

# A nemkonvencionális turisztikai mobilitás magyarországi sajátosságai, különös tekintettel a turizmusból származó bevételek növelésének lehetőségére

## Features of non-traditional touristic mobility in Hungary, especially in respect of a potential increase in tourism-related revenue

Szerzők: Michalkó Gábor<sup>1</sup> – Ilyés Noémi<sup>2</sup>

A turizmus természetében az ezredfordulót követően kikristályosodó változások szükségszerűvé tették értelmezésének és mérésének újragondolását. A politikai szféra a turisztikai szervezetekkel, statisztikai intézetekkel, akadémiai kutatóhelyekkel együttműködve törekszik az utazással összefüggő új jelenségek gazdasági, társadalmi és környezeti hatásmechanizmusainak korszerű interpretálására. A turizmus hagyományos, a szálláshelyek igénybevételén alapuló értelmezése mára már a múlté. A szakpolitikának a stratégiaalkotás, a jogszabály-előkészítés, a fejlesztési irányok meghatározása és a támogatási rendszerek működtetése során a nemkonvencionális turisztikai mobilitásban rejlő lehetőségek kiaknázását is célszerű szem előtt tartania. Jelen tanulmány az elmélet és a gyakorlat határmezsgyéjén haladva (a hazai és a nemzetközi szakirodalom feldolgozására, valamint az UNWTO és a KSH adatbázisainak másodelemzésére építve) arra törekszik, hogy rávilágítson a statisztikai számbavételezésen kívül eső, úgynevezett láthatatlan turizmus hordozta potenciálra, amelynek felismerése helyi (térségi) és nemzetgazdasági szinten egyaránt jelentősen hozzájárulhat a turizmussal összefüggő bevételek növekedéséhez.

Changes in the nature of tourism emerging after the turn of the millennium demand a rethink in terms of interpretation and measurement. The political sphere, in cooperation with tourism organizations, statistical institutes and academic research centres, is striving to find an up-to-date interpretation of the economic, social and environmental impacts of the new travel-related phenomena. The traditional interpretation of tourism, based on the use of commercial accommodation, is now out-of-date, and the volume of touristic movement driven by unconventional tourism mobility should also be taken into account in formulating strategy, legislative preparation, development decisions and in the operation of supporting systems. In this study, we try to achieve a balance between theory and practice based on a review of domestic and international literature and a secondary analysis of UNWTO and CSO databases, our purpose being to recognize the potential of so-called invisible tourism. This lies outside statistical data collection but may contribute substantially to the growth of tourism-related revenues both at regional and national level.

**Kulcsszavak:** láthatatlan turizmus, nemkonvencionális turisztikai mobilitás, turizmusstatisztika, GDP.

**Keywords:** invisible tourism, unconventional tourism mobility, tourism statistics, GDP.

### 1. Bevezetés

A turizmus fejlődéstörténetében a XX. század végén és a XXI. század elején bekövetkezett változások szükségessé tették a konvencionális

<sup>1</sup> egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem; tudományos tanácsadó, CSFK Földrajztudományi Intézet, gabor.michalko@uni-corvinus.hu

<sup>2</sup> turisztikai elemző szakértő, Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány, ilyes.noemi@magyarturistikaiszovetseg.hu

turisztikai mobilitás értelmezési tartományának kiszélesítését (MICHALKÓ-RÁTZ 2013). A második otthonok elterjedése (GALLENT et al. 2016), a 24 óránál rövidebb időtartalmú belföldi és nemzetközi utazások, kitüntetetten a rokonok és barátok meglátogatása (ZÁTORI et al. 2019), a bevásárlóturizmus (MICHALKÓ et al. 2014, TÖMÖRI 2018), a kulturális és sportrendezvényeken való részvétel (RÁTZ et al. 2015), továbbá a tanulással összefüggő mobilitás (MICHALKÓ et al. 2016) megerősítette a turizmusstatisztikában (EU 2011) már korábban felismerést nyert új paradigma szükségességét. A turizmusstatisztikából kirajzolódó, egyre növekvő volumenű regisztrált forgalom mellett a regisztráció nélküli, úgynevezett nemkonvencionális turisztikai mobilitás térnyerése a célterületek fejlesztésében és menedzselésében olyan kihívásokkal szembesíti a szakembereket, amelyek megválaszolása tudományos vizsgálatok lefolytatását ösztönzi.

Magyarország azon desztinációk egyike, amelyek mind az országhatárokat átlépő nemzetközi személyforgalom, mind a legalább egy éjszakás tartózkodással párosuló turistaforgalom volumenét, illetve annak terület- vagy népességarányos mutatóját tekintve az európai országok élmezőnyébe tartozik, azonban a turizusból származó bevételek, vagyis a turisztikai költség vonatkozásában, különösen az egy főre jutó fajlagos költsést vizsgálva, csupán sereghajtó (UNWTO 2018). Ez a tény számos, nem kívánt következménnyel jár, egyrészt a turisztikai ágazatban és a nemzetgazdaságban jelentkező, másrészt a társadalmi és környezeti hatásokkal is számolni kell. A versenytársakkal történő összehasonlításban mért forgalommal párosuló alacsony költsési hajlandóság okai sokrétűek, feltárásuk messze meghaladják ezen tanulmány célját és terjedelmi korlátait. Arra azonban e helyütt is feltétlenül rá kell mutatni, hogy a költségösztönző környezet turizmusiparban észlelhető gyengeségei és a regisztrált szálláshelyet nem igénylő forgalom indokolatlanul magas mértéke kedvezőtlen folyamatokat indukál. A tanulmány a láthatatlan turizmus magyarországi sajátosságaira kíván rámutatni, miközben a nemzetközi szakirodalom elemzésével segíti a téma elméleti vonatkozásainak megismerését. A nemzetközi, valamint a hazai turizmusstatisztikák másodelemzésével feltárja továbbá a turisztikai keresletben észlelhető, eddig kevesebb figyelmet kapott anomáliákat, illetve a következtetések levonásával egyetemben javaslatokat fogalmaz meg a döntéshozók, döntés-előkészítők számára.

## 2. Elméleti háttér

A turisztikai célú mobilitás – különösen a kisebb amplitúdójúaké – térbeli modellezése hosszú ideje foglalkoztatja a turizmuskutatókat (WU-BAO 2002, WU et al. 2019). A modellek megalkotása közelebb visz a statisztikai adatbázisokban nem szereplő, más néven rejtett turisztikai volumen (MICHALKÓ-RÁTZ 2013) feltárásához és az *overtourism*, vagyis a nemkívánatos mértékű turisztikai kereslet okainak alaposabb megismeréséhez (SMITH et al. 2018). A turisztikai mobilitás korlátainak elmúlt fél évszázadban fokozatosan végbenő megszűnése lehetőséget biztosított az utazások számának növelésére és azok időtartamának lerövidülésére. Napjainkra teljesen bevett szokássá vált, hogy aznapi visszaúttal, szálláshely igénybevétele (regisztráció) nélkül kerül sor nemzetközi és belföldi utazásokra. Az ezeken résztvevők már nem tekinthetők konvencionális értelemben vett turistának, hiszen a szállásadók számára abszolúte láthatatlanná, míg a helyi lakosság számára azonban túlzottan is láthatóvá válnak.

