

**A NYUGAT-DUNÁNTÚLI RÉGIÓ
TURISZTIKAI HELYZETKÉPE
ÉS
FEJLESZTÉSI FELADATAI**

(első munkaváltozat)

Készült a Magyar Tudományos Akadémia RKK felkérésére

Győr, 2004.

Tartalomjegyzék

Bevezetés	3
Előzmények.....	3
A tanulmány illetékességi területe	3
A tanulmány felépítése	3
Alkalmazott módszerek	4
A turizmus országos eredményei	4
A kereskedelmi szálláshelyek forgalma 2002-2003-ban	5
A nemzetközi forgalom a legfontosabb küldő országainknál 2002-2003-ban	6
A szállodai forgalom alakulása 2002-2003-ban	6
Összegzés.....	7
Turizmus a Nyugat-Dunántúli Régióban	9
A Nyugat-Dunántúl turisztikai termékei.....	10
Kulturális- és örökségturizmus	10
Műemlékek, emlékművek.....	10
Kulturális rendezvények	11
Aktív turizmus	11
Gasztronómia és borturizmus	13
Falusi turizmus.....	13
Konferenciaturizmus.....	13
Egészségturizmus.....	14
Pannon Termál Klaszter.....	15
Versenyársak.....	17
A turizmus nemzetközi környezete – trendek.....	18
A magyarországi belföldi turizmus fejlődési irányai.....	21
A turizmus fejlődési irányával kapcsolatos észrevételek, felvetések	22
A Nyugat-Dunántúli Régió turizmusának fejlődési irányai.....	23
Nyugat-Dunántúli Régió - turizmus-SWOT	24
Intézkedések, alintézkedések kiegészítése.....	29
A felvázolt beavatkozások csoportosítása időrend és hatáskör szerint.....	33
Felhasznált irodalom.....	36
Melléklet (Forrás: KSH)	37

Bevezetés

Előzmények

A Magyar Tudományos Akadémia Regionális Kutatások Központja (MTA RKK, Pécs) „*A Nyugat-Dunántúli Technológiai Régió jövőképe és operatív programja*” címmel kutatást indított. Ezen belül az MTA RKK kiemelt szerepet szán a nyugat-dunántúli turisztikai helyzet- és jövőkép felvázolásának. A Megbízó az ágazati elemző és értékelő tanulmány keretében

- kérte a turizmus jelenlegi helyzetének áttekintését a nyugat-dunántúli régióban,
- ezen belül a termálturizmus, továbbá az egészséghez és az egészséges életmódhoz kapcsolódó szolgáltatások, mint pl. a fitness, a wellness stb., kiemelt szerepeltetését,
- a térségre vonatkozó konkurenciaelemzés elkészítését,
- a turizmus nemzetközi és hazai trendjeinek bemutatását 2015-ig,
- a Nyugat-Dunántúli Régió SWOT-elemzéssel összekapcsolt elhelyezését a nemzetközi és az országos trendeken belül,
- javaslat kidolgozását a régiót érintő legfontosabb beavatkozásokra és intézkedésekre,
- végül ezek besorolását kompetencia szerint (regionális-országos), illetve időtáv szerint bontásban (rövid, közép és hosszú).

A tanulmány illetékességi területe

A vizsgálat és elemzés a Nyugat-Dunántúli Turisztikai Régióra terjed ki, amely a Nyugat-Dunántúli Statisztikai-tervezési Régióval valamivel kisebb, mivel négy közvetlen Balaton-parti (*Balatongyörök, Gyenesdiás, Keszthely, Vonyarcvashegy*) és huszonnégy balatoni háttértelepülés (*Alsópáhok, Balatonmagyaród, Cserszegtomaj, Felsőpáhok, Galambok, Garabonc, Hévíz, Karmacs, Nagyrada, Nemesbük, Rezi, Sármellék, Szentgyörgyvár, Vállus, Várvolgy, Vindornyafo, Vindornyalak, Zalakaros, Zalamerenye, Zalasabar, Zalasántó, Zalavár*) nem része a vizsgálat tárgyát képező turisztikai régióknak, hanem a Balatoni Regionális Idegenforgalmi Bizottsághoz tartozik.

A tanulmány felépítése

A turizmus helyzetének bemutatása országosan és regionálisan a rendelkezésre álló helyi és központi adatokra és statisztikákra, valamint más hozzáférhető információkra támaszkodik. Nem kerülhet meg a turisztikai kereslet és kínálat főbb jellemzőinek kiemelése. A helyzetfelmérés és a régiós SWOT-elemzés alapját a 2000 októberében elkészült regionális turisztikai koncepció és fejlesztési program alkotja, amely 2002-2003-ban monitoringozásra és frissítésre került a Magyar Turizmus Rt. megbízásából. Erre támaszkodik a jövőkép a realizáláshoz javasolt intézkedéscsomaggal az elvárt bontások szerint rendezve és csoportosítva.

Alkalmazott módszerek

A meglévő országos, regionális és megyei terület- és turizmusfejlesztési dokumentumok szintetizálása.

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) vendégforgalmi és kereskedelmi szálláshely-kapacitási adatainak felhasználásával elemzések, összehasonlítások.

Témában készített korábbi interjúk, konzultációk, műhelytalálkozók és workshopok tapasztalatainak leszűrése, adaptálása.

A jelen előzetes ágazati és értékelő tanulmány előkészítése, megírása olyan szintig, hogy alkalmas legyen workshop keretében történő vitára és egyeztetésre.

A végleges összefoglaló tanulmány a rendezendő ágazati workshop tapasztalatainak, eredményeinek, főbb megállapításainak figyelembe vételével kerül megfogalmazásra.

A turizmus országos eredményei

A nemzetközi turistaérkezések alakulása 2002-2003-ban

2002-ben – a 2001-ben mutatott 0,5%-os visszaesést követően – ismét nőtt (+2,7%) a nemzetközi turistaérkezések száma a világon, és 702,6 millió turistaérkezést regisztráltak. Európa – csökkenő részesedése ellenére – továbbra is a világ legjelentősebb turisztikai desztinációja volt 2002-ben¹. A turizmusból származó bevételek 2002-ben elérték a 474,2 milliárd US \$-t, ami 2001-hez képest 2,6%-os növekedést jelent. A nemzetközi turisztikai bevételek terén szintén Európa áll az élen, noha részesedése alacsonyabb, mint az érkezések esetében.

Magyarországon 2002-ben 15,9 millió turistaérkezést regisztráltak² (+3,5% 2001-hez képest), ennek köszönhetően a világ tizenharmadik, ill. Európa nyolcadik leglátogatottabb turisztikai desztinációja. Magyarországon 2002-ben 13,2%-kal csökkent a nemzetközi turisztikai bevételek volumene, de értéke így is elérte a 3,3 milliárd US \$-t. Az egy turistaérkezésre jutó bevétel (206,2 \$/fő) ugyanakkor a világátlag (674,9 \$/fő) harmada sincs, az európai átlag (601,6 \$/fő) is majdnem a magyar háromszorosa.

2003-ban a nemzetközi turizmus volumene – a turistaérkezések alapján – 1%-kal esett vissza, ami azt jelenti, hogy a 2002-ben mért 703 millió érkezés 8,6 millióval csökkent. A csökkenés szorosan összefügg azzal, hogy Ázsiában és a csendes-óceáni térségben a SARS-pánik következtében 12 millióval kevesebb turistaérkezést regisztráltak. Amerikában a csökkenés mértéke 2%-os volt, míg Európában 2002-höz hasonló forgalmat mértek. Európában Nyugat-Európa és a mediterrán területek érezték meg leginkább a gyenge gazdaság és az erős euró hatásait. A nemzetközi turistaérkezések száma Nyugat-Európában 1%-kal csökkent. Dél-Európa a mai napig nem érzékelte szeptember 11.-e hatását, és a 2003-as évet a megelőző évhez hasonlóan zárta. Közel-Keletet és Afrikát az év során jelentkező negatív jelenségek nem befolyásolták, ezekben a térségekben 10, illetve 5%-os növekedés következett be.

¹ Forrás: Kovács Balázs kormánytanácsadó elemzése és előadása, Pécs 2004. január, illetve KSH gyorsjelentések

² A World Tourism Organisation (WTO) adatai szerint

A kereskedelmi szálláshelyek forgalma 2002-2003-ban

2002. január - december		Index 2001=100%
Kereskedelmi vendégéjszakák száma (ezer éj)	17.840	96,5
Nemzetközi kereskedelmi vendégéjszakák száma (ezer éj)	10.114	93,3
Belföldi kereskedelmi vendégéjszakák száma (ezer éj)	7.726	101,1
Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (ezer fő)	5.971	99,4
Külföldi vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (ezer fő)	2.949	96,6
Belföldi vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (ezer fő)	3.022	102,3
Kereskedelmi szálláshelyek szállásdíj-bevételei (millió Ft)	85.711	99,6
Nemzetközi forgalomból származó szállásdíj-bevételek (millió Ft)	63.753	96,3
Belföldi forgalomból származó szállásdíj-bevételek (millió Ft)	21.958	110,7

2002-ben közel 6 millió vendég töltött átlagosan 3 éjszakát kereskedelmi szálláshelyeinken, így összesen 17,8 millió kereskedelmi vendégéjszaka keletkezett, ami 3,5%-kal elmarad a 2001-es értéktől. A hazai vendégek száma 2,3%-kal nőtt és meghaladta a 3 millió főt, a 7,7 millió belföldi vendégéjszaka pedig 1,1%-os növekedést mutat, ez 84 ezerrel több vendégéjszakát jelent. Az belföldi forgalom az összes kereskedelmi vendégéjszaka 43,3%-át tette ki. A külföldi vendégek száma 3,4%-kal csökkent, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma ugyanakkor közel 7%-kal kisebb az egy évvel korábbinál, ami 726 ezer vendégéjszakás kiesést okozott. A kereskedelmi szálláshelyek szállásdíj-bevételei 85,7 milliárd forintot tettek ki, amely megközelíti a 2001-es értéket. (99,6%). A belföldi forgalomból származó szállásdíj-bevétel jelentősen, 10,7%-kal emelkedett, míg a nemzetközi forgalom szállásdíj-bevételei 4%-kal csökkentek. A kereskedelmi szálláshelyek összes bevétele 2002-ben meghaladta a 158 milliárd forintot, amely 4%-kal, cca. 6,2 milliárd forinttal magasabb az egy évvel korábbinál. A vendéglátás bevételei 11,5%-kal nőttek és megközelítették a 41 milliárd forintot, a kötelező reggelit is tartalmazó egyéb bevételek pedig 8,2%-kal voltak magasabbak, mint 2001-ben.

2003-ban az előzetes adatok szerint a kereskedelmi szálláshelyek az előző évihez hasonló számú (6,1 millió) vendéget és 2%-kal kevesebb vendégéjszakát regisztráltak. A szállodák átlagosan 44%-os szobakihasználtsággal működtek. A kereskedelmi szálláshelyek az előző évihez közel azonos – 87,3 milliárd forint – szállásdíj-bevételt értek el. 2003-ban 2,9 millió külföldi vendég érkezett a kereskedelmi szálláshelyekre, ahol 9,8 millió vendégéjszakát töltöttek el. A vendégek száma 4, az éjszakák száma 5%-kal csökkent. A külföldi vendégek forgalmának az év utolsó két hónapjában érzékelhető fellendülése nem volt képes ellensúlyozni a 2003. január–októberi vendégforgalomban megfigyelhető hanyatlást. A visszaesés – az ötcsillagos szállodák kivételével – minden szállástípusban jellemző volt. Legnagyobb mértékben az ifjúsági szállókat és a turistaszállókat, legkevésbé a szállodákat és az üdülőházakat érintette. A külföldi vendégéjszakák számának mérséklődése – Közép-Magyarország kivételével – kisebb-nagyobb mértékben mindegyik tervezési-statisztikai régióban érzékelhető volt. Az Európai Unió országaiból érkező állampolgárok 6,9 millió éjszakát töltöttek el a kereskedelmi szálláshelyeken, ami az összes külföldi vendégéjszaka 70%-a. Az uniós vendégforgalom – az éjszakák számát tekintve – 6%-kal, az ezen belül legnagyobb arányt képviselő német és osztrák vendégforgalom 13, illetve 6%-kal csökkent a 2002-ben mért forgalomhoz képest. A külföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje 2003-ban 3,4 éjszaka volt. A kereskedelmi szálláshelyek 3,2 millió belföldi vendéget fogadtak 8,2 millió vendégéjszakával. A belföldi

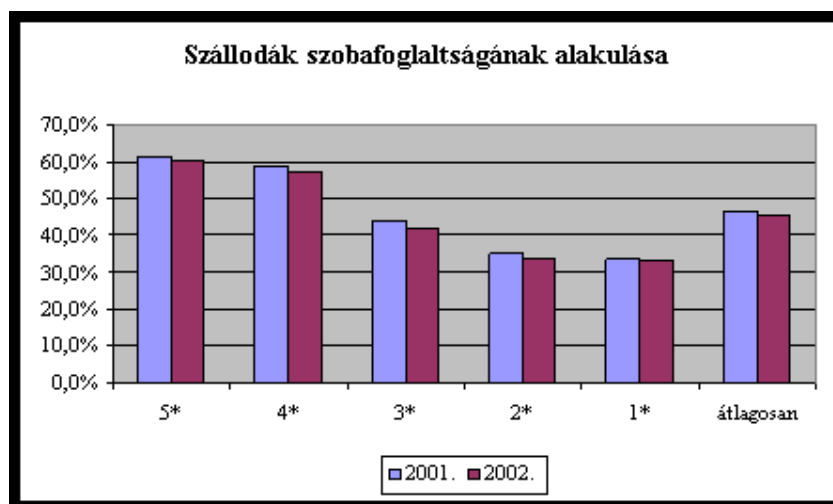
vendégek száma 4, az éjszakák száma 3%-kal volt magasabb, mint 2002-ben. A belföldi vendég-forgalom – a vendégéjszakák száma alapján – a panziókban és az ifjúsági szállókban 2–3%-kal csökkent, a többi főbb szállástípusban kisebb-nagyobb mértékben bővült. A legnagyobb mértékű (17%-os) növekedést az üdülőházak jelentették. A tervezési-statisztikai régiókat – Dél-Dunántúl és Észak-Alföld kivételével – a belföldi vendégek forgalmának fellendülése jellemezte, ami több mint egytizedével nőtt a Közép-Dunántúlon és a Dél-Alföldön. A belföldi vendégek átlagosan 2,5 éjszakát vettek igénybe a kereskedelmi szálláshelyeken. A szállodák átlagosan 44%-os szobakihasználtsággal működtek 2003-ban, ami 1 százalékponttal alacsonyabb a 2002-ben mért értéknél. Ezen belül a négy-ötcsillagos házak 55%-os, a gyógyszállodák 58%-os szobafoglaltságot mértek. A kereskedelmi szálláshelyek összes **bevétele** 2003-ban 163,7 milliárd forintot tett ki, ami folyó áron 2%-kal több, mint a megelőző évben. Az összes bevétel 53%-a szállásdíjakból, 26%-a a szálláshelyek üzemeltetésében lévő vendéglátóegységek tevékenységéből, 21%-a egyéb szolgáltatásokból származott. A szállásdíj-bevétel összege a megelőző évihez hasonlóan alakult, míg a vendéglátás és az egyéb szolgáltatásokból származó bevételek 2, illetve 5%-kal növekedtek.

A nemzetközi forgalom a legfontosabb küldő országainknál 2002-2003-ban

Ország	Vendégéjszakák száma (ezer éj)	Index (2001. jan-nov. = 100%)
Németország	3879	88,9
Ausztria	719	100,9
Hollandia	433	82,5
Olaszország	447	90,6
USA	397	93,4
Nagy-Britannia	389	112,1
Lengyelország	357	86,5
Dánia	255	107,7
Franciaország	264	109,6
Spanyolország	239	97,8

A szállodai forgalom alakulása 2002-2003-ban

2002-ben az összes kereskedelmi vendégéjszaka 64%-a keletkezett szállodában. A belföldi forgalomban ez az arány 53%, a nemzetközi forgalomban 73%. Mind a vendégek, mind pedig a vendégéjszakák száma az előző évihez hasonlóan alakult. Míg a külföldi vendégéjszakák tekintetében mérsékelt csökkenés állapítható meg (-3%), a belföldi vendégek száma 3,1%-kal, a vendégéjszakák száma pedig 2,2%-kal növekedett a hazai szállodákban, ami közel 90 ezer vendégéjszakát jelent. December végéig az 5*-os hotelekben a belföldi forgalom a 2001-es szinttel azonos volt, a nemzetközi forgalomban 7,4%-os növekedés mutatható ki. A 4*-os szállodákban kiugróan (+14,2%) emelkedett a belföldi forgalom, de közel 4%-kal nőtt külföldi vendégéjszakák száma is. A 3*-os házakban a nemzetközi forgalom 5%-os csökkenése mellett, 4,5%-kal több belföldi vendégéjszaka keletkezett.



