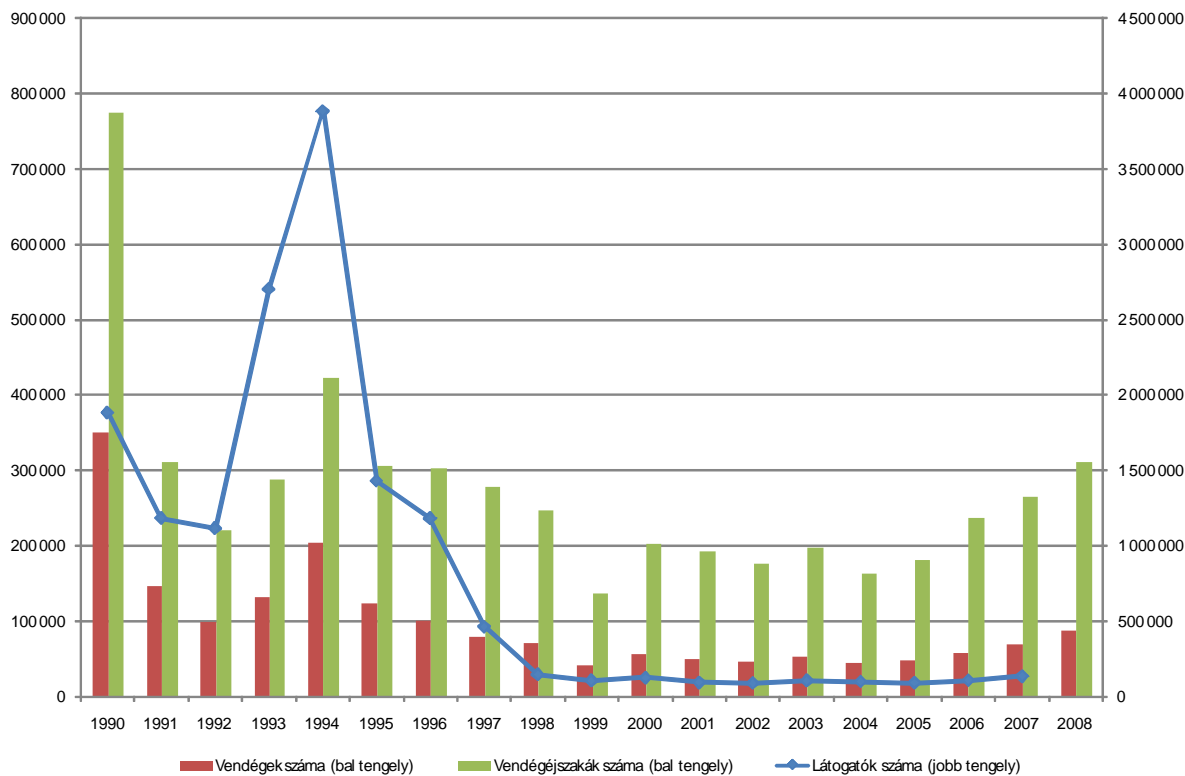


Az Észak-Alföld régió küldőpiacai – Oroszország

A kelet-magyarországi desztinációk az orosz utazók körében kiemelkedően népszerűek, amiben a földrajzi közelség mellett az egészségturisztikai szolgáltatások népszerűsége is fontos szerepet játszik. A kereskedelmi szálláshelyi vendégéjszakák száma alapján az **Észak-Alföld régióban Oroszország a tizenegyedik legfontosabb küldőpiac** (Franciaországot követően és Nagy-Britanniát megelőzve), ami 2008-ban több mint 9 ezer orosz vendégéjszakát jelentett a régió számára.

2008-ban a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken **89 ezer vendéget és 312 ezer vendégéjszakát** regisztráltak Oroszországból. Az orosz beutazó forgalom az elmúlt években, **2004 óta folyamatosan dinamikusan bővült**. A látogatók száma 2006-2007-ben 100 ezer felett volt. Az orosz vendégek a kereskedelmi szálláshelyek közül leginkább a szállodákat kedvelik, **100-ból 93 éjszakát a hotelekben** regisztrálnak. Az orosz utazók körében **Észak-Alföld** – a Budapest-Közép-Dunavidéket és a Balaton követően – a **harmadik legnépszerűbb úti cél**, 2008-ban az orosz vendégéjszakák mintegy 3,0%-a realizálódott ebben a régióban.

