budapesten a vendégek átlagosan rövidebb ideig tartózkodnak 0,2 éjszakával. Külföldi vendégeink Budapesten átlagosan több időt töltenek (2,4 éjszaka) mint a belföldi vendégek. A belföldi vendégek esetén csökkenés mutatkozik az átlagos tartózkodási időben. 2010-ben még átlagosan 2,2 éjszakát töltöttek el fővárosunkban, addig 2018-ban már csak átlagosan 2 éjszakát. A külföldi tartózkodási idő Budapesten mért átlaga alacsonyabb az országos átlaghoz, ez a különbség a vizsgált nyolc évben csökkent. 2010-ben az országos átlag 0,4 éjszakával volt több a budapestinél, 2018-ban csupán 0,2 éjszaka a

különbség. Ennek oka, hogy az országban a külföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje csökkent átlagosan 0,2 éjszakával. A belföldi vendégéjszakák esetében a Budapesten mért átlag szintén alacsonyabb az országos átlagnál. Itt a különbség azonban növekedett a vizsgált nyolc év során. 2010-ben az országos átlagos tartózkodási idő 2,5 éj, 0,3 éjszakával magasabb a Budapesten mért átlagnál. 2018-ban az országban mért átlagos tartózkodási idő 2,4 éjszaka, a budapesti átlag pedig csupán 2 éjszaka.

A budapesti kereskedelmi szálláshelyeken egy szoba átlagára a vizsgált időszakban évről évre növekedett (54. ábra), változó ütemben (1% és 12% között). 2010-ben egy szobát átlagosan 17.062 Forintért értékesítettek a kereskedelmi szálláshelyek, 2018-ban azonban már 26.173 Forintért, amely a nyolc év alatt 53%-os növekedést jelent. Az országban mért átlagárak (kereskedelmi szálláshelyek esetén) a vizsgált időszak minden évében a budapesti átlagár alatt alakult. Míg 2010-ben a Budapesten mért átlagár 28%-kal volt magasabb az országosnál, addig 2018-ban már 36%-kal magas volt a budapesti kereskedelmi szálláshelyek elért átlagára. A budapesti átlagárak a vizsgált nyolc évben magasabb ütemben növekedtek (évente átlagosan 6%-os növekedés), a teljes országban mért átlagár növekedése üteme azonban ennél alacsonyabb (csupán 1%-ponttal).

A budapesti kereskedelmi szálláshelyek bevételei is kedvezően alakultak (55. ábra). Míg 2010-ben a budapesti kereskedelmi szálláshelyek szállásdíj árbevétele 60.234.784 ezer Forint volt, 2018-ra a bevétel több mint a kétszeresére (255%) növekedett. A növekedés minden évben megfigyelhető volt, azonban változó ütemben (8 – 20% között). Az országban mért bevételek 46%-a Budapesten realizálódott 2010-ben, 2018-ra azonban ez az arány már 50%-a növekedett. Évről évre folyamatos növekedés figyelhető meg (1%-pontos), továbbá a budapesti bevételek átlagos növekedési üteme (12%) 1%-ponttal magasabb, mint az országban mért bevételek növekedési üteme (11 %).

#### *4.2 Magánszálláshelyek*

A magánszálláshelyeket üzemeltető vendéglátók száma évről évre növekszik 2010 és 2018 között (56. ábra). A növekedés üteme változó, egyes években csupán 4-7%, de 2014-ben 51%-os, 2015-ben pedig 58%-os volt a növekedés. 2018-ra a növekedés üteme lelassult (25%-ra). Míg 2010-ben összesen 1 059 fő üzemeltetett

magán szálláshelyet, 2018-ban már 9 034 fő foglalkozott magán szálláshely kiadásával Budapesten, így a megfigyelt időszakban több mint nyolcszorosára növekedett a magán szálláshelyeket kiadó vendéglátók száma. Az országban található vendéglátók számának 3%-a budapesti 2010-ben, 2018-ra ez az arány azonban 20%-a növekedett. Ha a budapesti és az országos növekedési ütemet hasonlítjuk össze, úgy láthatjuk, hogy Budapesten a vendéglátók száma nagyobb mértékben (átlagosan 32%-ban évente) növekedett az országoshoz képest (évente csupán átlagosan 2%).

A magán szálláshelyeken kiadható szobák száma szintén pozitív növekedést mutat (57. ábra). Míg 2010-ben csupán 2 123 szobát regisztráltak Budapesten, 2018-ban már 17 641 szobát kínáltak a magán szálláshely-tulajdonosok fővárosunkban, tehát a vizsgált időszak alatt több mint nyolcszorosára növekedett a szobák száma. Az éves növekedés változó ütemet mutat, az ütem mértéke eltérő, 2% és 65% között mozog, átlagosan éves szinten 32%-os növekedés figyelhető meg. Az országban mért növekedés a magán szálláshelyeken kínált szobák esetében 2010 és 2013 között kis mértékben (1-2%) csökkent évről évre, 2014-től azonban ismét folyamatos növekedés figyelhető meg, azonban jóval alacsonyabb mértékben, mint Budapesten. Az országban regisztrált szobák csupán 2%-a volt megtalálható Budapesten 2010-ben, amely arány 2018-ra már 15%-ra növekedett.

A magán szálláshelyeken elérhető férőhelyek száma 2010 és 2018 között 2010 és 2012 között folyamatosan növekedett, azonban 2013-ra történt egy 22%-os visszaesés a férőhelyek számában (58. ábra). 2014-től azonban újra növekedésnek indult a férőhelyek száma. Összességében nézve 2010-ben 5 992 férőhelyet regisztráltak Budapesten, míg 2018-ban már 37 361 férőhely volt elérhető, tehát több mint hatszorosára növekedett a férőhelyek száma Budapesten. Az országban regisztrált férőhelyek 3%-a volt megtalálható Budapesten 2010-ben, ez az arány 2018-ra folyamatosan növekedett, 2018-ban már a férőhelyek 14%-a volt budapesti. A teljes (országos) férőhelyek számát tekintve 2011 és 2013 között kisebb visszaesés (1%) mutatkozott, 2014-től azonban újra növekedés mutatkozik. Azonban a budapesti férőhelyek számának növekedési üteme (átlagosan éves 29%), míg országos szinten csupán átlagosan 2%-os növekedést könyvelhettek el a férőhelyek számának növekedésében.

A budapesti magán szálláshelyeken regisztrált vendégek száma 2010 és 2018 között folyamatosan növekszik (59. ábra). Míg 2010-ben 49 012 főt regisztráltak a

budapesti magán szálláshelyeken, addig 2018-ban már 972 072 fő foglalt ebben a szállástípusban. A vizsgált időszakban a belföldi vendégek aránya csökken, ezzel párhuzamosan a külföldi vendégek aránya folyamatosan növekszik. Míg 2010-ben a budapesti magán szálláshelyeken regisztrált vendégek 21%-a belföldi és 79%-a külföldi, 2018-ban a belföldi vendégek aránya lecsökkent 10%-ra, a külföldi vendégek száma pedig 11%-ponttal 90%-ra növekedett. Az országban, a magán szálláshelyeken regisztrált vendégek 6%-a fordult meg Budapesten, ez az arány azonban 33%-a növekedett 2018-ra. Ezen belül is a magán szálláshelyeket igénybe vevő külföldi vendégek aránya egyre magasabb. Míg 2010-ben a külföldi vendégek 16%-át regisztrálták Budapesten, 2018-ban már a 64%-át. A belföldi vendégek aránya is folyamatosan növekedett 2%-ról (2010) 6%-ra (2018). A vendégek számának növekedési ütemét tekintve megállapíthatjuk, hogy a Budapesten regisztrált vendégek számának növekedési üteme magasabb, mint az ország teljes egészében mért növekedési ütem. Egyes években ez a különbség 8%-pont, de vannak olyan évek, amikor ez a különbség eléri az 50-60%-pontot is. A belföldi és a külföldi vendégszám növekedési ütemében is hasonlóan a budapesti növekedési ütem magasabb, mint az országban megfigyelhető tendenciák.

A vendégéjszakák száma szintén pozitívan alakult Budapesten 2010 és 2018 között (60. ábra). 2010-ben összesen 167 784 vendégéjszakát regisztráltak a budapesti magán szálláshelyeken, 2018-ra ez a szám majdnem a húszszorosára növekedett. Az összes vendégéjszaka 5%-a realizálódott 2010-ben Budapesten, 2018-ra ez az arány azonban már 36%-ra növekedett. Érdekes tendencia, hogy míg 2010-ben a belföldi vendégéjszakák számának 22%-a belföldi, amely arány 2018-ra 7%-ra csökkent. Ezzel szemben 2010-ben a külföldi vendégéjszakák száma 78%, míg 2018-ban már 93%. Az összes vendégéjszakát tekintve 2010-ben a belföldi vendégéjszakák 2%-a realizálódott Budapesten, amely 2018-ra 3%-ponttal növekedett. A külföldi vendégéjszakák száma 12%-a Budapesten valósult meg, amely arány 2018-ra 64%-ra növekedett. A növekedési ütemet vizsgálva láthatjuk, hogy a budapesti vendégéjszakák számának növekedése évről évre meghaladta az országos átlagét, kivéve 2016-ban, amikor a belföldi vendégéjszakák száma 7%-ponttal alacsonyabb növekedési ütemet mutatott a teljes vendégéjszakákhoz viszonyítva. Az összes budapesti vendégéjszakát figyelembe véve voltak erősebb évek, amikor 63%-ponttal vagy 70%-ponttal volt magasabb a növekedési ütem a fővárosunkban, mint az ország teljes területén.

A vendégek átlagos tartózkodási ideje Budapesten hullámzó tendenciát mutat (61. ábra). 2010 és 2012 között növekedés, 2013 és 2015 között csökkenés, 2016-ban növekedés, majd 2017 és 2018 között újabb csökkenés figyelhető meg. A vizsgált időszak végére az átlagos tartózkodási idő azonban nem csökken a 2010-ben rögzített átlagos tartózkodási idő alá, mindkét évben átlagosan 3,4 éjszakát töltöttek a vendégek a budapesti magán szálláshelyeken. Míg 2010-ben a belföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje (3,5 éj) meghaladta a külföldiekét 0,1 éjszakával, 2016 óta ez a tendencia megfordult, és a külföldi vendégek már több időt töltenek Budapesten. A belföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje 2010-hez képest 2018-ra 1,1 éjszakával csökken, ezzel ellenétesen pedig a külföldi átlagos tartózkodási idő 0,2 éjszakával növekedett (a tendencia hullámzó a vizsgált időszakban). A budapesti magán szálláshelyeken a belföldi vendégek 2010-ben hosszabb időt, míg a külföldiek rövidebb időt töltöttek a szálláshelyen (összességében 0,3 éjszakával rövidebb). 2018-ra az arány megfordult. A belföldi átlagos tartózkodási idő az országban mértnél alacsonyabb 0,5 éjszakával, a külföldi átlagos tartózkodási idő már 0,1 éjszakával hosszabb (összességében 0,2 éjszakával hosszabb).

#### *4.3 A kereskedelmi és a magán szálláshelyek tendenciáinak összehasonlítása*

Mivel a kereskedelmi szálláshelyek több szállástípust foglalnak magukban, így az nem kérdés, hogy Budapesten több kereskedelmi szálláshely található, míg magán szálláshely. A két típus összegét nézve láthatjuk, hogy 2010-ben a szálláshelyeken elérhető szobákon belül a kereskedelmi szálláshelyek típusába tartozik a szobák 99%-a, míg a magán szálláshelyek típusba csupán 1%-a. 2018-ra azonban a kereskedelmi szálláshelyek szobáinak aránya 94%-ra csökken, míg a magán szálláshelyeken található szobák aránya 6%-ra növekszik. A szobák számában évről évre megfigyelhető növekedési ütemben érdekes dologra lehetünk figyelmesek. Míg a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált szobák száma évről évre átlagosan 1-2%-kal emelkedik, úgy a magán szálláshelyek szobáinak a száma jóval nagyobb ütemben növekszik, egyes években elérte az 55 – 65%-ot.

A férőhelyek számát tekintve hasonló tendencia figyelhető meg. A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált férőhelyek aránya jóval magasabb a magán szálláshelyeken regisztráltakénál, azonban míg 2010-ben a férőhelyek 99%-



a a kereskedelmi szálláshelyeken és 1%-a a magánszálláshelyeken volt foglalható, addig 2018-ban a magánszálláshelyeken a férőhelyek 6%-a volt regisztrálva, míg a kereskedelmi szálláshelyeken 94%-a. A magánszálláshelyeken (hasonlóan a szobaszámokhoz) a férőhelyek számának növekedési üteme meghaladja a kereskedelmi szálláshelyeken mért növekedési ütemet (kivéve 2012. évet). Míg a kereskedelmi szálláshelyeken a férőhelyek növekedése évente 1 – 7% között mozog, addig a magánszálláshelyeken 11 – 67% között ingadozik.

A vendégek tekintetében mindkét típusnál megállapítható, hogy Budapesten a külföldi vendégek aránya meghaladja a belföldi vendégekét. Azonban a kereskedelmi szálláshelyeken a külföldi vendégek aránya tartja a 85%-ot, addig a magánszálláshelyeken a külföldi vendégek aránya évről évre növekszik: 2010-ben a vendégek 79%-a érkezett külföldről, 2018-ra azonban már 90%-ra növekedett arányuk. Amennyiben a két szálláshelytípuson regisztrált vendégek számát összesítjük, úgy megkapjuk, hogy a vendégek összességéből csupán 2%-ot regisztráltak a magánszálláshelyeken, míg 98%-ot a kereskedelmi szálláshelyeken 2010-ben. 2018-ra azonban a magánszálláshelyeken regisztrált vendégek aránya 18%-ra növekedett, ezzel párhuzamosan a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek aránya 82%-ra csökkent. Ez arra enged következtetni, hogy a magánszálláshelyek egyre vonzóbbak a vendégek számára. Amennyiben külön-külön vizsgáljuk a belföldi és a külföldi vendégeket, úgy láthatjuk, hogy 2010-ben a Budapestre érkező külföldi vendégek 2%-a vette igénybe a magánszálláshelyeket, míg 98%-a kereskedelmi szálláshelyek valamelyikét. 2018-ban azonban már 19%-át regisztrálták valamely budapesti magánszálláshelyen, míg 81%-ot valamely kereskedelmi szálláshelyen. A belföldi vendégek esetén 2010-ben ez az arány 3% (magánszálláshely) és 97% (kereskedelmi szálláshely), míg 2018-ban 13% (magánszálláshely) és 87% (kereskedelmi szálláshely). Az alábbi adatokból láthatjuk, hogy mind a belföldi, mind a külföldi vendégek körében egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek a magánszálláshelyek. A magánszálláshelyeken a vendégek számának növekedési üteme meghaladja a kereskedelmi szálláshelyeken mért ütemmel. Míg a kereskedelmi szálláshelyeken a vendégek száma évről évre 5 – 10%-kal növekszik, addig a magánszálláshelyeken a növekedés üteme 9 – 91% között mozog (átlagosan 47% éves növekedés).

A kereskedelmi szálláshelyeken mért vendégéjszakák száma meghaladja a magánszálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számát. Azonban a

magán szálláshelyeken mért vendégéjszakák száma magasabb ütemben (átlagosan évi 47%-kal) növekedett 2010 és 2018 között, míg ezzel szemben a kereskedelmi szálláshelyeken mért vendégéjszakák száma évről évre átlagosan 7%-kal növekedett. A teljes vendégéjszakák számát tekintve 2010-ben csupán a vendégéjszakák 3%-át regisztrálták magán szálláshelyeken, 97%-át pedig a kereskedelmi szálláshelyek egyikében. 2018-ra a magán szálláshelyeken rögzített vendégéjszakák aránya jelentősen megnövekedett, 24%-ra, míg a kereskedelmi szálláshelyek aránya 76%-ra csökkent. A teljes belföldi vendégek által eltöltött éjszakák 4%-át regisztrálták a budapesti magán szálláshelyek egyikén, míg 96%-át a kereskedelmi szálláshelyek egyik típusában. 2018-ra a két arány közötti különbség csökkent: a magán szálláshelyeken mért vendégéjszakák aránya már 15%, míg a kereskedelmi szálláshelyeken mérteké 85%. A külföldi vendégéjszakák esetében 2010-ben a magán szálláshelyeken 2%-ot regisztráltak, a kereskedelmi szálláshelyeken 98%-ot. 2018-ra meglepő módon a külföldi vendégéjszakák már 26%-át regisztrálták a magán szálláshelyeken, míg 74%-át a kereskedelmi szálláshelyek egyik típusában.

Az átlagos tartózkodási időt vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a magán szálláshelyeken a vendégek hosszabb időt töltenek el, mint a kereskedelmi szálláshelyeken. 2010-ben a magán szálláshelyeken regisztrált átlagos tartózkodási idő 3,4 éjszaka volt, míg a kereskedelmi szálláshelyeken 2,4 éjszaka. 2018-ra a különbség azonban növekedett: a kereskedelmi szálláshelyeken 2,3 éjszaka volt az átlagos tartózkodási idő, míg a magán szálláshelyeken 3,4 éj (2010-hez hasonlóan, növekedési és csökkenési tendenciákat követően). A vendégek átlagosan 1,3 éjszakával hosszabb időt töltöttek a magán szálláshelyeken. A külföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje esetében ez az átlagos különbség már 1,4 éjszaka. A belföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje esetében a különbség kisebb (0,8 éjszaka), azonban a magán szálláshelyeken ebben az esetben is több időt töltenek el a vendégek.

A fenti adatokból látszik, hogy bár a budapesti kapacitás és vendégforgalom nagyobb részét jelenleg is a kereskedelmi szálláshelyek teszik ki és bonyolítják le, azonban látható, hogy a magán szálláshelyeken nagyobb növekedési ütem figyelhető meg mind a vendégek, mind a vendégéjszakák számában, illetve a vendégek hosszabb időt töltenek a magán szálláshelyeken, mint a kereskedelmi

szálláshelyeken. Ezek az adatok azt mutatják, hogy a magánszálláshelyek egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek mind a belföldiek, mind a külföldiek körében.

#### *4.4 A szezonális vizsgálata*

A szezonális vizsgálatához a kereskedelmi szálláshelyeken megszállt vendégek számát hívtam segítségül. A 62. ábra alapján látható, hogy a 2010 és 2018 között a szezonális a hónapokban regisztrált vendégek számainak alapján az évek folyamán jelentős mértékben nem változott. Megállapíthatjuk, hogy a nyolc év folyamán minden évben az augusztusi hónap volt a főszezon csúcspontja. Az adatok alapján látható, hogy január és február holtszezonnak számít, ezekben az időszakokban legalacsonyabb a vendégek száma, átlagban 55 – 53%-ponttal alacsonyabb a legjobban teljesítő augusztusi hónaphoz képest. A középszezonhoz tartoznak a márciusi, áprilisi, novemberi és decemberi hónapok, ahol a vendégek száma átlagosan 35 – 24%-ponttal alacsonyabb augusztushoz képest. Így a fennmaradó hónapok, tehát május, június, július augusztus, szeptember és október főszezonnak számítanak, ekkor augusztushoz képest 17 – 11%-ponttal alacsonyabb a vendégek száma.

Érdemes megvizsgálni azt, hogy a külföldi és a belföldi vendégek esetében hogyan alakul a szezonális, az egyes körökben melyek a kiemelt időszakok, egyezik-e a teljes vendégszámmal, esetleg van-e eltérés a szezonok között. A külföldi vendégek száma alapján megállapíthatjuk, hogy a szezonális a vendégek teljes számával megegyező (63. ábra). Ugyanúgy az augusztusi hónap a legerősebb, továbbá májusban, júniusban, júliusban, szeptemberben és októberben a vendégek száma szintén magas, 19 – 12%-ponttal alacsonyabb augusztushoz képest. Március, április, valamint november és december középszezonnak számít, itt a vendégek száma augusztushoz képest 39 – 26%-ponttal alacsonyabb. Január és február továbbra is holtszezonnak számít, ezekben a hónapokban augusztushoz képest 58 – 57%-ponttal alacsonyabb a vendégek száma. A belföldi vendégek száma esetében a szezonok némileg átrendeződnek (64. ábra). A belföldi vendégek esetében május számít főszezonnak, azonban a különbség május a többi hónapok között jóval alacsonyabb, mint a külföldi vendégek esetén. Ha a vendégek teljes számánál és a külföldi vendégek számánál alapul vett sémát alkalmazzuk (50% vagy nagyobb eltérés esetén holtszezon), abban az esetben a belföldi vendégek számánál

holszezonról nem beszélhetünk. Közép szezonként jelenik meg január és február, ahol 32 – 25%-pont az eltérés a legerősebb hónaphoz képest, a fennmaradó hónapok pedig főszezonként tartandók számon, ezen hónapokban az eltérés csupán 16 – 3%-pont az eltérés májushoz képest. A 65. ábra szemlélteti az egyes szegmensekben, valamint a teljes vendégszámot figyelembe véve a szezonok alakulását. Ebből látszik, hogy a vendégek teljes számát és a külföldi vendégek számát tekintve a szezonok jól kivehetőek, a belföldi vendégek esetében azonban alacsony a hónapok közötti eltérés, így a szezonok kevésbé kivehetőek. Feltűnő, hogy a vendégek összes számát tekintve, illetve a külföldi vendégek számát figyelembe véve a trendvonal szinte megegyező. Ebből arra következtethetünk, hogy Budapest szezonálisára a külföldi vendégeknek nagyobb hatása van, ami nem meglepő, hiszen a külföldi vendégek aránya jóval magasabb a belföldi vendégekénél.

Az adatok ismeretében térjünk át a tömegturizmusra, annak fogalmára hogy lássuk, pontosan mivel is állunk szemben.

## 5. A tömegturizmus fogalma

Amikor tömegturizmusról beszélünk, nem egy új jelenségről van szó. Az 1970-es években már találhatunk utalásokat a turizmus ezen jelenségére. COHEN, E. (idézi PUCZKÓ L. és RÁCZ T. 2005) már az 1970-es években két fő kategóriára osztotta a turistákat: nem intézményesített és intézményesített turizmus. Az intézményesített turizmus keretében a turisták turisztikai szolgáltatók igénybe vételével valósítják meg az utazásukat, és az utazás minden egyes alkotórésze, eleme a tömegtermelés egy-egy eredménye. Két alkategória alkotja: egyéni és szervezett tömegturista, ahol az egyéni tömegturista maga szervezi az útjait, míg a szervezett tömegturista csomagtúrákon vesz részt. Cohen kategóriái a létszámot, az utazók tömegét nem veszi figyelembe, helyette az újdonság és az otthonosság szempontjai jelennek meg, illetve ezeket az érzéseket biztosító szolgáltatások.

SMITH, V. (idézi PUCZKÓ L. és RÁCZ T. 2005) turistatipológiájában is megjelenik a majdnem tömegturista és a tömegturista, mint típus. Ebben a kategorizálásban már megjelenik a turisták száma, mint egy meghatározó tényező (egyenletes és folyamatos áramlás), emellett megjelenik a desztinációban fellelhető szolgáltatások nyugati színvonala.

SHAW, G. and WILLIAMS, A. (idézi PUCZKÓ L. és RÁCZ T. 2005) az alábbiak szerint fogalmazza meg tömegturizmus jelenségét: a turisták nagy létszáma miatt a termékeket tömegtermeléssel kell előállítani, valamint a termékek kevésbé különböztethetőek meg egymástól, továbbá a turizmus negatív hatásai a tömegturizmus által érintett területeken jobban érvényesülnek. Talán ez a meghatározás az egyik legáltalánosabb, hiszen a tömegturizmus keretében rengeteg turista érkezik az adott desztinációra, ebből kifolyólag az egyes termékek előállítását a tömegtermelés módszereivel kell megoldani, illetve a turisták nagy száma miatt a desztináció környezete, nevezetességei jobban ki vannak téve a turizmus negatív hatásainak (légszennyezés, rombolás, nagyobb szemétmennyiség).

MUNDT, J. W. (2005) egy teljesen más aspektusból közelíti meg a tömegturizmus fogalmát: a tömegturizmus az utazás demokratizálásának folyamata, amelynek következtében a lakosság számára lehetővé vált az utazás, amely a korábbi években bizonyos csoportok kiváltságának számított. A meghatározás lényegében a társadalom nagyobb rétegének az utazásra való

lehetőségét ragadja meg, és az ebből következő turistaáradatot. Azonban az utazás demokratizálása és elérhetővé tétele inkább egy olyan politikai lépés, amelynek következtében alakult ki a tömegturizmus az évek során.

MICHALKÓ G. (2012) megállapítása alapján a tömegturizmus résztvevői a szolgáltatásokat nagy mennyiségben, legtöbbször standardizálva, azonos élményt nyújtva veszik igénybe. A meghatározás alapján a tömegturizmus jelentése nem kizárólag a turisták vagy látogatók magas számát jelenti, hanem a turisztikai kínálat által nyújtott élményeket is magában foglalja: hasonló környezetben átélhető, sematikus, az egyéni igények kielégítésére kevésbé alkalmas termékek, valamint ugyanazt az élményt a világ más pontján is meg lehet szerezni. Ez a megállapítás többnyire helytálló, mivel síelésre vagy strandolásra, esetleg városnézésre a világon számos desztinációjában lehetőség van, azonban egy velencei városnézés nem egyenlő egy budapesti városnézéssel, vagy a horvát tengerparton eltöltött üdülés nem feltétlenül ér fel egy egzotikus területen eltöltött vakációval. Természetesen előfordulhat, hogy a világ különböző pontjain található desztináció hasonló vagy ugyanolyan szolgáltatást biztosít, azonban maga a desztináció által nyújtott tájkép más élményt biztosít a turista részére. Vegyük például a Hop-on Hop-off városnéző túrákat: a nemzetközi cégekhez (például Big Bus Tours) tartozó városnéző túrák sémája és lényege bár ugyanaz, a városnézés vélhetően mégsem ugyanolyan élményt biztosít a turista számára, mivel a túra folyamán teljesen más területet ismerhet meg, tehát maga a környezet már egy további elemet, élményt biztosít. A sematikus, standardizált termékek nem lesznek hosszú életűek, főleg ha a világ más pontján ugyanazt kapják, ugyanis az élmény a turizmus minden területén a középpontba kerül, ugyanis a fogyasztók egyre tudatosabban döntenek az utazásukról úgy, hogy minél több élményt szerezhessenek (ZÁTORI A, 2014).

Az elmúlt évek folyamán a tömegturizmus meghatározása lényegi változáson ment keresztül. Míg a korábbi definíciók főleg a turisták magas számára és a tömegtermelésre helyezi a hangsúlyt, az újabb meghatározások a turisták számának növekedése mellett hangsúlyt kapnak a helyiek életminősége, véleménye a turizmusról.

BUTLER, R. (2018) a tömegturizmust egy olyan helyzetként határozta meg, amelyben a látogatók száma megterheli vagy túlterheli a meglátogatott desztináció által nyújtott szolgáltatásokat, illetve kényelmetlenséget okoz a helyi lakosoknak. A meghatározás értelmében azonban a zsúfoltság egy adott desztinációban nem

magyarázza meg a tömegturizmus jelenségét, ezt az aspektust a definíció nem tartalmazza. Butler értelmezésében a tömegturizmus egy szituáció, amelynek folyamán a turisztikai kínálatot megterheli a látogatók száma, amely nem jelenti azt szükségszerűen, hogy az adott desztináció túlszűfolt lenne. Ezzel ellentétben MILANO, C., CHEER, J. and NOVELLI, M. (2019) meghatározása alapján a tömegturizmus a látogatók számának túlzott növekedése egyes területeken, amelynek következtében a helyi lakosok viselik a turizmus főszezonjainak következményeit, amely állandó változást okoz az életvitelükben, egyes szolgáltatások igénybevételét akadályozzák és a lakosok általános jóllétét veszélyeztetik, annak minőségét rontják.

PEETERS ET AL. (2018) az Európai Parlamentnek készített tanulmányában a tömegturizmust egy olyan helyzetként írja le, amelyben a turizmus egy bizonyos helyen, egy bizonyos időben túllépi az ökológiai, fizikai, gazdasági, társadalmi, pszichológiai és politikai kapacitásának küszöbértékét.

A fenti definíciókból tisztán látszik, hogy a tömegturizmus jelenségére nincs egyértelmű meghatározás, mindenki más-más szemszögből próbálja megragadni a jelenség lényegét.

Azonban a definíciók alapján a tömegturizmus:

- egy olyan jelenség, amelynek keretében a látogatók számának nagy növekedése egy időben és egy helyen
- túllép egy bizonyos ökológiai, fizikai, gazdasági, pszichológiai, társadalmi és politikai kapacitást,
- ezzel kiváltva a helyi lakosok ellenszenvét azzal, hogy kiszorulnak az adott területről, valamint egyes szolgáltatások igénybevételi lehetőségéből és viselik a tömeg által okozott negatív hatásokat,
- továbbá a kínálati oldalon megjelennek azok a termékek, amelyek a nagyobb tömeg igényeit hivatottak kielégíteni, és ebből kifolyólag a piacról kiszorulnak a helyi, autentikus termékek.

## 6. A tömegturizmust elősegítő trendek

A turizmus népszerűsége, illetve a tömegturizmus jelenségének terjedése olyan pozitív gazdasági változásoknak tudható be, amelyek alapján véve kedvezően hatnak a társadalomra, annak életvitelére, a megélhetésre és annak színvonalára. Egyre többen engedhetik meg maguknak az utazást, amelyre évekkkel ezelőtt még luxusként tekintettek az emberek, jelenleg pedig egyre többen és többen utaznak világszerte. Ezt mutatják a már korábban bemutatott, világszerte megfigyelhető tendenciák: a turisták érkezésének száma növekszik, már évekkkel ezelőtt elértük azt az 1 milliárd fős átlomhatárt, amelyet csupán 2020-ra tűztek ki a szakemberek. Ezzel párhuzamosan a költség mértéke is folyamatosan növekszik. Természetesen a gazdasági tényezők mellett vannak olyan politikai intézkedések, amelyek szintén elősegítették a turisták tömeges áradatát. Gondoljuk bele, hogy a rendszerváltás előtt az utazás szigorú szabályokhoz volt kötve, szinte lehetetlen volt külföldre utazni. Napjainkban azonban már a különböző úti okmányok nélkül, csak a személyi igazolványunkkal eljuthatunk az Európai Unió országaiba. A légi közlekedési szektor liberalizációja, valamint a dereguláció szintén pozitív hatással van a turizmusra, hiszen újabb és újabb légitársaságok, diszkont légitársaságok jelentek meg, ezzel pedig kialakult egy árverseny a piacon, így nem csoda, hogy szinte fillérékért tudunk már repülőjegyet venni. A vízumok eltörlése vagy az igénylésének megkönnyítése szintén elősegíti a turizmus fejlődését. Mindemellett a desztinációkban létrejövő turisztikai szervezetek egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a marketingtevékenységekre, amellyel az adott területre csábíthatják a turistákat, ezzel növelve forgalmukat. Az emberek vásárlási magatartása is folyamatosan változik, a globalizációnak és a digitalizációnak köszönhetően az emberek már az interneten is megszervezhetik saját utazásaikat, rövid időn belül. Jelen fejezetben szeretném ezeket a trendeket megvizsgálni abból a szempontból, hogy ezek a jelenségek, tendenciák miként hatnak a lakosság utazási szokásaira, hogyan tolnának el a turisztikai szektorban szereplők egyes arányai, részesedései.

Először szeretném bemutatni, hogy a világban melyek azok a trendek, amelyek serkentőleg hatnak a tömegturizmus jelenségére (közvetlenül vagy közvetve), hiszen ennek ismeretében nem tudjuk, hogy melyek azok a lépések, amelyekkel gátat szabhatunk a turizmus nagyobb mértékű növekedésének, illetve a turizmus negatív hatásainak.



## *6.1. Demográfiai trendek*

Világunkban jelenleg olyan demográfiai változások figyelhetőek meg, amelyek kedvező hatással vannak a turizmusra, illetve a turisták számának növekedésére.

### *6.1.1. A foglalkoztatottság növekedése*

A világban a foglalkoztatottak aránya évről évre folyamatosan növekszik (66. ábra). A világban a lakosság több mint fele rendelkezik munkával, de sajnos még 47,54%-a a lakosságnak 2018-ban munkanélküli. Az országokban a foglalkoztatottak száma 2010-ről 2018-ra átlagosan 2%-ponttal növekedett, de természetesen vannak országok, ahol a növekedés üteme magasabb (például Kambodzsa, ahol 2010-ről 2018-ra 21%-kal növekedett a foglalkoztatottak aránya). Ami bizalommal tölthet el bennünket, hogy a Világbank által vizsgált térségek (összesen 217) többsége (79 térség, amely 36,70%) a magas keresetű térségekhez tartozik, 60 térségben (27,65%) pedig felső-közép nagyságúak a fizetések. 47 térségben (21,66%) alacsony-közép kategóriába tartoznak a fizetések, míg 31 térségben (13,99%) pedig alacsony a foglalkoztatottak fizetése. Ez abból a szempontból fontos, hogy az utazást az emberek a diszkrécionális jövedelmük terhére finanszírozzák, és minél alacsonyabb a jövedelem, annál kisebb a valószínűsége annak, hogy a lakosságnak lehetősége van diszkrécionális jövedelem felhalmozására. Természetesen a magas jövedelmű országok esetében is előfordulhat, hogy a lakosságnak nincs lehetősége a jövedelemnek egy részét félretenni, mert ezen országokban is különbség van a költségek (például a rezsik, lakbér stb.) között.

### *6.1.2. Idősödő társadalom*

Köztudott, hogy világunk társadalma öregedő társadalom, az idősebb korosztály aránya folyamatosan növekszik (67. ábra). A fiatalabb korosztály aránya a világ lakosságán belül folyamatosan csökken. Míg 2010-ről 2018-ra a 15 – 24 éves korcsoport aránya 17%-ról 16%-ra csökkent, addig ezt kompenzálva a 25 – 34

éves korosztály aránya 15%-ról 16%-ra növekedett. Azonban a 35 – 44 évesek aránya szintén 1%-ponttal csökkent. A 45 vagy idősebb korosztály aránya pedig a vizsgált nyolc év alatt 1%-ponttal emelkedett. A világ népességének 9%-a 2018-ban 65 évnél idősebb, ami azt jelenti, hogy a lakosság 9%-a a nyugdíjhoz közel áll. Ez pedig azt eredményezi, hogy több szabadidővel rendelkeznek, amelyet akár utazással is eltölthetnek.

## *6.2. Turisztikai trendek*

Egyes turisztikai trendek egyben kockázatot is jelentenek a tömegturizmus kialakulásában. Minél több turista érkezik egy adott desztinációra és minél több diszkrecionális jövedelmet tud elkölteni utazása során, annál nagyobb az esélye annak, hogy egy adott területen tömegturizmus alakulhat ki.

### *6.2.1. A turisztikai érkezések számának növekedése*

Ahogy azt korábban már elemeztem, a turisztikai érkezések száma évről évre növekszik, az UNWTO által prognosztizált számokat már évekkorábban elértük. Természetesen vannak olyan országok vagy egyéb, kisebb desztinációk, ahol a látogatók száma nagyobb más területekhez képest (például a TOP 10 meglátogatott ország). Egy ország területén belül is vannak olyan desztinációk, amelyek nagyobb népszerűségnek örvendenek (például Magyarországon Budapest). Ezek a desztinációkon jóval több turista érkezik és zsúfolódik össze szinte egy helyre, esetenként a turisták száma meghaladja a lakosság számát. Az érkezések számán kívül a tömegturizmus jelenségét az is mutatja, hogy a turisták milyen sűrűséggel vannak jelen az adott desztinációban, tehát egy négyzetkilométerre hány fő turista jut. Dubrovnikban a turisták száma 2013-ban 733 291 fő volt, míg 2018-ban 1 265 237 főre növekedett az érkezések száma. A város területe 21,35 km<sup>2</sup>. Ebből kiszámíthatjuk, hogy a turisták sűrűsége 5 év alatt 34 356 fő/km<sup>2</sup>-ről 59 261 fő/km<sup>2</sup>-re növekedett. Barcelona esetében (terület: 101,4 km<sup>2</sup>) 2014-ben 6.728.640 főt regisztráltak, míg 2018-ban 8.050.151 főt, így a sűrűség 66.357 fő/km<sup>2</sup>-ről 79.390 fő/km<sup>2</sup>-re növekedett.

A turizmus intenzitására is érdemes egy pillantást vetnünk. Ugyanezekben az években Dubrovnik lakossága 42.647 fő, 2018-ban már 44.376 fő. Ebből számolva

Dubrovnikban 1 főre 17 turista jutott 2013-ban, míg 2018-ban már 1 fő helyi lakosra átlagosan 28 fő turista jutott. Barcelona esetében a lakosság 2014-ben 6.728.640 fő, 2018-ban 8.050.151 fő. A turizmus intenzitása az alábbiak szerint alakul: 2014-ben 1 főre 4 turista jut, míg 2018-ban 1 főre 5 turista, tehát mindkét városban (ahol a turizmus már hatalmas méreteket öltött) a turisták száma folyamatosan növekszik.

#### 6.2.2. A turisztikai költségek növekedése

A WORLD TOURISM ORGANIZATION (2020b) adatai alapján a beutazó turisták költsége az adott desztináción évről évre növekedett (68. ábra). Az éves növekedés 2 – 11% között mozog, 2010-ről 2018-ra a költségek mértéke 64%-kal növekedett.

Az Európai Unió 28 tagállamában hasonlóan növekvő tendencia figyelhető meg (69. ábra). A lakosok költsége évről évre 1-3%-kal növekedett 2010 és 2018 között, az éves átlagos növekedés 2% a vizsgált időszakban. Az EU28 lakossága 2010 és 2018 között a szálláshelyeken és éttermekben is többet költött évről évre (1 – 7%-os növekedés), az éves növekedés átlagosan 3%, 1%-ponttal magasabb mint a teljes költség növekedési üteme. Ennek megfelelően a szálláshelyekre és éttermekre való költség aránya a teljes költségből is növekvő tendenciát mutat. Míg 2010-ben az EU28 ország lakosság költségének 8%-a szálláshelyeken és éttermekben valósult meg, addig 2018-ban a költségek 8,7%-a realizálódott a szálláshelyeken és éttermekben.

Érdeemes pillantást vetni a magyar lakosság költési szokásaira (70. ábra). A lakosság egy főre jutó átlagos fogyasztása egy évben folyamatosan növekedett 2010 és 2018 között. A teljes költség a vizsgált időszakban átlagosan 6%-kal növekedett évről évre. A szálláshely-szolgáltatásra és vendéglátásra való költség 2010-ről 2011-re 8%-kal csökkent, 2012-től azonban ismét folyamatos növekedésnek indult, 2017-ben és 2018-ban nagyobb növekedésnek, 22% és 19%-nak lehetünk tanúi. A vendéglátásra és szálláshely-szolgáltatásra való költség átlagos növekedése 8% évről évre, 2%-ponttal magasabb, mint a teljes költség növekedési üteme. A vendéglátásra és szálláshely-szolgáltatásokra történő költségek aránya 2010 és 2018 között alacsonyabb, mint a fentebb említett EU28 átlaga, csupán 3-5% között mozog. Az időszak elején egy kisebb, 1%-pontos visszaesésnek lehetünk tanúi, majd 2014-ben

a vendéglátás és szálláshely-szolgáltatásokra történt költségek ismét 4%-ra növekedtek, amely arány 2018-ra további 1%-ponttal növekedett.

A fenti adatokból láthatjuk, hogy a világban, az Európai Unióban, de még a országunkban is a lakosság költségei növekednek, továbbá a turisztikai szolgáltatásokra (szálláshely és étterem) való költség aránya a teljes költségből évről évre növekszik. Ebből arra következtethetünk, hogy egyre több ember engedheti meg magának az utazást, illetve egyre többet költenek az utazásuk során.

### *6.3. A közlekedésben megfigyelhető tendenciák*

Az évek folyamán a közlekedési iparágban számos politikai és gazdasági változás ment vége, amely kedvezően hatott a turizmus alakulására. Új üzleti modellek jelentek meg, amelyek a turistáknak kedvező, és esetenként felszínre hoz eddig lappangó motivációkat.

#### *6.3.1. A légi közlekedés deregulációja és liberalizációja*

A légi közlekedés piaca az elmúlt évtizedekben jelentős változásokon ment keresztül. A légi közlekedés deregulációja az Egyesült Államokban kezdődött, amikor 1978-ban elfogadták az Airline Deregulation Act törvényét, amely alapján minden, az államokban bejegyzett társaság indíthatott járatokat bármely két amerikai város között (JÁSZBERÉNYI M. és PÁLFALVI J. 2009). Ennek következtében számos, nagy múlttal rendelkező társaság került nehéz helyzetbe és tűnt el a piacról, ezzel egy időben számos új belépő jelent meg. Az Európai Unióban belül több lépcsőben valósult meg ez a folyamat. A tömegturizmus szempontjából talán az egyik legjelentősebb a második liberalizációs csomag volt, amelynek keretében minden légitársaság megkapta a jogot, hogy a saját országából az unió más tagállamaiba járatokat indíthasson. Majd 1992-ben elfogadták a harmadik liberalizációs csomagot, amely lehetővé tette az államok nemzetközi útvonalaira való szabad belépést, az árak liberalizációját. Ennek következtében a piacon versenyhelyzet alakult ki, mivel az utasok bármelyik légitársaságot választhatták útjukhoz, így az utasok öröme de a társaságok kárára árháború figyelhető meg a piacon. Az INTERNATIONAL AIR TRANSPORT ASSOCIATION (2019) adatai alapján 2018-ban a légi közlekedéssel összekötött várospárok növekedtek 2018-ra,

összesen közel 1.300 várossal 2017-hez képest. Az elérhető desztinációk növekedésével párhuzamosan a jegyárak folyamatosan csökkentek, az elmúlt húsz évben az árak feleződtek, amelynek következtében az utasok száma folyamatosan növekedett. Az alacsony árak és a növekvő utak hatására míg 2000-ben egy fő 44 havonta egyszer utazott repülővel, 2018-ben már 21 havonta. Az előrejelzések alapján az elkövetkező két évtizedben a forgalom megduplázódik. A liberalizációs folyamatok lehetővé tették a diszkont légitársaságok megjelenését, amely a kínálati palettát szélesítette, és olyan kereslet jelent meg ennek az üzleti modellnek a hatására, amely évtizedekig rejtve volt a magas jegyárak miatt (DAVISON, L. and RYLEY, T. 2010).

### 6.3.2. A diszkont légitársaságok megjelenése

A turisztikai kereslet évről évre nő, és a turisták egyre jobban az alacsony költségvetésű utazást preferálják (JÁSZBERÉNYI M. MUNKÁCSY A. FORMAN B. és PINTÉR Á., 2018). A fogyasztók egyre árérzékenyebbek, és az utazásaik megszervezése folyamán egyre racionálisabbak. Erre a trendre kínál jó megoldást a diszkont légitársaság, amely a költségek leszorításával és a magas kihasználtsággal lehetővé teszi a jegyek alacsony áron történő értékesítését. Az Egyesült Államokban az 1970-es években jelent meg ez az üzleti modell (Southwest Airlines), Európában pedig 1991-ben honosította meg Michael O’Leary a Ryanair megalapításával (JÁSZBERÉNYI M. és PÁLFALVI J., 2009).

ÁLVAREZ-DIAZ, M. GONZÁLEZ-GÓMEZ, M. and OTERO-GIRÁLDEZ, M. S. (2019) kiemelte, hogy a diszkont légitársaságok létrejötte az egyik hajtó ereje a liberalizáció. A diszkont légitársaságok hatására a jegyárak csökkentek, illetve új útvonalak jöttek létre (ezen társaságok esetenként kisebb városok repterét veszik igénybe). Felmérésük alapján míg 2007-ben 5 utasból 1 fő utazott diszkont légitársasággal, addig 2017-ben már 4 utasból 1 fő. Európában ez az arány még magasabb, 3 utasból 1 már utazott ilyen fajta társasággal. Meglátásuk alapján a diszkont légitársaságok nagyban járulnak hozzá a turisztikai kereslet alakításához, azonban a turizmus előnyeit a külföldi gazdaság élvezi, mivel a pénzköltés külföldön realizálódik.

A diszkont légitársaságok keresletösztönzésére a máltai eset a legjobb példa. GRAHAM, A. and DENNIS, N. (2010) kutatásai alapján Máltán évekig stagnált a

turisták száma. 2006-ban a kormány a turizmust ösztönző intézkedéseket vezetett be, ennek egyik eszköze a diszkont légitársaságok Máltára való csábítása volt. Az első ilyen járatot a Ryanair üzemeltette a máltai és a londoni Luton Repülőtér között. Mindezen lépéseket a kormány annak ellenére tette meg, hogy a máltai lakosság 1994-ben már úgy gondolta, hogy a turisták már az ország kapacitását feszegetik, azonban ez inkább a nyári időszakban volt megfigyelhető (erős szezonális). Ezen intézkedésekkel a kormány szeretne volna a szezonálisitást kiegyenlíteni, és a téli szezont is beindítani. 2007-ben már 10,9%-os növekedést értek el a turizmusban. Az angol piacról érkező turisták tartózkodási ideje azonban nem csökkent (átlagosan 10-12 éj), a szezonok közötti különbség nem változott. A jellemző inkább az volt, hogy a turisták utazásaikat nem csomagban, hanem egyénileg, tételenként állították össze saját maguknak. A kutatás rámutatott arra, hogy a turisták csak más légitársaságot választottak, de a motiváció továbbra is a „sea and sun”. Azonban megjelentek új turisták is, akik eddig rejtett motivációval rendelkeztek. Továbbá növekedett azon turisták száma, akik először jártak az országban. A kutatás azonban rámutat arra, hogy egyes desztinációkban megjelentek az alacsonyabb jövedelemmel rendelkező turisták.

Hasonlóan Máltához, a spanyol turizmus növekedésére is nagy hatással van a diszkont légitársaságok megjelenése és növekedése (REY, B. MYRO, R. L. GALERA, A. 2011). Kutatásuk alapján a diszkont légitársaságok nagy mértékben járultak hozzá a turisták számának növekedéséhez. A légi utasok száma 2000-től 17,8%-kal növekedett évről évre egészen 2009-ig. A diszkont légitársaságok piaci részesedése az utasok számát tekintve 2000-ben csupán 10% volt, 2009-ben a részesedés már 53%-ra növekedett.

A diszkont légitársaságok növekedése nem áll meg, új üzleti modell megjelenése várható a piacon. Az INTERNATIONAL AIR TRANSPORT ASSOCIATION (2018) előrejelzése alapján egyes légitársaságok (nem feltétlen diszkont) a hosszú távú diszkont járatok, úgy nevezett „long-haul low-cost (LHLC)” bevezetését fontolgatják (például a Lufthansa), ezzel vélhetően megváltoztatva a hosszabb távokon közlekedő járatok piacát.

### 6.3.3. A hajós utazás elterjedése

A hajós utak iparága 1980 óta évről évre 7%-os növekedést ér el (JR COGGINS, A. O. 2014). Kezdetben az észak-amerikai régióban indult növekedésnek a szektor, majd később az európai és ázsiai piacon is megfigyelhető a folyamatos növekedés. A 2010-es évek elején 293 óceánjáró működött a világon, amivel éves szinten átlag 31,8 milliárd USD bevételt generáltak. A CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (2018) hasonlóan növekvő tendenciát mutatnak. Míg 2016-ban 25,1 millió fő utazott a szövetség valamely hajótársaságával, 2017-re az utasok száma 6,2%-kal 26,7 millió főre emelkedett. A következő évben 0,5%-pontosan magasabb, 6,7%-os növekedés figyelhető meg (28,5 millió fő utas). A legkeresettebb térség a Karib-térség, Bahamák és a Bermuda, amelyet 11,3 millió fő keresett fel. Ezt követi Ázsia és Kína 4,2 millió fővel, majd Közép- és Nyugat- Mediterrán Térség 3 millió fővel. A hajós kirándulások fő célpontjain azonban a vendégek koncentrált száma gondot jelent. A hajóval érkező turistáknak korlátozott idejük áll rendelkezésre a desztináció felfedezésére, így a nevezetességeknél, boltoknál hosszabb sorok, az utcákon dugók alakulhatnak ki (NAVARRO-RUIZ, S. CASADO-DÍAZ, A. B. IVARS-BAIDAL, J. 2019). A hajós kirándulás veszélyeire hívta fel a figyelmet MARSH E. A. (2012), aki a vízparti történelmi városokban zajló folyamatokat elemezte. A hajók és a hajóval érkező turisták zavarják a helyi lakosok nyugalma, és ez a probléma sürgető beavatkozást igényel.

### 6.3.4. Az útiköltségek csökkenése

Az elmúlt időszakban számos újabb és újabb közlekedési társaság jelent meg a piacon, amelyek speciális üzleti modell segítségével lehetővé teszik az utazást, még hozzá elérhetőbb áron. Ha belegondolunk, hogy a repülés évekkel ezelőtt szinte még csak a kiváltságosok közlekedési eszköze volt, a diszkont légitársaságok megjelenése után szinte mindenkinek lehetősége nyílik a repülővel történő utazásra. Én is tapasztaltam, hogy esetenként olcsóbban tudtam repülőjegyet venni egyes európai városokba, mint vonatjegyet az országon belül. A költségek összehasonlítás miatt megnéztem az egyik diszkont légitársaság (Ryanair), egy buszos vállalat (Flixbus) és vasúti jegyárát Budapestről Párizsba, oda-vissza útra. A vasút esetében az utazás költsége 155.000 Forint körül alakulna a MÁV nemzetközi jegypénztár

tájékoztatása alapján, amely azonban még nem tartalmazza a helyjegy árát, az utazás során pedig több alkalommal is át kell szállni, az utazás időtartama pedig több mint egy napba telik. A Flixbus ennél olcsóbban, 43.696 Forintért értékesít jegyeket Budapest – Párizs útvonalra. Útközben egy alkalommal kell átszállni, az utazás azonban 27 – 30 óra, amely a buszos utazás egyik hátránya. A legolcsóbb közlekedési eszköznek a repülő bizonyul. A Ryanair ugyanerre az időszakra, oda-vissza útra 27.656 Forint értékben kínál jegyet, közvetlen eljutással, és az út csupán 2 óra 20 perc. Természetesen a hálózati légitársaságok ennél jóval magasabb áron kínálják jegyeiket, de a turisták már számos lehetőség közül választhatnak, több szempont figyelembe vételével.

#### *6.4. A szálláshely-szolgáltatásban megfigyelhető tendenciák*

A turisták egyre költségérzékenyebbek, ügyelnek arra, hogy az adott szolgáltatásokra mennyit költenek. A fogyasztói magatartás ilyen változására a szálláshely-szolgáltatásban is találhatunk olyan megoldásokat, amelyek már korábban is jelen voltak, de az elmúlt években egyre nagyobb jelentőséggel bírnak.

##### *6.4.1. Közösségi szálláshelymegosztás (magánszálláshelyek) megjelenése*

A globális válság megváltoztatta a lakosság, az utazók költési szokásait, és megváltoztatta a fogyasztók prioritásait. Erre a helyzetre kínál megosztást a közösségi szálláshelymegosztás. A szállásadás ezen típusa az Egyesült Államokban indult újtárra és terjedt el később Európában (először Amszterdamban, Párizsban, Londonban és Barcelonában). A megosztásra szolgáló platformok közvetlen összeköttetést biztosítanak a szállásadó és a fogyasztó között. Mindkét fél részére haszonnal jár, hiszen a szállásadó a kihasználatlan ingatlanját tudja hasznosítani, a turista pedig alacsonyabb áron jut szálláshelyhez, így akár olyan desztinációk is elérhetővé válnak, amely korábban a szálláshelyek magas árai miatt elérhetetlennek tűntek.

RODRÍGUEZ-PÉREZ DE ARENAZA, D. HIERRO L. Á. and PATINO D. (2019) kutatása alapján a fogyasztók egyre inkább az autentikus szolgáltatásokat keresik, amelyre a közösségi szálláshelymegosztás jó lehetőséget kínál. A szálláshelymegosztás fenntarthatónak hathat, mivel a szállást a turisták



„másodkézből” bérlik, ezzel segítve a helyi lakosokat. Az autentikus élmény (találkozás a helyiekkel) és a kedvező ár adja a szálláshelyek ezen típusának egyre nagyobb népszerűségét. Barcelonában 2018-ban 10,9 millió vendégéjszakát regisztráltak ebben a szállástípusban, amely 28%-kal több mint 2017-ben (AJUNTAMENT DE BARCELONA, 2019). A vendéglátók egységeiket (legyen az lakás vagy szoba) többségében a belvárosban üzemeltetik. Szintén Barcelona esetében a listázott szálláshelyek közel 80%-a a városközpont, Plaza de Catalunya 3 km-es körzetében található (RODRÍGUEZ-PÉREZ DE ARENAZA, D. HIERRO L. Á. and PATINO D. 2019).

A közösségi szálláshelymegosztás egyik piacvezető cége az Airbnb, így nem véletlen, hogy ez a fajta tevékenység (megosztás) a cég nevével összeforrt. Egyes feltételezések alapján az Airbnb (illetve a közösségi szálláshelymegosztás) a növekvő és változó igények kielégítését figyelembe veszi, ennek következtében az eredetileg szobabérlésen túl már teljes apartmanok, lakások bérlésére is lehetőség van (BRAUCKMAN, S. 2017). Azonban egyes kutatások alapján a közösségi szálláshelymegosztás csupán egy szűk piaci szegmens igényeit elégíti ki (MAGNO, F. CASSIA, F. and UGOLINI, M. M. 2018). A közösségi szálláshelymegosztás népszerűségét mutatja, hogy a legnagyobb szálláshelymegosztó platform bevétele meghaladta a nagyobb szállodaláncok árbevételét (LALICIC, L. and WEISMAYER, C. 2017), sőt a kiadásra kínált szobák száma meghaladja a Marriott szobaszámát (YAN, R. ZHANG, K. Z. K. and YU, Y. 2019). VON DER HEIDT, T. MUSCHTER, S. CALDICOTT, R. and CHE, D. (2019) kutatásai alapján Ausztráliában 2016-ról 2017-re a közösségi szálláshelymegosztás nagyobb növekedést ért el, mint az amerikai piac. A foglalások mértéke is nagy mértékben növekedett, 2017-ről 2018-ra 43%-kal több foglalás érkezett ezekbe a szállástípusokba. Byron Shire területén az ingatlanok 17,6%-a szerepel az Airbnb listáján és ötször nagyobb férőhelykapacitással rendelkeznek, mint a hagyományos szálláshely-szolgáltatás. A desztinációba már olyan turisták is érkeznek, akik korábban anyagilag ezt nem engedhették meg maguknak. A folyamatos növekedés következtében Byron Shire elérte a kapacitásainak felső határait, túlterhelődött, ez pedig részben a közösségi szálláshelymegosztás egyik negatív hatása.

## *6.5 A kutatás és az előkészületek megkönnyítése*

A globalizáció hatására a technika az elmúlt években hatalmas változáson ment keresztül. Napjainkban már otthonról is elintézhünk bármit vagy elérhetjük a szükséges információkat. A globalizáció egyik pozitív hatása, hogy az országok is egyre inkább nyitnak egymás felé (többek között kereskedelem-politikai megfontolásokból), amely megállapodásoknak köszönhetően az előkészületek egyes fázisa sokkal gyorsabbá és egyszerűbbé vált.

### 6.5.1. Az internet elterjedése

Az internet elterjedése kétség kívül hozzájárul a turisták számának növekedéséhez, ezzel közvetve a tömegturizmus kialakulásához. Napjainkban már a világ szinte minden részére tudunk szállást foglalni az online utazási irodákon keresztül, de már a repülőjegyeket vagy vízumot is magunk intézhetjük (szemben a korábbi folyamattal, amikor az utazási irodák értékesítették a jegyeket). Egyes utazók blogokat írnak, amelyek akár kedvet is csinálhatnak az utazáshoz az adott desztináció bemutatásán keresztül. De felvehetjük a helyiekkel vagy a turisztikai szolgáltatókkal a kapcsolatot közvetlenül, vagy elolvashatjuk a szolgáltatásokról szóló online visszajelzéseket. Ha beütjük a Google-be a „visit Barcelona” kifejezést, nagyjából 498 millió találatot kapunk amely bizonyítja, hogy az internet számos információval szolgált, és megkönnyíti a keresést és a folyamatokat.

