Országtanulmány: Szlovénia

Szerző: Polgár Judit[1]

1. Szlovénia általános jellemzése

Szlovénia, Európa egyik legkisebb országa, az Alpok és az Adriai-térség között, Kelet- és Nyugat-Európa találkozásánál fekszik. 1991 óta önálló ország, ekkor szakadt el Jugoszláviától, államformája köztársaság. Területe 20 273 négyzetkilométer. A népesség száma 1 935 ezer fő (2003. július), ebből 330 ezren élnek a fővárosban, Ljubljanában. A népesség 90%-a szlovén, 10%-a olasz, magyar illetve más nemzetiségű. A népsűrűség 98 fő/km^2. Földrajzi elhelyezkedését tekintve a délkelet-európai országok közé tartozik. Szlovénia szomszédos országai Olaszország, Ausztria, Magyarország és Horvátország.

1.1 FÖLDRAJZI ADOTTSÁGOK

Szlovénia alpesi jellegű terület, főképp középhegységekből áll. Észak-nyugati sarkában találhatóak az Alpokhoz tartozó magas hegységei, míg a Dráva folyótól délre egy nagyobb, különálló középhegység, a Podgorje emelkedik. Az ország a következő öt nagy tájegységre osztható: a fővárostól északnyugatra levő magas hegységek által körülvett „Gorenjsko" (Hegyvidék), a fővárostól és a Száva folyótól északra, a Mura folyóig elterülő „Stajersko", a Maribor és Ptuj közötti „Drávai Mezőség", ettől északkeletre a „Slovenske Gorice" (Szlovén Dombvidék), valamint a „Pomurje", vagyis a Mura folyó két partján elhelyezkedő Mura-vidék.

Szlovénia éghajlatát szubalpin és alpesi klíma jellemzi. A tél hosszú, hideg és havas, a nyár rövid és hűvös. Az ősz melegebb és kiegyensúlyozottabb, mint a tavasz. A hegyeket hosszú időn át borítja hótakaró, ami a magashegységekben egész évben megmarad. Az alig több mint 40 kilométer hosszú adriai tengerparton földközi tengeri klíma érvényesül.

1.2 TÁRSADALMI, POLITIKAI RENDSZER

A Szlovén Köztársaság alkotmányát 1991. december 23-án fogadták el, pontosan egy évvel azután, hogy megtartották a Szocialista Szövetségi Jugoszláviából való kiválással, az állam függetlenségével kapcsolatos népszavazást. Az új Szlovén alkotmány értelmében Szlovénia demokratikus köztársaság, legmagasabb törvényhozási testülete a Nemzetgyűlés, amelynek 90 képviselője van. A szlovén parlament kétkamarás, többpártrendszerű, a képviselőket négy évente választják újra. A köztársaság elnöke a szlovén állam reprezentánsa és egyidejűleg a szlovén védelmi erők parancsnoka. Szlovénia alkotmánya biztosítja a kisebbségek jogainak gyakorlását, a kisebbségi nyelvek használatát, valamint az anyaországgal való kapcsolattartást. Szlovéniában a belpolitikai helyzet nyugodt, konszolidált.

Szlovéniában az állami munkaszüneti napok a következők: január 1–2. – Újév, február 8. – a Szlovén Kultúra Napja, Húsvét, május 1–2. – a Munka ünnepe, Pünkösd, június 25. – Nemzeti ünnep, augusztus 15. – Nagyboldogasszony ünnepe, október 31. – a Reformáció Napja, november 1. – Halottak Napja, december 25–26. – Karácsony.

1.3 GAZDASÁGI HELYZET, KÜLKERESKEDELEM

Szlovénia nemzeti valutája a tolár (SIT), amely 1995 szeptembere óta konvertibilis. Árfolyama 2003. november közepén 215 SIT/1 USD volt (2002-es adatok). 2002-ben a GDP növekedése 2,9%, az infláció 7,5%, a munkanélküliségi ráta 11,3% volt, az export 10,5%-kal, az import 6,1%-kal emelkedett. A külkereskedelmi mérleg hiánya 243 millió USD volt, a folyó fizetési mérleg 375 millió USD többlettel zárta a 2002-es évet. Szlovéniában az életszínvonal a közép-kelet-európai régió új demokráciái között a legmagasabb, az egy főre jutó GDP 2002-ben 18 540 USD volt (1. táblázat).

Szlovénia gazdasági mutatói, 1997–2002 *1. táblázat*

Év	*1997*	*1998*	*1999*	*2000*	*2001*	*2002*
GDP, összesen (milliárd SIT, nominálértéken)	*2907,3*	*3253,8*	*3648,4*	*4035,5*	*4740,1*	*5275,8*
GDP, egy főre jutó (USD, vásárlóerő-paritáson)	*14 100*	*14 840*	*15 810*	*16 880*	*17 740*	*18 540*
GDP, növekedési ütem (%, reálértéken)	*4,6*	*3,8*	*5,2*	*4,6*	*2,9*	*2,9*
Munkanélküliségi ráta (%)	*14,8*	*14,6*	*13,0*	*12,0*	*11,8*	*11,3*

Forrás: WIIW Database Incorporating National Statistics, WIIW Forecasts

[1] Kutatási asszisztens, Magyar Turizmus Rt., Kutatási Igazgatóság.

