



Területi Statisztika

Közzététel: 2021. március 11.

A tanulmány címe:

Magyarország láthatatlan nemzetközi turizmusának alakulása 2010 és 2019 között

Szerző:

Tömöri Mibály

<https://doi.org/10.15196/TS610203>

Az alábbi feltételek érvényesek minden, a Központi Statisztikai Hivatal (a továbbiakban: KSH) Területi Statisztika c. folyóiratában (a továbbiakban: Folyóirat) megjelenő tanulmányra. Felhasználó a tanulmány, vagy annak részei felhasználásával egyidejűleg tudomásul veszi a jelen dokumentumban foglalt felhasználási feltételeket, és azokat magára nézve kötelezőnek fogadja el. Tudomásul veszi, hogy a jelen feltételek megszegéséből eredő valamennyi kárért felelősséggel tartozik.

- 1) A jogszabályi tartalom kivételével a tanulmányok a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (Sztj.) szerint szerzői műnek minősülnek. A szerzői jog jogosultja a KSH.
- 2) A KSH földrajzi és időbeli korlátozás nélküli, nem kizárólagos, nem átadható, térítésmentes felhasználási jogot biztosít a Felhasználó részére a tanulmány vonatkozásában.
- 3) A felhasználási jog keretében a Felhasználó jogosult a tanulmány:
 - a) oktatási és kutatási célú felhasználására (nyilvánosságra hozatalára és továbbítására a 4. pontban foglalt kivétellel) a Folyóirat és a szerző(k) feltüntetésével;
 - b) tartalmáról összefoglaló készítésére az írott és az elektronikus médiában a Folyóirat és a szerző(k) feltüntetésével;
 - c) részletének idézésére – az átvevő mű jellege és célja által indokolt terjedelemben és az eredetihez híven – a forrás, valamint az ott megjelölt szerző(k) megnevezésével.
- 4) A Felhasználó nem jogosult a tanulmány továbbértékesítésére, haszonszerzési célú felhasználására. Ez a korlátozás nem érinti a tanulmány felhasználásával előállított, de az Sztj. szerint önálló szerzői műnek minősülő mű ilyen célú felhasználását.
- 5) A tanulmány átdolgozása, újra publikálása tilos.
- 6) A 3. a)–c.) pontban foglaltak alapján a Folyóiratot és a szerző(ke)t az alábbiak szerint kell feltüntetni:

„Forrás: Területi Statisztika c. folyóirat 61. évfolyam 2. számában megjelent, Tömöri Mibály által írt, Magyarország láthatatlan nemzetközi turizmusának alakulása 2010 és 2019 között c. tanulmány”

- 7) A Folyóiratban megjelenő tanulmányok kutatói véleményeket tükröznek, amelyek nem esnek szükségképpen egybe a KSH, vagy a szerzők által képviselt intézmények hivatalos álláspontjával.

Magyarország láthatatlan nemzetközi turizmusának alakulása 2010 és 2019 között

Hungary's invisible international tourism between 2010 and 2019

Tömöri, Mihály

Nyíregyházi Egyetem, Turizmus és
Földrajztudományi Intézet
E-mail: tomori.mihaly@nye.hu

A turizmus jellemzőivel foglalkozó kutatások, publikációk száma dinamikusan növekszik, ennek ellenére a láthatatlan turizmus – azok a 24 óránál rövidebb utazások, melyek esetében az utazók turisztikai magatartása feltáratlan és/vagy nincsenek ezzel kapcsolatos adatgyűjtések – fogalma és jelenségek köre mind ez ideig nem kapott számottevő figyelmet. Bár a láthatatlan turizmus feltárása számos nehézséget rejt magában, mégis több módszertani eljárás áll a kutatók rendelkezésére. A szerző Magyarország láthatatlan nemzetközi turizmusán belül a külföldi állampolgárok Magyarországra tett egynapos, szálláshelyek igénybevétele nélkül megvalósuló utazásaira fókuszál. Ennek részeként vizsgálja a nemzetközi átutazó, valamint a határ menti kiránduló forgalmat, de nem foglalkozik a külföldiek láthatatlan többnapos utazásaival (például második otthonokba érkezők, rokonoknál, barátoknál megszállók stb.). A kutatás a Központi Statisztikai Hivatal nemzetközi utazásokra vonatkozó adatbázisára építve vizsgálja az említett kritériumoknak megfelelő utazások számát, arányát, a hozzájuk kapcsolódó költség alakulását, a legfontosabb küldő országokat és az utazások mögött meghúzódó motivációkat. Az eredmények szerint a láthatatlan turizmus döntő része az átutazókhöz és a bevásárlóturistákhoz kötődik, akik többsége Szlovákiából, Romániából, Ausztriából, Szerbiából és Ukrajnából érkezik hozzánk. Bár az egynapos utak többségben vannak Magyarország látogatóforgalmán belül, azonban gazdasági jelentőségük ehhez képest sokkal szerényebb, ezért fontos lenne célzott marketinggel és termékfejlesztéssel növelni az egynapos látogatók költségét, illetve emelni a több napra érkezők számát, arányát.

Kulcsszavak:

rejtett turizmus,
láthatatlan turizmus,
egynapos utazások,
Magyarország

The number of research projects and publications on different aspects of tourism is increasing rapidly both internationally and in Hungary, however, the concept and related phenomena of invisible tourism (trips lasting for less than 24 hours, wherein travellers' tourism activity is unknown and/or not measured or registered in databases) have not received substantial attention up until now. Although exploring invisible tourism may cause numerous difficulties for researchers, they can apply several methods (e.g. analysis of statistical databases, measurements, observations, etc.) that may help them to draw a picture of this phenomenon. The present paper discusses Hungary's invisible international tourism and focuses on foreigners' day trips (trips lasting for less than 24 hours) to Hungary that are not coupled with overnight stay at accommodation establishments. The study examines the phenomena of transit and cross-border excursions, but excludes foreigners' invisible multi-day trips (e.g. foreigners staying at their second homes, at relatives or friends). The study is based on the analysis of the database of the HCSO (Hungarian Central Statistical Office) and introduces the number and percentage of trips corresponding to the above criteria, the expenditures related to these trips, travellers' countries of origin and major travel motivations. Results show that Hungary's international invisible tourism is dominated by transit visitors and shopping tourists who primarily come from Slovakia, Romania, Austria, Serbia and Ukraine. Although day trips make up for the majority of trips by foreigners to Hungary, still their economic significance is far less prominent, that is why it would be important to increase the expenditure of day-trippers by applying targeted marketing and product development as well as to increase travellers' average length of stay.

Keywords:

hidden tourism,
invisible tourism,
day trips,
Hungary

Beküldve: 2020. augusztus 17.

Elfogadva: 2020. október 19.

Bevezetés

A turizmus az elmúlt években, illetve évtizedekben a világgazdaság egyik legdinamikusabban fejlődő ágazatává vált. Az Idegenforgalmi Világszervezet (United Nations World Tourism Organization – UNWTO) szerint (Max 2017, Gonda et al. 2018) a nemzetközi turistaérkezések száma az 1950-es 25 milliós szintről 2018-ra csaknem a hatvanszorosára, 1,4 milliárdra emelkedett¹. E kiemelkedő bővülés következtében az ágazat gazdasági súlya is jelentőssé vált (Mátyás et al. 2020). Az Utazási és Turisztikai Világtanács (World Travel & Tourism Council – WTTC) adatai alapján (WTTC 2020) az idegenforgalom 2019-ben közvetlen és közvetett módon 8900 milliárd dollárral járult hozzá a világ bruttó hazai termékéhez (gross domestic product – GDP), ami annak mintegy egytizedét jelentette. A turizmus a magyar gazdaságnak is meghatározó szektora, a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (MTÜ 2017) megállapítása szerint az ágazat a nemzeti össztermék előállítására, a foglalkoztatás, valamint a fizetési mérleg egyensúlya tekintetében egyaránt stratégiai jelentőségű. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) mérései alapján a turizmushoz köthető ágazatok hozzájárulása a nemzetgazdaság teljes kibocsátásához a 2010. évi 5,4-ről 2016-ra 6,3%-ra emelkedett. A hozzáadott érték aránya 6,8% volt, ami a tovagyrűző, ún. multiplikatorként együtt 10,7%-ot tett ki (KSH 2019).

