



A Balaton turizmusa számokban

Sulyok Judit
Pannon Egyetem

Balatonfüred, 2016. január 20.

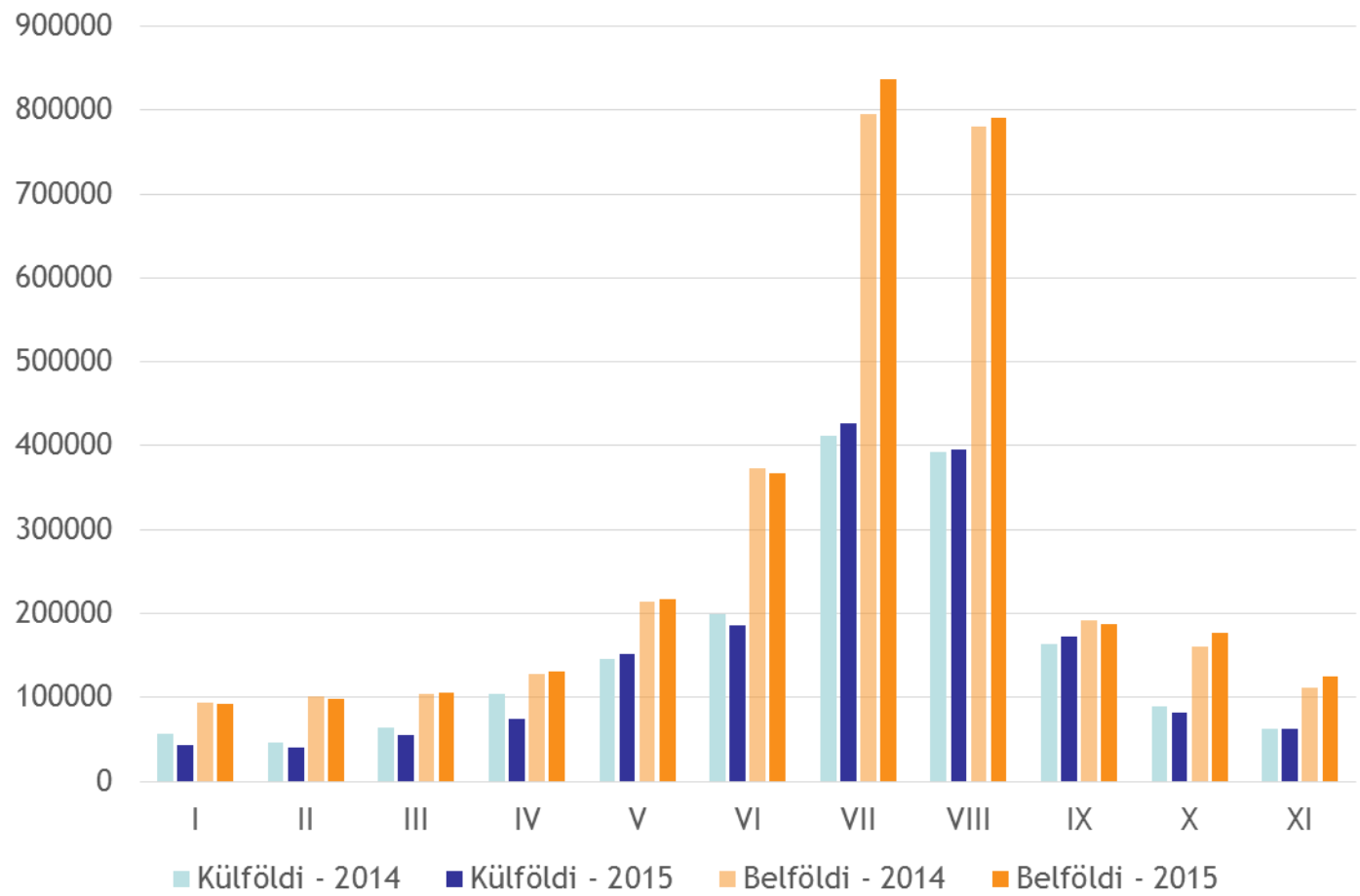




4,8 millió vendégéjszaka 2015. január-novemberben

- 1,5 millió vendég (+3,9%) 4,8 millió vendégéjszakát (+0,6%) töltött el a kereskedelmi szálláshelyeken.
- A vendégéjszakák 64,9%-a a belföldi vendégektől származott.
- A bruttó szállásdíj-bevétel 14,4%-kal emelkedett.
- A szobakapacitás-kihasználtság április-november között rendre magasabb volt az előző évinél.
- A szállodákban a külföldi vendégéjszakák száma 8,1%-kal esett vissza.