### 6.5.2. A vízumigénylés megkönnyítése vagy eltörlése

A vízum igénylése korábban egy hosszadalmas procedúra volt, amely akár visszatartó erőként is szolgálhatott, illetve nem minden turista kapta meg a vízumot a desztinációba való belépéshez. Az évek folyamán egyre több ország döntött úgy, hogy eltörli a vízumot vagy megkönnyíti annak igénylését, tehát a vízum a kormány egyik fontos eszköze a nemzetközi turizmus befolyásolására (WORLD TOURISM ORGANIZATION 2016). Míg 2008-ban a világ lakosságának 77%-ának szüksége volt vízum igényléséhez egyes desztinációkba történő utazásához, 2013-ban a lakoságnak már csak a 64%-ának volt szüksége (WORLD TOURISM ORGANIZATION 2013). Az UNWTO 2016-os adatai alapján 2015-ben a lakoságnak csupán 61%-

ától igényelték vízumot, 18%-ának nem volt szüksége vízumra, 15% esetében az érkezéskor kellett igényelni, valamint 6% esetében pedig online vízumot (e-vízum) kellett igényelni (ennek aránya 2013-ban még 3% volt). Az adatok alapján 2013-ban a világ nyitottsága 30% volt, 2015-ben már 32%. Törökország esetében kutatások bebizonyították, hogy a vízum megkönnyítése pozitív hatással van a turizmusra (CAKAR, K. KALBASKA, N. INANIR, A. and ÖREN, T. S. 2018). A kutatás rávilágított arra a tényre, hogy az elektronikus vízum bevezetése motivációs tényezővel bír az utazás megszervezésénél, mivel megszűnik a hosszú várakozás és a folyamatok is lerövidülnek.

### *6.6. A közösségi média és a marketing*

Egyre több turisztikai szolgáltató veszi igénybe a közösségi média és a marketing adta lehetőségeket. De már nem csak a szolgáltatók, hanem a desztinációk is alkalmazzák közösségi média és a marketing egyes fogásait, hogy felhívják a potenciális turisták figyelmét és elkötelezzék őket egy jövőbeli utazás reményében.

#### *6.6.1. A közösségi média elterjedése*

A közösségi média már jelen van mindennapjainkban, amely hatással van utazási szokásainkra. LEUNG, D. LAW, R. VAN HOOF, H. and BUHALIS, D. (2013) rámutattak arra, hogy a közösségi média széles körben elterjedt az utazások megszervezésében, a keresési fázisban, az élmények megosztásában. Az Európai Unió 27 országán belül is egyre nagyobb arányban veszik igénybe a közösségi médiát az utazások megtervezéséhez, a döntés meghozatalához (EUROBAROMETER, 2016). Míg 2012-ben a lakosság 5%-át befolyásolta valamilyen közösségi média, 2016-ban már a lakosság 12%-ának a döntésében volt meghatározó szerepe. Ebben azonban csak a közösségi médián jelen lévő turisztikai szolgáltatók oldala értendő és nem tartalmazza az ismerősök ajánlásait, vagy valamilyen speciális közösség vagy oldal követését. JADHAV, V. RAMAN, S. PATWA, N. MOORTHY, K. and PATHROSE, J. (2017) kutatást végzett a szingapúri lakosság körében arról, hogy az egyik legnagyobb közösségi oldal, a Facebook milyen hatással van a szabadidős utazók fogyasztói magatartására. Az eredmények bebizonyították, hogy a Facebook

pozitív hatással van a szingapúri szabadidős utazók fogyasztói magatartására. Azonban a desztináció kiválasztásában a Facebook kevésbé játszik fontos szerepet, azonban ötletet ad az utazóknak, amennyiben még nem merült fel az igény vagy ötlet. A lakosok bíznak a közösségi médián megosztott tartalmakban és annak valóságában, valamint ismerőseik véleményében, akik már jártak az adott desztináción.

#### 6.6.2. A turistákat vonzó marketing tevékenység

MIKULIC, J. MILICEVIC, K and KRESIC, D. (2016) rávilágítottak arra a tényre, hogy egy desztináció márkájának erőssége és a korábban már említett turizmus intenzitásának mértéke pozitív, szoros kapcsolatban állnak. Ez nem meglepő, hiszen a márkázás egyik célja a turizmus ösztönzése (PAPP-VÁRY, Á. 2019). Számos város rendelkezik saját turisztikai weboldallal, szlogennel és logóval (például Amszterdam, Koppenhága, New York). Azonban ha a város vezetősége nem kíséri figyelemmel a turizmus alakulását, az egyre nagyobb tömegeket vonzó desztinációban a turizmus negatív hatásai egyre jobban érvényesülnek. Szaúd-Arábia a tavalyi évben nyitotta meg kapuit a turisták előtt. A turizmus serkentése érdekében turisztikai weboldalt, speciális logót és imázs filmet hoztak létre, amely az ország örökségeit mutatja be (mindemellett bevezette az online vízum rendszerét).

## **7. A tömegturizmus jelenségét elősegítő trendek Budapesten**

A továbbiakban szeretném megvizsgálni, hogy a fenti trendek, tevékenységek közül melyek azok, amelyek jelen vannak Budapesten, és milyen mértékben. Sajnos egyes tevékenységeknél a korlátba ütköztem, ugyanis például a közösségi média esetében speciális programra van szükség, amely összesíti egy adott lokációban készült fényképeket. Továbbá a Budapesten megfigyelhető demográfiai trendek nincsenek hatással a budapesti turizmus alakulására.

### *7.1. A turisztikai érkezések növekedése Budapesten*

Az előző fejezetekben rámutattam arra, hogy Budapesten folyamatosan nő a vendégek száma. Budapest népessége 2011-ben 1.729.000 fő, míg 2017-ben 1.752.000 fő volt, a város területe 525 km<sup>2</sup>. A már ismertetett adatok alapján a vendégek száma fővárosunkban 2011-ben 2.813.139 fő (ebből 2.398.454 fő külföldi), 2017-ben pedig 4.273.146 vendég (ebből 3.654.167 fő a külföldi). Ebből megkapjuk, hogy 2011-ben a turisták sűrűsége a városban 6.960 fő/km<sup>2</sup>, 2018-ra pedig 8.139 fő/km<sup>2</sup>-re növekedett, tehát városunkban évről évre egyre több turista tömörül a város területén, egy négyzetkilométerre vetítve. Ezen belül megvizsgáltam a külföldi vendégek esetét is. 2011-ben összesen 4.568 fő jutott 1 négyzetkilométerre, 2018-ban pedig már 6.960 fő/km<sup>2</sup> volt a sűrűség mértéke. A turizmus intenzitása szintén növekedő tendenciát mutat. 2011-ben Budapesten 1 fő lakosra átlagosan 1,62 fő turista jutott, míg 2017-ben már 1 fő lakosra átlagosan 2,4 fő turista jut. Csak a külföldi turisták számát vizsgálva 2011-ben 1 fő lakosra átlagosan 1,38 fő külföldi vendég, míg 2018-ban 1 főre már 2,08 külföldi vendég jutott. A fenti adatokból látható, hogy mind a turizmus intenzitása, mind a turisták sűrűsége növekvő tendenciát mutat. Egyre több és több turista érkezik fővárosunkban és „tömörül” össze a területen, illetve a helyi lakosokra vetítve egyre több turista jut.

## 7.2. A közlekedési iparágban megfigyelhető trendek

Ahogy a világban, úgy Magyarországon és Budapesten is megfigyelhetők egyes, a közlekedéssel kapcsolatos trendek, fejlődések.

### 7.2.1. A légi közlekedés fejlődése Budapesten

A KSH adatai alapján látható, hogy 2010-ről 2018-ra Budapest nemzetközi repülőtérén az utazások száma jelentős mértékben, a teljes vizsgált időszak végére 82%-kal emelkedett az utasok száma (71. ábra). 2012-ben megfigyelhető egy kisebb, 5%-os visszaesés, de a rákövetkező évben ismét növekedésnek indult az utasforgalom. A vizsgált időszakban az utasok száma évről évre átlagosan 8%-kal növekedett. A BUDAPEST AIRPORT (2019) 2018-as év adatai alapján megvizsgáltam, hogyan alakul a repülőtér forgalma havi bontásban, ennek szezonalitása mennyiben egyezik a város szezonális alakulásával (72. ábra). Az ábrából kirajzolódik, hogy a repülőtér szezonalitása hasonló képet mutat, mint a városba érkező vendégek szezonalitása. A repülőtéren augusztus bizonyult a legerősebb hónapnak, ebben a hónapban mérték a legtöbb utast a repülőtéren. A városi szezonalitástól abban tér el a repülőtér forgalma, hogy április itt főszezonnak számít. Az utasok számával ellentétben a járatok számában 2011-ről egészen 2013-ig visszaesés mutatkozik, 2014-ben számuk ismét növekedésnek indult (73. ábra). 2018-ban azonban már ismét elérte, sőt meghaladta a 2010-ben mért adatokat. A vizsgált időszak végére teljes egészében 9%-kal növekedett a járatok száma, amely átlagos éves 2%-os növekedést takar.

### 7.2.2. Diszkont légitársaságok Budapesten

Magyarországon, így Budapesten is a diszkont légitársaságok 2003-ban jelentek meg, ebben az időszakban azonban még nem játszottak fontos szerepet az ország és a város légi közlekedésének életében (JÁSZBERÉNYI M. és PÁLFALVI J. 2009). 2014-ben a budapesti repülőtér TOP10 légitársaságából 5 diszkont légitársaság (BUDAPEST AIRPORT, 2014). 2015-ben a budapesti repülőtérről összesen 79 város volt elérhető. Ebből 64 városba a hálózati légitársaságok mellett

diszkont légitársaságok is működtettek járatokat. A 64 útvonalból azonban 47 városba csak diszkont légitársaság működtetett közvetlen járatokat (BUDAPEST AIRPORT, 2015).

### 7.2.3. A hajós utak alakulása Budapesten

A DANUBE REGION STRATEGY (2019) tanulmánya alapján 2012 és 2017 között a Dunán működő hajók 124-ről 170-re növekedtek, amelyek 37%-os növekedést jelent. Összesen 41 szolgáltató kínál hajós programot a Dunán. A dunai hajózás főszezonjának május és október számít, a Dunán indított programok több mint 78%-a koncentrálódik erre a két hónapra. Budapesten összesen 13, a MAHART Passnave által üzemeltetett kikötő található a Duna mindkét oldalán, amely 30 kikötőhelyet biztosít a hajók számára. A dunai kikötők 13%-a található Magyarországon. Az előző évek növekedése alapján 2020-ra a társaságok összesen 397 programot hirdettek meg 3012 úttal (ekkor még nem számoltak a világjárvány okozta korlátozásokkal). A meghirdetett utak 79,84%-a érinti Magyarországot is. Azonban Budapest gyakran a hajós utak kezdő- vagy végpontjaként szerepel a programok útitervében (JÁSZBERÉNYI M. 2019). Ennek hatása van Budapest vendégforgalmára is, hiszen ebből kifolyólag fővárosunkban valósul meg az utascseré egy része. A programok forgalmának népszerűségét a 74. ábra mutatja. Bár a vizsgált időszakban láthatóak olyan évek, amikor visszaesés mutatkozik (2017-ről 2018-ra közel 8%-os visszaesés), de az utasforgalom 2013-ról 2018-ra több mint 11%-kal emelkedett (DONAUKOMMISSION 2019). Sajnos elérhető adatok nem szerepelnek a Központi Statisztikai Oldal honlapján a hajós forgalomról, amely megnehezíti a kutatást. Azonban mivel a dunai hajós programok nagy aránya érinti Budapestet, egy körülbelüli képet kaphatunk a hajóval érkező turisták számáról és annak alakulásáról.

### 7.3. A közösségi szálláshelymegosztás (magánszálláshelyek) alakulása Budapesten

Korábbi kutatásomra hivatkozva (3.2. pont) látható, hogy a Budapesten üzemeltetett magánszálláshelyek száma évről évre növekszik. Mind a vendéglátók számában, mind a szobák és a férőhelyek számában növekedő tendenciát

figyelhetünk meg. A Budapesten realizálódott vendégéjszakák a magán szálláshelyeken töltött aránya 2010 és 2018 között szintén növekedett, amely a magán szálláshelyek egyre nagyobb népszerűségét vetíti előre. A KSH adatai alapján a budapesti lakásokban összesen 2.378.700 szoba található. Ebből 2016-ban a magán szálláshely vendéglátói 10.575 szobát kínálnak a turisták részére, amely a teljes szobamennyiség 0,44%-át jelenti. A 2016-os adatok alapján a magán szálláshelyek által kínált szobák többsége (24%) Budapest 6. kerületében található (75. ábra). A szobák 23%-a pedig a 7. kerületben, míg 17%-a pedig az 5. kerületben található. Az adatokból látszik, hogy a magán szálláshelyek által kínált szobák többsége (64%-a) Budapest belvárosában, azon belül is a pesti oldalon található. 2016-ról 2018-ra a magán szálláshelyek által kínált szobák száma 66%-kal növekedett a két év alatt. Abszolút értékben a legnagyobb növekedés a 7. kerületben figyelhető meg, ahol a két év alatt további 3.179 szobát kínálnak a turisták részére. A százalékos növekedést tekintve a legnagyobb növekedés a 2. kerületben látható, ahol több mint kétszeresére nőtt a kínált szobák száma, azonban abszolút értékben az előzőekben említett kerületeknél jóval kevesebb szobát kínálnak ebben a kerületben. Mivel 2018-as adatok nem állnak rendelkezésre a lakások szobaszámát tekintve, így a 2018-as magán szálláshelyeken kínált szobák adatait a 2016-os adatokhoz viszonyítom. 2018-ra némileg átrendeződtek az arányok. A magán szálláshelyek által kínált szobák 31,85%-a Budapest 7. kerületében található, míg 19,19%-a a 6. és 12%-a pedig az 5. kerületben. Tehát 2018-ban is Budapest belvárosában koncentrálódnak a magán szálláshelyen értékesített szobák, ezen belül is a pesti oldalon.

Az adatok alapján a Budapesten található szobák csupán 0,44%-át kínálják vendéglátók turisták részére, amelyen belül vannak területi eltérések. Budapest 5. és 6. kerületében a szobák 4-4%-át hasznosítják a tulajdonosok turisztikai céllal, míg a 7. kerületben a szobák 3%-a üzemel magán szálláshelyként (76. ábra). 2018-ban a 7. kerületben regisztrált szobák már 7,41%-át kínálják magán szálláshelyként, a 6. kerületben 5,38%-át és az 5. kerületben 4,45%-át. A kerületek többségében a szobák csekély, 1% alatti arányát hasznosítják a tulajdonosok turisztikai céllal.



#### *7.4. Vízummentesség*

A vízummentesség közvetlenül nem a Budapestre történő utazást, hanem az országba történő belépésre van közvetlen hatással. Azonban érdemes egy pillantást vetni a jelenlegi állapotra, hány ország esetén nincs szükség vízumra országunkba történő beutazás esetén. A Konzuli Szolgálat tájékoztatása alapján a listán szereplő 98 országból összesen 89 ország esetén van lehetőség Magyarország területére történő belépésre vízum nélkül, magánútlevéllel, amennyiben a tartózkodás időtartama nem haladja meg a 90 napot (KONZULI ÉS ÁLLAMPOLGÁRSÁGI FŐOSZTÁLY, n.d.). Ez a beutazásra engedélyezett országok 91%-át jelenti, tehát Magyarország egy nyitott ország, kevés esetben van szükség vízum igénylésére.

#### *7.5. A közösségi média és marketing*

##### *7.5.1. A közösségi média szerepe Budapesten*

A közösségi média elemzéséhez szükséges rendszerek hiányában az Instagramon megfigyelhető bejegyzések számát kísértem figyelemmel. A kutatás ezen nehézségét az adja, hogy sajnos a márciusban kialakult világiárvány miatt a bejelentkezések száma jelentősen visszaesett. Budapesthez számos keresőcímke tartozik: #budapesthu, #budapesthungary, #ig\_budapest stb. Ez lényegében megnehezíti a kutatást az összegzés (helyi meghatározással) hiányában. Továbbá ezen bejelentkezésekbe a lakosság által történő megosztások is beletartoznak. Ebből kifolyólag inkább Budapest egyes nevezetességeinél történő bejelentkezéseket vettem figyelembe. Mivel ezen bejelentkezések esetében is több keresőszó található, ezért azokat a kulcsszavakat vettem figyelembe, ahol a listázott képek ténylegesen az adott nevezetességet vagy környékét mutatják (egyes esetekben vidéki városok képei is megjelentek nagy számban), illetve a magyar szavak helyett igyekeztem az angol megfelelőket használni. A bejelentkezések számai alapján a Google Maps térképén bejelöltem a legfelkeresettebb területeket. Az olyan bejelentkezéseket, amelyek egy területre estek (például a Várnegyed és a Mátyás-templom), összevontan kezeltem. A bejelentkezések összeszámolását követően az Excel segítségével az egyes területeket színekkel jelöltem meg: zöldtől a sárgán át a pirosig, ahol a zöld a legkevesebb bejelentkezést, a piros pedig

a legtöbb bejelentkezést jelenti (2. sz. melléklet). Látható, hogy a legtöbb alkalommal felkeresett nevezetesség a Lánchíd és a Dunakorzó, ahol több mint 461 ezer bejelentkezést rögzített az Instagram. A második legkeresettebb terület a Várnegyed, ahol több mint 340 ezer bejelentkezés látható. Kevésbé keresettek azonban a Váci utca és az Andrássy út területei. Fontos megjegyezni, hogy ezek az adatok nem adnak pontos visszajelzést arról, hogy ténylegesen mennyi turista fordul meg az adott nevezetességnél. Azonban ezen információk alapján láthatjuk, hogy a Várnegyed, a Lánchíd és a Dunakorzó környéke a legkeresettebb és itt a legnagyobb a veszélye annak, hogy tömegek alakulnak ki.

Budapest városa is rendelkezik Facebook valamint Instagram oldallal, azonban a keresések több lehetőséget is kiadnak, ráadásul Budapest hivatalos Facebook oldala „Visit Budapest” néven szerepel, azonban ebből is több szerepel a listában. Ez némileg megzavarhatja a turistákat és a statisztikáknál is félrevezető lehet.

#### 7.5.2. Budapest város marketing tevékenysége

A többi európai nagyvároshoz hasonlóan Budapest is alkalmazza a marketing és a márkázás egyes lépéseit, trükkjeit annak érdekében, hogy minél több turistát csalogassanak a városba. A város saját logóval rendelkezik, bár ez az évek folyamán többször is változott, amely nem feltétlenül van pozitív hatással a városmárka ezen vizuális elemére, hiszen mire a turisták megjegyezhetnék, addigra a városnak újabb logója van (azonban dolgozatomnak nem célja a budapesti városmárka elemzése). Továbbá a város rendelkezik külön turisztikai oldallal, szlogennel, illetve alkalmazza az árstratégia egyes lépéseit (például a Budapest kártyák esetében). Illetve Budapest hírnevét öregbítik a különböző díjak is (például a 2019-ben elnyert European Best Destination), bár ez közvetlenül nem a turisztikai szervezetek marketing tevékenységének az eredménye, viszont egy alkalom lehet arra, hogy a díj adta lehetőségeket a város kiaknázza.

## 8. A tömegturizmus hatásai

Ahogy a turizmusnak, úgy a tömegturizmusnak is vannak hatásai az adott desztináción, esetenként ez a turizmus hatásainak erőteljesebb megjelenését takarja. A tömegturizmusnak vannak pozitív és negatív hatásai, dolgozatomban szempontjából a negatív hatások áttekintése relevánsabb.

### *8.1. A tömegturizmus környezeti, gazdasági és társadalmi hatásai*

PEETERS ET AL. (2018) három fő csoportra osztja a tömegturizmus hatásait: környezeti, gazdasági és társadalmi, majd ezen csoportokba osztották a tömegturizmus okozta hatásokat, változásokat.

#### 8.1.1. Környezeti hatások

A tömegturizmus egyik legáltalánosabb környezeti hatása a helyi infrastruktúra és szolgáltató helyek túlszűfolttsága. Hasonló eset áll fenn Hallstatt településen, ahol a turistabuszok és a gépkocsik tömeges érkezése miatt a turisták jelentős mértékben elhasználják az utakat, illetve a parkolóhelyeket (BÜRGER FÜR HALLSTATT, 2019). Míg 2010-ben a településen összesen 52.533 gépkocsit regisztráltak, 2019-re ez a szám már 225.698 gépkocsira növekedett, amely jelentős mértékben megnövelte a forgalmat. Egy másik jelentős hatást jelent az attrakciónál felgyülemelő turisták tömege. Ilyen eset áll fenn a kínai nagy fal esetében (WONG, M. H. 2019). A kínai nagy fal forgalma átlagosan 10 millió fő évente, amely 27.000 főt jelent per nap. A legfőbb probléma azonban az, hogy egy éven belül a látogatók száma nem egyenlő arányban oszlik meg, és előfordulnak olyan időszakok, amikor egy látogatóra összesen 1,1 m<sup>2</sup> jut a látogatása során. A tömegturizmus hozzájárul a természeti és kulturális örökségek rongálásához. Már az amerikai nemzeti parkokban is megfigyelhető a tömegturizmus jelensége, a látogatók száma évről évre nő, amely gondot okoz a parkok vezetőségének, mivel a turisták felelőtlen magatartása veszélyezteti a nemzeti park értékeit (SIMMONDS, C. MCGIVNEY, A. REILLY, P. MAFFLY, B. WILKINSON, T. CANON, G. WRIGHT, M. and WHALEY, M. 2018). Környezeti hatásként tartják számon a vizuális szennyezést, amely az épített turisztikai infrastruktúra esztétikai hatását kérdőjelezi

meg. Egyes budapesti lakosok véleménye alapján hasonló hatással bír a Clark Ádám téren felépített Hotel Clark épülete, amely egyes lakosok szerint nem illik a tér és a környék képébe. További negatív környezeti hatásként jelenik meg az a tendencia, amelynek keretében több turisztikai beruházás valósul meg az adott desztinációban, mint a lakosság részére szóló infrastruktúra kialakítását megcélzó beruházások. A turizmus egyik velejárója a környezetszennyezés, de ez a hatás a tömegturizmus esetében felerősödik. Santorini esetében a talaj- és légszennyezettség egyre nagyobb mértéket ölt, a talaj szennyezettsége például a repülőtér környékén egyre magasabb (BRTNICKY, M. PECINA, V. VASINOVÁ GALIOVÁ, M. PROKES, L. ZVERINA, O. JURICKA, D. KLIMÁNEK, M. and KYNCKY, J. 2020)

### 8.1.2. Gazdasági hatások

A tömegturizmus egyik gazdasági, és egyben veszélyes hatása, amennyiben az adott desztináció nagy mértékben függ a turizmustól. Jelenleg hasonló eset áll fenn a Seychelles-szigeteken, ahol a turizmus hozzájárulása a helyi GDP-hez 67,1%, valamint a lakosok 66,7%-a dolgozik a turizmus szektorban. Még „rosszabb” a helyzet a Karib-szigetek egy kisebb térségében, Arubán, ahol a turizmus 98,3%-ban járul hozzá a GDP-hez és a lakosok 99,1%-a dolgozik a turizmusban (HAMPTON, M. P. and JEYACHEYA, J. 2020). Egy másik jelentős hatás a környéken elérhető termékek és szolgáltatások árainak növekedése, amely hozzájárul a dzsentifikáció folyamatához. A desztinációban az ingatlanok árai olyan magasra emelkednek, hogy a helyi lakosok már nem tudják tovább fizetni, és inkább a külvárosba költöznek, ahol az ingatlanárak alacsonyabbak. Továbbá a hosszú távú bérlőket felváltják a rövid időszakra érkező turisták. Ez a folyamat figyelhető meg többek között Barcelonában (RICHARDS, S. BROWN, L. and DILETTUSO, A. 2019). Egy másik negatív hatás a desztináció imázsának megváltozása lehet. PRAKASH, S. L. PERERA, P. NEWSOME, D. KUSUMINDA, T. and WALKER, O. (2019) kutatásukban rávilágítottak arra, hogy Srí Lanka öt nemzeti parkjában a kialakult tömeg hatására számos negatív visszajelzést kapnak (nehéz közlekedés a parkokon belül, a vadvilág megtekintésének kevés lehetősége). Ezek a negatív visszajelzések (amelyek a világ bármely pontján elérhetőek) kedvezőtlen hatással vannak a nemzeti parkok megítélésére és előfordulhat, hogy a negatív

visszajelzések miatt dönt úgy a turista, hogy végül nem látogatja meg ezt az attrakciót. További negatív gazdasági hatásként jelentkeznek a környéken található szolgáltatások igénybevételéből való kiszorulás, vagy a helyiek részére létrehozott infrastruktúra gyors elhasználódása.

### 8.1.3. Társadalmi hatások

A tömegetturizmus egyik veszélyes társadalmi hatása a helyi lakosok kiszorulása a belvárosból, amely főleg a turisták növekvő sűrűségével egy adott területen magyarázható. Minél több turista jelenik meg egy területen belül, annál kevesebb helyi lakosnak van lehetősége az adott területen jelen lenni. Továbbá fennáll a veszélye annak, hogy a helyi lakosok elveszítik identitásukat, és eltűnnek a helyi hagyományok, egyre inkább átveszik a turisták magatartását. Egyes desztinációkon előfordulhat a helyiek részére megrendezett események lényege. Nem a tömegetturizmus eredménye, de az esetet jól leírja a Sziget Fesztivál esete. Kezdetben még Diáksziget néven volt ismert, és főleg a belföldi lakosokra fókuszált, azonban a nagy siker érdekében a szervezők igyekeztek betörni a nemzetközi piacra, napjainkban pedig a Sziget Fesztivál Európa egyik legjobb könnyűzenei fesztiváljai közé tartozik, tehát lényegében a fesztivál közönsége és célja megváltozott. Talán a tömegetturizmus negatív társadalmi hatásának a legsúlyosabb hatása, amikor a helyi lakosok már nem tudják elviselni a tömeget, és a turizmus ellen tüntetnek (hasonló eset állt fenn Barcelonában).

### 8.2. *A tömegetturizmus hatásai a különböző típusú attrakciók esetében*

PEETERS ET AL. (2018) megvizsgálta, hogy a fent felsorolt környezeti, gazdasági és társadalmi hatások az attrakciók egyes típusában milyen mértékben jelennek meg. Kutatásaik kimutatták, hogy a környezeti hatások főleg a vidéki, tengerparti attrakciók esetében és szigeteken, valamint az örökségek (épített vagy természeti) esetében figyelhetők meg. Ezen belül is a tömeg és a szennyezés hatása, amely jelentősebb ezen attrakciók esetében. A gazdasági hatások szintén az örökségek, szigetek és tengerparti desztinációkon érvényesülnek erőteljesebben. A városokban a társadalmi hatások érezhetőek, ezen belül is a külterületek bevonódása a turizmusba.

## 9. A kutatás

A Budapesten érzékelhető hatások felméréséhez a primer kutatások eszköztárából a kérdőívet választottam (3. melléklet), hiszen a kérdőívvel a lakosság nagyobb részét könnyebb elérni, valamint a nagyobb mennyiség miatt a kérdőív elemzése, a válaszok számszerűsítése jóval egyszerűbb és gyorsabb. A kutatásomhoz az internet adta lehetőségekkel élve kérdőívemet on-line szerkesztettem és az interneten keresztül továbbítottam a kitöltők felé. A kérdőívet az egyik legnépszerűbb közösségi médiában osztottam meg. A kérdőív linkjét minden ismerősöm számára üzenetben továbbítottam, valamint poszt formájában elhelyeztem az üzenőfalra is, hogy ismerőseim azt könnyen megoszthassák. Ezt a posztot háromszor osztottam meg egy héten belül, különböző időpontokban. Az első posztot 07:00 órakor tettem közzé (szombati napon), a másodikat pedig három nappal később, 17:00 órakor. A harmadik posztot szombati napon, 10:00 órakor tettem közzé. Az első időpontra azért esett a választásom, hogy azon ismerőseim, akik nem olvasták az üzenetemet és korán kelnek, a reggeljüket pedig a közösségi média megtekintésével kezdik, már reggel találkozhatnak a kérdőívemmel. A második időpontra azért esett a választásom, mert hétköznapi napon a munka miatt az embereknek nap közben kevesebb idejük van a közösségi média megtekintésére. A harmadik időpont emlékeztető volt a kérdőívről azok részére, akik az üzenetet még nem olvasták, vagy ismét meg szeretnék volna osztani kérdőívemet. Továbbá olyan oldalak segítségét is kértem, amelyek a kerületi lakosság számára szolgáltatnak információkat oldalukon. Sajnos ezen oldalak egy része volt együttműködő, és adott engedélyt a kérdőív kihelyezésére az üzenőfalra.

Kérdőívem fő célközönsége a budapesti lakosság volt vagy a magyar lakosság azon része, aki gyakran látogat Budapestre vagy a fővárosunkban dolgozik, hiszen ők rendelkeznek egy megbízhatóbb képpel a turisták növekvő számának érezhető hatásáról.

A kérdőívem első részében általános demográfiai adatok megadása volt szükséges (nem, korcsoport, lakhely, munkahely, családi állapot, egy háztartásban élők száma). Ezt követően tértem ki a turisták számával kapcsolatos attitűdköre, véleményük szerint milyen mértékben és milyen irányban változott az elmúlt évek során. Mivel számításba vettem azt, hogy a kitöltők egy része alapján a turisták száma kevés vagy nem növekedett, illetve nem észleli, beillesztett képek

segítségével próbáltam a kitöltők gondolatait, érzéseit összegyűjteni a kép láttán. Ugyanúgy próbáltam kideríteni, hogy véleményük szerint Budapest milyen imázssal rendelkezhet a turisták fejében.

A további kérdésekben kitértem az életminőséggel kapcsolatos aspektusokra is (rontották-e, volt-e bármilyen negatív vagy pozitív tapasztalata), majd a közlekedéssel kapcsolatos észrevételeikre, a környezetben található magánszálláshely-megosztásra, környezeti hatásokra. Kitértem a már bevezetett rendeletekkel kapcsolatos gondolataikra, illetve a kitöltők véleménye szerint a tömegturizmusnak milyen érezhető hatásai vannak a környezetükben, és melyek azok a lépések, amelyekkel gátat szabhatnánk a turisták tömeges áradatának.

A kérdőívet összesen 224 fő töltötte ki. A demográfiai adatokat tekintve a válaszadók között nagyobb arányban (71,4%) a nők szerepeltették magukat, míg a kitöltők 28,6%-a férfi. A korcsoportot tekintve a kitöltők többsége 31 – 40 év közötti, 25%-uk pedig a 26 – 30 éves korosztályba tartozik. A válaszadók 19,6%-a a 41 – 50 év közötti korosztályt képviseli. Az 51 – 60 év közöttiek aránya 10,7%. Kevesebb arányban képviseltetik magukat a 18 – 25 év közöttiek (8,9%), valamint a 61 – 70 év közöttiek (5,4%). 71 év vagy idősebb válaszadó nem volt. A válaszadók döntő többsége (72,7%) estében egy háztartásban 2-3 fő él. A kérdőívet kitöltők 14,5%-a esetében 4-5 fő él egy háztartásban, 12,7% esetében pedig 1 fő él a háztartásban. 6 fő vagy annál több háztartásban élő válaszadó nem volt.

A válaszadók 75%-a él Budapesten, 16,1%-a Pest megyén belül lakik és 8,9%-a pedig Pest megyén kívül él. Azon kitöltők, akik Budapesten élnek, a többségük (42,9%) a fővárosban született, 16,1% pedig már több mint 11 éve él a fővárosban. Csupán kevés arányban szerepelnek azok a válaszadók, akik 1 évnél rövidebb ideje élnek Budapesten (3,6%) vagy 1-2 éve laknak Budapesten (1,8%). A válaszadók 87,5%-a dolgozik Budapesten, míg 12,5%-a Pest megyében vagy az ország másik pontján. A kitöltők többsége (75%) Budapesten lakik, ahogy ez a korábbi adatokból kiderült. 10,7%-a naponta megfordul Budapesten, így vélhetően jól ismeri a várost és a városban zajló folyamatokat. A válaszadók 3,6%-a hetente többször látogat Budapestre. Olyan kitöltő nincs, aki évente egyszer járna Budapesten, 1,8% évente többször is ellátogat fővárosunkba.

## **10. A tömegturizmus hatása Budapesten**

A továbbiakban szeretném bemutatni, hogy a kutatásom milyen eredménnyel járt. Ezen eredményeket pontokba szedtem az átláthatóság kedvéért.

### *10.1. Budapest és annak imázsának megítélése*

Kutatásom első kérdései arra irányultak, hogy a válaszadók véleménye alapján Budapest milyen imázssal rendelkezik a külföldi turisták fejében. A válaszok többségében (78%) megjelenik az olcsó, mint jelző, amely azt mutatja, hogy a kitöltők véleménye alapján a turisták többsége azért látogat fővárosunkba, mert itt alacsonyabb áron tudja a szolgáltatásokat igénybe venni. Ehhez társulnak még a szórakozással kapcsolatos kulcsszavak (party, szórakozás, buli, buli negyed, romkocsmá), ezek a kifejezések a válaszok 71%-ában fordul elő. Tehát a kitöltők többsége úgy gondolja, hogy Budapest olyan desztinációként ítélik meg a turisták, ahol lehetőség nyílik rengeteg szórakozásra, olcsón. Ez érthető, hiszen a városban egyre gyakrabban látni lány- vagy legénybúcsúztatóra érkező turistákat, és a szállodai tapasztalatom alapján is elmondható, hogy egyre több szálláshelyszolgáltató panaszkodik erre a típusú vendégkörre. Csupán kevés esetben (6%-ban) fordult elő a drága, mint jelző Budapest megítélésére.

A kérdőívben elhelyezett kép láttán a válaszadók döntő többsége (98%) úgy érezte, hogy a látható mennyiségű ember már túl sok, tömeg alakult ki a nevezetesség területén. Ezzel kapcsolatban olyan kifejezéseket használtak, mint tömeg, zsúfoltság, túl sok turista. A válaszadók 56%-a a tömeg miatt élvezhetetlennek tartja a látványosságot és annak környékét. A válaszok 38%-ában megjelenik a drága, mint jellemző, amely a látványosság környékén található szolgáltatások áraira vonatkozik. Csupán kevés kitöltő (2%) fókuszált a kép más aspektusaira. Őket inkább büszkeséggel töltötte el az, hogy sokan kíváncsiak fővárosunk nevezetességeire.

### *10.2. A turisták számának növekedése*

A válaszadók többsége (35,7%) úgy gondolja, hogy Budapesten növekedett a turisták száma az elmúlt 2-3 évben, azonban a növekedés mértéke nem volt



jelentős. 30,4%-uk azonban úgy gondolja, hogy a látogatók számának növekedése nagy, 17,9%-uk pedig úgy ítéli meg, hogy a növekedés mértéke túl nagy a város méretéhez képest. 16,1% véleménye alapján a turisták száma fővárosunkban stagnál vagy a növekedés mértéke elenyésző.

### *10.3. A tömegturizmus érzékelt hatásai Budapesten*

A válaszadók véleménye alapján a turisták megnövekedett száma azon jelenségekhez járul hozzá erőteljesebben, amelyek egy adott térbeli koncentrációt fejeznek ki (77. ábra). A turisták növekvő száma nagyban hozzájárul a vendéglátóhelyek, valamint az utcák és terek zsúfoltságához. Ebben a két esetben a válaszadók 39,3%-a gondolja úgy, hogy a növekvő tendencia nagy mértékben hozzájárul ezekhez a jelenségekhez. A kitöltők 33,9%-a gondolja úgy, hogy a turisták növekvő száma jelentős mértékben járul hozzá az utcazajhoz. A válaszok 35,7%-a alapján a szolgáltatások árainak emelkedésére nagy hatással van a turisztikai érkezések növekedése, azonban nem olyan mértékben, mint az előbb említett zsúfolt utcákhoz vagy vendéglátóhelyekhez. A zajos lakóházakban szintén jelentős szerepük van a turistáknak, 30,4% gondolja úgy, hogy nagy mértékben járulnak hozzá egy házban kialakuló zajnak. A turisták nagy száma hozzájárul az ingatlanárak emelkedéséhez, közlekedési dugókhoz valamint a levegőszennyezéshez, azonban ennek mértéke nem számottevő. A lakóközösség külső kerületekbe történő költözéséhez a turisták növekvő száma csupán kis mértékben (33,9%) járul hozzá. A válaszadók 10,8%-a gondolja úgy, hogy a zsúfolt tömegközlekedésnek az oka nem feltétlen a turisták száma.

Meglepő lehet, hogy a tömegturizmus hatásainak többsége a válaszadók véleménye alapján többségében csak kis mértékben érvényesül a kitöltők lakóhelyén és annak környékén (78. ábra). A válaszok alapján 41,4% esetében nem jellemző a környezetre, hogy a lakók a turisták növekvő száma miatt költöztek volna külső kerületekbe. A zsúfolt tömegközlekedés jelensége sem figyelhető meg a kitöltők lakókörnyezetében (41,4%). Ahogy az előbb láttuk, a zajos lakóházaknak esetében a turistáknak jelentős szerepük van, azonban a válaszadók 41,4%-a úgy gondolja, hogy ez a jelenség nem jellemző az adott környékre. Hasonlóan fordított az arány a zsúfolt utcák és terek esetében, amely csak kis mértékben figyelhető meg a válaszadók környezetében (30,4%). Bár a kitöltők 17,9%-ánál, de a legjobban az

ingatlanárak emelkedése figyelhető meg az egyes lakókörnyezetekben, illetve szintén jellemzőek a zsúfolt vendéglátóhelyek, 17,8%-a gondolja úgy, hogy ez a tendencia erőteljesen rányomja a bélyegét a környezetére.

#### *10.4. A budapesti közlekedésben megfigyelhető tendenciák*

A válaszadók többsége, 76,8%-a Budapesten belül a helyi tömegközlekedést veszi igénybe (79. ábra). 48,2%-a gyalog közlekedik a fővárosban, míg 44,6%-a saját gépkocsijával közlekedik. 10,7%-uk kerékpárral közlekedik a városban, míg 1,8% egyéb más közlekedési eszközt vesz igénybe (ez lehet segway, roller stb.).

A válaszadók többségét (21,4%) nagyon csekély mértékben akadályozza a turisták nagy száma a közlekedés során, 16,1%-át pedig egyáltalán nem akadályozza. 14,3% gondolja úgy, hogy a turisták száma a közlekedés folyamán számára akadályt jelent, de nincs akkora hatással (80. ábra). A válaszadók 12,5%-a esetében azonban gyakran akadályozza a tömeg a közlekedést, míg csupán 3,6%-os gondolja úgy, hogy hatásuk a fővárosi közlekedésükre nagy akadályt jelent. Abban az esetben amennyiben már bármilyen módon akadályozza a válaszadókat a turisták nagy száma, a legnagyobb problémát a helyhiány, valamint a turistabuszok által okozott dugók, akadályok okozzák, ez a válaszok 62%-ában jelenik meg valamilyen formában. Egy másik, gyakran említett probléma (a válaszok 48%-ában jelzik) az eljutási idő meghosszabbodása, amely többek között az előbb említett dugóknak tudható be.

A válaszadók 41,1%-a gondolja úgy, hogy a turistabuszok száma nagy mértékben növekedett Budapesten az elmúlt 2-3 év alatt (81. ábra). 33,9%-uk szerint pedig a növekedés látható, de nem drasztikus az elmúlt időszakban. 14,3% véleménye alapján a turistabuszok száma csupán kis mértékben növekedett, 7,1% azonban úgy gondolja, hogy igenis túl nagy mértékben nőtt a számuk. A megkérdezettek közül senki sem véli úgy, hogy Budapesten a turistabuszok száma ne növekedett volna.

A Dunán megjelenő szállodahajók növekedési tendenciáit ugyanúgy megéreztek a válaszadók (82. ábra). 30,4%-uk véleménye alapján a szállodahajók forgalma nagy mértékben növekedett az elmúlt 2-3 év alatt. 28,6%-uk úgy véli, hogy bár a hajók száma növekedett és ez a növekedés szemmel látható, de nem számottevő. 26,8% gondolja úgy, hogy csupán kis mértékben növekedett a hajók

forgalma. Azonban vannak, akik úgy érzékelik, hogy a forgalom csökkent az elmúlt években (12,5%), azonban nincs olyan válaszadó, aki úgy gondolná, hogy a szállodahajók forgalma drasztikusan csökkent volna.

#### *10.5. A turisták hatása az életvitelre és az életminőségre*

A válaszadók többsége (28,6%) úgy véli, a turisták növekvő száma egyáltalán nincs hatással a napi életvitelükre (83. ábra). 21,4%-uk gondolja úgy, hogy viszonylag kis hatással van az életvitelükre. 17,9%-uk azonban úgy érzi, hogy viszonylag nagy hatást gyakorol a turisták megnövekedett száma életvitelükre, 12,5% alapján pedig a turistáknak nagy hatásuk van az életvitelükre.

A válaszadók 30,4%-a érzi úgy, hogy a turisták kis mértékben rontották az életminőségüket (84. ábra), ezzel ellentétben 26,8% gondolja úgy, hogy kis mértékben, de javította a turisták nagyobb jelenléte az életminőségüket. 17,9% úgy határozta meg, hogy bár javította az életminőséget a turisták jelenléte, a javulás mértéke nem kicsi, de nem is számottevő. 10,7% nagy mértékben pozitív javulást érez a tapasztalható életminőségében.

#### *10.6. A turisták hatása az árakra*

A válaszadók 30,4%-a úgy gondolja, hogy a turisták jelentős hatással vannak a környéken megvásárolható és igénybe vehető termékek és szolgáltatások árára (85. ábra). 25% véleménye alapján hatásuk a környékbeli termékek és szolgáltatások áraira nagy. 17,9% érzi úgy, hogy a turisták csak kis mértékben befolyásolták a környékbeli árakat. A kérdőívet kitöltők 12,5%-a szerint a turisták egyáltalán nincsenek hatással az árakra a környékükön.

A befolyásolás irányát tekintve azon válaszadók, aki szerint befolyásolta vagy nagy mértékben befolyásolta az árakat, 36,8%-a gondolja úgy, hogy az árak nagy mértékben növekedtek a turisták növekvő számának hatására (86. ábra). 28,9% véli úgy, hogy az árak kis mértékben növekedtek, illetve ugyanekkora arányban gondolják, hogy az árak növekedtek, a növekedés aránya nem számottevő, de nem is alacsony. Csupán 2,6% érzi úgy, hogy az árak a turisták hatására csökkentek, de ennek mértéke szintén nem túl számottevő.

### *10.7. A magán szálláshely-megosztás hatása*

A válaszadók 44,6%-a sajnos nem tudja, hogy a környezetében, szomszédságában működik-e magán szálláshely (87. ábra). 33,9% esetében pedig a lakókörnyezetben található olyan lakás, amelyet turisztikai célból adnak ki annak tulajdonosai. 21,4% esetében pedig nincs ilyen szolgáltatás a környezetükben.

A továbbiakban csupán azon kitöltők választ veszem figyelembe, ahol a válaszadó környezetében működik magán szálláshely-szolgáltatás. 37%-uk esetében a magán szálláshelyekre érkező turisták egyáltalán nem zavarják a házban lakókat (88. ábra). Ezzel szemben csupán 18,5% alapján a turisták nagy mértékben zavarják a lakókat. 14,8%-ban gyakran vannak olyan szituációk, amikor zavaró tényezőt jelentenek a turisták. 11,1% esetében csupán kis mértékben zavarják a lakókat a turisták, illetve ugyanakkora arányban szerepeltetik magukat azok a válaszadók, akiknél csak alkalmanként észlelhető valamilyen zavaró tényező.

Összesen 33 olyan válaszadót regisztráltam, akiket gyakran vagy nagy mértékben zavarják a turisták forgalma a magán szálláshelyeken. Ebből 92,9%-át a turisták által okozott zaj zavarja a legjobban (89. ábra). Hasonlóan nagy problémát jelent a lakóházakban a biztonság hiánya, hiszen nem ismerik a turistákat. A válaszadók 64,3%-a említette meg a folyamatosan jelen lévő új vendégeket, valamint a szemétmennyiség növekedését. A kérdőívet kitöltők 50%-át zavarja a lakókörnyezet gyors elkoszolódása. A hosszú távú bérlők (lakók) csökkenése azonban csupán 14,3%-ukat zavarja.

Amennyiben a válaszadó környezetében található magán szálláshely, abban az esetben az üzemeltető (vendéglátó) a kitöltők 36,4%-ánál esetenként együttműködő, de előfordulnak olyan szituációk, amikor nem tanúsítanak kooperációt (90. ábra). 22,7%-nál a vendéglátók együttműködőek, 18,20% esetében pedig teljes mértékben együttműködnek a helyi lakókkal. 9,10% véli úgy, hogy a vendéglátók egyáltalán nem működnek együtt, illetve 4,50% esetében pedig csupán csekély hajlandóságot mutatnak az együttműködésre.

Szerencsére a válaszadók 85,3%-a esetében nem volt komolyabb összetűzés a vendégekkel, (91. ábra), azonban 14,7% esetében már keveredtek komolyabb vitába turistával, aki a válaszadó környezetében vette igénybe a magán szálláshely-szolgáltatást. A leggyakrabban a zaj, hangoskodás és a szemét jelenik meg, mint a probléma oka (91%). Ami meglepő, hogy gyakran előfordult olyan eset (68%),

amikor a turistával drogfogyasztásért keveredtek szóváltásban. Kisebb mértékben (2%) fordultak elő komolyabb problémák, mint például betörés.

A válaszadók 87,9%-a még nem került komolyabb összetűzésbe a magánszálláshelyet biztosító vendéglátókkal, míg 12,1%-uk már igen (92. ábra). Ez az arány alacsonyabb, mint a vendégek esetében, aminek az egyik oka az lehet, hogy a lakók rögtön, közvetlenül a turistának jelzik a problémát és próbálnak rögtön megoldást találni a helyzetre. A lakástulajdonokkal történő összetűzések fő problémája szintén a szemetelés és a zaj (62%), de megjelenik a tulajdonos felelősségvállalásának hiánya (55%), ezzel együtt pedig negatív megjegyzésként megjelenik, hogy a tulajdonosokat kizárólag a bevételszerzés motiválja, és a magánszálláshely-megosztásának további hatásaiért felelősséget nem vállalnak.

A kérdőívet kitöltők 41,1%-a korlátozná részben a magánszálláshely-megosztást (93. ábra). Ez magában takarja például a létszám korlátozását, esetleg a maximális periódust, amelyre a lakás tulajdonosa kiadhatja rövid távon a lakását vagy szobáját. 23,2%-a komoly hangsúlyt fektetne a korlátozásokra, míg 17,8% véleménye alapján szigorú szabályokra lenne szükség a jelenlegi helyzet kordában tartására. Csupán 10,7% gondolja úgy, hogy nincs szükség korlátozásra, 7,1% szerint pedig csupán kis mértékű korlátok meghatározása szükséges.

#### *10.8. Környezeti hatások*

A kérdőívet kitöltők 32,2%-a alapján a turisták növekvő száma egyértelműen hozzájárul az utcákon felgyülemelő szemétmennyiséghez (94. ábra). 28,6% úgy gondolja, hogy a turisták nagy mértékben járulnak hozzá az egyre nagyobb szemétmennyiséghez. 25%-a véli úgy, hogy a turisták csak részben vonhatóak felelősségre a halmozódó szemétmennyiségre a város utcáin. 12,5% válasza alapján a turisták csupán kis mértékben járulnak hozzá ehhez a negatív környezeti hatáshoz, inkább a lakosok azok, akik felelősségre vonhatóak. Csupán 1,8%-a gondolja úgy, hogy a turisták egyáltalán nem járulnak hozzá az egyre gyakrabban felgyülemelő szemétnak.

A válaszadók 28,6%-a alapján a turisták tömege által utcán okozott zajok csak esetenként érintik (95. ábra). 26,8% visszajelzése alapján őket csupán kis mértékben zavarják a zajhatások. 19,6%-ukat pedig egyáltalán nem érinti a turisták által okozott zaj az utcákon. 12,5%-át a kérdőívet kitöltőknek gyakran érinti ez a

negatív, turisták által okozott hatás, míg ugyanilyen arányban vannak azok, akiket nagy mértékben érint. Abban az esetben, amennyiben az utcáról beszűrődő zaj érinti a válaszadót, többségében nagy mértékben zavarja őket a mindennapi életben (26,3%), illetve zavaró tényező, de a mindennapi életüket nem befolyásolja jelentős mértékben. 15,8% esetében pedig amennyiben érintett a zaj által, úgy ez a zaj annyira nem zavaró tényező.

A válaszadók 37,5%-át érinti esetenként a turisták által okozott zaj a vendéglátóhelyeken (96. ábra). 16,1%-át nagy mértékben érinti, azonban ugyanekkora arányban vannak azok a kitöltők, akiket csak kis mértékben érint a vendéglátóhelyeken érzékelhető zaj. 21,4%-át a kitöltőknek egyáltalán nem zavarja a tömeg által fellépő zajhatás a vendéglátóhelyeken. Amennyiben érinti a válaszadót a zajhatás a vendéglátóhelyeken, úgy őket nagy mértékben zavarja (33,3%), 16,7%-ukat pedig túl nagy, elviselhetetlen mértékben zavarja.

Budapest 6. kerületében korlátozták a vendéglátó egységek nyitva tartását. Ezzel a lépéssel a válaszadók 55,4%-a ért egyet (97. ábra), 25%-a pedig csak részben ért egyet ezzel a lépéssel. Csupán 1,8%-uk gondolja úgy, hogy nem teljesen ért egyet az önkormányzat ezen intézkedésével. Annak ellenére, hogy a válaszadók többsége egyet értett a nyitva tartás korlátozásával, mégis csupán 33,9%-a gondolja úgy, hogy teljes mértékben megoldást jelenthet a zaj csökkentésére (98. ábra), azonban 26,8% úgy véli, hogy nagy mértékben megoldást nyújt erre a problémára. 17,9% véleménye alapján a korlátozás csupán kis mértékben nyújt megoldást a zajra, míg 10,7%-a úgy gondolja, hogy egyáltalán nem nyújt megoldást.

A válaszadók 32,1%-a alapján fővárosunk levegőjének minősége közepes mértékben romlott, míg 25%-a gondolja úgy, hogy jelentős mértékben romlott a minősége (99. ábra). 16,1% visszajelzése alapján a levegő minősége kis mértékben romlott, de ez a tendencia jelenleg még nem észre vehető. 2,5% véleménye alapján a romlás kisebb mértékű, és ezt észre vették az elmúlt években. 1,8% válasza alapján a levegő minősége Budapesten egyáltalán nem romlott.

#### *10.9. Intézkedések hatékonysága*

A válaszadók 21,4%-a gondolja úgy, hogy a magán szálláshelyek működtetésének teljes megtiltása lenne az egyik legjobb megoldás a turisták tömeges áradatának (100. ábra), bár a válaszadók 23,3%-a alapján ezzel a lépéssel

nem lehet gátat szabni a turisták özönlésének. 32,1% véleménye alapján a magán szálláshelyeken fogadható vendégek számának korlátozása (mennyiségi korlát) nagy mértékben segíteni a tömeges érkezések csökkentését. 33,9% véleménye alapján Budapest imázsának megváltoztatása szintén pozitív hatással lenne a csökkenésre, az olcsóság és a szórakozás illúzióját kell más képpel felváltani a külföldi emberek fejében. Az adókkal kapcsolatban a válaszadók többsége úgy érzi, hogy ezek emelése vagy újabb adók kivetése csupán kis mértékben lenne hatással a tömegturizmus csökkentésére. A válaszadók többsége úgy gondolja, hogy a tömegközlekedési jegyárak növelése a turisták részére csupán kis mértékben vagy egyáltalán nem lenne hatással a turisták számának csökkentésében. A vendéglátó egységek nyitva tartásának korlátozásában azonban nagyobb potenciált látnak (32,1%), azonban majdnem azonos mértékben gondolják úgy, hogy ezzel a lépéssel sem lehet a turisták számát csökkenteni. A válaszadók véleménye alapján egy másik hatásos eszköz lehet a kereskedelmi szálláshelyek átlagárának növelése (28,6%), bár ebben az esetben nem tudhatjuk, hogy így hányan választják végül a magán szálláshelyeket. A turistabuszok kitiltása a belvárosból is hatásos eszköznek bizonyulhat (26,8%), de a forgalom korlátozása is elegendő lehet (25%).

## 11. Összefoglalás

A bemutatott trendek alapján látható, hogy világszerte egyre többen döntenek úgy, hogy a diszkrécionális jövedelmük egy részét utazásra költik. Ezt mi sem mutatja jobban, mint a turisztikai érkezések számának folyamatos növekedése. Olyan gyors ütemben növekszik a turisták száma a világban, hogy az előre jelzett számokat már évekkel korábban elértük.

De nem csak a világban, hanem Magyarországon, ezen belül Budapesten is megfigyelhető ez a növekedés, amelyet a kereskedelmi szálláshelyeken mért adatok is bizonyítanak: növekszik a vendégek és a vendégéjszakák száma, valamint évről évre egyre magasabb átlagárakat érnek el a kereskedelmi szálláshelyek, amely részben a turisták nagyobb költési hajlandóságát is előre vetíti.

A tömegturizmus meghatározásában még a mai napig nincs egy közös konszenzus, mondhatni ahány ház, annyi szokás, a témával foglalkozó tudósok és kutatók más-más szemszögből közelítik meg ezt a problémakört. Egyes értelmezések alapján a tömegturizmus a turisták túlzott jelenlétét írja le egy adott desztinációban, és ebből következően a termelést is csak a tömegtermelés eszközrendszerével lehet megoldani. Más értelmezések a tömegturizmus jelenségét a turisták nagy száma által okozott környezeti, gazdasági és társadalmi hatásaiban ragadja meg.

A tömegturizmust elősegítő trendek egyes elemei már megfigyelhetőek Budapesten is. A turisztikai érkezések növekedése következtében az egy négyzetkilométerre jutó turisták száma fokozatosan emelkedik, de ugyanezt a tendenciát figyelhetjük meg az egy lakosra jutó turisták számában is. A légitársaságok Budapesten kétséget kizáróan fejlődő iparág, egyre több turista érkezik repülőgéppel fővárosunkba. Továbbá a légi közlekedésben megfigyelhető a diszkont légitársaságok erőteljes jelenléte, hiszen számos desztinációból és desztinációba kizárólag ezek a társaságok indítanak járatokat. A Budapestet érintő hajós utak is egyre népszerűbbek, több és több szállodahajó érkezésér regisztrálják a budapesti kikötőkben. Megjelent a közösségi szálláshelymegosztás (magán szálláshelyek), amely szektorban a kínálati oldal nagy mértékben, folyamatosan bővül. Ezen felül mint minden nagyobb városban, Budapesten is alkalmazzák a város vezetői a turistákat csalogató reklámok és propaganda elemeit.



Mindezeket a tendenciákat elősegíti, hogy országunk egy nyitott ország, hiszen számos más országból történő beutazás esetén nincs szükség vízumra.

Annak ellenére, hogy a tömegturizmust elősegítő trendek már érezhetőek Budapesten, a főváros lakói vagy a Budapesten dolgozók még nem érzékelik a tömegturizmus negatív hatásait nagy mértékben. Bár Budapesten érezhető a turisták és a turistabuszok, valamint a szállodahajók számának növekedése, mégis a budapesti lakosok vagy a fővárosban gyakran megfordulók úgy érzik, hogy a turisták növekvő száma nincs hatással életminőségükre és életvitelükre. Azonban vannak olyan területek (például a közlekedés), ahol a hatás erőteljesebb, és egyre zavaróbb a lakosok számára. A környezeti hatásokat (a levegő minősége) azonban érezhetőbbnek ítélik meg. A lakosság véleménye alapján az egyes korlátozások nem feltétlen ugyanazt a hatást érik el, esetenként nem segíti elő a turisták tömeges áradatát a fővároson belül.