HINCH és társai (2005) szerint a távolság kritikus faktor az utazók számára, amikor egy desztináció meglátogatása mellett döntenek. A kisebb távolságra tett utazások rövidebb időtartammal bírnak, ezek azonban egyre népszerűbbek az utazók körében. Ez óhatatlanul nagyobb volumenű, koncentrált turistaterhelést jelent egy-egy desztináció számára. A távolság mint az utazást befolyásoló tényező jelentős hatással bír a turisztikai kereslet volumenére. A nemzetközi utazási szokásokat vizsgálva jellemzően az 1000 km-en belüli utak dominálnak, amelyek szárazföldi összeköttetésben állnak a kiinduló pontnak számító országgal (McKERCHER-MAK 2019). Hasonló konklúzióra jutnak HEUNG-RYEL és szerzőtársai (2019) is, akik a 2004 és 2016 között lebonyolított tengerentúli és belföldi utazások közti összefüggéseket vizsgálták. Megállapították, hogy a belföldi utak inkább kiegészítik, mintsem helyettesítik a tengerentúli utazásokat. A fiatalabbak szívesebben választják a rövidebb, egynapos utazásokat, ugyanakkor az idősebb generáció tagjai is kiegészítik az évenkénti hosszú utazásaikat néhány rövidebb úttal. A munkaszeretetükről híres japánoknál bizonyos közlekedéstechnikai szempontok miatt már 1994-ben vizsgálat alá vonták az egynapos rekreációs céllal tett utazások mintázatait. A közlekedési hálózat tervezéséhez és szervezéséhez a japán kutatók öt szempont figyelembevételével igyekeztek modellezni a rövid távú – kifejezetten egynapos, kiránduló – utazásokat. A szempontok az alábbiak voltak: indulás ideje, utazás körülményei, tartózkodás hossza, hazautazás körülményei és érkezési

idő. Bebizonyosodott, hogy a modell alkalmas az egynapos utazások idő- és térbeli koncentrációját ábrázolni (TOMONORI et al. 1994). A tartózkodás hossza kulcsfontosságú az idegenforgalmi célpontok számára, mivel befolyásolja mind a látogatói tevékenységeket, mind a költségek volumenét (BAUM-LUNDTORP 2001). A PROVENZANO és szerzőtársai (2018) által írt tanulmány szerint – amely az UNWTO adatait vetette össze a Twitter közösségi oldal geolokációs adataival (amelyek egy fajta proxy – helyettesítő – mutatóként szolgálnak az utazások elemzéséhez) – megállapítható, hogy az európai utazók a rövidebb időtartamú utazásokat preferálják, melyek nagy része szomszédos, vagy közeli országokban realizálódik. A tanulmány szintén bebizonyította, hogy a hivatalos statisztikai adatok és a közösségi média segítségével alkalmazható geolokációs adatok között jelentős eltérések mutatkoznak. Megállapítható, hogy a konvencionális statisztikai adatbázisok sokszor nem képesek figyelembe venni a modern utazási szokások egyes aspektusait (lásd rövid távú, egynapos utazások, kirándulások stb., amelyek a közösségi médiában nyomot hagynak, noha a statisztikai adatgyűjtés körén kívül esnek). A helymeghatározási funkciókkal rendelkező alkalmazások által biztosított adatok sokkal alkalmasabbnak bizonyulnak a valódi térbeli mozgások ábrázolására, mennyiségi elemzésére. Egyértelműen megállapítható, hogy a kutatóknak kombinálniuk kell az új adatgyűjtési módszereket az empirikus és hivatalos adatelemzési módszerekkel annak érdekében, hogy a valósághoz közelebb álló képet kapjunk a turisták számáról, tevékenységeiről és költségeiről.

BRIDA és RISSO (2010) megnevezi azokat a csatornákat, amelyek nyomán a turizmus bővíti egy ország gazdaságát, és növeli a GDP-jét. A turizmusból származó bevételek felhasználhatók tőkebefektetésekre, miközben a sikeres turizmuspolitika növeli az ország versenyképességét. A turizmus serkenti az infrastrukturális fejlesztéseket és a gazdaság további ágazatait. Éppen ezért fontos, hogy egy ország naprakész, pontos, megbízható statisztikai adatokkal rendelkezzen, amelyeket akár alternatív adatgyűjtések is kiegészíthetnek annak érdekében, hogy még pontosabban kimutatható legyen a turizmus nemzetgazdaságban betöltött szerepe. Nem véletlen, hogy számos közgazdász, kutató vizsgálja, hogy a turizmus bővülése milyen mértékben járul hozzá a GDP növekedéshez egy adott országban. Ezen összefüggések kimutatásához PEREZ-RODRÍGUEZ és szerzőtársai (2015) Spanyolország, Nagy-Britannia és Horvátország turisztikai GDP-jének vizsgálata kapcsán megállapították, hogy a turizmus volumenének bővülése jelentős mértékben függ össze

a GDP növekedésével, azonban a turizmus szektor hozzáadott értékének pontos kimutatásához rejtett turisztikai potenciálokat szükséges felfedni és számszerűsíteni annak érdekében, hogy a turizmus GDP-hez történő tényleges hozzájárulása valóban kimutatható legyen.

A turizmusstatisztika fekete dobozának számító VFR<sup>3</sup> turizmus tekinthető a rejtett turizmus, így a turizmus GDP-hez való hozzájárulásának kibontakozását gátló, egyik sajátos piaci szegmensnek. A láthatatlan turisztikai tevékenységek és a VFR turizmus kapcsolatára számos közelmúltbeli tanulmány rámutatott. Ezek alapján elmondható, hogy a VFR turizmusban résztvevők, a keresletük által számos olyan tevékenységet végeznek utazásaik során, amelyek jelentős gazdasági hozzájárulást eredményeznek (HÄNSEL-METZNER 2011, BACKER-KING 2017, GRIFFIN-NUNKOO 2016). Nem csupán maguk a VFR turisták költenek turisztikai céllal egy adott desztinációban, hanem a *host*-ok, vagyis a házigazdák is, hiszen gyakran kísérik el vendégeiket a programjaikon, még több költséget generálva ezzel (BACKER 2007).

Az Európai Parlament és a Tanács 2011. július 6-án, a 692/2011/EU rendeletben fogadta el a turizmusra vonatkozó európai statisztikákról szóló új előírásokat, amelyben egyértelműen megfogalmazásra került, 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, továbbá a nem bérelt szálláshelyek vagy a kisebb létesítményekben elérhető szálláshelyek növekvő fontossága, valamint az internetnek a turisták foglалási szokásaira és a turisztikai ágazatra gyakorolt egyre fokozódó hatása azzal jár, hogy a turisztikai statisztikákat ezekhez kell igazítani.”*

Az Európai Bizottság módszertani kézikönyv összeállítását írta elő az Eurostat számára, amit rendszeresen aktualizálni kell. A fenti EU-s jogszabály életbe lépését követő 5 éven belül azonban mindössze egyetlen egy jogi aktus történt, a turizmusstatisztika szempontjából teljesen irreleváns melléklet módosítása (EURÓPAI BIZOTTSÁG 2016). Ezzel szemben a Magyar Kormány az Országos Statisztikai Adatfelvételi Program (OSAP) kötelező adatszolgáltatásairól szóló 388/2017. (XII. 13.) Korm. rendelete keretében megerősítette a hazai regisztrált szálláshelyek adatszolgáltatási kötelezettségét,

<sup>3</sup> VFR: visiting friends and relatives, rokonok és barátok turisztikai vonatkozású meglátogatása

amellyel párhuzamosan a Magyar Turisztikai Ügynökség létrehozta, és 2019. július 1-től elindította a szálláshelyek forgalmát a korábbiakhoz képest hatékonyabban mérő Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központot (NTAK). A rendszer az első beszámolók szerint az elvárásoknak megfelelően működik, azonban a regisztrált szálláshelyeken kívüli turisztikai kereslet, az úgynevezett láthatatlan turizmus sajátosságai továbbra is feltárásra szorulnak.

A turizmus láthatatlansága nézőpont-specifikus. Az érintett csoportok, az utazók, az utaztatók (értsd a közlekedésben érdekelt vállalkozások), a helyi lakosság, a turisztikai szolgáltatók, a kiskereskedelmi egységek észlelik a statisztikai hivatalok rendszeres adatgyűjtési körén kívül eső és a különböző szintű turisztikai desztináció menedzsment szervezetek figyelmét elkerülő mobilitást. A láthatatlan turizmus lényege abban áll, hogy éppen az elsődleges turisztikai szuprastruktúra üzemeltetésében érdekelt vállalkozások (szálloda- és vendéglátóipar) azok, akik alig profitálnak az adott desztinációban tartózkodók fogyasztásából (ILYÉS 2017). Az egynapos kirándulások (beleértve a kulturális és sportrendezvényeken, valamint a vallási eseményeken való részvételt), akár a főváros-vidék, akár a vidék-főváros relációját, vagy a nagyvárosi agglomerációkon belüli turisztikai mobilitást vizsgáljuk, továbbá a kedvelt vízparti üdülőhelyeken található második otthonok (nyaralók, hétvégi házak stb.) használatának átmeneti átengedése a rokonoknak, barátoknak, valamint a belföldi és a nemzetközi relációban egyaránt megjelenő rokon- és barátlátogató turizmus (VFR) képezi a láthatatlan turizmus melegágyát. Az igen tekintélyes nagyságrendű nemzetközi átutazó forgalom tárgyalása is a láthatatlan turizmus fogalmi égisze alatt történik.

