

## **Spanyolország**

### ÁLTALÁNOS INFORMÁCIÓK

Spanyolország Európa egyik legnagyobb és legnépesebb állama: a több mint 500 ezer km<sup>2</sup> területet felölelő Ibériai-félszigetet több mint 40 millióan lakják. Az Európai Unióhoz 1986-ban csatlakozott ország gazdasági teljesítménye az elmúlt évtizedben folyamatosan javult, 2000 és 2004 között kiemelkedő, évente csaknem 3%-os GDP növekedés jellemezte. Az egy főre eső GDP 2004-ben 22,2 ezer euró körül alakult. A nemzeti össztermék több mint kétharmadát (68%) a szolgáltatások adják, az ipar részesedése 28%-ot, a mezőgazdaságé 3%-ot tesz ki. A munkanélküliség 2004-ben meghaladta a 10%-ot, az infláció 3% volt.

Az OECD előrejelzése szerint 2005-ben a spanyol gazdaság további, 3,3%-os bővülése várható. A munkanélküliségi ráta kismértékben csökken (10,7%), az infláció 3,2% körül alakul.

A Spanyolország és Magyarország közötti gazdasági kapcsolatok mindkét ország számára fontosak, a két ország közötti kereskedelem az elmúlt években dinamikusan növekedett. 2004-ben a Spanyolországból hazánkba érkező import 13,6%-kal emelkedett, Magyarországról pedig több mint egyötödével (+22%) több termék érkezett az Ibériai-félszigetre, mint 2003-ban. A közép-európai országok között egyedül Magyarország külkereskedelmének egyenlege aktív Spanyolországgal.

A spanyol-magyar kapcsolatok a gazdaság, külkereskedelem mellett számos más területen is intenzívek, amelyet a két ország kormányai közötti együttműködések, államfői látogatások jellemeznek. A kulturális kapcsolatok jövőbeni alakulását pozitívan befolyásolja a 2004-ben Budapesten megnyitott Cervantes spanyol kulturális intézet, amely megnyitó ünnepségén a spanyol trónörökös személyesen vett részt.

### SPANYOLORSZÁG TURIZMUSA

Spanyolország a turizmus területén meghatározó szerepet játszik a világban és Európában. Az elsősorban fogadó területként jelentős ország 2004-ben – Franciaországot követően – a világ

második legkedveltebb desztinációja volt, az országba érkező 53,6 millió turista Spanyolország számára a nemzetközi turistaérkezésekből 14,2%-os részesedést biztosít. Spanyolország 2004-ben a nemzetközi turisztikai bevételek tekintetében szintén a második helyen állt, 45,2 milliárd USD bevétellel, ami 7,5%-os részesedésnek felel meg. A beutazó turizmus növekedésével párhuzamosan a spanyol kiutazások számát és a turisztikai kiadásokat is bővülés jellemezte az elmúlt években (2002 kivételével, amikor 9,4%-kal csökkent a külföldi utazások száma). Spanyolországban<sup>1</sup> a 100 lakosra jutó külföldi utazások száma ugyanakkor továbbra is meglehetősen alacsony, aminek hátterében a rendkívül fejlett belföldi turizmus áll.

A spanyol lakosság utazási szokásairól rendszeresen felmérést végző Familitur legfrissebb kutatása szerint 2004-ben a spanyolok 66,2%-a vett részt utazáson<sup>2</sup>. A külföldön már járt spanyolok aránya a lakosságon belül 49,8%-ot tett ki. Az utazási kedv a 70 év felettiek és a 20 év alattiak körében a legalacsonyabb. Külföldre az átlagosnál magasabb arányban utaznak a magasabb végzettséggel rendelkezők. A nyári időszak mellett, amikor is az utazók több mint fele (55,6%) kel útra, a spanyolok szívesen utaznak a hétvégéken (34,2%), a húsvéti időszakban (24%) és karácsonykor, illetve újévkor (14%) is.

A spanyolok külföldi utazásai<sup>3</sup> és üdülései<sup>4</sup> az európai kiutazások és üdülések 3,1, illetve 3,7%-át tették ki 2004-ben. A külföldi utazások közel 82%-a szabadidős céllal történt. A szabadidős célú külföldi utazások száma 63,5%-kal, a külföldi utazások száma 43,9%-kal nőtt 1996 és 2004 között.