Hasonló kutatást érdemes elvégezni kizárólag Budapest belvárosában élő lakosokkal (kiszűrve ezzel a külső kerületben és a megyében élőket) és összehasonlítani Budapest teljes lakossága által alkotott képpel. Ebből leszűrhető, hogy a tömegturizmus és annak hatásai mennyire koncentrálnak a belvárosi kerületekre. Illetve érdemes az egyes elősegítő tendenciákat mélyebben, akár kerületenként is elemezni, milyen eltérő trendek figyelhetők meg. Továbbá ajánlott a kínálati oldalon felmérést készíteni, hogy ők hogyan érzékelik a turisták számának növekedését, illetve a városvezetés hogyan látja Budapest jövőjét, esetleg vannak-e akciótervek, amennyiben a turizmus egyre nagyobb méreteket ölt fővárosunkban.

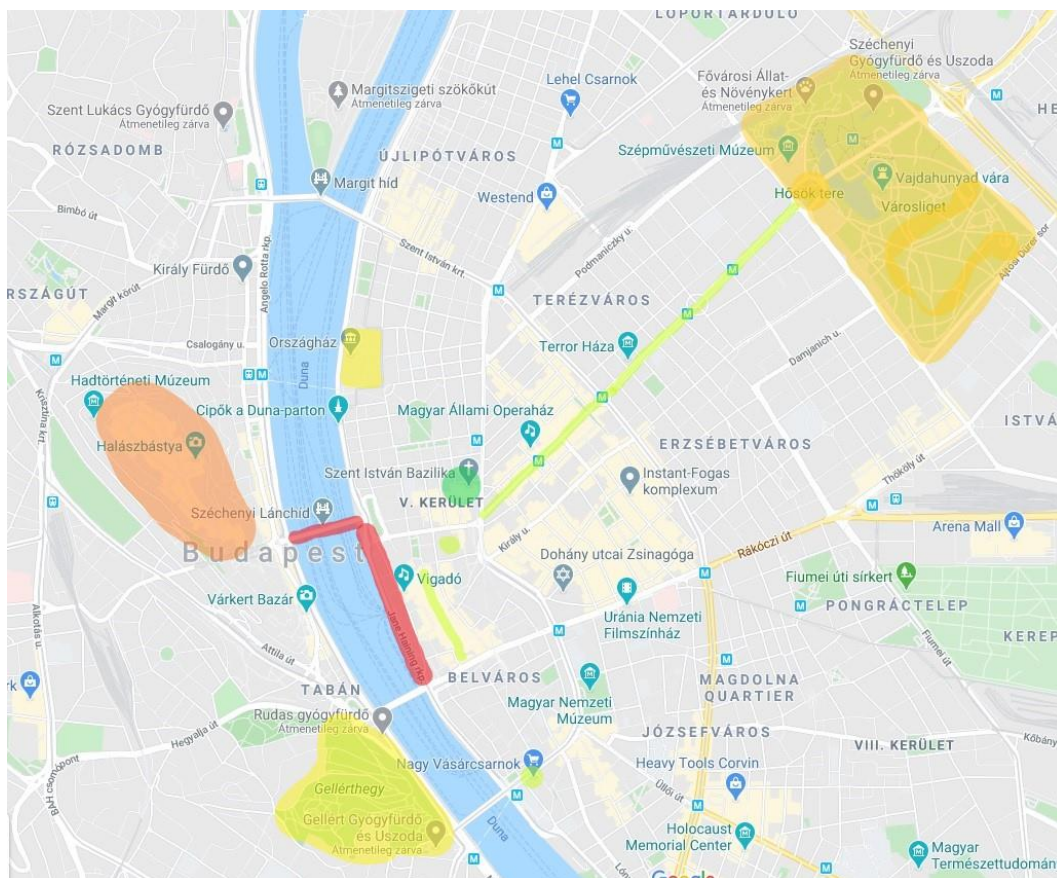
## Mellékletek

1. melléklet - Vendégérkezések alakulása területenként 2010 – 2018 között (ezer fő, kerekítve)

Vendégérkezések alakulása területenként 2010 - 2018 között (ezer fő, kerekítve)									
Régió	Év								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Világ összes</b>	<b>951400</b>	<b>995200</b>	<b>1038100</b>	<b>1088200</b>	<b>1133700</b>	<b>1195500</b>	<b>1239000</b>	<b>1328900</b>	<b>1403100</b>
<b>Európa</b>	<b>487000</b>	<b>516100</b>	<b>539700</b>	<b>566800</b>	<b>580300</b>	<b>605800</b>	<b>619300</b>	<b>674500</b>	<b>712600</b>
Észak-Európa	56600	64500	65300	67200	70800	69800	73800	78300	78400
Nyugat-Európa	154400	161500	167300	170800	174500	181500	181500	192700	203600
Középkelet-Európa	97900	103200	116700	127800	120100	123100	126900	136000	144400
Dél-Európa	178100	186900	190400	201000	214900	231400	237100	267500	286200
<b>Ázsia és Óceánia</b>	<b>208200</b>	<b>218700</b>	<b>233800</b>	<b>250000</b>	<b>264400</b>	<b>284100</b>	<b>305800</b>	<b>323100</b>	<b>342600</b>
Északkelet-Ázsia	111500	115800	122800	127000	136300	142100	154300	159500	168400
Délkelet-Ázsia	70500	77500	84700	94500	97300	104200	110800	120400	129300
Óceánia	11500	11700	11900	12500	13200	14300	15600	16600	17000
Dél-Ázsia	14700	13700	14400	16000	17600	23500	25100	26600	27900
<b>Amerika</b>	<b>150400</b>	<b>156000</b>	<b>162600</b>	<b>167600</b>	<b>181800</b>	<b>194000</b>	<b>200700</b>	<b>211100</b>	<b>217200</b>
Észak-Amerika	99500	102100	106400	110200	120900	127800	130900	137000	142800
Karib-térség	19500	20100	20600	21100	22200	24100	25200	26000	25400
Közép-Amerika	7800	8300	8900	9100	9600	10200	10700	11100	10900
Dél-Amerika	23600	25500	26700	27200	29100	31900	33900	37000	38100
<b>Afrika</b>	<b>50400</b>	<b>49700</b>	<b>52200</b>	<b>54700</b>	<b>54800</b>	<b>53500</b>	<b>57600</b>	<b>62600</b>	<b>67100</b>
Észak-Afrika	19700	17100	18500	20700	20400	18000	18900	21700	23900
Szubszaharai térség	30700	32600	33700	34000	34400	35500	38700	40900	43200
<b>Közel-Kelet</b>	<b>55400</b>	<b>54700</b>	<b>49800</b>	<b>49100</b>	<b>52400</b>	<b>58100</b>	<b>55600</b>	<b>57600</b>	<b>63600</b>

Forrás: UNWTO

## 2. melléklet – Legkeresettebb budapesti nevezetességek az Instagram bejelentkezések alapján



Bejelentkezések száma:

9887	-	17750	-	40889	-	140219	-	340758	-	461622
------	---	-------	---	-------	---	--------	---	--------	---	--------

Forrás: Instagram és Google Maps alapján saját szerkesztés

Dátum: 2020. 04. 18.

3. melléklet – A kutatáshoz elkészített kérdőív

**A tömegturizmus jelenségének vizsgálata Budapesten**

*Kedves Kitöltő!*

*Horváth Dániel vagyok, a Budapesti Gazdasági Egyetem mester szakos hallgatója Turizmusmenedzsment szakon. Kérem, hogy az alábbi kérdések megválaszolásával segítse szakdolgozatomat, amelynek keretében a tömegturizmus jelenségét, annak hatásait vizsgálom Budapesten.*

*Kérem, hogy a jelenlegi járványhelyzettől tekintsenek el.*

*A kérdőív kitöltése teljesen anonim, adatai semmilyen módon nem kerülnek tárolásra vagy megjelenítésre.*

*Köszönöm segítségét!*

*Horváth Dániel*

**1) Az Ön neme:**  Nő  Férfi

**2) Az Ön életkora:**

- 18 – 25 év  51 – 60 év  
 26 – 30 év  61 – 70 év  
 31 – 40 év  71 év vagy afelett  
 41 – 50 év

**3) Az Ön családi állapota:**

- Hajadon/nőtlen  Házas  Elvált  Özvegy

**4) Egy háztartásban élők száma:**

- 1 fő  2 – 3 fő  4 – 5 fő  6 fő vagy több

**5) Az Ön lakhelye:**

- Budapest  Pest megye  Pest megyén kívül

**6) Amennyiben Budapesten lakik, Ön mióta él a fővárosban?**

- 1 évnél kevesebb  9 – 10 év  
 1 – 2 év  11 év vagy több  
 3 – 4 év  Budapesten születtem  
 5 – 6 év  Nem Budapesten lakom  
 7 – 8 év

**7) Munkavégzés helye:**

- Budapest (kerületi bontás)       Pest megye       Pest megyén kívül

**8) Milyen gyakran jár Budapesten?**

- Budapesten lakom       Havonta egyszer  
 Naponta       Félévente többször  
 Hetente többször       Félévente egyszer  
 Hetente egyszer       Évente többször  
 Havonta többször       Évente egyszer

**9) Ön szerint milyen Budapest imázsa a külföldiek fejében?**

**10) Milyen gondolatok merülnek fel Önben az alábbi kép láttán? *Elegendő kulcsszavak megadása!***



**11) Véleménye alapján a városban mekkora mértékben növekedett a turisták száma az elmúlt 2-3 évhez képest?**

Nem növekedett	Elhanyagolható mértékben növekedett	Kis mértékben növekedett	Érezhetően növekedett	Nagy mértékben növekedett	Túl nagy mértékben növekedett
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**12) Véleménye alapján a turisták megnövekedett száma milyen mértékben járul hozzá az alábbiakhoz?**

	Egyáltalán nem járul hozzá (1)	Elhanyagolható mértékben hozzájárul (2)	Kis mértékben hozzájárul (3)	Érezhetően hozzájárul (4)	Nagy mértékben hozzájárul (5)
Zsúfolt tömegközlekedés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Közlekedési dugók	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Levegőszennyezés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zsúfolt vendéglátóegységek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zsúfolt utcák, terek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Szemétmennyiség felhalmozódása	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koszos utcák	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zajos utcák	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zajos lakóházak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ingatlanárak emelkedése	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Külső környezetbe költözés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Környéken található szolgáltatások árainak emelkedése	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**13) Az Ön környezetében az alábbi hatások mennyire tapasztalhatóak a megnövekedett turisták száma miatt?**

	Egyáltalán nem tapasztalható	Elhanyagolható mértékben tapasztalható	Érezhetően tapasztalható	Gyakran tapasztalható	Nagy mértékben tapasztalható
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Zsúfolt tömegközlekedés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Közlekedési dugók	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Levegőszennyezés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zsúfolt vendéglátóegységek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zsúfolt utcák, terek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Szemétmennyiség felhalmozódása	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koszorú utcák	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zajos utcák	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zajos lakóházak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ingatlanárak emelkedése	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Külső környezetbe költözés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Környéken található szolgáltatások árainak emelkedése	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**14) Budapesten belül milyen közlekedési eszközt vesz igénybe?**

- Saját gépkocsi
  Gyalog  
 Helyi tömegközlekedés
  Egyéb  
 Kerékpár

**15) A turisták megnövekedett száma Önt mennyire akadályozza a közlekedésben (bármelyi közlekedési mód esetén)?**

Egyáltalán nem akadályoz	Nagyon kis mértékben akadályoz	Kis mértékben akadályoz	Akadályoz	Gyakran akadályoz	Nagy mértékben akadályoz
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**16) Amennyiben az előző kérdésre 4 vagy annál több pontot adott, milyen gondot okozott Önnek a turisták nagy száma a közlekedésben?**

**17) Az Ön tapasztalatai alapján mennyire növekedett meg a turistabuszok száma Budapest utcáin az elmúlt 2-3 évhez képest?**

Nem növekedett	Nagyon kis mértékben növekedett	Kis mértékben növekedett	Láthatóan növekedett	Nagy mértékben növekedett	Túl nagy mértékben növekedett
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**18) Véleménye szerint mennyire változott Budapesten a szállodahajók forgalma a Dunán az elmúlt 2-3 évhez képest?**

Nagy mértékben csökkent	Csökkent	Kis mértékben csökkent	Kis mértékben növekedett	Növekedett	Nagy mértékben növekedett
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**19) A turisták megnövekedett száma volt-e hatással az Ön életvitelére?**

Egyáltalán nincs hatással	Viszonylag kis hatással van	Kis hatással van	Hatással van	Viszonylag nagy hatással van	Nagy hatással volt
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**20) A turisták száma milyen mértékben járult hozzá az Ön életminőségéhez?**

Nagy mértékben rontotta	Rontotta	Kis mértékben rontotta	Kis mértékben javította	Javította	Nagy mértékben javította
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



**21) A turisták jelenléte milyen mértékben befolyásolta a környéken található szolgáltatások árait (boltok, vendéglátó egységek, éttermek stb.)?**

Egyáltalán nem befolyásolta (1)	Kis mértékben befolyásolta (2)	Befolyásolta (3)	Jelentősebb mértékben befolyásolta (4)	Nagy mértékben befolyásolta (5)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**22) Amennyiben az előző kérdésre 4 vagy annál több pontot adott, milyen irányban befolyásolta az árakat a turisták jelenléte?**

Nagy mértékben csökkent (1)	Csökkent (2)	Kis mértékben csökkent (3)	Kis mértékben növekedett (4)	Növekedett (5)	Nagy mértékben növekedett (6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**23) Az Ön lakókörnyezetében található közösségi szálláshelymegosztás (ún. Airbnb)?**

Igen       Nem       Nem tudom

**24) Amennyiben az előző kérdésre igennel válaszolt, Önt mennyire zavarják a lakókörnyezetében található, közösségi szálláshelyen megforduló turisták?**

Egyáltalán nem zavarnak (1)	Kis mértékben zavarják (2)	Alkalmanként zavarják (3)	Zavarják (4)	Gyakrabban zavarják (5)	Nagy mértékben zavarnak (6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**25) Amennyiben az előző kérdésre 4 vagy annál több pontot adott, az alábbiak közül mely zavaró tényezők vannak hatással Önre és lakókörnyezetére?**

<input type="checkbox"/> Zaj	<input type="checkbox"/> Biztonság hiánya
<input type="checkbox"/> Folyamatosan megjelenő új vendégek elkoszolóódása	<input type="checkbox"/> Lakókörnyezet gyors
<input type="checkbox"/> Hosszú távú bérlők (lakók) csökkenése növekedése	<input type="checkbox"/> Szemétmennyiség

**26) Amennyiben lakókörnyezetében előfordul közösségi szálláshelymegosztás, a lakás tulajdonosa mennyire együttműködő a lakóközösséggel (például a vendéggel felmerülő problémák esetében)?**

Egyáltalán nem együttműködő	Kis mértékben együttműködő	Esetenként együttműködő	Együttműködő	Gyakran együttműködő	Teljes mértékben együttműködő
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**27) Volt-e komolyabb összetűzése a közösségi szálláshelyen megszálló vendégekkel?**

Igen       Nem

**28) Ha az előző kérdésre igennel válaszolt, mi volt a probléma oka?**

**29) Volt-e komolyabb összetűzése a közösségi szálláshelyet biztosító lakástulajdonossal?**

Igen       Nem

**30) Ha az előző kérdésre igennel válaszolt, mi volt a probléma oka?**

**31) Ön mennyire korlátozná a közösségi szálláshelyek biztosítását?**

Egyáltalán nem korlátoznám	Kis mértékben korlátozná	Részben korlátozná	Nagyobb részt korlátozná	Nagy mértékben korlátoznám
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**32) Ön szerint a turisták mennyire járulnak hozzá az utcákon felgyülemelő szemétmennyiséghez, a koszos utcákhoz?**

Egyáltalán nem járul hozzá	Kis mértékben járul hozzá	Részben hozzájárul	Nagy mértékben járul hozzá	Teljes mértékben hozzájárul
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**33) Önt mennyire érinti a turisták által okozott zaj az utcákon?**

Egyáltalán nem érint	Kis mértékben érint	Esetenként érint	Gyakran érint	Nagy mértékben érint
(1)	(2)	(3)	(4)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**34) Amennyiben az előző kérdésre 4 vagy annál több pontot adott, Önt mennyire zavarja a turisták által okozott zaj az utcákon?**

Egyáltalán nem zavar	Nagyon ritkán zavar	Kis mértékben zavar	Esetenként zavar	Gyakran zavar	Nagy mértékben zavar
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**35) Önt mennyire érinti a turisták által okozott zaj a vendéglátó egységekben?**

Egyáltalán nem érint	Kis mértékben érint	Esetenként érint	Gyakran érint	Nagy mértékben érint
(1)	(2)	(3)	(4)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**36) Amennyiben az előző kérdésre 4 vagy annál több pontot adott, Önt mennyire zavarja a turisták által okozott zaj a vendéglátó egységekben?**

Egyáltalán nem zavar	Nagyon ritkán zavar	Kis mértékben zavar	Esetenként zavar	Gyakran zavar	Nagy mértékben zavar
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**37) Egyes kerület önkormányzatai korlátozták a vendéglátó egységek nyitva tartását. Ön ezzel a lépéssel mennyiben ért egyet?**

Egyáltalán nem ért egyed	Nem teljesen ért egyet	Egyet ért	Részben egyed ért	Teljes mértékben egyed ért
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**38) A kerületi önkormányzatok által bevezetett nyitva tartási korlátozás Ön szerint mennyiben oldja meg a kialakult helyzetet (például a zaj)?**

Egyáltalán nem oldja meg	Részben nem nyújt megoldást	Kis mértékben nyújt megoldást	Nagy mértékben megoldást nyújt	Teljes mértékben megoldja
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**39) Ön szerint mennyire romlott Budapesten a levegő minősége az elmúlt 2-3 évhez képest?**

Egyáltalán nem romlott	Kis mértékben romlott	Némileg romlott	Romlott	Érezhetően romlott	Nagy mértékben romlott
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**40) Ön szerint az alábbi intézkedések mennyiben járulnak hozzá a turisták számának csökkenéséhez és a problémák kezeléséhez?**

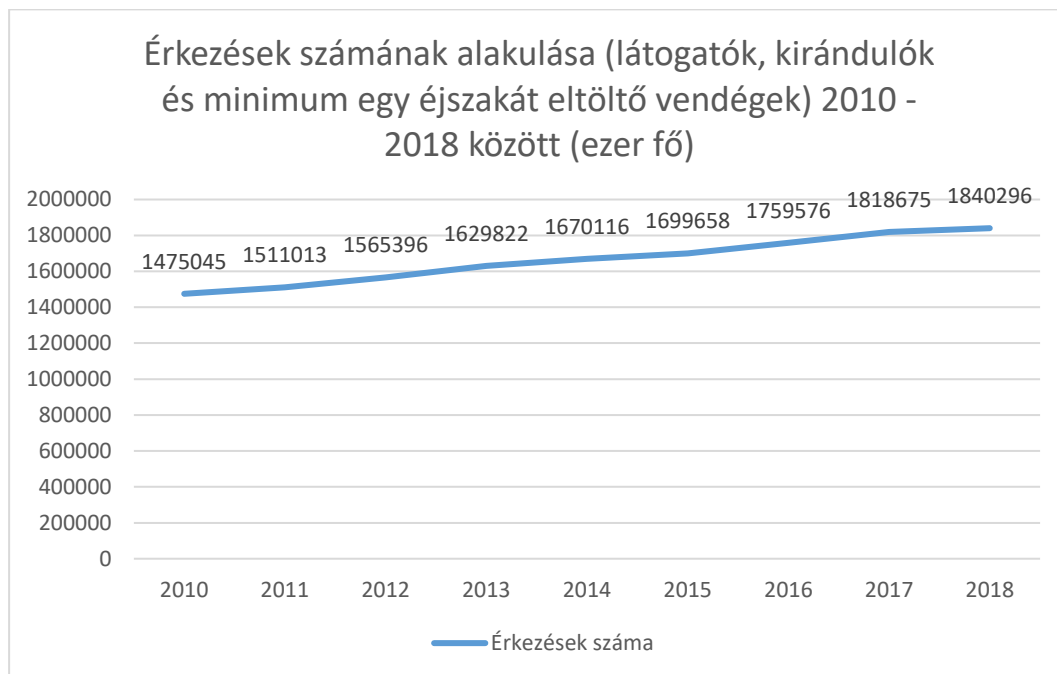
	Egyáltalán nem oldja meg (1)	Részben nem nyújt megoldást (2)	Kis mértékben nyújt megoldást (3)	Nagy mértékben megoldást nyújt (4)	Teljes mértékben megoldja (5)
Turistabusz forgalmának korlátozása a belvárosban	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turistabuszok kitiltása a belvárosból	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Közösségi szálláshelyen egy időszakban fogadható vendégek számának korlátozása	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Közösségi szálláshely működési időtartamának korlátozása	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Közösségi szálláshely működtetésének megtiltása	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kereskedelmi szállás (például szállodák, panziók, stb.) átlagárainak emelése	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Idegenforgalmi adó emelése	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
További helyi, turisták által fizetendő adó kivetése	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendéglátó egységen nyitva tartásának korlátozása	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hajóforgalom korlátozása a Dunán	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Budapest imázsának megváltoztatása	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Magasabb jegyárak a tömegközlekedési eszközökön	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Köszönöm segítségüket!

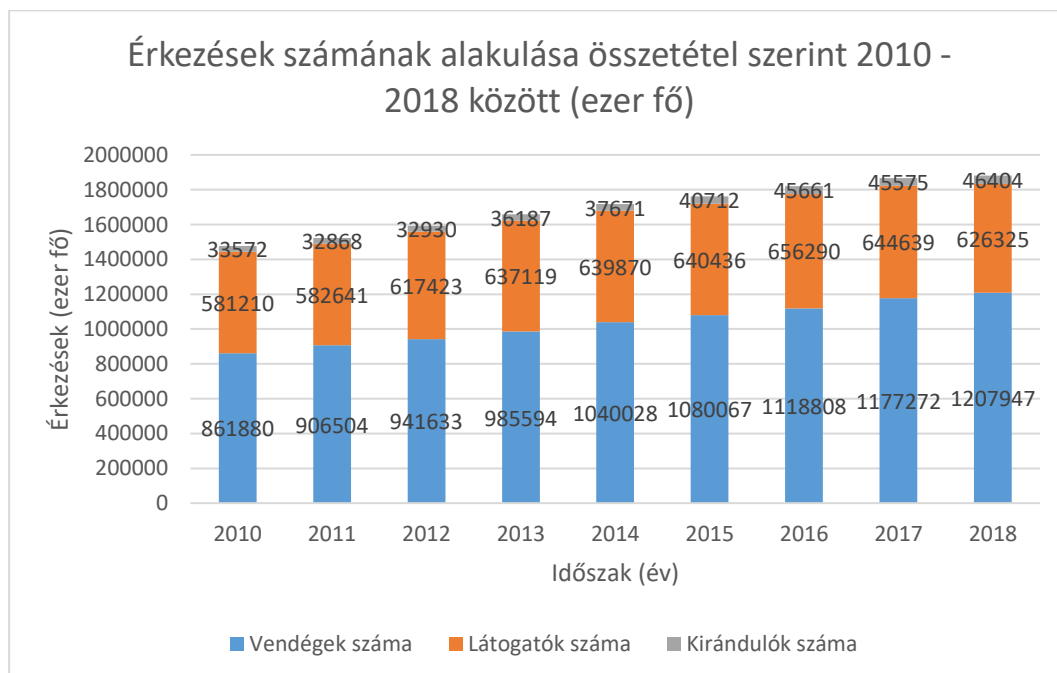
## Ábrák

1. ábra - Érkezések számának alakulása (látogatók, kirándulók és minimum egy éjszakát eltöltő vendégek) 2010 – 2018 között (ezer fő)



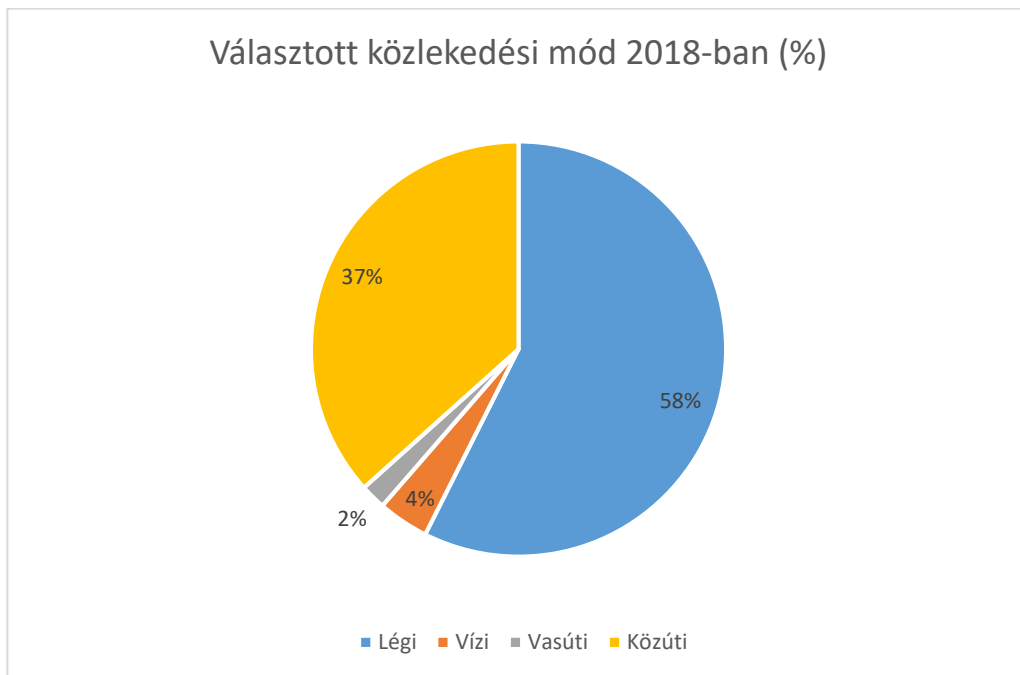
Forrás: UNWTO

2. ábra - Érkezések számának alakulása összetétel szerint 2010 – 2018 között (ezer fő)



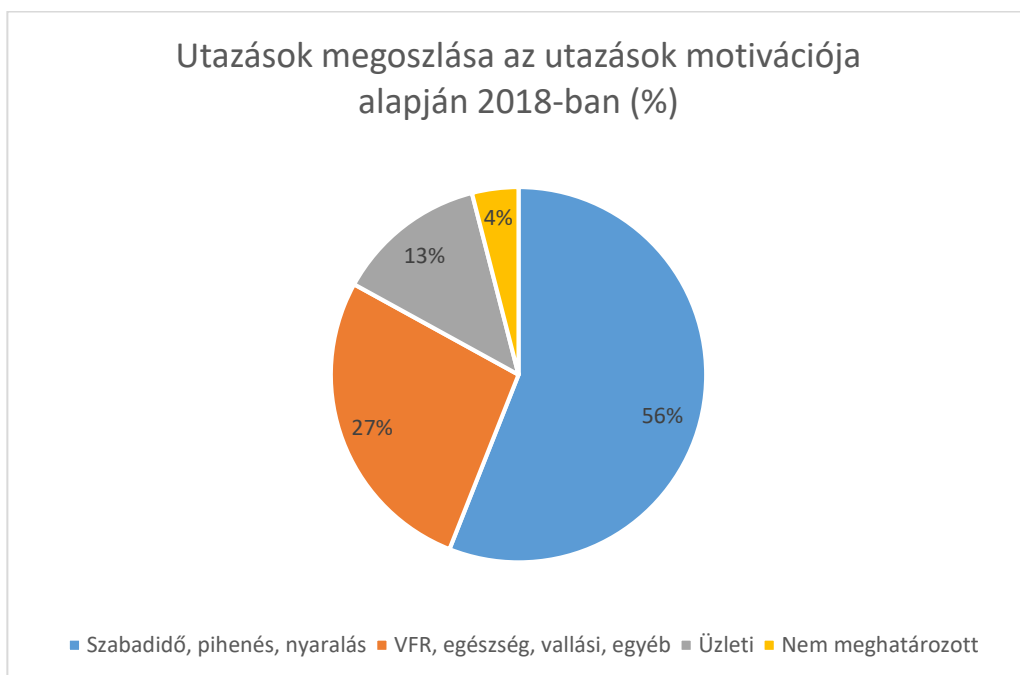
Forrás: UNWTO

3. ábra - Választott közlekedési mód 2018-ban (%)



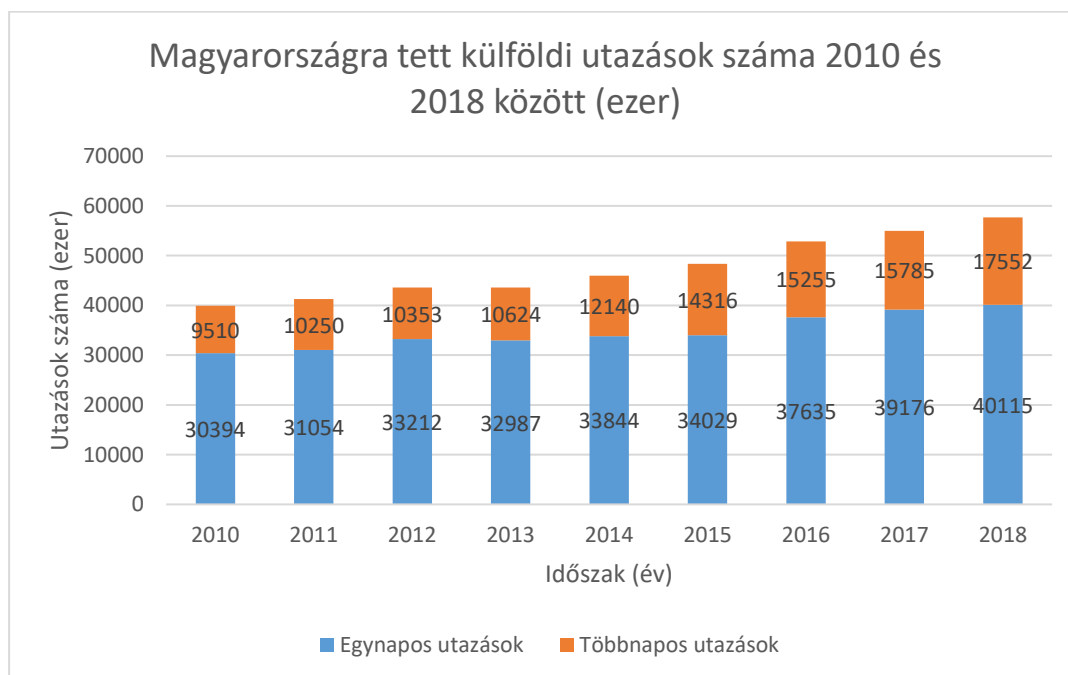
Forrás: UNWTO

4. ábra - Utazások megoszlása az utazás motivációja alapján 2018-ban (%)



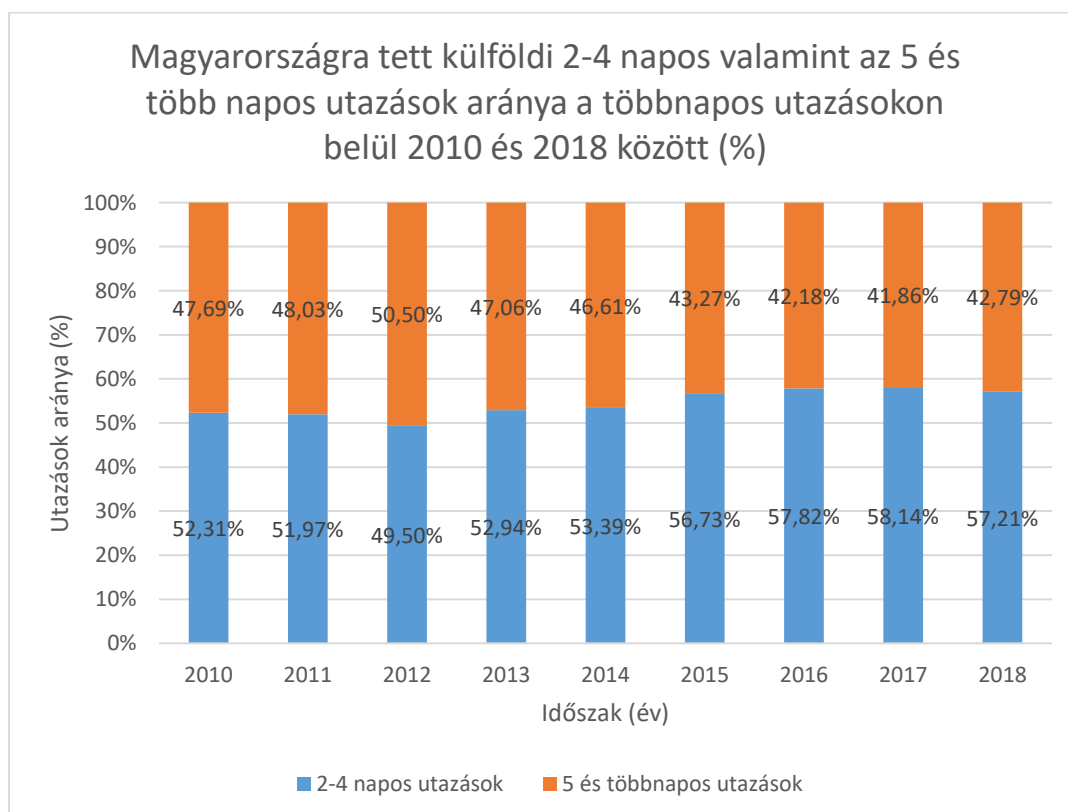
Forrás: UNWTO

5. ábra - Magyarországra tett külföldi utazások száma 2010 és 2018 között (ezer)



Forrás: KSH

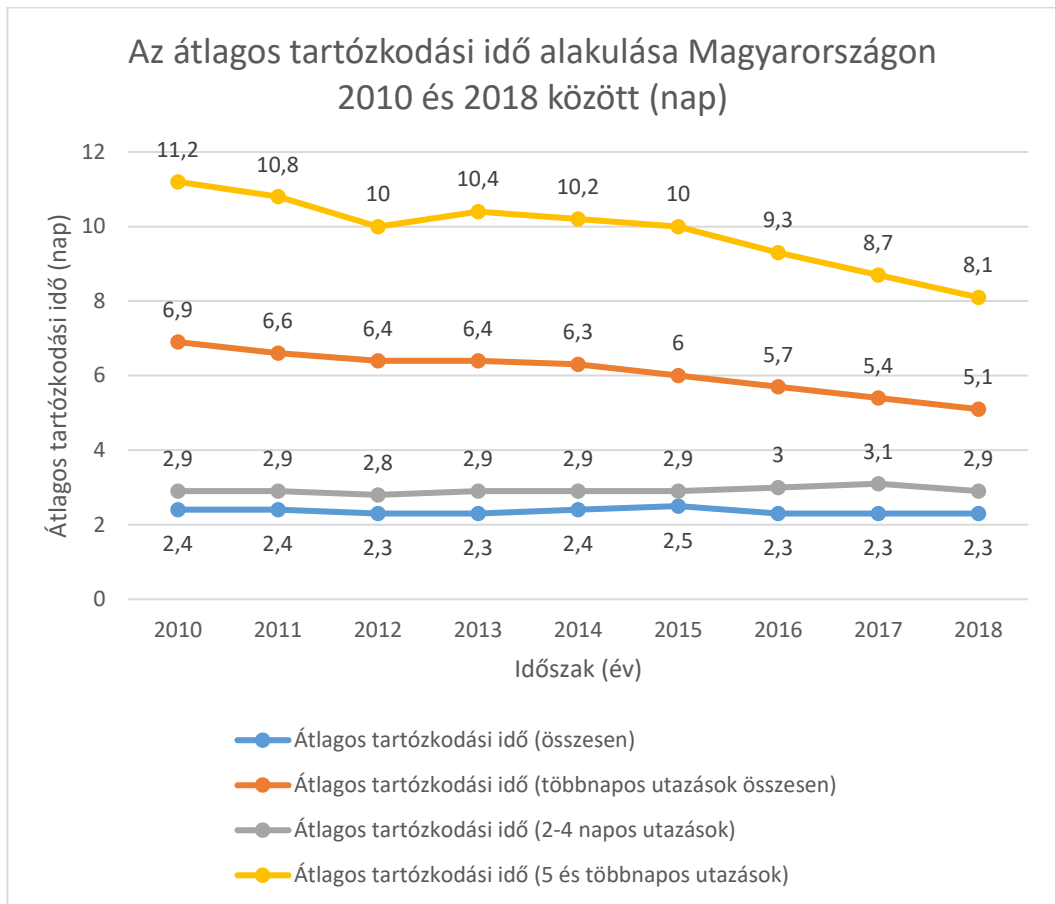
6. ábra - Magyarországra tett külföldi 2-4 napos valamint az 5 és több napos utazások aránya a többnapos utazásokon belül 2010 és 2018 között (%)



Forrás: KSH

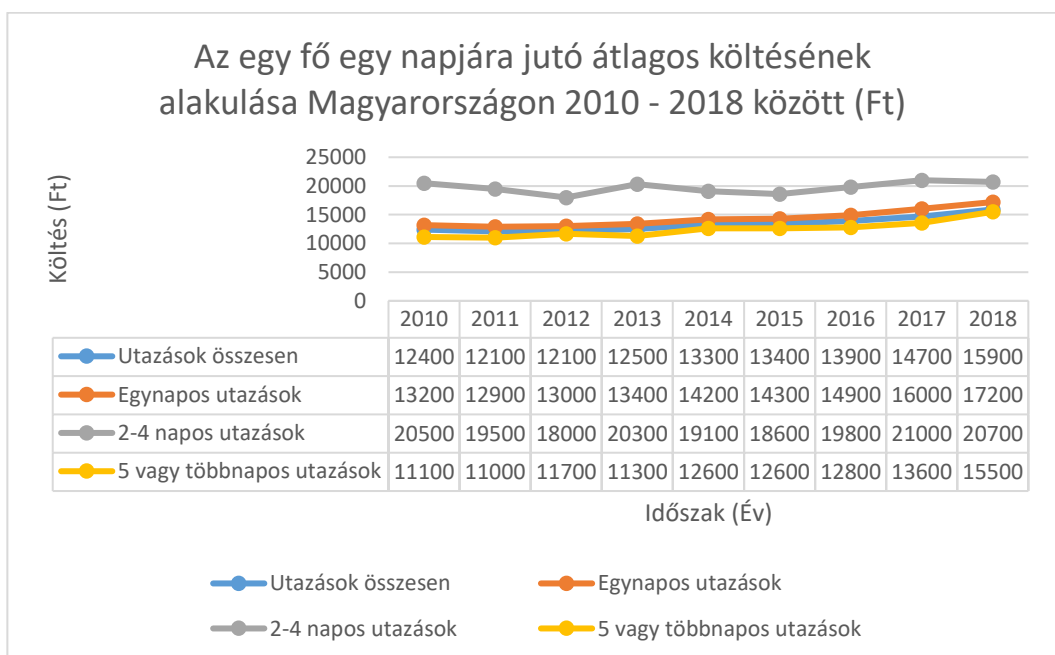


7. ábra - Az átlagos tartózkodási idő alakulása Magyarországon 2010 és 2018 között (nap)



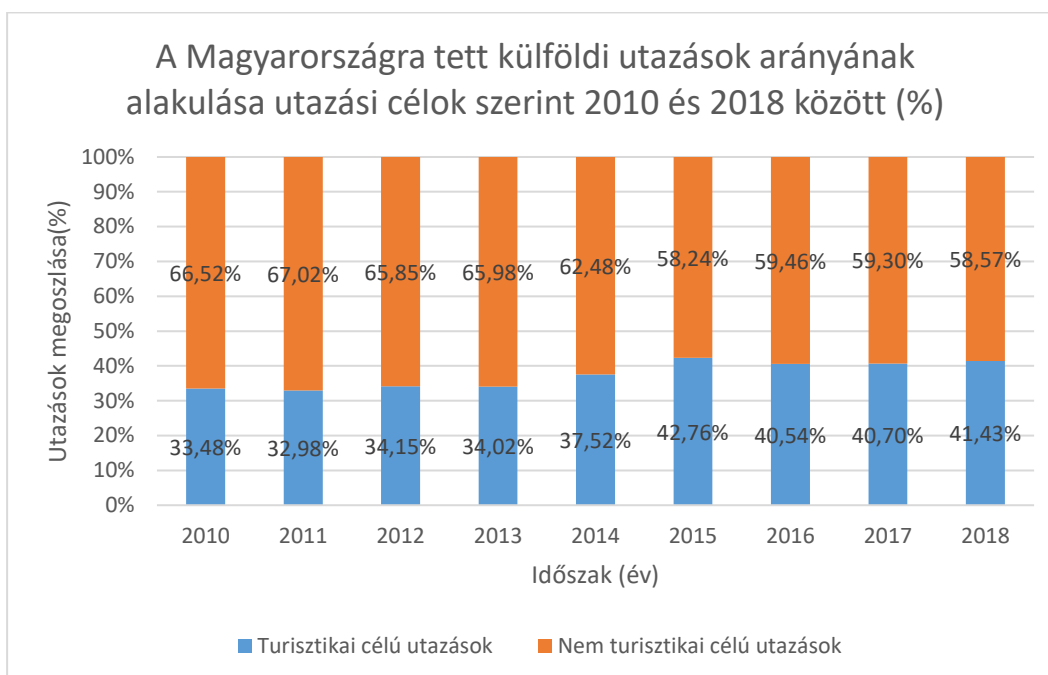
Forrás: KSH

8. ábra - Az egy fő egy napjára jutó átlagos költségének alakulása Magyarországon 2010 – 2018 között (Ft)



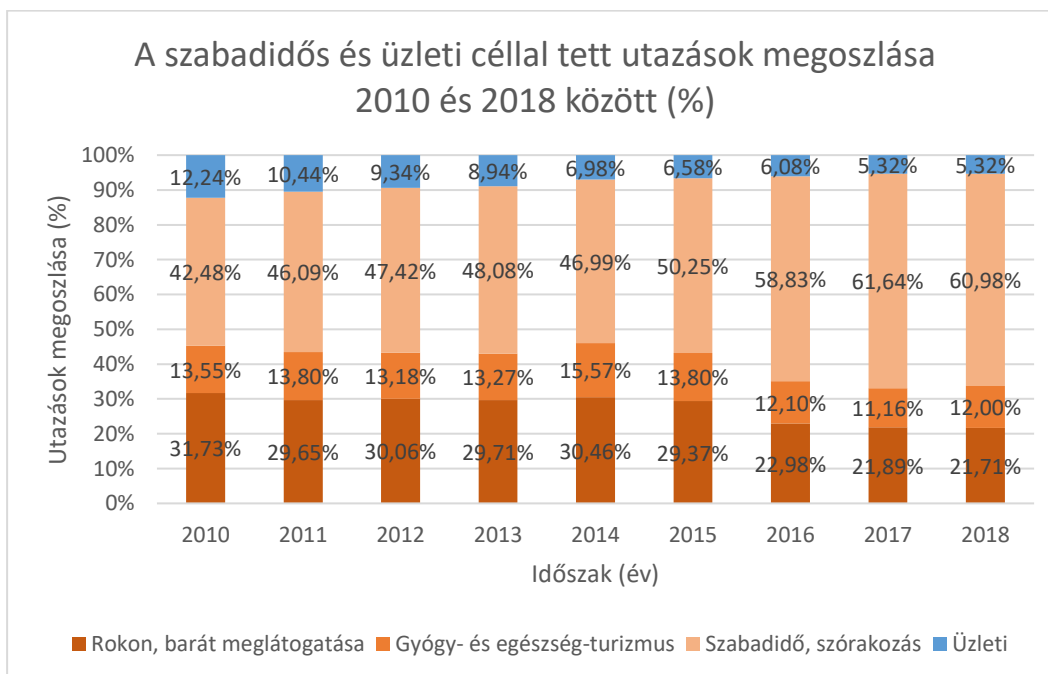
Forrás: KSH

9. ábra - A Magyarországra tett külföldi utazások alakulása utazási célok szerint 2010 és 2018 között (%)



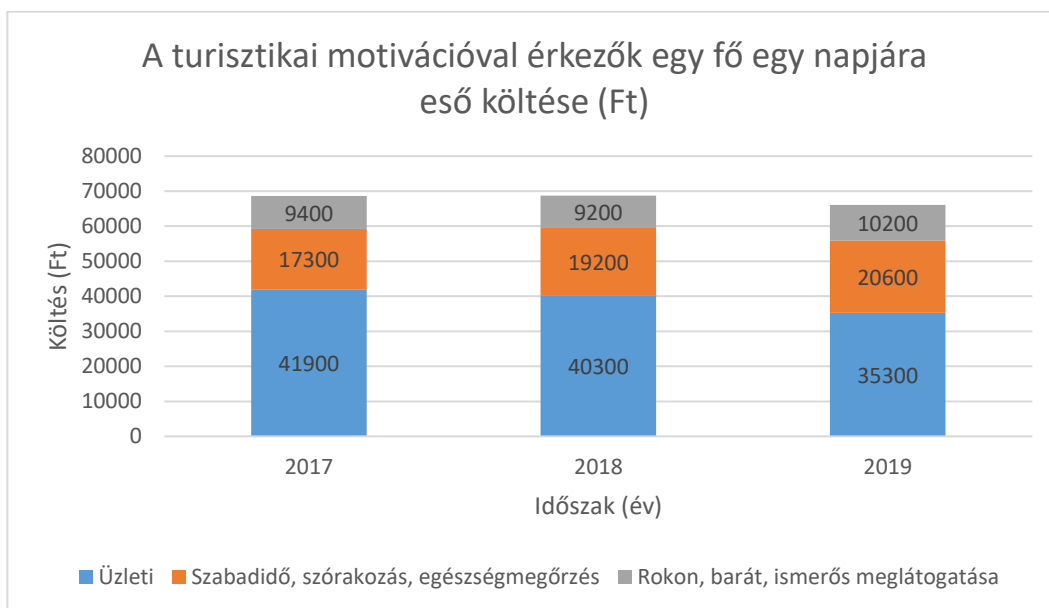
Forrás: KSH

10. ábra - A szabadidős és üzleti céllal tett utazások megoszlása 2010 és 2018 között (%)



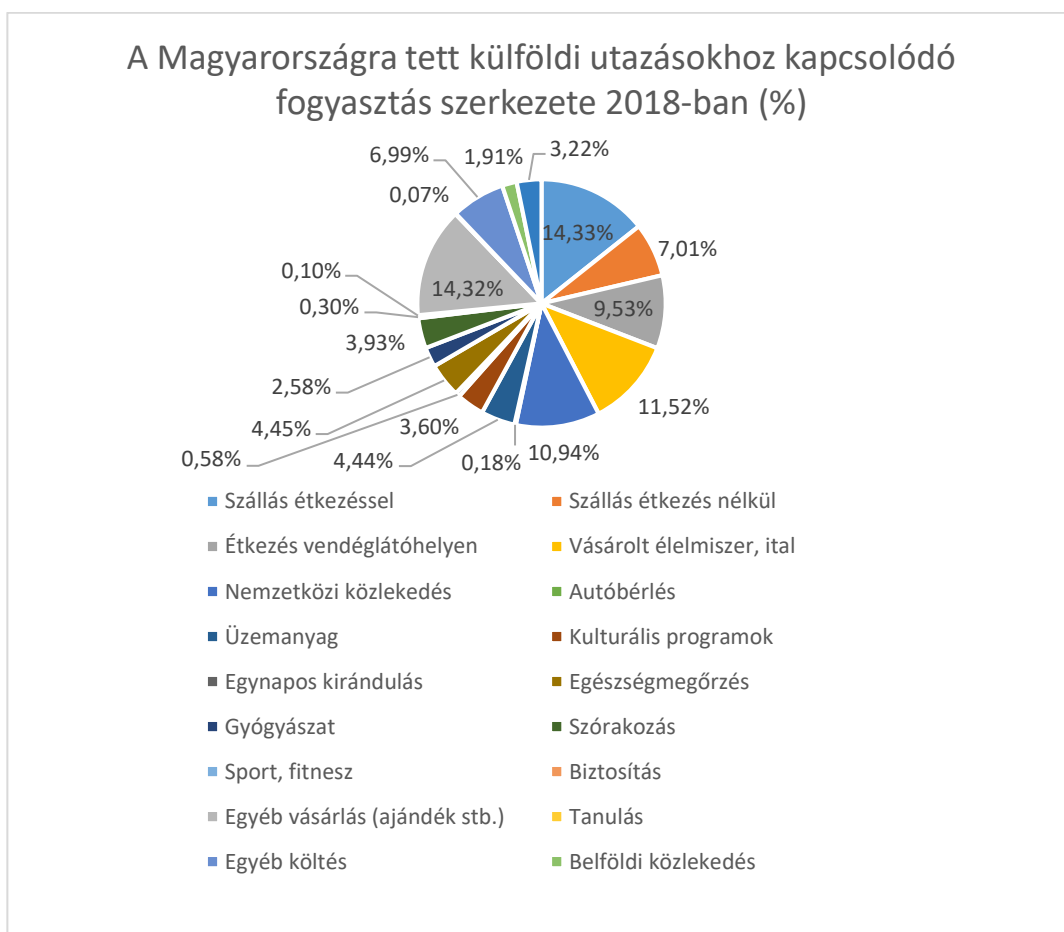
Forrás: KSH

11. ábra - A turisztikai motivációval érkezők egy fő egy napjára eső költsége (Ft)



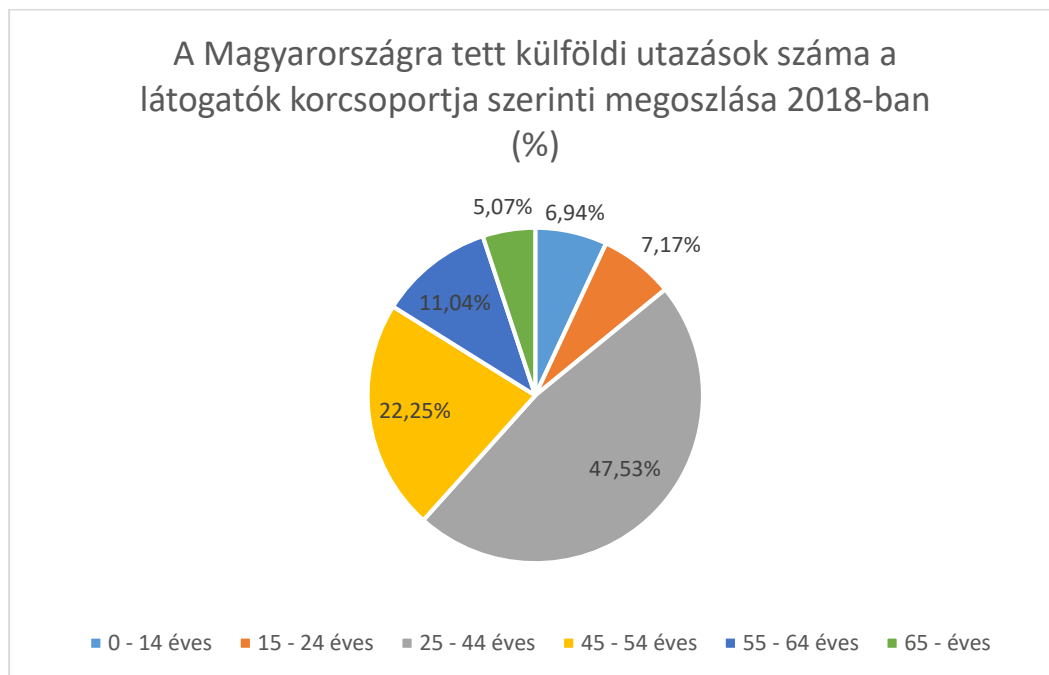
Forrás: KSH

12. ábra - A Magyarországra tett külföldi utazásokhoz kapcsolódó fogyasztási szerkezete 2018-ban (%)



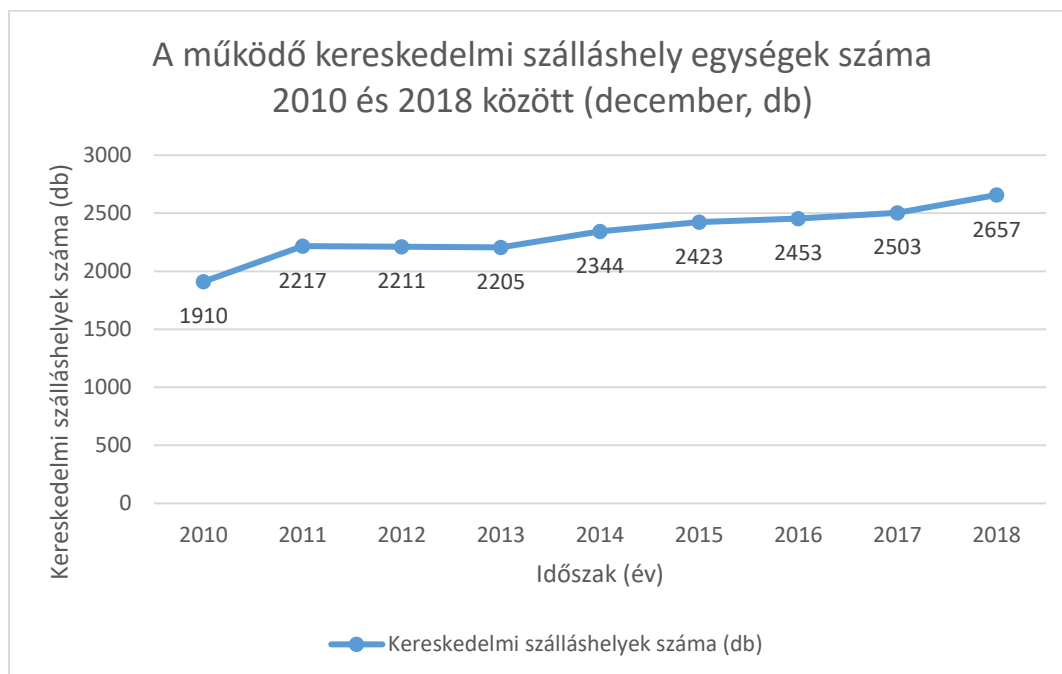
Forrás: KSH

13. ábra - A Magyarországra tett külföldi utazások száma a látogatók korcsoportja szerinti megoszlása 2018-ban (%)



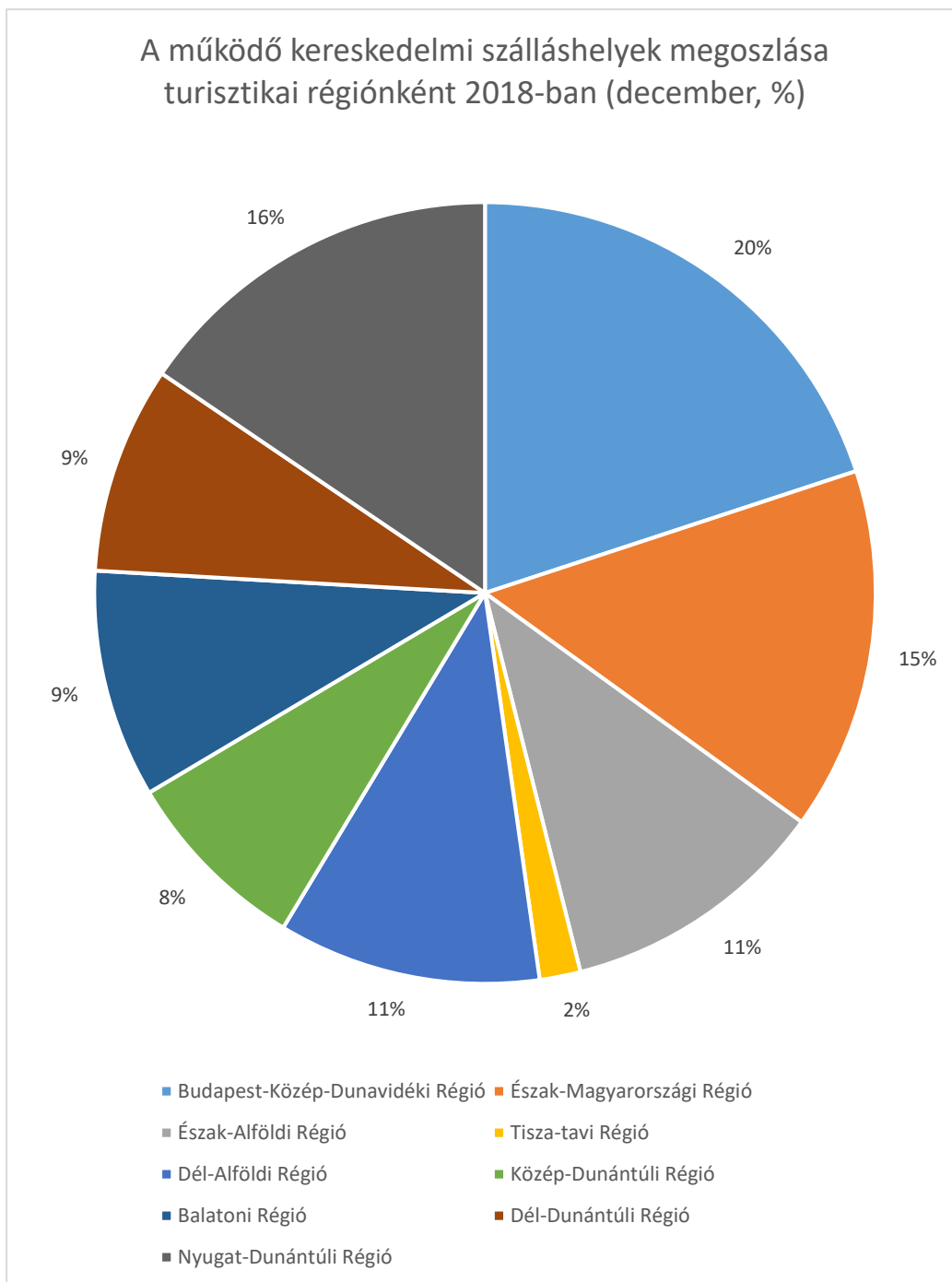
Forrás: KSH

14. ábra - A működő kereskedelmi szálláshely egységek száma 2010 és 2018 között (december, db)