Ugyanakkor több külföldi és hazai tanulmány (Volo–Giambalvo 2008, Michalkó–Rátz 2013, De Cantis et al. 2015, Gonda et al. 2018), valamint az említett Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia is rámutat arra, hogy az ágazat valós teljesítményének meghatározása igen nehéz feladat, többek között azért, mert napjainkban egyre több olyan mobilitási forma jelenik meg (például 24 óránál rövidebb utazások, határ menti kirándulások, szívésségi szálláshelyek igénybevétele), amelyek a hivatalos statisztikai adatgyűjtés körén kívül esnek (Michalkó–Rátz 2019), és az utazók turisztikai magatartása feltáratlan marad. E jelenségek körét a szakirodalom összefoglalóan láthatatlan turizmusnak nevezi.

A láthatatlan turizmus feltárását célzó vizsgálatok egyik legnagyobb kihívása az elemzésre alkalmas adatbázisok összeállítása, mivel a láthatatlanság alapvető jellemzője a statisztikai adatgyűjtés hiánya (Michalkó et al. 2017). Szerencsére Magyarországon bizonyos statisztikai számbavételek elemzése, értékelése alkalmas lehet arra, hogy megközelítőleg reális képet alkothassunk a láthatatlanul zajló turisztikai mobilitás nagyságrendjéről, főbb jellemzőiről. A Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont Földrajztudományi Intézetében 2012 és 2016 között megvalósult „Magyarország láthatatlan turizmusa: a nem konvencionális turisztikai mobilitás társadalmi, gazdasági és környezeti vonatkozásainak vizsgálata” című, Országos Tudományos

¹ Az UNWTO által közölt adatok részben a láthatatlan (24 óránál rövidebb utazások, melyek tekintetében az utazók turisztikai magatartása feltáratlan és/vagy nincsenek ezzel kapcsolatos adatgyűjtések) turizmushoz köthető mobilitást is magukban foglalják, mivel egyes országok, például Magyarország is méri a határon átmenő nemzetközi turistaforgalmat, ugyanakkor számos ország csak a szálláshelyek forgalma alapján szolgáltat adatokat.

Kutatási Alapprogramok (OTKA) kutatási program keretein belül a láthatatlan turizmus számos jellemzőjét feltárták, ennek ellenére e jelenség kutatása még mindig nem kap kellő figyelmet.

A tanulmány célja ezért az, hogy hozzájáruljon ahhoz a folyamathoz, amely révén kimutathatók Magyarország láthatatlan nemzetközi turizmusának különböző sajátosságai. Jelen kutatás Magyarország láthatatlan nemzetközi turizmusán belül a külföldi állampolgárok Magyarországra tett egynapos (24 óránál rövidebb tartózkodási idővel párosuló), szálláshelyek igénybevétele nélkül megvalósuló utazásaira fókuszál. Ennek részeként elemzi a nemzetközi átutazó, valamint a határ menti kiránduló forgalmat, de nem foglalkozik a külföldiek láthatatlan többnapos utazásaival (például második otthonokba érkezők, rokonoknál, barátoknál megszállók stb.). A kutatás a KSH nemzetközi utazásokra vonatkozó adatbázisának elemzésére építve vizsgálja az említett kritériumoknak megfelelő utazások számát, arányát, a hozzájuk kapcsolódó költség alakulását, a legfontosabb küldő országokat és az utazások mögött meghúzódó motivációkat.

Elméleti háttér

A turizmus egyik lényegi eleme az átmeneti környezetváltozás, amelynek során a turista elhagyja lakóhelyét, illetve annak tágabb környezetét, és a mindennapi térpályáiról letérve, felkeresi a szükségleteinek kielégítését szolgáló turisztikai fogadóterületet (Michalkó 2012; Bódis–Michalkó 2017). A turizmus hagyományos értelmezése feltételezi, hogy az utazó megszáll az általa felkeresett helyen, és a szálláshely igénybevételén túlmenően más szolgáltatásokat és/vagy árucikkeket is vásárol. Ez a megközelítés tükröződik a turizmusstatisztikákban is, amelyek különbséget tesznek az utazók, a látogatók és a turisták fogalma között (United Nations 2010, Tömöri–Michalkó 2019). Az utazók azok, akik bármilyen céllal és bármekkora időtartamot felölve végeznek helyváltoztatást (például vándorlók). A látogatók olyan utazók, akik a munkavégzést kivéve bármilyen céllal, de csak ideiglenes jelleggel (azaz egy évnél nem hosszabb időtartamra) utaznak szokásos környezetükön kívülre. Turistáknak pedig csak azok a látogatók tekinthetők, akik legalább egy éjszakát töltenek a turizmusrégióban (desztináció). Megállapítható tehát, hogy a turizmusstatisztikák az utazóknak csak azt a részét regisztrálják, akik ideiglenes jelleggel hagyják el lakóhelyüket (látogatók) és nem munkavállalási szándékkal utaznak. A statisztikák a látogatókat tovább bontják a tartózkodási idő szerint: kirándulóknak minősülnek azok a látogatók, akik 24 óránál rövidebb időt töltenek el az adott ország területén, míg turistaként veszik nyilvántartásba azokat, akik a turizmusrégióban legalább egy éjszakát eltöltenek (Gonda 2016).

Napjainkra azonban a társadalmi-gazdasági fejlődés következtében számtalan olyan jelenség, illetve mobilitási forma jelent meg, amelyek egyre inkább szétfeszítik a turizmus hagyományos, 24 órát meghaladó tartózkodást feltételező értelmezési kereteit, és felvetik a turizmusfogalom kiszélesítésének igényét, a több évtizede bevett paradigmarendszer megváltoztatásának szükségességét (Kincses et al. 2014).

A turizmusstatisztikák újragondolásának fontosságát az európai döntéshozók is felismerték, melynek köszönhetően az Európai Parlament és a Tanács 2011. július 6-án elfogadott 692/2011/EU rendeletében (Európai Parlament 2011) kimondták, hogy „...a turisztikai magatartásban tapasztalható változások, mint a rövid és az egynapos utak fokozott jelentősége, amelyek számos régióban vagy országban a turizmusból származó bevételek jelentős részét teszik ki [...] azzal jár, hogy a turisztikai statisztikákat ezekhez kell igazítani.”

A láthatatlan turizmus a nem hagyományos turisztikai mobilitási formák fontos szegmense, és mint ilyet feltétlenül a turizmus keretében szükséges tárgyalni. A turizmus láthatatlansága relatív, elsősorban a nézőpont felől értelmezhető fogalom. Míg a láthatatlan turizmus a közlekedésben (például átutazók), vagy a kiskereskedelemben (határ menti bevásárlóturizmus) egyértelműen megmutatkozik, addig a statisztikai hivatalok, vagy a turisztikai desztináció menedzsment szervezetek alig vagy egyáltalán nem szereznek tudomást erről az aktivitásról, és a turisztikai szolgáltatók (például szálloda- és vendéglátóipar) sem profitálnak a jelenségből (Michalkó 2017).

