

BELFÖLDI
TURIZMUS

Hurrá, nyaralunk!

Míg 2011-ben mindössze öt hosszú hétvége volt, addig idén kilenc három-négy napos ünnepnek örülhetünk. A Szallas.hu online-kutatása szerint ez a belföldi turizmust élénkítheti, ugyanis a megkérdezettek 51 százaléka szívesen utazik ilyenkor belföldre, további 3 százalékuk pedig külföldre is örömmel kiruccan egy-egy hosszú hétvégén. Elsősorban a 35 év alattiak kelnek útra ilyenkor, az idősebbek inkább otthon pihenésre használják ki az időt.

A belföldi célpontok malmára hajtja a vizet az aktuális gazdasági helyzet is. A nyár végéig a kutatás során megkérdezettek 54 százaléka csak belföldre, 11 százalékuk csak külföldre utazna, míg harmaduk mindkét vakációtípussal tervez. A jelenlegi gazdasági helyzet némileg visszaszorítja a külföldi utazásokat, az emberek többsége belföldön mégis hajlandó többet szánni a pihenésre, mint tavaly – mutat rá *Rácz István*, a Szallas.hu csoport marketingvezetője.

Országos összehasonlításban a Dél-dunántúli Régió látszik a legkedveltebb célpontnak: itt növekedett a legnagyobb mértékben a vendégforgalom az év első három hónapjában a tavalyi hasonló időszakhoz képest. A Magyar Turizmus Zrt. adatai szerint megközelítőleg tíz százalékkal emelkedett a ven-

dégéjszakák száma, amiben nagy szerepe van annak is, hogy az idén többen érkeztek külföldről, mint egy évvel korábban. *Hegyi Zsuzsa* regionális marketingigazgató szerint a nagyobb, nemzetközi érdeklődést is kiváltó rendezvények, jelentősebb konferenciák is megmozgatták a turistákat. Az utóbbi fél évben megvalósult a bikali reneszánsz élménybirtok szállófejlesztése, valamint az élményfürdő, s ez az attrakció is több látogatót vonzott, mint korábban. A marketingigazgató szerint a nyári forgalom attól függ majd, hogy mennyi embert hoznak a régióba a fesztiválok. Egyre erőteljesebb hatása van ugyanis az idegenforgalmi mutatókra az ilyen típusú kisebb-nagyobb rendezvényeknek, és ez nem csak a vendégek számában látszik. Kutatások bizonyítják, hogy a fesztiválturisták a legtöbbet költöttek a vendégek közé tartoznak. Sőt, a fesztiválok alkalma-

A jelenlegi gazdasági helyzet némileg visszaszorítja a külföldi utazásokat, az emberek többsége belföldön mégis hajlandó többet szánni a pihenésre, mint tavaly.

Folytatás a 60. oldalon

SZÉPÍTI A KÉPET A SZÉP?

A szállodások szerint a hotelek iránti belföldi keresletben sokat segíthet a Széchenyi Pihenőkártya elterjedése – írja az MTI. Eddig mintegy 550 ezer SZÉP-kártyát bocsátottak ki, de az adatok szerint ezek felhasználása a hazai szállodákban az első negyedévében szerény volt. Ezt igazolja a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége 47 szállodában elvégzett, reprezentatívnak nem tekinthető felmérése is, amely szerint január–márciusban a SZÉP-kártya és az üdülési csekk együttes forgalma mintegy 33 százalékkal kevesebb volt, mint a tavaly ilyenkor ugyanezekben a szállodákban beváltott üdülési csekk értéke. „Azzal számolunk, hogy a SZÉP-kártya felhasználása várhatóan a nyaralási szezonban, a nyári hónapokban megnő, de ma még nem lehet megbecsülni, hogy annak forgalma a szállodákban éves szinten hogyan fog alakulni” – válaszolta a szállodaszövetség a hírügynökség kérdésére.