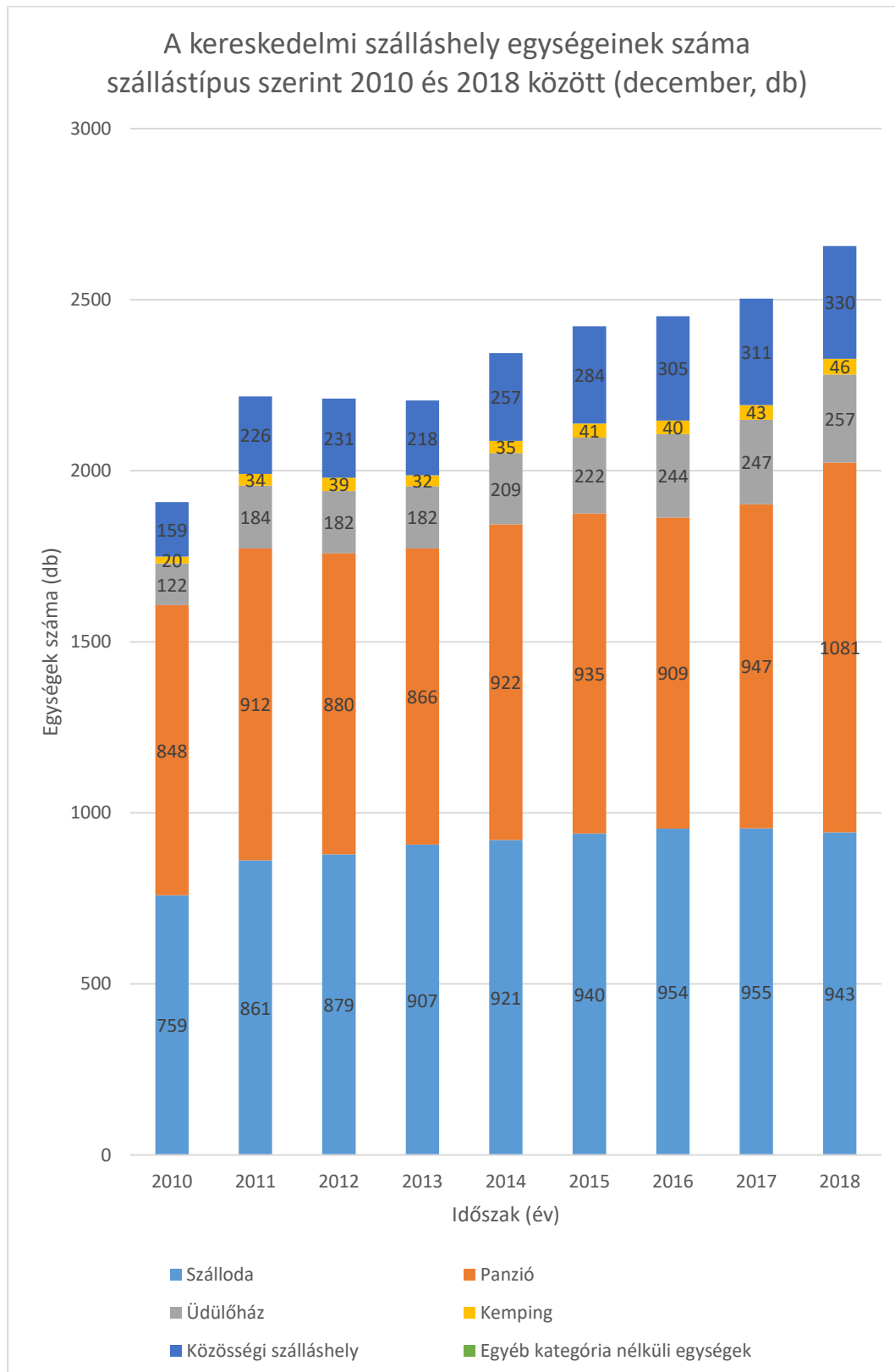
Forrás: KSH

15. ábra - A működő kereskedelmi szálláshelyek megoszlása turisztikai régiók szerint 2018-ban (december, %)



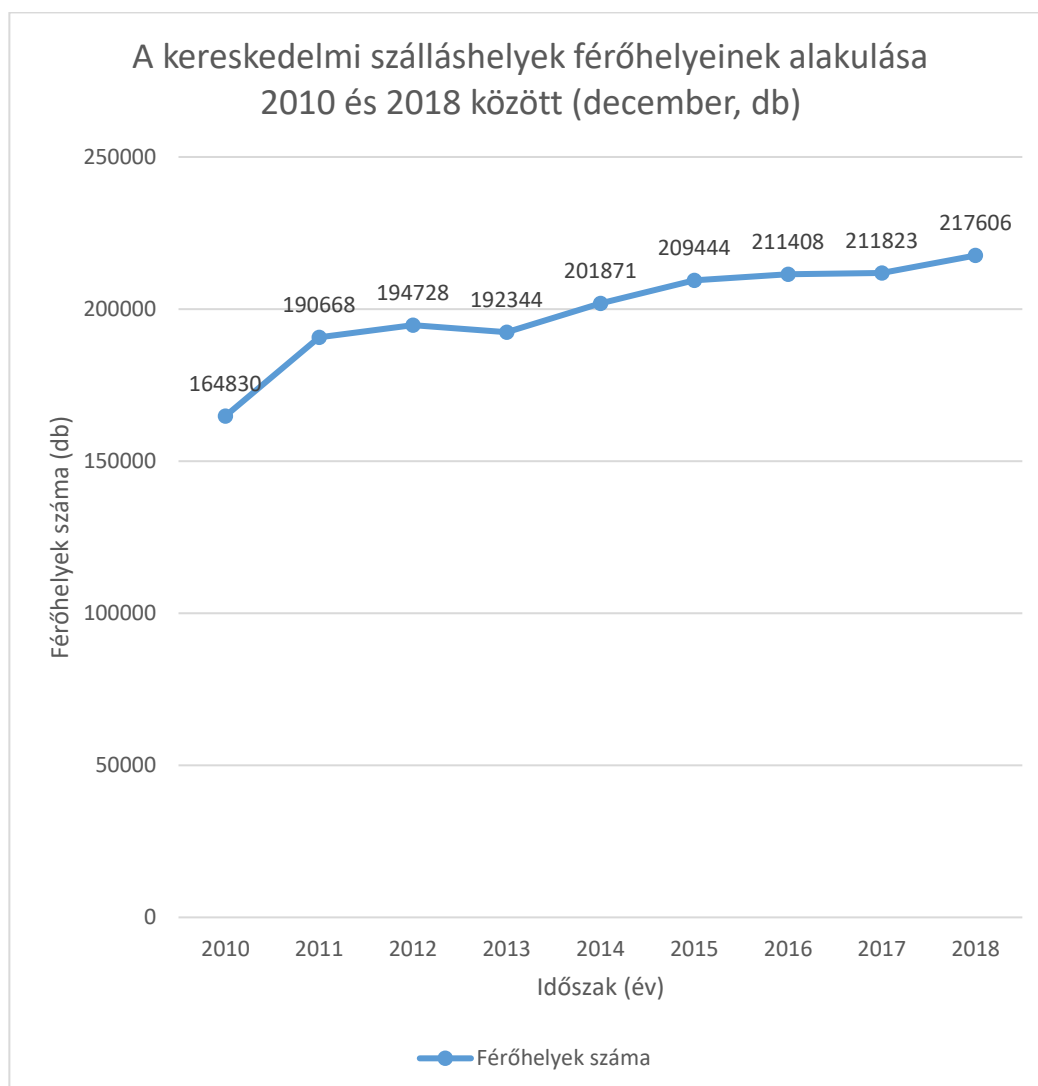
Forrás: KSH

16. ábra - A kereskedelmi szálláshely egységeinek száma szállástípus szerint 2010 és 2018 között (december, db)



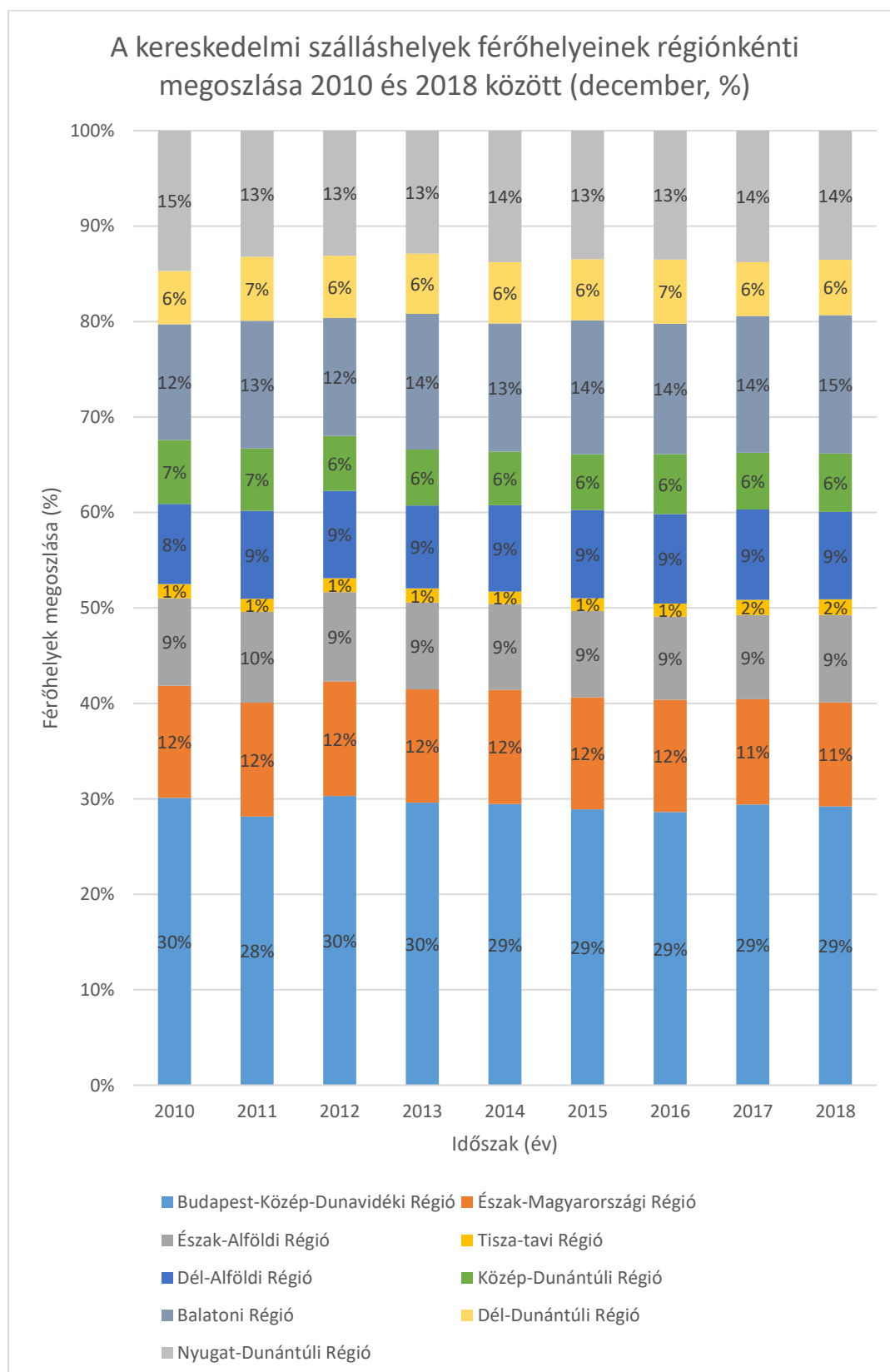
Forrás: KSH

17. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek alakulása 2010 és 2018 között (december, db)



Forrás: KSH

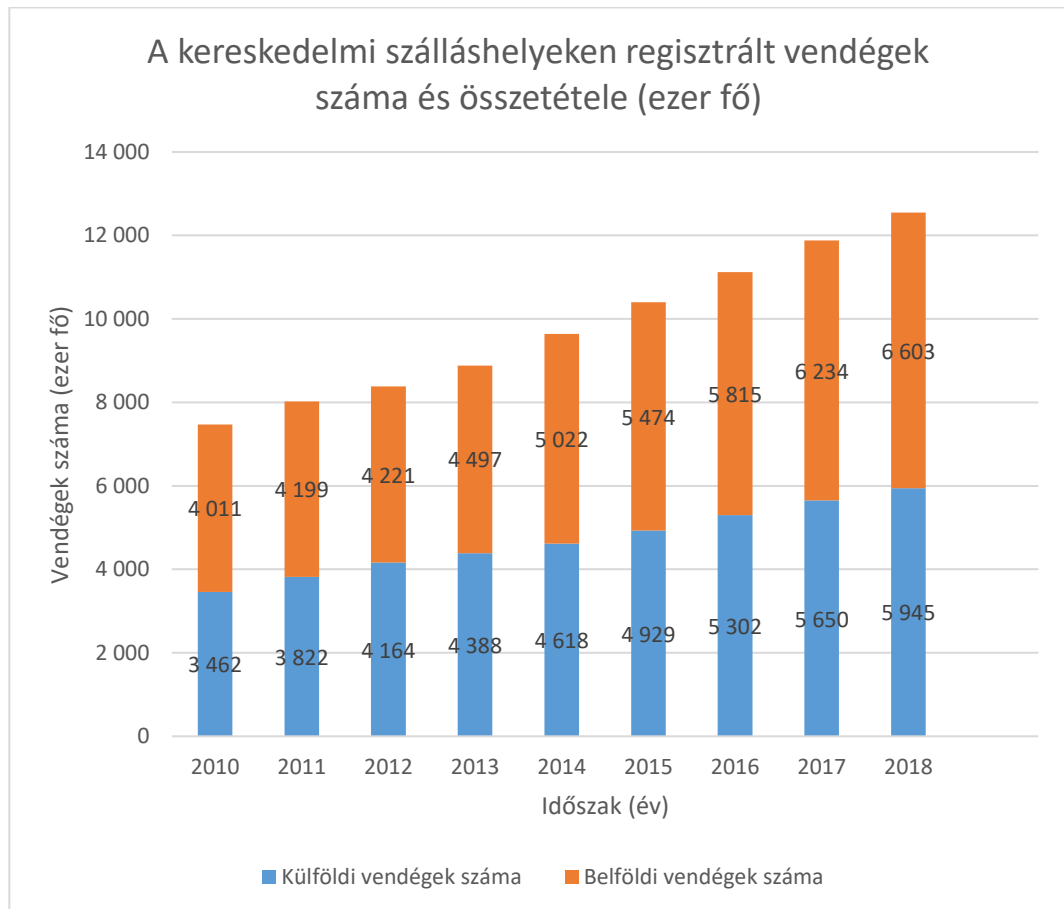
18. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek régiónkénti megoszlása 2010 és 2018 között (december, %)



Forrás: KSH

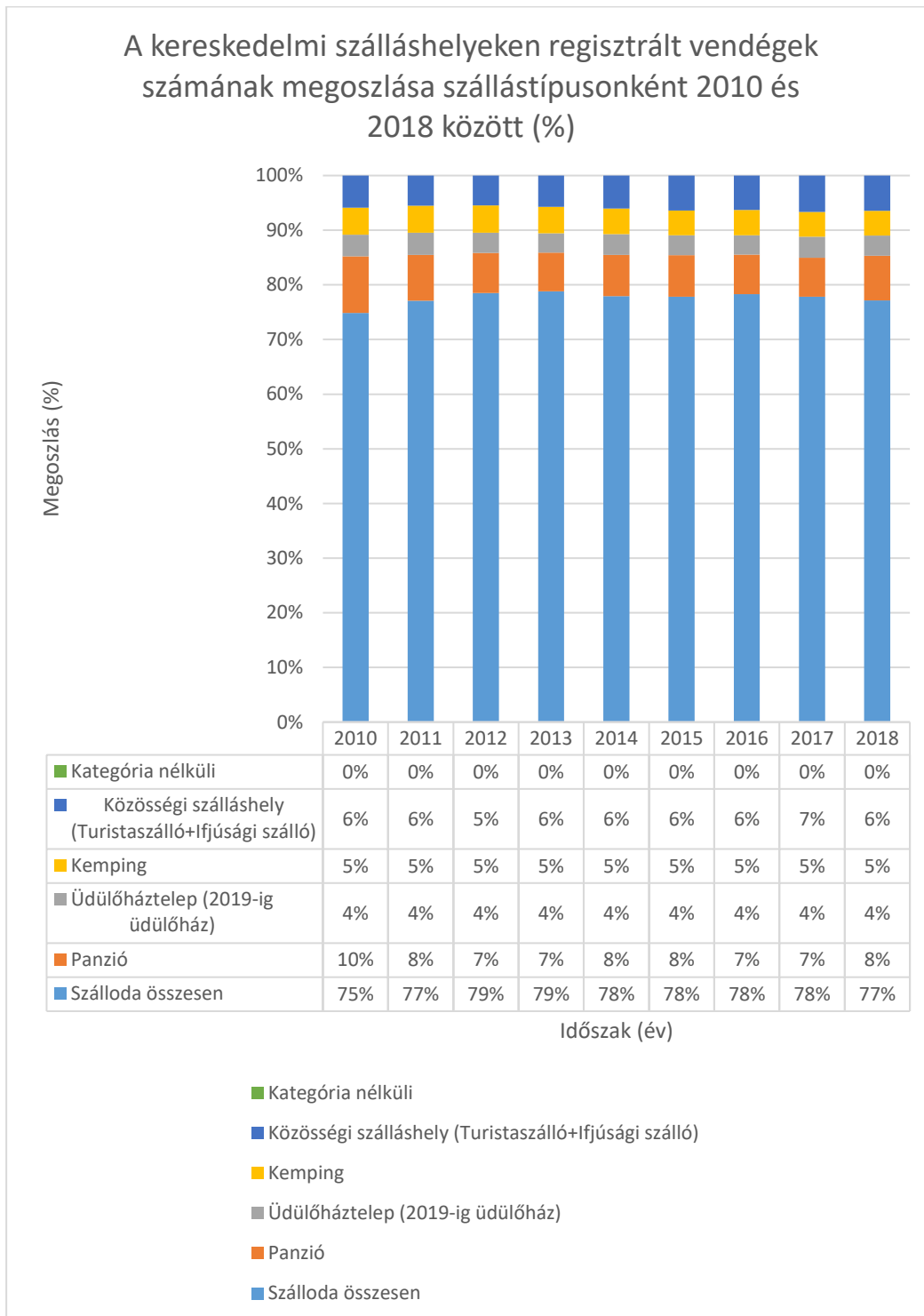


19. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek száma és összetétele (ezer fő)



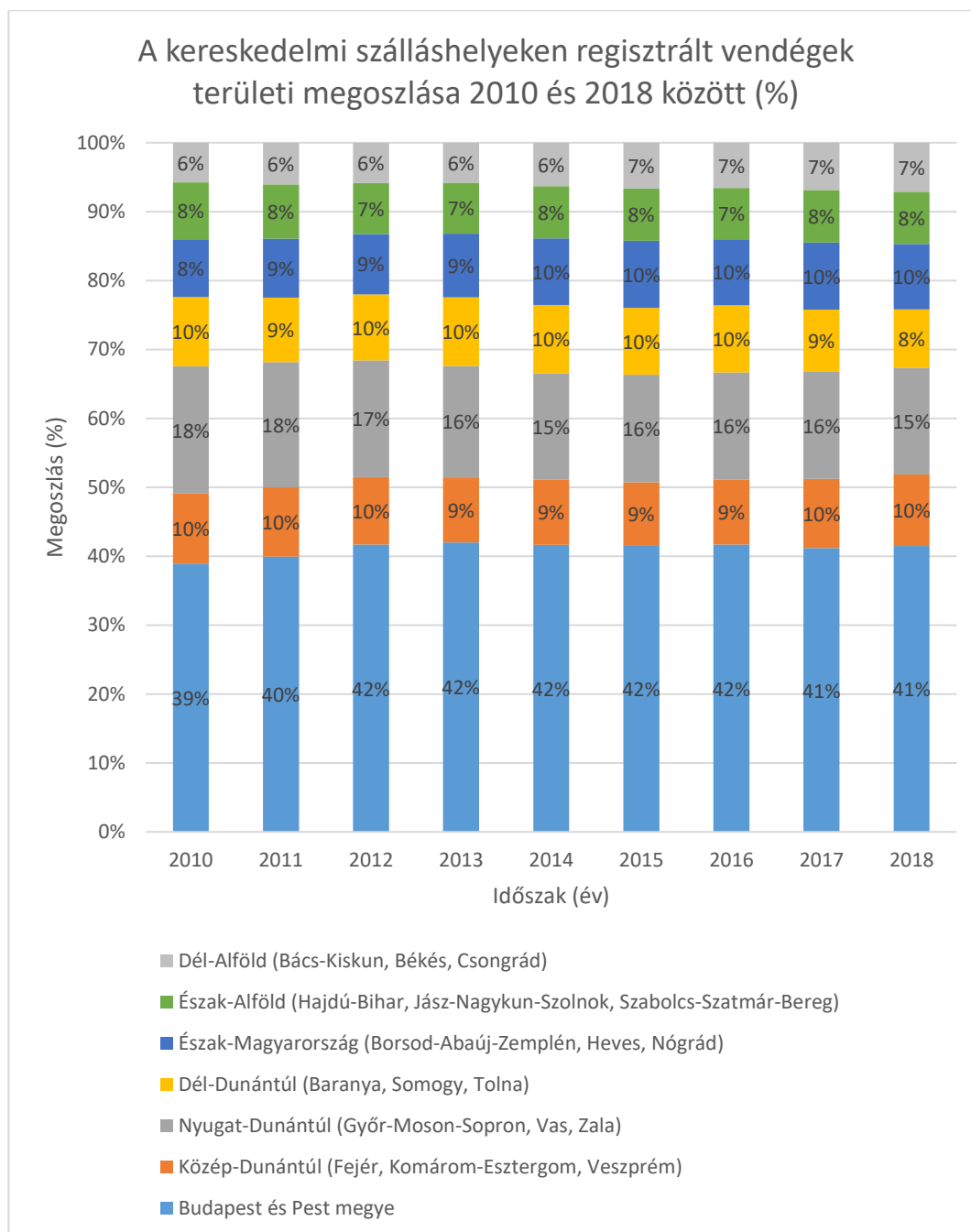
Forrás: KSH

20. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek számának megoszlása szállástípusonként 2010 és 2018 között (%)



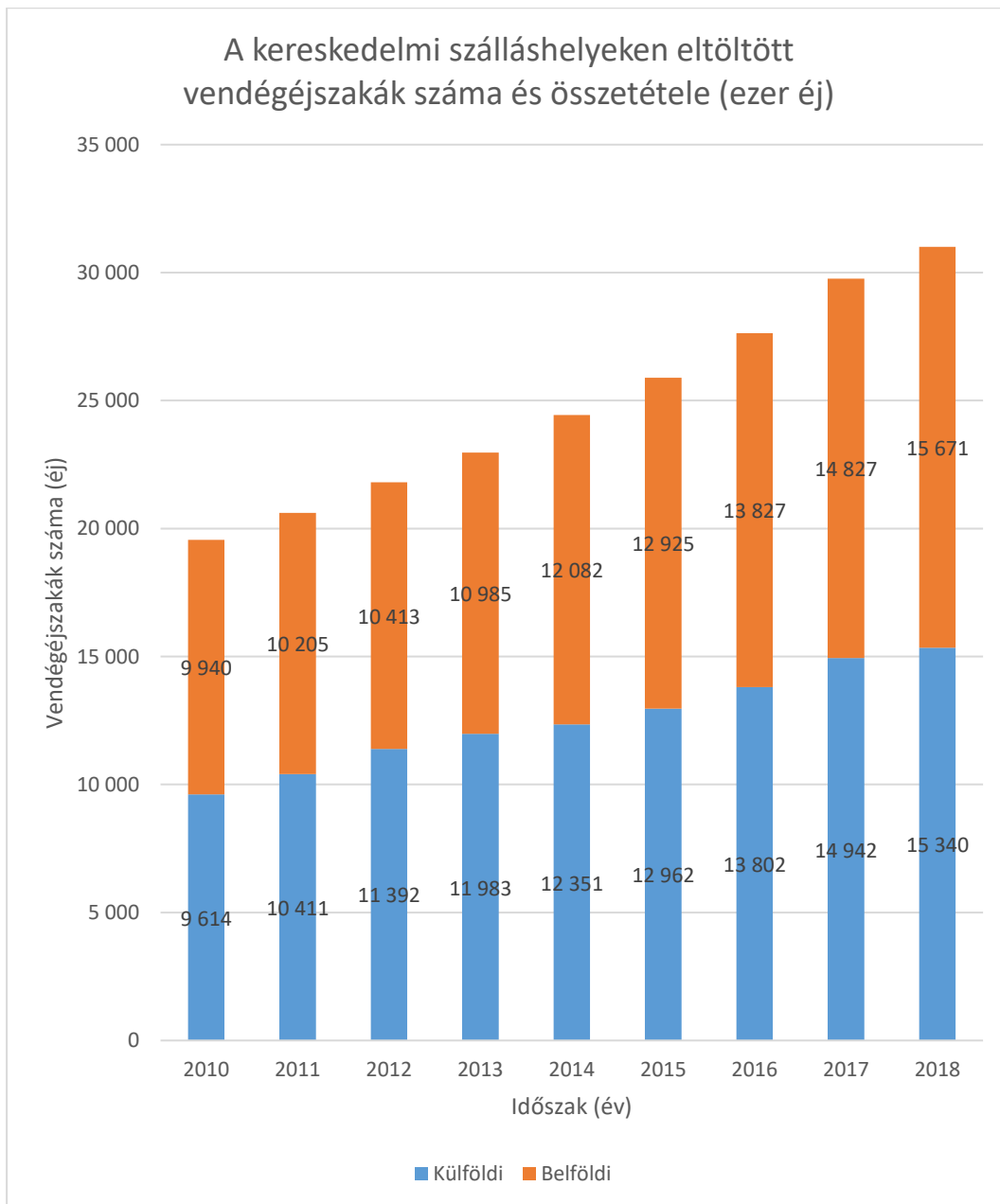
Forrás: KSH

21. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek területi megoszlása 2010 és 2018 között (%)



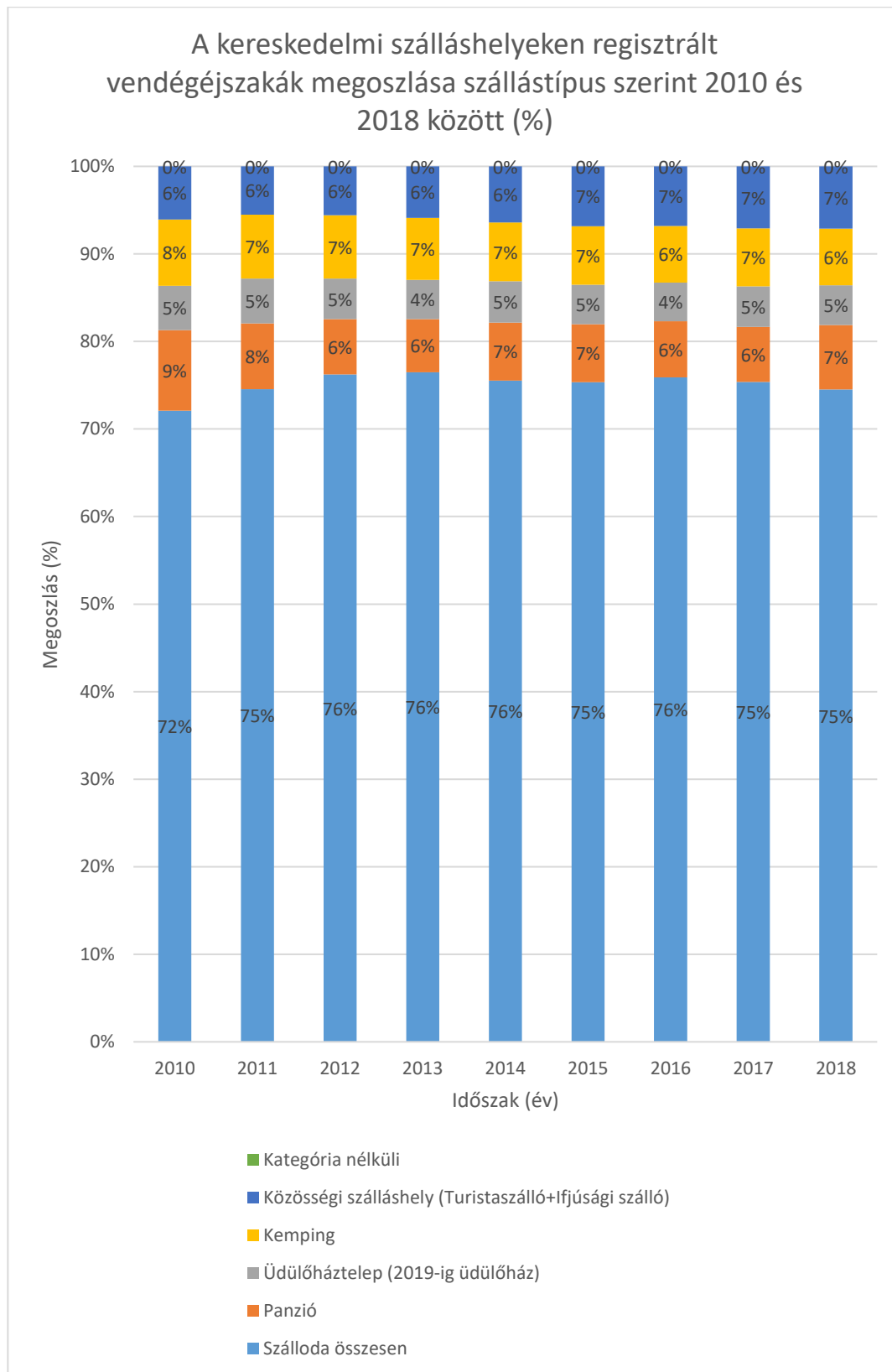
Forrás: KSH

22. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma és összetétele (ezer éj)



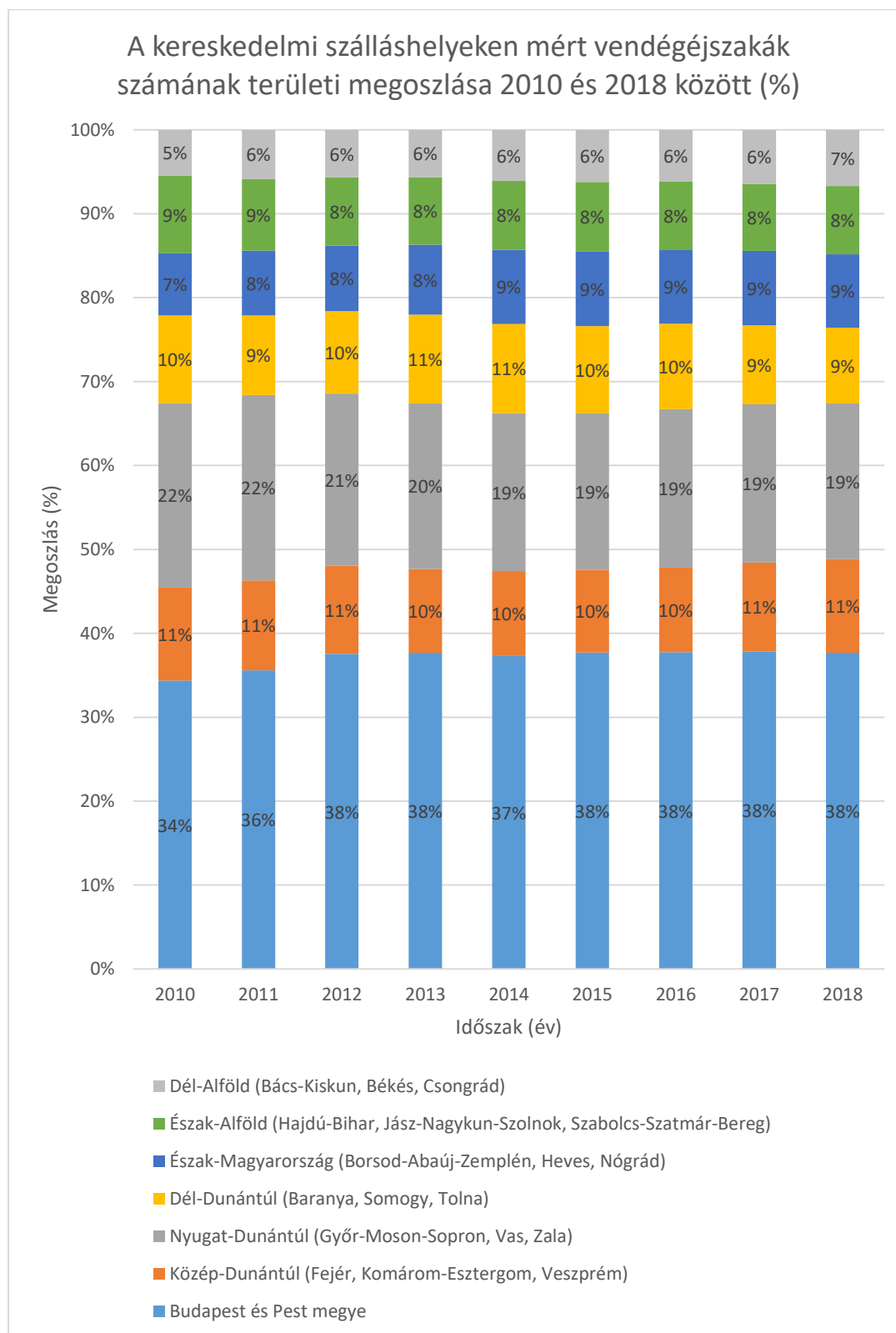
Forrás: KSH

23. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák megoszlása szállástípus szerint 2010 és 2018 között (%)



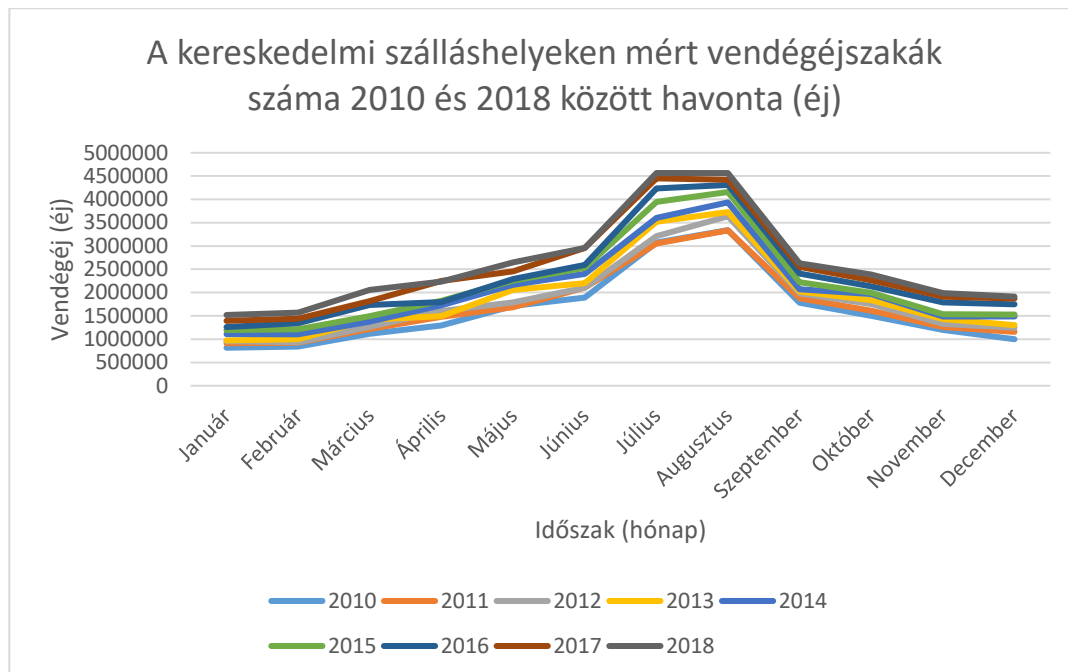
Forrás: KSH

24. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken mért vendégéjszakák számának területi megoszlása 2010 és 2018 között (%)



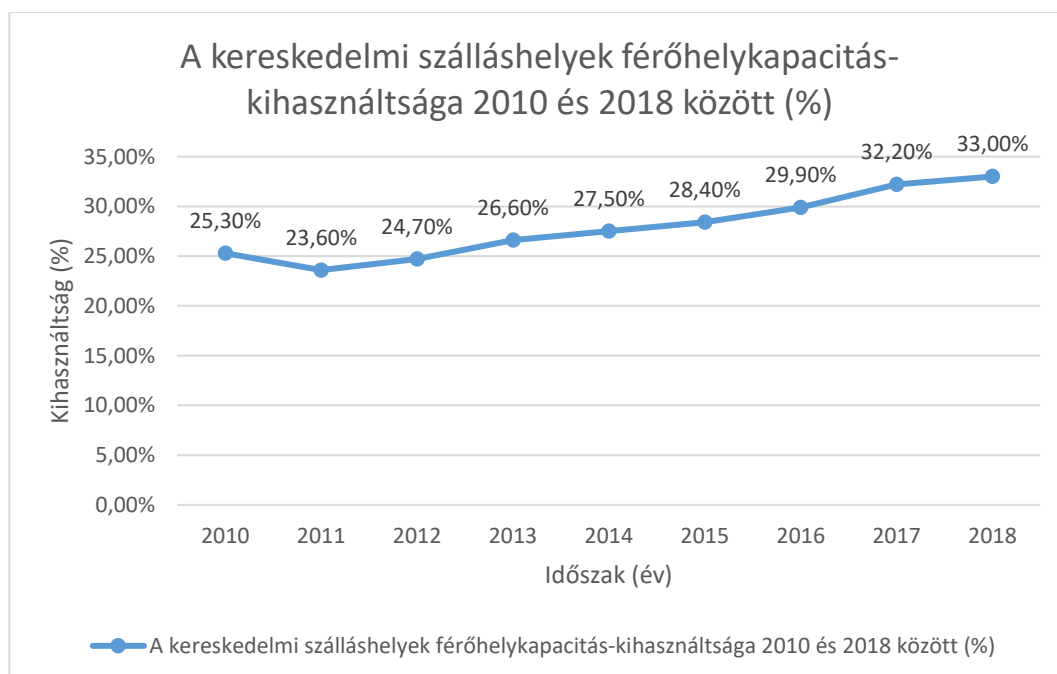
Forrás: KSH

25. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken mért vendégek száma 2010 és 2018 között havonta (éj)



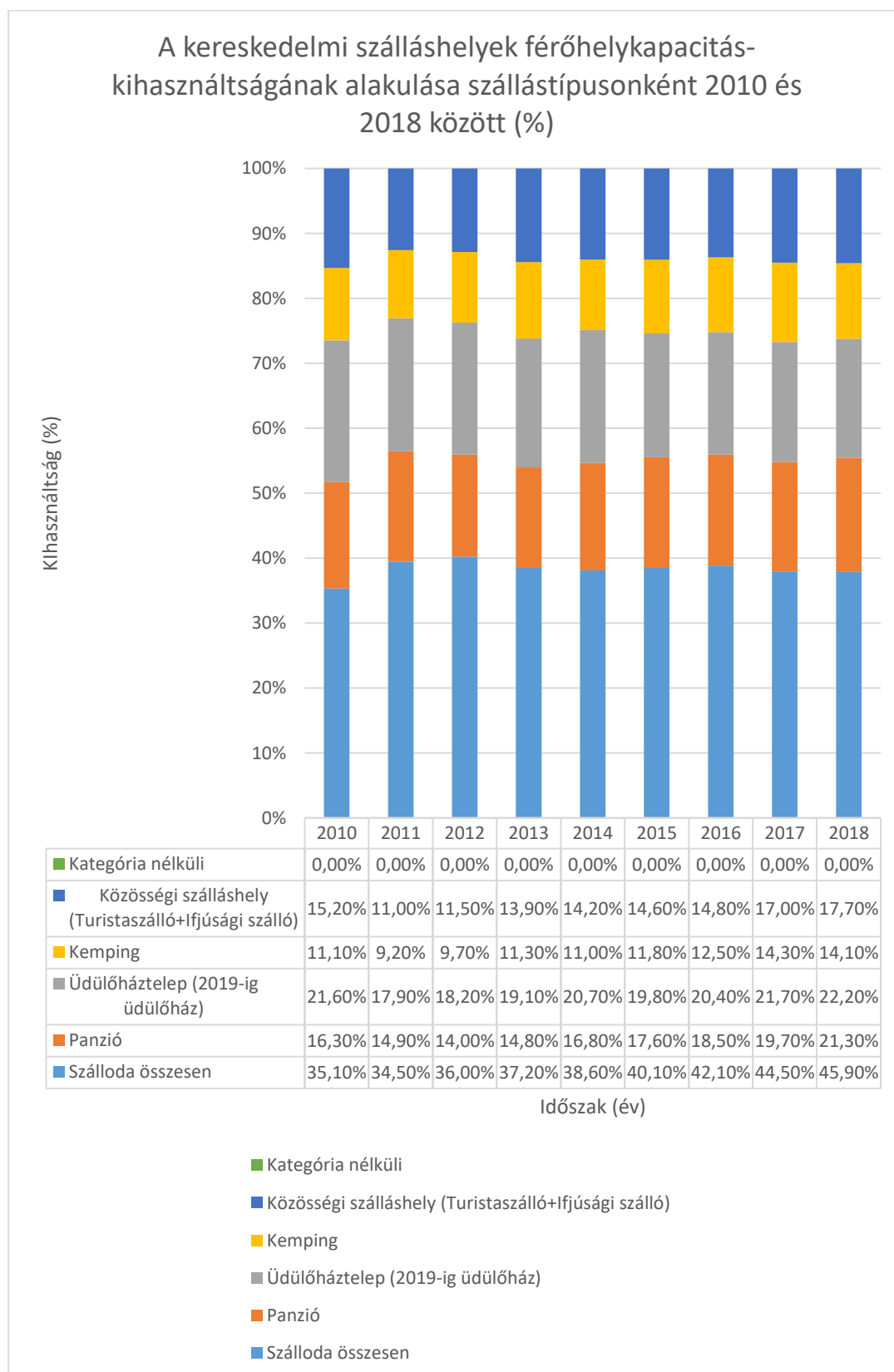
Forrás: KSH

26. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználtsága 2010 és 2018 között (%)



Forrás: KSH

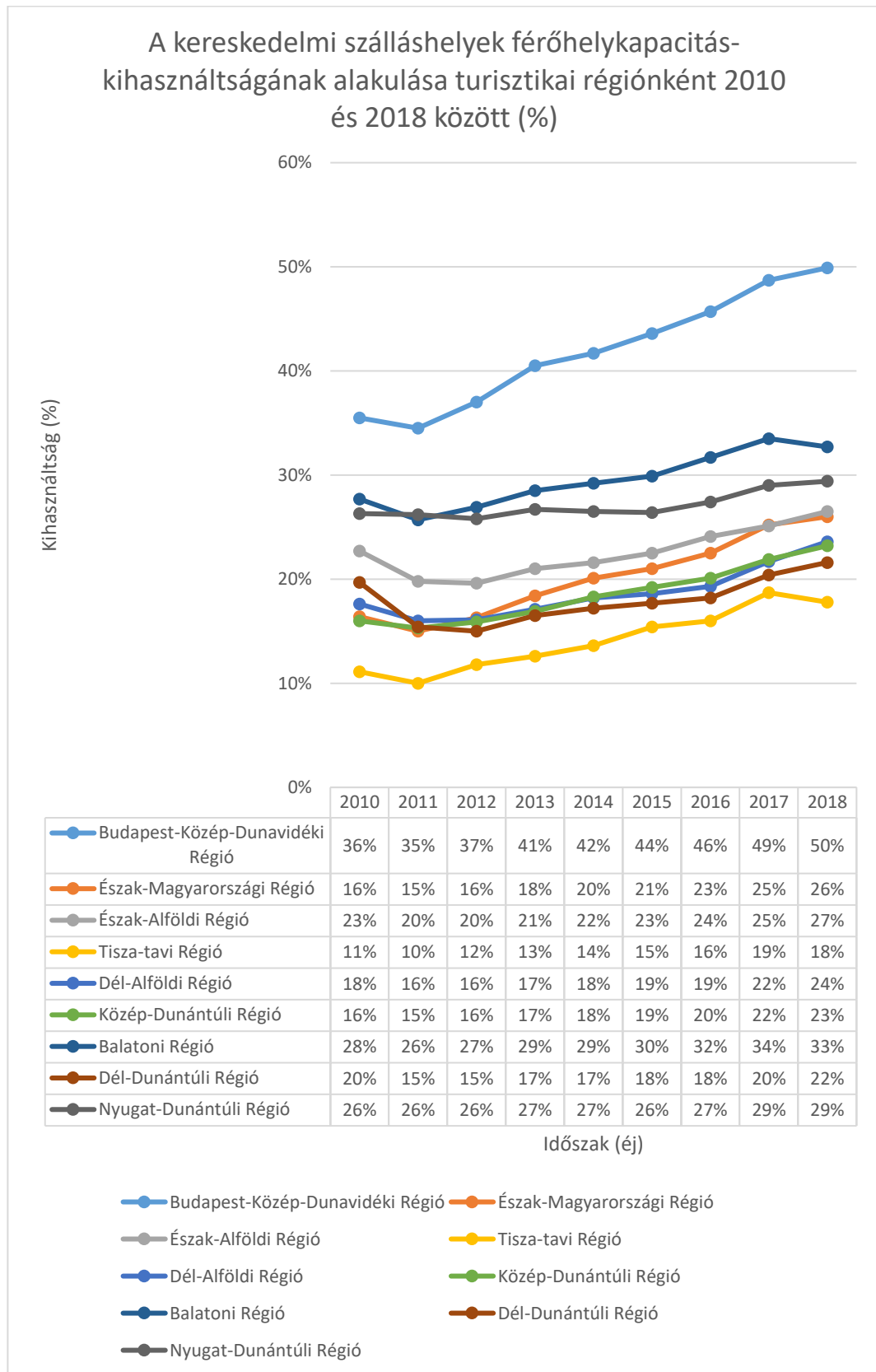
27. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználtságának alakulása szállástípusonként 2010 és 2018 között (%)



Forrás: KSH

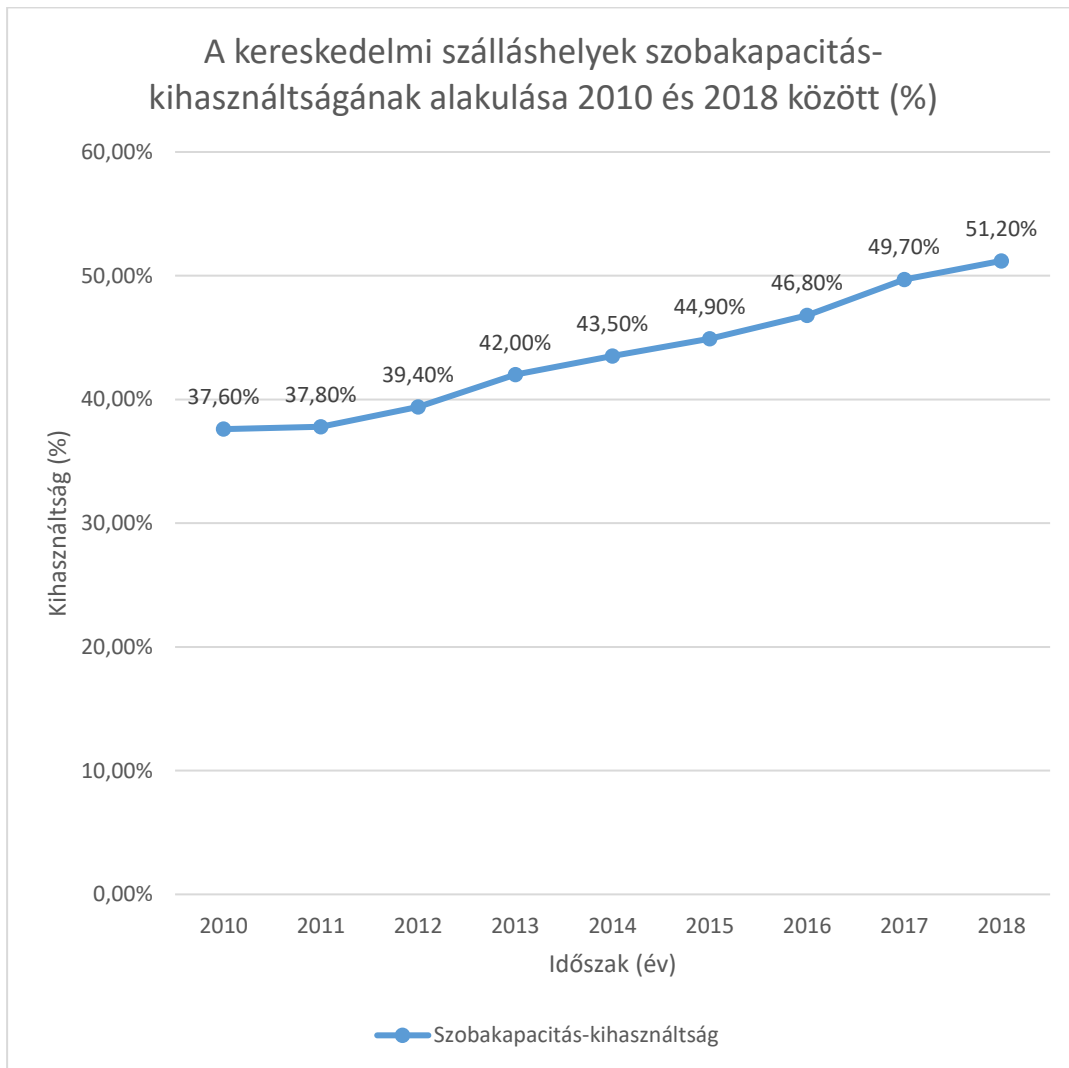


28. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználtságának alakulása turisztikai régióként 2010 és 2018 között (%)



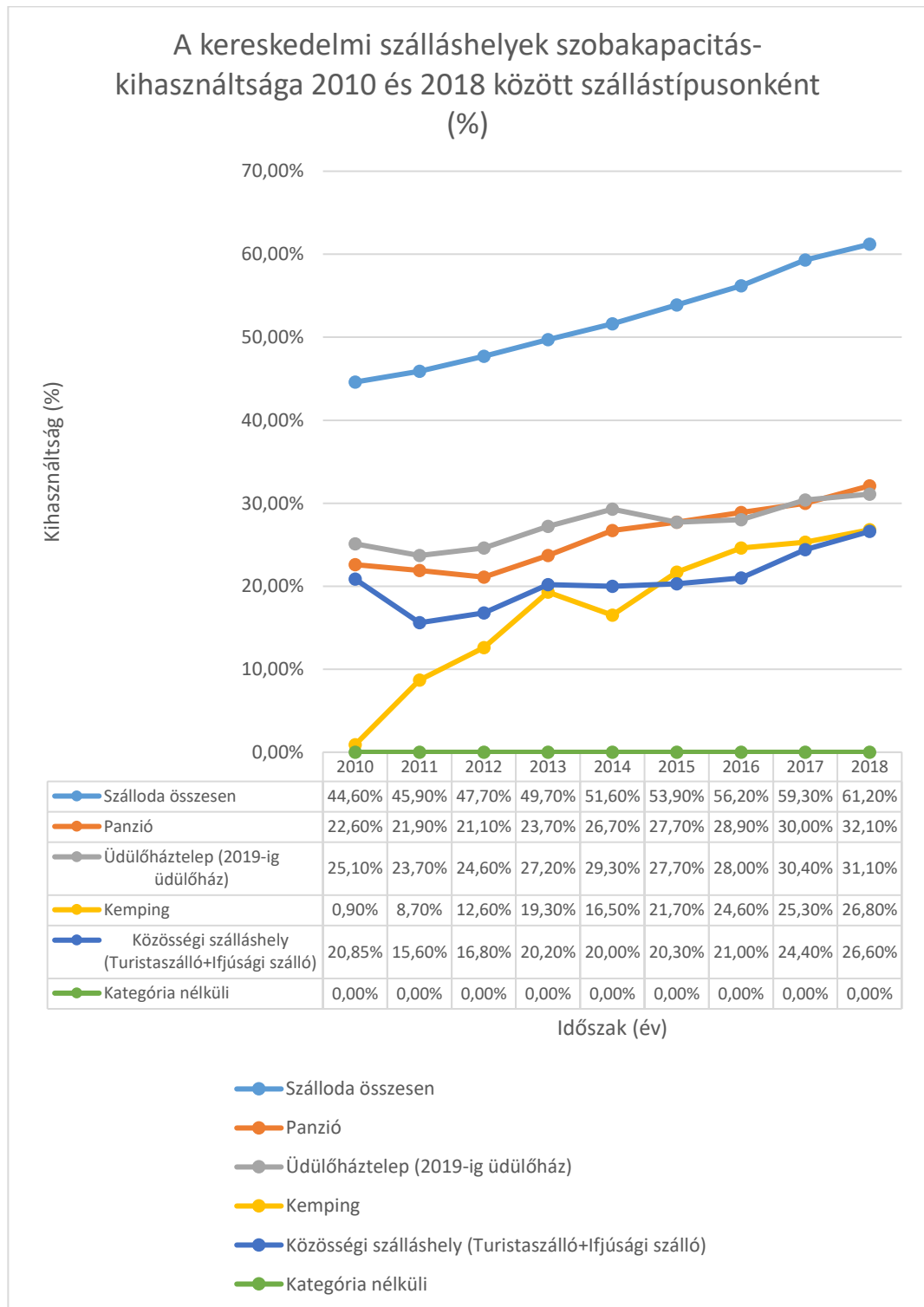
Forrás: KSH

29. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek szobakapacitás-kihasználtságának alakulása 2010 és 2018 között (%)