Magas GDP mutatói miatt Szlovéniát sokszor emlegetik a leginkább nyugatiasodott országként a közép-kelet-európai régióban.

Külkereskedelme révén a szlovén gazdaság már a rendszerváltást megelőzően is szorosan összefonódott a nyugat-európai országokkal. Az ország külpolitikájában prioritást élvez annak a következetes demonstrálása, hogy elszakadt az egykori szövetséges Jugoszláviától: az európai struktúrába való fokozatos integrálódásra nemzetközi két- és többoldalú egyezmények, szerződések megkötésével törekszik. Az 1993-ban létrehozott Közép-Európai Szabadkereskedelmi Társuláshoz (CEFTA) Szlovénia 1996 januárjában csatlakozott.

A turizmus, csakúgy, mint Közép-Kelet-Európa számos országában a szlovén gazdaság egyik legfontosabb támpillére, fő bevételi forrása. A turizmus aktívuma Szlovénia külkereskedelmi mérlegének hiányánál[2] (243 millió USD) közel kétszer magasabb volt 2002-ben.

A magyar–szlovén gazdasági kapcsolatok rendezettek, a kapcsolatrendszert 68 egyezmény, szerződés, illetve megállapodás szabályozza. Az 1992-ben megkötött Alapszerződést a kereskedelmi és fizetési egyezmény, a szabadkereskedelmi megállapodás (1994), a kettős adóztatás elkerüléséről szóló, a beruházásvédelmi, a növényvédelmi, az állat-egészségügyi és a kombinált fuvarozási egyezmény követte. 1996 októberében született meg a két ország közötti közvetlen vasúti összeköttetés létesítéséről szóló dokumentum, az építési munkák 2001-ben fejeződtek be. Megszületett az új szakasz használatához szükséges vasúti határforgalmi egyezmény, valamint a Koper kikötő és a két ország logisztikai központjainak közös hasznosításáról szóló kormányközi megállapodás.

1.4 KÖZLEKEDÉS, VÍZUM

Szlovénia a nemzetközi útvonalak találkozásánál fekszik, az országnak összesen 146 hivatalos határátkelőhelye van: Olaszország felé 61, Ausztria felé 47, Horvátország felé 34 és Magyarország felé 4. A közelgő EU-csatlakozásra készülve a közlekedés a határokon gyors és zökkenőmentes, minimális adminisztrációval jár.

Szlovéniának összesen 14 repülőtere van, ebből három nemzetközi, nemzeti légitársasága az Adria Airways, amely Ljubljanából 18 európai nagyvárosba és Izraelbe indít rendszeresen járatokat. Ezen kívül sok nemzetközi légitársaság indít charter-járatokat Szlovéniába.

Szlovéniában a nemzetközi vasútvonalakhoz kapcsolódó vasúti hálózat hossza 1201 km, így a vasúti közlekedés gyors és kényelmes utazási forma.

Szlovénia és a szomszédos országok között megbízható, pontos és rendszeres nemzetközi buszjáratok közlekednek. Az úthálózat hossza 19 586 km.

A helyi tömegközlekedés jól szervezett és viszonylag olcsó.

A hajóval utazók az Adriai-tenger felől Szlovénia három kikötőjébe érkezhetnek, amelyek közül a legnagyobb, Portorož 650 hajó fogadására alkalmas. Velencébe naponta kétszer indítanak kompjáratot a fő szlovén kikötőből.

A szlovén kormány nagy hangsúlyt fektet az autópályák és a vasúthálózat nemzetközi normáknak megfelelő fejlesztésére, bővítésére, valamint a ljubljanai repülőtér befogadóképességének növelésére. A szlovén közbiztonság kiemelkedően jó, sokkal jobb, mint a szomszédos, régióbeli országokban.

Magyar állampolgárok 90 napra vízummentesen, útlevéllel vagy érvényes személyi igazolvánnyal, megfelelő anyagi fedezet felmutatásával utazhatnak Szlovéniába.

2. Szlovénia turizmusa

2.1 A TURIZMUS GAZDASÁGI JELENTŐSÉGE

2002-ben Szlovénia turizmusból származó GDP-je 528,6 millió USD volt, amely az ország teljes GDP-jének 2,3%-át tette ki. Ugyanebben az évben a turizmus 19 052 embernek biztosított állandó munkahelyet, ez az aktív népesség 2%-át jelenti.

2. táblázat

A nemzetközi turisztikai bevételek és kiadások alakulása Szlovéniában, 1995–2002
(millió USD)

	1995	*1996*	*1997*	*1998*	*1999*	*2000*	*2001*	*2002*
Bevételek	*1084*	*1240*	*1187*	*1088*	*958*	*961*	*1001*	*1083*
Kiadások	*573*	*602*	*518*	*561*	*541*	*511*	*528*	*614*
Egyenleg	*511*	*638*	*669*	*527*	*417*	*450*	*473*	*469*

Forrás: Statistical Office of Slovenia, Bank of Slovenia, Financial Statistics, March 2002

[2] Az export 10 473 millió USD, az import 10 715,7 millió USD volt 2002-ben.