Az orosz vendégforgalom alakulása Magyarországon



Forrás: KSH (a 2008. évi adatok előzetes adatok)

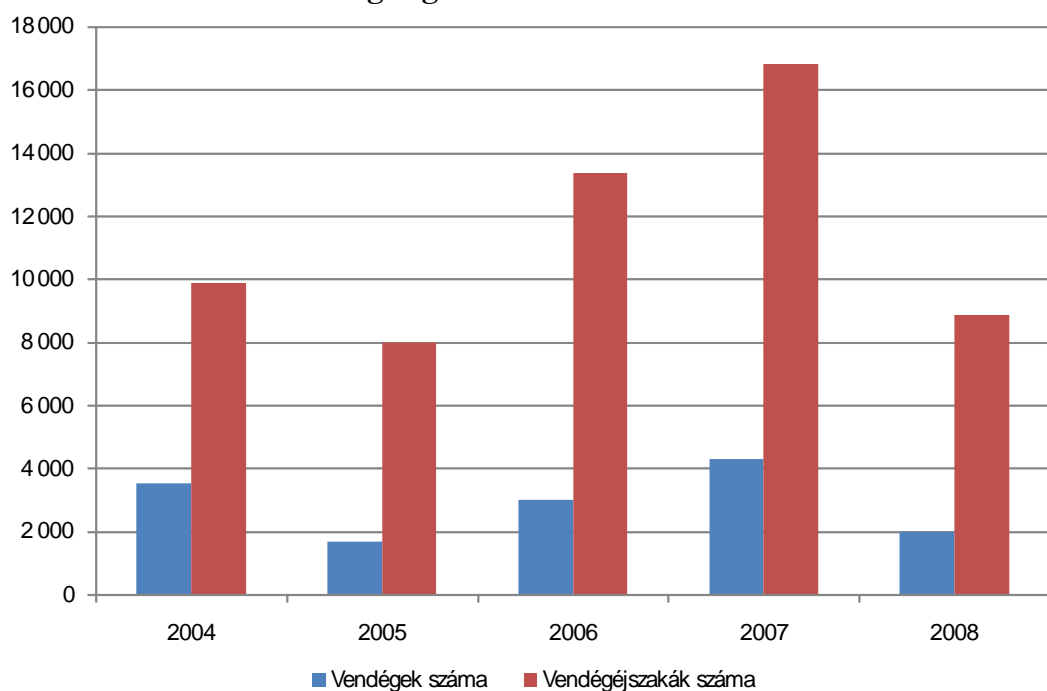
Az orosz vendégforgalom alakulása az Észak-Alföldön

	Vendégek száma		Vendégéjszakák száma		Átlagos tartózkodási idő	
	fő	változás az előző évhez	éjszaka	változás az előző évhez	éjszaka	változás az előző évhez
2004	3 557	-61,7%	9 911	-64,2%	2,8	-6,5%
2005	1 708	-52,0%	8 026	-19,0%	4,7	+68,6%
2006	3 051	+78,6%	13 384	+66,8%	4,4	-6,6%
2007	4 342	+42,3%	16 846	+25,9%	3,9	-11,6%
2008	2 031	-53,2%	8 903	-47,2%	4,4	+13,0%

Forrás: KSH

Az **Észak-Alföld régió kereskedelmi szálláshelyein 2008-ban 2031 orosz vendég 8903 vendégéjszakát** töltött el. Ez 53,2%-os, illetve 47,2%-os visszaesés az előző évhez képest (országosan az orosz vendégek száma 25,3%-kal, a vendégéjszakák száma 17,0%-kal bővült 2008-ban). 2008-ban az **átlagos tartózkodási idő 4,4 éjszakát** tett ki, ami meghaladja a külföldiek átlagos tartózkodási idejétől (3,7 éjszaka) a régióban. Az átlagos tartózkodási idő 2003 és 2008 között jelentősen emelkedett.

Az orosz vendégforgalom alakulása az Észak-Alföldön



Forrás: KSH (a 2008. évi adatok előzetes adatok)

2009. január-áprilisban az észak-alföldi régió kereskedelmi szálláshelyein 302 orosz vendég 956 vendégéjszakát töltött el. A vendégek száma 29,6%-kal maradt el az előző év azonos időszakában mérttől, a vendégéjszakák száma azonban 6,2%-kal bővült.