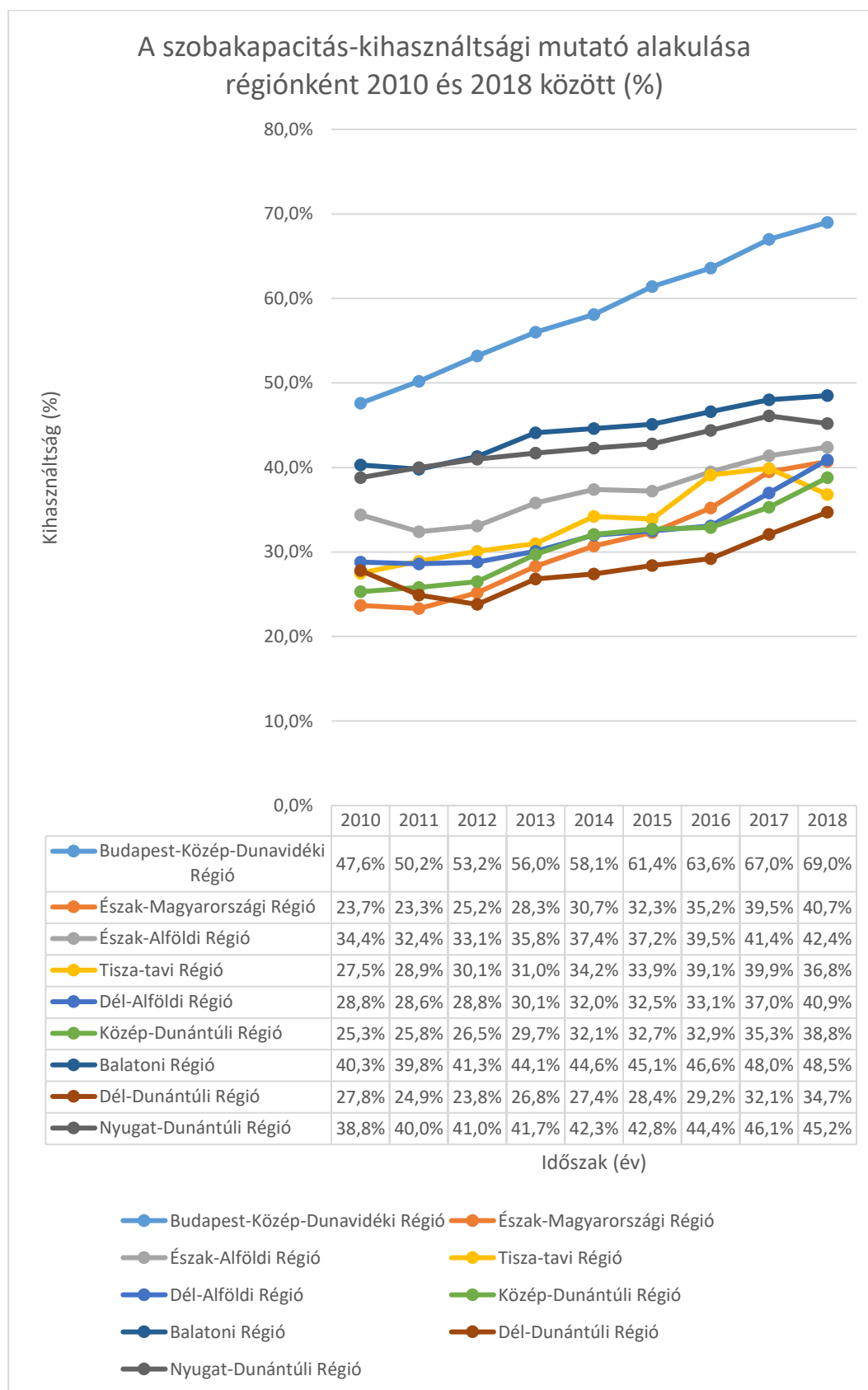
Forrás: KSH

30. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek szobakapacitás-kihasználtsága 2010-2018 között szállástípusonként (%)



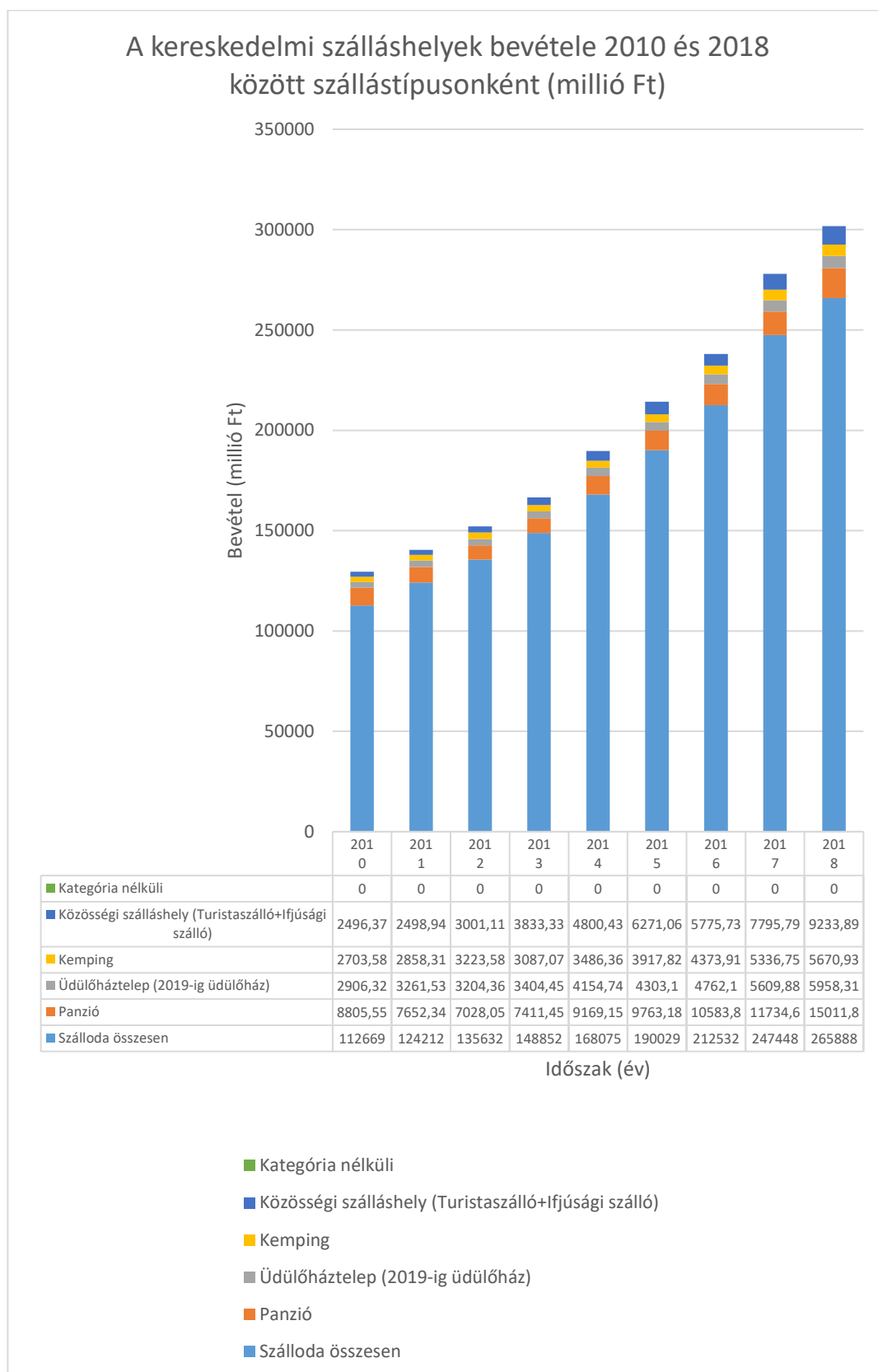
Forrás: KSH

31. ábra - A szobakapacitás-kihasználtsági mutató alakulása régiónként 2010 és 2018 között (%)



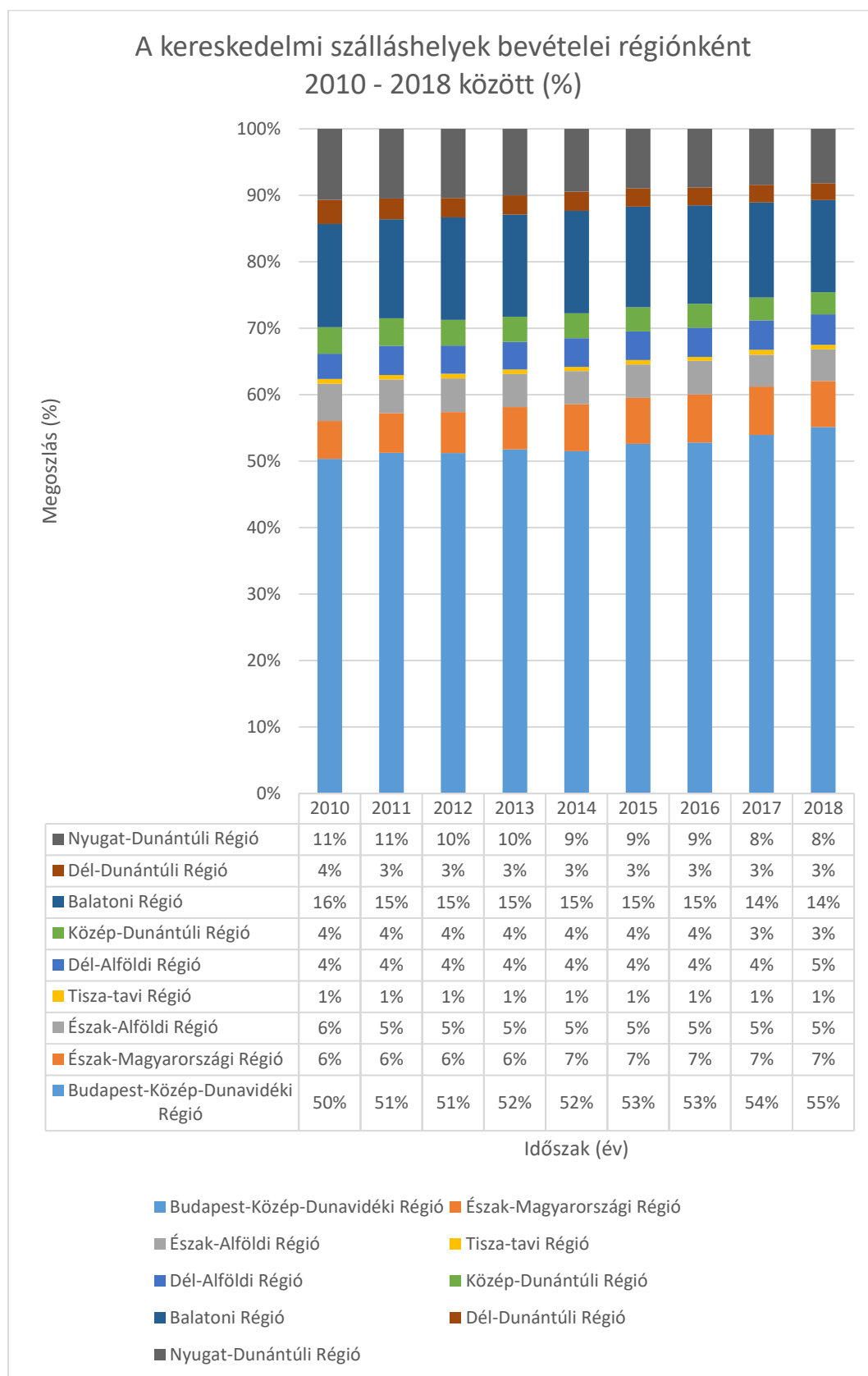
Forrás: KSH

32. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek bevétele 2010 és 2018 között szállástípusonként (millió Ft)



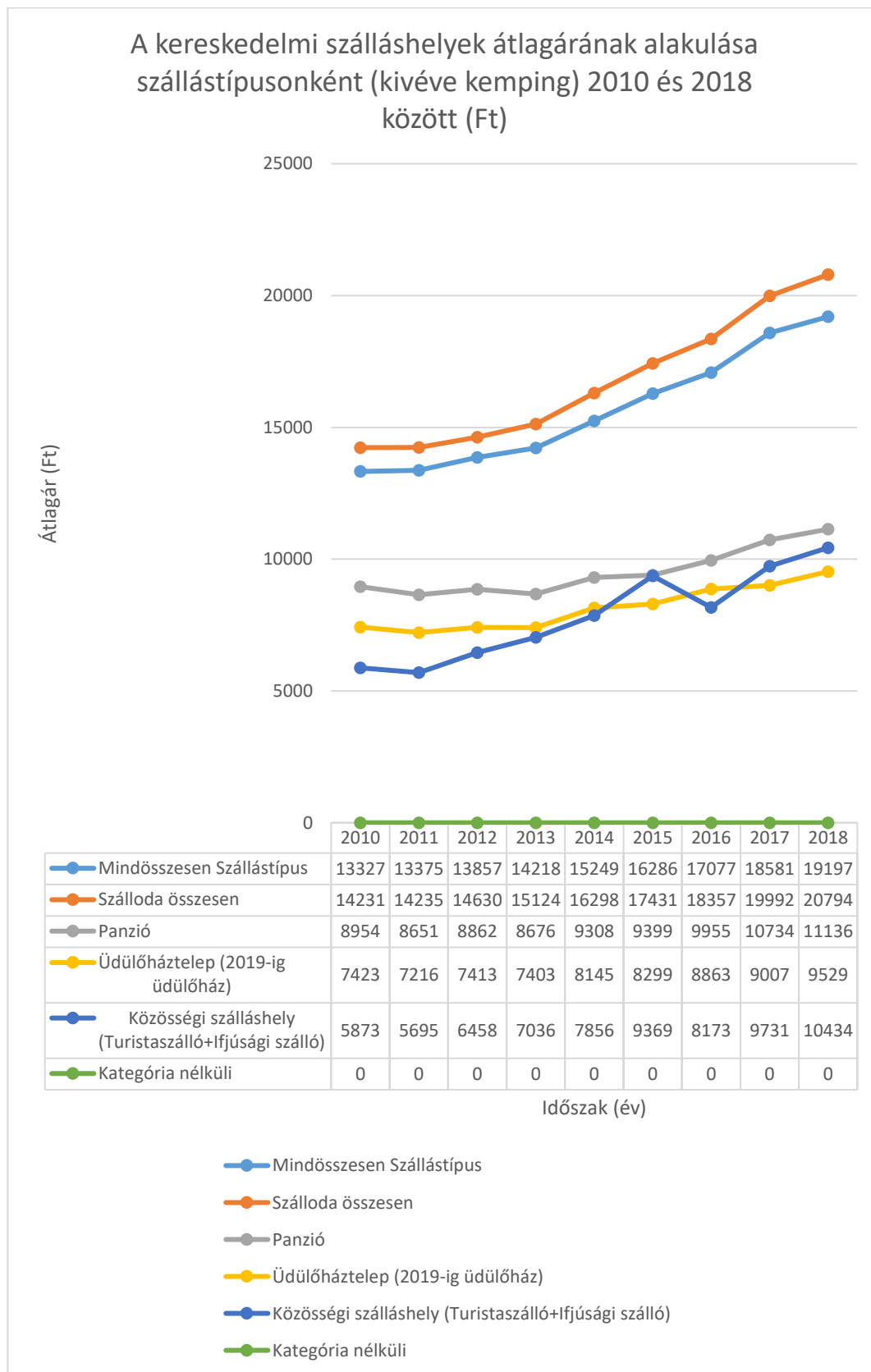
Forrás: KSH

33. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek bevételei régiónként 2010 – 2018 között (%)



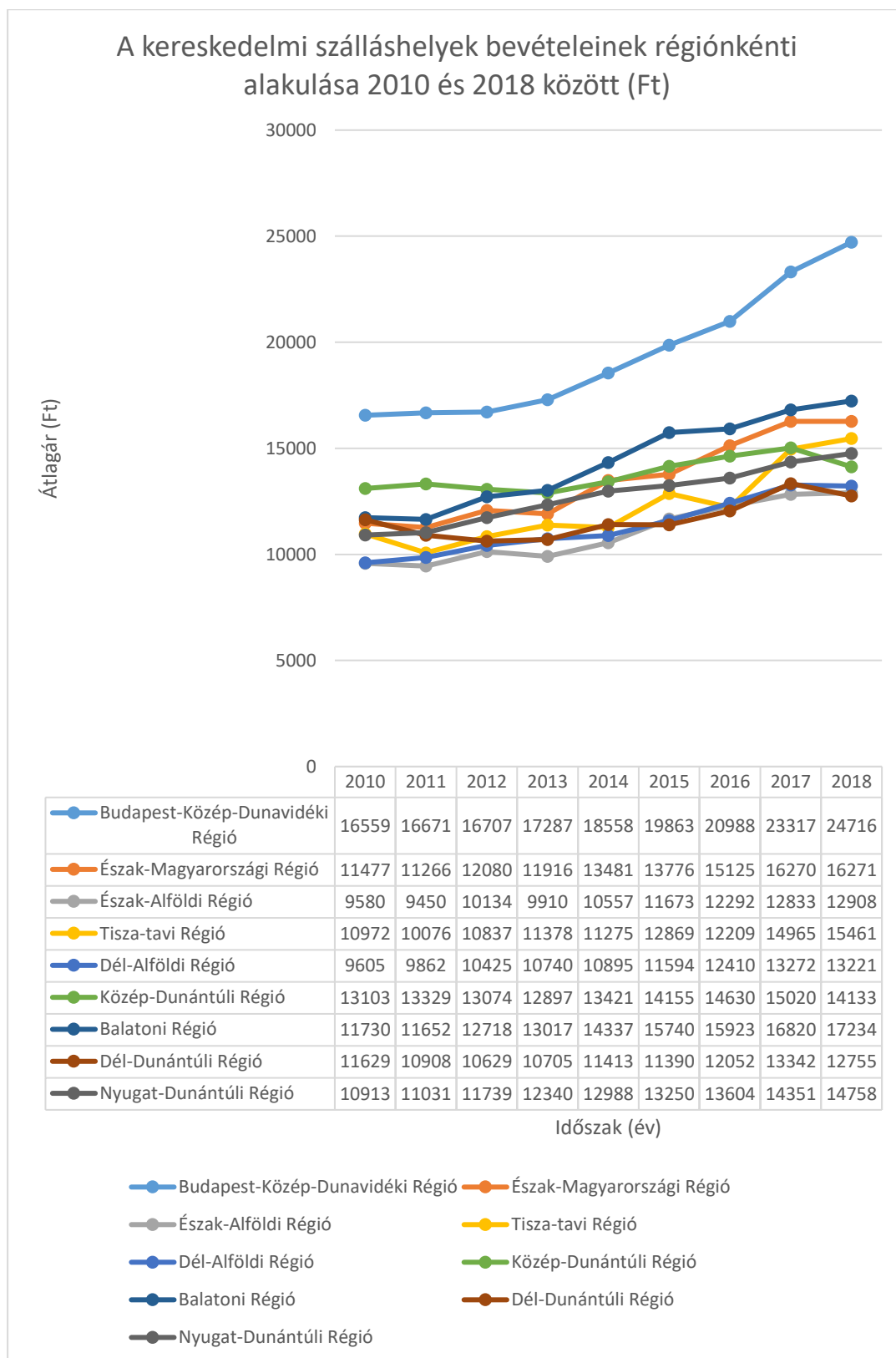
Forrás: KSH

34. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek átlagárának alakulása szállástípusonként (kivéve kemping) 2010 és 2018 között (Ft)



Forrás: KSH

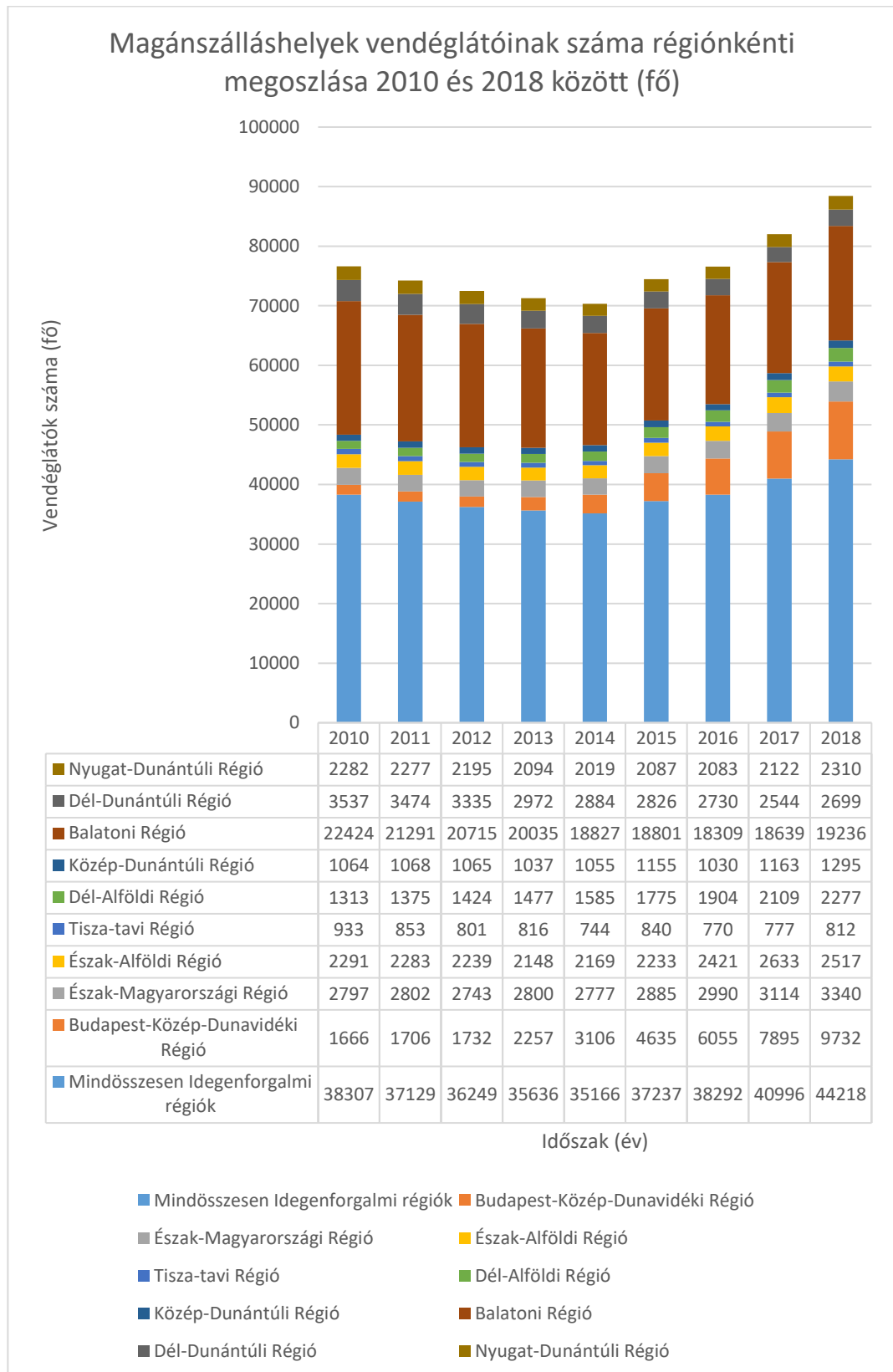
35. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek bevételeinek régiónkénti alakulása 2010 és 2018 között (Ft)



Forrás: KSH

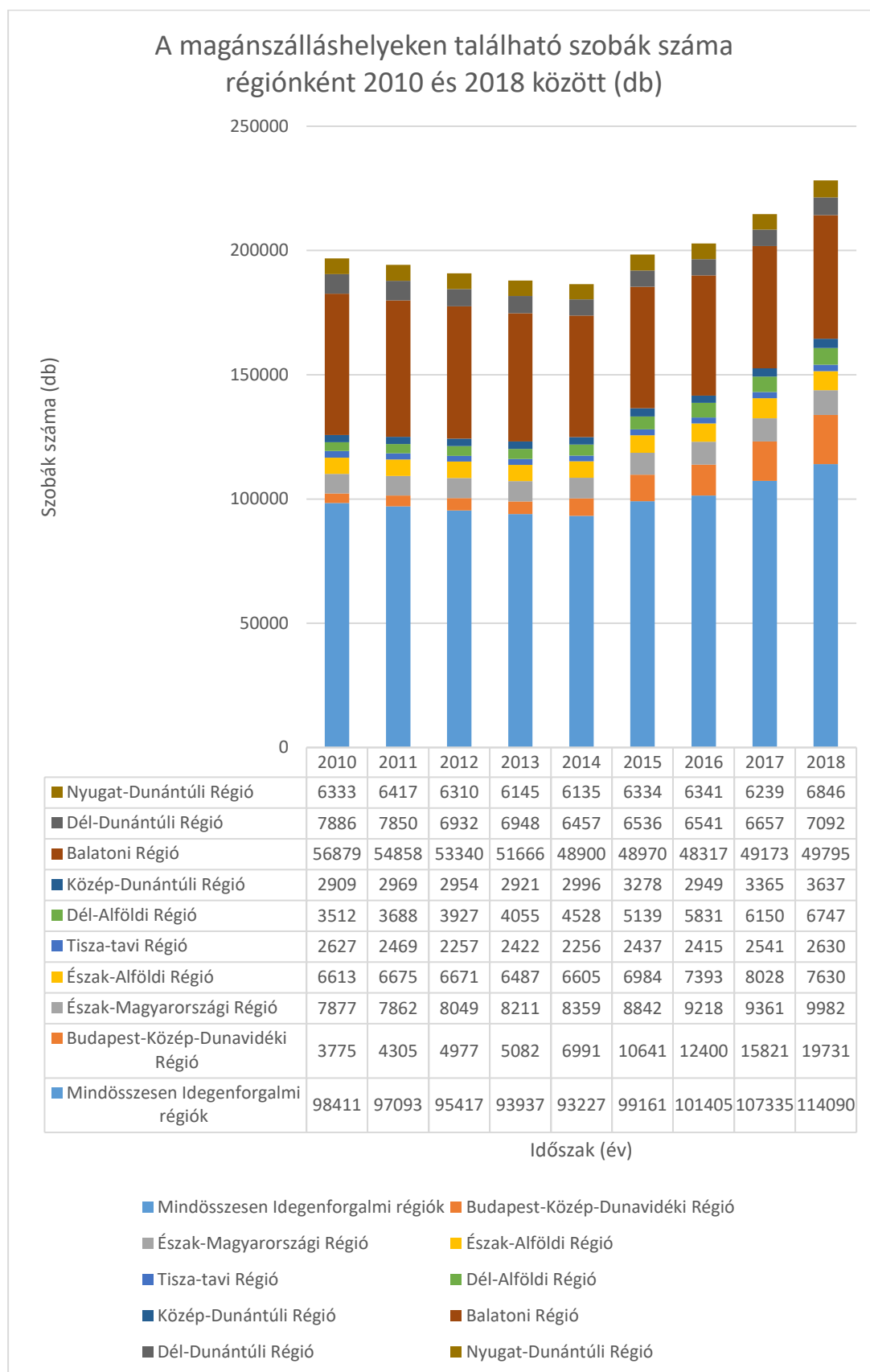


36. ábra - Magánszálláshelyek vendéglátóinak száma régiónkénti megoszlása 2010 és 2018 között (fő)



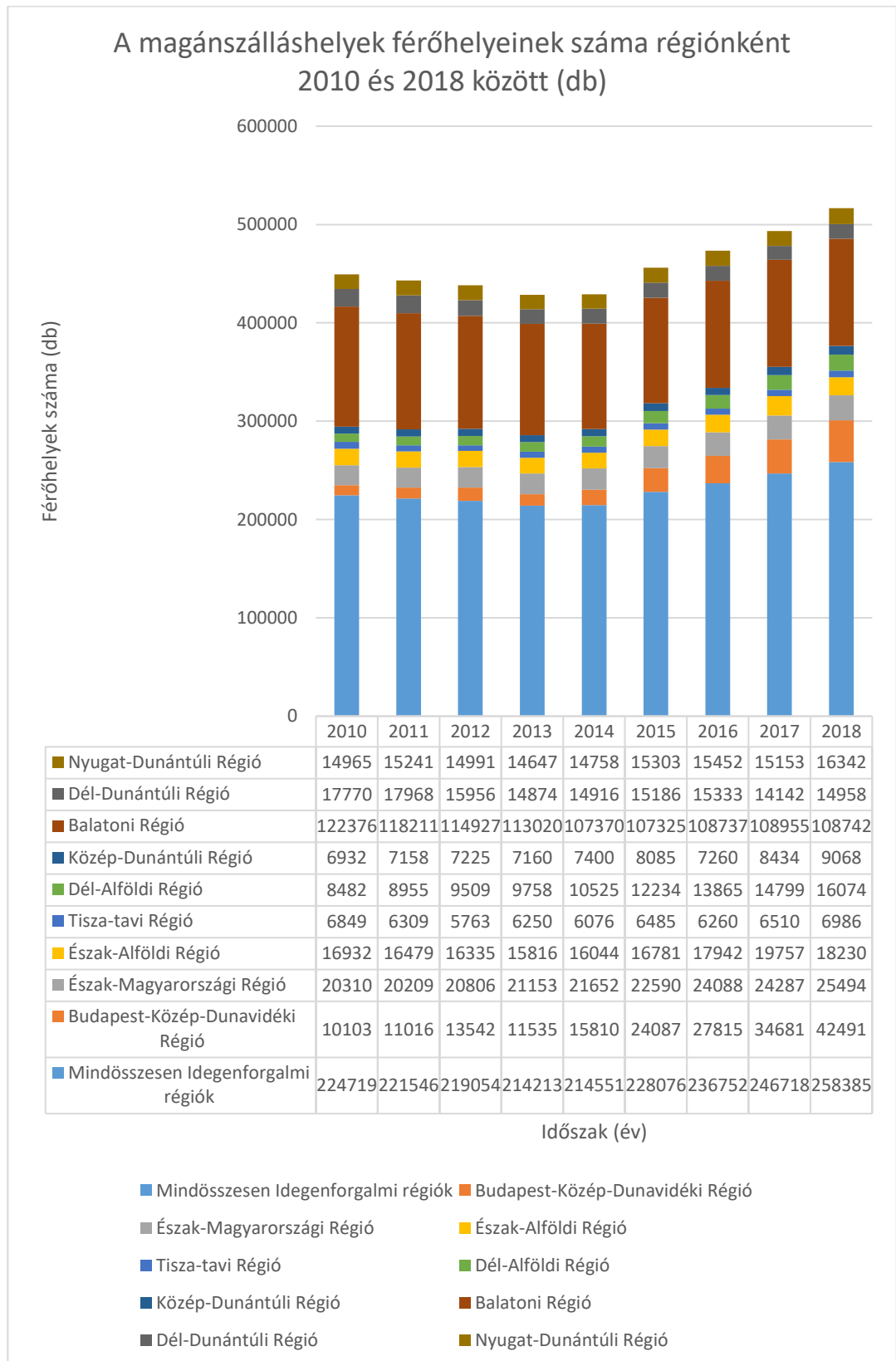
Forrás: KSH

37. ábra - A magánszálláshelyeken található szobák száma régiónként 2010 és 2018 között (db)



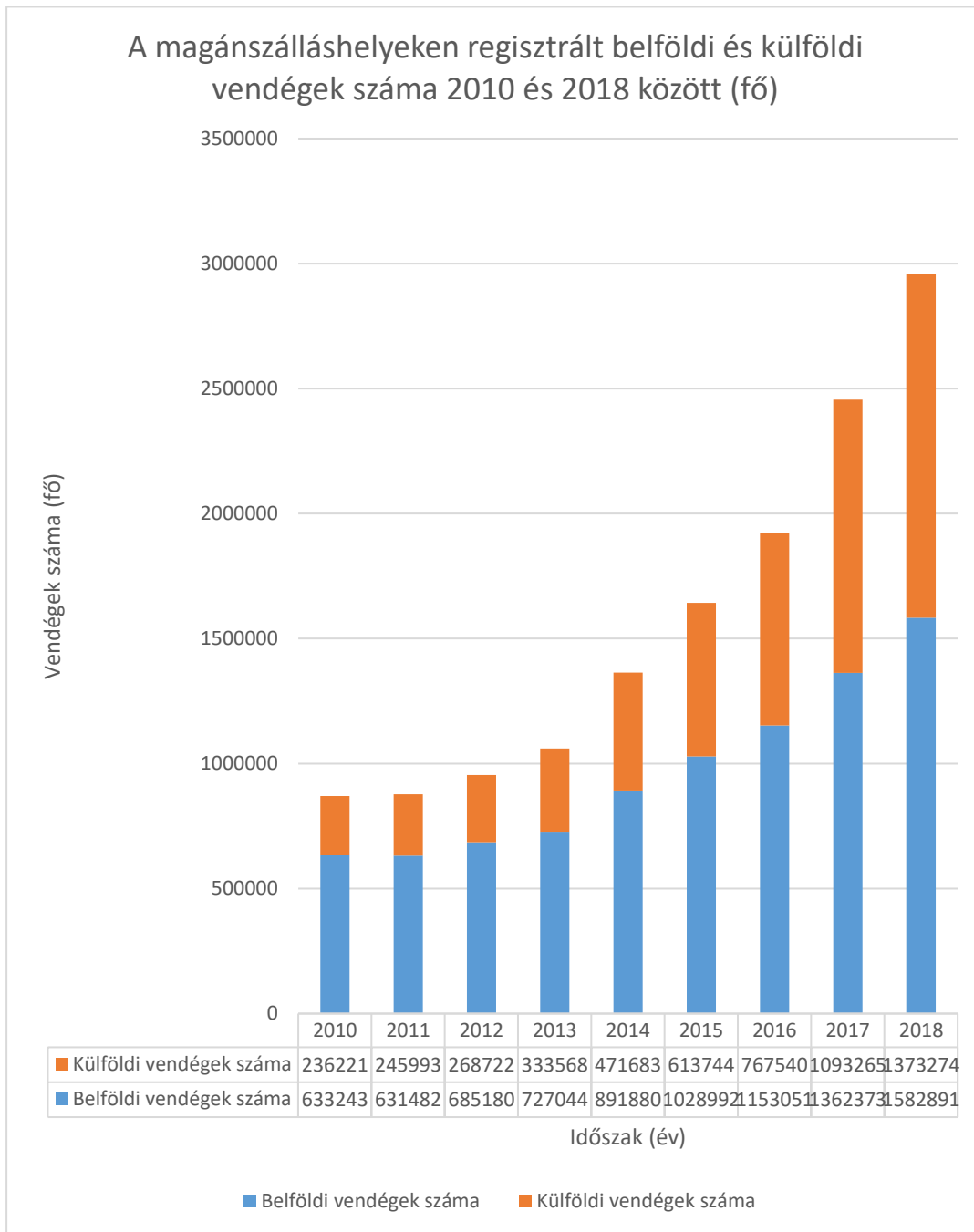
Forrás: KSH

38. ábra - A magánszálláshelyek férőhelyeinek száma régiónként 2010 és 2018 között (db)



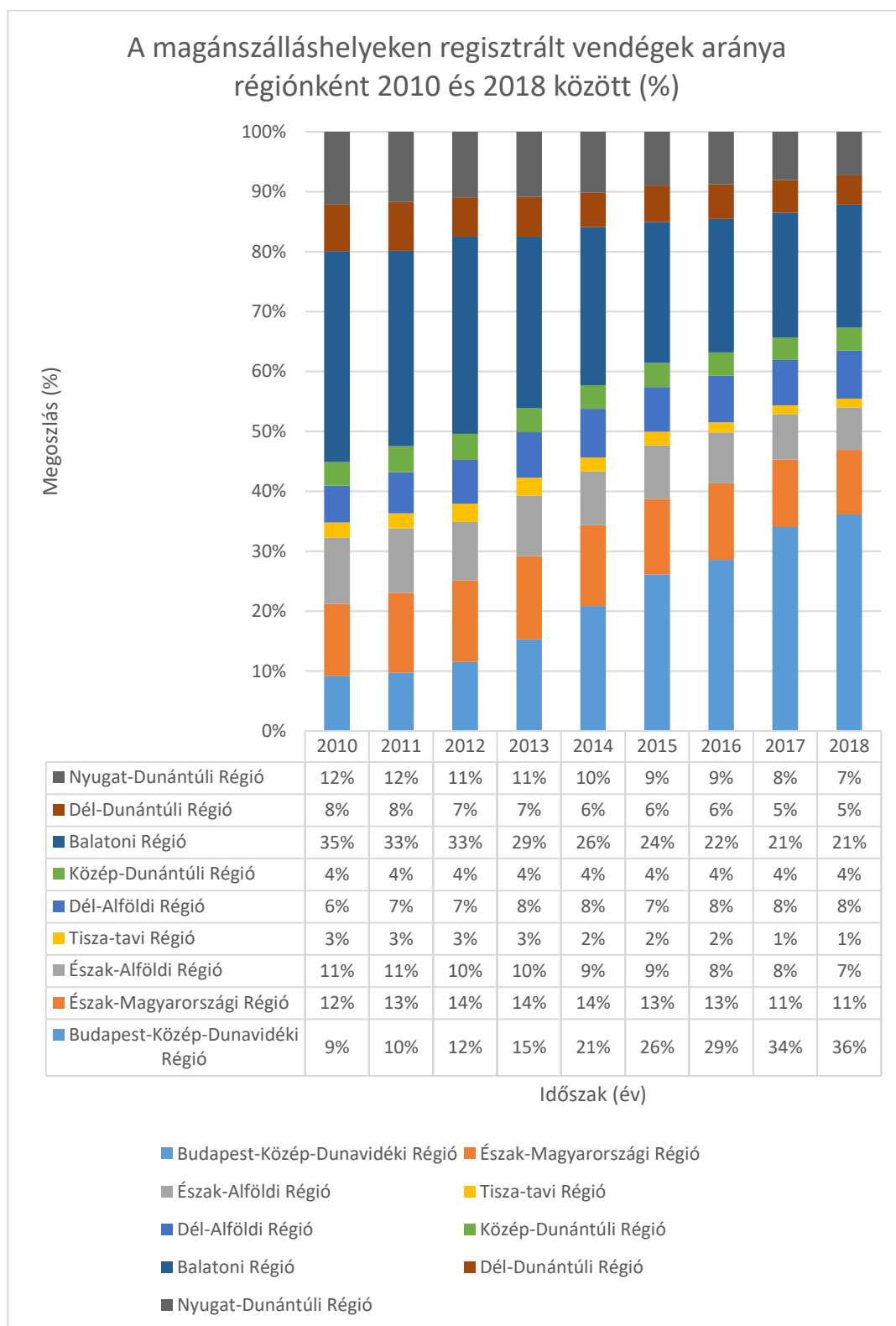
Forrás: KSH

39. ábra - A magán szálláshelyeken regisztrált belföldi és külföldi vendégek száma 2010 és 2018 között (fő)



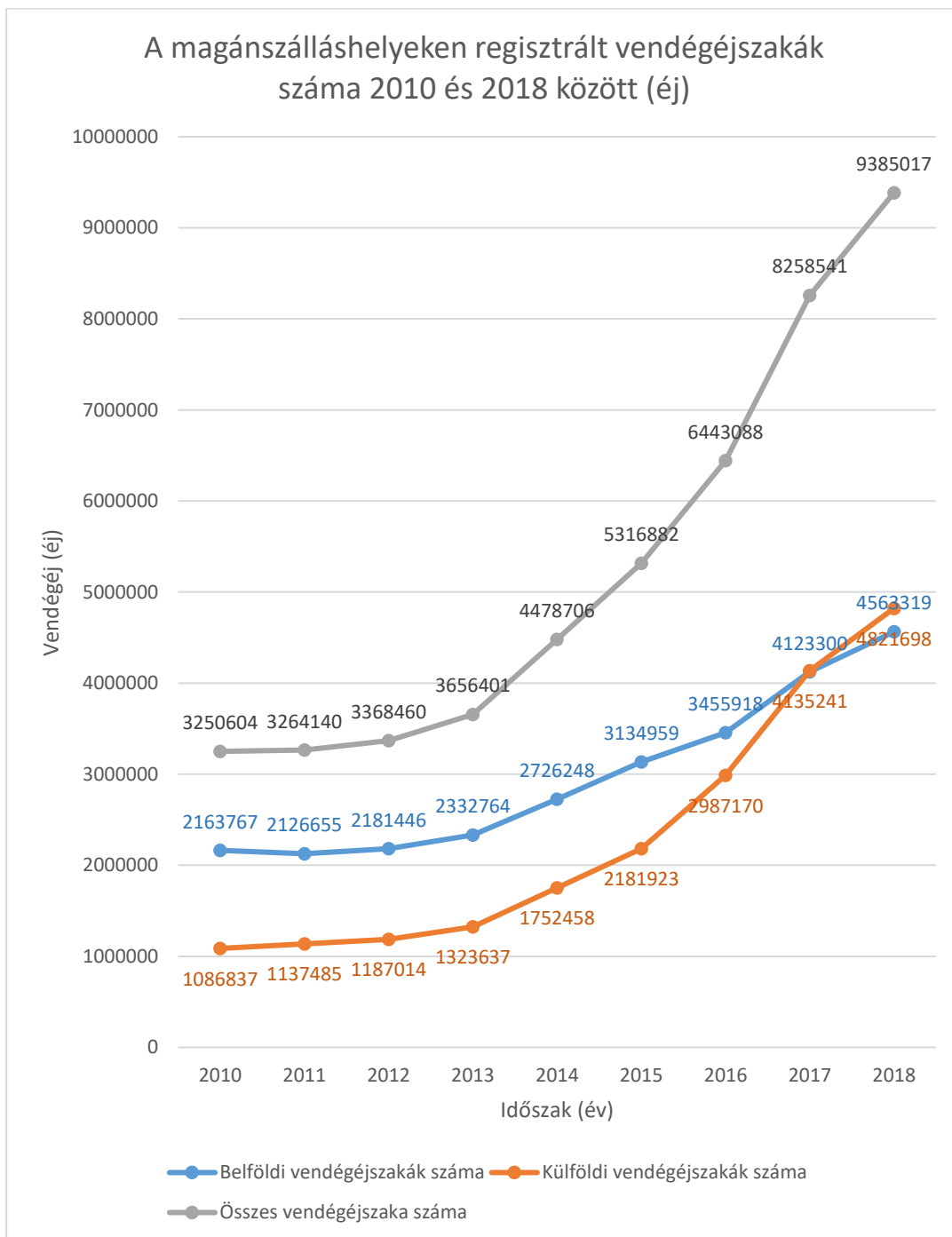
Forrás: KSH

40. ábra - A magánszálláshelyeken regisztrált vendégek aránya régióként 2010 és 2018 között (%)



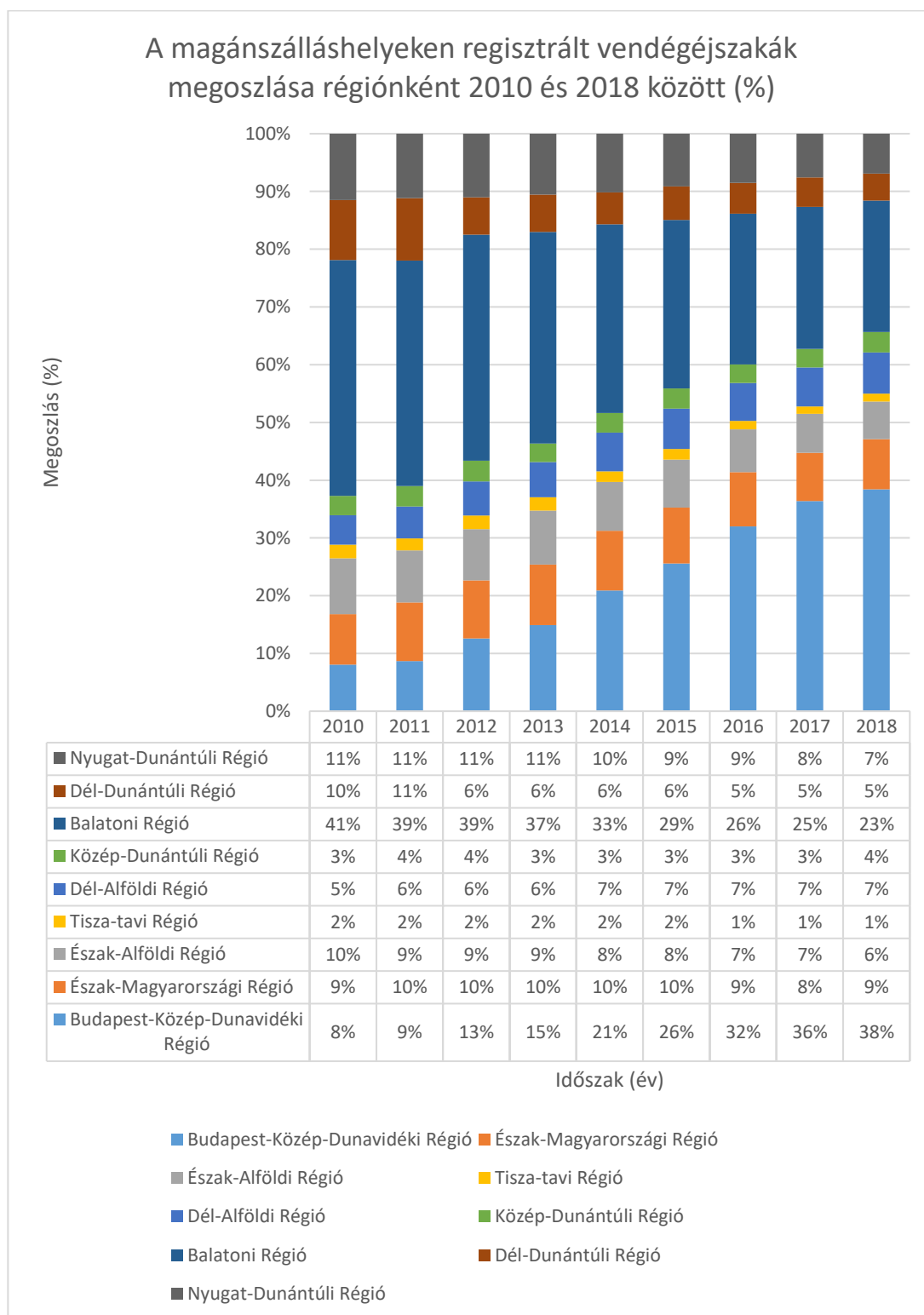
Forrás: KSH

41. ábra - A magánszálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák száma 2010 és 2018 között (éj)



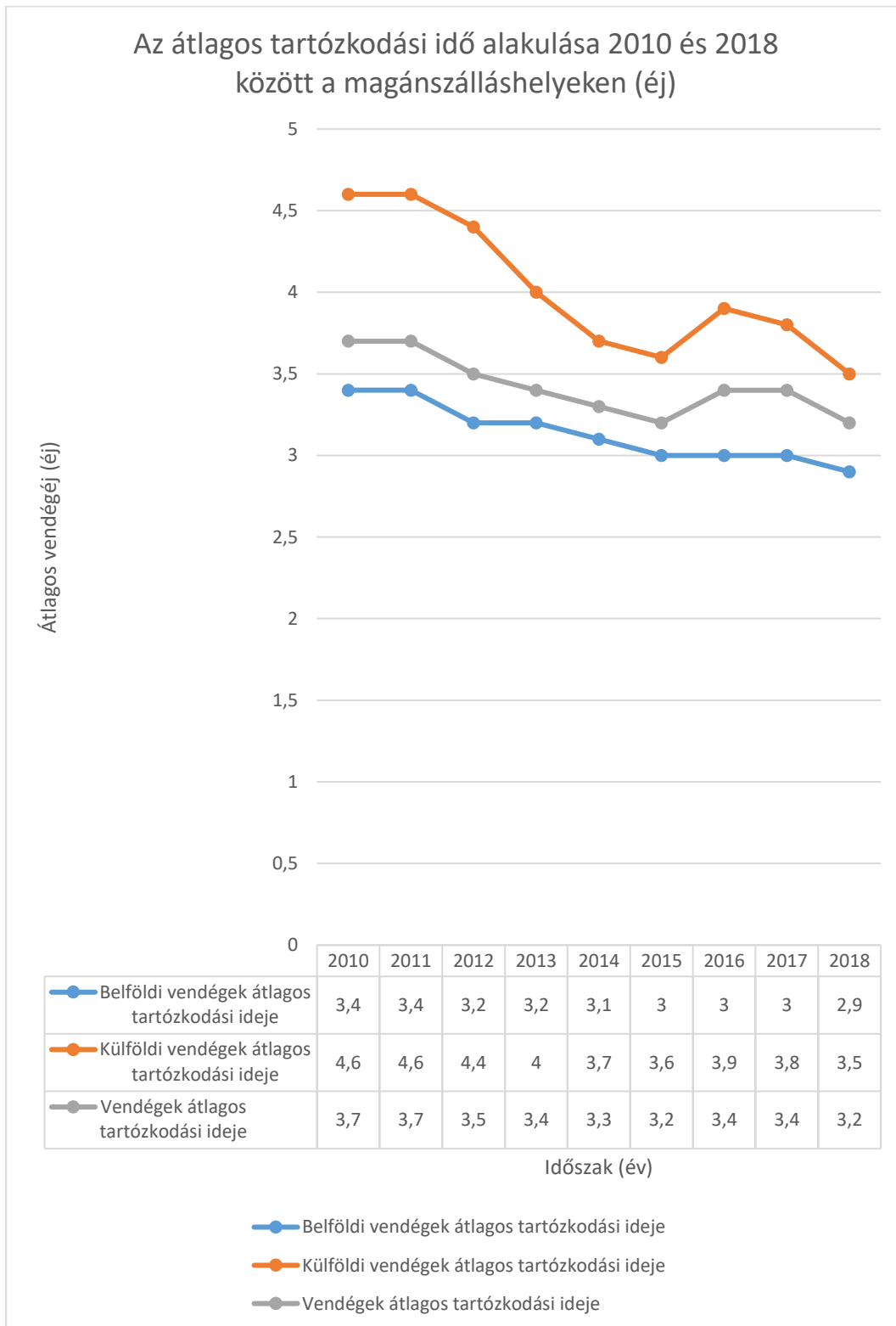
Forrás: KSH

42. ábra - A magánszálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák megoszlása régióként 2010 és 2018 között (%)



Forrás: KSH

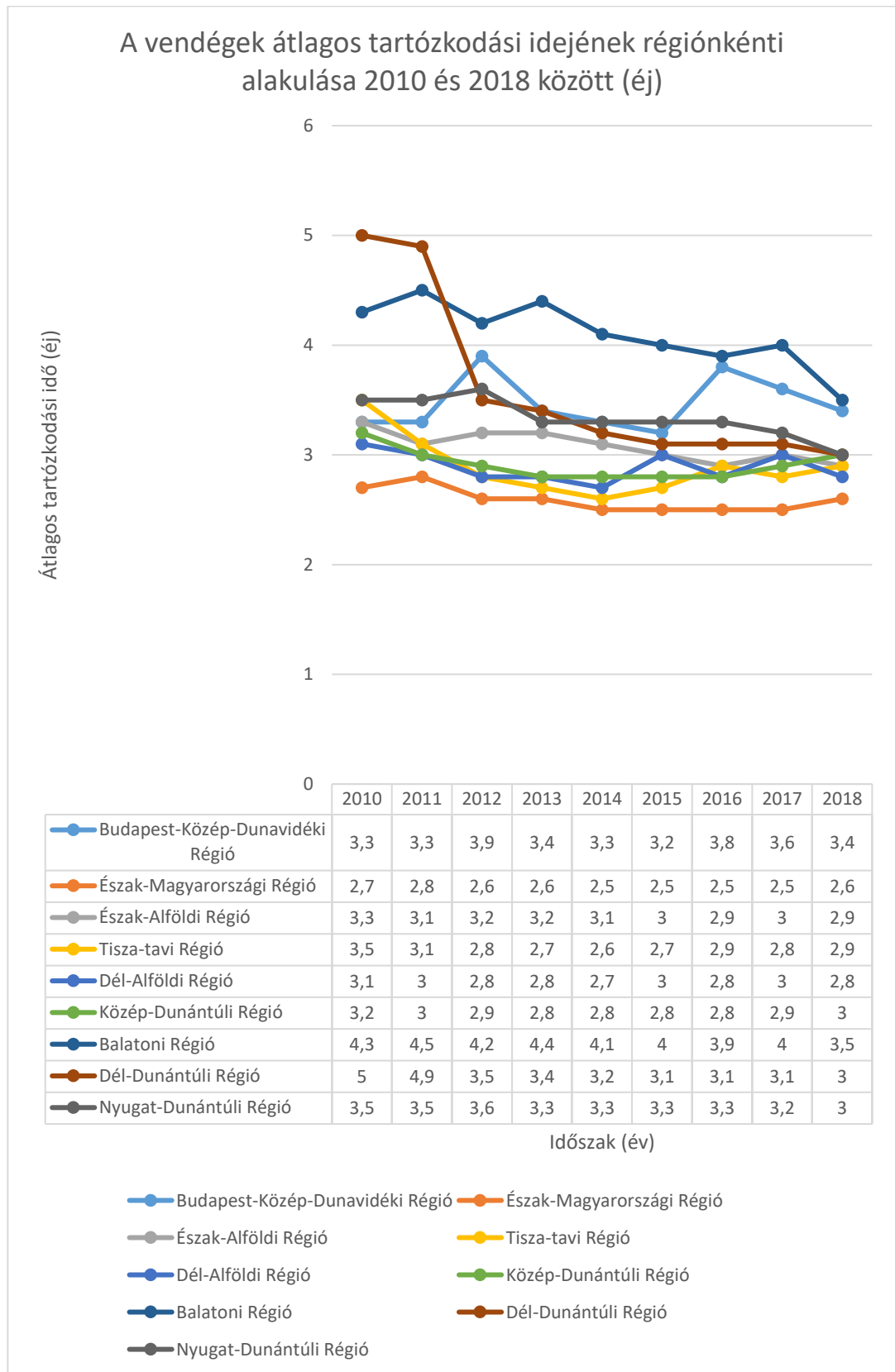
43. ábra - Az átlagos tartózkodási idő alakulása 2010 és 2018 között a magán szálláshelyeken (éj)



Forrás: KSH

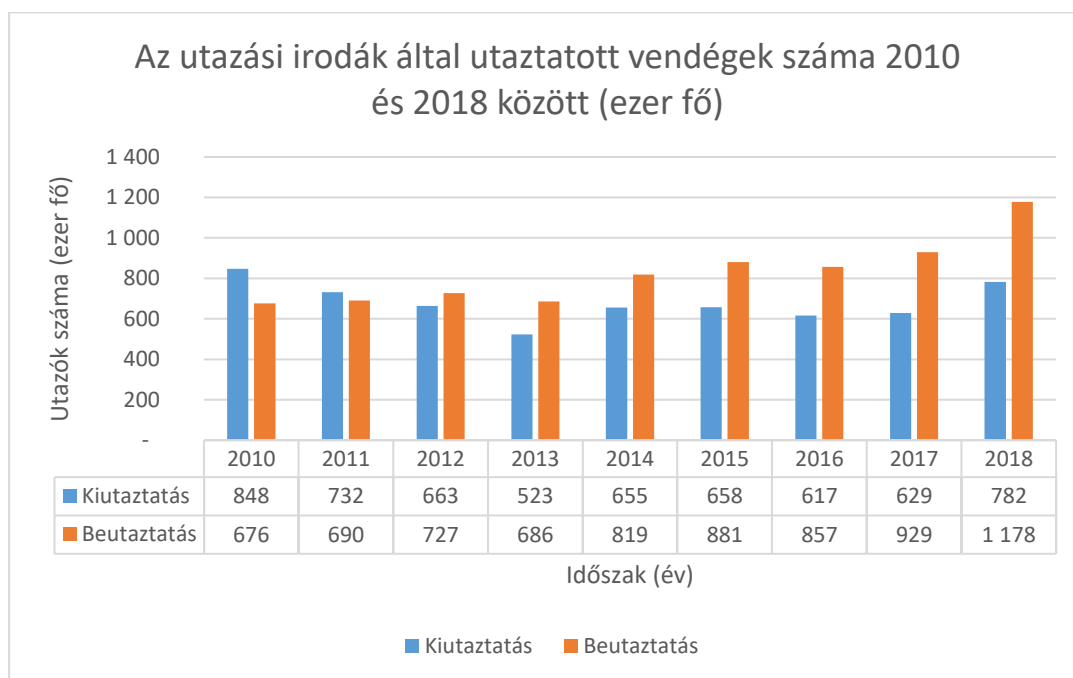


44. ábra - A vendégek átlagos tartózkodási idejének régiónkénti alakulása 2010 és 2018 között (éj)