2.2 TURISZTIKAI VONZERŐK

Szlovénia – kis mérete ellenére – számos látnivalóval rendelkezik. A Szlovén Turisztikai Hivatal marketing szempontból öt jelentős turisztikai terméket, területet határozott meg: tengerpart és karsztvidék, hegyek és tavak, gyógyforrások és üdülőhelyek, vidéki és falusi, valamint városi turizmus. Ehhez kapcsolódik némi átfedéssel a Szlovén Statisztikai Hivatal statisztikai adatgyűjtési rendszere is, amely szerint a szlovén turizmusra vonatkozó adatokat gyakran a következőképpen osztják fel: Ljubljana, egészségturisztikai célterületek, tengerparti desztinációk, hegyvidék, egyéb turisztikai helyszínek.

Szlovéniában a legfontosabb desztinációk a következők: a főváros, Ljubljana, amely egyszerre a kultúra, történelmi emlékek és a szórakozás színhelye, Portorož, amely kaszinóiról, gyógyfürdőiről és tengerpartjáról híres, valamint a bledi tó, amely a vízisportok szerelmeseinek és a rekreációs utazások fő célpontja. Az ország egyik leghíresebb nemzeti parkja a Triglav-hegység területén található. Ezek mellett a Szlovéniába érkező turisták egynegyede látogat el a hegyekbe, s a hegyvidéki üdülőhelyek és a gyógyfürdők látogatottsága évről évre nő.

Szlovénia számos turisztikailag fontos helyszíne, attrakciója 2001-ben több százezer látogatót vonzott, az első három legfontosabb látványosság esetében egyenként is több mint százezer látogatót regisztráltak. Az ország turisztikai attrakciói közül 2001-ben, csakúgy mint 2000-ben, a postojnai cseppkőbarlangokat kereste fel a legtöbb látogató: 460 531 vendég volt kíváncsi a természet alkotta látványosságra. Az attrakciók rangsorában a bledi vármúzeum foglalta el a második helyet 162 500 látogatóval, a harmadik legérdekesebb látványosságnak pedig a Lipicai Mének számított 103 797 látogatóval.

2.3 KERESKEDELMI SZÁLLÁSHELYEK SZLOVÉNIÁBAN

Szlovéniában 2002-ben összesen 847 kereskedelmi szálláshely (egység) működött. Az egységek 22,4%-át teszik ki a nyaralók (190 egység), 17,9%-át a szállodák (152 egység), 13%-át a vendégfogadók, 12%-át a hegyi menedékházak és kunyhók, a fennmaradó körülbelül 40%-ot pedig az egyéb szálláshelytípusok adják. 2002-ben a szlovén kereskedelmi szálláshelyek több mint 30 ezer szobával és 80 ezer férőhellyel működtek. A férőhelyek 31,3%-a található a szállodákban, 19,6%-a a kempingekben és további 10,1%-a magánszálláshelyeken.

A szálláshelyek országon belüli eloszlását vizsgálva kiderül, hogy a szálláshelyek férőhelyeinek 36,1%-a a hegyekben, 27,2%-a a tengerparton, 17,0%-a gyógyüdülőhelyeken, 14,8%-a egyéb területen található és mindössze 4,9% várja a fővárosban a vendégeket.

2002-ben a szállodák éves átlagos kihasználtsága 48,7% volt, a legmagasabb kihasználtsággal pedig augusztusban (71,5%) működtek a szlovén szállodák. A kempingek Szlovéniában májustól szeptemberig tartottak nyitva, az ennek alapján számolt átlagos kapacitáskihasználtságuk 25,2% volt, de ennél a szálláshely-típusnál is kiemelkedő volt az augusztus, 49,5%-os kihasználtsággal.

Mind a belföldi, mind a külföldi turisták körében a legnépszerűbb szállástípus a szálloda, a második helyen pedig a kempingek találhatók. Az apartmanok és a „hegyi kunyhók" inkább a szlovének által kedvelt szállások.

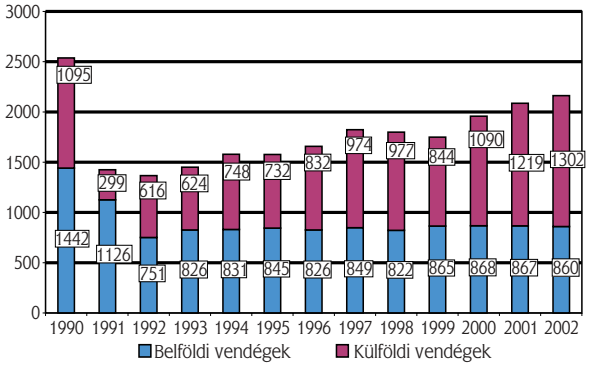
2.4 A SZLOVÉN TURIZMUS LEGFONTOSABB MUTATÓI

1973 és 1990 között a Szlovéniában regisztrált turisták[3] száma kivétel nélkül minden évben meghaladta a kétmilliót. A szlovén turistaforgalom struktúrája a nemzeti függetlenség kikiáltását követően alapvetően megváltozott. 1990-ben Szlovénia összesen 2,5 millió turistát fogadott, ebből 25,7% volt szlovén, 31,1% más jugoszláviai területről érkezett és 43,2% külföldi.