2002-ben az ország szállodáinak összes bevétele meghaladta a 137 milliárd forintot, ami 5%-kal, több mint 6,2 milliárd forinttal magasabb a 2001-es értéknél. A vendéglátás bevételei átlagosan 13%-kal emelkedtek, az 5*-os házakban majd 19%-kal. A szállodák egyéb bevételei 8,7%-kal haladták meg az egy évvel korábbit. A szállásdíjból származó bevétel csökkent az 5*-os házakban, a 4*-osok ugyanakkor 4,7%-os növekedést értek el és a 3*-osok is, ha csak minimális mértékben is, de meghaladták a korábbi szállásdíj-bevételeket.

Összegzés

1. A nemzetközi forgalomból származó szállásdíj-bevételek csökkentek, aminek hátterében több tényező áll:

- Az 5*-os piacon élesedett az árverseny, nagyrészt azért, mert az üzemeltetőknek számos olyan kihívással kellett szembenézniük, amelyekre gyors és rövidtávon hatékony eszköznek tűnt az árcsökkentés:

Hosszú évekig nem nyílt a legmagasabb kategóriában új szálloda Budapesten, éppen akkor lépett be 4 új szálloda a piacra, amikor az USA-ban kezdődő, majd Európába is átgyűrűző gazdasági recesszió mellett a szeptember 11-i terrortámadás világszerte sújtotta az ágazatot, így nem nőtt a kereslet, ugyanakkor 3 éven belül 800 szobával bővült a kapacitás.

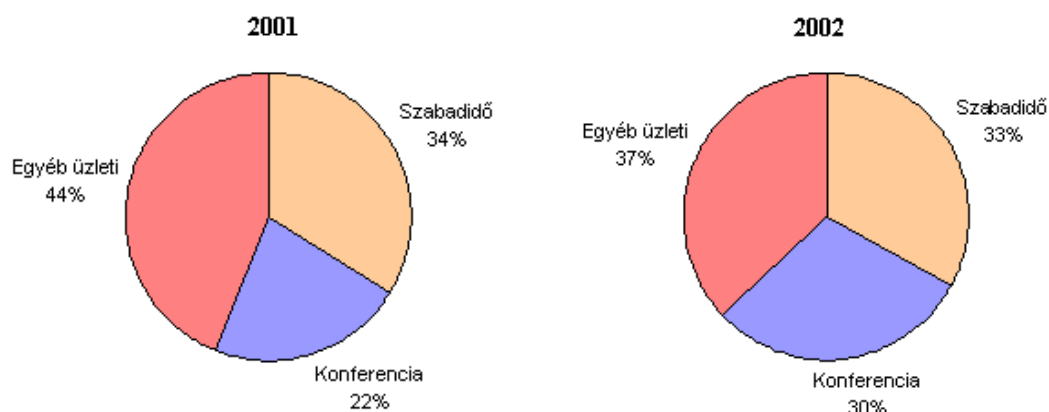
Az elhúzódó dekonjunktúra hatására csökkent az üzleti utazások száma, a terrortámadást követően pedig a legkevésbé érzékeny észak-amerikai és japán vendégek maradtak távol, akik döntően az 5*-os szállodák szolgáltatásait keresték. Annak érdekében, hogy forgalmukat fenntartsák, a szállodák igyekeztek új piacokra szert tenni, ez leggyakrabban a 4*-os házak szegmenseinek megcélzását jelentette (pld konferencia piacon), ami azonban az árak csökkentése nélkül nem volt lehetséges. A folyamatos árcsökkentés miatt egyre közelednek a 4 és 5*-os szállodák árai, így éleződik a versenyt nemcsak kategórián belül, hanem az egyes kategóriák között is. Az egy szoba egy működési napjára jutó szállásdíj-bevételeket vizsgálva a 4 és 3*-os szállodák 2002-ben is hozni tudták a 2001-es szintet, míg az 5*-os szállodák jövedelmezősége 6,5%-kal csökkent.

- A nemzetközi piacokon a szállodák euróban adják meg áraikat, a forint ugyanakkor 6%-ot erősödött 2001. decembere óta, így az euróban befolyó bevételek, forintra váltva ennyivel kevesebbet érnek. Az elszenvedett bevételkiesést kompenzálhatja, ha a vállalatnak devizában fennálló adósságállománya van. Elsősorban a szállodaiparban jellemző, hogy a beruházást, illetve a későbbiekben a fejlesztéseket, felújításokat kül-

földi bankoktól felvett devizahitelekből finanszírozzák. Az ilyen jellegű adóssággal rendelkező cégeknek most forintra átszámítva kevesebbet kell törleszteniük.

2. A szállodákban nőtt a vendéglátásból és az egyéb szolgáltatásokból származó bevétel, ami ellensúlyozhatja a szállásdíj-bevétel kiesést

A csökkenő szállásdíj-bevételek olyan üzletpolitikai változtatásokra indították az üzemeltetőket, amelyekről a szállásdíjtól független bevételek növekedését várják. Ehhez az egyes kategóriákban más-más eszközök állnak rendelkezésre. Az 5*-os szállodák elsősorban a konferenciák, incentive rendezvények, fogadások révén tudják növelni bevételeiket. Az alábbi diagram a motiváció változását mutatja be az 5*-os szállodák vendégeinél:

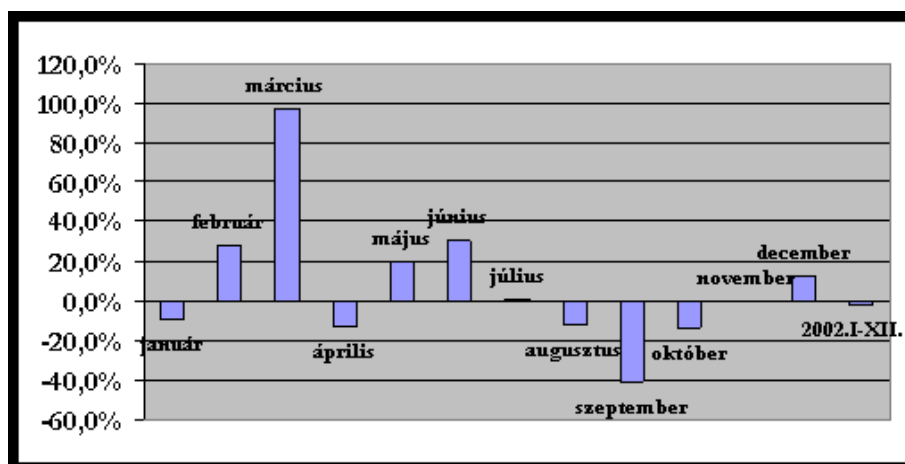


A 4 és 3*-os szállodák packageket állítanak össze, illetve kedvezményes félpanziós árakat hirdetnek meg.

A belföldi forgalomból származó bevételek növekedése egyes szezonokban és kategóriákban pótolhatja a kieső külföldi forgalmat. 2002-ben a belföldi forgalomból származó szállásdíj-bevétel 10,7%-os emelkedése 2,1 milliárd forint többletbevételt jelentett 2001-hez képest, ami csaknem teljesen kompenzálta a nemzetközi forgalom 4,4%-os csökkenéséből adódó 2,4 milliárd forintos csökkenést.

Egyes relációkból, köztük hosszú ideje meghatározó küldő országainkból egész évben csökkent a forgalom. A német, holland, olasz, észak-amerikai, lengyel forgalom csökkenése 2002-ben mintegy 706 ezer vendégéjszaka kiesést jelentett a kereskedelmi szálláshelyeken. Ezzel szemben néhány folyamatosan növekvő reláció (Nagy-Britannia, Franciaország, Csehország, Dánia) tekintetében az elmúlt évben 105 ezerrel több vendégéjszaka regisztráltak, ez, ha nem is kompenzálta, de mérsékelte a forgalomkiesést.

Egyes relációk 2002-es teljesítménye hónapról hónapra változó tendenciát mutatott. Legjellemzőbb példa a spanyol forgalom 2001-hez viszonyított havonkénti ingadozása, amit az alábbi diagram mutat be:



Arra lehet következtetni, hogy a piacra kerülő ajánlatok rövidtávon befolyásolhatják a Magyarország iránti érdeklődést. Spanyolországban Magyarország a kevésbé ismert desztinációk közé tartozik, nem jellemző az egyéni utazás, így különösen nagy szerepe lehet annak, hogy az utazási irodák kínálatában szerepelnek-e magyarországi packagek.

Turizmus a Nyugat-Dunántúli Régióban

Az alábbi statisztikai adatokkal jellemezhető Nyugat-Dunántúl és a régió turizmusa³:

- Nyugat-Dunántúl területe: 11.211 km², Magyarország területének 8,3%-a.
- Nyugat-Dunántúl lakossága: 993.000 fő.
- A Nyugat-Dunántúl területén előállított GDP értéke 2002-ben 1.713.020 millió Ft volt, az országos érték 10,2 %-a. Az összérték 53,4%-a származott a szolgáltatásokból, amelybe a turizmus is tartozik.
- Nyugat-Dunántúl területén az egy főre jutó GDP 2002-ben 1.703 eFt volt, 3,3%-kal haladta meg az országos átlagot és 34,2%-kal a megyék átlagát.⁴ Vásárlóerő paritáson nézve a régióban az 1 főre eső GDP a tizenötök EU-átlagának 55,2%-át tette ki.
- A határállomásokon 2003-ban regisztrált 31,4 millió külföldi érkezés több mint 1/3-a, 34,7%-a az osztrák határszakaszon jelentkezett, vagyis a Nyugat-Dunántúli Régióban. A 14,3 millió kiutazó magyar 40,5%-a az osztrák határon át utazott külföldre.
- Nyugat-Dunántúl a magyarországi vendégéjszakák 11,8%-ával, míg a magyarországi vendégérkezések 12,2%-ával rendelkezik.
- 2003-ban Nyugat-Dunántúlon 952.723 vendégérkezést regisztráltak a kereskedelmi szálláshelyeken. Ez minimális csökkenést jelentett az előző évhez képest, főleg a külföldi vendégforgalom majd 8%-os visszaesése miatt, amit csak a belföldi kereslet 5,8%-os növekedése kompenzált közel teljes egészében.⁵
- A vendégéjszakák száma 2003-ban a Nyugat-Dunántúlon 3.420.130 éjszaka volt, majdnem 1%-kal kevesebb az előző évinél. A külföldi éjszakázások visszaesését szintén a belföldi vendégforgalom növekedése ellensúlyozta — majdnem teljes egészében.

³ Forrás: KSH

⁴ Az egy főre jutó GDP Burgenlandban több, mint a háromszorosa volt 1997-ben a Nyugat-Dunántúli térségnek! (Horwath Consulting Kft)

⁵ A KSH megyei adataiból képzett régiós összefoglaló statisztikai táblák a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmáról a mellékletben találhatók. A KSH a tervezési-statisztikai régiókra szolgáltat adatokat, a turisztikai régió ennél kisebb, mert Hévíz, Keszthely, Zalakaros és még 23 település más turisztikai régióhoz tartozik. Településszintű adatok hiányában a korrekcióra most nem volt lehetőség.

- A régióban az összes vendégéjszaka-szám 70%-a szállodákban vagy szálloda jellegű szálláshelyeken realizálódott 2003-ban.
- Az egy vendégre eső átlagos tartózkodási idő 2003-ban a kereskedelmi szálláshelyeken 3,6 éjszaka volt. Jellemzően a külföldiek 4,6-4,7 éj/vendég, a belföldiek 2,6-2,9 éj/vendég mutatóval járultak hozzá a régiós átlaghoz.
- A régiót alkotó három megye között eléggé nagy az eltérés a kereskedelmi szálláshelyeken mért szállásigényes vendégforgalom és az átlagos tartózkodási idő tekintetében.⁵

Megye / 2003. év	Külföldi	Belföldi	Összes	Külföldi	Belföldi	Összes	Külföldi	Belföldi	Összes
	vendég			vendégéjszaka			átlagos tart. idő (v. éjsz./vendég)		
GyMS	136026	194136	330162	278548	542644	821192	2,05	2,80	2,49
Vas	94754	138469	233223	514658	330072	844730	5,43	2,38	3,62
Zala	174602	214736	389338	1109917	644291	1754208	6,36	3,00	4,51
Régió	405382	547341	852723	1903123	1517007	3420130	4,69	2,77	3,59

A számok Zala és Vas fölényét mutatják, a régiós átlagot Győr-Moson-Sopron húzza le. A tranzitforgalomnál az arányok pont a fordítottak, Győr-Moson-Sopron megye a legnagyobb „átjáróház” a keresztező K-Ny és É-D irányú turisztikai fő áramlási folyosók miatt.

- A fő küldő országok az éjszakázások csökkenő sorrendjében: Németország, amely a 2003. évi adatok szerint a külföldiek éjszakázásainak 58,6%-át hozta egymaga, aztán Ausztria (20,5%) és messze mögöttük Csehország (1,9%). Rajtuk kívül alig 16 ország lépte túl a statisztikailag szignifikánsnak mondható értéket (Hollandia, Olaszország, Románia stb.). Ennek tükrében értékelhető igazán a belföldi vendégforgalom magas részaránya, amely az összes eltöltött vendégéjszakák 44,5%-át jelentette 2003-ban. A magyarok ugyan jellemzően rövidebb ideig maradnak, de az éves forgalom sokkal egyenletesebben oszlik meg.

A Nyugat-Dunántúl turisztikai termékei

Terjedelmi korlátok miatt a régió *kincsesházának* csak egy rövid, kivonatos felvillantása olvasható az alábbiakban⁶. A részletes vonzerőleltár a régió turisztikai koncepciójában és fejlesztési programjában található.⁷ A regionális anyag a vonzerőket hatásugaruk szerint rendezi (nemzetközi, országos ill. lokális).

Kulturális- és örökségturizmus

Műemlékek, emlékművek

A Nyugat-Dunántúlon a magyarság korai időszakából származó sok emlék épen maradt. Mivel a terület egykoron a római Pannónia provincia része volt, ezért nagy számban találhatunk e korból is emlékeket. A felsorolás nem teljes, a cél a legfontosabb termékek megjelölése volt. Hozzá kell tenni, hogy egy-egy vonzerő önmagában még nem feltétlenül számít terméknek, ehhez különféle szolgáltatásokat kell illeszteni mellé, s meg kell szervezni a piacra juttatását.

Kiemelkedő jelentőségű vonzerők:

- Sopron belvárosa
- Győr belvárosa

⁶ A Horwath Consulting Kft 2000-2001-ben készített tanulmánya alapján, amely Burgenlanddal együtt elemezte a Nyugat-Dunántúli Régió turisztikai adottságait.

⁷ Nyugat-Dunántúli régió turisztikai koncepciója és fejlesztési programja, Horwath Consulting Kft. és Szemrédi T.T. Konzorcium, 2000

- Kőszeg belvárosa
- Pannonhalmi Apátság
- Fertődi Esterházy Kastély
- Nagycenki Széchenyi Kastély
- Kőrmendi Batthyány Kastély
- Fertőrákosi Barlang és Páneurópai Piknik Emlékpark

Kulturális rendezvények

A régióban a kulturális kínálat tarka és színes, talán tarkább és színesebb is a kelleténél, miközben nemzetközi jelentőségű fesztivál és program szinte nincs. Alig néhány olyan esemény vagy rendezvény akad, amely megfelelő fejlesztések révén nagyobb tömegek vonzására is alkalmassá tehető. A „nagyrendezvények” a nem megfelelő előkészítés és marketinghiányosságok miatt turisztikailag többnyire nem tudják kifejteni vendégcsalogató hatásukat. A problémáknak csak egy része magyarázható külső okokkal, pl. a rendezvénytámogatási pályázatoktól való túlzott függéssel.

Kiemelkedőbb jelentőségű rendezvények:

- Savaria Történelmi Karnevál Szombathelyen
- Fertőrákos Európa Koncertek (a barlang kiváló akusztikájával alkalmas a zenei rendezvények lebonyolítására)
- Fertődi Haydn Fesztivál
- Győri Barokk Hetek
- Soproni Ünnepi Hetek

Aktív turizmus

Kerékpározás

- Szigetközben Darnózseli és Győr között
- Fertő menti kerékpárút
- Kőszegfalva-Kőszeg-Cák-Velem-Bozsok-Búcsú-Felsőcsatár-Vaskeresztes-Szentpéterfa egybefüggő kerékpárútvonal, melynek Kőszegfalva-Búcsú közötti szakasza az Írott-kő Kerékpárútvonal, a Búcsú-Szentpéterfa közötti útvonal pedig a Vashegy Kerékpárútvonal
- Bezenye-Rajka-Dunacsúny kerékpárútvonal

Vízitourizmus

A régió igen kedvező adottságokkal rendelkezik a vízitourizmus tekintetében.