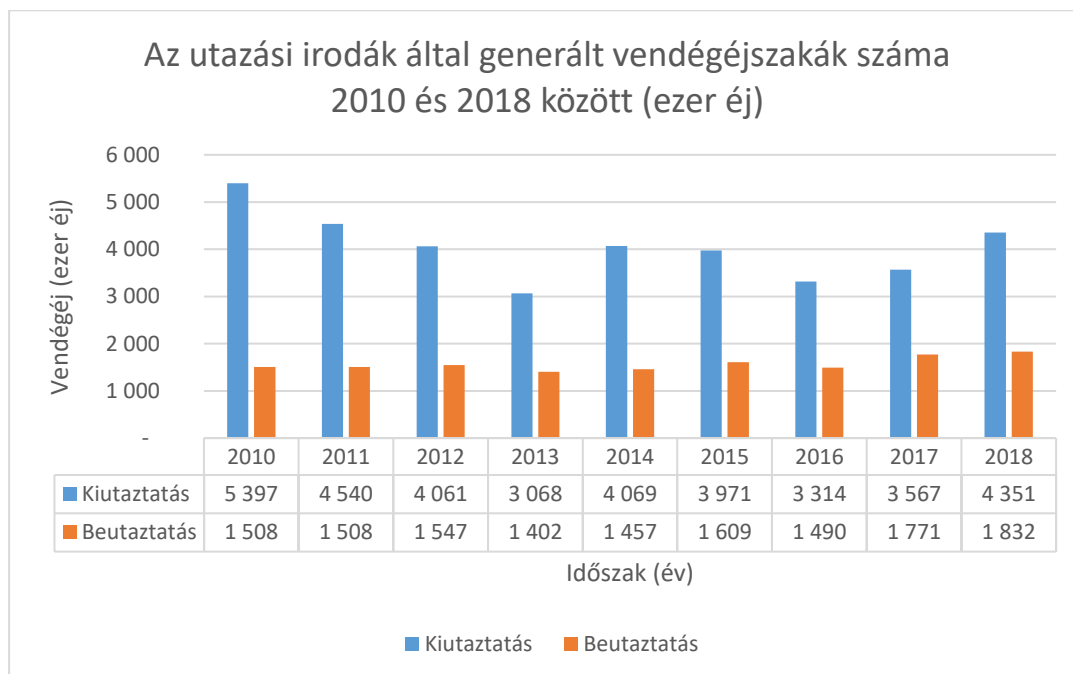
Forrás: KSH

45. ábra - Az utazási irodák által utaztatott vendégek száma 2010 és 2018 között (ezer fő)



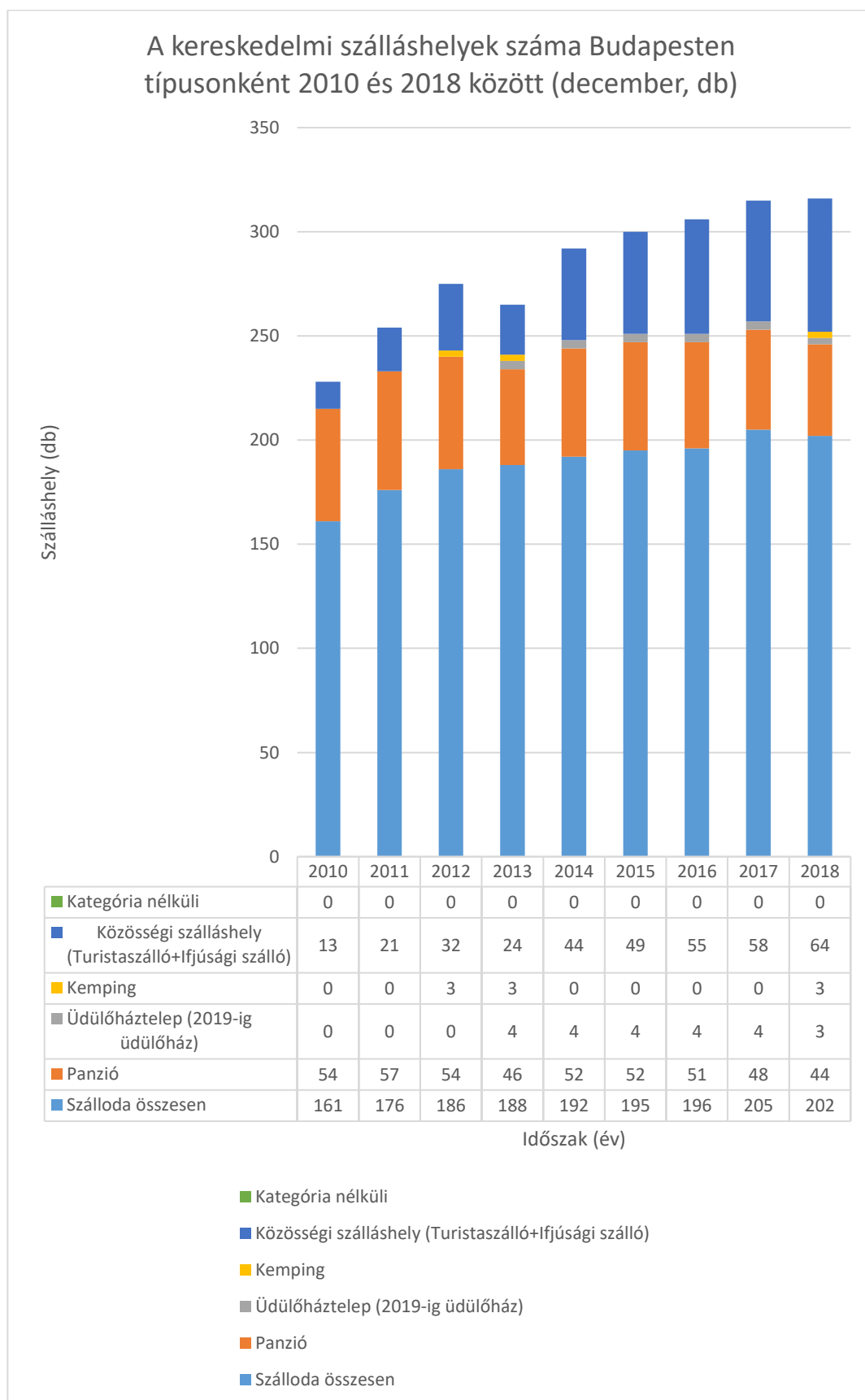
Forrás: KSH

46. ábra - Az utazási irodák által generált vendégéjszakák száma 2010 és 2018 között (ezer éj)



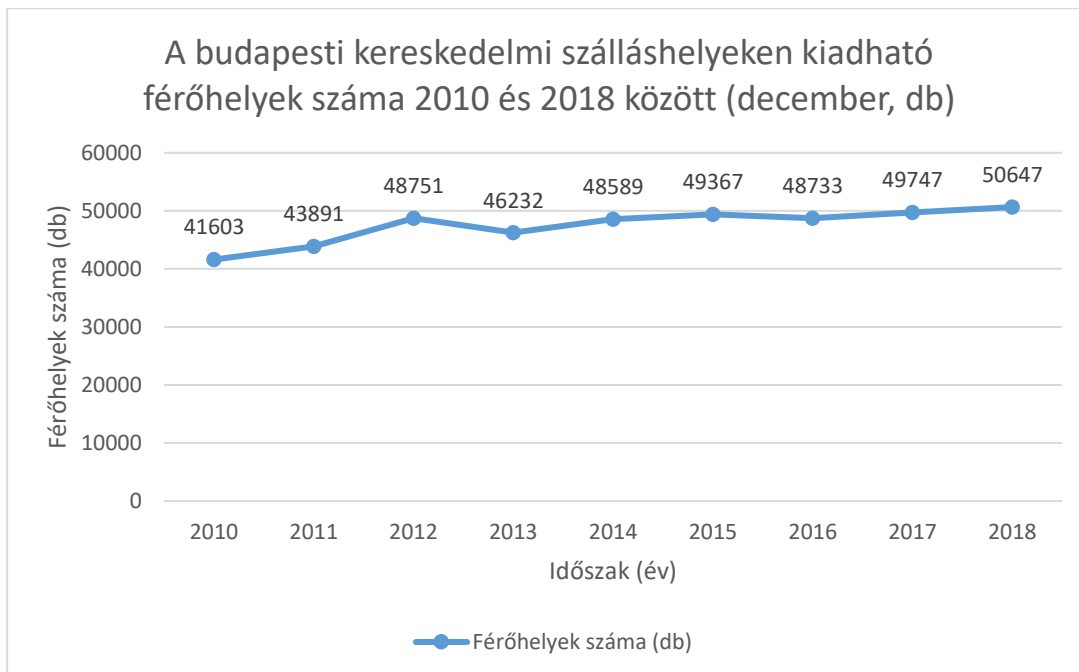
Forrás: KSH

47. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek száma Budapesten típusonként 2010 és 2018 között (december, db)



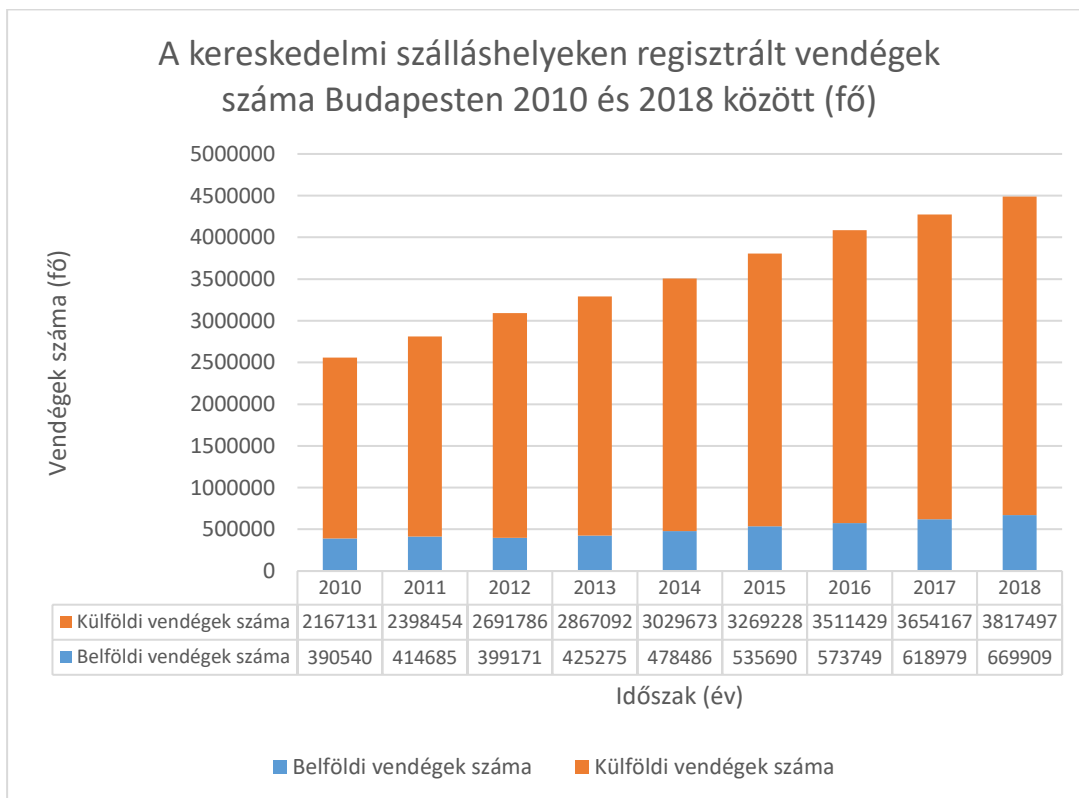
Forrás: KSH

48. ábra – A budapesti kereskedelmi szálláshelyeken kiadható férőhelyek száma 2010 és 2018 között (december, db)



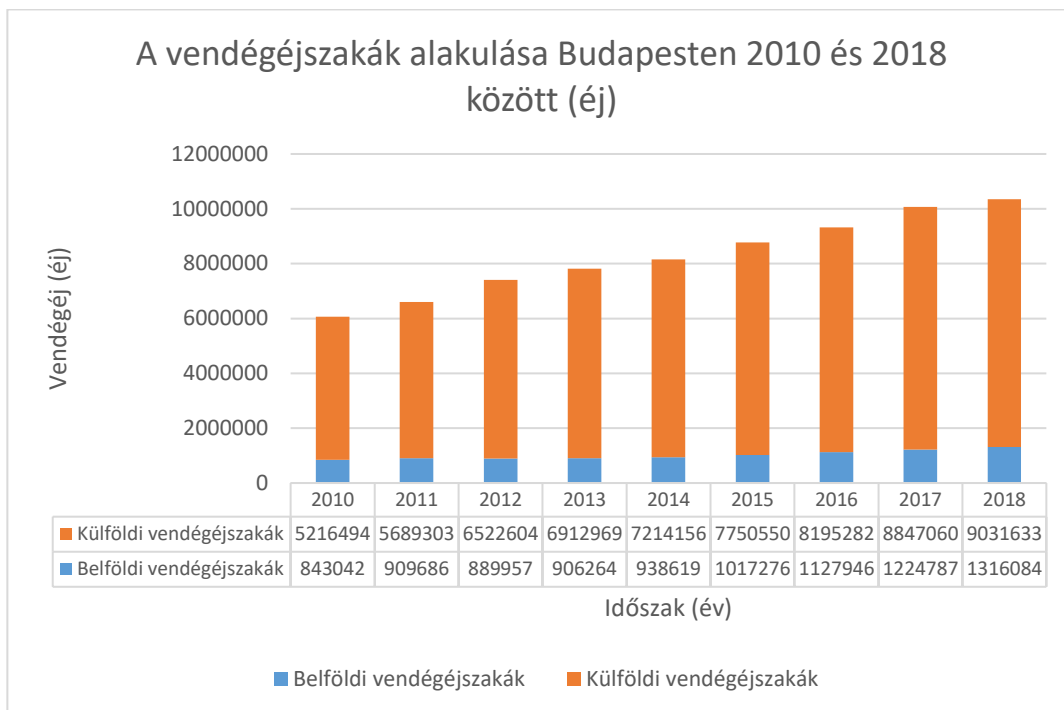
Forrás: KSH

49. ábra - A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek száma Budapesten 2010 és 2018 között (fő)



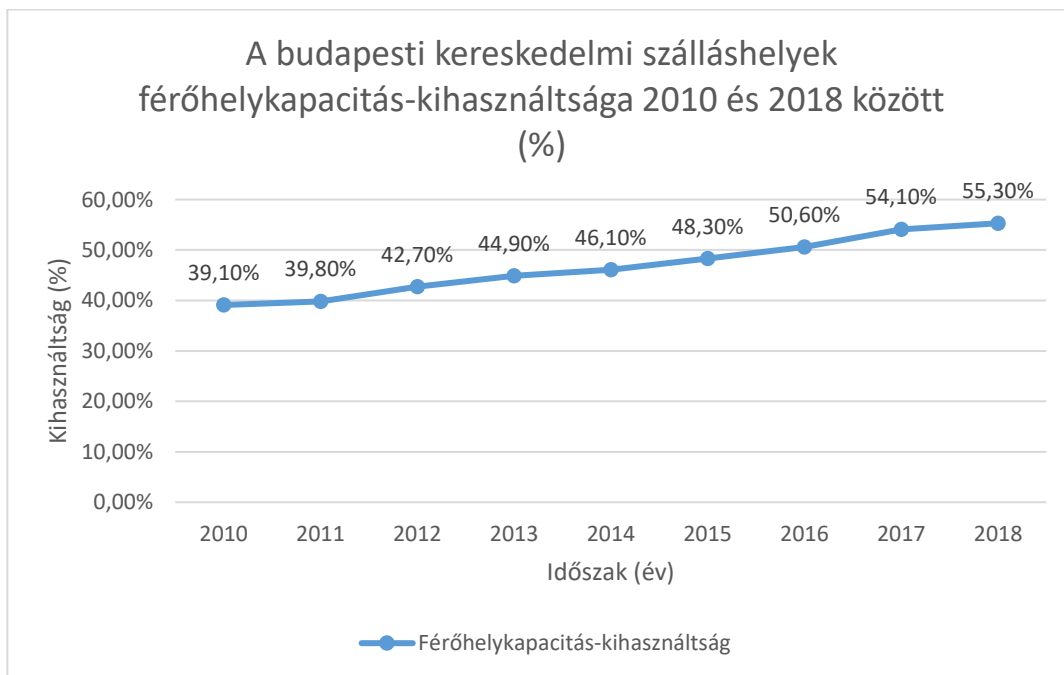
Forrás: KSH

50. ábra - A vendégéjszakák alakulása Budapesten 2010 és 2018 között (éj)



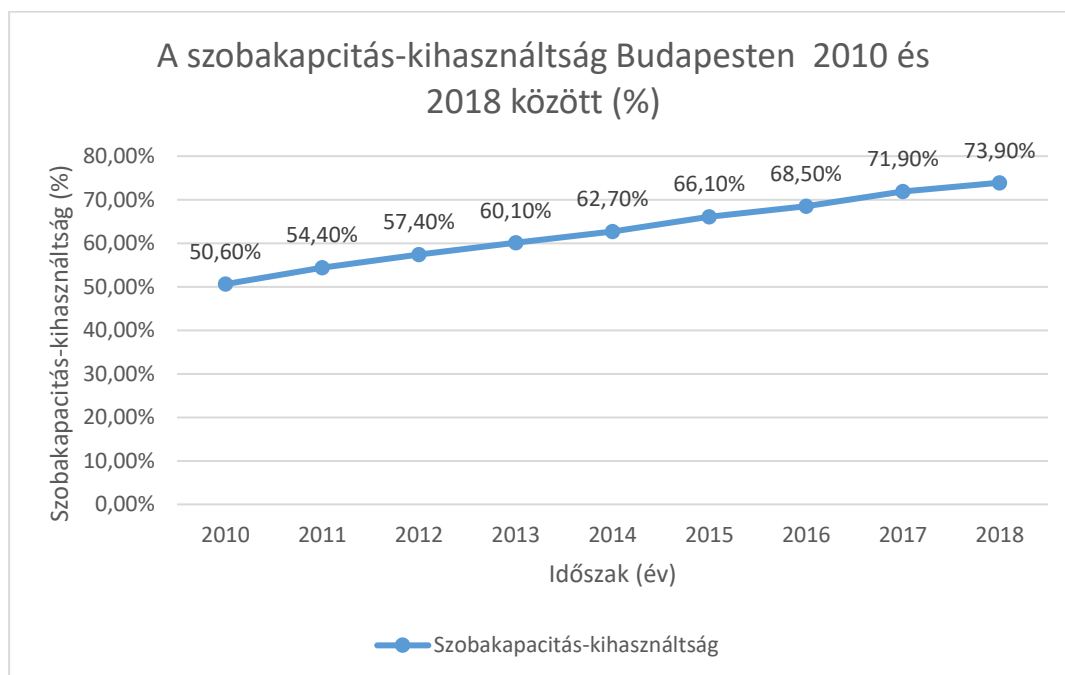
Forrás: KSH

51. ábra - A budapesti kereskedelmi szálláshelyek férőhelykapacitás-kihasználsága 2010 és 2018 között (%)



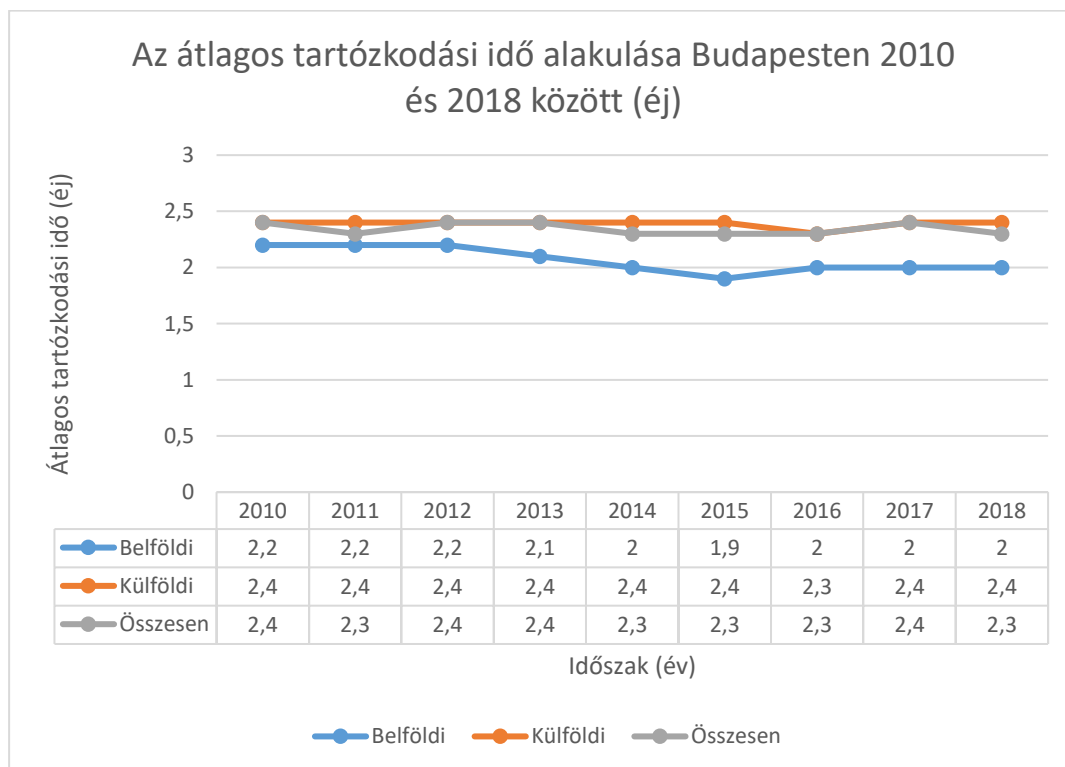
Forrás: KSH

52. ábra - A szobakapacitás-kihasználtság Budapesten 2010 és 2018 között (%)



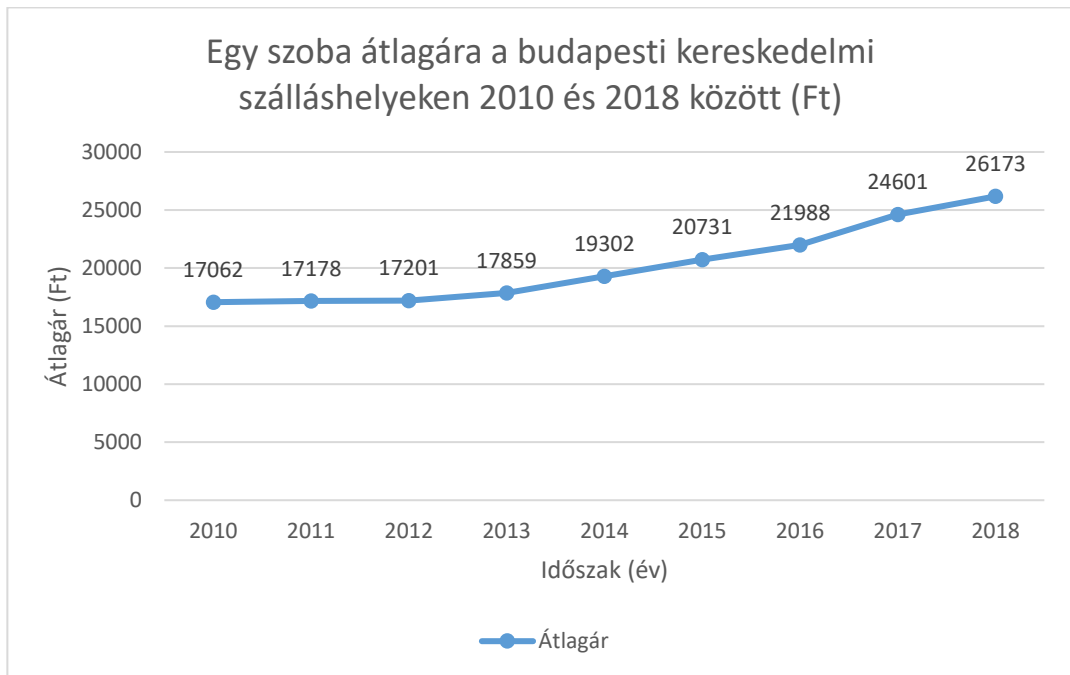
Forrás: KSH

53. ábra - Az átlagos tartózkodási idő alakulása Budapesten 2010 és 2018 között (éj)



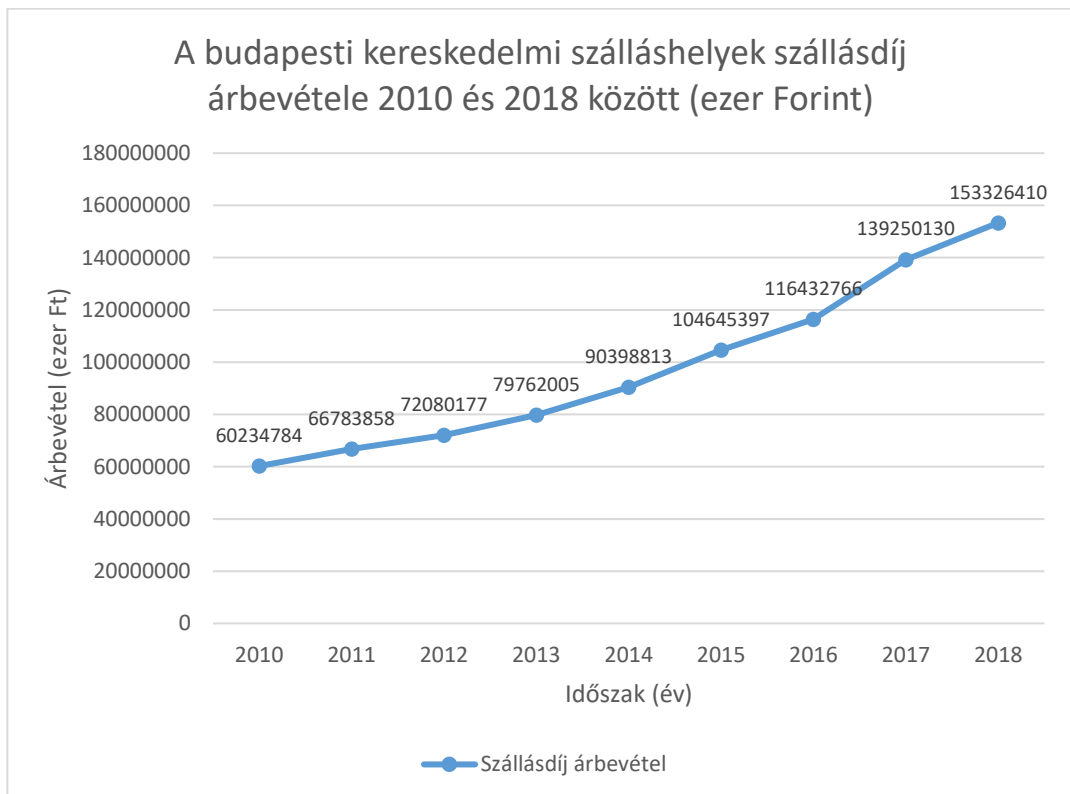
Forrás: KSH

54. ábra - Egy szoba átlagára a budapesti kereskedelmi szálláshelyeken 2010 és 2018 között (Ft)



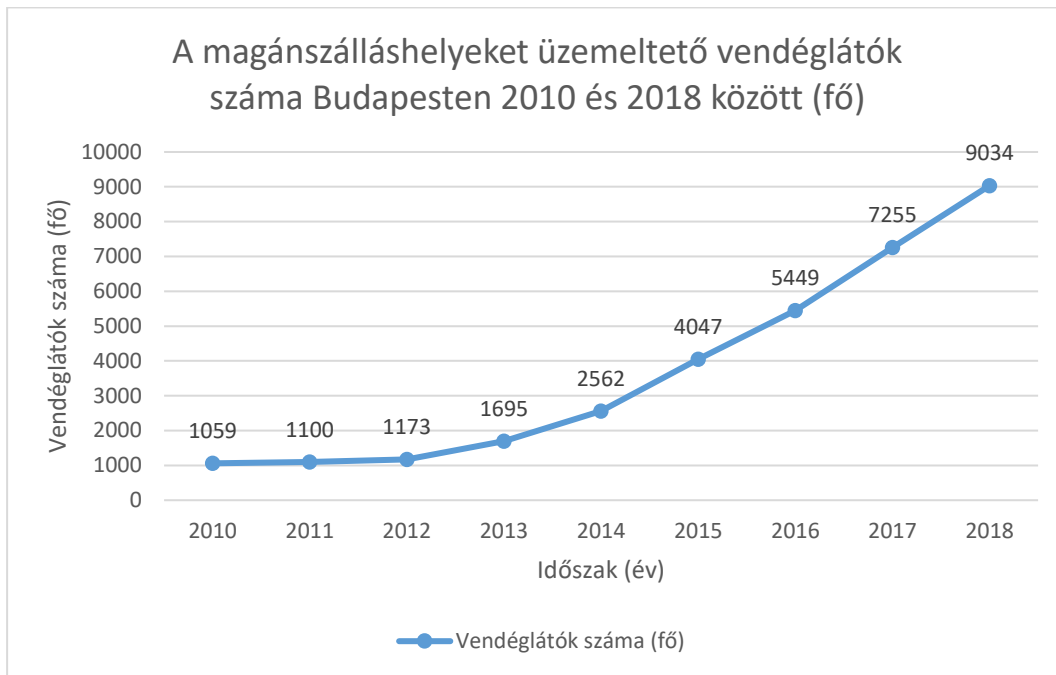
Forrás: KSH

55. ábra - A budapesti kereskedelmi szálláshelyek szállásdíj árbevétele 2010 és 2018 között (ezer Forint)



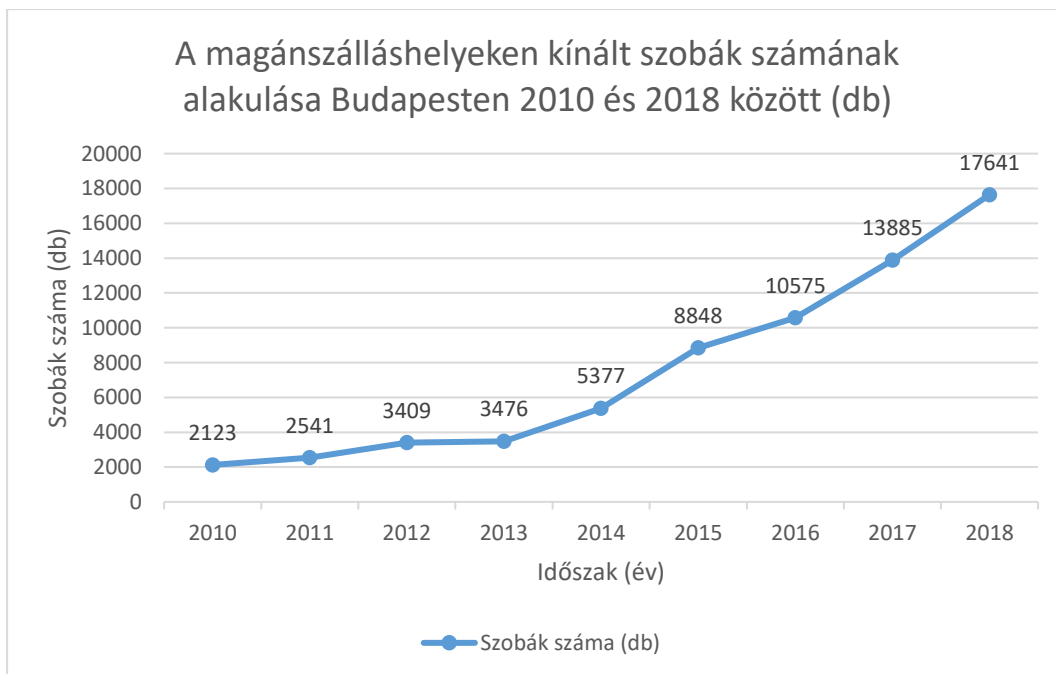
Forrás: KSH

56. ábra - A magánszálláshelyeket üzemeltető vendéglátók száma Budapesten 2010 és 2018 között (fő)



Forrás: KSH

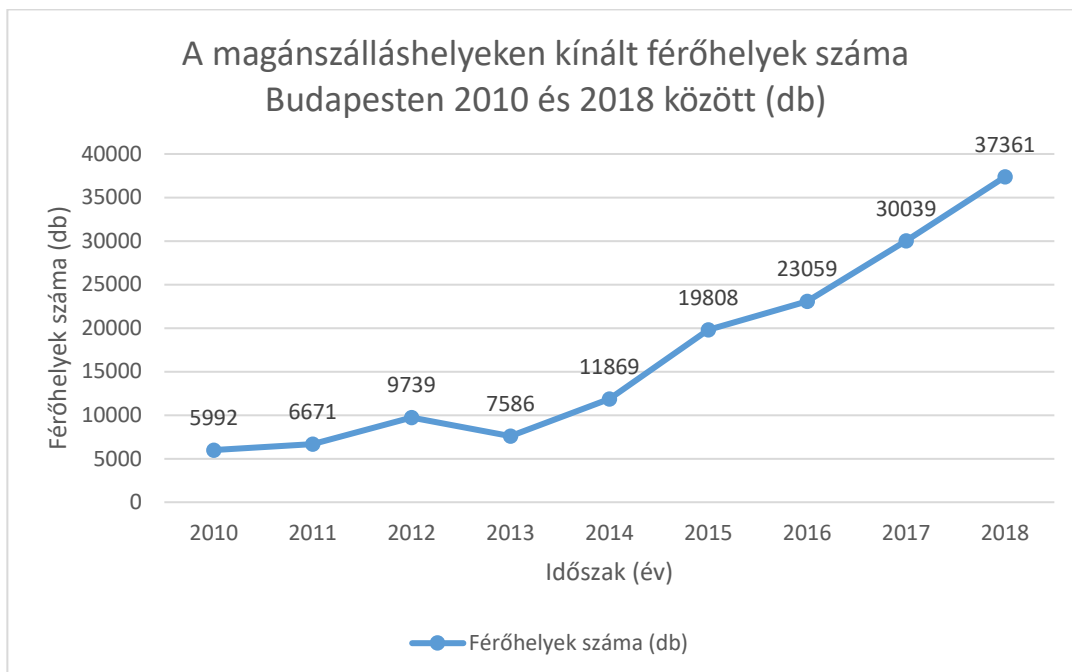
57. ábra - A magánszálláshelyeken kínált szobák számának alakulása Budapesten 2010 és 2018 között (db)



Forrás: KSH

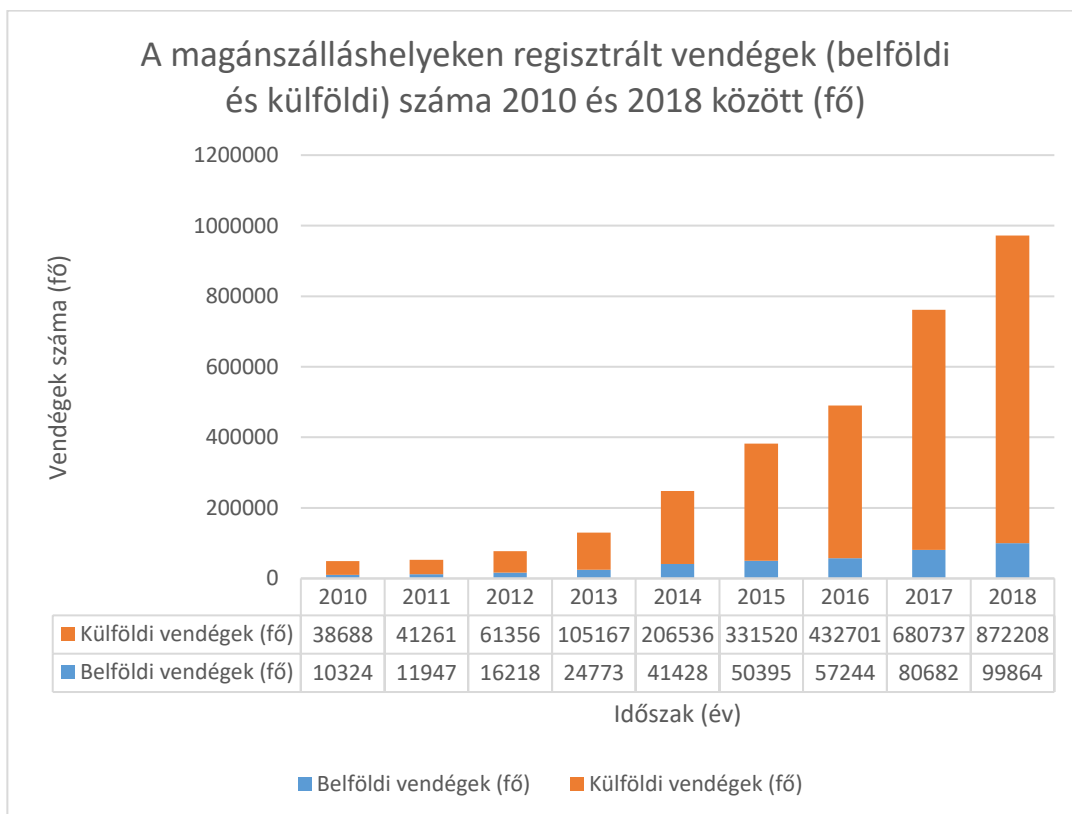


58. ábra - A magánszálláshelyeken kínált férőhelyek száma Budapesten 2010 és 2018 között (db)



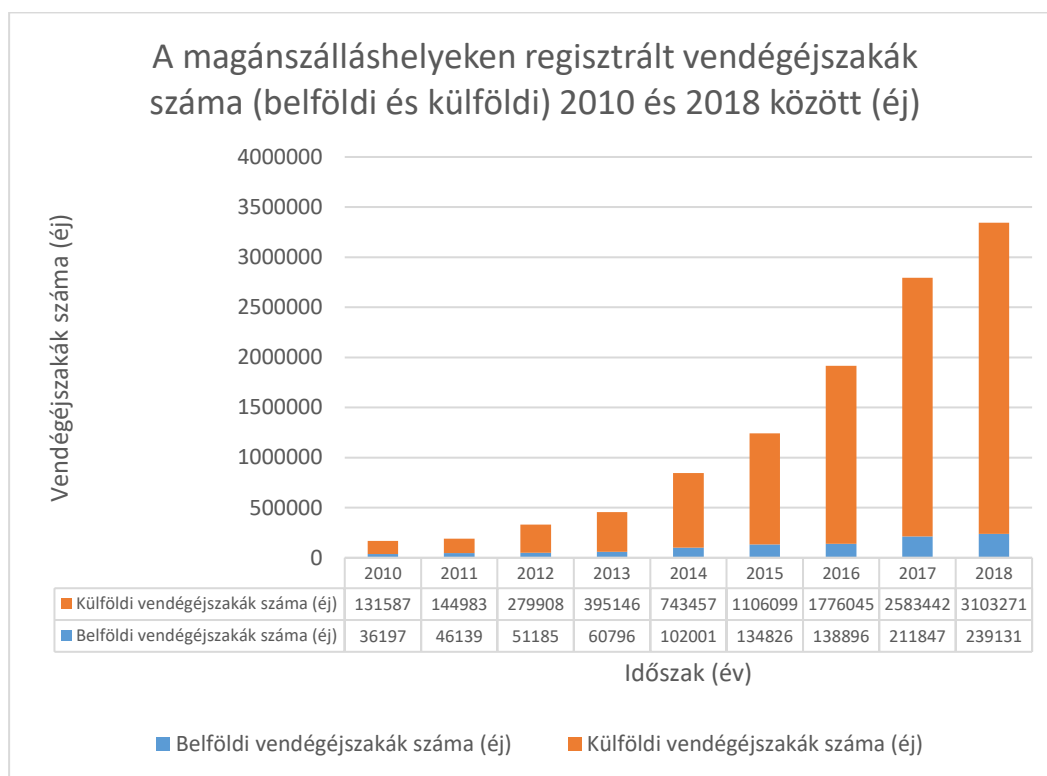
Forrás: KSH

59. ábra - A magánszálláshelyeken regisztrált vendégek száma (belföldi és külföldi) 2010 és 2018 között (fő)



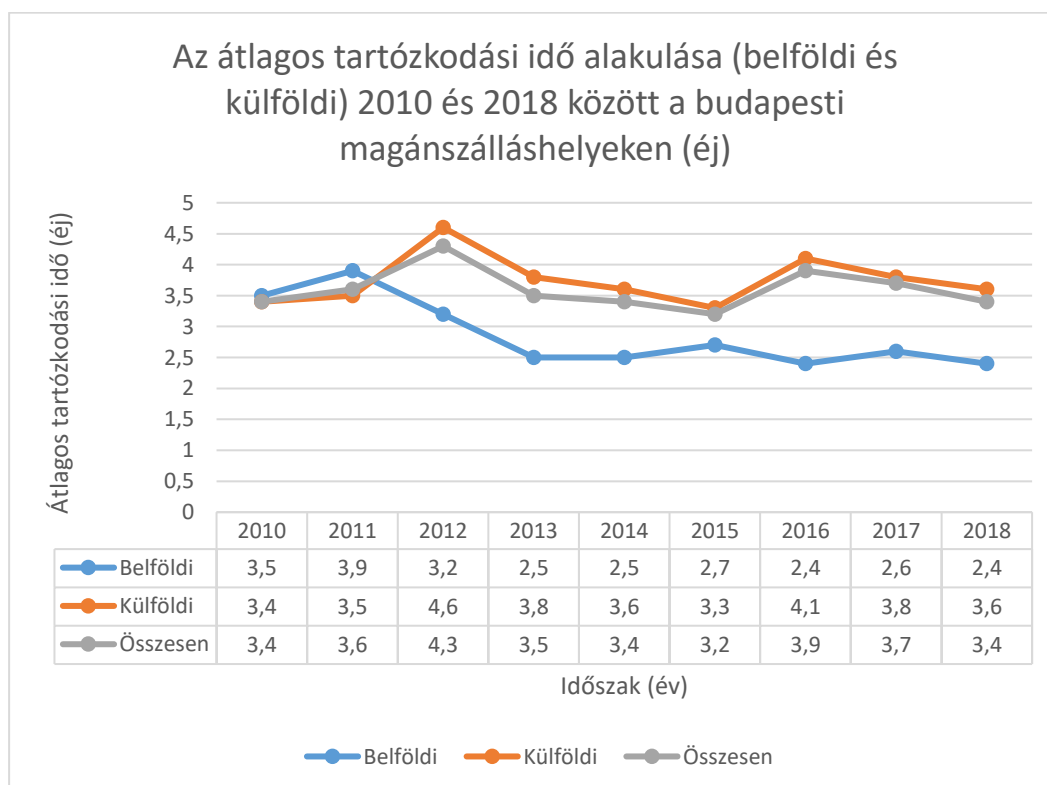
Forrás: KSH

60. ábra - A magánszálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák száma (belföldi és külföldi) 2010 és 2018 között (éj)



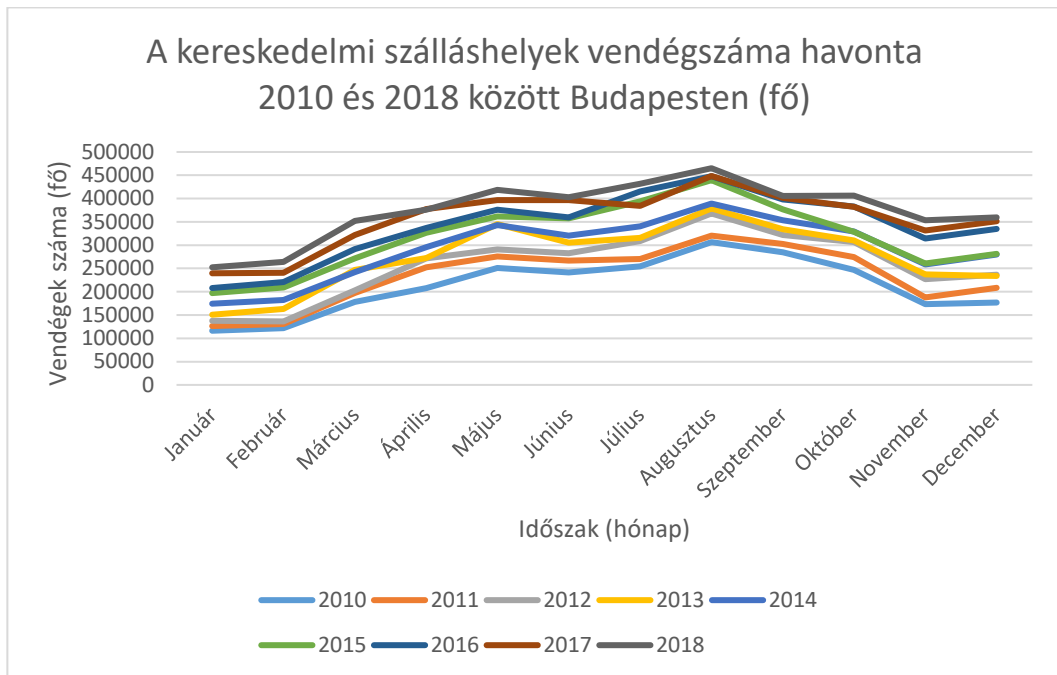
Forrás: KSH

61. ábra - Az átlagos tartózkodási idő alakulása (belföldi és külföldi) 2010 és 2018 között a budapesti magánszálláshelyeken (éj)



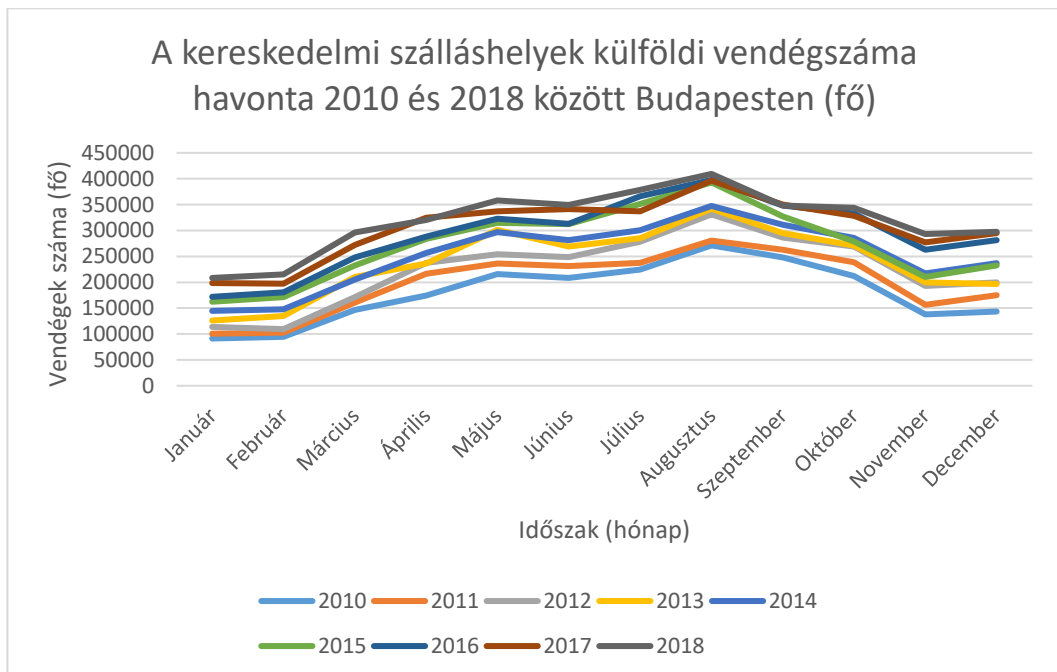
Forrás: KSH

62. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek vendégszáma havonta 2010 és 2018 között Budapesten (fő)



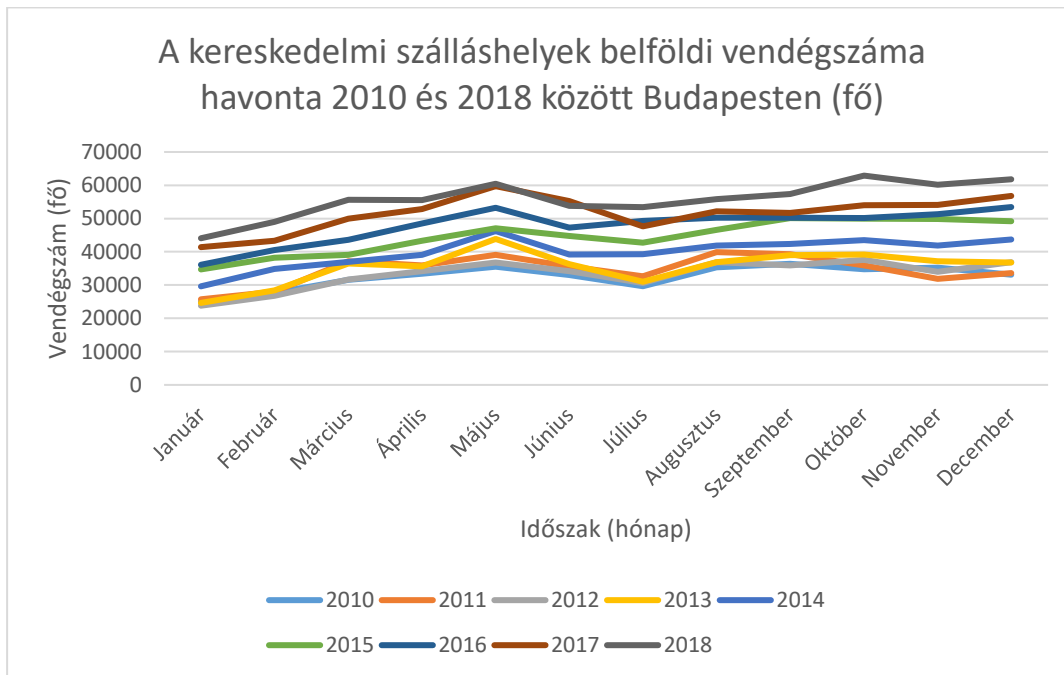
Forrás: KSH

63. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégszáma havonta 2010 és 2018 között Budapesten (fő)



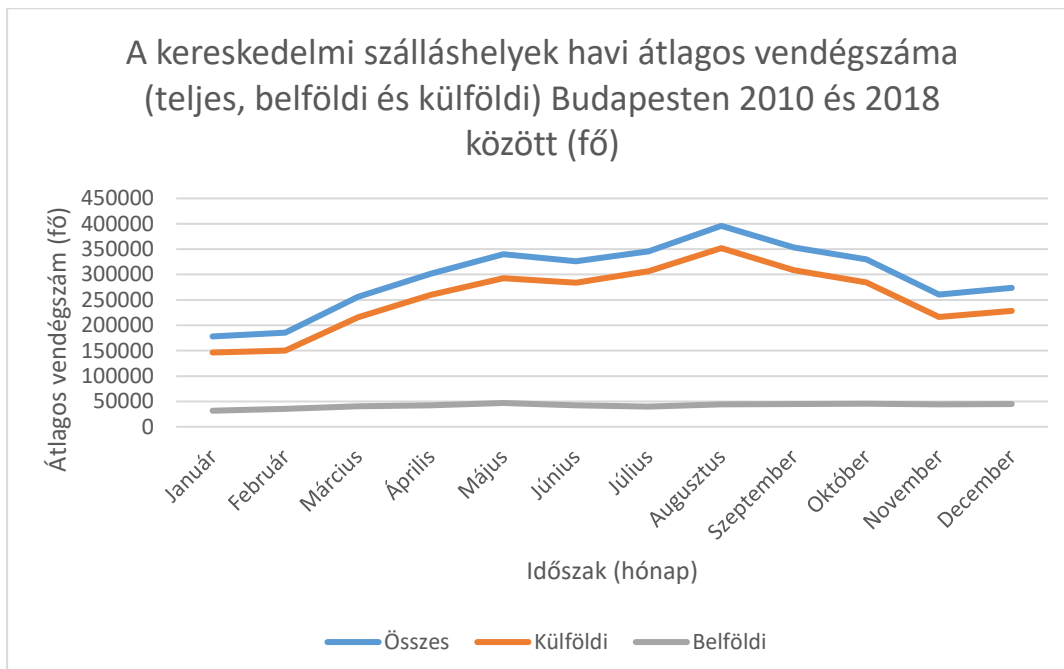
Forrás: KSH

64. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek belföldi vendégszáma havonta 2010 és 2018 között Budapesten (fő)



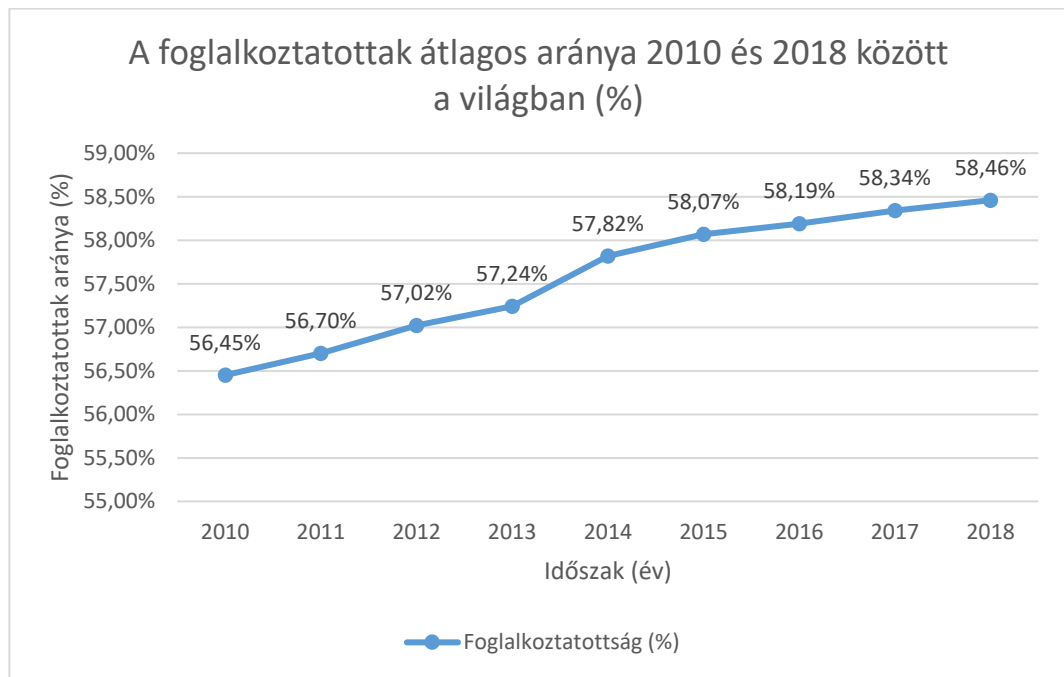
Forrás: KSH

65. ábra - A kereskedelmi szálláshelyek havi átlagos vendégszáma (teljes, belföldi és külföldi) Budapesten 2010 és 2018 között (fő)



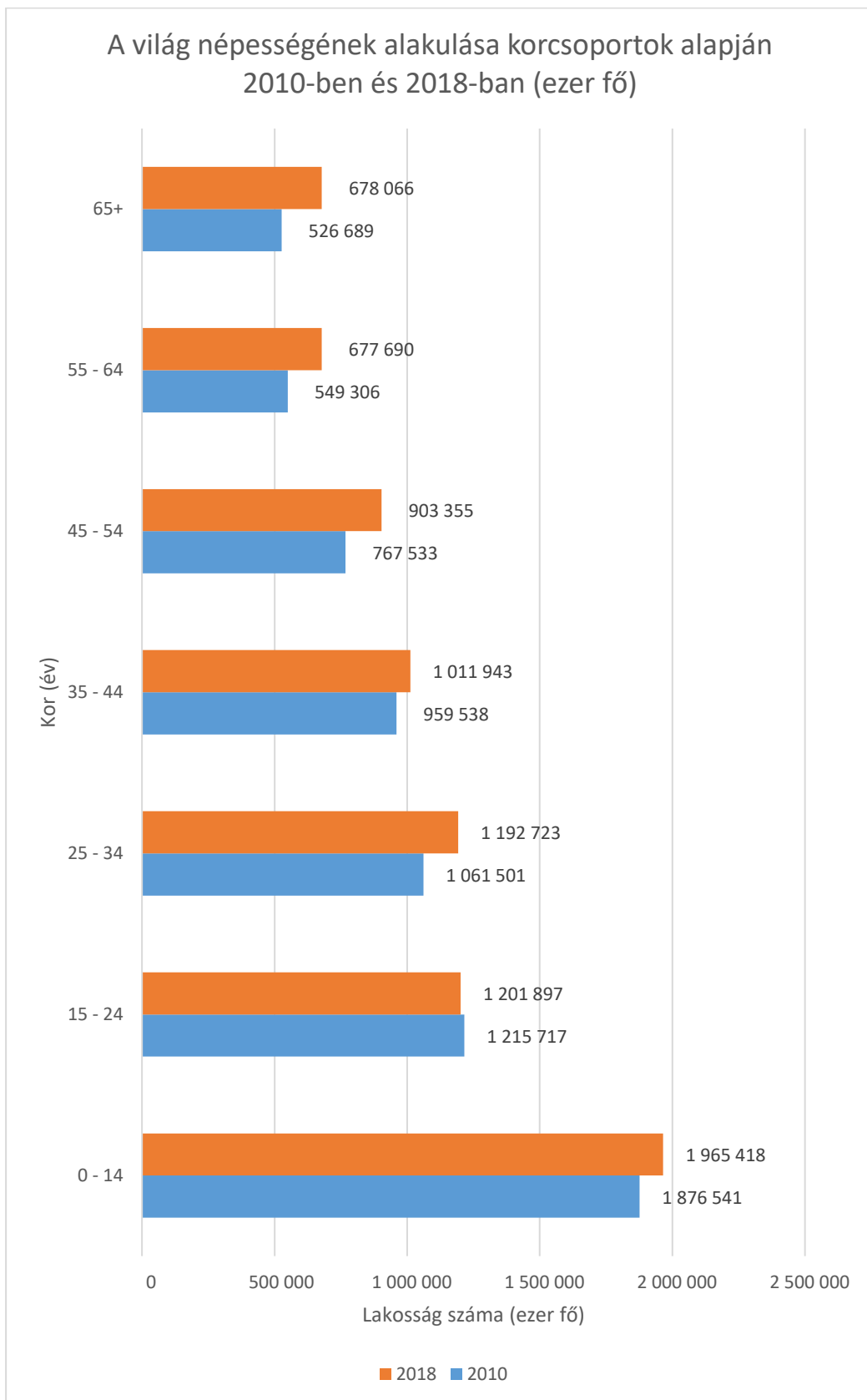
Forrás: KSH

66. ábra - A foglalkoztatottak átlagos aránya 2010 és 2018 között a világban (%)