### 3. Módszertan

A láthatatlan turizmus tárgyát képezi a statisztikai értelemben vett mérhetőség problematikája. A turizmusban, mint minden gazdasági iparágban, a statisztika jelentős szereppel bír: a statisztikák segítségével lehet többek között mérni a turizmus hozzájárulását a gazdasági mutatókhoz, segítséget nyújtani a döntéshozóknak és turisztikai vállalkozásoknak, nemzetközi szinten pedig szintén a statisztikai mutatók segítenek a különböző intézményeknek, hogy összehasonlítható adatokat tudjanak biztosítani az érintetteknek (VOLOGIAMBALVO 2008). A tudomány jelenlegi állása szerint éppen a turizmus láthatatlan szegmenséből fakadóan nincs olyan egységes modell, amely

alkalmazható lenne a turisták számának pontos mérésére. Sokszor nagyon korlátozottan állnak rendelkezésre adatok, feltéve, hogy egyáltalán vannak. Éppen ezért a turisztikai mobilitás igen tekintélyes része nem létező jelenségnek bizonyul, holott valós nyomai vannak (WYNEN 2013). A szakirodalom ezeket a mérhetetlen mozgásokat a *visitor flow* kifejezéssel illeti, amit talán úgy tudnánk magyarra fordítani, hogy *látogatói áradat* (SCUTTARI et al. 2013). Az *áradat* kifejezés itt nem feltétlenül a turisták magas számára utal, hanem a mérhetetlenség jelenségére. A turisták számának mérése problémát okozhat a küldő és fogadó desztináció között, illetve egy adott régióban, desztináción belül is.

A nemzetközi szakirodalomban DE CANTIS és szerzőtársai (2015) megalkották a *trips/arrivals* modellt, amivel a szolgáltatók statisztikáira támaszkodva meghatározható a turisztikai jellegű utazások száma egy adott desztinációban. A szerzők szerint a turizmus mértékét kimutató statisztikák szűkebb területi körökben (regionális és települési szinten) kevésbé precízek. A turisták motivációi különbözőek, amelyeket gyakran nehéz egymástól elkülöníteni és meghatározni, ami főként az olyan desztinációkban okoz problémát, amelyek több turisztikai termékkel és látványossággal rendelkeznek, mint például egy nagyváros. A Tobit modell egy másik szemszögből közelíti meg a problémát, és az egynapos kirándulások távolságának meghatározására állít fel modellt: több magyarázó változó segítségével kívánja megállapítani, hogy az egynapos kirándulók milyen távolra utaznak el lakóhelyüktől. Ilyen változók például: a nem, a kor, a gyermekek száma, az iskolázottság, az időtényező és az időjárás. Az egynapos kirándulások során a távolság nagyban meghatározza a desztinációválasztást és a költést (WYNEN 2013).

A láthatatlan turizmus feltárásának legfőbb paradoxona, hogy az íróasztal mellől is könnyen elérhető adatbázisok elemzésével (desk research) kívánja láthatóvá tenni a turisztikai kereslet regisztrált szálláshelyet nem igénylő szegmensét. Úgynevezett helyettesítő (proxy) mutatók felhasználásával, illetve létrehozásával közelítő becslések adhatók a belföldi és a nemzetközi relációban egyaránt jelenlévő nemkonvencionális turisztikai mobilitásról, az abban realizálódó költésről és azal összefüggésben a turizmus GDP-re gyakorolt hatásáról. Az elvégzett vizsgálatok az UNWTO és a KSH Tájékoztatási adatbázisában elérhető információkon alapulnak, és az adatok másodelemzésével, grafikus és kartográfiai ábrázolásával értékelik a nemkonvencionális turisztikai mobilitás jelenségét.

## 4. Eredmények

### 4.1. NEMZETKÖZI RELÁCIÓ

Magyarország nemzetközi turizmusban betöltött súlyának megítélése már akkor nehézségekbe ütközik, ha a legautentikusabb adatbázist, az UNWTO évről évre megjelenő statisztikai kiadványát vesszük alapul. Egyrészt az adatok legalább másfél-két év késéssel frissülnek, másrészt még Európán belül sem koherensek, mivel a turista értelmezésében meglévő konszenzus ellenére a statisztikai adatközlésben egyes országok az államhatárokat átlépő és a felkeresett célterületen legalább egy éjszakát eltöltő, mások a kereskedelmi szálláshelyen megszálló külföldiek, esetleg az általuk eltöltött vendégéjszakák számát tekintik a statisztika alapegységének.

Az UNWTO (2018) szerint Magyarország 2017-ben előkelő helyen szerepelt az európai turistafogadó országok élmezőnyében, a 2010 és 2017 között mért 38,4%-os átlagos növekedéshez képest sokkal dinamikusabban sikerült növelnie a határt átlépő és az ország területén éjszakázó turisták számát (1. ábra). Tehát a turistaérkezéseknek mind a 2017. évi volumene (15,8 millió érkezés), mind a

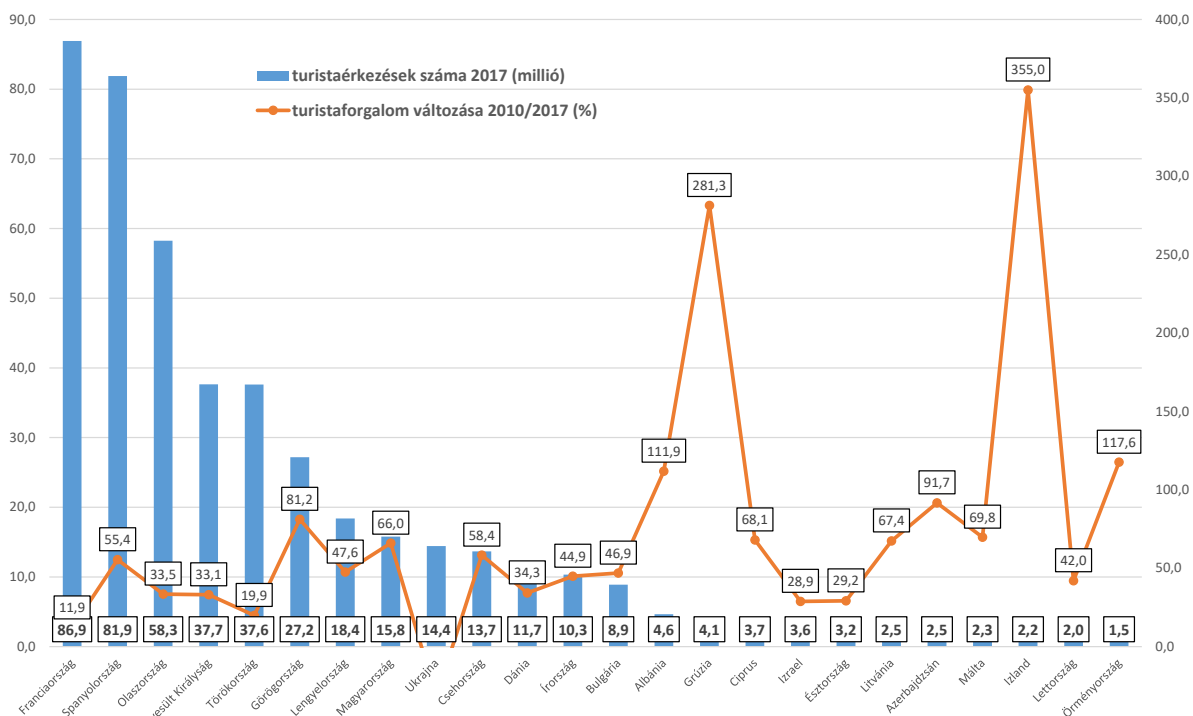
2010-2017-es növekedési üteme (66,0%) ígéretes teljesítménynek bizonyult.