2004-ben a spanyolok szabadidős célú utazásainak döntő többsége (88%) Európába irányult, a kontinensen belül Nyugat-Európa (a szabadidős célú külföldi utazások 47,6%-a) és a Mediterrán térség (34,7%) részesedése kiemelkedő. A Magyarországot is magába foglaló Kelet-Európát a szabadidős céllal utazók 4%-a választotta.

A legkedveltebb desztinációk között az első helyen Franciaország áll, ahová a szabadidős célú külföldi utazások közel egynegyede (22,3%) irányult. Ezt követte Portugália (13,6%), Nagy-Britannia (13,4%), Olaszország (8,5%) és Németország (7,8%). Magyarország részesedése 1,3%-ot tett ki, ezzel hazánk a spanyol turisták 12. legkedveltebb szabadidős célországa.

---

<sup>1</sup> A WTO 2003-as adatai szerint 9, az IPK 2004-es adatai szerint 24 külföldi utazás jut 100 lakosra. A WTO a minimum három éjszakás tartózkodással járó utazásokat, az IPK a minimum a egy éjszakás tartózkodással járó utazásokat veszi számba.

<sup>2</sup> Legalább egyéjszakás tartózkodással járó utazás.

<sup>3</sup> Egyéjszakás tartózkodással járó, nem munkavégzési vagy tanulási céllal történő külföldi utazások (IPK).

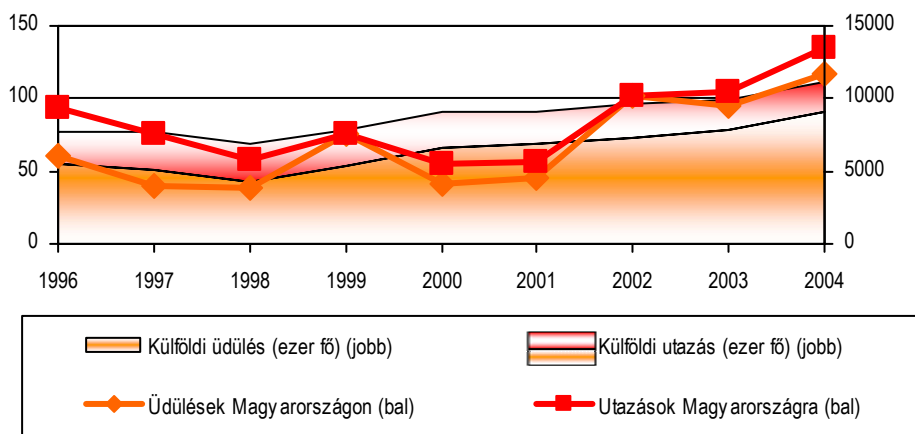
<sup>4</sup> Szabadidős célú külföldi utazás (IPK).

## A MAGYARORSZÁGI SPANYOL BEUTAZÓ TURIZMUS JELLEMZŐI

A rendszerváltást követően a nyugat-európai országok lakosainak érdeklődése a kelet-európai, volt keleti blokkhoz tartozó országok – így Magyarország – iránt megnövekedett, amelyet a magyarországi spanyol vendégforgalom rendkívül pozitív alakulása is alátámaszt. A folyamatosan növekvő érdeklődés a közvetlen piaci jelenlétet is indokoltta, aminek eredményeként 2000-ben nyílt meg a Magyar Turizmus Rt. madridi külképviselete.

1996 és 2004 között a spanyolok magyarországi utazásainak száma azonos ütemben nőtt, mint a spanyolok összes külföldi utazásának száma, a magyarországi üdülések száma azonban dinamikusabb növekedést mutatott, mint a spanyolok összes üdülése.