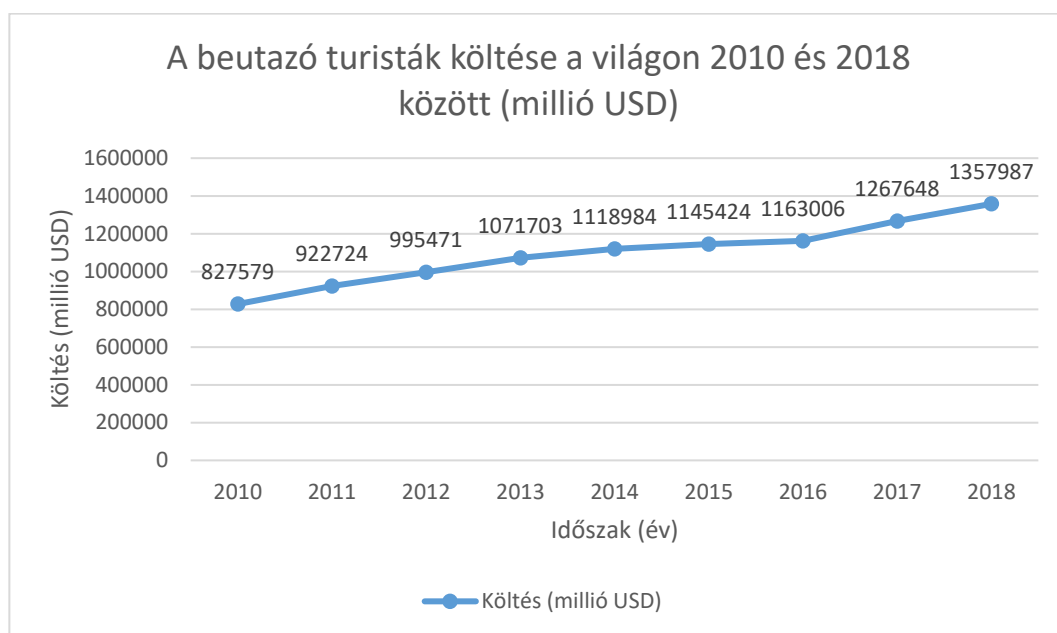
Forrás: The World Bank

67. ábra - A világ népességének alakulása korcsoportok alapján 2010-ben és 2018-ban (ezer fő)



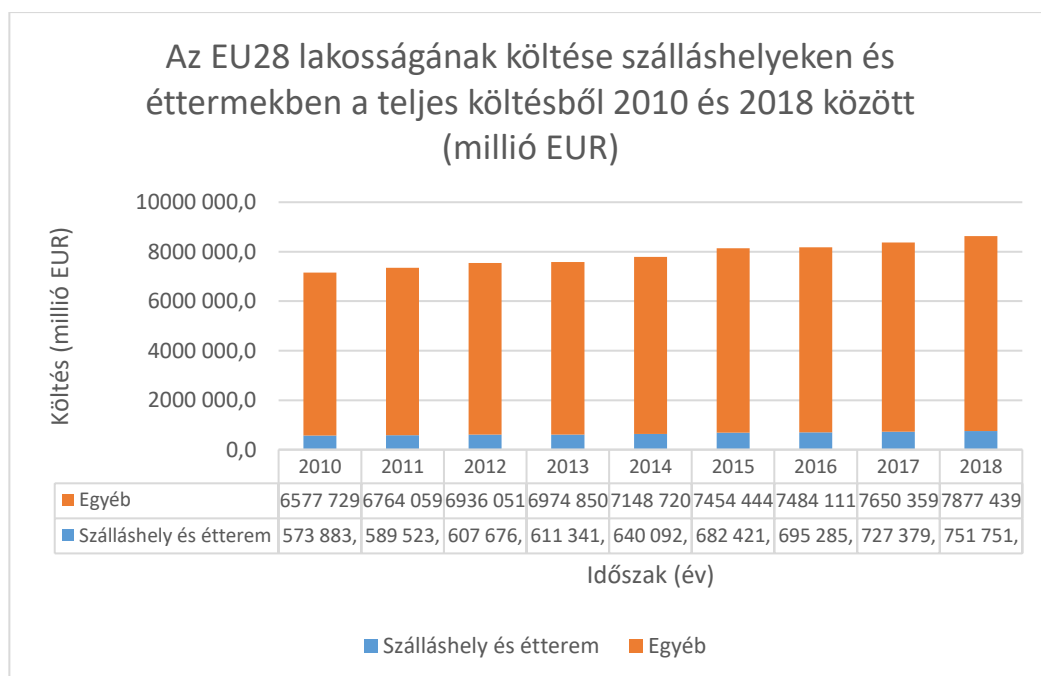
Forrás: United Nations

68. ábra - A beutazó turisták költése a világon 2010 és 2018 között (millió USD)



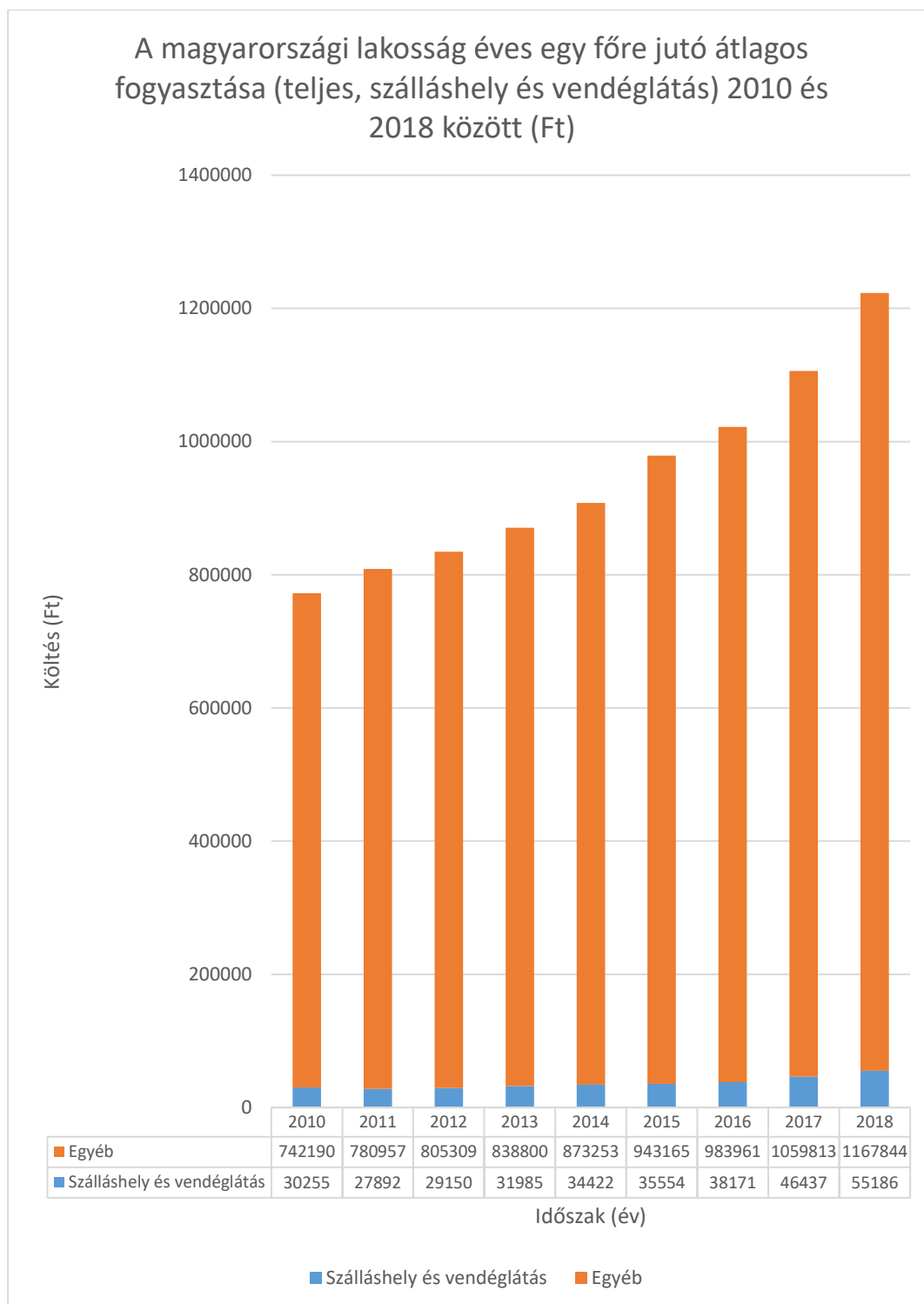
Forrás: UNWTO

69. ábra - Az EU28 lakosságának költése szálláshelyeken és éttermekben a teljes költésből 2010 és 2018 között (millió EUR)



Forrás: Eurostat

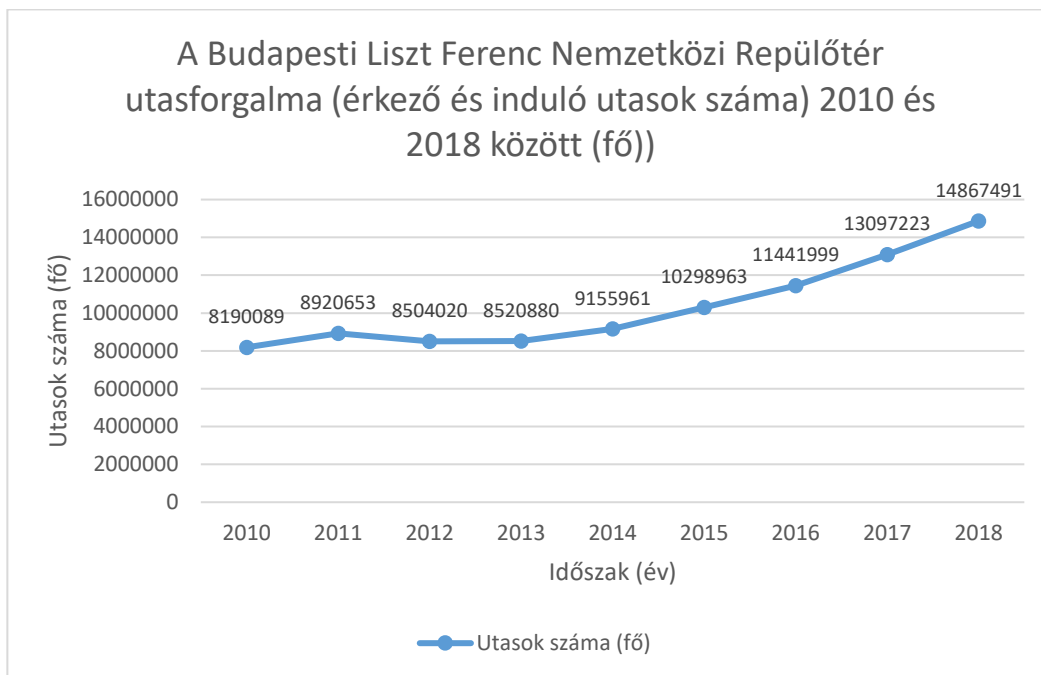
70. ábra - A magyarországi lakosság éves egy főre jutó átlagos fogyasztása (teljes, szálláshely és vendéglátás) 2010 és 2018 között (Ft)



Forrás: KSH

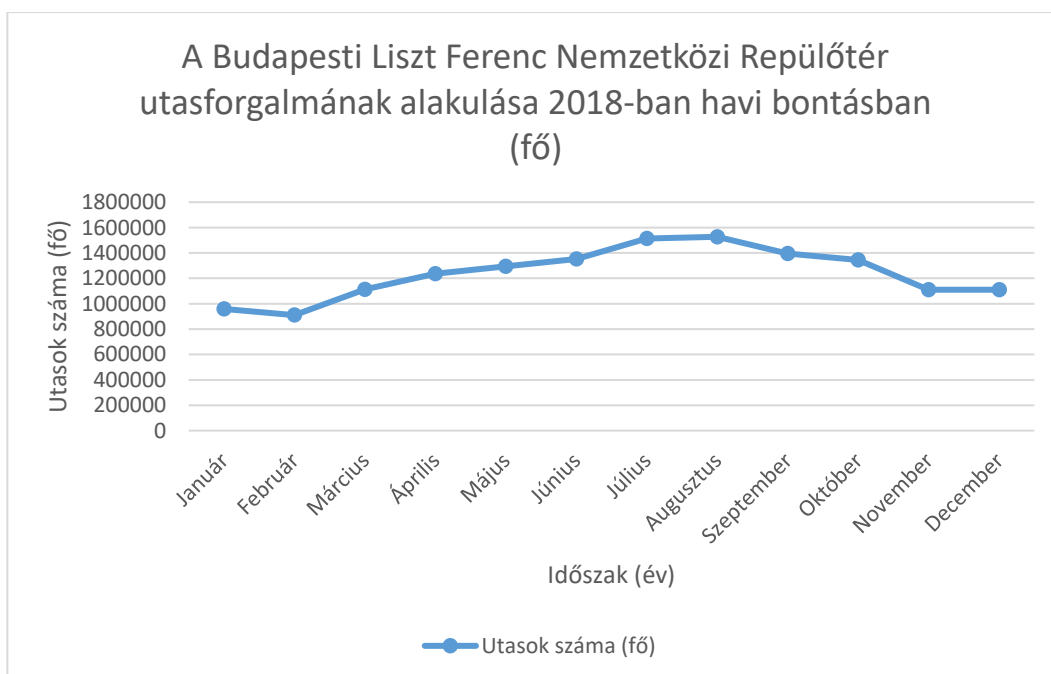


71. ábra - A Budapesti Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér utasforgalma (érkező és induló utasok száma) 2010 és 2018 között (fő)



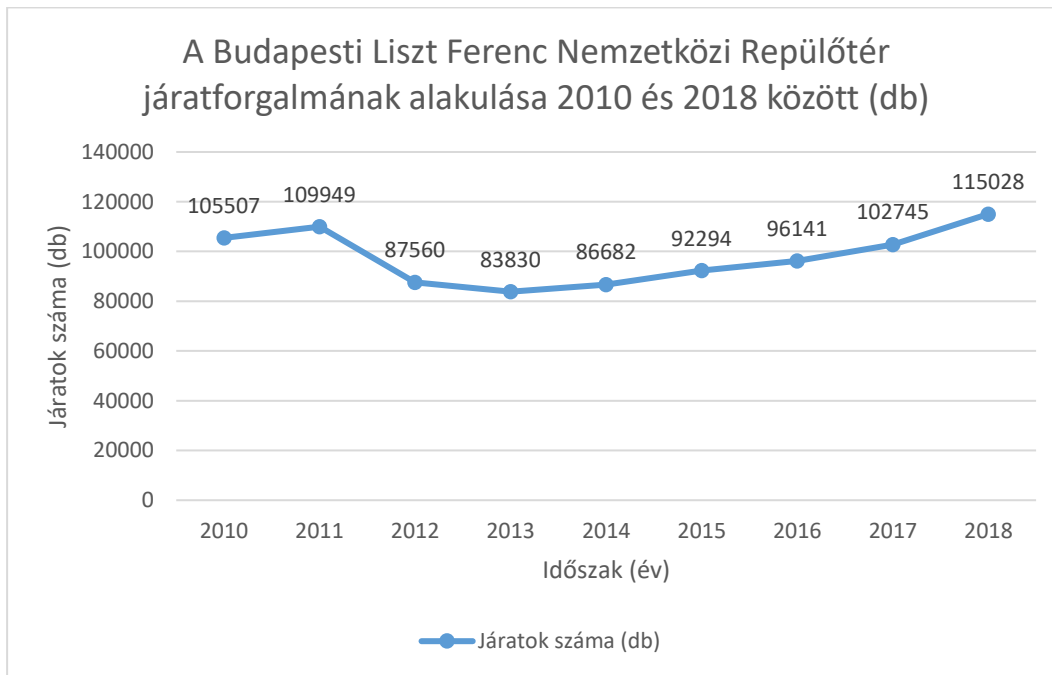
Forrás: KSH

72. ábra - A Budapesti Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér utasforgalmának alakulása 2018-ban havi bontásban (fő)



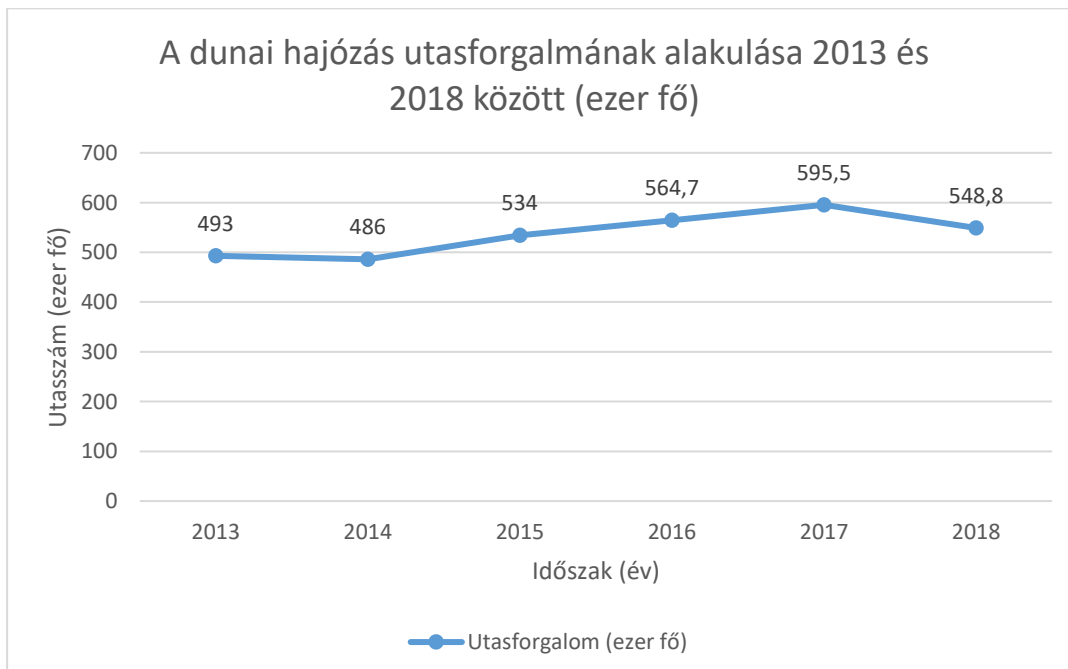
Forrás: Budapest Airport

73. ábra - A Budapesti Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér járatforgalmának alakulása 2010 és 2018 között (db)



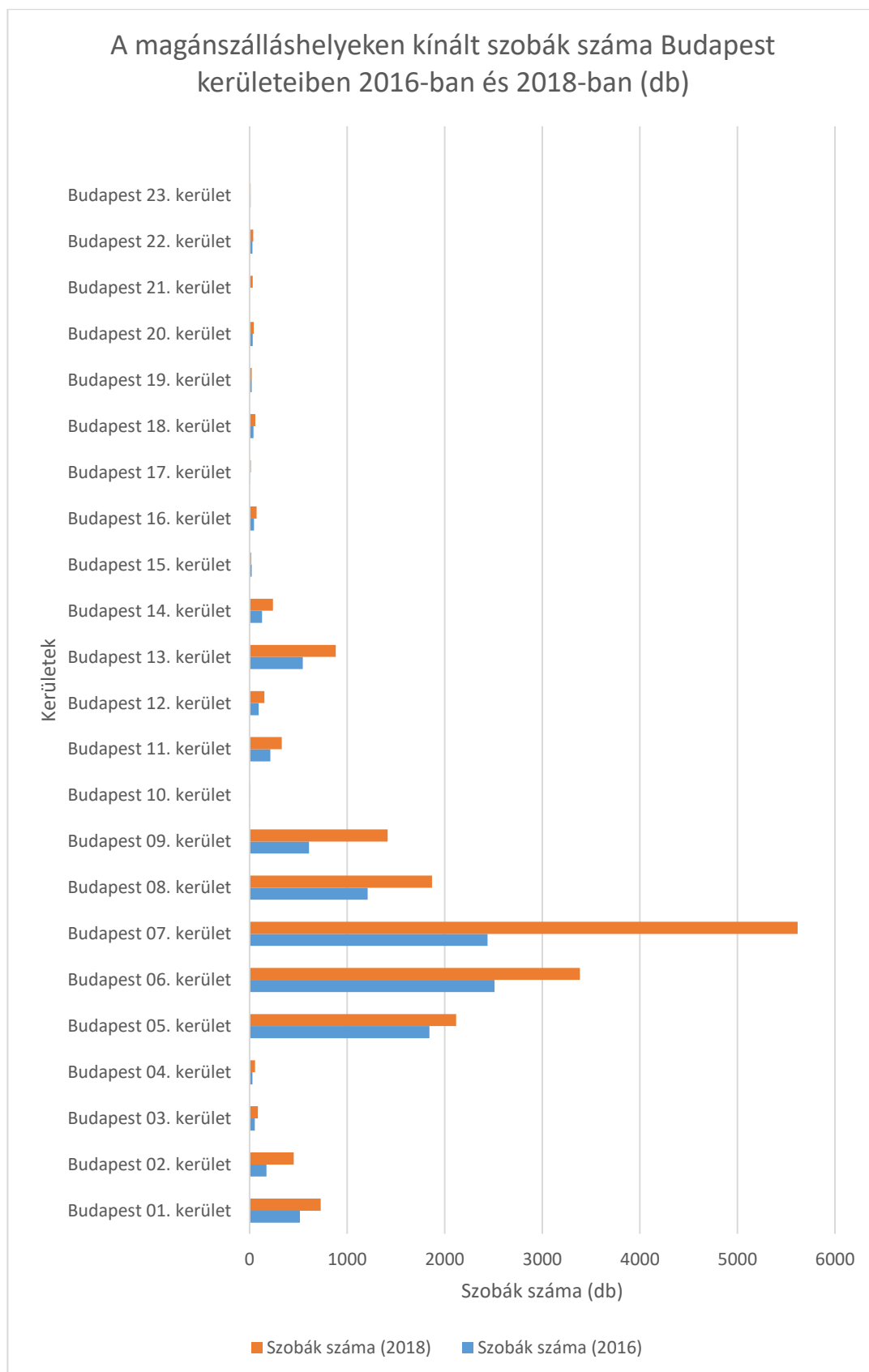
Forrás: KSH

74. ábra - A dunai hajózás utasforgalmának alakulása 2013 és 2018 között (ezer fő)



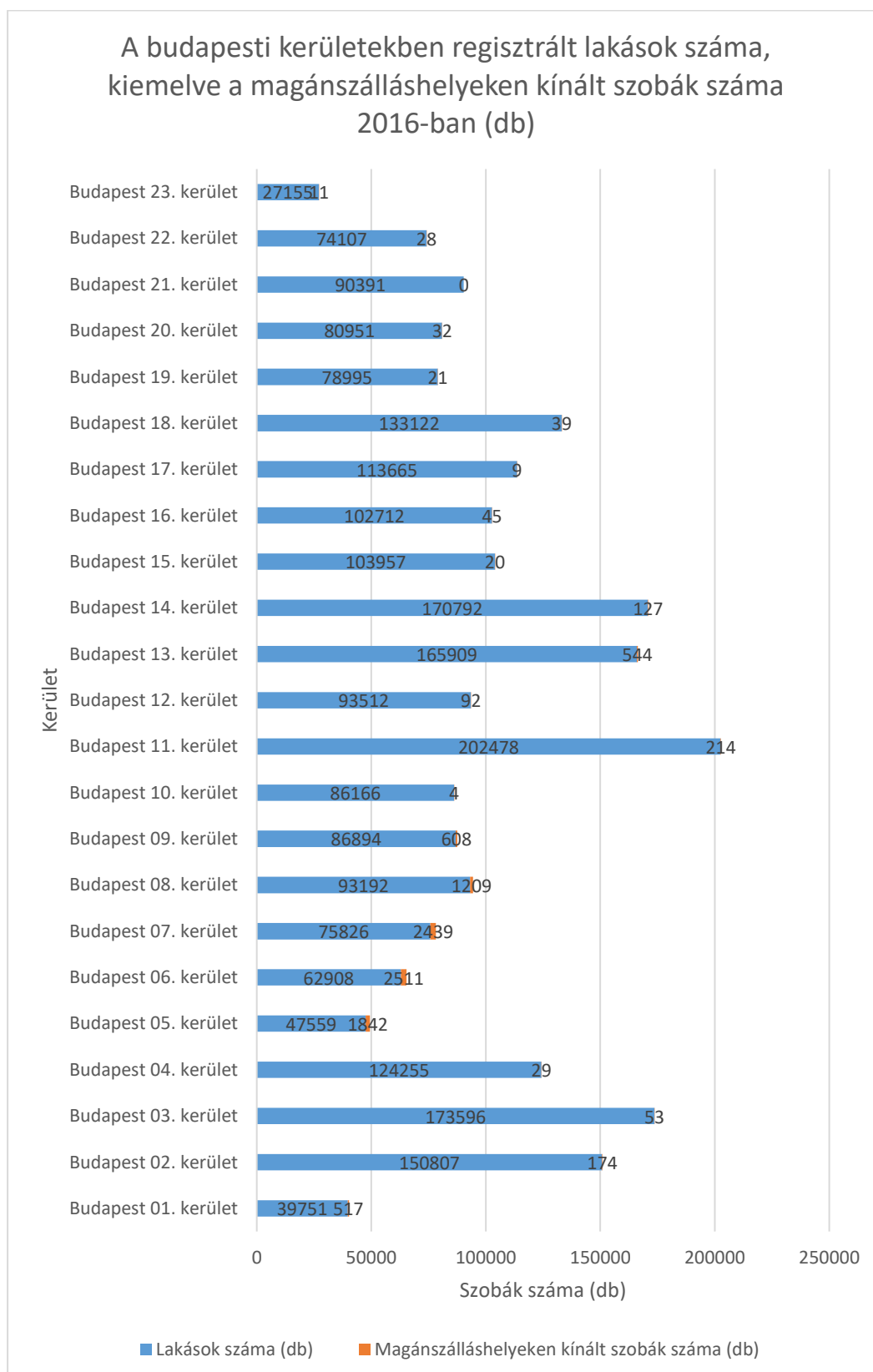
Forrás: Danube Commission

75. ábra - A magánszálláshelyeken kínált szobák száma Budapest kerületeiben 2016-ban és 2018-ban (db)



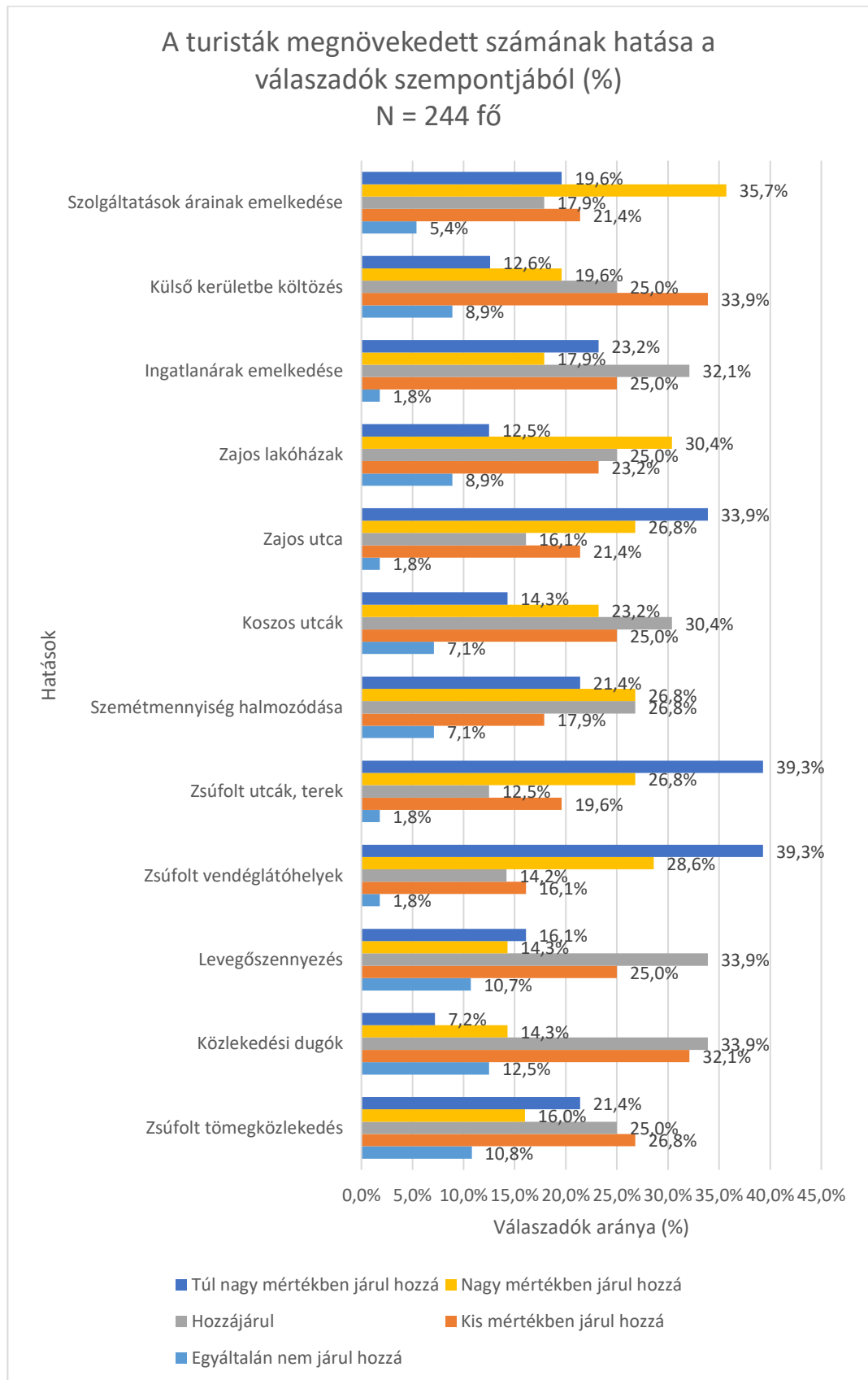
Forrás: KSH

76. ábra - A budapesti kerületekben regisztrált lakások száma, kiemelve a magánszálláshelyeken kínált szobák száma 2016-ban (db)



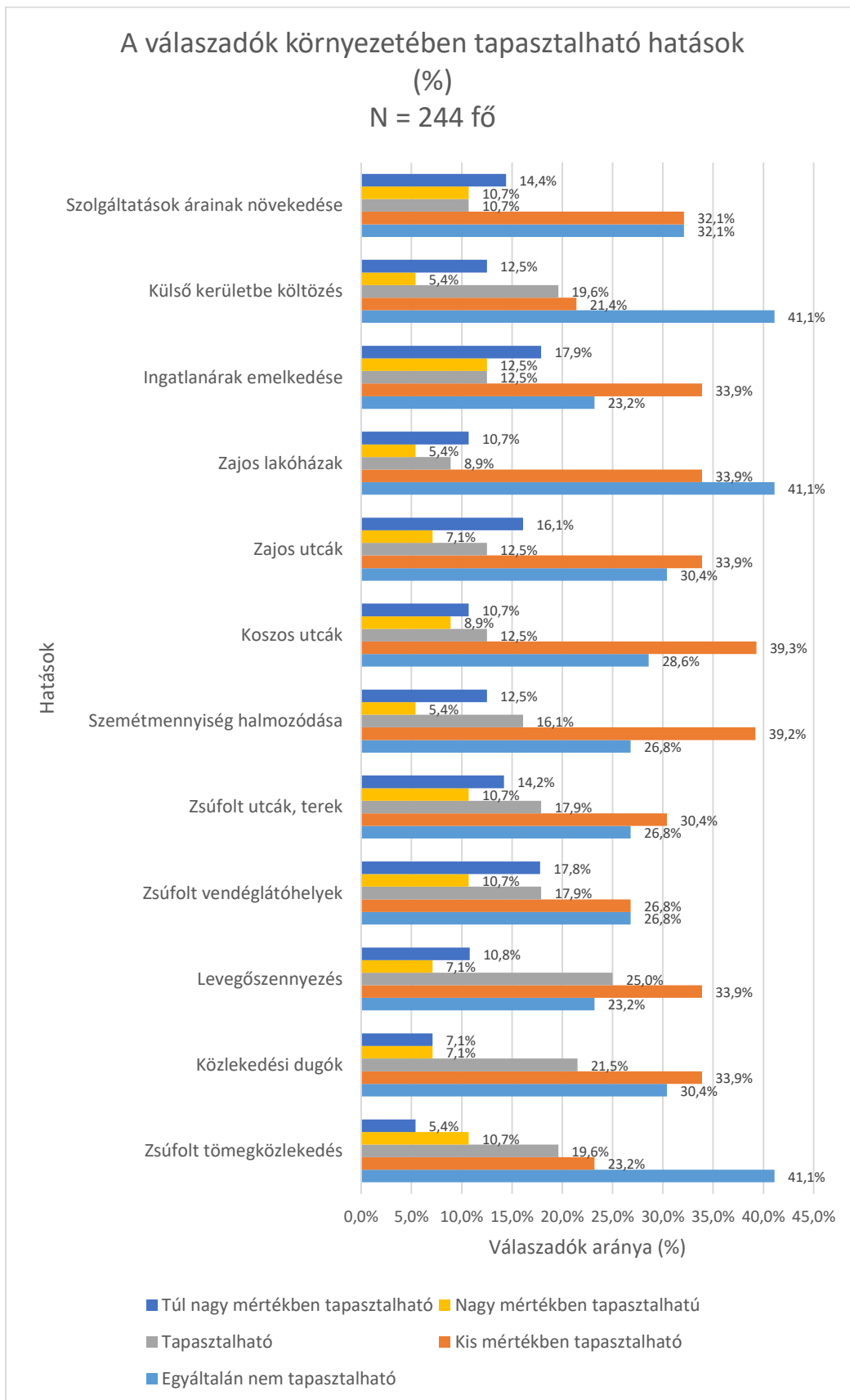
Forrás: KSH

77. ábra - A turisták megnövekedett számának hatása a válaszadók szempontjából (%)



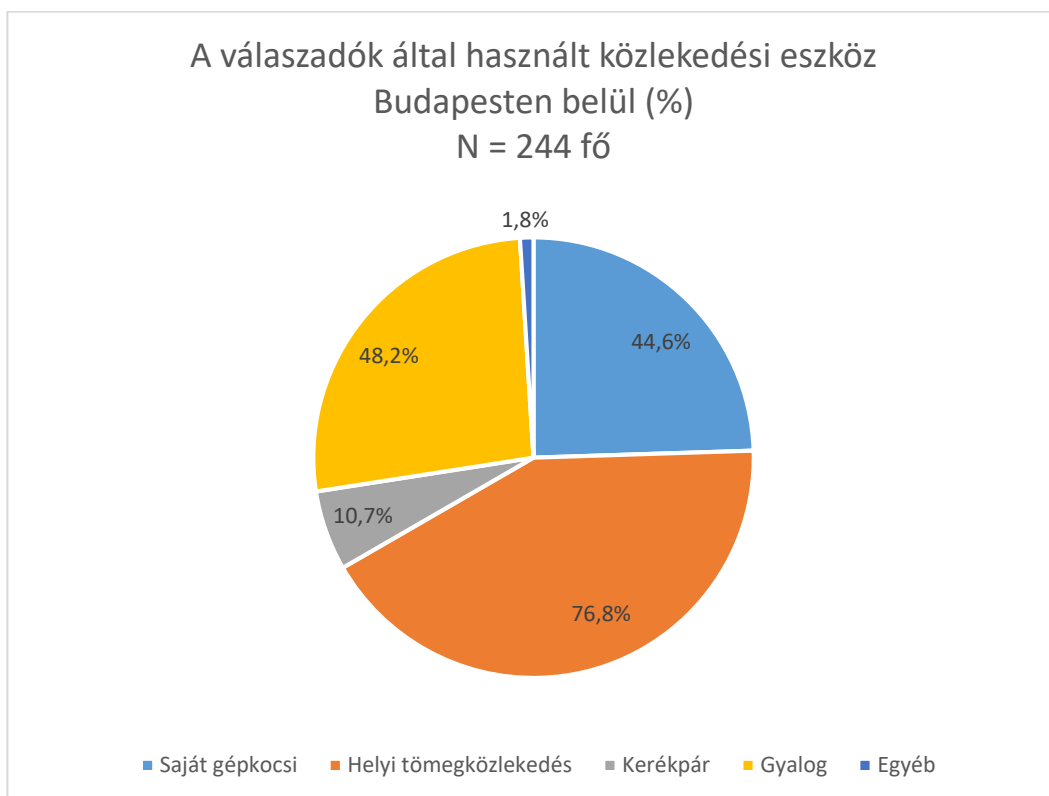
Forrás: Saját szerkesztés

78. ábra - A válaszadók környezetében tapasztalható hatások (%)



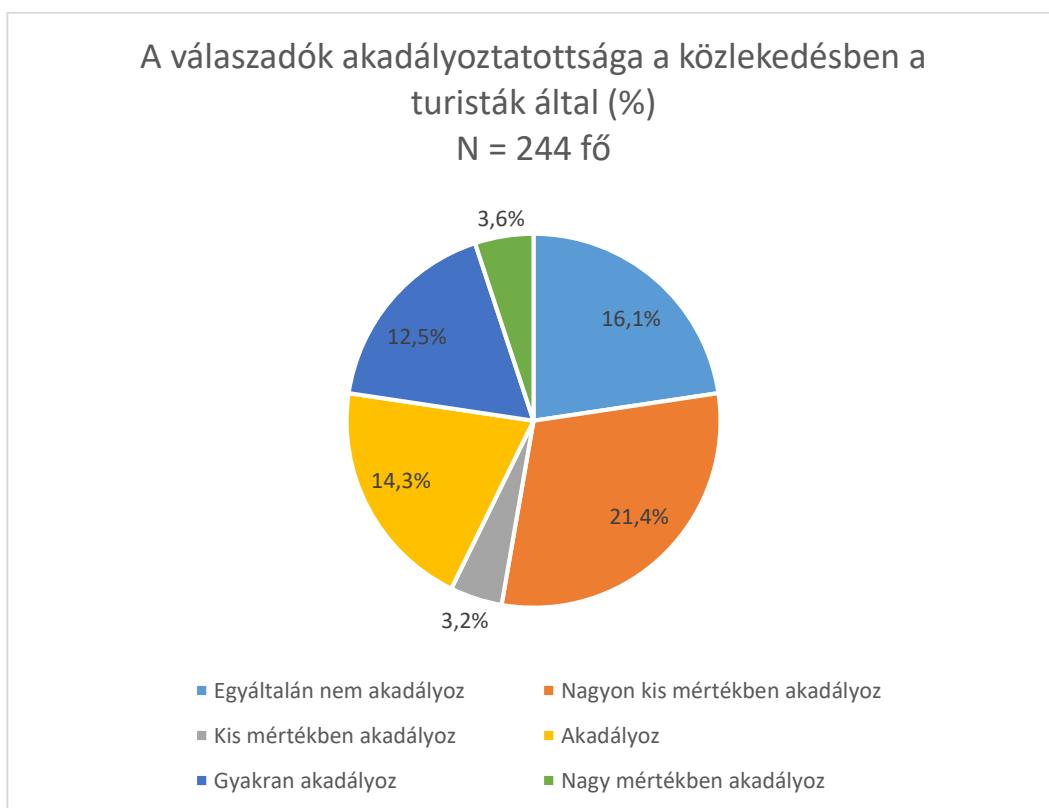
Forrás: Saját szerkesztés

79. ábra - A válaszadók által használt közlekedési eszköz Budapesten belül (%)



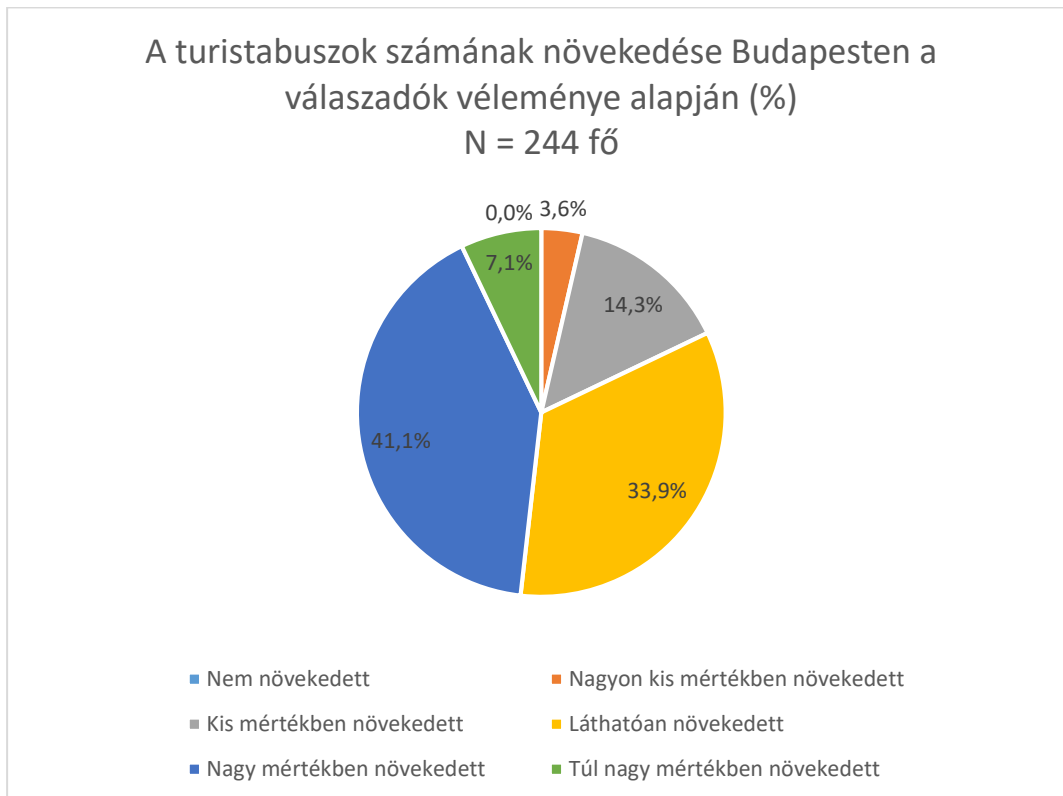
Forrás: Saját szerkesztés

80. ábra - A válaszadók akadályoztatottsága a közlekedésben a turisták által (%)



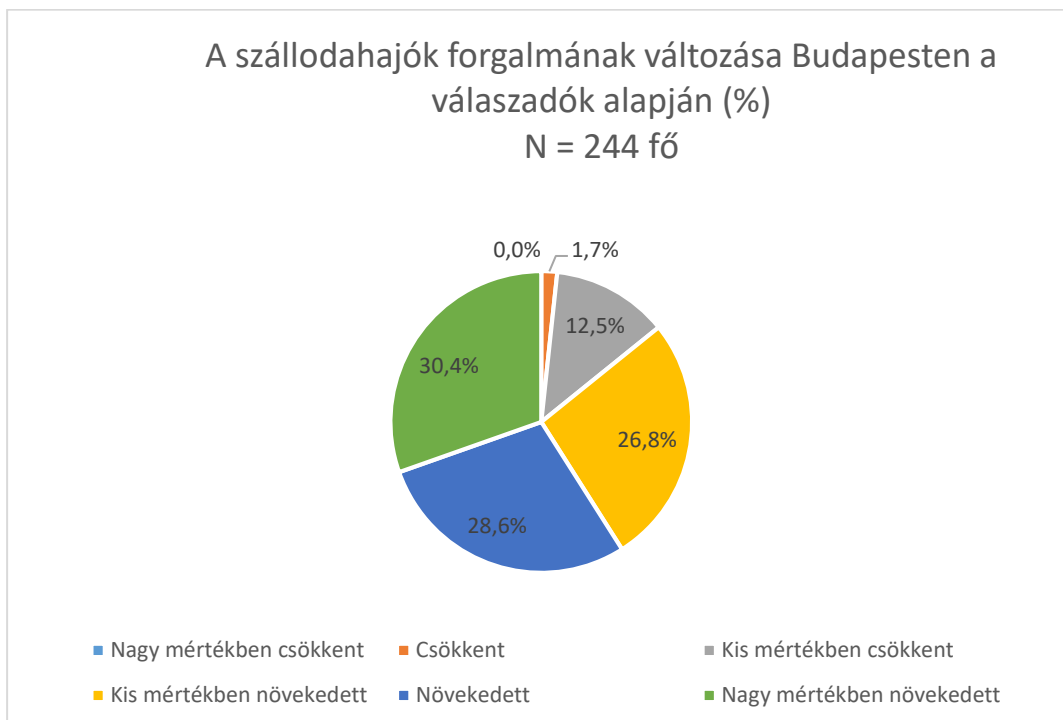
Forrás: Saját szerkesztés

81. ábra - A turistabuszok számának növekedése Budapesten a válaszadók véleménye alapján (%)



Forrás: Saját szerkesztés

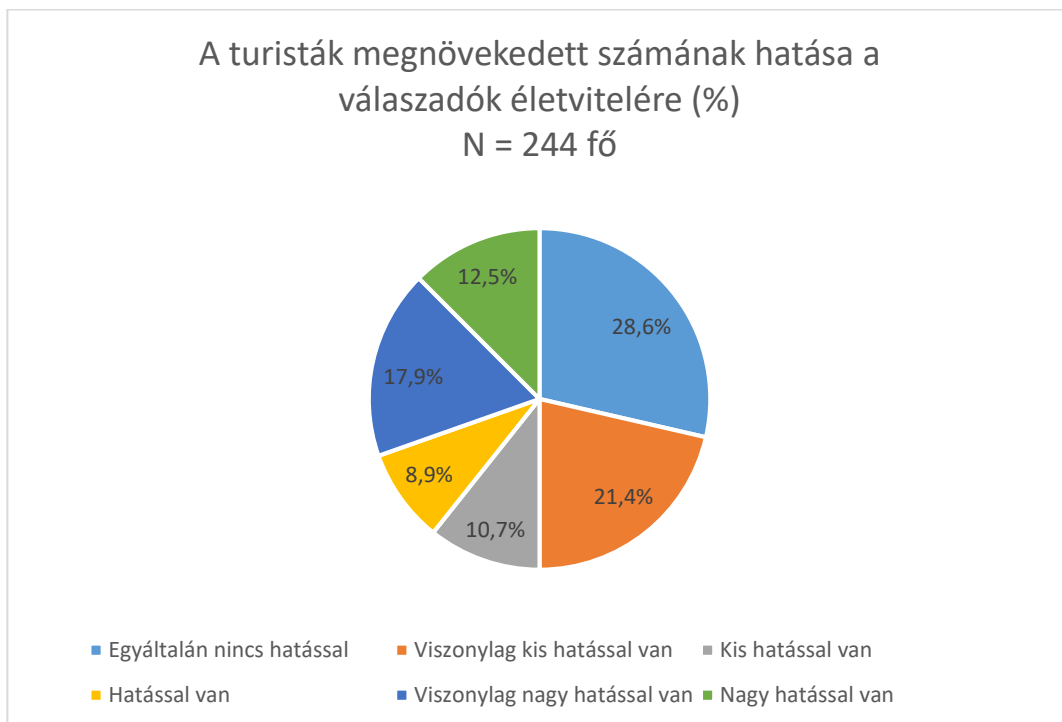
82. ábra - A szállodahajók forgalmának változása Budapesten a válaszadók alapján (%)



Forrás: Saját szerkesztés

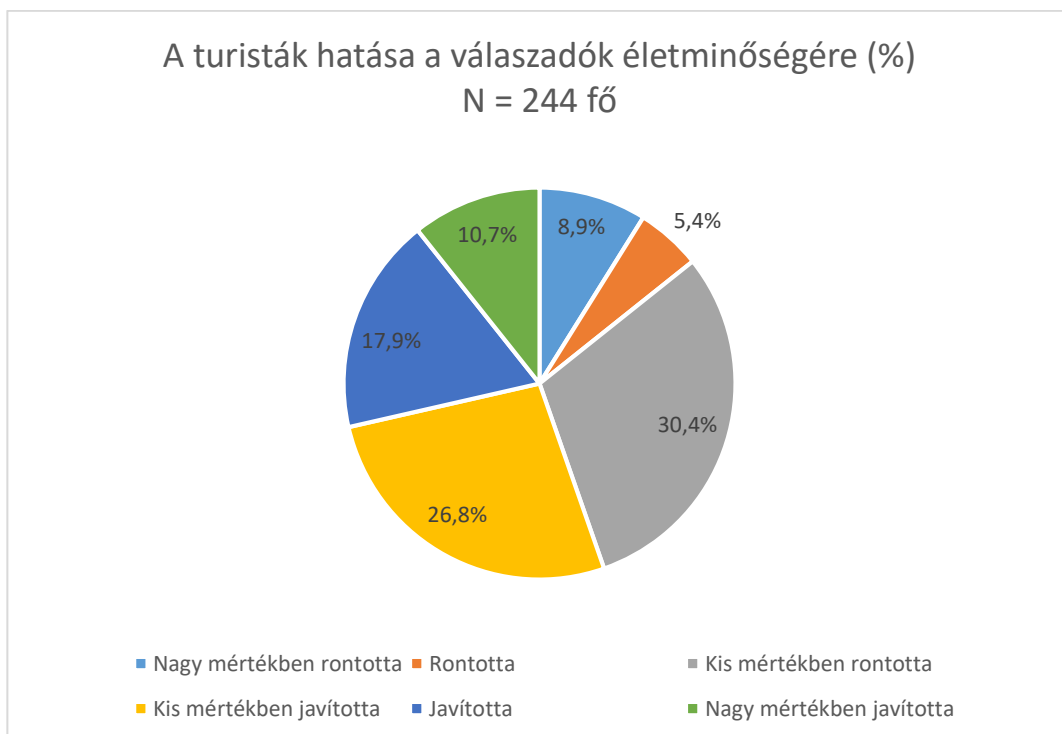


83. ábra - A turisták megnövekedett számának hatása a válaszadók életvitelére (%)



Forrás: Saját szerkesztés

84. ábra - A turisták hatása a válaszadók életminőségére (%)



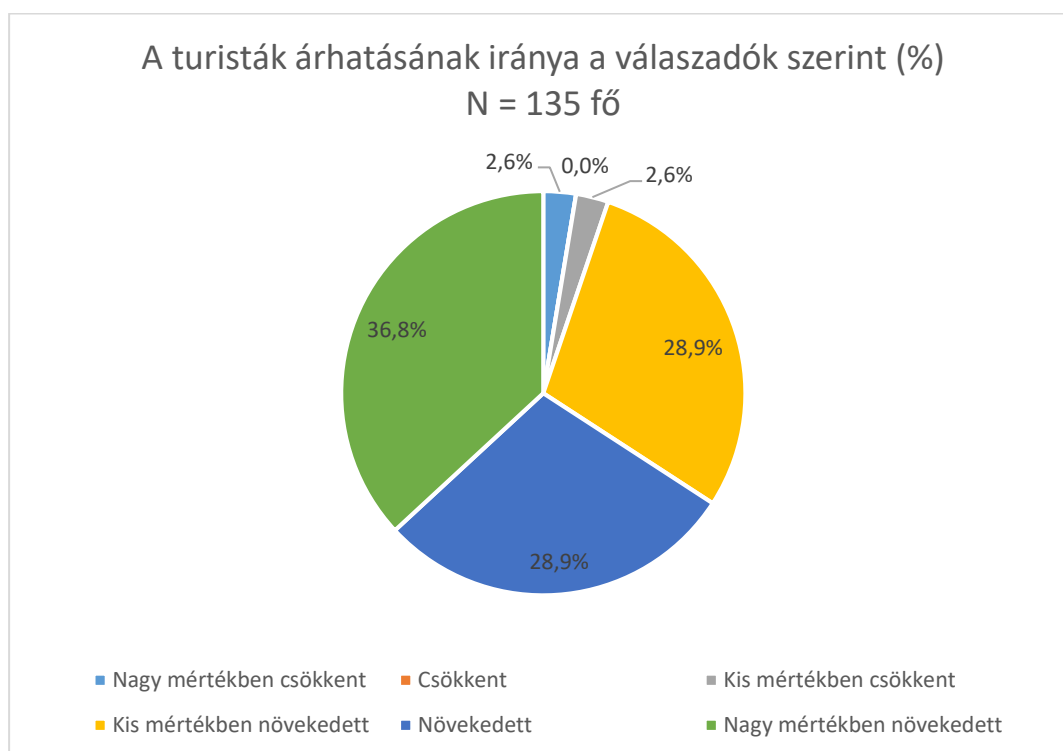
Forrás: Saját szerkesztés

85. ábra - A turisták hatása a szolgáltatások áraira (%)



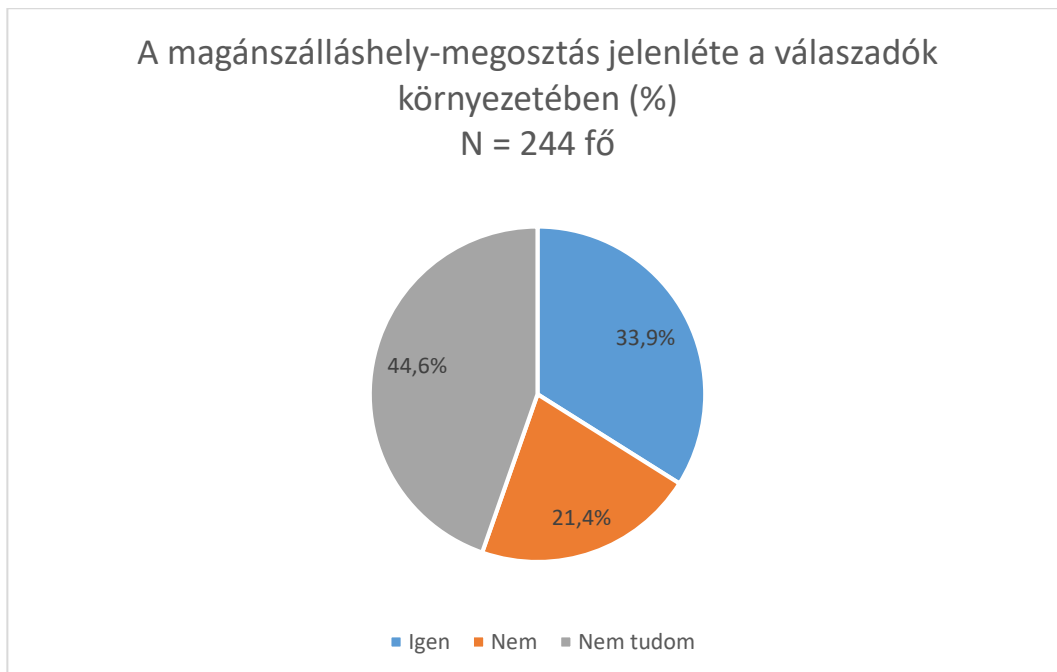
Forrás: Saját szerkesztés

86. ábra - A turisták árhatásának iránya a válaszadók szerint (%)