Magyarország azon európai országok táborában, ahol a turistaérkezések statisztikáját a határt átlépő és az adott állam területén legalább egy éjszakát eltöltők száma alapján vezetik, 2017-ben az utolsó előtti helyen szerepelt az egy turistaérkezésre jutó költség vonatkozásában. Az 1000 USD körüli világszerte átlagosan képest 2017-ben egy Magyarországra látogató turista az UNWTO statisztikai közlése szerint mindössze 391 USD-t költött (2. ábra). Mivel ez a mutató hosszú évek, évtizedek óta igen kedvezőtlen helyre pozicionálja Magyarországot a nemzetközi turizmusstatisztikában, ezért elengedhetetlen a turista definíciójának újraértelmezése a statisztikai közgondolkodásban.

Ha a Magyarországra tett külföldi utazások számát és a hozzá kapcsolódó kiadások összegét vizsgáljuk, akkor azt tapasztaljuk, hogy az egy főre eső átlagos napi költség az egy napos utazók esetében 2019-ben 13,5 ezer forint volt, az összes utazást vizsgálva pedig – az egy napos és többnaposakat is beleértve – ez az összeg 16,7 ezer forint volt (3. ábra). Ez a tény is jól reprezentálja, hogy a külföldiek szálláshely igénybevételével nem párosuló utazásai nem tekinthetők elhanyagolhatónak.

1. ábra

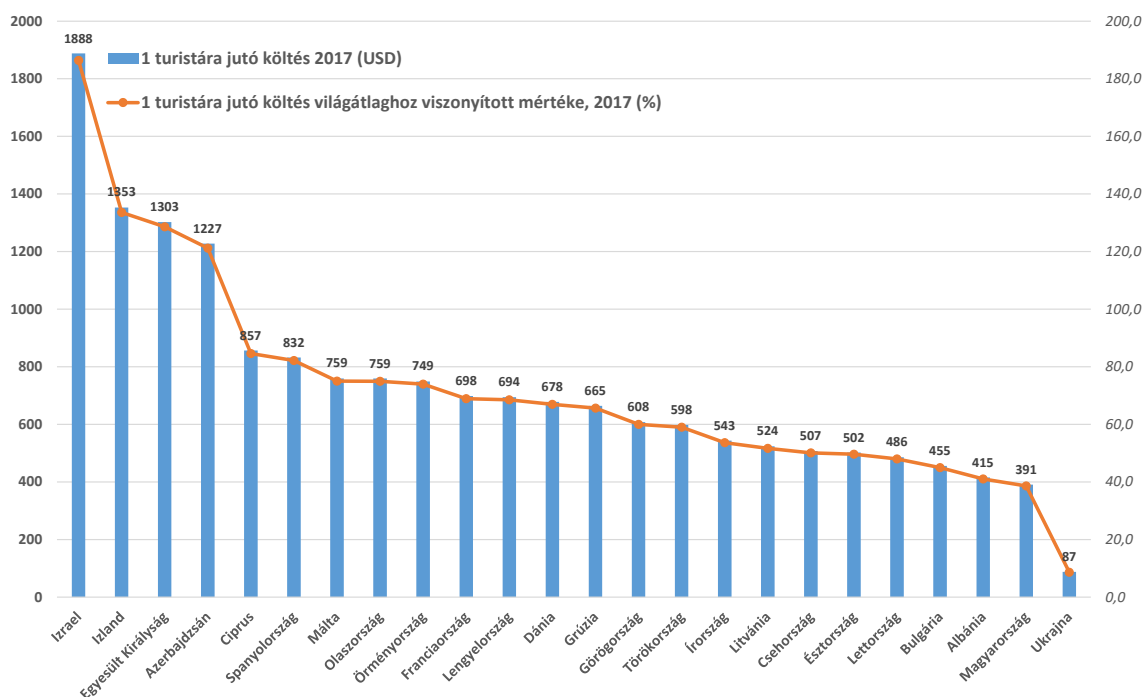
**Turistaérkezések száma Európában  
(az adott ország határát legalább egyéjszakás tartózkodás mellett átlépők), 2017**



Forrás: saját szerkesztés az UNWTO Tourism Highlights (2018) alapján

2. ábra

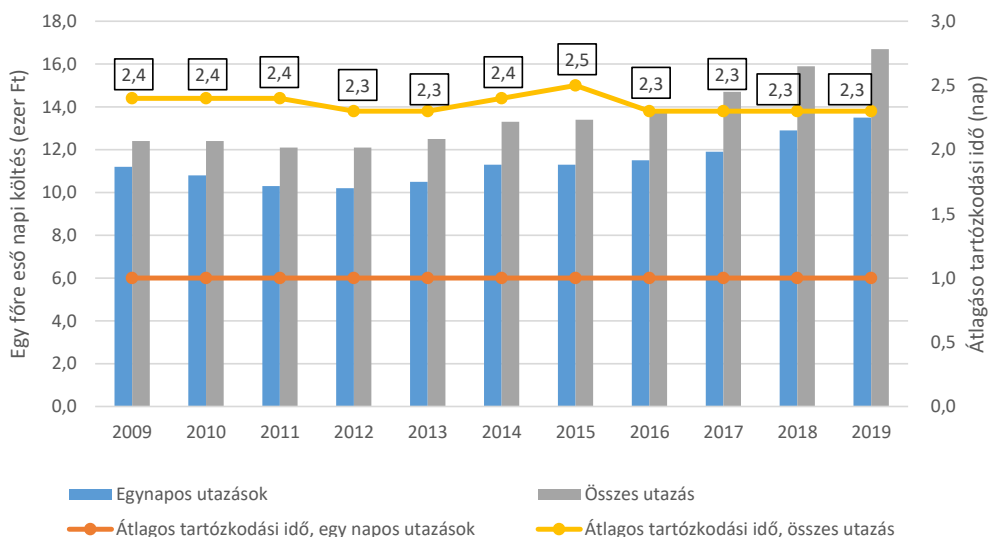
## Egy turistaérkezésre jutó költség Európában, 2017



Forrás: saját szerkesztés az UNWTO Tourism Highlights (2018) alapján

3. ábra

## A külföldiek egy főre eső, átlagos napi költése és átlagos tartózkodási ideje Magyarországon 2009 és 2019 között



Forrás: saját szerkesztés a Központi Statisztikai Hivatal Tájékoztatási adatbázisa alapján

A globális turizmus természetének megváltozása szükségszerűen magával vonja az országhatárokat személyforgalomban átlépők turisztikai magatartásával és annak mérésével kapcsolatos szemlélet-

váltást (Magyarországon is):

- A nemzetközi turistaforgalomban érkezőknek nem kell az adott ország területén éjszakázni ahhoz, hogy köznapi értelemben

turistaként definiáljuk őket, és a turizmusipar ágazati szereplői a jelenleginél sokkal nagyobb figyelmet fordítsanak rájuk. Például a határt vásárlási céllal 1 napra átlépő külföldiek is a turizmus értelmezési tartományába tartoznak, bevásárlóturistának nevezzük őket, akik a helyi szolgáltatóknak (köztük a vendéglátó-ipari egységeknek) keresletet teremtenek, később akár több napra is visszatérhetnek, így a desztinációs menedzsment-szervezeteknek fel kell ismerni a bennük rejlő potenciált (de ugyanebbe a kategóriába tartoznak a VFR turisták, illetve az egészségügyi, egészségturisztikai szolgáltatásokat igénybe vevő látogatók is).