További információ:

Magyar Turizmus Zrt., Piac- és Termékmenedzsment Iroda
1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

telefon: 06-1/488 8710, fax: 06-1/488 8711, e-mail: kutatas@itthon.hu

honlap: www.itthon.hu > Szakmai oldalak > Piaci iránytű

OROSZORSZÁG TURIZMUSÁT VIZSGÁLÓ KUTATÁS KÉSZÜLT AZ ETC ÉS A UNWTO EGYÜTTMŰKÖDÉSÉBEN

Az Oroszország turizmusát vizsgáló kutatás a 39 európai ország nemzeti turisztikai hivatalait tömörítő Európai Turisztikai Bizottság (European Travel Commission, ETC) és a Turisztikai Világszervezet (World Tourism Organization, UNWTO) együttműködésében készült el. A kutatás előkészítésében és lebonyolításában, valamint a tanulmány elkészítésében az ETC kutatói csoportjának tagjaként aktív részt vállalt a Magyar Turizmus Zrt. is.

Oroszország az egyik legdinamikusabban bővülő, Magyarország turizmusában is fontos szerepet játszó küldőpiac. Az orosz kiutazó turizmust vizsgáló tanulmány – a rendelkezésre álló adatok feldolgozása mellett – a turisztikai szakma képviselővel folytatott interjúk, valamint a potenciális (a következő három évben európai utazást tervező) utazóközönség körében végzett megkérdezések eredményeire épül, és kiemelten fókuszál Európára mint desztinációra.

OROSZORSZÁG

- A turisztikai költés alapján a világ 9. legnagyobb küldőpiaca
- Az utazáshoz kapcsolódó vásárlások tekintetében – Japán és az USA után – a harmadik legfontosabb piac
- 13 egymillió fő feletti lakossal rendelkező város található az országban
- A statisztika szerint több mint 16 millió orosz él külföldön
- 2001 és 2006 között a szabadidős célú utazások/üdülések száma évente 13,2%-kal bővült
- A legnépszerűbb desztinációk Ukrajna, Kína, Finnország, Törökország, Észtország, Lengyelország és Litvánia
- A külföldi utazások során komoly korlátozó tényezőt jelent a vízumkötelezettség
- A külföldi utazások 56%-a szabadidős céllal, további 19%-a rokonlátogatási és 25%-a üzleti céllal történik
- A lakosságnak mindössze 15%-a járt már külföldön
- A fő információforrások az internet, a „szájhagyomány” és az utazási irodák
- Moszkvában több mint 4200 utazási iroda működik

A most megjelent tanulmány felvázolja az orosz turizmus történelmi hátterét, a turizmus társadalmi-gazdasági-politikai környezetét, bemutatja az orosz fogyasztókat, ismerteti az orosz kiutazások legfontosabb trendjeit, valamint Európa jelentőségét az orosz kiutazásokban, betekintést nyújt az orosz légi közlekedés helyzetébe, támpontot ad az orosz utazási piacra történő belépéshez, és megbecsüli az Európába irányuló orosz turizmus várható alakulását.

Oroszország 142 millió fős lakosságának mindössze körülbelül 15%-a utazott már valaha külföldre, ám a kereslet gyorsan nő. A külföldi utazás szabaddá válása mellett a kereslet növekedésének motorja a gazdag olajkészletnek köszönhető gazdasági prosperitás és növekvő jövedelmek, továbbá az erős rubel. 2000 és 2007 között évente átlagosan 6,6%-kal nőtt az orosz GDP, és miközben Oroszországot sem hagyja érintetlenül a 2008/2009-es gazdasági válság, az orosz gazdasági növekedés rövid és középtávon jóval meghaladja majd a világ átlagát. Az infláció (ami 2007-ben 9%-os volt) és a munkanélküliség (ami 6,5%-ot tett ki ugyanekkor) csökkent 2000 óta, habár a 2008. évi infláció értéke várhatóan 10,5% fölött lesz. Miközben az ország különböző

régióiban lakók, illetve a különböző korosztályok között eltérőek a jövedelmi szintek, a „szürkegazdaságnak” a vásárlóerőre gyakorolt hatását sem szabad alábecsülni.