- Rába
- Szigetköz ágrendszere
- Fertő tó (szörfözés, vitorlázás)
- Duna
- Mosoni-Duna
- Mura

Strandfürdőzés

- Fertő tó
- Kis tavak

Természetjárás

Egykori határsáv helyén egy összefüggő zöldfolyosó található.

- Írottkő Natúrpark
- Kőszegi hegység
- Kemeneshát
- Kerkamenti Natúrpark
- Őrség és Göcsej
- Őrségi Natúrpark
- Sokoró
- Soproni hegység
- Szigetköz

Lovasturizmus

- A régióban jelentős számban vannak lovaglási lehetőségek
- Lovasrendezvények, díjugrató és fogathajtó versenyek

Horgászturizmus

- Bányatavak
- Duna
- Fertő-tó
- Mura
- Rába
- Mosoni-Duna
- Marcal

Vadászturizmus

- Göcsej
- Kőszegi-hegység
- Őrség
- Régió déli része
- Soproni-hegység
- Szigetköz

Golfozás

- Bük
- Dunakiliti

Teniszezés

Szinte valamennyi városban

Sportrepülés

- Pér
- Fertőszentmiklós
- Nagykanizsa
- Pustacsalád
- Szombathely
- Zalaegerszeg

Egyéb sportok

- Motorversenyzés: Ostffyasszonyfa
- Bob: Sopron
- Sárkányrepülés: Zalacsány
- Jet-ski: Sorkikápolna
- Lövészet: Farád

Sportrendezvények

- Gyorsulási versenyek a Pannónia ringen, Ostffyasszonyfán
- Nemzetközi golfbajnokságok Bükön

Gasztronómia és borturizmus

- Jellegzetes zalai étel a krumpliprósza, a dödölle, a galambleves, a fumu és a füstölt túró
- Az Őrségben jelentős a tökmagolaj
- Pannonhalma-Sokoróalja borvidék
- Soproni borvidék
- Zalai borvidék
- Részben a Somlói borvidék
- Borutak (pl. Kőszeg-Felsőcsatár között borút megléte, melynek települései: Kőszeg, Velem, Bozsok, Felsőcsatár és Vaskeresztes)
- A borfajták közül legnevesebb a soproni kékfrankos

Rendezvények

- Páneurópai Vörösborverseny, Sopron
- a hagyományosan évente megrendezett Bormarketing Konferencia, Sopron
- Szüreti napok és felvonulások
- Halászléfőző Verseny Véneken

Falusi turizmus

- Szigetköz falvai
- Rábaköz
- Rába-Marcalmente
- Sopron-Kőszeghegyalja
- Fertő-part
- Őrség
- Göcsej
- Dél Zala

Konferenciaturizmus

- 400 fő feletti konferencia rendezésére nincs meg az igazi infrastruktúra
- Több kisebb konferencia, szimpózium, szakmai találkozó kerül megrendezésre Győr, Sopron, Szombathely, Zalaegerszeg, és Nagykanizsa városokban
- A soproni konferenciaközpont elkészült, de nincs igazán kihasználva.

Egészségturizmus

A régió **nemzetközi összehasonlításban is egyedülállóan** nagy számú, bővizű, magas hőfokú termálvizet kínáló fürdővel rendelkezik. A statisztikai régió területén összesen 22 településen található gyógy-, illetve termálfürdő, amelyek között nemzetközi hírű is van.

- Balf
- Borgáta
- Bükfürdő
- Csorna
- Győr
- Hegykő
- Kapuvár
- Kehidakustány
- Lenti
- Lipót
- Mesteri
- Mosonmagyaróvár
- Petőháza
- Sárvár
- Szombathely
- Vasvár
- Zalaegerszeg

Nem lehet említés nélkül hagyni a statisztikai régióhoz tartozó Hévízi gyógytavat, amely a világon egyedülálló természetföldrajzi jelenség. Az erre épülő gyógyászati szolgáltatások nemzetközi összehasonlításban is magas színvonalúak. Ugyanígy egyre nagyobb hírnévre tesz szert az Alsópáhokon működő Kolping Családi Hotel, amely a wellness jegyében fogadja vendégeit.⁸

Az elmúlt években a kereslet folyamatosan növekedett a régió fürdői iránt, és a nemzetközi trendek a turizmus és termálturizmus iránti kereslet növekedését prognosztizálják. A Horwath Consulting 2000-ben készített felmérése⁹ szerint a fürdők tulajdoni viszonyai tisztázottak, majdnem minden esetben egy vagy több önkormányzat tulajdonában van a fürdő. A fürdővel rendelkező települések legnagyobb részében központi kínálati elem a fürdő, tehát a települések turizmusában komoly kitörési pontot jelent és jelenthet a fürdőfejlesztés. A vizsgált fürdők többsége nyereségesen üzemel, és a legtöbb esetben a tevékenység fejlesztésére fordítják a pénzt. A termálvízkincs felhasználásának hatékonysága tovább növelhető. A régió néhány települése komplett koncepcióval és finanszírozási háttérrel rendelkezik: Zalaegerszegen elkészült az Aquapark, az élményfürdő Győrött, miközben több településen is zajlanak folyamatos, lépcsőzetes fejlesztések: Bük, Hegykő, Lenti, Mesteri, Mosonmagyaróvár, Vasvár, Zalakaros.

A **termálturizmus eddigi fejlesztése** főleg a helyi kezdeményezéseken alapult, és azok mennyisége és minősége **nem méltó a régió termálturisztikai potenciáljához**. A szükségesnél kevesebb fürdő rendelkezik konkrét és jelentős fejlesztési elképzeléssel, megalapozott fejlesztési koncepcióval és programmal. A finanszírozási problémák és a források szűkössége folyamatos problémát okoz, és csupán a hiányosságok orvoslására és a folyamatos karbantartásra jut elegendő fedezet. Alacsony szintű a külső források bevonása (vállalkozói + pályázati tőke), a lehetséges konstrukciók ismeretének hiánya miatt. A fürdők műszaki-technikai színvonala -

⁸ A Nyugat-Dunántúli turisztikai régióknak se Hévíz, se Alsópáhok nem részei!

⁹ A Nyugat-Dunántúli Régió termálvízkincsének fejlesztési programja, Horwath Consulting Kft, 2000.

medencék állapota, vízforgató berendezések kis száma, épületek állapota - a legtöbb esetben elavult. Több stagnáló, lassan hanyatló fürdő is található a régióban. A fürdők arculata, a külső és belső megjelenése elavult és idejétmúlt. A régió fürdőinek egy része csupán idényjellegű, tehát az év nagyobb részében kihasználatlan. A 2000-ben vizsgált 19 fürdő közel fele nem rendelkezett gyógyszolgáltatással.

Az egészségturizmus vonatkozásában a régió egységes térségi arculata és imázsa még kialakulóban van. Kevés helyen ismert a célcsoportok szerinti termékfejlesztés fogalma, a versenytársfigyelés, a pozicionálás és a márkázás. Hiányoznak a karakteres, egyéni profilok, melyek fontossága nem kétséges mindenekelőtt a marketing szempontjából. A fejlesztési elképzelések meghatározására, összefogására és koordinálására tehát égető szükség lenne – a Horwath Consulting négy évvel ezelőtti megállapítása mára sem veszített aktualitásából.

A régió fürdőinek fejlesztése nem tűr halasztást. A konkurenciahelyzet erősödik mind országosan, mind nemzetközi szinten, mindenekelőtt a határos Szlovéniában és Ausztriában. Magyarország EU tag lett, melynek következtében az emberek gondolkodásmódjában is egyre csökken majd az országhatárok jelentősége, amely leginkább a nyugati piacokhoz legközelebb eső földrajzi egységeket, így a Nyugat-Dunántúli régiót érinti. A szolgáltatási színvonal területén jelentős a lemaradás nyugati szomszédunktól, mindenekelőtt az élmény- és wellness-kínálat területén.

A gyógy- és termálturizmus termék stratégiája továbbra is a klasszikus értelemben vett termálvízhez kapcsolódó gyógyászati tevékenységre alapul, de fokozatosan szerepet kapnak a holisztikus gyógyászati és wellness szolgáltatások is, bár az elsőhöz képest kevésbé hangsúlyozottan.

Pannon Termál Klaszter

A Pannon Termál Klaszter¹⁰ létrehozására és működtetésére - a Nyugat-Dunántúli régió termálvízkincsének fejlesztési programja, illetve az abban megfogalmazott feladatoknak megfelelően - együttműködési megállapodást írt alá a Nyugat-dunántúli régió és a Balaton régió 27 fejlesztésben, szolgáltatásban meghatározó vállalata, szervezete 2001. június 22-én Bükfürdőn. Az együttműködés főbb céljai:

- A Nyugat-Dunántúli és a Balatoni régió országosan meghatározó gyógyászati-, preventív- és rekreációs központtá történő fejlesztése
- A gyógyszállókban realizált vendégéjszakák számának növelése
- A résztvevő szervezetek közötti feladatmegosztás világos meghatározása
- A fejlesztésekhez szükséges köz-, és magánszektor összefogása
- Az állami támogatások elosztásához szükséges regionális gazdasági prioritások meghatározása

A Pannon Termál Klaszter létrehozására és működtetésére irányuló kezdeményezés példa kíván lenni a jól szervezett, összehangolt, regionálisan integrált turizmusfejlesztési modellre, annak hatékony működésére, illetve működtetésére, ezáltal hosszú távon elősegítve a térség általános versenyképességének növekedését. Az együttműködésben érintettek:

- Nyugat-dunántúli Regionális Fejlesztési Tanács
- Balatoni Fejlesztési Tanács
- Nyugat-dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság
- Balatoni Regionális Idegenforgalmi Bizottság
- Magyar Turizmus Rt. Nyugat-dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság
- Magyar Turizmus Rt. Balatoni Regionális Turisztikai Projekt Iroda

¹⁰ Forrás: <http://www.nyugatudunantuliregio.hu/gyogyf/panac.htm>

- Állami Szívkórház
- Aquaprofit Hungary Kft.
- Borgáta Község Önkormányzata
- Büki Gyógyfürdő Rt.
- Danubius Hotels Group
- Flexum Rt.
- Gránit Gyógyfürdő Rt.
- Horwath Consulting Kft.
- Hunguest Hotels
- Lenti Gyógyfürdő Kft.
- Lipóti Termál Kft.
- Mesteri Termál Kft.
- Sárvári Gyógyfürdő Kft.
- RAS Kft. Kapuvári Gyógyfürdő
- VASIVÍZ Rt.
- Pannon- Víz Víz-, Csatornamű és Fürdő Rt.
- Soproni Állami Szanatórium Balfi Gyógyfürdőkórháza
- Sá-Ra Termál Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.
- Kehida - Termál Gyógyfürdő Kft.
- Zalaegerszegi Városi Strandfürdő és Fedett Uszoda Kft.
- Szent András Állami Reumatológiai és Rehabilitációs Kórház

2001. óta több gyógy- és termálturizmusban érdekelt szervezet is csatlakozott a Klaszterhez:

- Szemrédi Turisztikai Tanácsadó Bt.
- Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem TKK
- Smed-erg Bt.
- Csorna Város Polgármesteri Hivatal

A 2001. szeptember 19-i közgyűlésen választották meg a jelenlévők a Pannon Termál Klaszter Bizottságát, és első elnökét, dr. Németh Istvánt (Büki Gyógyfürdő Rt.). Alelnök: Vancsura Miklós lett (Szent András Állami Reumatológiai és Rehabilitációs Kórház), az első közgyűlésen megválasztott Bizottság tagjai: Kutfej Attila (Lenti Gyógyfürdő Kft.), Györffy Gábor (Nyugat-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Kht.), Horváth Vencel (Gránit Gyógyfürdő Rt.), Hermann György (Danubius Hotels Group) és Szij Zoltán (Győr Megyei Jogú Város Önkormányzata).

A Pannon Termál Klaszter működésével elő kívánja segíteni:

- Új gyógy- és termálturisztikai kapcsolati hálók kialakítását
- Az ezekhez nélkülözhetetlen kutatások támogatását
- A térségi vállalkozások innovációs tevékenységének, készségeinek fokozását
- A megvalósuló fejlesztések révén új piaci szegmensek, magasabb igényű és fizetőképességű vendégkör megszerzését, valamint az egymást kiegészítő termékkínálattal való megjelenést
- A hozzáadott értéktartalom jelentős növelését
- A komplex és integrált fejlesztések révén a gyógy- és termálvállalkozások betölthessék valódi húzóágazati szerepüket a turizmusban, a multiplikátor hatás legyen érezhető az ágazat egyre bővülő részpiacain
- Segítse elő és legyen motorja az új, egységes térségi arculat, image kialakításának

- Az alapító vállalkozások ma is a gyógy- és termálturizmus hazai meghatározói mind a vendég- és vendégéjszaka, mind pedig a gyógyszállodai férőhelyek számát illetően, melyek az országos eredmények több mint, ötven százalékát tudhatják magukénak.
- Pályázatokon több vállalkozás jutott jelentős fejlesztési forrásokhoz (Sárvár, Bükfürdő, Győr, Kehidakustány, Zalaegerszeg, Szentgotthárd).

Verseny társak

A társadalmi vitára bocsátott, még nem végleges Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia megállapításai szerint Magyarország jelenlegi turisztikai kínálatával, valamint vendégforgalmával és bevételeivel Európában fokozatosan lemaradó pozíciót tölt be. Az alacsony fajlagos költség valós okairól jelenleg csak részben állnak rendelkezésre információk, amelynek kiegészítése azt követően válik lehetségessé, hogy a KSH 2003. évben kezdődő, a Magyarországra látogató külföldieket vizsgáló felmérésnek eredményei rendelkezésre állnak. A lemaradás egyelőre nem behozhatatlan, ugyanakkor a kínálat nemzetközi turisztikai trendeknek való megfeleltetésének, a kiszolgáló infrastruktúra fejlesztésének elmaradásával Magyarország rövid távon hátrányos helyzetbe kerülhet versenytársaival szemben. A szomszédos, természeti és épített vonzerőállományukat tekintve azonos vagy jobb adottságokkal rendelkező közép-európai országok közül a folyamatosan fejlesztő országok (Szlovákia, Csehország, Lengyelország, Szlovénia) rendkívül erős versenytársat jelentenek, illetve már jelenleg is komoly keresletelvonó tényezők. Csehország, ezen belül Prága rendkívül erős versenytársat jelent Budapest számára, elsősorban az utóbbi évek jelentős fejlesztéseinek (infrastruktúra, bemutatótechnikák, marketing) eredményeként, valamint a klasszikus fürdőhelyei tekintetében. Szlovákia klímája ugyan hazánknál kedvezőtlenebb, de magas hegyei, kulturális öröksége és fürdői komoly vonzerőt jelentenek. Szlovénia és Horvátország természeti adottságaival – magas hegyek, illetve tengerpart – Magyarország nem versenyképes. Lengyelország természeti és kulturális látnivalói a kedvezőtlenebb klíma ellenére is sok utazót csábítanak. Románia jelenleg kizárólag infrastrukturális elmaradottsága miatt nem igazán vonzó, azonban természeti, kulturális adottsága, fürdői közléptéven erős versenytárrá tehetik.

Magyarország számára az elsődleges versenytársak ezek szerint a szomszédos vagy térségbeli országok: Ausztria, Csehország, Szlovákia, Lengyelország, Szlovénia, Horvátország és Románia. Ezt a kört tágítja a hosszabb távú közlekedés költségeinek csökkenése, amelyre az információforradalom jócskán rájátszik.

Egyes termékek esetében nem csupán a közvetlen szomszédaink a versenytársaink, hanem az adott terméktől függően távolabbi térségek és települések is. ***Magyarország a jelenlegi turisztikai kínálatával, valamint vendégforgalmával és bevételeivel Európában fokozatosan lemaradó pozíciót tölt be¹¹***. Az alacsony fajlagos költség valós okairól jelenleg csak részben állnak rendelkezésre információk. A lemaradás nem behozhatatlan, de tény, hogy Magyarország a kínálat nemzetközi turisztikai trendeknek való megfeleltetésének, a kiszolgáló infrastruktúra fejlesztésének elmaradásával rövid távon hátrányba kerülhet versenytársaival szemben. A szomszédos, természeti és épített vonzerőállományukat tekintve azonos vagy jobb adottságokkal rendelkező közép-európai országok közül a folyamatosan fejlesztő országok (Szlovákia, Csehország, Lengyelország, Szlovénia) rendkívül erős versenytársat jelentenek, illetve már jelenleg is komoly keresletelvonó tényezők.