A növekedés motorja a belföldi turizmus





Átstrukturálódás 2003 és 2014 között

Vendég- éjszakák száma	2003	2007	2014	2014/2007	2014/2003
Kereskedelmi szálláshelyek					
Belföldi	1 832 031	2 568 001	3 180 245	+23,8%	+73,6%
Külföldi	2 883 593	2 021 108	1 768 649	-12,5%	-38,7%
Összesen	4 715 624	4 589 109	4 948 894	+7,8%	+4,9%
Szállodák					
Belföldi	1 139 733	1 821 103	2 172 755	+19,3%	+90,6%
Külföldi	1 705 456	1 311 123	1 201 760	-8,3%	-29,5%
Összesen	2 845 189	3 132 226	3 374 515	+7,7%	+18,6%

Szezonális a Balaton régióban

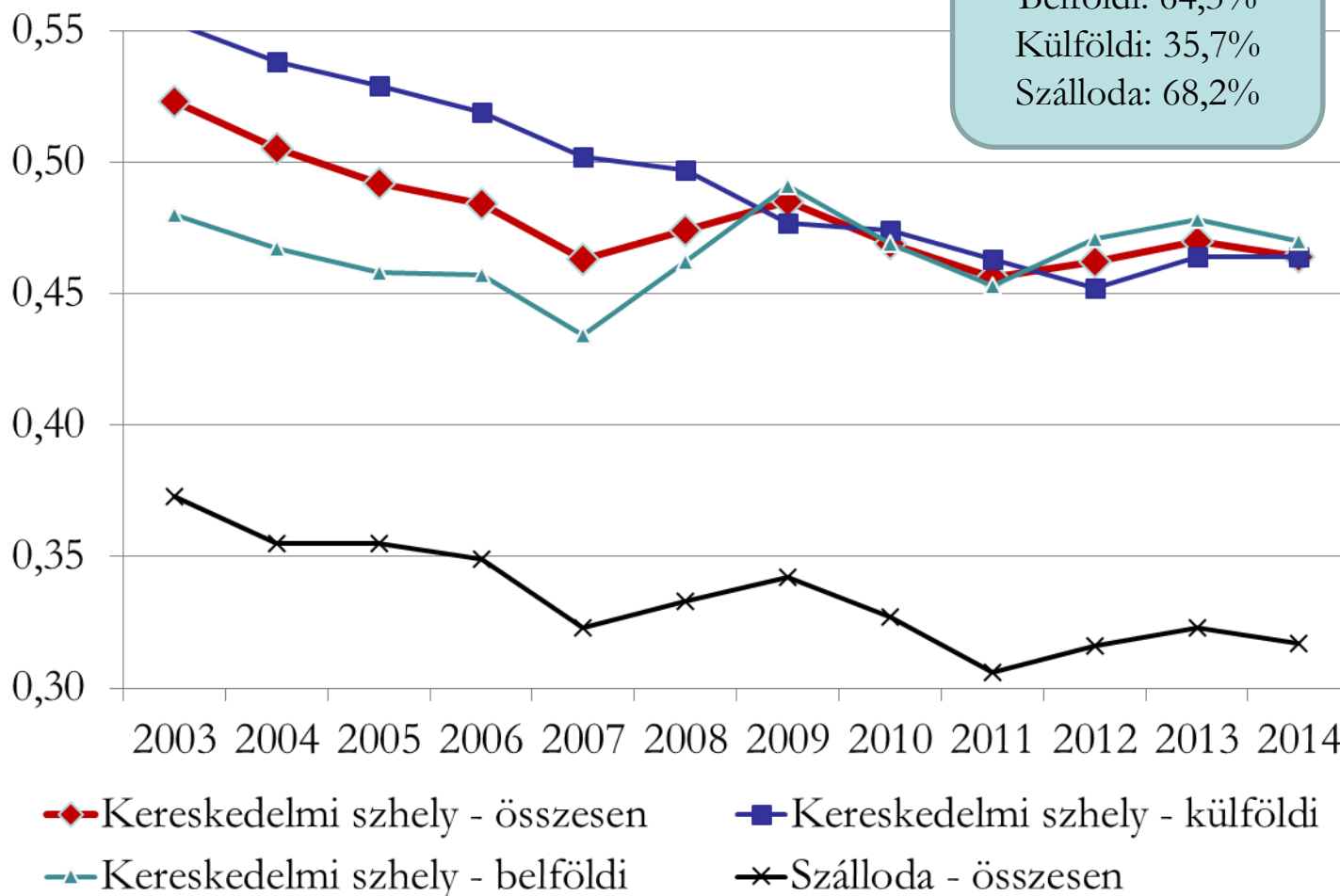
Gini index I.

Megoszlás 2014

Belföldi: 64,3%

Külföldi: 35,7%

Szálloda: 68,2%





2015. május-augusztus között a vártnál jobban alakult a vendégforgalom

Pozitív tényezők

- Kedvező időjárás
- Programkínálat
- Minőségi fejlesztés
- SZÉP-kártya
- Marketing
- Vízhminőség, vízszint
- Kedvező árak, belföldi turizmus, marketing, média, kerékpárutak, bor és gasztronómia

Negatív tényezők

- Külföldi marketing hiányosságai
- Közlekedés
- Fizetőképes kereslet csökkenése
- Forráshiány
- Munkaerőhiány
- Negatív médiahírek