- A nemzetközi turistaforgalomban érkezőknek nem kell regisztrált szálláshelyen megszállnia ahhoz, hogy köznapra értelemben turistaként definiáljuk őket, tehát a turista mivoltukat nem az elszállásolásuk helyszíne, hanem a fogyasztói magatartásuk indukálja. Például turistaként beszélünk azokról a külföldiekről is, akik nyaranta ellepik a Balaton parti településeket, mégsem szerepelnek a szálláshely statisztikában, mert a saját ingatlanjaikban, vagy rokonaik, barátaik biztosította szíveségi szálláshelyen töltik az éjszakákat. Ugyanakkor tevékenységük révén a helyi turizmus szerves részei, szolgáltatásokat vesznek igénybe, a közösségi médiafelü-

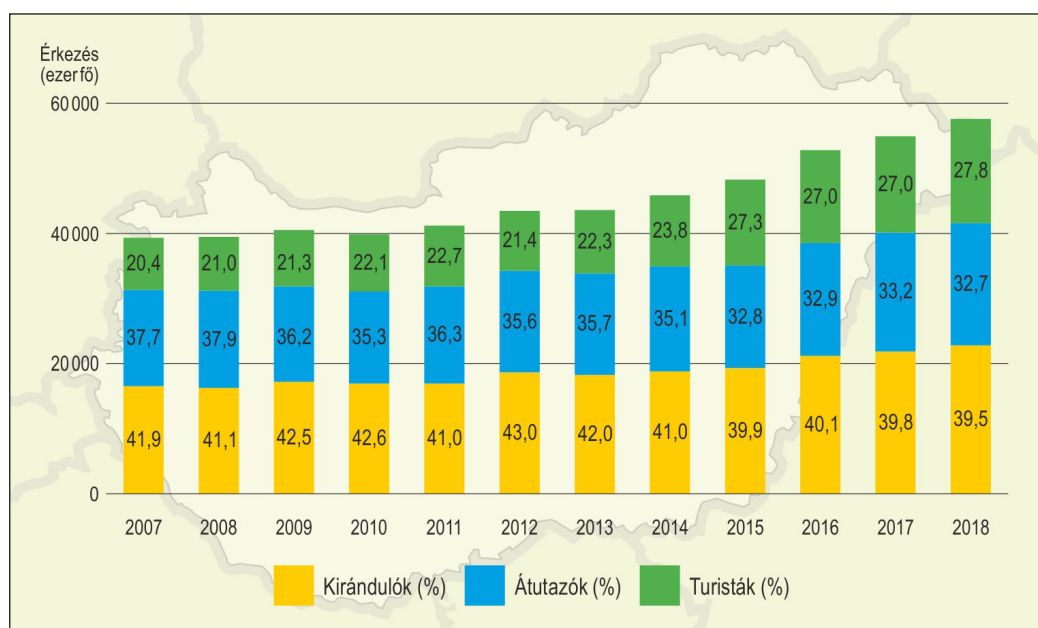
leteken értékelnek, véleményt formálnak a turisztikai kínálatról, a helyiek vendéglátói attitűdjéről, de alkalmasak konvencionális turistaforgalom generálására is, így a desztinációs menedzsmentszervezeteknek fel kell ismerni a bennük rejlő potenciált.

- A nemzetközi átutazó forgalomban érkezőket köznapra értelemben turistának tekinthetjük, mivel az átutazásra használt folyosók mentén, illetve azok közvetlen közelében a turistaforgalmat is ellátó szolgáltatásokat (üzemanyag-töltő állomások, vendéglátóipari-egységek, kiskereskedelmi, javító-szolgáltató egységek) vesznek igénybe, sőt előfordulhat, hogy az átutazás motivációja ellenére az adott országban töltik az éjszakát (külön kategória a lakókocsival, lakóautóval érkezők). Az átutazás ténye ugyan szűkös, de mégis lehetőséget biztosít a turisztikai marketingkommunikációs üzenetek eljuttatására, a legfontosabb értékekre történő figyelemfelhívásra, a visszatérésre ösztönzésre.

A Magyarország schengeni övezethez való csatlakozását (2008) követő időszak egybe esett a turisztikai mobilitást lelassító globális gazdasági válsággal, ennek ellenére évről évre a hazai lakosság szám négyszeresét meghaladó külföldi állampolgár lépte át az országhatárokat (4. ábra). 2007 és 2010 között évente mintegy 40 millió külföldi érkezett

4. ábra

#### Magyarországra érkező külföldiek megoszlása az utazás jellege szerint, 2007-2018



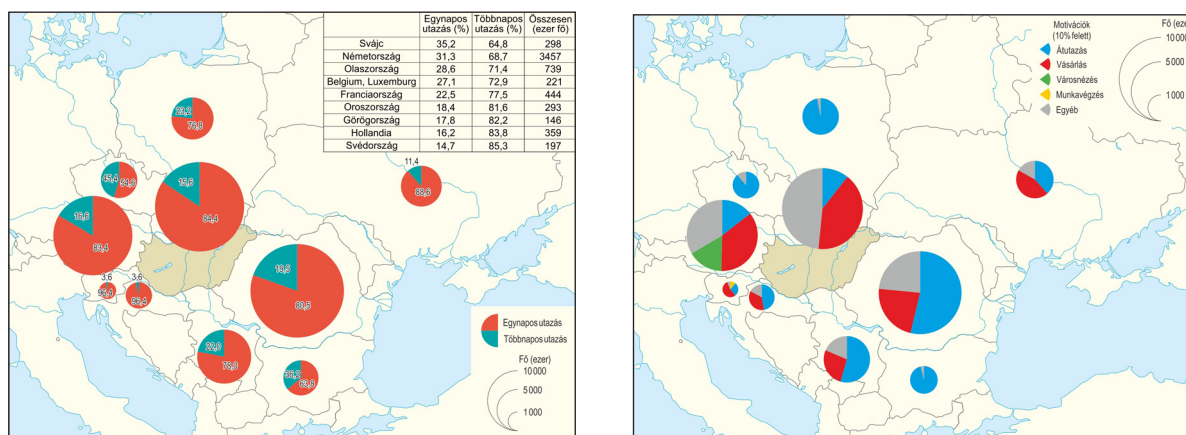
Forrás: saját szerkesztés a KSH Tájékoztatási adatbázisa alapján (kartográfia: Mezei Gáspár)

Magyarországra, amely mutató 2018-ra 58 millió főre emelkedett. Míg 2007-ben a Magyarországra érkező külföldiek 20,4%-a volt turista, vagyis az ország területén legalább egy éjszakát eltöltő látogató, addig 2018-ban ez a mutató 27,8%-ra nőtt. A kedvező tendencia ellenére az országban 24 óránál rövidebb ideig tartózkodó, ugyanazon határszakaszon be- és kilépő kirándulók, valamint az eltérő határszakaszokon be- és kilépő átutazók aránya 2018-ban együttesen volt 72,2% (!), ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy a 16 millió turista mellett 42 millió (!) kiránduló és átutazó is Magyarország területén tartózkodott. Ha elfogadjuk, hogy a hazai lakosságszám négyszeresét meghaladó volumenű külföldi személyforgalom a turizmus fogalmi bővülésének köszönhetően turistaként (de legalábbis láthatatlan turistaként) értelmezhető, akkor az ő fogyasztói magatartásukkal összefüggő költés a hazai turizmus GDP-hez való hozzájárulásának számítását is befolyásolhatja. A kiránduló és átutazó forgalom hosszú évek óta észlelt, stabilnak mondható volumene mindenképp alkalmas arra, hogy az ország turizmusában potenciális tartalékként kerüljön értelmezésre.

a Magyarországgal szomszédos hét ország mind-egyike, sőt Lengyelország (76,8%), Bulgária (63,8%) és Csehország (54,6%) is azon küldő országok közé tartozik, ahonnan a teljes forgalmon belül 50% feletti a 24 óránál rövidebb ideig itt-tartózkodók aránya (5a ábra). Szlovéniából és Horvátországból (egyaránt 96,4%) szinte csak 1 napra érkeznek a látogatók, de rendkívül magasak az ukrán (88,6%), a szlovák (84,4%), az osztrák (83,4%) és a román (80,5%) relációban is a 24 óránál rövidebb időtartamú látogatások (Szerbia, Montenegró és Koszovó összesített mutatója 78,0%). Nem feledkezhetünk meg arról sem, hogy Magyarország hagyományos turistaküldő területeiről is igen tekintélyes egynapos forgalmat regisztráltak (például a Németországból és Olaszországból érkező kereslet 1/3-a egynapos, ezek mögött vélhetően az átutazó török és román vendégmunkás forgalom húzódik). Amennyiben mélyebb elemzést végzünk és feltárjuk, hogy ez a több tízmillió külföldi *villámlátogató* tömeg milyen motivációval lépett Magyarország területére 2018-ban, akkor megállapíthatjuk, hogy a markáns (10% feletti motivációk sorában) az átutazás és a vásárlás játssza