Mi jellemzi tehát a tipikus orosz turistát? Először is, a UNWTO adatai szerint Oroszország a kilencedik legnagyobb küldőpiac a világon a turisztikai kiadások tekintetében: az orosz utazók 2007-ben 34,3 millió külföldi utazást tettek, és 22,3 milliárd dollárt költöttek el külföldön. Miközben 2000 és 2007 között évente 9,4%-kal nőtt az utazások száma, a költség évi 14,0%-kal emelkedett.

Az orosz piac meglehetősen heterogén, és a különböző szegmenseket eltérő utazási szokások jellemzik. Érdekeség, hogy az orosz internethasználók számát 2007-ben 59 millióra becsülték, ami a lakosság 43%-ának felel meg – ezzel Oroszország a második helyen áll Európában.

2007-ben a 34,2 millió kiutazásból mindössze 9,4 millió volt szabadidős utazás. Az üzleti utazások Oroszországban az európai küldőpiacok átlagánál nagyobb részarányt képviselnek. A szabadidős célú utazásokat a késői foglalás jellemzi: 75%-ukat az indulást megelőző két hétben foglalják le.

A FÁK országain kívül a legkedveltebb desztinációk: Kína, Finnország, Törökország, Egyiptom, Észtország, Litvánia, Németország, Lengyelország, Olaszország és Spanyolország. A vendégéjszakák számát tekintve a legnépszerűbb *európai* úti célok: Törökország, az Egyesült Királyság, Olaszország, Spanyolország, Németország és Ciprus. (Néhány ország, például Franciaország, nem közölt az összehasonlítást lehetővé tévő adatokat.) Európa egyre inkább szembesül a távoli desztinációk, Délkelet-Ázsia és Észak-Afrika versenyével.

Az orosz légi közlekedés látványos fejlődésen ment keresztül az elmúlt évtizedben, és Moszkva, illetve Szentpétervár mellett egyre több regionális repülőtér kerül közvetlen összeköttetésbe az európai légi kikötőkkel. A légitársaságok száma is folyamatosan növekszik, 2007-ben már több mint ötven légitársaság indított menetrendszerinti járatokat.

Az Oroszországban képviselést fenntartó turisztikai hivatalok száma gyorsan nő, akárcsak a piacon megjelenő szállodáké és szállodaláncoké. Ám helyszíni képviselést létrehozni és fenntartani igen költséges (magasak a munkabérré rakódó járulékok és adók), és nem mellékesek a nyelvi-kulturális akadályok sem. A helyi kiállítások és vásárok jó alkalmat kínálnak a kapcsolatépítésre, de nehéz a számos rendezvény közül a leghatékonyabbakat kiválasztani. A hirdetés szintén költséges, ám eredményes módszer.

Néhány érdekesség az utazásszervezőkkel, utazási irodákkal készült interjúkból: Európa legnagyobb vonzerejét a kulturális örökség jelenti. A turisták legfontosabb információ forrásai a nyomtatott kiadványok és az kültéri hirdetések, továbbá a televízió és a rádió. Az internetet nem említették a megkérdezettek. Nagyon népszerűek a speciális érdeklődést kielégítő szervezett utak, például a bolhapiacok, aukciók felkeresése, a bor- és sajtótúrák, a filmek köré szerveződő utazások stb., a legnagyobb azonban a tengerparti utazás iránti kereslet. A wellness, az üzleti utazások, az incentive utazások esetében ugyanakkor még jelentős potenciálok, fejlődési lehetőségek vannak.

Az orosz fogyasztók számára a legfontosabb szempontok az úti célról való döntés során: a helyszín újdonsága, a jó hangulat, a szállás minősége, a tanulás lehetősége és a szabadság érzete. Utazásuk tervezése során kifejezetten érdeklődnek a praktikus információk (például nyitvatartási idők, árak, lehetséges kirándulások stb.) iránt.

*A tanulmány a **European Travel Commission** www.etc-corporate.org címen elérhető honlapján keresztül vásárolható meg, ára 75 euró. A tanulmány magyar nyelvű összefoglalói a Magyar Turizmus Zrt. által kiadott **Turizmus Bulletin** című szakmai folyóiratban fog megjelenni.*