A függetlenség kikiáltása után az érkezések száma ugyan visszaesett, emellett azonban elmondható, hogy 1991-től 2002-ig a beutazások száma gyakorlatilag folyamatosan növekvő tendenciát mutatott (csupán az 1998-as és 1999-es években volt tapasztalható enyhe visszaesés). 1999-ben majdnem 1,8 millió bel- és külföldi vendéget regisztráltak, akik 6,1 millió vendégéjszakát töltöttek az országban. 2000-ben 1,1 millió külföldi vendég (1. ábra) összesen 3 404 ezer vendégéjszakát (2. ábra) töltött el Szlovénia kereskedelmi szálláshelyein, 663 ezerrel többet, mint az előző évben. 2000-ben a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált összes turistaérkezés száma közelített a 2 millióhoz, 2001-ben pedig már meg is haladta azt (2,1 millió). 2002-ben a szlovén kereskedelmi szálláshelyeken 2,2 millió vendég 7,3 millió vendégéjszakát töltött el.

1. ábra

Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken Szlovéniában, 1990–2002 (ezer fő)

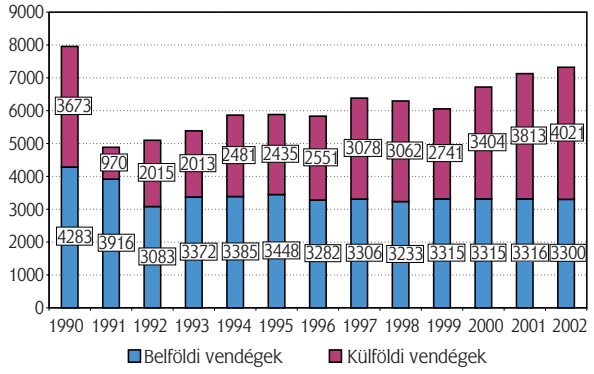


Forrás: Statistical Office of the Republic of Slovenia

[3] A Szlovén Statisztikai Hivatal által évente kiadott Statisztikai Évkönyv módszertana alapján turistának tekintik azon bel- és külföldi személyeket, akik állandó lakhelyükön kívül minimum egy éjszakát eltöltenek valamely kereskedelmi szálláshelyen a meglátogatott desztinációban.

2. ábra

Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken, 1990–2002 (ezer éj)



Forrás: Statistical Office of the Republic of Slovenia

2.5 A VENDÉGEK ÉS A VENDÉGÉJSZAKÁK MEGOSZLÁSA A SZLOVÉN DESZTINÁCIÓKBAN

A Szlovéniában regisztrált vendégek és az általuk eltöltött vendégéjszakák tekintetében – mind a belföldi, mind a külföldi vendégek esetében – a gyógyüdülőhelyek játsszák a legfontosabb szerepet. A gyógyszállók az összes szálláskapacitás 16%-át teszik ki. A vendégek esetében a gyógyhelyek adják a kereskedelmi szálláshelyeken megjelenő teljes szlovén turizmus közel egyharmadát. A gyógyturizmus forgalmának 46%-át a belföldi turisták generálják. A külföldi turisták esetében rendkívül népszerűek a hegyek és a tengerpart: a Szlovén Statisztikai Hivatal mérései alapján 2002-ben az összes külföldi vendégéjszaka 29,1%-át a hegyvidékek, 26,9%-át pedig a tengerparti üdülőhelyek könyvelhették el. A gyógyüdülők a harmadik helyen végeztek, a vendégéjszakák 20,6%-ával.

2.6 SZLOVÉNIA FŐ KÜLDŐPIACAI

1990-ben, Szlovénia függetlenségének kikiáltása előtt az ország fő küldőpiacai – Olaszország és Németország mellett – Jugoszlávia tagországai, Kis-Jugoszlávia, Horvátország és Bosznia-Hercegovina voltak. Az 1990-es évben közel 1,9 millió külföldi vendéget regisztráltak a kereskedelmi szálláshelyeken, a fent említett három területről érkezők (753 ezer fő) aránya az összes vendéghez viszonyítva 40% volt. Az elszakadást követően a volt tagországokból a vendégek száma jelentősen visszaesett – 1995-ben arányuk mindössze 15% volt, – amely a vendégek összetételének változásához vezetett.

Szlovénia legfontosabb küldőpiacaivá 1991 után – mind a kereskedelmi szálláshelyeken megszálló vendégek száma, mind az általuk eltöltött vendégéjszakák száma alapján – Olaszországhoz és Németországhoz „csatlakozva" Ausztria, Horvátország, Hollandia és Nagy-Britannia váltak.

A vendégek számát tekintve 1995 óta kivétel nélkül minden évben Olaszországból érkezett a legtöbb vendég Szlovéniába, az összes vendéghez képest arányuk 2002-ben 21% volt. Az olaszokat a német vendégek követték 17,6%-os részesedéssel, majd az osztrákok 14,8%-kal, tehát a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált összes külföldi vendég több mint felét (53,4%-át) az olasz, a német és az osztrák vendégek adták. A három fő küldőországot jóval kisebb, 7%-os részesedéssel a horvátok, 3,5%-kal a britek, és 2,9%-kal a hollandok követik a vendégek rangsorában.

A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött külföldi vendégéjszakák száma alapján Olaszországot is megelőzi Németország, a német vendégek 2002-ben közel 850 000 vendégéjszakát generáltak Szlovéniában, amely a több mint 4 millió külföldi vendégéjszaka 21%-át adta. Az olaszok 17,8, az osztrákok 16,8, a horvátok 6,4, a britek 4,8, a hollandok pedig 3,7%-kal követték a németeket. A külföldi vendégéjszakák 55,6%-át, csakúgy, mint a vendégek számának esetében, itt is a három legfőbb küldőpiac, Németország, Olaszország és Ausztria adták.