5. ábra

(a) (bal oldali) Magyarországra érkező külföldiek megoszlása az utazás időtartama szerint, 2018  
(b) (jobb oldali) Egy napra Magyarországra érkező külföldiek megoszlása az utazás motivációja szerint, 2018



Forrás: saját szerkesztés a KSH Tájékoztatói adatbázisa alapján (kartográfia: Mezei Gáspár)

A Magyarországra irányuló külföldi személyforgalom 70,0%-a egynapos, 24 óránál rövidebb időtartamú keresletként jelentkezik (előfordulnak olyan esetek, amelyekben az átutazási motivációval érkezők egy éjszakát az országban töltenek, ez okozza az összesített adatok közötti diszkrepanciát). Ha megvizsgáljuk azon országok körét, amelyek tekintetében 2018-ban domináns volt az egynapos kereslet aránya, megállapíthatjuk, hogy

a legfontosabb szerepet. Lengyel (96,9%), bolgár (96,3%), cseh (88,6%) és román (53,7%) relációban az átutazási motivációval érkezők a teljes forgalmon belül dominánsak (Szerbia, Montenegró és Koszovó összesített mutatója 54,5%). A bevásárlás egyedül Szlovénia esetében domináns (54,0%), de Ukrajna (44,9%), Szlovákia (41,0%) és Ausztria (35,9%) vonatkozásában is meglehetősen magas (5b ábra). Egynapos forgalomban konvencionális



turisztikai mobilitásra utaló tevékenység egyedül Ausztria kapcsán volt észlelhető, 16%-uk városnézésre érkezett Magyarországra.

A turizmusból származó GDP növelése szempontjából kulcsfontosságú információk egyike a Magyarországra belépő turisták, tehát az ott legalább egy éjszakát eltöltő külföldiek tartózkodásának helyszíne, vagyis annak a kérdésnek a megválaszolása, hogy hol éjszakáznak azok, akik nem vesznek igénybe regisztrált szálláshelyet?

## 4.2. BELFÖLDI RELÁCIÓ

A nemzetközivel összehasonlítva belföldi relációban a láthatatlan turizmus értelmezése sokkal összetettebb probléma. Míg a nemzetközi turizmusnál két tényező, az országhatár átlépése és a legalább 24 órás tartózkodás, egyértelműen meghatározza a személyforgalomban érkező külföldiek státuszát, addig a belföldi turizmusban ilyen fogódzók nem állnak a rendelkezésünkre. Ha

1. táblázat

### Regisztrált szálláshelyet igénybevevő nemzetközi turisták Magyarországon (2009-2018)

Év	Magyarországra érkező turisták száma (1000 fő)	Regisztrált szálláshelyen* megszállt külföldi vendégek száma (fő)	Regisztrált szálláshelyet* igénybe vevő, Magyarországra érkező turisták aránya (%)	Kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek kapacitáskihasználtsága Magyarországon (%)
2009	8 671	3 508 593	40,5	24,8
2010	8 821	3 698 242	41,9	25,3
2011	9 382	4 067 744	43,4	23,6
2012	9 320	4 432 363	47,6	24,7
2013	9 725	4 721 260	48,5	26,6
2014	10 952	5 089 434	46,5	27,5
2015	13 178	5 542 255	42,1	28,4
2016	14 260	6 069 383	42,6	29,9
2017	14 838	6 743 342	45,4	32,2
2018	16 004	7 318 397	45,7	33,0

Megjegyzés: \* kereskedelmi és üzleti célú egyéb (magán) szálláshelyek együttvéve

Forrás: saját szerkesztés a KSH Tájékoztatási adatbázisa alapján

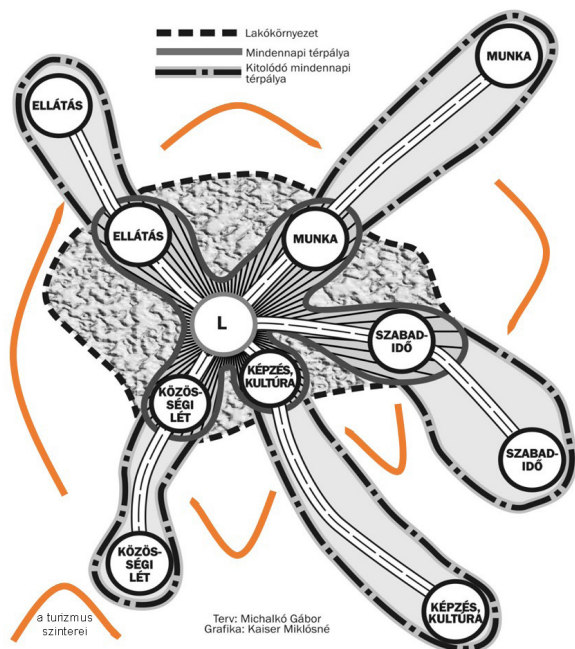
2009–2018 között egyetlen egy olyan év sem volt, amikor a Magyarországra érkező külföldi turisták legalább fele igénybe vette volna a magán és a kereskedelmi szálláshelyek (regisztrált szálláshelyek) kínálatát, a vizsgált időszakban 40,5%-48,5% között mozgott a szálláshely-igényes nemzetközi turistaforgalom (1. táblázat). Másképp fogalmazva, a Magyarországra érkező külföldi turisták többsége nem vesz igénybe regisztrált szálláshelyet, évről évre több millióan (2018-ban 7,3 millióan!) úgy töltenek legalább egy éjszakát Magyarországon, hogy sem a kereskedelmi, sem a magán szálláshely szektor nem profitál az itt-tartózkodásukból. Ha ezt a ténytet összevetjük a kereskedelmi szálláshelyek férőhelyeinek kapacitáskihasználtságával (1. táblázat), akkor azonnal szembeötlő az összefüggés. A kapacitáskihasználtság számolásával kapcsolatos módszertani anomáliák ellenére is kirajzolódik a szíveségi szálláshelyeket igénybevevők átirányításának lehetősége.

a turizmus korszerű definíciójából indulunk ki (MICHALKÓ 2012), akkor a környezetváltozás és a szolgáltatások igénybevétele generálta élményszerzés jelenti a belföldi turizmus megragadásának eligazodási pontjait. A belföldi turizmus értelmezése megkérdőjelezhetetlenül geográfiai kérdés, ha valaki átmenetileg elhagyja a lakókörnyezetét, vagy letér a mindennapi térpályáiról köznapi értelemben turistává avanszál (6. ábra). A szolgáltatások igénybevétele (vagyis az utazással összefüggő költség domináns realizálódásának) helye nem feltétlenül határozza meg az érintett(ek) turista mivoltát, mivel számos, turizmussal összefüggő mobilitási jelenség esetében észlelhető a költség desztináció fókuszáltságának elmaradása.

Ha a belföldi utazás regisztrált szálláshely igénybevételevel párosul, viszonylag pontosan rögzíthető annak szabadidős vagy hivatásturizmusba