Ausztria a magyarországinál fejlettebb, a piaci célcsoportok igényeknek megfelelően differenciált, a kereslet változásait rugalmasan követő termékkínálattal, és a turizmust kiszolgáló

¹¹ Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia, 3. munkaverzió, 2004. Ugyanez az anyag képezi a forrását az egyes versenytársakról alább olvasható egyedi megállapításoknak is.

fejlett háttér infrastruktúrával, szolgáltatási rendszerrel rendelkezik. Az ország kínálatának a versenyképességéhez nagymértékben hozzájárul a vendégorientált szolgáltatói kultúra és nyelvismeret. Ausztria marketing és turizmus stratégiája az alábbi turisztikai termékeket kezeli kiemelten: falusi turizmus, aktív turizmus (ezen belül is a sí és a természetjáró turizmus) valamint a kulturális turizmus (zenei és történelmi örökség turizmus). Ausztria a Nyugat-Dunántúli Régió legnagyobb konkurenciája!

Csehország, ezen belül Prága rendkívül erős versenytárs az utóbbi évek jelentős fejlesztéseinek (infrastruktúra, bemutatóstechnika, marketing) eredményeként, valamint a tradicionális fürdőhelyei tekintetében. A 2004-2006 közötti időszakra megfogalmazott, a Nemzeti Fejlesztési Terv részét képző turizmus stratégiájukban az eddigi arculat erősítését, így a kulturális turizmus (történelmi örökség és városi turizmus) és a gyógyturizmus fejlesztését tűzték ki célul. Mivel a termál- és gyógyturizmus a Nyugat-Dunántúli Régió egyik fő terméke, Csehországra feltétlenül oda kell figyelnünk.

Szlovákia klímája ugyan hazánknál kedvezőtlenebb, de magas hegyei, kulturális öröksége és fürdői komoly vonzerőt jelentenek. Csatlakozó országgént nekik is elkészült a 2004-2006 közötti időszakot tárgyaló turisztikai fejlesztési tervük, amely elsődlegesen a már meglévő turisztikai termékek (természetjáró-, sí-, történelmi örökség és kulturális turizmus) image-t célozza erősíteni. Szlovákiával szembe a Nyugat-Dunántúli Régió összességében egyelőre még őrzi versenyelőnyét főleg a szolgáltatási háttér kiépítettsége és színvonala miatt, de ez az előny csak viszonylagos, és könnyen behozható.

Szlovénia természeti adottságaival illetve infrastrukturális ellátottságával Magyarország nem versenyképes. A 2002-2006 közötti időszakra kialakított turisztikai stratégiájában kiemelt szerepet szának a sí-, az üdülő- és a természetjáró turizmusnak.

Horvátország infrastruktúrája gyorsan fejlődik, természeti vonzerői, elsődlegesen a tengerpartja és szigetei miatt komparatív előnnyel rendelkezik Magyarországgal szemben. A 2003-2008 közötti időszakra elkészült turizmus stratégiájukban kiemelt szerepet szának a horvátok az üdülő-, a gasztronómia- és a kulturális turizmusnak.

Lengyelország természeti és kulturális látnivalói a kedvezőtlenebb klíma ellenére is sok utazót csábítanak. A 2004-2006 közötti időszakra elkészített turizmusstratégiájukban kiemelt szerepet szának az infrastrukturális befektetéseknek, ezáltal erősítve az amúgy is nagy hagyományokkal rendelkező kulturális (örökség) turizmust valamint az aktív és rekreációs (gyógy) turizmust.

Románia jelenleg kizárólag infrastrukturális elmaradottsága miatt nem igazán vonzó, azonban természeti, kulturális adottságai, fürdői középtávon erős versenytárrá tehetik. Az elmúlt évben készült el az a 2015-ig szóló turizmus stratégiájuk, mely a fenntartható fejlődést helyezi a középpontba.

Bulgária a hagyományos üdülő, a tengerparti adottságaira épülő turizmusa mellett kiemelt szerepet szán a gyógy-, a sí-, a vidéki- és a kulturális turizmusnak, ennek érdekében elkészítették az ország fenntartható turizmus stratégiáját.

A turizmus nemzetközi környezete – trendek

A világgazdaság és a világturizmus fejlődése¹² – A világgazdaság viszonylag gyors és – Japán kivéve – általános növekedése az 1990-es években kedvezően hatott a világturizmus fejlődésére. Az ezredforduló azonban fordulópont volt a gazdaság fejlődésében is, ekkortól Japán

¹² Forrás: Turizmus Bulletin, 2001/3. Dr. Behringer Zsuzsanna – Mester Tünde: Turisztikai trendek a világban és Európában; Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 3. verzió, 2004.

mellett a legnagyobb gazdasági régiók, az Egyesült Államok és az Európai Unió tagországainak többsége is alacsony gazdasági növekedést tudott csak elérni.

Jelenleg a turizmus a világ bruttó nemzeti össztermékének mintegy 12%-át adja, és több, mint 200 millió embernek biztosít munkahelyet¹³. Európa turisztikai szerepe a világ turizmusában – bár őrzi vezető helyét – folyamatosan csökken, elsősorban a kelet-ázsiai / óceániai térség gyors növekedésének következtében. A legtöbb országban a belföldi turizmus aránya 80–90%, és az ebből származó bevétel is jelentősen felülmúlja a nemzetközi turizmus bevételeit. A nemzetközi turizmuson belül ugyanakkor túlsúlyban van a környező országokba vagy a globális régiókon, kontinenseken belüli utazás.

A WTO az 1995-ös bázisévhez viszonyítva, évi 4,1%-os átlagos növekedési ütemmel számol mind a nemzetközi turistaérkezések, mind pedig a bevételek tekintetében. Az előrejelzés szerint a nemzetközi turistaérkezések 2010-re elérik az 1 milliárd, 2020-ra pedig 1,56 milliárd turistát. Az elkövetkezendő húsz évben várhatóan a világ három legnagyobb idegenforgalmi fogadó területe Európa, Kelet-Ázsia és Amerika lesz. Kelet- és Dél-Ázsia, Dél-Afrika és Közép-Keletre irányuló turistaérkezések növekedésének mértékét a világátlaghoz képest magasabb, 5%-os éves növekedésre prognosztizálja a WTO. Európa várhatóan megőrzi a legmagasabb részesedését a világon regisztrált turistaérkezések tekintetében, de részesedése az 1995-ös 60%-ról 2020-ra 46%-ra csökken. 2020-ra a nemzetközi turistaérkezések számát Közép- és Kelet-Európában 223,3 millió főre becsüli a WTO, amely éves szinten átlagos 4,2%-os növekedési ütemnek felel meg.

Globalizáció – Kitejedése magával hozta, hogy a gazdaság szereplői nemcsak országhatárok keretei között gondolkodnak, hanem az egész világban. A globalizáció hatására soha nem látott méreteket öltött a közlekedési kapcsolatok hálózata, amely a turisták mind szélesebb köre számára is lehetővé tette a hosszú távú utazásokat.

Általános felmelegedés – Az ENSZ Meteorológiai Világszervezete szerint a globális felszíni hőmérséklet 1900 óta átlagosan 0,6 Celsius fokkal nőtt évente. Az átalakuló időjárási viszonyok komoly hatással lehetnek hosszabb távon a turizmus alakulására is:

- ❖ Az üvegházhatás miatt forróbbá válhatnak a tengerpartok, és magasabbra tolódhat a hóhatár, befolyásolva a tengerparti vakációzást és a síturizmust.
- ❖ Az időjárási változásokhoz kapcsolódó **természeti csapások** komoly rombolást okoznak az infrastruktúrában is, amely évekre visszavetheti egy terület turisztikai fogadóképességét, annál is inkább, mert a befektetési döntéseknél növekvő kockázati tényezőt jelent, ha egy desztináció szélsőséges időjárású: növelheti a befektetés tőkeköltségét, meghosszabbítja a megtérülést, csökkenti a hozamot, veszélyezteti a rentábilis működtetést.
- ❖ A turisztikai szezon hosszára is alapvető befolyással van az időjárás, azoknál az utazási formáknál, amelyeknél a napsütés, jó idő az alapfeltétel, megfigyelhető, hogy a kiszámíthatatlan időjárású elő- és utószezon helyett a zsúfolt, de biztos főszezont választják a turisták.
- ❖ A klímával kapcsolatban megjelenő negatív sajtóhírek, mint az erős napsütés, káros ultraibolya sugárzás is hátrányosan érintik a turisztikai kereslet alakulását.

Előtérben a biztonság – A 2001. szeptember 11-i New Yorki, majd az idei (pl. madridi) terroristacselekmények hatásaként az utazók részéről növekedett a biztonság iránti igény, ami hátrányosan érintette a repülőgéppel történő – különösen interkontinentális – utazások számát. Előtérbe kerültek a szárazföldön is megközelíthető desztinációk és a belföldi turizmus.

¹³ Forrás: OECD és WTO statisztikák, 2002.

A kereslet prognosztizálható jellemzői – Egy kutatás¹⁴ szerint az emberek elsősorban a kellemes klíma, a természet, a kultúra szerint választanak úti célt, és különösen vonzóknak tartják a tengert és a magas hegyeket. Emellett azonban a külső és belső folyamatok nagymértékben kihatnak a háztartások szabadon elkölthető jövedelmére, azaz közvetve a Magyarország, mint turisztikai desztináció iránt jelentkező keresletre. Ilyen meghatározó, befolyásoló tényezők:

- ❖ a recesszió enyhítését célzó költségvetési megszorítások, jóléti kiadások csökkentése, adó-emelések, valamint a munkaerőpiaci bizonytalanságok és az ezzel kapcsolatos félelmek, a bizonytalanságérzet;
- ❖ legtöbb küldő piacunk esetében az euró bevezetése miatt bekövetkezett, statisztikai hivatalok által is kimutatott áremelkedések;
- ❖ a természeti környezetben zajló folyamatok, amelyek komoly anyagi károkat okoznak főbb küldő piacainkon.

Az utazási kiadások – és különösen a közlekedési kiadások – a gyakoribb, jöllehet rövidebb utak következtében gyorsabban növekszenek, mint az egyéb költség tételek. Az egy napra jutó kiadások általában a magas minőség iránti igény növekedése következtében szinten maradnak, az egy útra eső átlagos költség azonban a rövidebb utazási időtartam miatt csökkenni fog.

A versengő szolgáltatások, köztük az üdülési ajánlatok bővülő választéka (témaparkok, változatos szórakozási lehetőségek, egészségklubok, sportlétesítmények, kulturális események stb.) a lakossági fogyasztás területén hatással lesz az utazási kiadások alakulására, különösen recesszió idején. A legtöbb előrejelzés csökkenő növekedési ütemet, és Európa világpiaci részesedésének visszaesését prognosztizálja.

A tömegközlekedés reneszánsza – A légi közlekedés az előrejelzések szerint átlag feletti ütemben, 5%-kal vagy dinamikusabban, fog növekedni, de a magasabb költségek és a személyautó használatából adódó zsúfoltság egyre több utazást fog korlátozni. Ez a tömegközlekedés valamennyi formája számára kedvező változást jelent akkor, ha lényeges infrastruktúrális beruházásokat fognak megvalósítani, ami magába foglalja a repülőterek és légi útvonalak fejlesztését is. A befektetések elmaradása a kedvező kilátásokat lényegesen befolyásolhatja.

A „**pénzben gazdag – időben szegény**” tendenciának megfelelően több alkalommal, de alkalmanként rövidebb időre utaznak az emberek. A tendencia legnagyobb nyertese a városlátogatás. A rövid időtartamra utazók körében ugyanakkor sokkal magasabb az egy napra eső költség, mint a hagyományos üdülturistáknál.

Az utóbbi években jelentős növekedést mutat a **last-minute** foglalások számának növekedése, amit a gazdasági nehézségeknek és az azonos vagy kevesebb pénzért minél jobb szolgáltatást kereső turisták számának emelkedése okoz. Ez egyúttal megnehezíti a turisztikai szolgáltatók részére a kereslet előrejelzését és kemény árversenyhez vezetett.

Az internet térnyerésének köszönhetően a turisták egyre jelentősebb része saját maga szervezi meg utazását. Ez azonban – a speciális igényeket kiszolgáló utazásszervezőktől eltekintve – csökkenti a tömegigényeket kielégítő utazási csomagok iránti keresletet. Az utazási döntésekben egyre nagyobb szerepet kap az **érzékelékenység**. Az internetnek – továbbá Európában az euró bevezetésének – köszönhetően az árak összehasonlítása az egyéni fogyasztók részére rendkívül egyszerűvé vált.

A piac egyre erősebben szegmentálódik. Bizonyos szegmensek, pl. a seniorok kategóriája, az előrejelzések szerint mind számukat, mind utazási kiadásukat tekintve növekedésnek indulnak, bizonyos mértékben a szabadon elkölthető jövedelmek recesszió által előidézett csökkenésétől függetlenül.

¹⁴ European Travel Commission, 2003

A szabadidős utazások piaca egyre inkább divatorientáltabb lesz. Az üzleti utazások esetében az eddigieknél nagyobb gondot fordítanak a költség- és az időkeretre ezzel párhuzamosan azonban új kikapcsolódási, pihenési igények és új célcsoportok alakulnak ki. A gazdaságilag fejlett piacokon pl. az önálló keresettel rendelkező nők egyre gyakrabban utaznak.

Az utazási célok nagyobb változatossága – pl. üzleti utak, konferenciák, barátok és rokonok meglátogatása, kulturális és sporteseményeken való részvétel, városközpontok felkeresése – egész évben megtekinthető vonzó látványosságokat és szórakozási formákat, lehetőségeket kínál, ami ösztönzőleg hat a mobilitásra és növeli az utazások gyakoriságát.

Módosul a nemzetközi és regionális áramlások irányainak súlypontja. A dél-észak, a kelet-nyugat és a nyugat-kelet reláció gyorsabban fog növekedni a hagyományos észak-dél viszonylatnál. Az Európán belüli, határokon keresztül utazás erőteljesebben nő a belföldi utazásoknál, amely egyes területeken eléri vagy már el is érte a telítettséget.

Növekszik a kereslet az egészség és a biztonság iránt. Számos turista úgy reagál a növekvő környezeti és társadalmi nyomásra, hogy kerülik a „túlfejlett” turisztikai desztinációkat.

A magyarországi belföldi turizmus fejlődési irányai

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia¹⁵ megállapításai szerint 1993-tól a belföldi turizmus szinte folyamatos emelkedést mutat, azaz elindult a belföldi turizmus fejlődése, de a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött belföldi vendégéjszakákat alapul véve még 2002-ben sem érte el az 1990-es szintet.

A mennyiségi javuláshoz jelentősebb a minőségi változás, a belföldi vendégek egy része is egyre inkább a magasabb színvonalú szolgáltatásokat keresi. A szállodákban a belföldi vendégek és vendégéjszakák száma 1990-hez képest 2002-re a kétszeresre nőtt¹⁶. Folyamatosan nő a 3-4 csillagos szállodák belföldi forgalma, és a belföldi turizmusban is megfigyelhető a több, rövidebb utazás népszerűségének növekedése. A belföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje jelentősen csökkent az elmúlt évtizedben: míg 1990-ben 5,5 napot tett ki, addig 2002-re visszaesett 2,6 napra. A belföldi turizmus legfontosabb célpontja Budapest és a Balaton¹⁷. A belföldi kereslet átalakulását több tényező is elősegíti:

- Egyre több hazai vállalat szervez incentive utat, tréninget, cégösszetartást belföldön, amelyhez a magasabb kategóriájú szállodákat részesítik előnyben.
- Hazánkban is elterjedőben van a 2.-3. rövidebb szabadság, ami főként egy-egy hétvégét, esetleg meghosszabbított hétvégét jelent. A legkeresettebbek e célra a wellness, illetve gyógyszállodák, kastélyszállók.
- Bár még mindig jelentős az elmaradásunk a nyugat-európai országokhoz képest, valamelyest nőtt a kínálat a kisgyermekes családok igényeit is figyelembe vevő szolgáltatások tekintetében: a szállodák külön ajánlatokat állítanak össze számukra, animátorokat alkalmaznak, egyre több helyen lehet kerékpárt bérelni stb.

A belföldi forgalomból származó bevételek növekedése elsősorban a szezonon kívüli időszakban pótolhatja a kieső külföldi forgalmat. Egyre ritkábban fordul elő az a régi gyakorlat, hogy a szolgáltatók nem kezelik a „nyugati” turistákkal egyenrangúan a belföldi vendégeket. Sokan éppen emiatt döntenek a külföldi nyaralás mellett. Ugyancsak hátráltatta a fejlődést,

¹⁵ Forrás: Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 3. verzió, 2004.