Magyarország Szlovénia számára szintén fontos küldőpiacnak számít, a magyar vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken az elmúlt három évben 30 ezer körül mozgott (az összes külföldi vendég 2,5%-a), növekvő tendenciát mutatva. A magyarok által eltöltött vendégéjszakák száma is folyamatosan emelkedik, 2002-ben 91 ezer magyar vendégéjszakát regisztráltak Szlovéniában. A vendégek számát tekintve Csehország hasonlóan fontos küldőpiaca Szlovéniának, a cseh vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma azonban átlagosan csak kétharmada a magyarokénak.

A vendégek száma alapján említésre méltó európai küldőpiacnak számít még Franciaország (az összes külföldi vendég 2,1%-a), Lengyelország (1,9%), Belgium (1,8%) és Oroszország (1,2%).

A tengerentúli küldőpiacok jelentősége jóval kisebb, ezek közül az Amerikai Egyesült Államokból és Izraelből érkezett a legtöbb vendég. Az USA-ból érkező vendégek száma 1995 óta évről évre folyamatosan növekszik, míg 1995-ben hozzávetőlegesen 12 ezer, addig 1999-ben 19 ezer, 2002-ben pedig több mint 30 ezer amerikai vendég érkezett. Izraelből is folyamatosan egyre több vendég érkezik Szlovéniába, 1998-ban 6 ezren, 2000-ben 11 ezren érkeztek. A 2002-es év kiemelkedő volt, mivel ekkor kétszer annyi (32 ezer fő) izraeli vendéget regisztráltak a kereskedelmi szálláshelyeken, mint 2001-ben (14,4 ezer fő).

Magyarország hat legfontosabb küldőpiaca tehát (Németország, Ausztria, USA, Nagy-Britannia, Olaszország és Hollandia) gyakorlatilag megegyezik Szlovénia fő küldőpiacaival, ezért Szlovéniát komoly versenytársnak kell tekintenünk. Emellett elmondható, hogy Szlovénia szinte minden nálunk meglévő turisztikai adottsággal rendelkezik (illetve a tengerparti nyaralást és a téli sporttu-

rizmust tekintve szélesebb is a kínálata), ezért egyre inkább versenytársként kell kezelnünk a nemzetközi turizmus piacán.

2.7 A SZLOVÉNIÁBA ÉRKEZŐ TURISTÁK JELLEMZŐI[4]

2.7.1 Demográfiai jellemzők

A Szlovéniába érkező külföldi turisták kor szerinti megoszlása a következő: legtöbben a 40-49 évesek közül érkeznek (24,1%). A 30-39, 50-59 és 60 feletti korcsoportok közel egyenlő – 20% körüli – arányban látogatnak Szlovéniába, a 20-29 évesek aránya 16,5%, a 20 év alattiaké viszont mindössze 1,9% volt 2000-ben.

2.7.2 Utazási motivációk

A felmérés alapján 2000-ben a Szlovéniába látogató turisták 68,4%-a érkezett üdülési céllal, vagy azért, hogy rokonait, barátait látogassa meg, 17,5%-uk üzleti okok miatt kereste fel, 11,3% átutazott az országon, 2,9% pedig egyéb céllal látogatott az országba. Ezeket az adatokat az 1997-es adatokkal összehasonlítva az üdülési céllal érkezők aránya csökkent (1997: 72,5%), ami az üzleti utak (1997: 14,3%) és az átutazók (1997: 9,5%) arányának növekedésével magyarázható.

2000-ben a Szlovéniába utazó turisták 25,4%-a a természeti szépségeket, 17,2%-a a klímát, 19,4%-a a csendet és nyugalmat, 8,5%-a az árszínvonalat, 7,1%-a a kulturális örökséget és az eseményeket, 5,4%-a pedig a pihenést, kikapcsolódást, rekreációt jelölte meg utazásának fő motivációjaként. 4,5% kifejezetten a gyógyüdülők orvosi szolgáltatásai miatt utazott Szlovéniába, további 4,3% azért, mert közel fekszik saját országához, és 2,3% említette a kaszinókat utazásának fő motivációjaként. (A Szlovén Statisztikai Hivatal nyilvántartja a kaszinók éves forgalmát is, eszerint 1995 és 2001 között e létesítmények kivétel nélkül minden évben több mint kétmillió látogatót fogadtak. A látogatók közel 90%-a külföldi, 10%-a belföldi. 2001-ben 1 981 000 külföldi játékos fordult meg a szlovén kaszinókban, akik összesen 135 millió dollár forgalmat generáltak. Ez a szlovén nemzetközi turisztikai bevételek 17%-át adta 2001-ben.)