A láthatatlan turizmus vizsgálata a rendelkezésre álló adatbázisok hiánya, vagy hiányosságai miatt nem könnyű feladat. Ugyanakkor a jelenségek körének kutatása, nagyságrendjének feltárása nemcsak elméleti, módszertani, hanem nemzetgazdasági szempontból is fontos, hiszen csak a valós adatok ismeretében lehet hatékony desztinációmenedzsmentet, illetve turizmuspolitikát megvalósítani. Ráadásul, amennyiben sikerülne a láthatatlan turisták keresletét a hagyományos turisztikai szolgáltatások iránt felkelteni, akkor a szektor bevételei is számottevően emelkedhetnének. A nemzetközi szakirodalomban több olyan tanulmánnyal is lehet találkozni, amely a láthatatlan turizmus mérésének, vizsgálatának módszertani, statisztikai kérdéskörével foglalkozik. E kutatások eredményei alapján megállapítható, hogy a láthatatlan turizmust legtöbbször helyszíni felmérések, megfigyelések, kérdőíves vizsgálatok, interjúk, nem turizmus-specifikus statisztikai mutatók (például népszámlálási adatok, áramfogyasztás, hulladéktermelés), illetve közlekedési adatok (például forgalom, jegyeladások) elemzésével tárják fel (Vaccina–Parroco 2004, Volo–Giambalvo 2008, Scuttari–Castlunger 2011, De Cantis et al. 2015).

A láthatatlan turizmus, elsősorban az utazások természetéből fakadóan, leginkább a rokonok, barátok, ismerősök meglátogatásában (visiting friends and relatives – VFR), az átutazó forgalomban és a határ menti bevásárlóturizmusban jelenik meg. A VFR-utazók elsődleges motivációja a rokonaikkal, barátaikkal való találkozás, ami megkérdőjelezheti a jelenség turizmuson belüli értelmezését. Napjainkban ugyanakkor egyre elfogadottabbá válik az a megközelítés, melynek értelmében a VFR-utazók is turistának tekinthetők, amennyiben tartózkodásuk során felkeresik az adott hely turisztikai látnivalóit, és költésük részben a vendéglátóegységekben és/vagy a kiskereskedelemben realizálódik. A VFR-turizmus sajátos átmenetet képez a hagyományos és a láthatatlan turizmus között, de mivel az abban részt vevők többsége az ott-tartózkodása során nem a regisztrált szálláshelyeken éjszakázik, ezért indokolt a láthatatlan turizmus tárgykörébe sorolni (Michalkó–Rátz 2013, Michalkó et al. 2014a, Zátori et al. 2019).

Az átutazás sajátos mobilitási forma, hiszen alapvető célja a kiindulási hely és a célterület közötti távolság minél rövidebb idő alatt történő megtétele, miközben az utazók rendszerint nem veszik figyelembe az út közben megtapasztalható turisztikai élményeket. Az átutazás ugyanakkor nem zárja ki az érintett térségek turisztikai kínálatának igénybevételét, hiszen az átutazók megszakíthatják utazásukat többek között üzemanyag-vásárlás, vagy a kiskereskedelmi egységekbe való betérés szándékával, de nem szabad megfeledkeznünk az egyes turisztikai látnivalók felkeresésének lehetőségéről, valamint bizonyos esetekben a szálláshelyek igénybevételéről sem (Michalkó–Rátz 2013, Kincses et al. 2016a, b, c).

A határ menti bevásárlóturizmus szintén a láthatatlan turizmus példája. Ilyenkor a turisztikai út elsődleges célja, oka, motivációja (Timothy 2005), az utazó elsődleges turisztikai tevékenysége maga a vásárlás. Ebben az esetben az utazás egyfajta kereskedelmi funkciót is betölt, melynek során az utazók jellemzően nem vesznek igénybe szálláshelyeket, valamint vendéglátóipari létesítményeket, és rendszerint ugyanazon a határszakaszon lépnek be, illetve ki az országból (Michalkó 2004). A határ menti bevásárlóturizmus mozgatórugója a határ két oldala között kialakuló politikai, gazdasági, társadalmi különbségek, amelyek olyan méreteket öltenek, hogy a fogyasztók számottevő előnyöket realizálhatnak azáltal, hogy bekapcsolódnak a határon átvívelő kereskedelemben (Michalkó et al. 2013).

Nem tekinthetünk el továbbá azoktól a kutatásoktól sem, amelyek a Budapesti agglomerációban (Bódis 2017, Ilyés 2017, Ilyés et al. 2018), illetve a hazai nagyvárosok vonzáskörzetében realizálódó (Michalkó et al. 2017, Gonda et al. 2018) láthatatlan turizmus jellemzőivel, a többségében regisztráció nélkül megvalósuló szervezett iskolai kirándulásokkal, tanulmányutakkal (Michalkó et al. 2016), valamint az idősek láthatatlan turizmusban való részvételével (Somogyi–Michalkó 2016) foglalkoztak, amelyek tovább bővítették az e jelenséggel kapcsolatos ismeretek körét.

Módszerek

A tanulmány egyrészt a vonatkozó nemzetközi és hazai szakirodalom áttekintésére, másrészt a KSH nemzetközi utazásokra vonatkozó adatainak elemzésére épül. A KSH 2004 óta kérdőíves felmérések segítségével gyűjt és jelentet meg adatokat a külföldiek és magyarok magyarországi, valamint külföldi utazásairól, kiadásairól, tartózkodási idejéről, utazási motivációiról és egyéb jellemzőiről. A kérdőíveket a közúti és légi (Budapest Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér) határátkelőhelyeken (a schengeni határszakaszokon a megszünt határállomás közelében) töltik ki, kérdezőbiztosok közreműködésével (Kaszás 2010). A felmérés megfigyelési köre a határon nem tehergépkocsival kilépő külföldi és belépő magyar állampolgárokra terjed ki. A megfigyelés mintája rétegzett, nem valószínűségi minta (Kincses et al. 2016c), melynek elemszáma éves szinten több tízezerre tehető, így már elég jelentős ahhoz, hogy megbízható következtetéseket vonhassunk le az utazások számáról, tendenciájáról, valamint az utazók magatartásáról, költségéről, motivációiról. A KSH a felmérés ada-

taít a tartózkodási idő, az utazási motivációk és az utazók küldő országa szerint is közreadja, ezért lehetőség nyílik arra, hogy az adatbázisból leválogassuk és elemezzük azoknak az utazásoknak az idő- és térbeli sajátosságait, amelyek 24 óránál rövidebb tartózkodási idővel párosulnak. Jelen tanulmány a külföldiek Magyarországra tett egynapos utazásainak jellemzőit értékeli 2010 és 2019 között. Az adatok egyrészt idősorok formájában érhetőek el, amelyek lehetővé teszik a folyamatok, változások, tendenciák nyomon követését, másrészt számos dimenzió esetében a vizsgált időszak (2010–2019) adatainak átlaga szerepel, ami nagyobb megbízhatóságot eredményez, hiszen egy-egy kiugró, vagy valamilyen szempontból rendkívüli év kevésbé befolyásolja a kapott mutatókat.

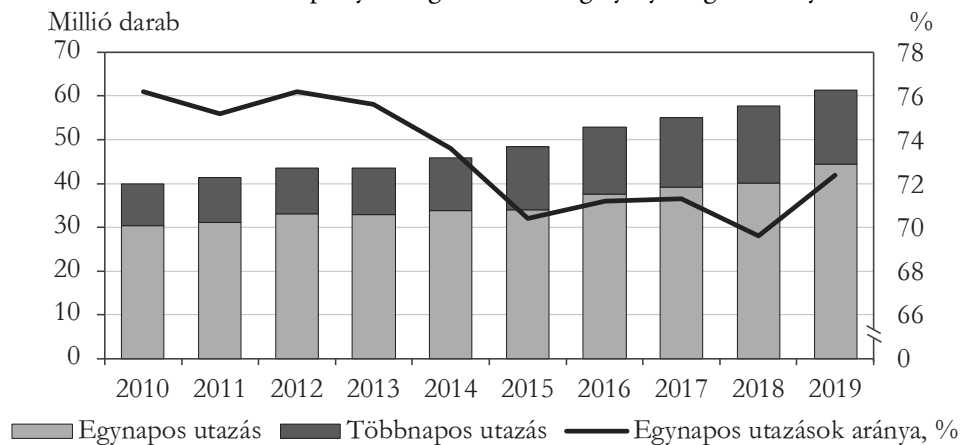
Eredmények

Magyarország látogatóforgalmán belül az egynapos utazásoknak, azaz a láthatatlan turizmusnak kiemelkedő szerepe van. A KSH felmérései alapján a külföldi állampolgárok Magyarországra tett utazásainak száma 2010 és 2019 között 40 millióról 60 millió fölé emelkedett, és ezeknek átlagosan csaknem háromnegyede egynapos volt. Bár a Magyarországra irányuló egynapos utazások részarányának nagyságrendje nem változott meg a vizsgált időszakban, ennek ellenére megfigyelhető, hogy az egynapos utazások aránya 2013 után tartósan és érzékelhető mértékben csökkent. Ezt mutatja, hogy az egynapos utazások aránya 2010 és 2013 között minden évben legalább 75% volt, ezzel szemben 2014-től kezdve már egyetlen évben sem érte el ezt, sőt 2018-ban, ha kevéssel is, de 70% alá csökkent (1. ábra).