¹⁶ Ez az adat valamelyest torz, mivel a 1990-es évek elején a SZOT üdülők és a munkásszállások jelentős részét szállodaként üzemeltették tovább. Ugyanakkor vitathatatlan a belföldi forgalom dinamikus növekedése a szállodákban: a '90-es évek végi adatokat figyelembe véve, például az 1998-as 3,5 millió regisztrált belföldi vendégéjszaka szám 2003-ra 4,3 millió vendégéjszakára emelkedett.

¹⁷ MT Rt. és KSH adatok

hogy a belföldi üdülésnek nem volt presztízse az elmúlt években, míg sikkes volt arról mesélni, hogy „olaszban”, „görögben” nyaraltunk. A lakásépítések, -vásárlások, a tartós fogyasztási cikkek, mint pl. gépkocsi vásárlások sok esetben elvonják a jövedelmet az utazástól.

A turizmus fejlődési irányjaival kapcsolatos észrevételek, felvetések

Az Országos Idegenforgalmi Bizottság 2003 tavaszán 35 szakértői mélyinterjú készítésével bízta meg a STRAMM Stratégiai Marketing Műhelyt. Az interjúk részletes elemzéséből tanulmány készült, amely a kidolgozás alatt lévő turizmus stratégia helyzetelemzéséhez szolgált támpontul. Ebből az anyagból idézek néhány arra érdemes, ma is aktuális gondolatot, amelyek országosan és regionálisan egyaránt érvényesek:

- ❖ Az **ágazat válságban** van, mely csak részben tulajdonítható a jelenlegi, nehéz gazdasági helyzetnek. A válság elsősorban **strukturális és szemléletmódbeli okokra** vezethető vissza.
- ❖ **A fő cél a magyar lakosság életminőségének javítása** a turisztikai aktivitás és az ágazat bevételeinek segítségével. Ennek megfelelően az életminőség javulásához célszerű kötni az eredményességet mutató megfelelő indikátorokat is.
- ❖ A **tartalmi fejlesztési irányok** meghatározásához nagyon hiányzik egyfelől egy alapos vonzerőleltár, másfelől jelenlegi és potenciális látogatóink igényeink, elvárásainak, vágyainak kvalitatív piackutatással történő mély ismerete.
- ❖ **Árelőnyünk** hamarosan megszűnik, egyesek szerint már el is tűnt, miközben nincs egy nagy tárgyasult, egyedi és termékszerű vonzerőnk, amelyre alapozni tudnánk. Azonban **számtalan lehetőségünk van, hogy a versenyt az árról másfelé tereljük**: földrajzi elhelyezkedésünk, a sajátos (fogyasztói megkérdezés alapján pontosítandó) sajátos magyar hangulat, a személyesség, termálvízkincsünk, a természet romlatlan állapota, a barátságos, emberléptékű táj.
- ❖ Elengedhetetlen, hogy a termékközpontú gondolkodást felváltsa az élményszerű és fogyasztócentrikus **szemléletmód**. A turizmus szűk és tág környezetében meg kell alapozni a **turizmusbarát és turistabarát attitűdöt**.
- ❖ Budapest és a Balaton kivételével **az ország kínálata nem alkalmas a tömegturizmus kiszolgálására**, és a fenntartható fejlődés érdekében ezeken a területeken nem is feltétlenül célszerű erre törekedni. Komoly és sürgető feladat a minőségi turizmus alapvető feltételeinek megteremtése. E feladatok közül is kiemelkedik a **tiszta és rendezett környezet**, város- és faluképek, valamint a **megfelelő közlekedési infrastruktúra** megteremtése.
- ❖ A termékfejlesztéssel szoros összhangban álló **turisztikai marketing feladata az ország és egyes desztinációk pozicionálása**, Magyarország márkaimázsának kialakítása pontosan kijelölt célcsoportok felé. A célcsoport-specifikus pozicionálás az alapja annak, hogy fogyasztói élményben gondolkodjunk, és termékeinket ennek megfelelően alakítsuk ki.
- ❖ Nagyobb figyelmet kell fordítani természetes vonzáskörzetünkre és arra is, hogy vendégkörünkben a **fiatal generációk** a jelenleginél nagyobb mértékben reprezentálva legyenek

A Nyugat-Dunántúli Régió turizmusának fejlődési irányai

A régiós turizmusfejlesztési stratégia megállapításaiból kiindulva az alábbi **térségspecifikus trendek** állapíthatók meg¹⁸:

- ❖ A legtöbb ajánlat a **gyógy- és termálfürdőkre** vonatkozik. A legtöbbet kínált fürdők: Balf, Bükfürdő, Sárovar. Az elmúlt évek nagyszabású fürdőfejlesztéseinek köszönhetően ez a kör tovább bővült: pl. Zalaegerszeggel, Győrrel, Kehidakustánnal. Az ajánlat jellemzői: 3-8 napos tartózkodás, egyéni utazás.
- ❖ **Üdülések** leginkább Sopron-Kőszeghegyalján, a Nyugati határszélen, az Őrségben, és a Rába-Marcalméntén jellemzőek. Győr-Moson-Sopron megyéből jóformán csak Sopron és néhány termáltelepülés (Lipót, Hegykő) állja a versenyt az üdültetés vonalán.
- ❖ **Kulturális- és örökségturizmus**: a kínálat elsősorban városnéző túrákat (Sopron, Győr, Pannonhalma, Kőszeg), fesztiválokat (Soproni Ünnepi Hetek), kiemelt műemlékek, építészeti emlékek meglátogatását tartalmazza.
- ❖ **Üzleti turizmus**: konferenciák szervezését több utazásszervező vállalja, helyszínt a nagyobb szállodák és a kultúrházak adnak. Igazi, nagy konferenciaközpont még nincs a régióban, noha kisebbek több városban is akadnak, mint pl. Sopronban a Liszt, Győrött pedig a Kamara székháza. A szemináriumok, kisebb tanácskozások szervezése, a speciális szakterülethez kapcsolódó, 100 fő alatti rendezvények és ahhoz kapcsolódó kiállítások szervezése egyre népszerűbb lesz.
- ❖ **Bortúrák**: itt valamennyi borvidék szerepet kap. Bortúrákat szerveznek Pannonhalma-Sokoróalja pincéibe, a Soproni Borvidékre, Kőszeg és környéke pincéibe, a Somlói borvidékre és a Zalai borvidék egyes területeire (Zalaszentgrót)
- ❖ **Kerékpározás**: a Fertő tó körül, a Szigetközben, a Rába mentén, az Őrségben, a Nyugati határszélen és a Göcsejben.
- ❖ **Vízitúrák**: a Dunán, a Szigetközben és a Rábán.
- ❖ **Fürdés, strandolás**: Fertő tó, Vadása tó, Szajki tavak, Gébárti tó egyéb kisebb tavak, tározók.

¹⁸ Horwath Consulting és a Szemrédi Tanácsadó Bt. Konzorcium készítette 2000-ben *Nyugat-Dunántúli Régió turisztikai koncepciója és fejlesztési programja* címmel.

Nyugat-Dunántúli Régió - turizmus-SWOT

A régiós turizmusfejlesztési stratégia megállapításaiból kiindulva, s azt átértékelve, felfrissítve és némileg megrostálva állapíthatók meg az alábbiak¹⁹. A vezetői összefoglaló ennek a rövidített és némileg másképpen csoportosított változatát tartalmazza:

VONZERŐK

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
- Jelentős termál- és gyógyvízkincs és a gyógyászati szolgáltatások magas színvonala. - Változatos természeti táj, vonzó természetföldrajzi adottságok, egységenként sajátos kínálattal (Alpokalja, Göcsej). Védett természeti területek gazdagsága: Szigetközi Tájvédelmi Körzet, Fertő-Hanság Nemzeti Park, Fertő tó, Őrség, Göcsej, Hetés, Ság-hegy, stb. Sportolási lehetőségek: golf, horgászat, kerékpározás, lovaglás, vadászat; az aktív turizmus feltételeinek megléte. Gazdag kulturális örökség, a rendezvények, programok sokfélesége. Épített vonzerők gazdagsága. Pannonhalmi Apátság és a Fertő-táj, mint a világörökség részei. - Népi építészet emlékei, sajátos település-szerkezet (Őrség, Göcsej).	- A tematikus kínálat nem kielégítő mennyisége. Komplex termékek nem kielégítő mennyisége. Régió túlmutató vonzerővel rendelkező események, programok, rendezvények és vonzerők kis száma. Vonzerők kidolgozatlansága. Vonzerők állapota, karbantartása hiánya. Szigetköz sorsának rendezetlensége.

SZÁLLÁSHELYEK

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
- Bővülő kereskedelmi szálláshelykapacitás, javuló szolgáltatási színvonal. - A belföldi kereslet erősödése a kereskedelmi szálláshelyeken	- A vendégforgalmi adatok tekintetében jelentős különbség a statisztikai régió és a turisztikai régió adatsorai között.²⁰ 1997 óta a turistaszállók és kempingek férőhelyeinek száma jelentősen csökkent. Ifjúsági szálláshelyek (gyerek-táborok, vándortáborok) hiánya. Faházak kempingek hiánya.

¹⁹ Horwath Consulting és a Szemrédi Tanácsadó Bt. Konzorcium készítette 2000-ben *Nyugat-Dunántúli Régió turisztikai koncepciója és fejlesztési programja* címmel.

²⁰ A turisztikai régió a statisztikai régió szállodai vendégéjszakáinak alig több, mint felével, a szállodai vendég-érkezéseinek kicsit több, mint 2/3-val és a kereskedelmi szállásférőhelyeinek 3/4-vel rendelkezik.

EGYÉB KÍNÁLATI ELEMEEK

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
• Földrajzi elhelyezkedés (a régió négy országgal határos); régió közelsége a nyugati piacokhoz; Bécs és Pozsony, mint jelentős nagyvárosok közelsége. • Kedvező ár-érték arány. • Komplex turisztikai kínálat kialakításának feltételei adottak. • Konferenciaturizmus helyszínek. • Jó közbiztonság.	• A közlekedési infrastruktúra kiépítettsége nem egyenletes, nem eléggé fejlett. Alapvető gond a 84-es, 85-ös és a 86-os utak túlterheltsége és az ebből eredő permanens baleseti veszélyességük • Vízi határátkelőhely hiánya. • A szolgáltatások területenként nagyon eltérő kiépítettsége és színvonala. • Nincs összefüggő kerékpárút-hálózat, kevés a kerékpárturizmus kiszolgáló létesítmény. • Színvonalas szabadidő eltöltés lehetőségei hiányoznak, programok és rendezvények koordinátlansága. • A beutaztatás nem megfelelő szintje. • A Szigetköz megoldatlan problémája (Bős-Nagymaros). • Kitáblázottság és az információs infrastruktúra alacsony szintű, nincs megfelelő számú kiadvány a régióról; • A Regionális Marketing Igazgatóság eszközök hiányában csak vegetál. • Nyelvtudás alacsony szintje. • A régiónak nincs saját arculata.

KERESLET

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
• A belföldi turizmus egyik fontos célterülete. • Néhány termékre meglévő nemzetközi kereslet (gyógyfürdő létesítmények). • Az országban levő határállomások személyforgalmának csaknem fele a régión keresztül bonyolódik. • Egyre népszerűbb incentive turizmus. • Az átlagos tartózkodási idő az országos átlagot meghaladja.²¹	• Tömegturizmus (átutazók és bevásárlóturizmus). • Küldőterületek Ausztriára és Németországra korlátozódnak. • Viszonylag alacsony költség.

²¹ 1999-ben az országos átlag 3,1 nap, 2003-ban már csak 2,99 volt, miközben a régió átlaga az 1999. évi 3,0 napról 2003-ra 3,59 napra nőtt.

FEJLESZTÉSEK

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
• <i>Magas fejlesztési potenciál</i>, kiaknázatlan lehetőségek gazdagsága. • Néhány helyen <i>komplett koncepció és finanszírozási háttér</i> megléte. • Az ország 27 <i>üdülőkörzetéből 6</i> - részben, vagy teljes egészében - ezen a területen található. • Egyes településeken <i>folyamatos, lépcsőzetes fürdőfejlesztések</i>: Bük, Hegykő, Győr, Lenti, Mesteri, Mosonmagyaróvár, Vasvár, Zalakaros. • A <i>kerékpáros</i> és a <i>falusi turizmus</i> már megindult fejlesztése.	• Nincs <i>tudatos termékfejlesztés</i>. • Megalapozott <i>turisztikai fejlesztési koncepció, program és projekt hiánya</i> a legtöbb helyen. • Finanszírozási problémák; források szűkössége. • <i>Külső források bevonása</i> (vállalkozói és pályázati tőke) alacsony szintű, a lehetséges konstrukciók ismeretének hiánya miatt. • A magánszféra és az állami szféra <i>együttműködésének hiánya</i>. • <i>Együttműködési hajlandóság</i> gyenge, passzivitás. • A közelmúlt <i>nagyobb volumenű turisztikai fejlesztéseinek</i> kis száma.

TELEPÜLÉSI ÖNKORMÁNYZAT SZEREPVÁLLALÁSA

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
• Településfejlesztési <i>stratégia, marketing, befektetői stratégia</i> néhány településnél megjelenik. • A jelentősebb, meghatározóbb önkormányzatoknál <i>turisztikai referens</i> megléte.	• A törvény <i>nem határozza meg a települési önkormányzatok turisztikai feladatait</i>, annak ellenére, hogy az idegenforgalomból származó források ide folynak be. • <i>Turisztikai marketing</i> gyengesége; önkormányzatok a legtöbb esetben nem ismerik a vendégkörüket. • Legtöbb helyen nincs <i>turisztikai koncepció</i>. • Legtöbb helyen nincs <i>idegenforgalmi referens</i>. • Sok helyen <i>nem ismerték még fel a turizmusban rejlő lehetőségeket</i>. • <i>Nem ismertek a megyei, regionális fejlesztési stratégiák</i>. • Gazdálkodási <i>prioritások a legtöbb esetben nem a turizmust</i> szolgálják. • <i>Idegenforgalmi adó</i> többnyire <i>nem közvetlenül turisztikai célra</i> történő felhasználása. • <i>Befektetőkeresés intenzitása</i> sok esetben gyenge.

SZERVEZET

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
• A <i>regionális szint</i> stratégiai <i>szerreválalása</i> erősödik. • Sok <i>civil és szakmai szerveződés</i> megjelenése a turizmus terén. • <i>Helyi szinten</i> megjelenik az <i>együttműködés igénye</i>. • Kialakultak <i>települési szintű együttműködések</i>. • <i>Kistérségi szinten</i> megjelentek a turisztikai <i>együttműködések csirái</i>. • Erősödő <i>határon átnyúló együttműködések</i>. • Működő <i>testvérvárosi kapcsolatok</i>. • Regionális menedzsment szinten <i>tapasztalat az EU források felhasználásában</i>. • <i>Teleházak</i> megléte. • A <i>Regionális Fejlesztési Tanács és a RIB kapcsolata</i> példaértékű.	• <i>Gyenge szervezeti háttér</i>. • A turisztikai régió <i>funkcionálisan nem működik</i> (együttműködés, egységes imázs hiánya). • <i>Hiányzik</i> az összefogás, az <i>együttműködés</i>, az <i>összehangoltság</i>. • <i>Térségi szemlélet hiánya</i>; a régió, mint „közös hovatartozás” szemlélet nem ismert. • A régió <i>turisztikai szervezeteinek folyamatos átalakítása</i>. • A turizmusban érintettek, potenciális <i>együttműködők ismeretének hiánya</i>. • <i>Közös érdekek felismerése</i> hiányzik. • <i>Regionális marketing</i> kezdetlegessége. • Érintett szervezetek <i>szakmai felkészültsége</i>. • A létező <i>kistérségi / térségi együttműködések hatása</i> a települési szinten ritkán, vagy nem jelenik meg. • <i>Sikeres fejlesztési modellek belső transzfere</i> megoldatlan. • A <i>statisztikai régió és a turisztikai régió területe nem egyező</i>. • A <i>határokon túlnyúló kapcsolatok</i> kihasználatlansága.

EGYEBEK

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
• Gazdasági szempontból az ország <i>egyik legdinamikusabban fejlődő területe</i>. • <i>Magas életszínvonal</i>, az egy főre jutó GDP országos átlag feletti. • Magas a <i>külföldi közvetlen tőkebefektetések</i> aránya. • <i>Szakképzett munkaerő</i> - az iskolázottsági szint magas, itt a legnagyobb az érettségizettek aránya, és a diplomások is az egyik legjobb. • Polgárosult lakosság.	• Régió belüli <i>fejletlen észak-déli közlekedési kapcsolatok</i>. • A régió egyes területein <i>a munkanélküliség gócpontokban</i> koncentrálódik.