2.7.3 Igénybe vett közlekedési eszközök

A Szlovéniába érkező külföldi turisták utazási szokásairól készült felmérés szerint 1997-ben a turisták 62,9%-a, 2000-ben 55,6%-a érkezett személygépkocsival az országba. Az autót a népszerűségi listán a busz követi, 1997-ben 18,5%, 2000-ben 14,2% utazott busszal Szlovéniába. A harmadik legfontosabb közlekedési eszköz a repülőgép – amelynek jelentősége nőtt a vizsgált időszakban –, 1997-ben 9,2%, 2000-ben 18,5% vette igénybe a légi közlekedést. A lakókocsival utazók aránya változatlanul 5% körül mozgott, csakúgy, mint a vonattal közlekedőké (1,9%). A motorral utazók aránya 1997 és 2000 között több mint duplájára, 1,4%-ról 3,4%-ra emelkedett.

2.7.4 Utazási kiadások

2000-ben a külföldről érkező turisták egy főre jutó napi költése Szlovéniában átlagosan 14 324 szlovén tolár (körülbelül 62 EUR) volt. A szállodában megszálló vendégek átlagos napi költése 16 444 tolár volt, majdnem 10 ezerrel több, mint a kempingezőké (4 965 tolár). Szlovénia fő küldőpiacai közül 2000-ben az olaszok költöttek a legtöbbet, mind a hotelekben, mind a kempingekben, mind pedig összességében. Ez többek között azzal is magyarázható, hogy az olaszok gyakran töltik nyaralásukat a tengerparton, és különösen kedvelik a kaszinókat. Az olaszok átlagosan 19 848 szlovén tolárt költöttek naponta, tehát 5 ezer tolárral többet az átlagosnál. Az olaszokat a horvátok, az osztrákok, a németek és ötödik helyen a britek követik az egy főre jutó költés tekintetében.

A turisták 2000-ben az utazásra fordított összeg 42,7%-át költötték ellátással vagy anélkül szállásra, 17%-át étkezésre, 12,4%-át szerencsejátékokra, kaszinókra, 11,2%-át bevásárlásra, 4,7%-át közlekedésre, 4,2%-át pedig rekreációra és szórakozásra.

2.7.5 Átlagos tartózkodási idő és szezonalitás

A szezonalitás fontos szerepet játszik Szlovénia turizmusában: 2001-ben a külföldi turisták 53,3%-a, a belföldi turisták 49,2%-a a júniustól szeptemberig tartó időszakban utazott az országban. Mind a belföldi, mind a külföldi turisták esetében a legfrekventáltabb hónap az augusztus volt, ekkor regisztrálták a belföldiek 17,0%-át és a külföldiek 17,8%-át. 10% feletti arányban utaztak június és július hónapokban is, a többi hónapban pedig átlagosan az összes turista 6%-a utazott. A téli hónapokban a belföldi vendégek keltek útra többször, tavasszal és ősszel viszont a külföldiek aránya volt a magasabb.

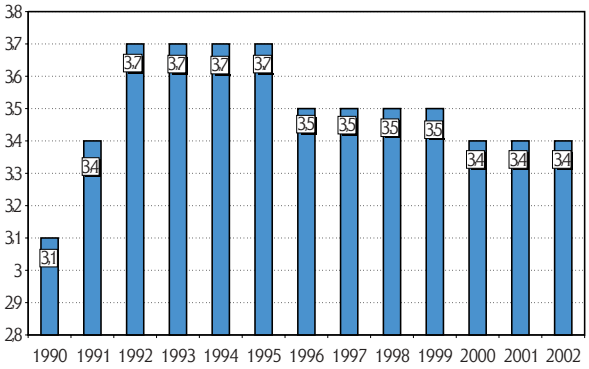
Szlovéniában 2001-ben az átlagos tartózkodási idő 3,4 éjszaka volt a kereskedelmi szálláshelyeken. Ennek a mutatónak az értéke 1996 óta gyakorlatilag változatlan, az elmúlt évtizedet vizsgálva azonban csökkenő tendenciát mutat (3. ábra).

Az átlagos tartózkodási idő 2001-ben a kereskedelmi szálláshelyeken az orosz vendégek esetében volt a legmagasabb, 6,1 nap, őket követték a britek 4,8 nappal, illetve a hollandok 4 nappal. Az átlagosnál több időt töltöttek el Szlovéni-

[4] 1994-ben a Szlovén Statisztikai Hivatal és a Szlovén Turisztikai Hivatal egy háromévente ismétlődő kutatási programot indított, amelynek segítségével adatokat gyűjtenek a külföldről érkező turistákról. (E felmérésben is azokat a személyeket tekintik turistának, akik állandó lakóhelyüktől távol legalább egy éjszakát eltöltenek valamely kereskedelmi szálláshelyen a meglátogatott desztinációban.) A 2003. évi adatok még nem állnak rendelkezésre, az alábbi alfejezetek ezen kutatás 1997-es és 2000-es adatai, valamint a 2001-es és 2002-es Statisztikai Évkönyvek alapján készültek.

3. ábra

Átlagos tartózkodási idő Szlovéniában, 1990–2002 (nap)



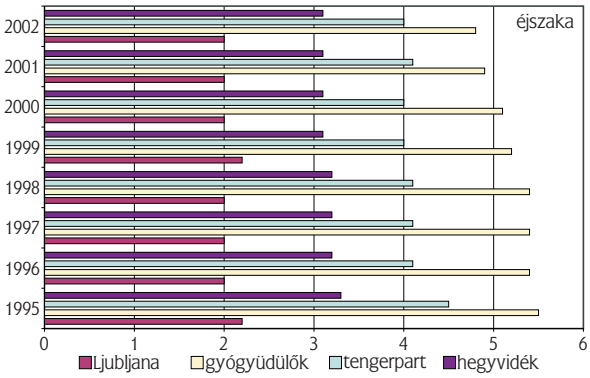
Forrás: Statistical Office of the Rebuplic of Slovenia

ában az osztrákok (3,6 nap), a belgák (3,9 nap), a németek (3,8 nap) és maguk a szlovének is (3,8 nap). A legkevesebb ideig a csehek tartózkodtak a kereskedelmi szálláshelyeken: átlagos tartózkodási idejük 2001-ben mindössze 2,1 nap volt.