1. ábra

A Magyarországra tett külföldi utazások számának alakulása a tartózkodás ideje szerint

Number of trips by foreigners to Hungary by length of stay



Forrás: a KSH adatai alapján saját szerkesztés.

Ennek egyik okát minden bizonnyal a 2008–2009-es gazdasági válságban, illetve annak 2012–2013-ig elhúzódó hatásaiban kell keresnünk. A válság ugyanis élénkítette a kifejezetten egynapos kirándulások formájában testet öltő Magyarországra irányuló bevásárlóturizmust, tekintettel arra, hogy a fogyasztók jelentős hányada a magyarországi (olcsóbb) vásárlásokkal próbálta meg ellensúlyozni a válság hatásait (Michalkó et al. 2014b, Illés 2018).

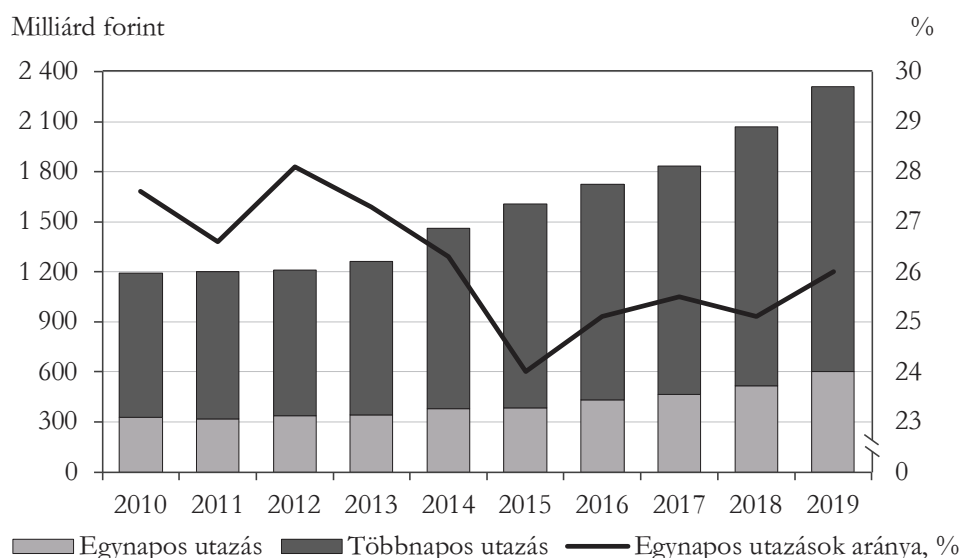
A Magyarországra látogató külföldiek folyó áron számolt éves költésének alakulásában szintén megmutatkozik a gazdasági válság hatása, hiszen míg 2010 és 2013 között a költés 1200 milliárd forint körül stagnált, addig a válságot követően dinamikus (éves átlagban 10% körüli) növekedésbe fordult, és 2019-ben már a 2300 milliárd forintot is meghaladta.

A láthatatlan turizmus jelentősége a költés tekintetében azonban számottevően kisebb, mint az utazások száma alapján. A vizsgált időszakban ugyanis a költésnek csak alig több mint negyede kötődött az egynapos utazásokhoz (2. ábra). Hasonlóan az utazások számához, a költésben is megfigyelhető az egynapos utazások szerepének kismértékű csökkenése a válságot követő években. Míg 2010 és 2013 között az egynapos utak súlya a költésben rendre meghaladta a 25%-ot, addig 2014-től kezdve inkább csak 25% körül alakult.

2. ábra

A Magyarországra tett külföldi utazásokhoz kapcsolódó költés alakulása a tartózkodás ideje szerint

Expenditure related to trips by foreigners to Hungary by length of stay



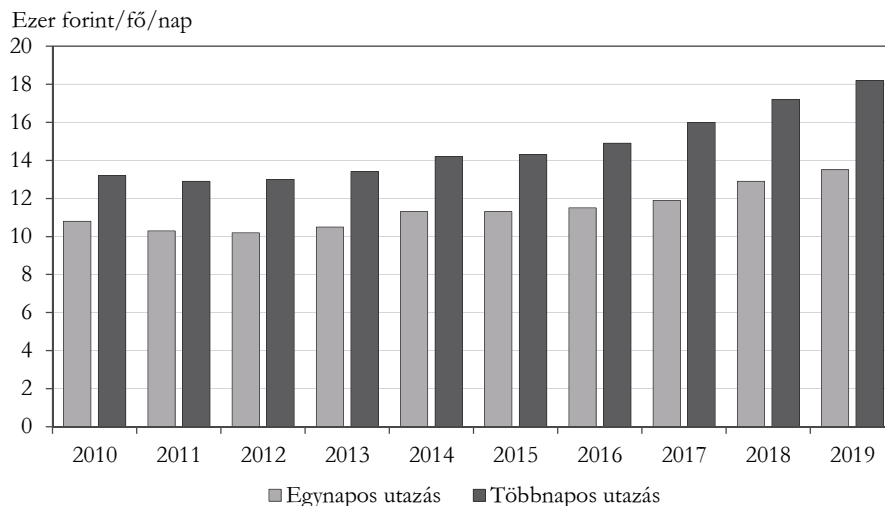
Forrás: a KSH adatai alapján saját szerkesztés.

Az a látszólagos ellentmondás, miszerint a láthatatlan turizmus teszi ki a külföldiek Magyarországra irányuló utazásainak háromnegyed részét, ugyanakkor a költsé-
nek csak a negyedét adja, alapvetően két tényező figyelembevételével oldható fel. A különbség egyrészt abból fakad, hogy a több napra érkezők több időt töltenek az országban, ezért egyszerűen több idő áll rendelkezésükre költeni. Másrészt a több napra érkezőknek nemcsak több idejük van költeni az országban, hanem a felmérések tanúsága szerint fajlagosan (azaz egy főre és egy napra vetítve) is többet költenek az egynapos látogatókkal összehasonlítva (3. ábra). Számszerűleg mindez azt jelenti, hogy míg az egy napra látogatók által Magyarországon eltöltött napok száma a vizsgált időszakban 30,4 és 44,5 millió, addig ugyanez a több napra látogatók esetében 65,3 és 94 millió közötti volt, azaz a több napra érkezők átlagosan több mint kétszer annyi időt tartózkodtak az országban, mint a láthatatlan turisták. Ha ehhez azt is hozzávesszük, hogy a több napra érkezők egy főre vetített napi költsége a vizsgált időszakban átlagosan 14 600, míg az egy napra érkezőké csak 11 400 forint volt (azaz a több napra érkezők átlagosan mintegy 28%-kal többet költöttek), akkor érthetővé válik, hogy miért sokkal nagyobb a hagyományos (legalább egy éjszakás tartózkodással párosuló) turizmus szerepe a Magyarországra érkező külföldiek költségén belül.