LEHETŐSÉGEK ÉS VESZÉLYEK

LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
• Turizmus <i>elismertsége és támogatottsága</i> növekszik. • Az országos és Európai Uniók vidék- és térségfejlesztési <i>támogatások növekedése</i>. • A lakossági jövedelmek növekedésével <i>nő a belföldi turizmus, illetve a vállalkozói kedv</i>. • <i>Határmenti együttműködések</i> sokasodnak. • A motivációk változásával a hangsúly a <i>speciális, egyedi termékekre</i> helyeződik. • A <i>második és harmadik utazások</i> számának növekedése. • A <i>3. korosztály utazásainak</i> száma dinamikusan növekszik. • Dinamikusan növekvő kereslet a <i>gyógy- és termálfürdőzés irányába</i>; egyre népszerűbbek az élményfürdők. • A kereslet eltolódása <i>az aktív pihenés</i> irányába. • Az <i>üzleti utazások, a konferencia és kongresszusi turizmus</i> népszerűségének növekedése. • A <i>természeti környezet minősége, az érintetlen természet vonzereje</i> növekszik. • Erősödik <i>a kulturális utazási motiváció</i>. • Erősödik <i>a preventív, egészségtudatos üdülések</i> aránya. • Erősödik <i>a gasztronómiai és borturizmus</i> népszerűsége. • Külföldi ingatlanvásárlások	• Magyarország, mint turisztikai desztináció <i>vonzereje tovább csökken</i>. • A „versenyszellem” további erősödése miatt nem alakul ki <i>partnerség</i>. • Romló <i>közbiztonság</i>. • <i>Környezeti terhelés</i> növekedése. • A <i>gazdaságilag aktív népesség csökkenése</i> Zalában, negatív mérlegű be- és kivándorlások.

Intézkedések, alintézkedések kiegészítése

A kiegészítés alapjául a Nyugat-Dunántúli Régió turisztikai koncepciójába és fejlesztési programjában olvasható intézkedések és alintézkedések szolgálnak²², amelyeket 2002-2003-ban tekintett át a Regionális Idegenforgalmi Bizottság és az RMI²³.

Intézkedések / alintézkedések	Hogyan valósult meg és néhány főbb példa	Kiemelt feladatok a jövőre nézve
Stratégiai program 1		
1.1 Termál- és gyógyturizmus	A térségben új kínálati elemek jelentek meg (Zalaegerszeg, Kehidakustány), nagyszabású projektek valósultak meg (pl. Bük, Sárovar, Győr). Megalakult és működik a Pannon Termálklub	Változatlanul kiemelt feladatként kell kezelni a már meglévő fürdők szintre hozását, a kihasználatlan gyógyászati lehetőségek és kapacitások hasznosítási fokának javítását. A wellness-típusú fejlesztéseknél első lépcsőben a nagyobb településekre és az turisztikai célpontokra célszerű koncentrálni. A térség ilyen típusú kínálatát permanensen meg kell jeleníteni kiadványokban és szakrendezvényeken.
1.2 Aktív turizmus (1.2.1 - 1.2.6)		
1.2.1 Kerékpáros turizmus	Ha lassan is, de bővült a kerékpárút-hálózat, miközben az összefüggő kerékpárút-hálózatok változatlanul hiányoznak. A kerékpározást kiszolgáló infrastruktúra és háttér szolgáltatási kör változatlanul szegényes, ide értve az információs táblarendszert is.	Elsődlegesen az autós forgalomtól elválasztott, lehetőleg önálló vonalvezetésű fejlesztési elképzelések ösztönzése és támogatása, ill. az összefüggő kerékpárút-hálózatok kiépülésének segítése az önkormányzatokon keresztül, a kapcsolódó szolgáltatási háttér esetében pedig közvetlen, vállalkozókra szabott pályázati rendszer működtetése.
1.2.2 Víziturizmus	A Fertő-tavi víziturizmus a magyar partszakaszon egyelőre nem versenyképes az osztrák oldal kiépítettségével és szolgáltatásaival. A többi állóvízre és a folyókra épülő víziturizmusnál sincs számottevő előrelépés, a Győr melletti Ikrény csörlős vízisipályája viszont egyidejűleg turisztikai attrakció és környezetbarát fejlesztés.	Kizárólag az osztrák mércével is versenyképes fejlesztéseket indokolt felkarolni a Fertő körüli településeken és közvetlenül a parton. Támogatni kell a tóhoz kötődő, ill. ahhoz közeli falvak kulturális, művészeti és sportrendezvényeit a szezon széthúzása érdekében. A vadvízi evezést segítő támogatni érdemes a kijelölt sátorozó helyek kialakítását és azok üzemeltetését.

²² Nyugat-Dunántúli Régió Turisztikai Koncepciója és Fejlesztési Programja, Horwath Consulting és Szemrédi T. T. Konzorcium 2000-2001.

²³ A Nyugat-Dunántúli Régió turisztikai fejlesztési programjának monitoringozása, aktualizálása, a Magyar Turizmus Rt-nek készített anyag, dr. Fekete Mátyás 2002-2003.

1.2.3 Lovasturizmus	A lovasbázisok száma ugyan nőtt, de ennek ütemével nem tartott lépést a szakképzettségi szint és a szolgáltatási háttér. A Széchenyi Terv inkább csak a lovakra és elhelyezésük körülményeire koncentrált, míg humán oldal háttérbe szorult.	Minden támogatási pályázatnál és kiadványba kerülésnél meg kell követelni a Magyar Lovasszövetség által alkalmazott patkós minősítési rendszerhez csatlakozást, és ott megfelelő eredmény felmutatását.
1.2.4 Természetjárás	Változás nincs	Az alintézkedés szerint
1.2.5 Horgász- és vadászturizmus	Változás nincs	Kooperáció az erdészetekkel, a nemzeti parkok igazgatóságaival és a vadásztársaságokkal
1.2.6 Egyéb sportolás	Változás nincs, új létesítmény Győrött az egyetemi csarnok	Pályázati rendszer létesítése
1.3 Kulturális- és örökségturizmus	A helyzet nem javult, a rendezvényszervezés változatlanul esetleges, az utazásszervezési és a turizmusmarketing szempontjából jelentős fáziskésésben van. Sok meglévő objektum kihasználatlan (Fertőrákos).	Termékfejlesztés szempontjából vonzerőt képviselő produkciók számára prioritás, a rendezvényszervezésnél ösztönzés az legalább 1-2 éves előreszervezésre. A tematikus utaknál további szervezőmunka és támogatás szükséges.
1.4 Egyéb turisztikai termékek (1.4.1 - (1.4.3))		
1.4.1 Konferenciaturizmus	Elkészült a Soproni Kulturális és Kongresszusi Központ, ugyanakkor néhány kisebb konferenciák, vállalati tréningek és képzések tartására alkalmas helyszín bezárt (pl. Mihályi, győri Szeminar Hotel)	Az alintézkedésben említett Konferenciaszervező füzet megjelentetése
1.4.2 Bor- és gasztronómiai turizmus	Pannon Borút kialakítása	Az alintézkedés szerint
1.4.3 Bevásárlóturizmus	Ma már nem meghatározó	Olyan üzleti kérdésként kezelhető, amely különösebb támogatást vagy szervezőmunkát egyre kevésbé igényel.
1.5 Falusi turizmus	A fejlődés nem eléggé kézzelfogható, kevés a támogatás, alacsony a tájékozottsági szint a lehetőségekről és a kilátásokról. Alacsony a regisztrált és minősített házak aránya. Megoldatlan az utóellenőrzések finanszírozása, korlátozni kell a kiadott minősítések érvényességének idejét.	Falusi vendéglátók képzésének, továbbképzésének támogatása. A Falusi és Agroturizmus Országos Szövetségnél regisztrált szakértők számának növelése érdekében a képzések támogatása. A kiadványtervbe épüljön bele egy a régió falusi turizmus kínálatát reprezentáló, színvonalas kiadvány és szálláshely-katalógus, régiós turisztikai multimédiás CD megjelenítése, valamint egy célirányos internetes honlap kialakítása és működtetése.
1.6 Natúrparkok	Intézkedésben leírtak szerint	Intézkedésben leírtak szerint
2.1 Regionális marketingstratégia	A régiótudat, a régiós gondolkodás ma még nem jellemző. Ehhez illeszkedve a térség turisztikai kínálatának összehangolása, együttes megjelenítése, a közös termékfejlesztés addi-	Turizmusmarketing konferenciák rendszeres szervezése. Életben kell tartani és tovább működtetni a Regionális Marketing Fórumot.

	tív új elemként történő bekapcsolódása a régiótudatot pozitívan formáló tényezővé válhat, különösképpen a belföldi turizmus és a régió térségei, települései között ma még inkább nyomokban fellelhető turisztikai aktivitás erősítésével.	
2.2 Kistérségek marketing-munkájának támogatása		A tervezésen túl indokolt a közreműködés a kistérségek termékfejlesztési törekvéseinek patronálásában, piaci bevezetésükben és jelenlétük fenntartásának biztosításában. Fel kell kutatni, biztosítani kell a forrásokat ahhoz, hogy a tökeszegény civil turisztikai szervezetek megtudjanak jelenni a turisztikai szakszárokon, rendezvényeken.
2.3 Települések marketing-munkájának támogatása	Megoldásra vár a megyei és a települési Tourinform-irodák nyitásban és üzemeltetésükben tapasztalható egyenetlenség kiküszöbölése, a szakmai színvonal és a térségi szemlélet erősítése.	A tervezésen túl közreműködés a kistépülések termékfejlesztési törekvéseinek patronálásában, piaci bevezetésükben és jelenlétük fenntartásának biztosításában. A nagyobb településeknél az erőforrások koncentrált és összehangolt felhasználása látszik indokoltnak. Felül kellene vizsgálni a Tourinform-irodákkal kapcsolatos szerződéseket azért, hogy akár a működési kiadások egy részét is átvállalva az egységes szakmai színvonal és a térségi kisugárzású tevékenység elvárása teljesülhessen.
Stratégiai program 3		
3.1 Képzési kataszter felvétel	Az alintézkedések valóra váltása érdekében megtörtént a kapcsolatok kialakítása a régió érintett felsőfokú oktatási és tudományos intézményeivel, mert nélkülük egyik kataszter sem állítható össze.	Az Intézkedési projekt szerint
3.2 Szakmai képzések	A nagyobb turisztikai és vendéglátó vállalkozásokat leszámítva gond a szakképzettség és a gyenge nyelvismeret.	A poszt-szekunder jellegű idegenforgalmi szakmenedzser, falusi turizmus menedzser és más kapcsolódó OKJ-s képzések felkarolásával a helyzetkép javítható. <i>Egyetemi/főiskolai oktatói ösztöndíj rendszerének bevezetésének kezdeményezése.</i> A régiós felsőfokú és szakképesítést adó képzések oktatási hátterének erősítése, javítása (szemléltető multimédiás eszközök, szakkönyvek, szakfolyóiratok adományozása, a képzések minél propagálása).

3.3 Településmenedzsmenthez kapcsolódó képzés	A turisztikai fejlesztéseknél akadály lehet az önkormányzati képviselők és alkalmazottak turisztikai alapismereteinek hiánya	Önkormányzati képviselők, önkormányzatoknál dolgozók, kistérségi menedzserként foglalkoztatottak turisztikai képzésének, továbbképzésének szorgalmazása nem OKJ-s jelleggel, az érintett önkormányzatokkal és közigazgatási hivatalokkal kooperálva.
3.4 Vállalkozás transzferhez kapcsolódó képzés	Intézkedésben leírtak szerint	Főleg a helyi egyetemi és akadémiai műhelyek bevonásának ösztönzése a különféle vállalati tréningek és konferenciák szervezésébe.
Stratégiai program 4		
4.1 Intézményi kapacitás	Az intézményi kapacitás egyes partnereknél kifejezetten szűk keresztmetszetet alkot, köztük olyanoknál is, ahol az idegenforgalommal kapcsolatban a feladatokat törvény írja elő. Ugyanakkor sem a RIB RMI, sem a Magyar Turizmus Rt. nincs abban a helyzetben, hogy közvetlenül befolyásolhassa a kialakult helyzetet. A RIB és az RMI helyzete az elmúlt években folyamatosan módosult, a stabilitás és kiszámíthatóság hiánya megnehezíti a munkavégzést.	Egyes megyei, települési feladatok átvállalása mindaddig, amíg a feladatok tényleges gazdájánál meg nem teremtik az ellátásukhoz szükséges feltételeket. Ugyanakkor megfontolandó, hogy a pályázati rendszerek alapelveinél ne kapjanak-e helyzeti előnyt, kedvezőbb besorolást a feladataikat maradéktalanul ellátó önkormányzatok és más szerveződések, legyenek azok önkéntesek vagy jogszabályilag előírtak. Bővíteni kellene a RIB és ezen keresztül az RMI szerepkörét, döntési mozgásterét az országos, régiós és helyi pályázati rendszerek meghirdetésében és működtetésében.
4.2 Hálózatépítés	Az Intézkedés szerint	Az Intézkedés szerint
4.3 Integrált fejlesztést szolgáló tervezés	A turisztikai tervezés nem állhat meg az egyszeri tervkészítés szintjén, fontos a folyamatos karbantartás és az ún. rulirozó tervezési módszer alkalmazása.	Az RMI kapjon felhatalmazást arra, hogy külső szakértő bevonásával tovább folytatódjék a regionális turisztikai koncepció megvalósulásának monitoringozása
4.4 Szervezetfejlesztési tréningek	Az Intézkedés szerint	Az Intézkedés szerint
4.5 Minőségbiztosítási rendszer kiépítése	Az Intézkedésben leírtak szerint	A régiós egyetemi és akadémiai műhelyek szakembereivel.
Stratégiai program 5		
5.1 Szálláshelyek fejlesztése	Az Intézkedésben leírtak szerint	A <i>Zárójelentés</i> bevezetőjében olvasható 3-4. pontokkal kiegészítve az Intézkedésben leírtak szerint.
5.2 Komplex programkínálat kialakítása	Az Intézkedésben leírtak szerint	Kapjanak prioritást az 1-2 éves távlatba előre konkretizált, már meghirdethető programszintig kidolgozott nagyrendezvények.
5.3 Egyéb kínálati elemek fejlesztése	Az Intézkedésben leírtak szerint	Az Intézkedésben leírtak szerint
5.4 Vonzerőleltár készítése	Az Intézkedésben leírtak szerint	Az arra illetékes hirdessen regionális pályázatot a vonzerőleltár elkészítésére – elsősorban a helyi egyetemi és akadémiai műhelyek, régiós szakemberek meghívásával.

A felvázolt beavatkozások csoportosítása időrend és hatáskör szerint

A regionális turisztikai koncepció és fejlesztési programban jelzett-javasolt intézkedések és alintézkedések közül azokat érdemes mindenekelőtt első helyre tenni, amelyek relatíve kis ráfordítással, rövidtávon, 1-2 éven belül kivitelezhetők. A fejlesztési és szervezési feladatok második ütemét képezik a középtávon, 3-5 éven belül megvalósítható projektek csoportja. Végül a harmadik csoport tartalmazza a hosszabb távon, 7-10 éven belül realizálható, inkább stratégiai természetű célkitűzéseket.

Mindhárom csoportban további bontásra van szükség a kompetenciaszintekhez igazodva: mi oldható meg helyi (települési vagy kistérségi), megyei vagy regionális szinten, mihez szükséges országos beavatkozás.

A jobb kezelhetőség megkívánja, hogy a céloknak és a feladatoknak imént vázolt csoportosítását eleve terméktípusonként fogalmazzuk meg, elfogadva ezáltal a termékfejlesztési és menedzselési célok prioritását. Nem mindegyik rubrika került előre kitöltésre, és a kitöltöttek se tekinthetők még véglegesnek, mert ennek megvitatása a még előttünk álló workshopoknak lesz az egyik feladata. Hasonló szerkezetű táblázatokkal az anyag folyamatosan, akár egészen konkrét projektelképzelésekkel is kiegészíthető.

A megyei feladatsor nem feltétlenül csak a megyei önkormányzatra hárul, hanem ide sorolhatók a dekoncentrált hivatalok, a különféle kirendeltségek és képviseletek, továbbá a kistérségi önkormányzati társulások és más civil szerveződések is. A *helyi* gyakorlatilag a települések szintjét jelenti, noha a későbbiekben további bontásra lehet szükség az adott település nagyságára és szerepkörére tekintettel.