A Szlovén Statisztikai Hivatal kategóriák szerinti adatgyűjtési módszerének köszönhetően képet kaphatunk az átlagos tartózkodási időről aszerint is, hogy mennyi időt töltöttek átlagosan a vendégek a hegyekben, a tengerparton, a gyógy-üdülőhelyeken, illetve a fővárosban, Ljubljanában (4. ábra).

4. ábra

Átlagos tartózkodási idő Szlovénia különböző desztinációiban, 1995–2002



Forrás: Statistical Office of the Republic of Slovenia

2.8 A SZLOVÉN LAKOSSÁG UTAZÁSI SZOKÁSAI[5]

2.8.1 Kiutazó turizmus

Az elmúlt években egyre több szlovén utazott külföldre, ami elsősorban a határok megnyitásával járó nagyobb szabadságnak és az életszínvonal folyamatos növekedésének köszönhető.

[5] Az adatok a szlovén kormány megbízásából 2000-ben készült „Survey on Slovenian outbound tourism" című felmérésből származnak.

2000-ben a szlovén lakosság 57,2%-a vett részt külföldre irányuló, legalább kétnapos üzleti vagy négy napnál hosszabb szabadidős célú utazáson. Azok közül, akik utaztak, 97,5% töltött négy vagy több éjszakát a meglátogatott helyen. A kiutazó szlovén turisták 59,2%-a egy, 23,5%-a kettő, 8,3%-a három, 9%-a pedig négy vagy több utazáson vett részt.

Nem szerinti megoszlásban a férfiak 60,5%-a, a nők 54,2%-a vett részt utazáson. A férfiak nagyobb hányada, 22%-a vett részt üzleti úton, míg a nőknek csak 15%-a. Az iskolai végzettséget tekintve a főiskolai és egyetemi végzettségűek több mint 80%-a, az érettségivel rendelkezők mintegy 77%-a, az alacsonyabb végzettségűeknek pedig mindössze 45-55%-a utazott külföldre.

A szlovén turisták külföldi utazásainak 98,5%-a irányult Európa országaiba és elenyésző hányada a többi kontinensre. A szlovének legfontosabb fogadó országai: Olaszország, Ausztria, Németország, Horvátország, Bosznia-Hercegovina, Jugoszlávia és Magyarország. A fiatalabbak (15-24 és 25-44) elsősorban Ausztriába és Németországba, az idősebb korosztály (45-64 és 65 fölött) Jugoszlávia utódállamaiba utazik szívesen.

2.8.2 A belföldi turizmus legfontosabb jellemzői

Szlovéniában jelentős a belföldi turizmus aránya, 2000-ben az összes szlovén turista 56,8%-a utazott belföldre és 43,2%-a külföldre. Ez az arány a 25-44 évesek esetében szinte egyenlő (51%, illetve 49%), a többi korosztálynál jóval magasabb a belföldi utak aránya (átlagosan 65%, illetve 35%). A rövidebb és hosszabb utazásokat megkülönböztetve megállapítható, hogy a hosszabb (minimum négy éjszaka vagy annál hosszabb) utak többségükben külföldre, a rövidebbek pedig belföldre irányultak.

2.8.3 A szlovén turisták utazási motivációi

A szlovén turisták 81%-a üdülni, pihenni szeret, 16%-a látogatja meg barátait, rokonait, 10%-a aktívan tölti idejét (sportolás, kalandturizmus), 3,5%-a kulturális látnivalókra kíváncsi, 2,3%-a választja a gyógyturizmus adta felüdülést és elenyésző hányada az egyéb tevékenységeket nyaralása során. A nyarat legtöbbször az adriai tengerpart olasz, szlovén és horvát szakaszain töltik. Sokan a téli sportok szerelmesei, a szlovén hegyvidéki sípályák mellett kedvelt célpontok Ausztria és Svájc síterepei is. A szlovének kevésbé kedvelik a csoportos város-, illetve országnéző túrákat, inkább jellemzőek az egyéni utazások.