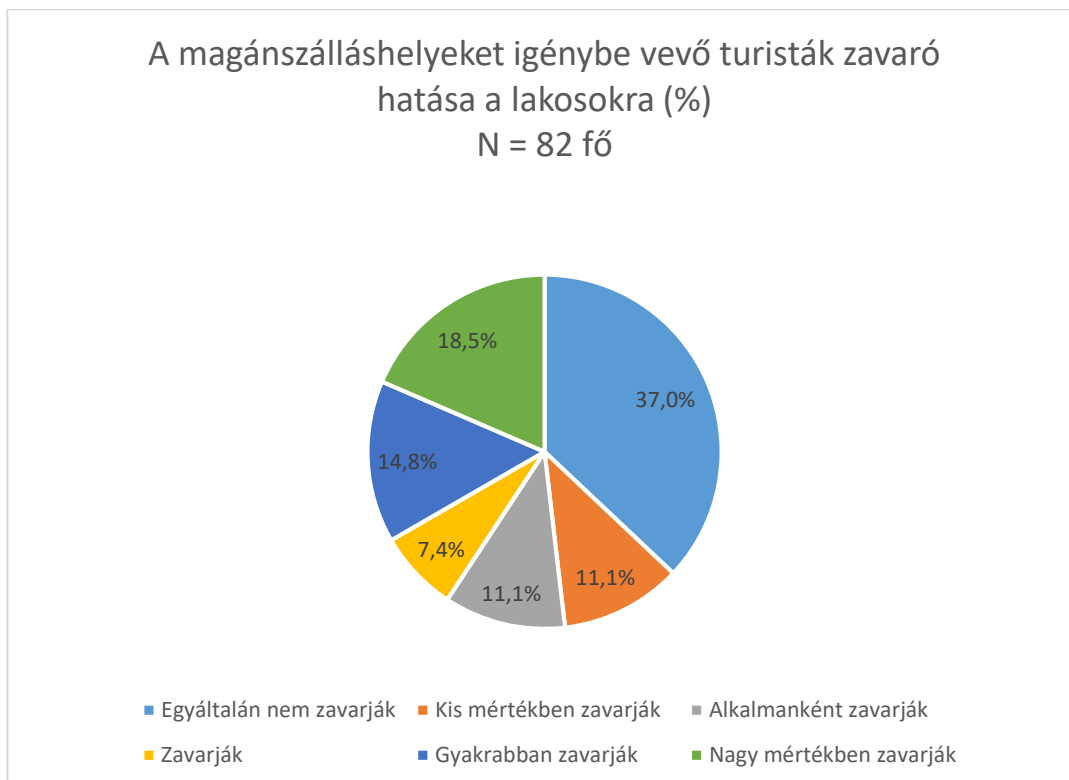
Forrás: Saját szerkesztés

87. ábra - A magán szálláshely-megosztás jelenléte a válaszadók környezetében (%)



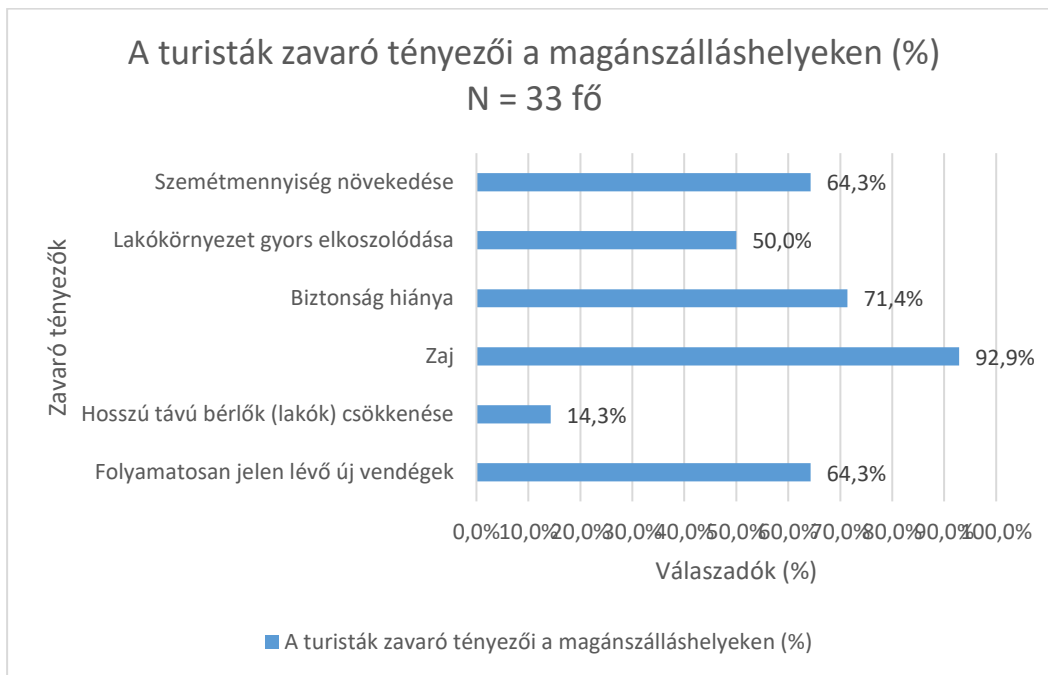
Forrás: Saját szerkesztés

88. ábra - A magán szálláshelyeket igénybe vevő turisták zavaró hatása a lakosokra (%)



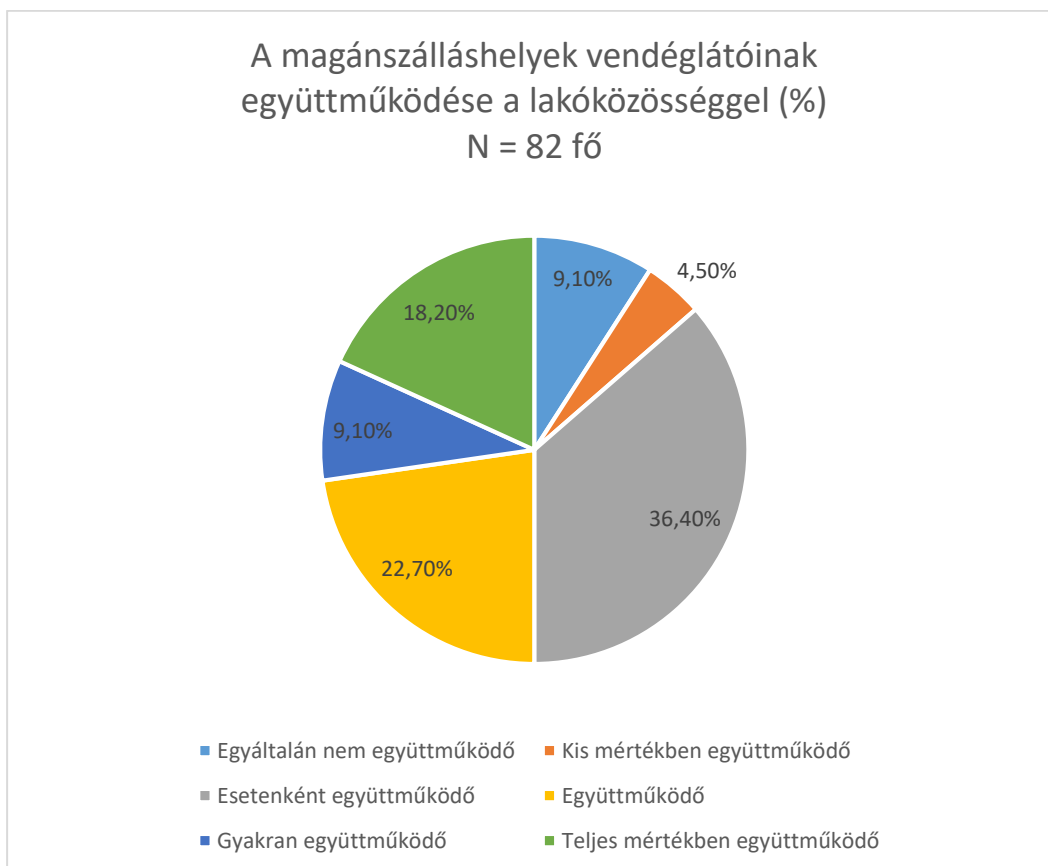
Forrás: Saját szerkesztés

89. ábra - A turisták zavaró tényezői a magánszálláshelyeken (%)



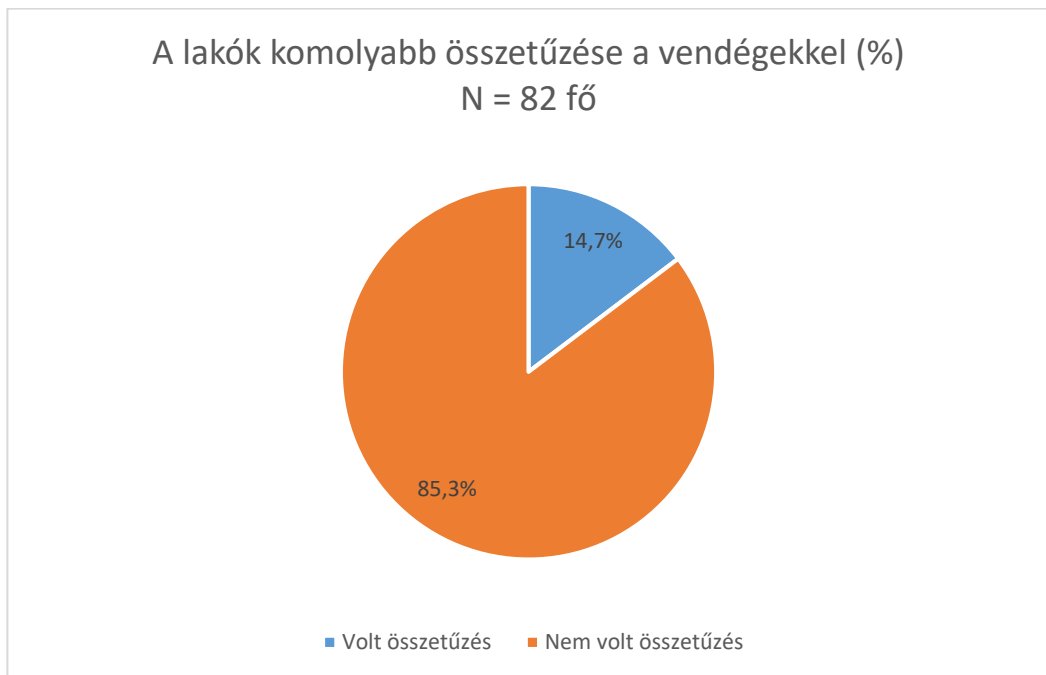
Forrás: Saját szerkesztés

90. ábra - A magánszálláshelyek vendéglátóinak együttműködése a lakóközösséggel (%)



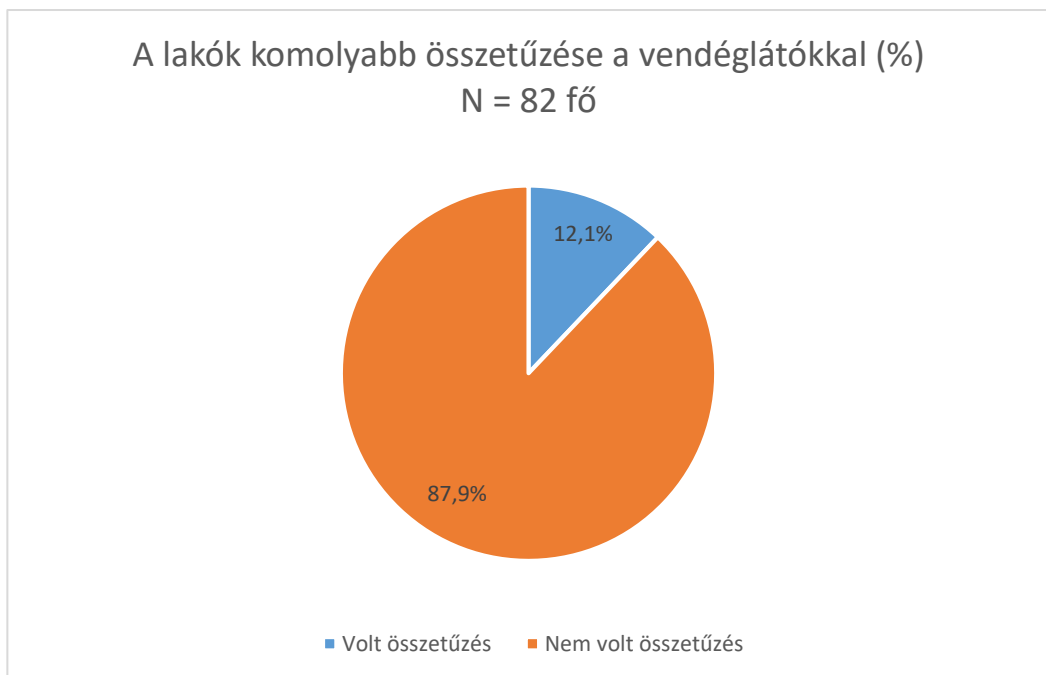
Forrás: Saját szerkesztés

91. ábra - A lakók komolyabb összetűzése a vendégekkel (%)



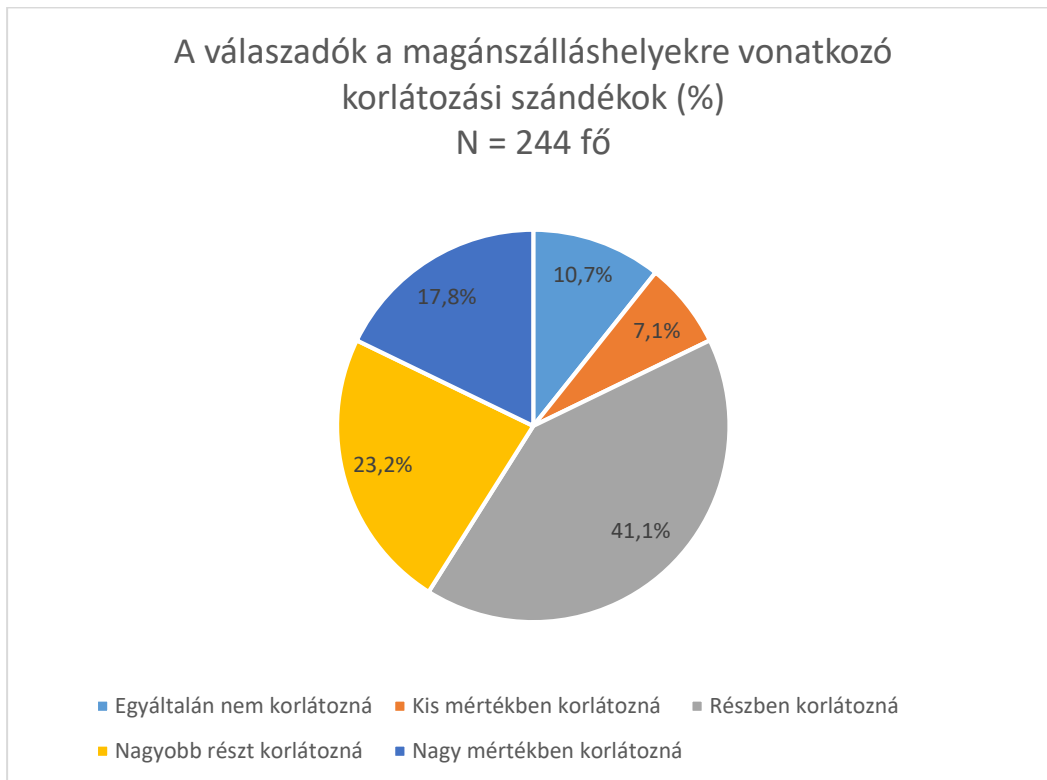
Forrás: Saját szerkesztés

92. ábra - A lakók komolyabb összetűzése a vendéglátókkal (%)



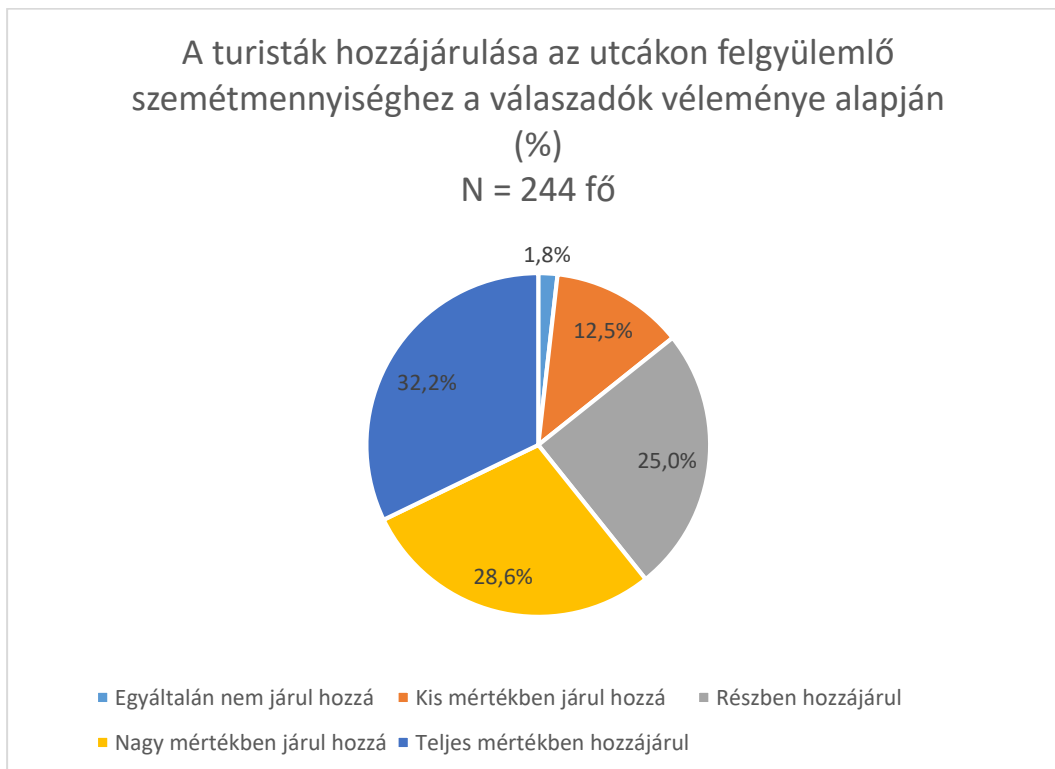
Forrás: Saját szerkesztés

93. ábra - A válaszadók a magánszálláshelyekre vonatkozó korlátozási szándékok (%)



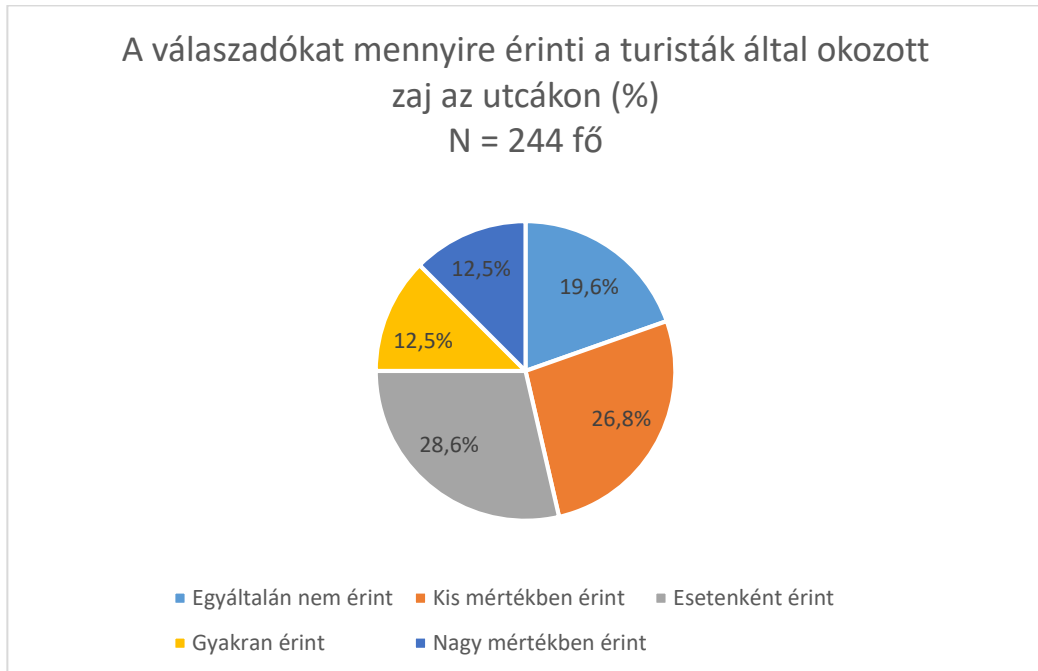
Forrás: Saját szerkesztés

94. ábra - A turisták hozzájárulása az utcákon felgyülemelő szemétmennyiséghez a válaszadók véleménye alapján (%)



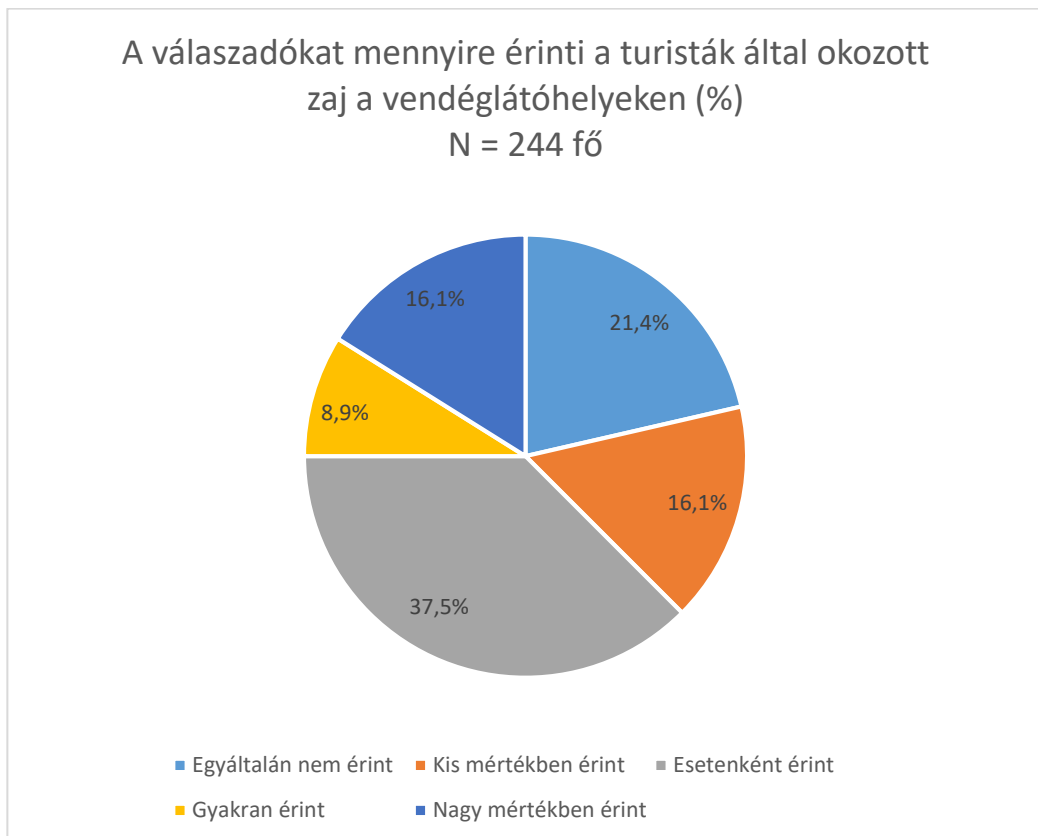
Forrás: Saját szerkesztés

95. ábra - A válaszadókat mennyire érinti a turisták által okozott zaj az utcákon (%)



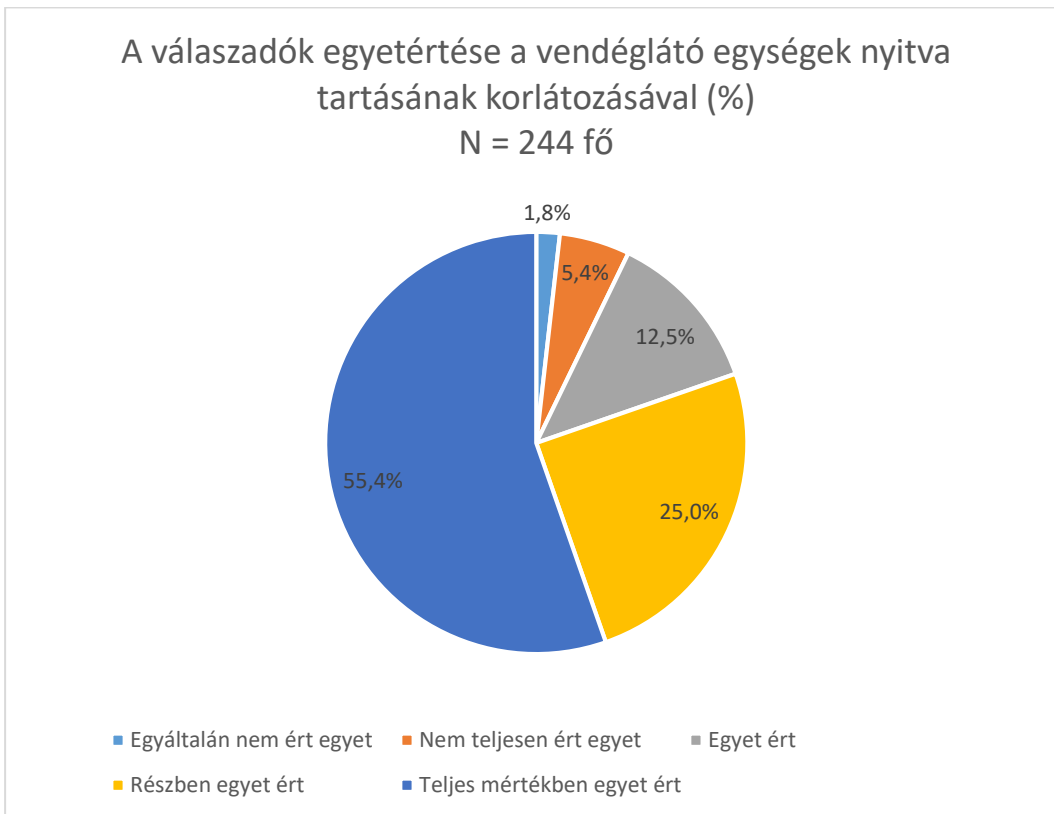
Forrás: Saját szerkesztés

96. ábra - A válaszadókat mennyire érinti a turisták által okozott zaj a vendéglátóhelyeken (%)



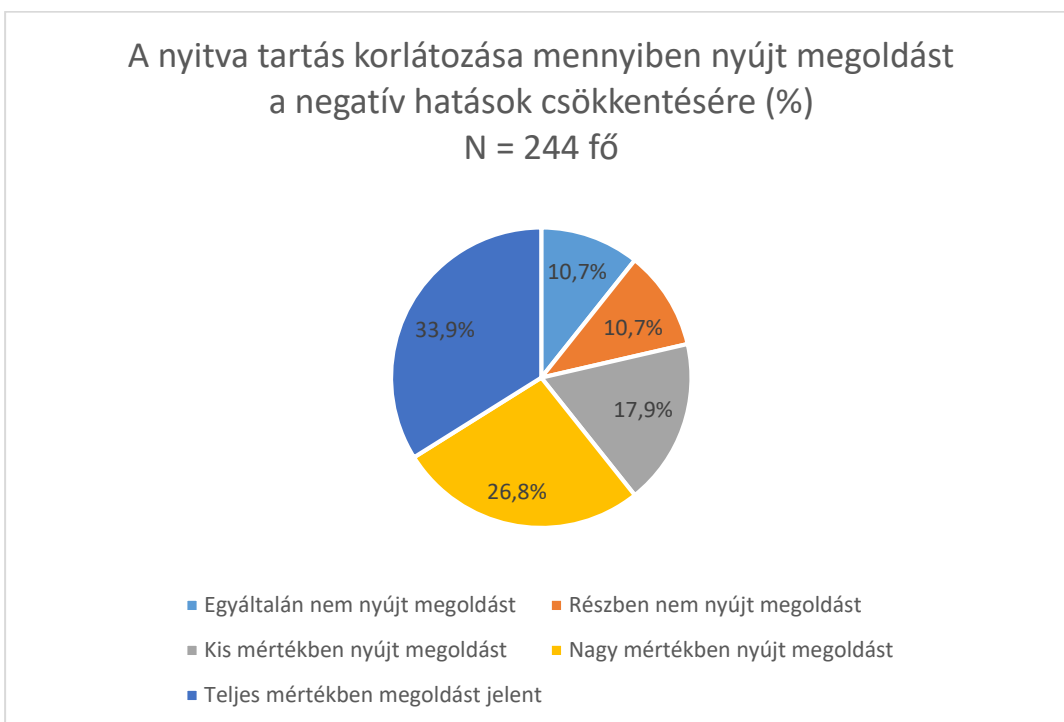
Forrás: Saját szerkesztés

97. ábra - A válaszadók egyetértése a vendéglátó egységek nyitva tartásának korlátozásával (%)



Forrás: Saját szerkesztés

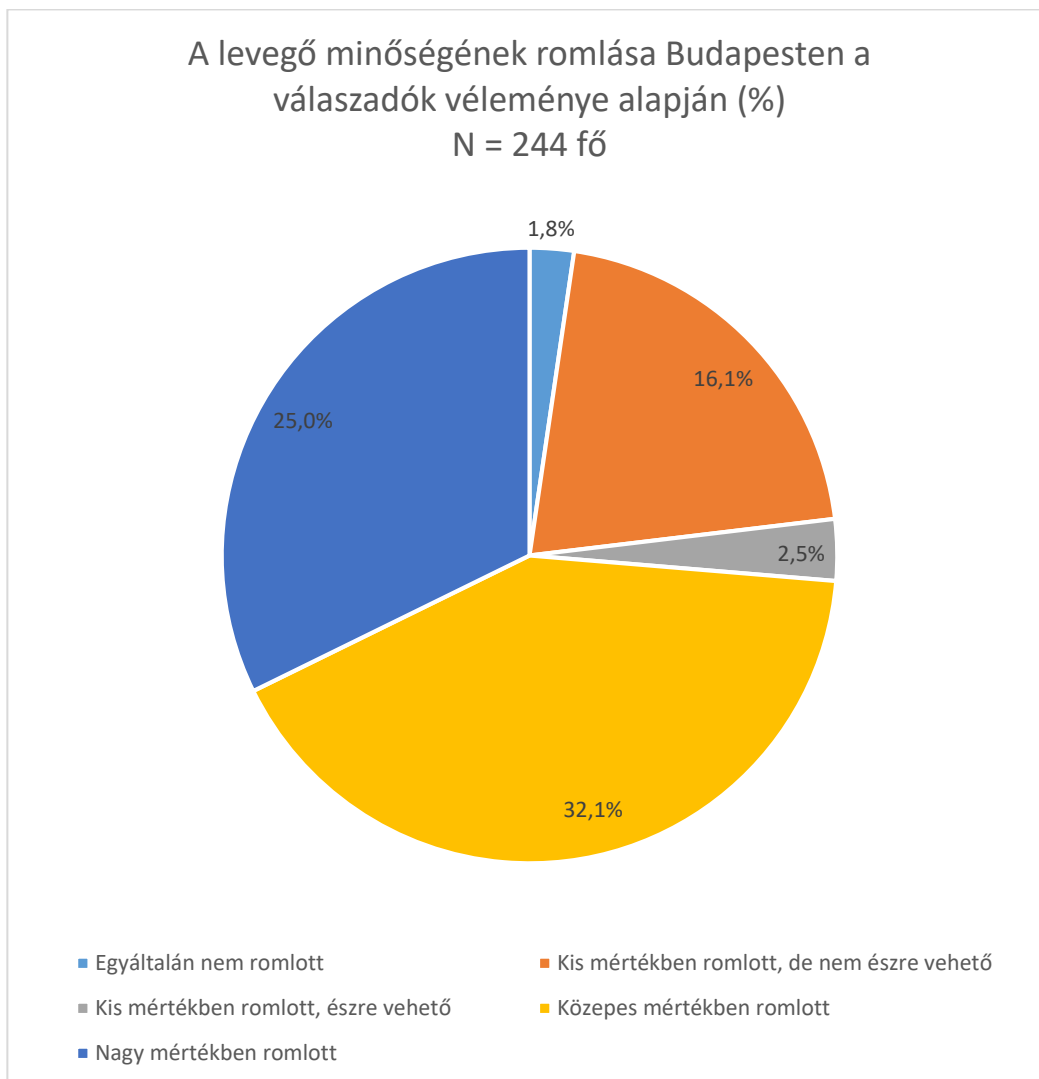
98. ábra - A nyitva tartás korlátozása mennyiben nyújt megoldást a negatív hatások csökkentésére (%)



Forrás: Saját szerkesztés

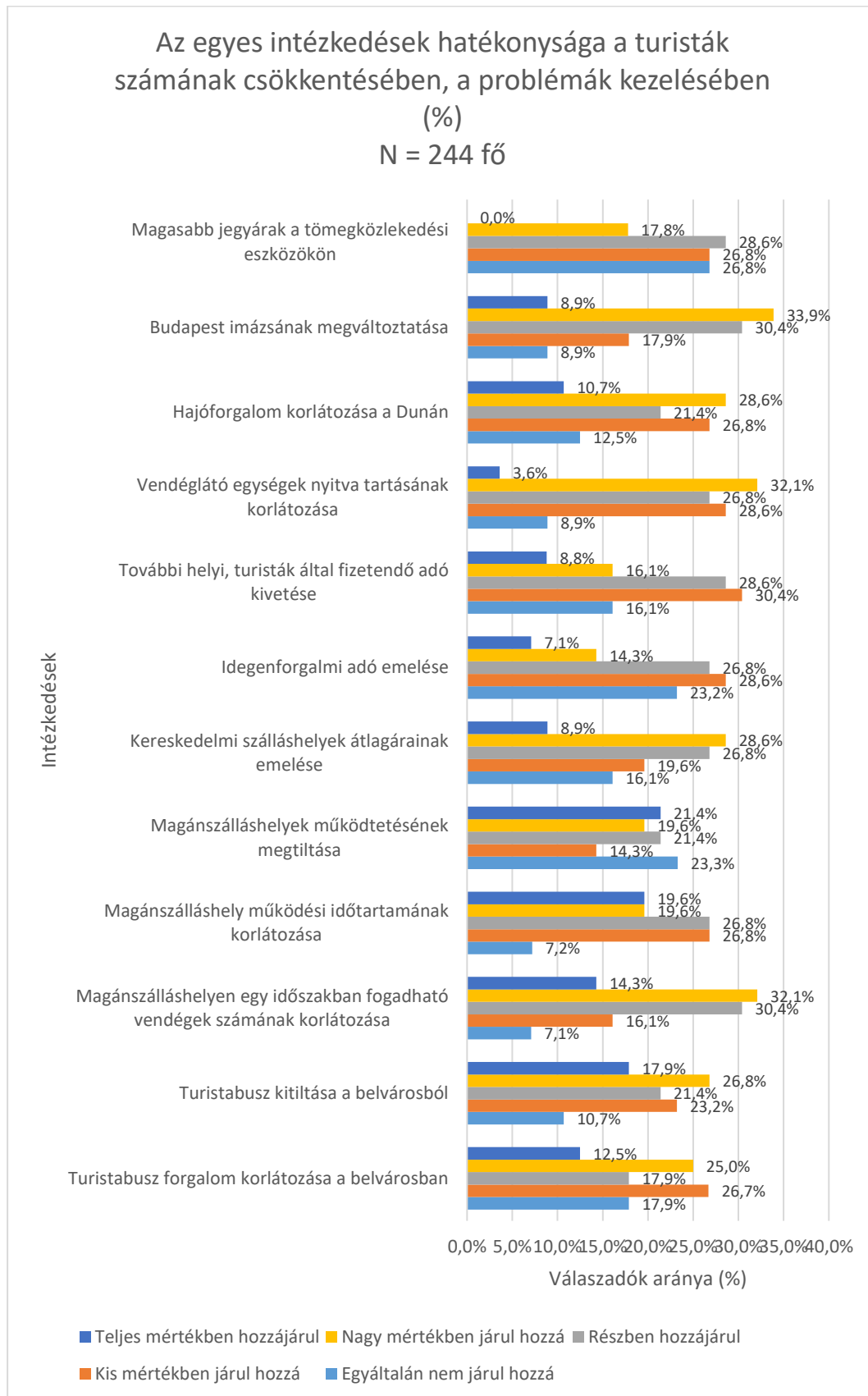


99. ábra - A levegő minőségének romlása Budapesten a válaszadók véleménye alapján (%)



Forrás: Saját szerkesztés

100. ábra - Az egyes intézkedések hatékonysága a turisták számának csökkentésében, a problémák kezelésében (%)



Forrás: Saját szerkesztés

## Felhasznált irodalom

### Könyvek

COHEN, E. (1972): Toward a Sociology of International Tourism. In PUCZKÓ L. és RÁCZ T. *A turizmus hatásai* (4. javított kiadás). Aula Kiadó. Budapest. pp 30-31.

JÁSZBERÉNYI M. és PÁLFALVI J. (2009): Nemzetközi közlekedés és turizmus. Aula Kiadó. Budapest. pp. 187 – 209.

MICHALKÓ, G. (2012): Turizmológia. Akadémiai Kiadó. Budapest. p. 43.

MUNDT, J. W. (2004): Tourismuspolitik, Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München, p. 2.

SHAW, G. and WILLIAMS, A. (1994): Critical issues in tourism. A geographical perspective. In PUCZKÓ L. és RÁCZ T. *A turizmus hatásai* (4. javított kiadás), Aula Kiadó, Budapest, p. 24.

SMITH, V. (1989): Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism. In PUCZKÓ L. és RÁCZ T. *A turizmus hatásai* (4. javított kiadás), Aula Kiadó, Budapest, pp 32 - 33.

### Elektronikus könyvek

JÁSZBERÉNYI M. (2019): *Vízi turizmus és közlekedés: Termékek, trendek, regionalitás* [on-line]. Akadémia Kiadó. Budapest. Elérhetőség: [https://mersz.hu/dokumentum/m522vituk\\_\\_1/](https://mersz.hu/dokumentum/m522vituk__1/) [Olvasva: 2020. 03. 28.]

JÁSZBERÉNYI M. MUNKÁCSY A. FORMAN B. és PINTÉR Á. (2018): Közlekedés, mobilitás, turizmus [on-line]. Akadémiai Kiadó. Budapest. Elérhetőség: [https://mersz.hu/hivatkozas/dj316kmt\\_52#dj316kmt\\_52](https://mersz.hu/hivatkozas/dj316kmt_52#dj316kmt_52) [Olvasva: 2020. 04. 05.]

PAPP-VÁRY, Á. (2019): *Országmárkázás. Versenyképes identitás és imázs teremtése.* [on-line]. Akadémia Kiadó. Budapest. Elérhetőség: <https://mersz.hu/papp-vary-orszagmarkazas> [Olvasva: 2020. 04. 03.]

### Elektronikus folyóiratok

ÁLVAREZ-DÍAZ M. GONZÁLEZ-GÓMEZ. M and OTERO-GIRÁLDEZ M. S. (2019): Low cost airlines and international tourism demand. The case of Porto's airport in the northwest of the Iberian Peninsula. *Journal of Air Transport Management* [on-line]. Vol 79. Elérhetőség: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969699719300389> [Olvasva: 2020. 04. 06.]

BRAUCKMAN, S. (2017): City tourism and the sharing economy – potential effects of online peer-to-peer marketplaces on urban property markets. *Journal of Tourism Futures* [on-line]. Vol. 3. No. 2. pp. 114 – 126. Elérhetőség: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-05-2017-0027/full/html> [Olvasva: 2020. 03. 26.]

BRTNICKY, M. PECINA, V. VASINOVÁ GALIOVÁ, M. PROKES, L. ZVERINA, O. JURICKA, D. KLIMÁNEK, M. and KYNCKY, J. (2020): The impact of tourism on extremely visited volcanic island: Link between environmental pollution and transportation modes. *Chemosphere* [on-line]. Vol. 249. Elérhetőség: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0045653520303118> [Olvasva: 2020. 04. 18.]

BUTLER, R. (2018): Challenges and opportunities. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* [on-line]. Vol. 10. No. 6. pp. 635 – 641. Elérhetőség: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/WHATT-07-2018-0042/full/html> [Olvasva: 2020. 03. 20.]

CAKAR, K. KALBASKA, N. INANIR, A. and ÖREN, T. S. (2018): eVisa's impact on travel and tourism: the case of Turkey. *Journal of Hospitality and Tourism Technology* [on-line]. Vol. 9. No. 1. pp 14 – 32. Elérhetőség: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHTT-02-2017-0019/full/html> [Olvasva: 2020. 04. 04.]

DAVISON, L. and RYLEY, T. (2010): Tourism destination preferences of low-cost airline users in the East Midlands. *Journal of Transport Geopgraphy* [on-line]. Vol. 18. No. 3. pp. 458-465. Elérhetőség: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0966692309001161> [Olvasva: 2020. 04. 06.]

GRAHAM, A. and DENNIS, N. (2010): The impact of low cost airline operations to Malta. *Journal of Air Transport Management* [on-line]. Vol. 16. No. 3., pp. 127 – 136. Elérhetőség: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969699709000520> [Olvasva: 2020. 03. 30.]

HAMPTON, M. P. and JEYACHEYA, J. (2020): Tourism-Dependent Small Islands, Inclusive Growth, and the Blue Economy. *One Earth* [on-line]. Vol. 2. Issue 1. pp. 8 – 10. Elérhetőség: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2590332219302763> [Olvasva: 2020. 04. 18.]

JADHAV, V. RAMAN, S. PATWA, N. MOORTHY, K. and PATHROSE, J. (2018): Impact of Facebook on leisure travel behavior of Singapore residents. *International Journal of Tourism Cities* [on-line]. Vol. 4. No. 2. pp. 157 – 178. Elérhetőség: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJTC-06-2017-0032/full/html> [Olvasva: 2020. 04. 01.]

JR COGGINS, A. O. (2014): The globalization of the cruise industry: a tale of ships. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* [on-line]. Vol. 6. No. 2. pp. 138 – 151. Elérhetőség:  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/WHATT-12-2013-0048/full/html> [Olvasva: 2020. 03. 21.]

LALICIC, L. and WEISMAYER, C. (2017): A model of tourists' loyalty: the case of Airbnb. *Journal of Hospitality and Tourism Technology* [on-line]. Vol. 9. No. 1. pp. 80 – 93. Elérhetőség:  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHTT-02-2017-0020/full/html> [Olvasva: 2020. 03. 25.]

LEUNG, D. LAW, R. VAN HOOF, H. and BUHALIS, D. (2013): Social Media in Tourism and Hospitality: A Literature Review. *Journal of Travel & Tourism Marketing* [on-line]. Vo. 30. No. 1-2. Elérhetőség:  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10548408.2013.750919> [Olvasva: 2020. 04. 01.]

MAGNO, F. CASSIA, F. and UGOLINI, M. M. (2018): Accommodation prices on Airbnb: effects of host experience and market demand. *The TQM Journal* [on-line]. Vol. 30. No. 5. pp. 608 – 620. Elérhetőség:  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TQM-12-2017-0164/full/html> [Olvasva: 2020. 03. 26.]

MARSH E. A. (2012): The effects of cruise ship tourism in coastal heritage cities: A case study of Charleston, South Carolina. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development* [on-line]. Elérhetőség:  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/20441261211273662/full/html> [Olvasva: 2020. 03. 22.]

MIKULIC, J. MILICEVIC, K and KRESIC, D. (2016): The relationship between brand strength and tourism intensity: empirical evidence from the EU capital cities. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* [on-line]. Vol. 10. No. 1. pp. 14 – 23. Elérhetőség:  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCTHR-06-2015-0054/full/html> [Olvasva: 2020. 04. 04.]

MILANO, C., CHEER, J. and NOVELLI, M. (2019): Overtourism. Excesses, discontents and measures in travel & tourism. In MILANO, C., CHEER, J. and NOVELLI, M. (2019): Overtourism and Tourismphobia: A Journey Through Four Decades of Tourism Development, Planning and Local Concerns. *Tourism Planning & Development* [on-line], Vol. 16. No. 2. pp. 353 – 357. Elérhetőség:  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21568316.2019.1599604> [Olvasva: 2020. 03. 05.]

NAVARRO-RUIZ, S. CASADO-DÍAZ, A. B. IVARS-BAIDAL, J. (2019): Cruise tourism: the role of shore excursions in the overcrowding of cities. *International Journal of Tourism Cities* [on-line]. Elérhetőség:  
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJTC-04-2018-0029/full/html> [Olvasva: 2020. 03. 22.]

PRAKASH, S. L. PERERA, P. NEWSOME, D. KUSUMINDA, T. and WALKER, O. (2019): Reasons for visitor dissatisfaction with wildlife tourism experiences at highly visited national parks in Sri Lanka. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism* [on-line]. Vol. 25. pp. 102-112. Elérhetőség: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213078018300367> [Olvasva: 2020. 04. 18.]

REY, B. MYRO, R. L. GALERA, A. (2011): Effect of low-cost airlines on tourism in Spain. A dynamic panel data model. *Journal of Air Transport Management* [on-line]. Vol. 17. No. 3. pp. 163 – 177. Elérhetőség: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0969699710001134> [Olvasva: 2020. 03. 29.]

RICHARDS, S. BROWN, L. and DILETTUSO, A. (2019): The Airbnb phenomenon: the resident's perspective. *International Journal of Tourism Cities* [on-line]. Elérhetőség: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJTC-06-2019-0084/full/html> [Olvasva: 2020. 04. 18.]

RODRÍGUEZ-PÉREZ DE ARENAZA, D. HIERRO L. Á. and PATINO D. (2019): Airbnb, sun-and-beach tourism and residential rental prices. The case of the coast of Andalusia (Spain). *Current Issues in Tourism* [on-line]. Elérhetőség: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2019.1705768> [Olvasva: 2020. 03. 23.]

VON DER HEIDT, T. MUSCHTER, S. CALDICOTT, R. and CHE, D. (2019): Airbnb in the Byron Shire, Australia – bane or blessing?. *International Journal of Tourism Cities* [on-line]. Elérhetőség: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJTC-04-2019-0056/full/html> [Olvasva: 2020. 03. 21.]

YAN, R. ZHANG, K. Z. K. and YU, Y. (2019): Switching from hotels to peer-to-peer accommodation: an empirical study. *Information Technology & People* [on-line]. Vol 32. No. 6. pp. 1657 – 1679. Elérhetőség: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ITP-12-2017-0444/full/html> [Olvasva: 2020. 03. 25.]

ZÁTORI, A. (2014): Élményszemlélet a turizmusban – A turisztikai élményteremtés koncepciói, *Turizmus Bulletin* [on-line]. 16. évf., 2. szám, Magyar Turizmus Zrt., p. 51. Elérhető: [https://mtu.gov.hu/documents/prod/Bulletin\\_2014-2\\_link.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/Bulletin_2014-2_link.pdf) [Olvasva: 2020. 01. 26.]

## Internetes kiadványok

AJUNTAMENT DE BARCELONA (2019): Statistical yearbook of Barcelona city. Year 2019. *Tourists and overnight stays* [on-line]. Ajuntament de Barcelona. Barcelona. Elérhetőség:

[bcn.cat/estadistica/angles/dades/anuari/cap13/C1302010.htm](https://bcn.cat/estadistica/angles/dades/anuari/cap13/C1302010.htm) [Olvasva: 2020. 04. 04.]

BUDAPEST AIRPORT (2014): *Key Highlights 2014* [on-line]. Budapest Airport. Budapest. Elérhetőség:

[https://www.bud.hu/budapest\\_airport/letoltheto\\_dokumentumok](https://www.bud.hu/budapest_airport/letoltheto_dokumentumok) [Olvasva: 2020. 04. 05.]

BUDAPEST AIRPORT (2015): *Reptéri kalauz 2015* [on-line]. Elérhetőség:

[https://www.bud.hu/budapest\\_airport/letoltheto\\_dokumentumok](https://www.bud.hu/budapest_airport/letoltheto_dokumentumok) [Olvasva: 2020. 04. 05.]

BUDAPEST AIRPORT (2019): *BUD Forgalmi jelentés 2019\_2018* [on-line].

Elérhetőség:

[https://www.bud.hu/file/documents/3/3114/bud\\_traffic\\_report\\_2019\\_2018.pdf](https://www.bud.hu/file/documents/3/3114/bud_traffic_report_2019_2018.pdf) [Olvasva: 2020. 04. 05.]

CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (2018): 2018 Global Passenger Report [on-line]. CLIA. Washtington DC. Elérhetőség: <https://cruising.org/-/media/research-updates/research/cli-a-global-passenger-report-2018.pdf> [Olvasva:

2020. 03. 21.]

DONAUKOMMISSION (2019): *Information des Sekretariats zum Thema*

„*Marktbeobachtung der Donausschiffahrt Bilanz 2018*”. [on-line]. Elérhetőség:

<https://www.danubecommission.org/dc/de/die-donauschiffahrt/marktbeobachtung-der-donauschiffahrt/marktbeobachtung-der-donauschiffahrt-bilanz-2018/> [Olvasva: 2020. 03. 27.]

EUROBAROMETER (2016): Flash Eurobarometer 432. *Preferences of Europeans towards tourism* [on-line]. European Commission. Elérhetőség:

<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/FLASH/search/tourism/surveyKy/2065> [Olvasva: 2020. 04. 01.]

INTERNATIONAL AIR TRANSPORT ASSOCIATION (2018): Annual Review 2018 [on-line]. IATA. Seoul

Elérhetőség:

<https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iata-annual-review-2018.pdf> [Olvasva: 2020. 04. 05.]

INTERNATIONAL AIR TRANSPORT ASSOCIATION (2019): Annual Review 2019 [on-line]. IATA. Seoul

Elérhetőség:

<https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iata-annual-review-2019.pdf> [Olvasva: 2020. 04. 05.]

PEETERS, P., GÖSSLING, S., KLIJS, J., MILANO, C., NOVELLI, M., DIJKMANS, C., EIJGELAAR, E., HARTMAN, S., HESLINGA, J., ISAAC, R., MITAS, O., MORETTI, S., NAWIJN, J., PAPP, B. és Postma, A., (2018): *Research for TRAN Committee - Overtourism: impact and possible policy responses* [on-line] European Parliament. Policy Department for Structural and Cohesion Policies. Brussels. Elérhetőség: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL\\_STU\(2018\)629184](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU(2018)629184) [Olvasva: 2020. 01. 27.]

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2013): *Tourism Visa Openness Report. Visa facilitation as means to stimulate tourism growth* [on-line]. UNWTO. Madrid. Elérhetőség: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284415809> [Olvasva: 2020. 04. 04.]

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2014): *UNWTO World Tourism Barometer. 01. 2014* [on-line]. Vol. 12. Issue 1. Elérhetőség: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/12/1> [Olvasva: 2020. 03. 05.]

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2016): *UNWTO Visa openness report 2015* [on-line]. UNWTO. Madrid. Elérhetőség: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284417384> [Olvasva: 2020. 04. 04.]

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2016): *UNWTO World Tourism Barometer. 01. 2016* [on-line]. Vol. 14. Issue 1. Elérhetőség: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/14/1> [Olvasva: 2020. 03. 05.]

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2018): *UNWTO World Tourism Barometer. 01. 2018* [on-line], Vol. 16. Issue 1. Elérhetőség: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/16/1> [Olvasva: 2020. 03. 05.]

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2019): *UNWTO International Tourism Highlights* [on-line]. 2019 Issue. UNWTO. Madrid. Elérhetőség: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421152> [Olvasva: 2020. 03. 05.]

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2019): *UNWTO World Tourism Barometer. 01. 2019* [on-line], Vol. 17. Issue 1. Elérhetőség: <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/17/1> [Olvasva: 2020. 03. 05.]

## **Weboldalak**

BÜRGER FÜR HALLSTATT (2019): *PKW-Tourismus Zahlen & Fakten* [on-line]. Elérhetőség: <https://www.bfhallstatt.at/themen/pkw-tourismus-in-hallstatt/pkw-tourismus-hallstatt-zahlen-fakten/> [Olvasva: 2020. 04. 18.]

INDRA D. (2018): *Már most gondolni kell a túlzott turizmus hatásaira* [on-line]. Elérhetőség: <https://blog.kpmg.hu/2018/11/mar-most-gondolni-kell-a-tulzott-turizmus-hatasaira/> [Olvasva: 2020. 03. 12.]



KONZULI ÉS ÁLLAMPOLGÁRSÁGI FŐOSZTÁLY (n.d.): *Vizummentesség Magyarországra történő beutazás esetén* [on-line]. Elérhetőség: <https://konzuliszolgalat.kormany.hu/vizummentesség-magyarorszagra-torteno-beutazas-eseten> [Olvasva: 2020. 04. 09.]

MENDOZA, A. (2018): *16 Places That Are No Longer Like They Were Before Because Of Overtourism* [on-line]. Elérhetőség: <https://www.buzzfeed.com/annamendoza/places-ruined-by-overtourism> [Olvasva: 2020. 03. 12.]

ROKOU, T. (2017): *Most welcoming cities and the effect of over-tourism* [on-line]. Elérhetőség: <https://www.traveldailynews.com/post/most-welcoming-cities-and-the-effects-of-over-tourism> [Olvasva: 2020. 03. 12.]

SIMMONDS, C. MCGIVNEY, A. REILLY, P. MAFFLY, B. WILKINSON, T. CANON, G. WRIGHT, M. and WHALEY, M. (2018): *Crisis in our national parks: how tourists are loving nature to death* [on-line]. Elérhetőség: <https://www.theguardian.com/environment/2018/nov/20/national-parks-america-overcrowding-crisis-tourism-visitation-solutions> [Olvasva: 2020. 04. 18.]

STATISTA (2020): *Ranking of the worst cities for over-tourism in Europe in 2017* [on-line]. Elérhetőség: <https://www.statista.com/statistics/778687/overtourism-worst-european-cities/> [Olvasva: 2020. 03. 05.]

Wong, M. H. (2019): *Officials set visitor cap at China's busiest Great Wall section* [on-line]. Elérhetőség: <https://edition.cnn.com/travel/article/badaling-great-wall-quota/index.html> [Olvasva: 2020. 04. 18.]

## **Táblázatok**

KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2019): *Az utazásszervező és –közvetítő vállalkozások száma és teljesítménye (2009 – 2019)* [on-line]. KSH. Budapest. Elérhetőség: [http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_ogi001.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ogi001.html) [Olvasva: 2020. 04. 06.]

KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2020a): *A Magyarországra tett külföldi utazások száma és a hozzá kapcsolódó kiadások (2009 – 2019)* [on-line], KSH. Budapest. Elérhetőség: [http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_ogt002a.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ogt002a.html) [Olvasva: 2020. 04. 01.]

KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2020b): *A Magyarországra tett külföldi utazások száma és a hozzá kapcsolódó kiadások utazási célok szerint (2009 – 2019)* [on-line], KSH. Budapest. Elérhetőség: [http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_ogt004a.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ogt004a.html) [Olvasva: 2020. 04. 01.]

KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (2020c): *A Magyarországra tett külföldi utazások fontosabb jellemzői közlekedési mód és az utazási motivációja szerint (2017 – 2019)* [on-line], KSH. Budapest. Elérhetőség: [http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_eves/i\\_ogt012.html](http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_ogt012.html) [Olvasva: 2020. 04. 02.]

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2020a): *UNWTO All Countries: Arrivals 1995 – 2018, (01.2020). Tourism Statistics* [on-line]. UNWTO. Madrid. Elérhetőség: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.5555/unwtotfb0000270019952018202001> [Olvasva: 2020. 03. 05.]

WORLD TOURISM ORGANIZATION (2020b): *UNWTO All Countries. Inbound Tourism. Expenditure 1995 – 2018 (01.2020). Tourism Statistics* [on-line]. UNWTO. Madrid. Elérhetőség: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.5555/unwtotfb0000273019952018202001> [Olvasva: 2020. 03. 06.]