Termál- és gyógyturizmus - egészségturizmus				
időtáv / kompetencia	országos	regionális	megyei	helyi
rövid táv (1-2 év)	Az egészségbiztosítási rendszer stabilitásának garantálása, az egészségügyi hálózat működőképességének fenntartása.	A Pannon Termál Klaszter aktivitásának kiterjesztése, támogatása; termékcentrikus régiós marketing szervezése	Közreműködés a regionális és helyi projektek megvalósításában, a tervezési háttér és kapcsolódó megyei források biztosítása	Közreműködés az intézményrendszer működtetésében, önkormányzati és vállalkozói érdekegyeztetés; célirányos turisztikai település-marketing.
közép táv (3-5 év)	A prioritásokat nézve hangsúlyáthelyezés a betegségmegelőzésre. Az intézményhálózat fejlődésének támogatása adekvát társadalmi-gazdasági környezet megteremtésével.	Célirányos termékfejlesztés és menedzselés régiós források mellérendelésével, a regionális marketing tudatos alkalmazásával, s ezen belül a számkra kedvező imázs formálásával	A szakember utánpótlás koordinálása	Az infrastruktúrális hiányosságok és a szűk keresztmetszetek felszámolása; bekapcsolódás a képzési és továbbképzési feladatok szervezésébe
hosszú táv (6-10 év)	Egészséges életmódra (wellnessre) nevelés	A nemzetközi és hazai versenyképesség megalapozása	Közreműködés a távlati tervezésben	Az ÁRT és az egészségturisztikai tervek összhangjának folyamatos biztosítása

Aktív turizmus				
időtáv / kompetencia	országos	regionális	megyei	helyi
rövid táv (1-2 év)	Az országos kerékpárút-hálózat meglévő elemeinek megjelenítése kiadványokban. A vízi turizmust kiszolgáló határellenőrzési és beléptető pontok kialakítása, működtetése mindaddig, amíg a schengeni feleslegessé nem teszi.	Térségi marketing felkarolása. A szakképzés szervezése a munkaerőutánpótlás biztosítása érdekében.	Kerékpárút-hálózat bővítése, fejlesztése, a szolgáltatási háttér szervezése. Vízi turisztikai bázisok kialakításának menedzselése. A lovasudvarok, lovardák minősítési rendszerének általános alkalmazása és ellenőrzése.	A települési kerékpáros átvezető utak kijelölése, kitáblázása. Vízi turisztikai bázisok kialakításának létesítése ill. menedzselése. A lovasudvarok, lovardák minősítési rendszerének általános alkalmazása.
közép táv (3-5 év)	Ütemes kerékpárút-hálózat fejlesztési feltételrendszerének megteremtése.	Tervszerű hálózatfejlesztés, igazodás a nemzeti főbb útvonalakhoz	Közreműködés a tervezésben	A szolgáltatási háttér kialakításához szükséges települési infrastruktúra kialakítása
hosszú táv (6-10 év)	Az országos kerékpárút-hálózat összefüggővé tétele, a ráépülő szolgáltatási háttér kialakulásához megfelelő ösztönző rendszer	Távlati komplex turizmusfejlesztési koncepció és stratégia kialakítása	Távlati komplex turizmusfejlesztési koncepció és stratégia kialakítása	Távlati komplex turizmusfejlesztési koncepció és stratégia kialakítása

Kulturális és örökségturizmus				
időtáv / kompetencia	országos	regionális	megyei	helyi
rövid táv (1-2 év)	A regionális és helyi rendezvények beillesztése az országos rendezvények sorába	Koordináció, pályázati rendszerekkel részfinanszírozás. A témához kötődő tematikus programok és termékek térségi koordinációja, klaszteresedésének elősegítése.	Koordináció. A falusi turizmus támogatása (bor- és gyümölcsutak, falusi turizmus, más hagyományőrző tematikus programok).	Turisztikai hasznosításra alkalmas rendezvények, szabadidős programkínálat folyamatos szervezése önkormányzati társfinanszírozással
közép táv (3-5 év)	A rendezvénytámogatási rendszer tervezhetővé, kiszámíthatóvá tétele, a világörökség helyszíneinkből származó helyzeti előny kiaknázása	Tematikus utak ajánlati rendszerének szervezése	Hagyományőrzés elősegítése és támogatása	Tervszerű és ütemes műemlék-rekonstrukció, a világörökség helyszíneinkből származó helyzeti előny szervezése
hosszú táv (6-10 év)	Rekonstrukciós források biztosítása	A határon átnyúló gyökerek, hagyományok ápolása	Térségi marketingbe szervezés	Térségi marketingbe szervezés

Hivatásturizmus				
időtáv / kompetencia	országos	regionális	megyei	helyi
rövid táv (1-2 év)	Kiemelt nagyrendezvények (kiállítások és vásárok) szervezésének támogatása	Kiemelt nagyrendezvények (kiállítások és vásárok) szervezésének támogatása	A hivatásturizmus-hoz szükséges működőtőke importjának koordinálása,	Rendezvény-szervezés minimum 1-2 éves előretartással.
közép táv (3-5 év)	Nemzetközi szervezetek és intézmények időszakos rendezvényeinek Magyarországra csábítása	A K+F tevékenységek ösztönzése, felső- és középfokú képzés, szakképzés, továbbképzés felkarolása	A K+F tevékenységek ösztönzése, felső- és középfokú képzés, szakképzés, továbbképzés felkarolása	Az incentiv utak elvárt feltételrendszerének adaptálása.
hosszú táv (6-10 év)	Nemzetközi szervezetek és intézmények székhelyének, multirégiós igazgatóságainak Magyarországra csábítása	A térségi gazdasági és oktatási kapcsolatok szorosabbra fűzése		A konferencia- és kiállítási helyszínek bővítése, fejlesztése

Ökoturizmus				
időtáv / kompetencia	országos	regionális	megyei	helyi
rövid táv (1-2 év)	Táj- és természetrombolások azonnali leállítása, ahol ilyen előfordul. A Szigetköz helyzetének megnyugtató rendezése.	Határokon átnyúló kapcsolatok, turisztikai termékek közös kifejlesztése, értékesítésének elősegítése	Térségi monitoring	A szervezett látogathatóság feltételeinek kialakítása
közép táv (3-5 év)	Környezetkárosító tevékenységek visszaszorítása, károsanyag kibocsátási határértékek EU-norma szerinti szigorú betartatása	A terhelhetőségi küszöbértékek kidolgozása minden ökológiai védelmet élvező tájegységre. A helyi fejlesztések támogatása	Látogatóközpontok kialakítása és működtetése a Nemzeti és a Natúrparkokban, tájvédelmi körzetekben	Látogatóközpontok kialakítása és működtetése
hosszú táv (6-10 év)	Környezetvédelemre nevelés		Környezetvédelemre nevelés	Környezetvédelemre nevelés

Marketing, szervezeti háttér, hatáskörök fejlesztése, projektmenedzsment				
időtáv / kompetencia	országos	regionális	megyei	helyi
rövid táv (1-2 év)	A turisztikai régiók számának, határainak és szervezeti háttérének azonnali megnyugtató rendezése. A turisztikai feladat- és hatáskörök jogszabályi nevesítése a közigazgatásnak a régióban értelmezhető minden szintjén	Régióimázs kialakítása. A regionális, megyei és kistérségi turisztikai civil szerveződések marketing tevékenységének patronálása.	A regionális és a helyi marketing koordinálása, segítése. Folyamatos projekttema feltárás, menedzselés. A regionális, megyei és kistérségi turisztikai civil szerveződések marketing tevékenységének patronálása.	Hatékony településmarketing, helyi idegenforgalmi adók visszaforgatása; turisztikai referens minden frekvenciát tartalmazó településen. Tourinformirodák működtetése
közép táv (3-5 év)	A szubszidiaritás elvét szem előtt tartva az eszközök egyre csökkenő arányú centralizálása	Regionális marketingstratégia, régióimázs formálása a nemzetközi trendekhez igazodva. Regionális Idegenforgalmi Alap vagy céllelőirányzat	Képzés- és oktatás szervezése, koordinálása	Beutaztatás-szervezés támogatása
hosszú táv (6-10 év)	Pozitív és vendégbarát, vendégcsalogató országimázs kialakítása	Hosszú távú arculattervezés és formálás, rubrikázó tervezés		

Felhasznált irodalom

1. Nyugat-Dunántúli Régió Turisztikai Konceptiója és Fejlesztési Programja, Horwath Consulting és Szemrédi T. T. Konzorcium 2000-2001.
2. A Nyugat-Dunántúli Régió termálfvízkincsének fejlesztési programja, Horwath Consulting 2000-2001.
3. Nyugat-Dunántúl és Burgenland turisztikai marketingtevékenységének összehasonlító elemzése, Horwath Consulting 2001.
4. Kommunikációs kézikönyv – Nyugat-Dunántúli Régió, NyD-i Regionális Marketing Igazgatóság 2001.
5. Nyugat-Dunántúli gyümölcsutak koncepció, Horwath Consulting 2001.
6. Kerékpárral a Nyugat-Dunántúlon, TTK-Pannonvelo Konzorcium 2001.
7. Lisztiádák „Liszt Ferenc szülőföldjén”, PannonRemark Kft. 2002.
8. A Nyugat-Dunántúli Régió turisztikai fejlesztési programjának monitoringozása, aktualizálása, a Magyar Turizmus Rt-nek készített anyag, dr. Fekete Mátyás 2002-2003.
9. Az Alpok és a Fertő-táj vonzásában c. PHARE CBC Program Magyarország-Ausztria Kisprojekt Alap 2001 támogatásával megvalósuló marketing akció dokumentumai, Alpokja Idegenforgalmi Alapítvány, Tourinform Sopron, 2003-2004.
10. A turisztikai tervezés és fejlesztés főbb szempontjai, környezetének változásai, Nyugat-Magyarországi Egyetem KTK oktatási segédanyag, dr. Fekete Mátyás 2004.

Melléklet (Forrás: KSH)**Nyugat-Dunántúli Régió****Kereskedelmi szálláshelyeken vendég- és vendégéjszaka-száma, 2003. év**

Időszak	Külföldi	Belföldi	Összes	Külföldi	Belföldi	Összes
	vendég			vendégéjszaka		
Évközi adatgyűjtés alapján:						
2003. január	19 227	29 904	49 131	71 920	82 432	154 352
február	20 482	30 406	50 888	82 952	75 814	158 766
március	28 008	34 892	62 900	128 148	89 817	217 965
I. negyedév	67 717	95 202	162 919	283 020	248 063	531 083
április	33 331	41 558	74 889	168 974	103 106	272 080
május	40 661	54 691	95 352	205 462	123 038	328 500
június	42 631	52 377	95 008	218 432	142 282	360 714
I. félév	184 340	243 828	428 168	875 888	616 489	1 492 377
július	45 175	60 451	105 626	218 083	216 959	435 042
augusztus	54 835	67 792	122 627	240 567	227 610	468 177
szeptember	44 353	47 552	91 905	229 907	123 885	353 792
I-III. negyedév	328 703	419 623	748 326	1 564 445	1 184 943	2 749 388
október	32 830	48 791	81 621	166 526	128 866	295 392
november	25 606	37 739	63 345	110 067	96 129	206 196
december	18 243	41 188	59 431	62 085	107 069	169 154
év	405 382	547 341	952 723	1 903 123	1 517 007	3 420 130
Idény szerint:						
előidény	83 292	107 068	190 360	423 894	265 320	689 207
főidény	100 010	128 243	228 253	458 650	444 569	903 219
utóidény	77 183	96 343	173 526	396 433	252 751	649 184
A 2003. év az előző év %-ában	92,1	105,8	99,5	93,1	107,7	99,1

Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma szállástípusok szerint, 2003. év

Megnevezés	Külföldi	Belföldi	Összesen	Külföldi	Belföldi	Összesen
				előző év azonos időszaka =100		
	Szálloda					
Vendégek száma	294 698	338 138	632 836	94,63409	105,7481	99,4488356
Vendégéjszakák száma	1 396 360	976 415	2 372 775	95,51134	105,7872	99,4801835
Átlagos tartózkodási idő, éjszaka	4,7	2,9	3,7	100,9	100,0	100,0
	Egyéb kereskedelmi szálláshely					
Vendégek száma	110 684	209 203	319 887	85,8704	105,9109	98,0066221
Vendégéjszakák száma	506 763	540 592	1 047 355	87,28425	111,1562	98,1560954
Átlagos tartózkodási idő, éjszaka	4,6	2,6	3,3	101,6	105,0	100,2

A külföldi vendégforgalom országok szerint, 2003. év

Ország	Vendég		Vendégéjszaka		Átlagos tartózkodási idő, éjszaka
	száma	előző év azonos időszaka = 100	száma	előző év azo- nos időszaka = 100	
Külföldi vendégek összesen	405 382	92,0641	1 903 123	93,14367	4,7
Ebből: Európai Unió országai együtt	329 985	92,24486	1 645 012	92,39961	5,0
Ausztria	110 630	95,52149	389 192	91,36757	3,5
Belgium	4 138	80,88408	12 517	86,06038	3,0
Franciaország	5 836	83,22698	13 857	93,46976	2,4
Hollandia	11 293	93,18473	34 258	91,15238	3,0
Nagy-Britannia	5 643	105,0667	15 789	104,3792	2,8
Németország	165 826	89,84126	1 115 912	92,47446	6,7
Olaszország	15 974	96,72899	30 001	87,01726	1,9
Csehország	9 054	99,84882	36 221	99,53932	4,0
Horvátország	1972	89,86804	3792	84,4348	1,9
Lengyelország	4 209	73,44069	10 839	66,07245	2,6
Oroszország	1954	73,6594	9 249	65,5865	4,7
Románia	8 727	72,5546	17 964	82,63989	2,1
Szerbia és Montenegró	2 729	58,98212	4 473	65,58562	1,6
Szlovákia	3 991	103,3961	9 624	105,7043	2,4
Szlovénia	2372	82,80869	6121	85,26517	2,6
Ukrajna	3 895	111,7069	7 867	107,884	2,0
Amerikai Egyesült Államok	3 294	83,09014	8 961	86,71109	2,7
Izrael	427	47,40219	1172	47,93606	2,7
Kanada	734	94,35007	2139	89,0716	2,9

A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása, 2003. július 31.

Megnevezés	2001	2002	A 2002. év az előző év %-ában
Működő egység			
Szálloda	143	155	108,4
Egyéb ker. szálláshely	424	468	110,4
Ebből: panzió	259	280	108,1
turistaszállás	49	54	110,2
ifjúsági szálló	5	6	120,0
üdülőház	51	61	119,6
ÖSSZESEN	567	623	109,9
Kiadható szoba			
Szálloda	7 819	8 181	104,6
Egyéb ker. szálláshely	5 180	5 431	104,8
Ebből: panzió	2861	2783	97,3
turistaszállás	1326	1507	113,7
ifjúsági szálló	85	100	117,6
üdülőház	908	1041	114,6
ÖSSZESEN	12 999	13 612	104,7
Kiadható férőhely			
Szálloda	18 486	18 707	101,2
Egyéb ker. szálláshely	31 796	33 827	106,4
Ebből: panzió	7 424	7 353	99,0

turistaszállás	5 957	6 305	105,8
ifjúsági szálló	471	638	135,5
üdülőház	2713	3034	111,8
ÖSSZESEN	50 282	52 534	104,5

A magán szálláshelyek kapacitása és vendégforgalma, 2003. év

Megnevezés	Fizetővendéglátás		Falusi szállásadás		Összesen	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Működő egysége)	6090	6157	1575	1637	7665	7794
Kiadható férőhelya)	30 769	31 393	8 126	8 725	38 895	40 118
Vendégek száma összesen	95 105	90 044	37 223	36 713	132 328	126 757
Ebből: külföldi	69 541	66 572	24 148	22 323	93 689	88 895
belföldi	25 564	23 472	13 075	14 390	38 639	37 862
Vendégéjszakák száma összesen	601 078	571 871	178 717	183 298	779 795	755 169
Ebből: külföldi	447 176	421 676	126 399	123 110	573 575	544 786
belföldi	153 902	150 195	52 318	60 188	206 220	210 383

a) Július 31-én.