3. A szlovén–magyar turisztikai kapcsolatok

3.1 A SZLOVÉN TURISTÁK MAGYARORSZÁGI UTAZÁSAI

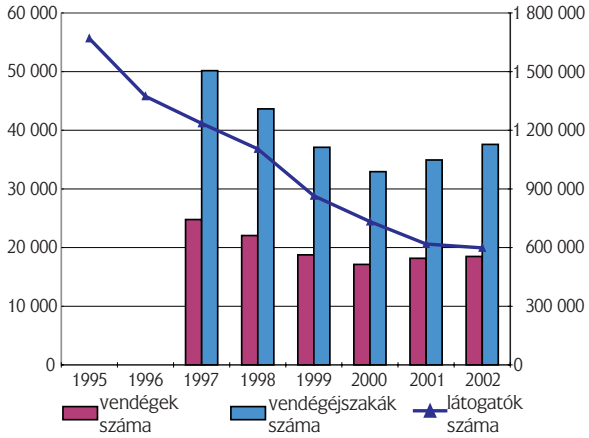
Magyarország, ezen belül is leginkább Budapest, a szlovének kedvelt úti céljai közé tartozik. A szlovének sokszor rokonlátogatási céllal keresik fel hazánkat, de jelentős a bevásárló turisták száma is. A Magyarországra érkező szlo-

vének az összes külföldre utazó szlovén turista 1,3%-át teszik ki, az üzleti utazók pedig az összes szlovén üzleti utazó 2,7%-át jelentik. Magyarországon a szlovének átlagos napi költése 2000-ben 10 000 Ft, az üzleti úton lévőké ennek több mint kétszerese, 21 354 Ft volt. A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint az elmúlt években átlagosan 0,9-1,2 millió látogató érkezett hozzánk Szlovéniából, ebből közel félmillió volt turista. A szlovén turisták érdeklődése elsősorban a Közép-Dunavidékre, Budapestre, a Balatonra és a Nyugat-Dunántúlra irányul.

Az 5. ábra a Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján mutatja be a Magyarországra látogató szlovének (jobb oldali tengely), valamint a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek és vendégéjszakák számának (bal oldali tengely) alakulását.

5. ábra

A Magyarországra látogató szlovének, illetve a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált szlovén vendégek és vendégéjszakák számának alakulása, 1995–2002



Forrás: Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv, 2002

3.2 A MAGYAR TURISTÁK SZLOVÉNIAI UTAZÁSAI

A Magyar Turizmus Rt. megbízásából a M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság által végzett „A magyar lakosság utazási szokásai 2000-ben" című tanulmány alapján a felmérés évében a magyarok külföldi utazásait tekintve Szlovénia a 20. legnépszerűbb turisztikai desztináció volt, 2000-ben az összes megkérdezett 0,6%-a választotta úti céljául. A megkérdezettek ugyanilyen arányban érdeklődtek Ciprus, Csehország, Jugoszlávia, Portugália, Svédország és Kanada iránt. Magyarországról évente mintegy 30 ezer turista látogat Szlovéniába.

A Szlovéniába való utazás legfontosabb céljaként a legtöbben a nyaralást, üdülést és a körutazásokat jelölték meg. A Szlovéniába utazó – ott főnyaralását[6] töltő – magyarok többsége strandolással, fürdéssel, vízi sportokkal, kirándulással, természetjárással, műemlékek, kastélyok és múzeumok meglátogatásával, kulturális rendezvényeken való részvétellel, vásárlással, a helyi ételspecialitások és borok megkóstolásával, szórakozással, diszkózással és egyéb hobbitevékenységekkel töltötte idejét.

A magyar turisták körében visszaesett a nagyobb létszámú, 30-40 fős (autóbuszos) csoportok száma és aránya, míg az egyéni, a családos és kisebb létszámú (5-6 fős, kisbuszos) kiutazások száma emelkedett. A magyar turisták többsége saját gépjárművel érkezik Szlovéniába, kis részük vonattal és – főleg a fiatalok – autóstoppal utazik.

Az utazás során a magyarok több mint kétharmada saját maga gondoskodott az ellátásról, egyharmaduk a félpanziós ellátást választotta. Az all-inclusive ellátást senki nem választotta a Szlovéniába utazók közül, ez a típus azonban szinte egyetlen európai úti célra sem jellemző a magyarok körében, a távoli úti célok esetében sokkal inkább népszerű.

A magyar turisták mintegy fele gyűjtött Szlovéniával kapcsolatban előzetesen turisztikai információt, ezt legtöbben az utazási irodákban szerezték be, az utazók másik fele viszont egyáltalán nem tájékozódott előre úti céljáról.

A magyar turisták körében kedvelt úti cél a szlovén tengerpart, de egyre nagyobb az érdeklődés a síelési lehetőségek iránt is az Alpokban.

4. Források

Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv 1999, KSH, Budapest
Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv 2000, KSH, Budapest
Idegenforgalmi Statisztikai Évkönyv 2001, KSH, Budapest
Magyarország külgazdasága 1998, 1999, 2000, Külügyminisztérium, Budapest
A magyar lakosság utazási szokásai 2000, A Magyar Turizmus Rt. megbízásából készítette a M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató Társaság, 2001, Budapest
Országtanulmányok külkereskedők részére 1997–1998, ITD Hungary, Budapest
Travel & Tourism Intelligence: Slovenia, 2000, London
World Travel Organisation: Compendium 2002, WTO, Madrid
Nagy utazás - www.nu.hu
Statistical Office of the Republic of Slovenia - www.sigov.si/zrs/
Szlovén turisztikai honlap - www.slovenia-tourism.si
World Travel & Tourism Council: Slovenia, The Impact of Travel & Tourism on Jobs and the Economy – 2002, WTTC, www.wttc.org

[6] A kutatás módszertana szerint a megkérdezettek a főnyaralást maguk választották ki az összes utazásuk közül, de azon a háztartás valamennyi, vagy legalább két tagja részt vett, illetve minimum négy éjszakát tartott.