6. ábra

## A belföldi turizmus szinterei



Forrás: MICHALKÓ (2012:35) alapján átdolgozva

történi illeszthetősége. De mi történik azokban az esetekben, amikor a környezetváltozás rövidebb mint 24 óra, és/vagy nincs szolgáltatásvásárlás? A belföldi turizmus egyértelmű számbavehetősége és mérhetősége érdekében a környezetváltozás ténye önmagában is a turizmus fogalmi égisze alá vonja azokat az eseteket, ahol a lakókörnyezet és a mindennapi térpályák elhagyására kerül sor (6. ábra). Például egy nagyváros agglomerációjában elhelyezkedő üdülőövezetbe irányuló mobilitás a hétvégi házas-turizmus: az, aki reggel felkel, elmegy a szomszédos település kiskertjébe, megkapálja a szőlőt, megissza az otthon termoszban előre lefőzött kávéját, a csehszlovák faház teraszán elolvassa a magával hozott napilapokat és este hazatér a nagyvárosba, nem értelmezhető másképp, mint hétvégi házas-turistának. Volt környezetváltozás, volt élményszerzés, ugyanakkor a tartózkodással összefüggésben nem realizálódott bevétel a desztinációban (esetleg a helyi önkormányzatnál telekadó, építményadó, a biztosítótársaságnál biztosítási díj az ingatlanra, a közüzemek használatából eredően rezsi). Azonban költség mégis volt, mivel az utazás (kivéve, ha nyugdíjas és közösségi közlekedést vett igénybe), az elfogyasztott kávé, a kiolvasott újság ára részben az illető turisztikai mobilitásával összefüggésben merült fel. Tehát ezen az analógián haladva kell értelmezni a belföldi turizmust, és számába venni az azzal kapcsolatos

turisztikai bevételeket. (Nem szabad megfeledkezni arról, hogy a saját lakóhelyén, a saját lakókörnyezetében senki sem válik turistává, így akkor sem generál turisztikai költséget, ha egy helyi vendéglátó-ipari egységben fogyaszt, vagy bármilyen oknál fogva egy helyi szállodában tölti az éjszakát.) Ha elfogadjuk, hogy a lakóhelyen, lakókörnyezetben és a mindennapi térpályákon kívüli, 24 óránál rövidebb tartózkodás a turizmus ernyőfogalma alatt kerül tárgyalásra, akkor a rekreáció kolonizálásával ugyan, de lehetőség nyílik a turizmus konvencionális értelmezésének egyre sürgetőbb kiszélesítésére.

A 24 órát meghaladó tartózkodással párosuló belföldi utazások közül a regisztrált szálláshelyet nem igénylők mostohagyermekként való kezelésében jelentős előrelépést hozhat a láthatatlan turizmus szerepének és nemzetgazdaságban betöltött súlyának kellő mértékű felismerése (a KSH adatai szerint 2019-ben a többnapos belföldi utazásokban résztvevő 14,2 millió fő 43,7%-a rokon, barát, ismerős által biztosított szálláson, 7,1%-a saját nyaralóban vagy házában szállt meg). Ahhoz, hogy valakinek az utazását a turizmus fogalmkörébe soroljuk egyáltalán nincs szükség arra, hogy az illető kereskedelmi vagy üzleti célú egyéb (magán) szálláshelyen töltsen az éjszakát. A távol élő rokonok és barátok időközönkénti meglátogatása során ugyan a legtöbb esetben nem vesznek igénybe regisztrált szálláshelyet (ezt a vendégszoba, kisház használatával váltják ki), de az utazással (például közlekedés, ellátás) és a tartózkodással (például szabadidős ruházat, hobbi felszerelés, ajándék a meglátogatottnak, kiskereskedelmi vásárlások, szabadidős programok, vendéglátó-ipari egységek felkeresése) kapcsolatban felmerülő költségek, valamint a vendéglátó többletköltségei (például vendégül látás, takarítás) kompenzálhatják a szálláshelyi szektor kieső bevételeit. Hasonló helyzettel találkozhatunk az üdülőturizmusban hasznosított második otthonok igénybevétele kapcsán, ahol a helyi szálláshelyek iránti igény elhanyagolható, azonban a kiindulási hely és a célterület kiskereskedelmi egységeiben realizált költség igen tekintélyes (mivel az otthonról hozott élelmiszerek, vegyi áruk és iparcikkek a meglátogatott hely turizmusában kerülnek hasznosításra, így az erre fordított költség feltétlenül turisztikai színezetű). A nyaralótulajdonosok lokális vagy térségi szabadidős (például strandbelépő) és vendéglátó-ipari (például fogyasztás a büfében) költségei, üzemanyagigénye (például csillagtúrák), a hozzájuk szívességi szálláshelyi igénnyel érkező vendégekről nem is beszélve, felülírják a konvencionális turizmusra fókuszáló tervezési, fejlesztési, szabályozási és menedzsment feladatokat.

## 5. Következtetések, javaslatok

A láthatatlan turizmus Magyarország nemzetközi és belföldi turizmusában egyaránt meghatározó szerepet játszik. A láthatatlan turizmus kutatásában rejlő lehetőségek felismerése az akadémiai tudás gazdagítása mellett a turizmus-irányítás számára is hasznosítható ismeretek létrehozását eredményezheti. A nemkonvencionális turisztikai mobilitás sajátosságainak alaposabb feltárásához, és az abból fakadó bevételek meghatározásához a nemzetközi és a hazai turizmusstatisztikai adatgyűjtésekben is paradigmaváltásra van szükség. A láthatatlan turizmussal összefüggő jelenségeket és folyamatokat lehetőségként kell értelmezni. A tízmillió nagyságrendű, vendégéjszakát nem eredményező nemzetközi és a milliós volumenű belföldi forgalmat körültekintően fejlesztett eszközrendszerrel a turisztikai szolgáltatások intenzívebb igénybevétele felé kell terelni, amely érdemi bevételnövekedést eredményezhet.

- Magyarország nemzetközi kitekintésben is a nemkonvencionális turisztikai mobilitás tanulmányozásának potenciális laboratóriuma, ahol a jelenség minden típusa és altípusa megfigyelhető. Rendelkezésre áll az a volumenű kereslet, amelynek megfigyelése alkalmas nemzetközileg is hasznosítható módszertanok kidolgozására, mind a mérés, mind a turizmusfejlesztési (irányítási, szabályozási) pilot projektek lebonyolítására.
- A szomszédos országokból Magyarország felé irányuló beutazó forgalom megdöbbentő mértékben a 24 óránál rövidebb tartózkodással párosuló kirándulásokban és átutazásokban ölt testet. E kereslet talaján ki kell dolgozni a konvencionális turizmusba történő becsatornázásuk módszertanát.
- Mivel a Magyarországra érkező turistaforgalom 50%-a nem regisztrált szálláshely-igényes, a turisztikai szolgáltatóknál nem realizálódik ebből származó bevétel. Ez nemcsak a szálláshelyeket, hanem a vendéglátó-ipari egységeket és vélhetően az attrakciók üzemeltetőit is érinti. A saját ingatlanban és a szivességi szálláshelyeken megszállók átirányítására komplex marketingkommunikációs akcióterv kidolgozása ajánlott.
- Belföldi relációban turizmusként kell értelmezni minden, a lakóhelyen, illetve lakókörnyezeten túlrá irányuló, a szabadidő-eltöltést és a hivatásvégzést szolgáló mobilitást, amennyiben azok a mindennapi térpályákon kívül esnek. Ezzel a belföldi turizmus statisztikai számbavételében is egyértelműbb

helyzet teremthető, és a jelenleginél sokkal pontosabb kép rajzolható az érintett területekről.

- A rokonok és ismerősök meglátogatása kapcsán belföldön is igénybe vett szivességi szálláshelyek a teljes belföldi turistaforgalom 43%-át teszik ki, ami úgy is értelmezhető, hogy ekkora a regisztrált szálláshelyek forgalomkiesése. A társadalmi tradíciók berögződöttsége miatt komoly kihívást jelentene a szivességi szálláshely-igénybevétel legalább felére csökkentése, ezzel azonban akár 7 millió vendégéjszakával is növekedhetne a hazai regisztrált szálláshelyek kereslete.
- A Magyarország turizmusmarketingjéért és turisztikai termékfejlesztéséért felelős szervezet, a Magyar Turisztikai Ügynökség, – a kutatási eredmények ismeretében – már a tervezés és döntés-előkészítés fázisában a korábbiaknál nagyobb figyelmet szentelhet a nemkonvencionális turisztikai mobilitásban rejlő, eddig kihasználatlan vagy nem kellő hatékonysággal hasznosított lehetőségeknek. Országos szinten a beutazó külföldiek körében évtizedek óta kifejezetten népszerű bevásárlóturizmus egységes (központi) marketingkommunikációja és fejlesztése valószínűleg megvalósulhatna. E mellett a turizmusirányítás által eddig teljes mértékben észrevétlen átutazásokban (átutazó turizmusban) rejlő marketingkommunikációs lehetőségek átgondolása is megfontolandó, mivel az a tény, hogy a valahonnan valahová tartó külföldi állampolgárok néhány órát Magyarországon töltenek, marketingüzenetek továbbítására ad alkalmat. Nem szabad megfeledkezni a helyi vagy térségi TDM szervezetekről sem, akik például a VFR turizmus (rokon- és barátlátogatás) kihasználására fordíthatnának nagyobb figyelmet, hogy a látogatók hatékonyabban váljanak a turisztikai szolgáltatások igénybevevőivé.
- A fenti következtetések értelmében a magyarországi rejtett turisztikai potenciál felfedéséhez és a láthatatlan turizmus volumenének kimutatásához, ezáltal a turizmus GDP-hez történő hozzájárulásának növeléséhez Magyarországon feltétlenül szükség van a turizmus fogalmának új típusú értelmezésére, alternatív statisztikai adatgyűjtési módszerek (geolokációs és proxy rendszerek stb.) bevezetésére, vagy akár ezek NTAK-ba történő beépítésére, mellyel a 24 óránál rövidebb idejű turisztikai célú utazások statisztikai módszerekkel kimutathatóvá válnának.