Győr-Moson-Sopron megye

Kereskedelmi szálláshelyeken vendég- és vendégéjszaka-száma 2003. év

Időszak	Külföldi	Belföldi	Összes	Külföldi	Belföldi	Összes
	vendég			vendégéjszaka		
2002 az előző év azonos időszaká- nak %-ában:						
I. negyedév	101,8	93,7	96,6	104,2	72,7	81,0
I. félév	100,9	88,0	93,0	103,6	78,8	86,5
I-III. negyedév	101,6	92,7	96,6	98,5	88,0	91,7
év	102,0	92,0	96,2	100,2	88,1	92,3
Évközi adatgyűjtés alapján:						
2003. január	6 167	9 281	15 448	13 755	26 861	40 616
február	5 312	9 915	15 227	11 896	26 499	38 395
március	6 980	11 163	18 143	16 370	29 901	46 271
I. negyedév	18 459	30 359	48 818	42 021	83 261	125 282
április	10 474	14 631	25 105	21 920	39 060	60 980
május	14 003	22 405	36 408	28 537	53 265	81 802
június	14 067	16 827	30 894	28 300	50 547	78 847
I. félév	57 003	84 222	141 225	120 778	226 133	346 911
július	17 548	20 273	37 821	35 817	66 711	102 528
augusztus	21 022	22 043	43 065	40 225	72 413	112 638
szeptember	16 171	22 116	38 287	32 035	55 731	87 766
I-III. negyedév	111 744	148 654	260 398	228 855	420 988	649 843
október	10 026	19 495	29 521	19 804	52 742	72 546
november	7 717	12 247	19 964	16 540	31 866	48 406
december	6 539	13 740	20 279	13 349	37 048	50 397
év	136 026	194 136	330 162	278 548	542 644	821 192
Idény szerint:						
előidény	28 070	39 232	67 302	56 837	103 812	160 642

főidény	38 570	42 316	80 886	76 042	139 124	215 166
utóidény	26 197	41 611	67 808	51 839	108 473	160 312
A 2003. év az előző év %-ában	87,2	101,3	95,0	93,2	107,4	102,1

A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma szállástípusok szerint, 2003. év

Megnevezés	Külföldi	Belföldi	Összesen	Külföldi	Belföldi	Összesen
				előző év azonos időszaka =100		
	Szálloda					
Vendégek száma	99 957	109 265	209 222	88,4	90,8	87,7
Vendégéjszakák száma	196 840	317 311	514 151	93,7	94,8	94,4
Átlagos tartózkodási idő, éjszaka	2,0	2,9	2,5	106,0	104,4	107,6
	Egyéb kereskedelmi szálláshely					
Vendégek száma	36 069	84 871	120 940	84,1	118,9	105,8
Vendégéjszakák száma	81 708	225 333	307 041	92	131,9	118,3
Átlagos tartózkodási idő, éjszaka	2,3	2,7	2,5	109,4	110,9	111,8

A külföldi vendégforgalom országok szerint, 2003. év

Ország	Vendég		Vendégéjszaka		Átlagos
	száma	előző év azonos időszaka = 100	száma	előző év azonos időszak = 100	tartózkodási idő, éjszaka
Külföldi vendégek összesen	136 026	87,2	278 548	93,2	2,0
Ebből: Európai Unió országai együtt	102 641	88,5	209 403	94	2,0
Ausztria	26 020	85,5	52 102	91,1	2,0
Belgium	2 515	72,8	4 763	87,1	1,9
Franciaország	2 916	74,4	4 722	76,4	1,6
Hollandia	6 708	91,8	11 680	90,9	1,7
Nagy-Britannia	2 542	110,2	6 115	127,7	2,4
Németország	49 762	89,4	105 974	96,6	2,1
Olaszország	6 792	100,8	11 765	92,3	1,7
Csehország	1 847	85,4	3 522	81,7	1,9
Horvátország	416	66,7	692	70,3	1,7
Lengyelország	1 433	85,2	2 543	69,1	1,8
Oroszország	765	66,5	1 723	40,4	2,3
Románia	6 582	68,9	10 941	80,8	1,7
Szerbia és Montenegró	1 732	47,6	2 154	47,7	1,2
Szlovákia	1 965	102,6	4 662	129,1	2,4
Szlovénia	321	43,7	695	54,8	2,2
Ukrajna	3 219	136,4	6 365	170,6	2,0
Amerikai Egyesült Államok	1 627	89,2	3 189	86,7	2,0
Izrael	154	30,7	298	28,1	1,9
Kanada	411	99,8	854	108,5	2,1

A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása, 2003. július 31.

Megnevezés	2001	2002	A 2002. év az előző év %-ában
Működő egység			
Szálloda	55	59	107,3
Egyéb ker. szálláshely	141	154	109,2
Ebből: panzió	98	107	109,2
turistaszállás	12	12	100,0
ifjúsági szálló	2	3	150,0
üdülőház	12	14	116,7
ÖSSZESEN	196	213	108,7
Kiadható szoba			
Szálloda	2 242	2 542	113,4
Egyéb ker. szálláshely	1 647	1 801	109,4
Ebből: panzió	901	984	109,2
turistaszállás	407	450	110,6
ifjúsági szálló	37	54	145,9
üdülőház	302	313	103,6
ÖSSZESEN	3 889	4 343	111,7
Kiadható férőhely			
Szálloda	5 242	5 793	110,5
Egyéb ker. szálláshely	8 686	9 350	107,6
Ebből: panzió	2 327	2 600	111,7
turistaszállás	1 949	1 839	94,4
ifjúsági szálló	217	443	204,1
üdülőház	963	998	103,6
ÖSSZESEN	13 928	15 143	108,7

A magánszálláshelyek kapacitása és vendégforgalma

Megnevezés	Fizetővendéglátás		Falusi szállásadás		Összesen	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Működő egysége)	243	250	304	315	547	565
Kiadható férőhelya)	1 207	1 258	1 578	1 657	2 785	2 915
Vendégek száma összesen	14 744	11 181	7 158	6 415	21 902	17 596
Ebből: külföldi	4 937	4 606	3 768	2 837	8 705	7 443
belföldi	9 807	6 575	3 390	3 578	13 197	10 153
Vendégéjszakák száma összesen	64 641	40 310	24 226	22 814	88 867	63 124
Ebből: külföldi	10 277	10 782	11 858	9 122	22 135	19 904
belföldi	54 364	29 528	12 368	13 692	66 732	43 220

a) Július 31-én.

Vas megye**Kereskedelmi szálláshelyeken vendég- és vendégéjszaka-száma 2003. év**

Időszak	Külföldi	Belföldi	Összes	Külföldi	Belföldi	Összes
	vendég			vendégéjszaka		
2002 az előző év azonos időszakának %-ában:						
I. negyedév	112	117,9	115,7	111,3	93,5	103,1
I. félév	111,1	109,3	110,0	103,7	95,0	100,5
I-III. negyedév	105,5	105,5	105,5	100,3	93,9	97,8
év	106,9	106,3	106,5	101,5	96,4	99,5
Évközi adatgyűjtés alapján:						
2003. január	3 592	6 948	10 540	17 645	18 037	35 682
február	4 445	6 958	11 403	21 924	14 914	36 838
március	6 198	8 507	14 705	32 791	19 510	52 301
I. negyedév	14 235	22 413	36 648	72 360	52 461	124 821
április	8 697	10 482	19 179	49 559	21 291	70 850
május	10 770	15 218	25 988	63 107	27 864	90 971
június	9 226	14 573	23 799	57 474	30 794	88 268
I. félév	42 928	62 686	105 614	242 500	132 410	374 910
július	9 668	15 145	24 813	53 180	47 567	100 747
augusztus	12 130	18 528	30 658	58 679	55 835	114 514
szeptember	10 683	11 513	22 196	67 537	24 907	92 444
I-III. negyedév	75 409	107 872	183 281	421 896	260 719	682 615
október	8 848	12 350	21 198	50 310	26 674	76 984
november	6 489	9 283	15 772	27 073	22 383	49 456
december	4 008	8 964	12 972	15 379	20 296	35 675
év	94 754	138 469	233 223	514 658	330 072	844 730
Idény szerint:						
előidény	19 996	29 791	49 787	120 581	58 658	179 239
főidény	21 798	33 673	55 471	111 859	103 402	215 261
utóidény	19 531	23 863	43 394	117 847	51 581	169 428
A 2003. év az előző év %-ában	100	106,3	103,7	98,6	106,1	101,4

A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma szállástípusok szerint, 2003. év

Megnevezés	Külföldi	Belföldi	Összesen	Külföldi	Belföldi	Összesen
				előző év azonos időszaka =100		
	Szálloda					
Vendégek száma	55 896	58 627	114 523	101	114,1	107,3
Vendégéjszakák száma	297 622	145 499	443 121	98,7	109,1	101,9
Átlagos tartózkodási idő, éjszaka	5,3	2,5	3,9	97,7	95,6	95,0
	Egyéb kereskedelmi szálláshely					
Vendégek száma	38 858	79 842	118 700	98,5	101,3	100,4
Vendégéjszakák száma	217 036	184 573	401 609	98,4	103,9	100,8
Átlagos tartózkodási idő, éjszaka	5,6	2,3	3,4	99,9	102,6	100,4

A külföldi vendégforgalom országok szerint, 2003. év

	Vendég		Vendégejszaka		Átlagos tartózkodási idő, éjszaka
	száma	előző év azonos idő- szaka = 100	száma	előző év azonos időszaka = 100	
Külföldi vendégek összesen	94 754	100	514 658	98,6	5,4
Ebből: Európai Unió országai együtt	79 153	99,2	443 002	97,7	5,6
Ausztria	31 185	99,6	121 933	96,2	3,9
Belgium	517	107,5	2 650	112,7	5,1
Franciaország	820	75,3	1 888	68	2,3
Hollandia	1 892	95,7	8 404	90,1	4,4
Nagy-Britannia	1 282	129,8	3 172	120	2,5
Németország	37 839	98,6	292 879	99	7,7
Olaszország	4 240	101,3	7 414	83,8	1,7
Csehország	4 448	112,4	19 702	108,3	4,4
Horvátország	333	77,1	806	63,1	2,4
Lengyelország	974	81	2 731	81	2,8
Oroszország	169	104,3	504	150,4	3
Románia	1 472	87,2	4 587	80	3,1
Szerbia és Montenegró	424	71,6	920	63,3	2,2
Szlovákia	1 120	112,9	2 636	100	2,4
Szlovénia	605	93,1	1 152	78	1,9
Ukrajna	332	110,7	572	85	1,7
Amerikai Egyesült Államok	700	98,9	2 434	124,1	3,5
Izrael	72	41,6	171	26,1	2,4
Kanada	106	73,6	536	72,1	5,1

A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása, 2003. július 31.

Megnevezés	2001	2002	A 2002. év az előző év %-ában
Működő egység			
Szálloda	22	29	131,8
Egyéb ker. szálláshely	128	139	108,6
Ebből: panzió	86	87	101,2
turistaszállás	9	14	155,6
ifjúsági szálló	1	0	0,0
üdülőház	13	17	130,8
ÖSSZESEN	150	168	112,0
Kiadható szoba			
Szálloda	1 245	1 403	112,7
Egyéb ker. szálláshely	1 770	1 546	87,3
Ebből: panzió	1249	964	77,2
turistaszállás	323	337	104,3
ifjúsági szálló	26	0	0,0
üdülőház	172	245	142,4
ÖSSZESEN	3 015	2 949	97,8
Kiadható férőhely			
Szálloda	2 890	3 126	108,2
Egyéb ker. szálláshely	9 348	9 285	99,3
Ebből: panzió	3 291	2 703	82,1

turistaszállás	1 743	1 783	102,3
ifjúsági szálló	138	0	0,0
üdülőház	518	698	134,7
ÖSSZESEN	12 238	12 411	101,4

A magánszálláshelyek kapacitása és vendégforgalma

Megnevezés	Fizetővendéglátás		Falusi szállásadás		Összesen	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Működő egysége)	307	302	804	824	1111	1126
Kiadható férőhelya)	1 452	1 402	4 169	4 517	5 621	5 919
Vendégek száma összesen	13 934	11 993	24 697	24 153	38 631	36 146
Ebből: külföldi	9 168	7 709	17 561	16 686	26 729	24 395
belföldi	4 766	4 284	7 136	7 467	11 902	11 751
Vendégéjszakák száma összesen	100 579	99 889	125 013	126 857	225 592	226 746
Ebből: külföldi	63 978	59 556	96 281	95 138	160 259	154 694
belföldi	36 601	40 333	28 732	31 719	65 333	72 052

a) Július 31-én.

Zala megye

Kereskedelmi szálláshelyeken vendég- és vendégéjszaka-száma 2003. év

Időszak	Külföldi	Belföldi	Összes	Külföldi	Belföldi	Összes
	vendég			vendégéjszaka		
2002 az előző év azonos időszaká-nak %-ában:						
I. negyedév	140,6	110,7	121,8	126,7	107,3	118,5
I. félév	119,3	110,2	114,5	114,3	106,8	111,9
I-III. negyedév	113,6	112,6	113,1	106,5	108,1	107
év	112,7	111,9	112,3	105,6	106,3	105,9
Évközi adatgyűjtés alapján:						
2003. január	9 468	13 675	23 143	40 520	37 534	78 054
február	10 725	13 533	24 258	49 132	34 401	83 533
március	14 830	15 222	30 052	78 987	40 406	119 393
I. negyedév	35 023	42 430	77 453	168 639	112 341	280 980
április	14 160	16 445	30 605	97 495	42 755	140 250
május	15 888	17 068	32 956	113 818	41 909	155 727
június	19 338	20 977	40 315	132 658	60 941	193 599
I. félév	84 409	96 920	181 329	512 610	257 946	770 556
július	17 959	25 033	42 992	129 086	102 681	231 767
augusztus	21 683	27 221	48 904	141 663	99 362	241 025
szeptember	17 499	13 923	31 422	130 335	43 247	173 582
I-III. negyedév	141 550	163 097	304 647	913 694	503 236	1 416 930
október	13 956	16 946	30 902	96 412	49 450	145 862
november	11 400	16 209	27 609	66 454	41 880	108 334
december	7 696	18 484	26 180	33 357	49 725	83 082
év	174 602	214 736	389 338	1 109 917	644 291	1 754 208
Idény szerint:						
előidény	35 226	38 045	73 271	246 476	102 850	349 326
főidény	39 642	52 254	91 896	270 749	202 043	472 792

utóidény	31 455	30 869	62 324	226 747	92 697	319 444
A 2003. év az előző év %-ában	92,1	109,9	101,2	90,8	108,7	96,7

A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma szállástípusok szerint, 2003. év

Megnevezés	Külföldi	Belföldi	Összesen	Külföldi	Belföldi	Összesen
				előző év azonos időszaka =100		
	Szálloda					
Vendégek száma	138 845	170 246	309 091	97,1	115	106,2
Vendégéjszakák száma	901 898	513 605	1 415 503	94,9	112,9	100,7
Átlagos tartózkodási idő, éjszaka	6,5	3,0	4,6	97,7	98,2	94,8
	Egyéb kereskedelmi szálláshely					
Vendégek száma	35 757	44 490	80 247	76,8	94	85,5
Vendégéjszakák száma	208 019	130 686	338 705	76,7	94,8	82,8
Átlagos tartózkodási idő, éjszaka	5,8	2,9	4,2	99,9	100,9	96,8

A kereskedelmi szálláshelyek kapacitása**2003. július 31.**

Megnevezés	2001	2002	A 2002. év az előző év %-ában
	Működő egység		
Szálloda	66	67	101,5
Egyéb ker. szálláshely	155	175	112,9
Ebből: panzió	75	86	114,7
turistaszállás	28	28	100,0
ifjúsági szálló	2	3	150,0
üdülőház	26	30	115,4
ÖSSZESEN	221	242	109,5
	Kiadható szoba		
Szálloda	4 332	4 236	97,8
Egyéb ker. szálláshely	1 763	2 084	118,2
Ebből: panzió	711	835	117,4
turistaszállás	596	720	120,8
ifjúsági szálló	22	46	209,1
üdülőház	434	483	111,3
ÖSSZESEN	6 095	6 320	103,7
	Kiadható férőhely		
Szálloda	10 354	9 788	94,5
Egyéb ker. szálláshely	13 762	15 192	110,4
Ebből: panzió	1 806	2 050	113,5
turistaszállás	2 265	2 683	118,5
ifjúsági szálló	116	195	168,1
üdülőház	1232	1338	108,6
ÖSSZESEN	24 116	24 980	103,6

A magán szálláshelyek kapacitása és vendégforgalma Zala megyében

Megnevezés	Fizetővendéglátás		Falusi szállásadás		Összesen	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Működő egysége)	5540	5605	467	498	6007	6103
Kiadható férőhelye)	28 110	28 733	2 379	2 551	30 489	31 284
Vendégek száma összesen	66 427	66 870	5 368	6 145	71 795	73 015
Ebből: külföldi	55 436	54 257	2 819	2 800	58 255	57 057
belföldi	10 991	12 613	2 549	3 345	13 540	15 958
Vendégéjszakák száma összesen	435 858	431 672	29 478	33 627	465 336	465 299
Ebből: külföldi	372 921	351 338	18 260	18 850	391 181	370 188
belföldi	62 937	80 334	11 218	14 777	74 155	95 111

a) Július 31-én.