A 2015. szeptember-december közötti időszakra visszafogottabbak a várakozások

Pozitív tényezők

- Programkínálat / Nyitott Balaton
- Kedvező időjárás
- Hosszú hétvégék, iskolai szünetek
- Marketing, kerékpáros turizmus, árak, konferenciaturizmus, SZÉP-kártya, reálbérek növekedése, média

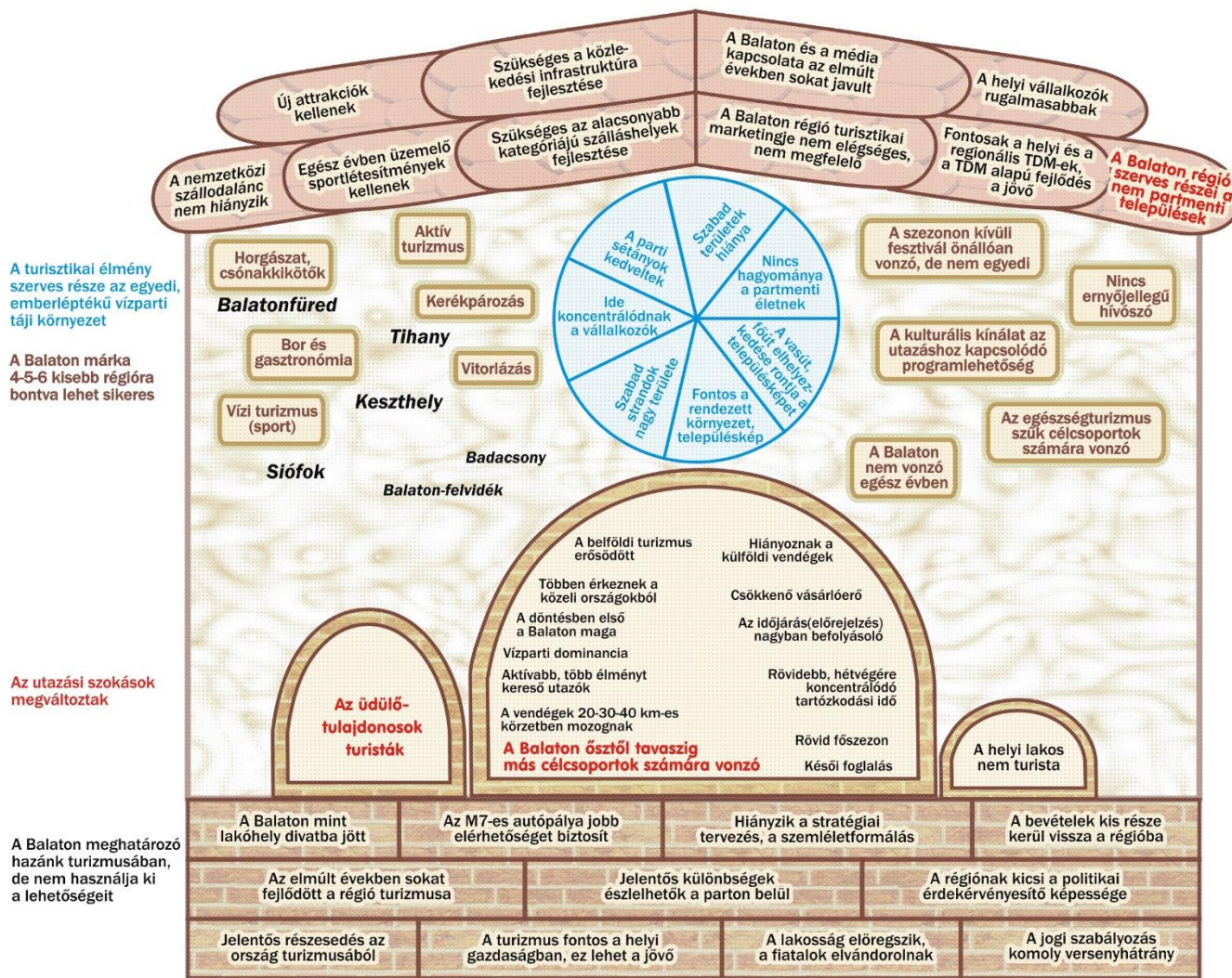
Negatív tényezők

- Kedvezőtlen időjárás
- Kevesebb szolgáltatás, bezárt üzletek
- Migránshelyzet
- Külföldi marketing hiányosságai, forráshiány



JÖVŐKÉP

Az "emberibb" balatoni turizmus egyre több élményt nyújt a vendégeknek. A Balaton márka mögött felsorakozóturisztikai kínálat, a helyi lakosság és a turisztikai szolgáltatók együttműködése eredményeképpen a régió megőrzi versenyképességét.



A turisztikai élmény szerves része az egyedi, emberléptékű vízparti táji környezet

A Balaton márka 4-5-6 kisebb régióra bontva lehet sikeres

Az utazási szokások megváltoztak

A Balaton meghatározó hazánk turizmusában, de nem használja ki a lehetőségeit

Szerkesztette: Sulyok Judit
Kartográfia: Kaiser Miklósné
Forrás: Saját kutatás



Köszönöm a megtisztelő figyelmet!

www.gtk.uni-pannon.hu/batuki