3. ábra

A Magyarországra tett külföldi utazásokhoz kapcsolódó fajlagos költség alakulása a tartózkodás ideje szerint

Specific expenditure (HUF/capita/day) related to trips
by foreigners to Hungary by length of stay



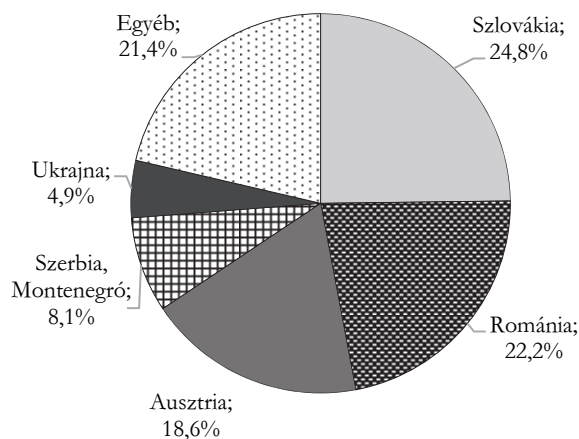
Forrás: a KSH adatai alapján saját szerkesztés.

A vizsgált időszakban a Magyarországra irányuló láthatatlan turizmus a szomszédos országokból volt a legintenzívebb, az összes egynapos utazás mintegy négyötöde kötődött hozzájuk. Az erőteljes földrajzi koncentrációra utal, hogy Szlovákia, Románia és Ausztria adta az összes Magyarországra irányuló egynapos utazás kétharmadát (4. ábra). Az elemzett időszakon belül Szlovákiából tették a legtöbb egynapos utazást Magyarországra, számuk éves átlagban meghaladta a 8,8 milliót, ami az összes egynapos utazás egynegyedét tette ki. Romániából éves átlagban csaknem 7,9 millió egynapos utazást tettek, ami az összes egynapos utazás mintegy 22%-át adta. A magyarországi láthatatlan turizmus harmadik legfontosabb küldő országa Ausztria, ahonnan éves átlagban 6,5 millióra tehető az egynapos utazások száma, ami az összes egynapos utazás 18,6%-át tette ki. A szomszédos országok közül a középmezőnyhöz tartozik Szerbia (Montenegróval, Koszovóval együtt) és Ukrajna, míg Horvátország és Szlovénia a sor végére került. Érdekes, hogy négy, Magyarországgal nem szomszédos ország (Lengyelország, Bulgária, Németország és Csehország) felől is viszonylag élénk volt az egynapos látogatóforgalom, ami – ahogy a későbbiekben bemutatjuk – az átutazók relatíve magas számával magyarázható. A vizsgált időszakban a Magyarországra érkező egynapos látogatók főbb küldő országainak sorrendjében érdemi változások nem következtek be, bár az első helyezését 2016-ig őrző Szlovákiát 2017-től kezdve Románia váltotta fel, ahonnan 2019-ben már negyedével több egynapos utazást regisztráltak, mint Szlovákiából.

4. ábra

**A külföldiek által Magyarországra tett egynapos utazások
küldő országok szerinti megoszlása (2010–2019 átlaga)**

Proportion of day trips by foreigners to Hungary by countries of origin
(average of 2010–2019)



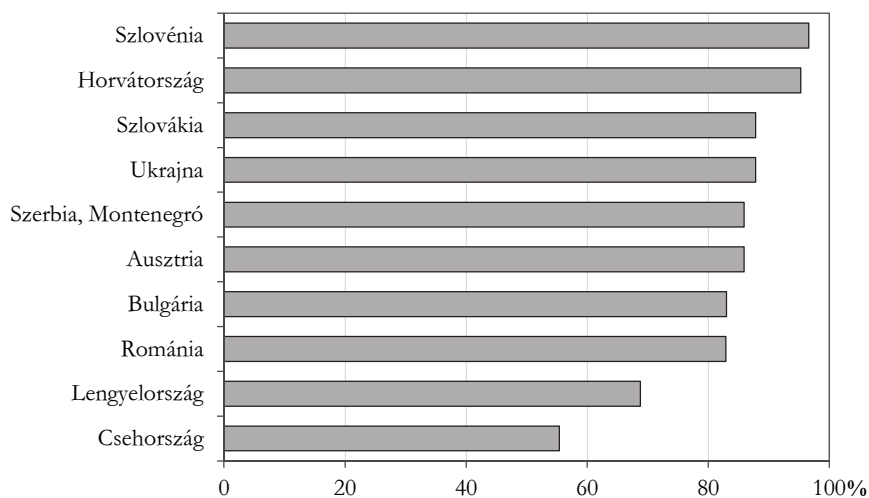
Forrás: a KSH adatai alapján saját szerkesztés.

A szomszédos országokból Magyarországra tett utazások túlnyomó többsége (csaknem 90%-a) egynapos utazás, azaz „láthatatlan” turizmus formájában valósul

meg. Mint korábban ismertettük, a külföldi állampolgárok Magyarországra tett utazásainak nagyjából háromnegyede valósult meg egynapos formában, azaz a szomszédos országok esetében – nyilvánvalóan a földrajzi közelségből fakadóan – ez az arány még magasabb.

5. ábra

Az egynapos utazások aránya a külföldiek által Magyarországra tett összes utazáson belül, küldő országok szerint (2010–2019 átlaga)
Proportion of day trips by foreigners to Hungary by countries of origin
(average of 2010–2019)



Forrás: a KSH adatai alapján saját szerkesztés.

A Szlovéniából, illetve Horvátországból Magyarországra érkezők több mint 90%-a volt egynapos látogató, de Szlovákia, Ukrajna, Szerbia és Montenegró, Ausztria, Bulgária és Románia esetében is 80–90% között volt a láthatatlan turizmusban részt vevők aránya. Kiemelendő még Lengyelország több mint kétharmados, valamint Csehország csaknem 60%-os aránya is (5. ábra).

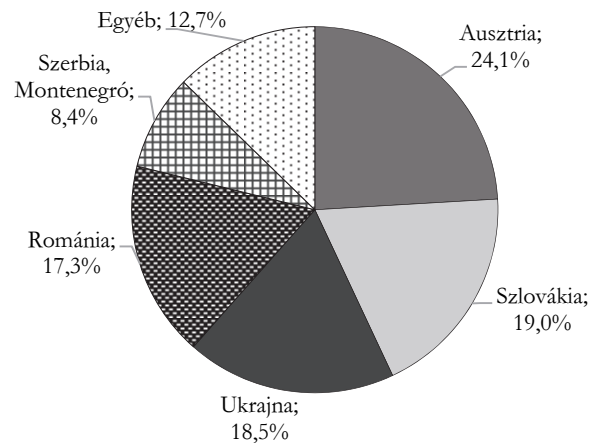
Ellentétben az egynapos utazások számával, a költség tekintetében nem Szlovákia vagy Románia, hanem Ausztria áll az első helyen. A vizsgált időszakban az Ausztriából érkező láthatatlan turisták részesedése az egynapos utazásokhoz kapcsolódó költséson belül csaknem elérte az egynegyedes részarányt. Szlovákia részesedése az egynapos utazások során realizált költsékből mintegy egyötödöt tett ki, és Ukrajna is hasonlóan részesedett belőle. Számottevő volt még a Romániából érkező egynapos látogatók költsége (17%), míg a Szerbiából és Montenegróból érkező láthatatlan turisták ennek az összegnek már csak körülbelül a felét költötték (6. ábra). Ausztria és Ukrajna az utazások számához képest relatíve jobb pozíciója a költség tekintetében azzal magyarázható, hogy az onnan érkezők esetében az egy főre jutó napi költség

rendszerint meghaladta az egynapos látogatók átlagát, míg Szlovákia és Románia esetében elmaradt attól.