## Felhasznált irodalom

- BACKER, E. – KING, B. (2017): VFR traveller demographics: The Social Tourism Dimension. *Journal of Vacation Marketing*. 23(3). pp. 191–204.  
<https://doi.org/10.1177/1356766716665439>
- BACKER, E. (2007): VFR travel: An examination of the expenditures of VFR travellers and their hosts. *Current Issues in Tourism*. 10(4). pp. 366–377.  
<https://doi.org/10.2167/cit277.0>
- BAUM, T. – LUNDTORP, S. (2001): *Seasonality in tourism*. Pergamon, Amsterdam.
- BRIDA, J. – RISSO, W. (2010): Tourism as a determinant of long-run economic growth. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. 2(1). pp. 14–28.  
<https://doi.org/10.1080/19407960903542276>
- DE CANTIS, S. – PARROCO, A. – FERRANTE, M. – VACCINA F. (2015): Unobserved Tourism. *Annals of Tourism Research*. 50(January). pp. 1–18.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.10.002>
- EU (2011): *Regulation (EU) No 692/2011 of the European Parliament and of the Council of 6 July 2011 concerning European statistics on tourism and repealing Council Directive 95/57/EC*.
- EURÓPAI BIZOTTSÁG (2016): *A Bizottság jelentése az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak a turizmusra vonatkozó európai statisztikákról szóló 692/2011/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet alapján a felhatalmazáson alapuló jogi aktusok elfogadása tekintetében az Európai Bizottságra ruházott jogkör gyakorlásáról*. 2016. 1. 20. COM 2016 4. final, Brüsszel
- GALLEN, N. – MACE, A. – TEWDWR-JONES, M. (2016): *Second homes: European perspectives and UK policies*. Routledge, Boca Raton.
- GRIFFIN, T. – NUNKOO, R. (2016): Paid accommodation use of international VFR multideestination travellers. *Tourism Review*. 71(2). pp. 90–104.  
<https://doi.org/10.1108/TR-09-2015-0041>
- HÄNSEL, M. – METZNER, T. (2011): Visiting friends & relatives (VFR): Ambiguity of an underestimated form of tourism. In: Papathanassis, A. (ed): *The long tail of tourism: holiday niches and their impact on mainstream tourism*. Springer, Wiesbaden. pp. 35–44.
- HEUNG-RYEL, K. – CHANGHYO, Y. – YOONJEUNG, J. (2019): Relationships among overseas travel, domestic travel, and day trips for latent tourists using longitudinal data. *Tourism Management*. 72(June). pp. 159–169.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.018>
- HINCH, T. – JACKSON, E. – HUDSON, S. – WALKER, G. (2005): Leisure constraint theory and sport tourism. *Sport in Society*. 8(2). pp. 142–163.  
<https://doi.org/10.1080/17430430500087435>
- ILYÉS N. (2017): Turizmus Budapest árnyékában: láthatatlan turisták Szentendrén. In: Juhász P. – Wimmer Á. (szerk.): *Közgáz diáktudós – Gazdaság, közösség, társadalom*. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. pp. 23–36.
- McKERCHER, B. – MAK, B. (2019): The impact of distance on international tourism demand. *Tourism Management Perspectives*. 31(July). pp. 340–347.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.07.004>
- MICHALKÓ G. – RÁTZ T. – KESZEG R. (2016): A határokon átívelő tanulmányi kirándulások szerepe a nemzetépítésben: a „Határtalanul!” program társadalomföldrajzi vizsgálata. *Kisebbségkutatás*. 26(2). pp. 36–58.
- MICHALKÓ G. – RÁTZ T. (2013): Rejtett dimenziók a Kárpát-medence turizmusában. In: Frisnyák S. – Gál A. (szerk.): *Kárpát-medence: természet, társadalom, gazdaság*. Bocskai István Gimnázium – Nyíregyházi Főiskola, Nyíregyháza – Szerencs. pp. 463–476.
- MICHALKÓ G. (2012): *Turizmológia: elméleti alapok*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- MICHALKÓ, G. – RÁTZ, T. – HINEK, M. – TÖMÖRI, M. (2014): Shopping tourism in Hungary during the period of the economic crisis. *Tourism Economics*. 20(6). pp. 1319–1336.  
<https://doi.org/10.5367/te.2014.0387>
- PEREZ-RODRÍGUEZ, J. – LEDESMA-RODRÍGUEZ, F. – SANTANA-GALLEGO, M. (2015): Testing dependence between GDP and tourism's growth rates. *Tourism Management*. 48(June). pp. 268–282.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.007>
- PROVENZANO, D. – HAWELKA, B. – BAGGIO, R. (2018): The mobility network of European tourists: a longitudinal study and a comparison with geo-located Twitter data. *Tourism Review*. 73(1). pp. 28–43.  
<https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0052>
- RÁTZ, T. – KUNDL, V. – MICHALKÓ, G. (2015): The hidden dimensions of cultural consumption within the framework of tourism mobility. In: Sonnenburg, S. – Wee, D. (eds): *Touring Consumption*. Springer, Wiesbaden. pp. 285–302.  
[https://doi.org/10.1007/978-3-658-10019-3\\_13](https://doi.org/10.1007/978-3-658-10019-3_13)
- SCUTTARI, A. – LUCIA, M. – MARTINI, U. (2013): Integrated planning for sustainable tourism and mobility. A tourism traffic analysis in

- Italy's South Tyrol region. *Journal of Sustainable Tourism*. 21(4). pp. 614–637.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2013.786083>
- SMITH, M. – EGEDY, T. – CSIZMADY, A. – JANCSIK, A. – OLT, G. – MICHALKÓ, G. (2018): Non-planning and tourism consumption in Budapest's inner city. *Tourism Geographies*. 20(3). pp. 524–548.  
<https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1387809>
- TOMONORI, S. – KAZUTO, I. – OSAMU, I. – MIKA, M. (1994): A model for predicting the temporal distribution of one-day recreational travel. *Transportation Planning and Technology*. 18(3). pp. 199–221.  
<https://doi.org/10.1080/03081069408717544>
- TÖMÖRI M. (2018): *A határon átívelő kiskereskedelem társadalomföldrajza: Debrecen és Nagyvárad térsége*. Debreceni Egyetemi Kiadó, Debrecen.
- UNWTO (2018): *Tourism Highlights 2017*. UNWTO, Madrid.
- 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). pp. 369–380.  
<https://doi.org/10.1080/13683500802140398>
- WU, B. – WU, J. – SHI, X. – ZHANG, T. – DENG, C. – WU, S. (2019): Visiting probability model: a new method for tourist volume forecasting. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 24(12). pp. 1155–1168.  
<https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1666153>
- WU, J. – BAO, H. (2002): Research on the spatial network model of tourism system. *Scientia Geographica Sinica*. 22(1). pp. 96–101.
- WYNEN, J. (2013): Explaining travel distance during same-day visits. *Tourism Management*. 36(June). pp. 133–140.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.007>
- ZÁTORI, A. – MICHALKÓ, G. – T. NAGY, J. – KULCSÁR, N. – BALIZS, D. (2019): The tourist experience of domestic VFR travellers: the case of Hungary. *Current Issues in Tourism*. 22(12). pp. 1437–1459.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1371117>
-