### A spanyolok magyarországi utazásainak és üdüléseinek száma, 1996-2004



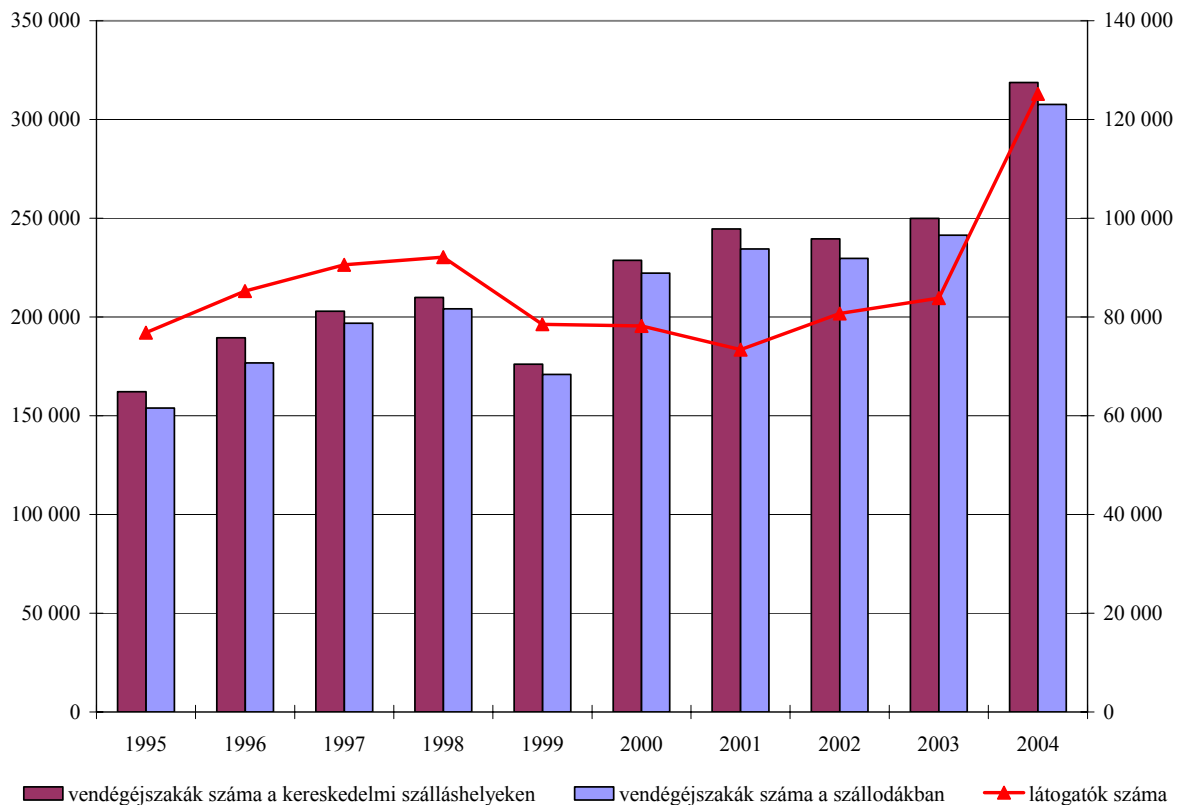
Forrás: IPK International

Az elmúlt tíz évben – KSH adatai szerint – a magyarországi spanyol vendégforgalom a kereskedelmi szálláshelyeken rendkívül dinamikus növekedést mutatott, mind a vendégek, mind a vendégéjszakák száma megduplázódott. Az 1999-es és a 2002-es év kivételével a magyarországi spanyol vendégforgalom alakulását folyamatos emelkedés jellemezte, a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált spanyol vendégéjszakák száma 2000-ben és 2004-ben közel egyharmadával nőtt az előző évhez képest. (Dinamikus, 16,8%-os növekedés volt tapasztalható továbbá 1996-ban is az előző évhez képest.)

2004-ben a Magyarországra látogató spanyolok száma több mint egynegyedével (+26,1%) nőtt, és ezzel meghaladta a 125 ezer főt. A kereskedelmi szálláshelyeken 28,3%-kal több spanyol vendéget (120 ezer vendég) és 27,7%-kal több spanyol vendégéjszakát (319 ezer éjszaka) regisztráltak. A Magyarországra utazó spanyol vendégek döntő többsége szállodai

szolgáltatást vesz igénybe: 2004-ben a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált spanyol vendégéjszakák 96,5%-át a szállodák mondhatták magukénak. Az elmúlt években a kereskedelmi szálláshelyekhez hasonlóan a szállodai vendégforgalom is dinamikus növekedést mutatott: a szállodai szolgáltatást választó spanyol vendégek száma 28,5%-kal, az általuk eltöltött vendégéjszakák száma 27,4%-kal haladta meg a 2003. évi adatokat.