6. ábra

**A külföldiek által Magyarországra tett egynapos utazásokhoz kapcsolódó költség
küldő országok szerinti megoszlása (2010–2019 átlaga)**

Proportion of expenditure related to day trips by foreigners to Hungary
by countries of origin (average of 2010–2019)

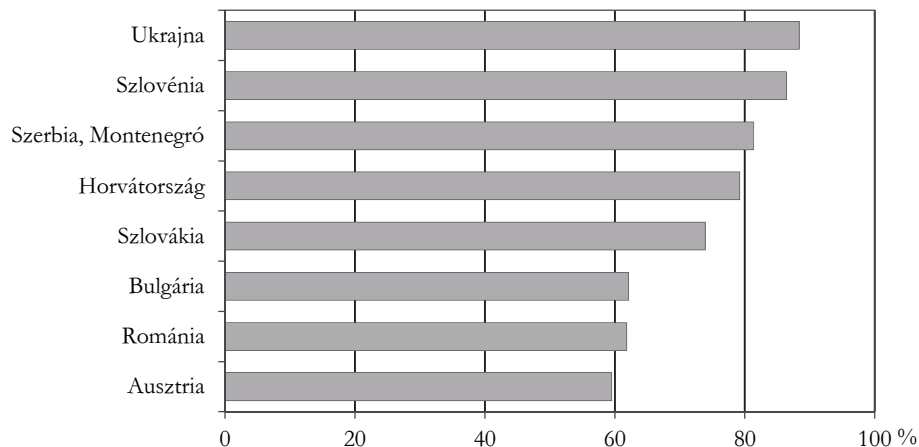


Forrás: a KSH adatai alapján saját szerkesztés.

7. ábra

**A külföldiek által Magyarországra tett egynapos utazásokhoz kapcsolódó költség
aránya a teljes költséson belül, küldő országok szerint (2010–2019 átlaga)**

Proportion of expenditure related to day trips by foreigners to Hungary
by countries of origin (average of 2010–2019)



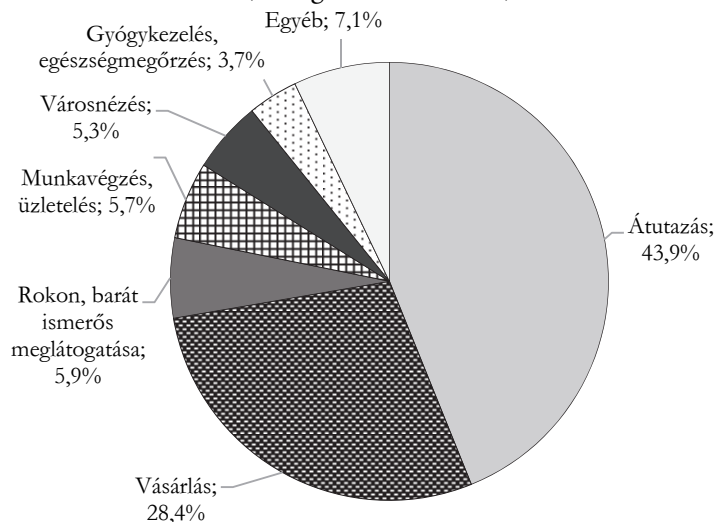
Forrás: a KSH adatai alapján saját szerkesztés.

A 2. ábra szerint a vizsgált időszakban a Magyarországra érkező külföldiek költséneke csak alig több mint negyede kötődött az egynapos utazásokhoz. Ezzel szemben, elsősorban a Magyarországgal szomszédos országokból kiinduló egynapos utazásokhoz kapcsolódó költség aránya ennél jóval magasabb (7. ábra). A legnagyobb Ukrajna aránya, esetében a teljes költség majdnem 90%-a kötődött az egynapos utazáshoz, de Szlovénia esetében is meghaladja a 85%-ot. Az egynapos utazásokhoz kapcsolódó költség aránya Szerbia és Montenegró, illetve Horvátország esetében 80, Szlovákia esetében 75% körüli, míg Románia és Ausztria esetében 60%-hoz közeli. Érdekes, hogy a nem szomszédos országok közül kiemelkedően magas (63%) az egynapos utazásokhoz kapcsolódó költség aránya a Bulgáriából érkezők esetében.

A külföldiek Magyarországra tett egynapos utazásain belül két motiváció emelkedik ki: az átutazás és a vásárlás (8. ábra). A vizsgált időszakban az összes egynapos utazás majdnem fele (44%) átutazási célú volt, és további csaknem 30%-ot tett ki az elsődlegesen vásárlási célúak aránya. E két motiváció adta az összes egynapos utazás csaknem háromnegyed részét (73%). A gazdasági válság időszakában némileg nőtt a vásárlás szerepe az egynapos utazásokon belül, hiszen míg 2010 és 2013 között a vásárlás az egynapos utak mintegy 32%-át motiválta, addig az ezt követő években átlagosan már csak 26% körüli hányadát. A VFR-utak, valamint a munkavégzés, üzletelés egyaránt az egynapos utak 5–6%-ában volt elsődleges utazási cél. Az egynapos városnéző utak szintén 5% körül részesedtek a 24 óránál rövidebb utakból, míg a gyógykezelési, egészségmegőrzési cél az egynapos utazások 3-4%-át magyarázta.

8. ábra

A külföldiek által Magyarországra tett egynapos utazások motivációk szerinti megoszlása (2010–2019 átlaga)
Proportion of day trips by foreigners to Hungary by travel motivations (average of 2010–2019)



Forrás: a KSH adatai alapján saját szerkesztés.

Amennyiben országokra bontva vizsgáljuk az egynapos utazások legfőbb okait (9. ábra), akkor megállapíthatjuk, hogy az átutazás a Magyarországgal nem szomszédos országokból érkezők esetében kiemelkedő jelentőségű, ugyanis a Lengyelországból és Bulgáriából Magyarországra tett egynapos utazások csaknem mindegyike (97%) átutazási célú volt, de Csehország több mint négyötödös mutatója is kiemelkedő. A nem szomszédos országok között Németország helyzete sajátos, ugyanis az onnan érkező egynapos utazók jelentős része (csaknem 40%-a) „munkavégzés, üzletelés” miatt keresi fel Magyarországot, ami a két ország közötti szoros gazdasági, kereskedelmi kapcsolatokkal magyarázható.

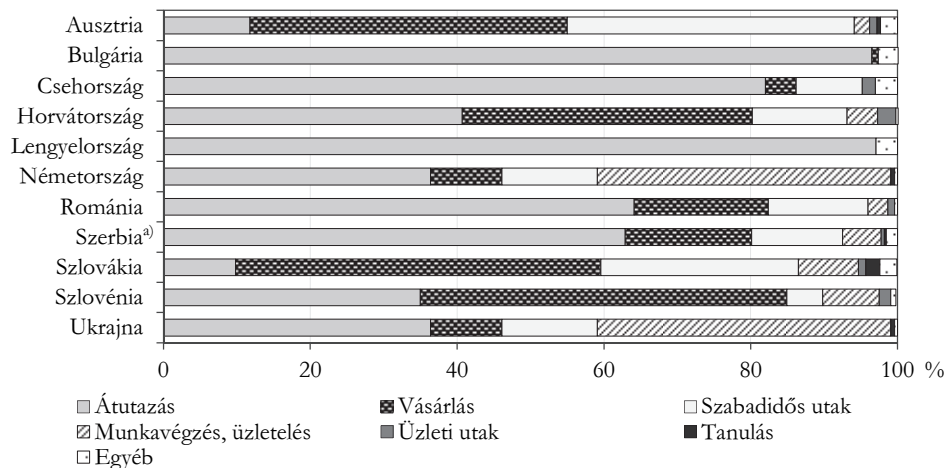
A szomszédos országok közül Románia és Szerbia (Montenegróval és Koszovóval együtt) esetében van az átutazásnak abszolút többsége a Magyarországra tett egynapos utazásokon belül. Ennek egyik meghatározó oka minden bizonnyal az, hogy mindkét ország esetében számottevő a Nyugat-, illetve Dél-Európában dolgozó vendégmunkások száma, akik Magyarországon átutazva érik el munkavállalásuk helyszínét. A többi Magyarországgal szomszédos ország esetében az egynapos utazások zöme inkább vásárlási célú. A vizsgált időszakon belül a Szlovákiából és Szlovéniából Magyarországra tett egynapos utazások átlagosan fele elsődlegesen vásárlási szándékkal párosult, de Ausztria és Horvátország esetében is körülbelül a 40%-a. Ausztria esetében ugyanakkor azt is érdemes kiemelni, hogy az egynapos utak közel kétötöde szabadidős célok miatt jött létre, ami messze meghaladja a többi ország megfelelő arányát. Az adatok részletesebb elemzéséből kiderül, hogy ezeket az utakat egyrészt a városnézés, másrészt a gyógykezelés, egészségmegőrzés motiválta. Ennek okát minden bizonnyal abban kell keresnünk, hogy nyugati szomszédaink közül sokan keresik a kedvező ár-érték aránnyal rendelkező (határhoz közeli) magyar gyógyfürdőket, illetve fogászati vagy egyéb egészségügyi szolgáltatásokat.

A szomszédos országok közül Ukrajna jellemzői némileg eltérőek, bár az átutazás esetében is meghatározó motiváció az egynapos utazásokon belül, de nem a vásárlás, hanem a munkavégzés, üzletelés célú utak vezetnek a listát. Ennek hátterében egyrészt az állhat, hogy a szomszédos Kárpátalja magyarok lakta területéről vélhetően sokan ingáznak Magyarországra annak érdekében, hogy kiaknázzák a legális és minden bizonnyal az informális munkaerőpiac által kínált lehetőségeket is (Karácsonyi–Kincses 2020). Másrészt minden bizonnyal jelentős azoknak az aránya is, akik nem (csak) saját fogyasztásra vásárolnak árucikkeket Magyarországon, hanem továbbértékesítésre, azaz üzletelési célra. Ezek az üzletelési szándékkal realizálódó vásárlások is megjelennek az egynapos utazások között, amelyek fontos szerepet tölthetnek be egy-egy család megélhetésének biztosításában, illetve jövedelmének kiegészítésében.

9. ábra

A külföldiek által Magyarországra tett egynapos utazások elsődleges motivációi, küldő országok szerint (2010–2019 átlaga)

Primary motivations behind day trips by foreigners to Hungary by countries of origin (average of 2010–2019)



a) Montenegróval és Koszovóval együtt.

Forrás: a KSH adatai alapján saját szerkesztés.

Következtetések

Napjainkban a közlekedés, a kommunikáció, a technológia fejlődése, az országhatárok átjárhatóságának javulása, valamint a globalizációs folyamatok eredményeképpen a társadalom mobilitása rendkívül változatosra vált, és a korábbinál magasabb szintet ért el. Ezzel együtt jelentősen bővült a hagyományos, illetve a hagyományos kereteket szétfeszítő turisztikai utazások száma, jelentősége is, amelyeket jellegükből fakadóan (egynapos, szálláshelyek igénybevétele nélküli utak) a statisztikai, turisztikai, közigazgatási szervek nem, vagy csak részben regisztrálnak, így az utazások száma és/vagy az utazók turisztikai magatartása jórészt „láthatatlan” marad.

A rendelkezésre álló statisztikai adatok elemzése azt mutatja, hogy Magyarország látogatóforgalmán belül a láthatatlan turizmusnak kiemelkedő a szerepe, hiszen 2010 és 2019 között a külföldiek Magyarországra tett utazásainak csaknem háromnegyede egynapos formában valósult meg. A Magyarországra irányuló láthatatlan turizmus a szomszédos országokból a legintenzívebb, az összes egynapos utazás mintegy négyötöde innen indult ki, ezen belül pedig Szlovákia, Románia és Ausztria szerepe a legkiemelkedőbb. A láthatatlan utazások zömének (73%) háttérében az átutazás (44%) és a vásárlás (29%) motivációja húzódik meg. Az egynapos utazások motivációs szerkezete a vizsgált időszakon belül nem változott számottevően, jóllehet a gazdasági válság időszakában (2010–2013) nőtt a vásárlási célú utak aránya, ami

azzal magyarázható, hogy a fogyasztók egy része árérzékenyebbé vált, és kihasználta a Magyarországon elérhető olcsóbb vásárlási lehetőségeket. A szomszédos országok közül Románia és Szerbia (Montenegróval, Koszovóval együtt) esetében az átutazás, míg a többi ország esetében a vásárlás, de Ukrajna esetében a munkavégzés és az üzletelés (azaz a nem saját célra történő vásárlás) került az első helyre az egynapos utak során. Az átutazás magas aránya a Romániából és Szerbiából (Montenegróval, Koszovóval együtt) érkezők között azzal magyarázható, hogy a Nyugat- és Kelet-Európa között fennálló jelentős bér- és életszínvonalbeli különbségek miatt sokan döntenek a nyugat-európai országokban való munkavállalás mellett, miközben kihasználják a folyamatosan javuló magyarországi közlekedési hálózat nyújtotta előnyöket. Ráadásul a Nyugat-Európában dolgozó családtagok számának növekedésével számolni kell a VFR-turizmus bővülésével is. A vásárlási szándékkal megvalósuló egynapos utazások elsősorban a Magyarországgal szomszédos, az euróövezetbe tartozó, a schengeni övezet részét képező országokból a legintenzívebbek. E jelenséget nagyban elősegítette a hazai fizetőeszköz árfolyamának gyengülése az euróhoz képest, ami az euróövezeti országokból érkezők számára még olcsóbbá tette a magyarországi bevásárlást. Ukrajna tekintetében ugyanakkor a munkavállalási és üzletelési céllal megvalósuló utak tették ki a látogatóforgalom jelentős részét, ami azzal magyarázható, hogy a rendkívül kedvezőtlen ukrainai (és kárpátaljai) gazdasági és munkaerőpiaci helyzet (magas munkanélküliség, alacsony bérek) közepette sokan a magyarországi munkavállalás és/vagy a Magyarországon beszerzett termékek továbbértékesítése (üzletelés) révén próbálják meg megéllhetésüket biztosítani, illetve jövedelmüket kiegészíteni.

Kedvezőtlen jelenség, hogy a láthatatlan turizmus gazdasági szerepe messze elmarad a látogatóforgalomból való részesedésétől, hiszen a Magyarországra érkező külföldiek költségének csak mintegy negyede kötődik az egynapos látogatókhoz. Ennek oka, hogy a rövid tartózkodási idő miatt az egynapos látogatók körülbelül fele annyi időt töltenek el az országban, mint a hagyományos turisták, ráadásul fajlagos költségük (ezer forint/fő/nap) is elmarad a több napra érkezőké mögött. Ezért a hazai turizmuspolitikának – célzott marketinggel és termékfejlesztéssel – nagyobb figyelmet kellene fordítania a hazánkba érkező egynapos látogatók költségének csökkentésére, különösen az átutazók és a bevásárlóturisták esetében. Ennek keretében a látogatók elsődleges motivációjának további turisztikai tevékenységekkel (például városnézés, gyógyfürdő felkeresése stb.) történő kiegészítésére, illetve egy részük esetében a tartózkodási idő hosszabbítására vagy hagyományos turistaként történő visszatérésre, ami növelhetné a kereskedelmi szálláshelyek forgalmát és ezáltal a költségeket is.

IRODALOM

- BÓDIS, G. (2017): A turizmus láthatatlanságának paradoxona: kommunikációs kihívások *Turizmus Bulletin* 17 (3–4): 33–45.
- BÓDIS, G.–MICHALKÓ, G. (2017): Jöttünk, láttunk, visszatérünk: a visszatérő turisztikai forgalom *Területi Statisztika* 57 (3): 294–310.
<https://doi.org/10.15196/TS570303>
- DE CANTIS, S.–PARROCO, A.–FERRANTE, M.–VACCINA, F. (2015): Unobserved tourism *Annals of Tourism Research* 50 (1): 1–18.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.10.002>
- GONDA, T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai* PTE KPVK, Pécs.
- GONDA, T.–RAFFAY, Z.–CSÓKA, L. (2018): Orfű rejtett konvencionális turizmusa *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 3 (1): 4–19.
- ILLÉS, S. (2018): Gazdasági válság és cirkuláció *Területi Statisztika* 58 (1): 103–122.
<https://doi.org/10.15196/TS580105>
- ILYÉS, N. (2017): Láthatatlan turisták Budapest árnyékában *E-CONOM* 6 (2): 56–65.
<https://doi.org/10.17836/EC.2017.2.056>
- ILYÉS, N.–LONTAI-SZILÁGYI, Zs.–MICHALKÓ, G. (2018): Szentendre vendégforgalmának vizsgálata a budapesti agglomeráció turisztikai sajátosságainak figyelembevételével. In: REISINGER, A.–HAPP, É.–IVANCSÓNÉ HORVÁTH, Zs.–BUICS, L. (szerk.): „Sport – Gazdaság – Turizmus” Kautz Gyula Emlékkonferencia 2017. június 8. elektronikus formában megjelenő kötete pp. 1–11., Széchenyi István Egyetem, Győr.
- KARÁCSONYI, D.–KINCSES, Á. (2020): Átrendeződés? Kárpátaljaiak Magyarországon, magyarok Kárpátalján, a 2017-ig terjedő adatok tükrében *Területi Statisztika* 60 (3): 309–351. <https://doi.org/10.15196/TS600302>
- KASZÁS, K. (2010): A Magyarországra érkező külföldiek jellemzői – különös tekintettel a kiadásokra *Turizmus Bulletin* 14 (3): 58–70.
- KINCSES, Á.–MICHALKÓ, G.–TÓTH, G. (2014): A Magyarország átutazó forgalmában érintett települések lehatárolása *Területi Statisztika* 54 (3): 237–252.
- KINCSES, Á.–TÓTH, G.–TÖMÖRI, M.–MICHALKÓ, G. (2016a): Characteristics of transit tourism in Hungary with a focus on expenditure *Regional Statistics* 6 (2): 129–148.
<https://doi.org/10.15196/RS06207>
- KINCSES, Á.–TÓTH, G.–TÖMÖRI, M.–MICHALKÓ, G. (2016b): Identifying settlements involved in Hungary's transit traffic *Regional Statistics* 6 (1): 193–216.
<https://doi.org/10.15196/RS06110>
- KINCSES, Á.–TÓTH, G.–TÖMÖRI, M.–MICHALKÓ, G. (2016c): Az átutazó turizmus magyarországi sajátosságai, különös tekintettel a költségre *Területi Statisztika* 56 (4): 455–476.
<https://doi.org/10.15196/TS560406>
- MÁTYÁS, Sz.–NÉMETH, J.–RITECZ Gy. (2020): A turizmusbiztonság társadalmi és gazdasági összefüggéseinek statisztikai vizsgálata *Területi Statisztika* 60 (5): 567–580.
<https://doi.org/10.15196/TS600503>
- MICHALKÓ, G. (2004): *A bevásárlóturizmus* Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár.
- MICHALKÓ, G. (2012): *Turizmológia* Akadémiai Kiadó, Budapest.

- MICHALKÓ, G. (2017): *Magyarország láthatatlan turizmusa: a nem konvencionális turisztikai mobilitás társadalmi, gazdasági és környezeti vonatkozásainak vizsgálata* OTKA Szakmai zárójelentés.
- MICHALKÓ, G.–RÁTZ, T. (2013): Rejtett dimenziók a Kárpát-medence turizmusában. In: FRISNYÁK, S.–GÁL, A. (szerk.): *Kárpát-medence: természet, társadalom, gazdaság* pp. 463–476., Bocskai István Gimnázium, Nyíregyházi Főiskola Turizmus és Földrajztudományi Intézete, Nyíregyháza-Szerencs.
- MICHALKÓ, G.–KULCSÁR, N.–BALIZS, D.–T. NAGY, J. (2014a): A belföldi VFR-turisták magatartásának sajátosságai Magyarországon *Turizmus Bulletin* 16 (3–4): 3–14.
- MICHALKÓ, G.–RÁTZ, T.–HINEK, M.–TÖMÖRI, M. (2014b): Shopping tourism in Hungary during the period of the economic crisis *Tourism Economics* 20 (6): 1319–1336.
- MICHALKÓ, G.–RÁTZ, T.–KESZEG, R. (2016): A határokon átívelő tanulmányi kirándulások szerepe a nemzetépítésben *Kisebbségkutatás* 25 (2): 36–58.
- MICHALKÓ, G.–BALIZS, D.–KISS, É.–FARAGÓNÉ HUSZÁR, SZ.–SIK, A.–KARÁCSONYI, D. (2017): A vidékiesség vonzásában: a nagyvárosi agglomerációk láthatatlan turizmusa Magyarországon *Tér és Társadalom* 31 (3): 44–61.
<https://doi.org/10.17649/TET.31.3.2853>
- MICHALKÓ, G.–RÁTZ, T. (2019): Turizmus 3.0 – Támpontok a turizmustörténet legújabb korának megértéséhez. In: KÁTAY, Á.–MICHALKÓ, G.–RÁTZ, T. (szerk.): *Turizmus 3.0* pp. 9–14., Kodolányi János Egyetem, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, Magyar Földrajzi Társaság, Orosháza–Budapest.
- MTÜ (2017): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia* Magyar Turisztikai Ügynökség, Budapest.
- SCUTTARI, A.–CASTLUNGER, L. (2011): The hidden side of tourism uncovered: combining traffic and tourism data to estimate daily trips and hidden tourism in South Tyrol. In: *2nd International Conference on the Measurement and Economic Analysis of Regional Tourism*, 27–29 October 2011. Bilbao, Spain.
- SOMOGYI, B.–MICHALKÓ, G. (2016): A regisztrált láthatatlanok: az időskorúak vasúti utazási magatartásának vizsgálata Magyarországon *Földrajzi Közlemények* 140 (1): 41–54.
- TIMOTHY, D. J. (2005): *Shopping tourism, retailing and leisure* Channel View Publications, Clevedon.
- TÖMÖRI, M.–MICHALKÓ, G. (2019): A bevásárlóturizmus. In: IRIMLÁS, A.–JÁSZBERÉNYI, M.–MICHALKÓ, G. (szerk.): *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése* pp. 31–49., Akadémiai Kiadó, Budapest.
- UNITED NATIONS (2010): *International recommendations for tourism statistics 2008* United Nations, New York.
- VACCINA, F.–PARROCO, A. M. (2004): Estimates of hidden tourism to plan local services: The Sicilian case. In: *Proceedings of the SCORUS 2004 Conference* pp. 86–93., SCORUS, Minneapolis.
- VOLO, S.–GIAMBALVO, O. (2008): Tourism statistics: Methodological imperatives and difficulties: The case of residential tourism in island communities *Current Issues in Tourism* 11 (4): 369–380. <https://doi.org/10.1080/13683500802140398>
- ZÁTORI, A.–MICHALKÓ, G.–NAGY, J. T.–KULCSÁR, N.–BALIZS, D. (2019): The tourist experience of domestic VFR travellers: the case of Hungary *Current Issues in Tourism* 22 (12): 1437–1459. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1371117>

INTERNETES HIVATKOZÁSOK

- EURÓPAI PARLAMENT (2011): *Az Európai Parlament és a Tanács 692/2011/EU rendelete (2011. július 6.) a turizmusra vonatkozó európai statisztikákról és a 95/57/EK tanácsi irányelv hatályon kívül helyezéséről*
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011R0692&from=IT> (letöltve: 2020. október)
- KSH (2019): *Helyzetkép a turizmus, vendéglátás ágazatról, 2018* Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
<https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/jeltur/jeltur18.pdf>
(letöltve: 2020. augusztus)
- MAX, R. (2017): *Tourism*. <https://ourworldindata.org/tourism> (letöltve: 2020. július 5.)
- WTTC (2020): *Travel & Tourism. Global economic impact & trends 2020*. World Travel and Tourism Council.
<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact/moduleId/1445/itemId/91/controller/DownloadRequest/action/QuickDownload>
(letöltve: 2020. augusztus)