### A magyarországi spanyol vendégforgalom alakulása, 1995-2004



Forrás: KSH

A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma alapján Spanyolország 1995-ben 1,6%-os piaci részesedéssel rendelkezett, ami a 2004. évre közel kétszeresére, 3,1%-ra emelkedett. Ennek eredményeként a 2004. évben Spanyolország hazánk nyolcadik legfontosabb küldő országává lépett elő. Az elmúlt évben a szállodákban regisztrált külföldi vendégéjszakák 3,8%-a származott a spanyol vendégektől. A spanyol vendégéjszakák piaci részesedése a gyógyszállodákban 1,1%-ot tett ki.

Más küldő piacokhoz hasonlóan, Spanyolországból is a nyári hónapokban érkeznek Magyarországra a legtöbben. A kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégéjszakák számát alapul véve 2004-ben augusztus részesedése 22,7%-ot tett ki, amelyet július (16,8%)

és szeptember (12,5%) követett. További jelentős, 8% feletti részesedéssel jellemezhetőek az április (húsvéti időszak), június és október hónapok.

A magyarországi spanyol vendégforgalmat rendkívül magas területi koncentráció jellemzi: 2004-ben a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált spanyol vendégéjszakák 95,4%-át (304 ezer éjszaka) a Budapest-Közép-Dunavidék régióban töltötték. 2 ezernél több spanyol vendégéjszakát regisztráltak továbbá a Balaton, a Közép- és Nyugat-Dunántúl régiókban.

#### MAGYARORSZÁG IMÁZSA SPANYOLORSZÁGBAN

A Magyar Turizmus Rt. megbízásából 2000-ben készült spanyolországi elsődleges kutatás eredményei alapján elmondható, hogy a spanyolok – más nyugat-európai országokhoz hasonlóan – kevés információval rendelkeznek Magyarországról, ami hazánk mint turisztikai desztináció megítélését is befolyásolja. A Magyarországon már jártak aránya alacsony, 1998-2002 között a külföldre utazó spanyolok 9,1%-a kereste fel hazánkat.

A Magyarország képéhez hozzátartozik, hogy a spanyolok általában tudatában vannak a kelet-európai országokban történt változásoknak. Ennek következtében Magyarország sokak számára érdekes úti cél lehet, a fokozott érdeklődés elmaradásának hátterében a „régí” imázs dominanciája áll. A „kelet-európai” imázs – amely többnyire negatív elemeket foglal magába, úgymint szegénység, a gazdaság és az infrastruktúra fejletlensége, szomorúság és szürkeség képzete – még mindig jelen van.

A magyarországi utazási terveket vizsgálva Spanyolország esetében kiemelendő, hogy a Budapest-Bécs-Prága körutazás a leginkább vonzó, amelyet első desztinációként a megkérdezett spanyolok 4,8%-a választana mindössze, ez az arány azonban határozott növekedést mutat a második (6,1%) és harmadik (9,5%) utazások vonatkozásában.

Fontos kiemelni ugyanakkor, hogy a hazánkat már ismerő spanyolok jellemzően igen pozitívan vélekednek az országról, mert a Magyarországra látogatók sok esetben „kellemesen csalódnak”. A Magyarország kép elemei között Budapest mellett a történelmi örökség (Osztrák-Magyar Monarchia), a művészet, a kultúra, a zene és az építészet, a táj, a folyó (Duna), a gyógyfürdők, a kellemes klíma, a jó hangulat, a kedvező ár/érték arány, a vendégszerető emberek, valamint a kelet-európai országok vonzereje/„egzotikum” is megjelenik.

A kutatás lebonyolítása óta eltelt 5 évben Magyarország imázsa Spanyolországban vélhetően pozitív irányba változott, amelyben sok egyéb tényező mellett fontos szerepet játszott a

Magyar Turizmus Rt. madridi külképviseletének aktív marketing tevékenysége is. A Magyar Turizmus Rt. a Spanyolországban az elmúlt években bekövetkezett Magyarország kép változás megismerése céljából 2007-ben megismétli turisztikai imázs vizsgálatát.

További információ:

**Magyar Turizmus Rt., Piac- és Termékelemzési Iroda**

1012 Budapest, Vérmező út 4.

telefon: 06-1/488 8710

fax: 06-1/488 8711

e-mail: [kutatas@itthon.hu](mailto:kutatas@itthon.hu)

honlap: [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu)