

A BEVÁSÁRLÓTURIZMUS AKTUÁLIS TENDENCIÁI A ROMÁN-MAGYAR HATÁR MENTÉN

NAGY EGON

BABEŞ-BOLYAI TUDOMÁNYEGYETEM

KOLOZSVÁR

MAGYAR FÖLDRAJZI INTÉZET

TÓTH JÓZSEF EMLÉKKONFERENCIA

2014, MÁRCIUS 18, PÉCS

Bevezető gondolatok

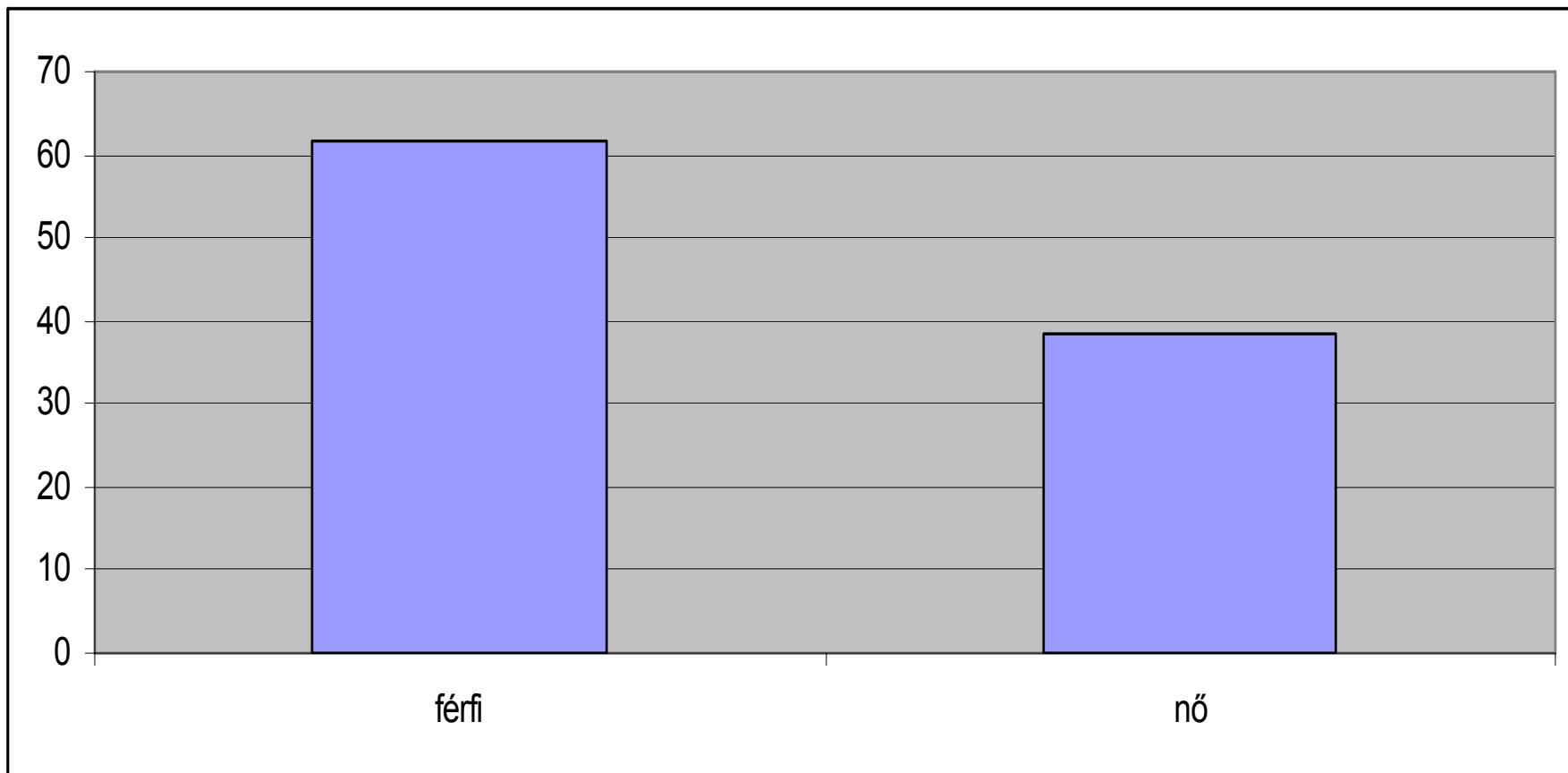
- korunk turizmusának egyik legdinamikusabb válfaja
- a turizmus és kereskedelem egy furcsa ötvözeteként nyilvánul meg
- leginkább kiskereskedelmi formákat érint, de előfordul, hogy a bevásárlóturizmusban résztvevők nagykereskedelmi egységeket is igénybe vesznek

Bevezető gondolatok

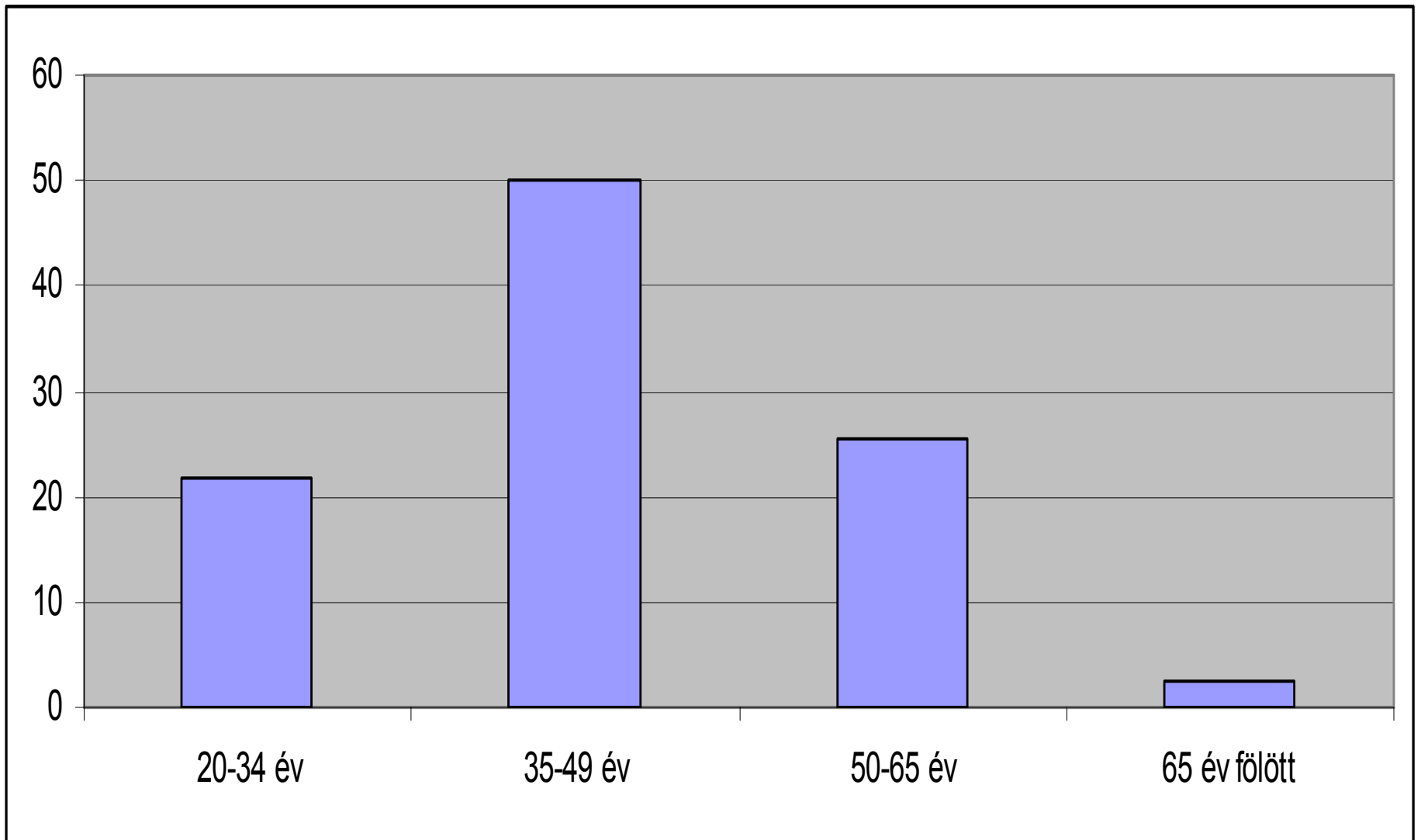
- a rendszerváltás után erősödött fel Kelet-Európában, mikor az utazási szabadság hirtelen kitágult
- Michalkó Gábor felosztásában:
 - *üzleti célú* vásárlást
 - *szolgáltatás-vásárlást*
 - *szabadidős* vásárlást
 - *spontán* vásárlást

Az államhatár és a bevásárlóturizmus kapcsolata a román-magyar határszakaszon

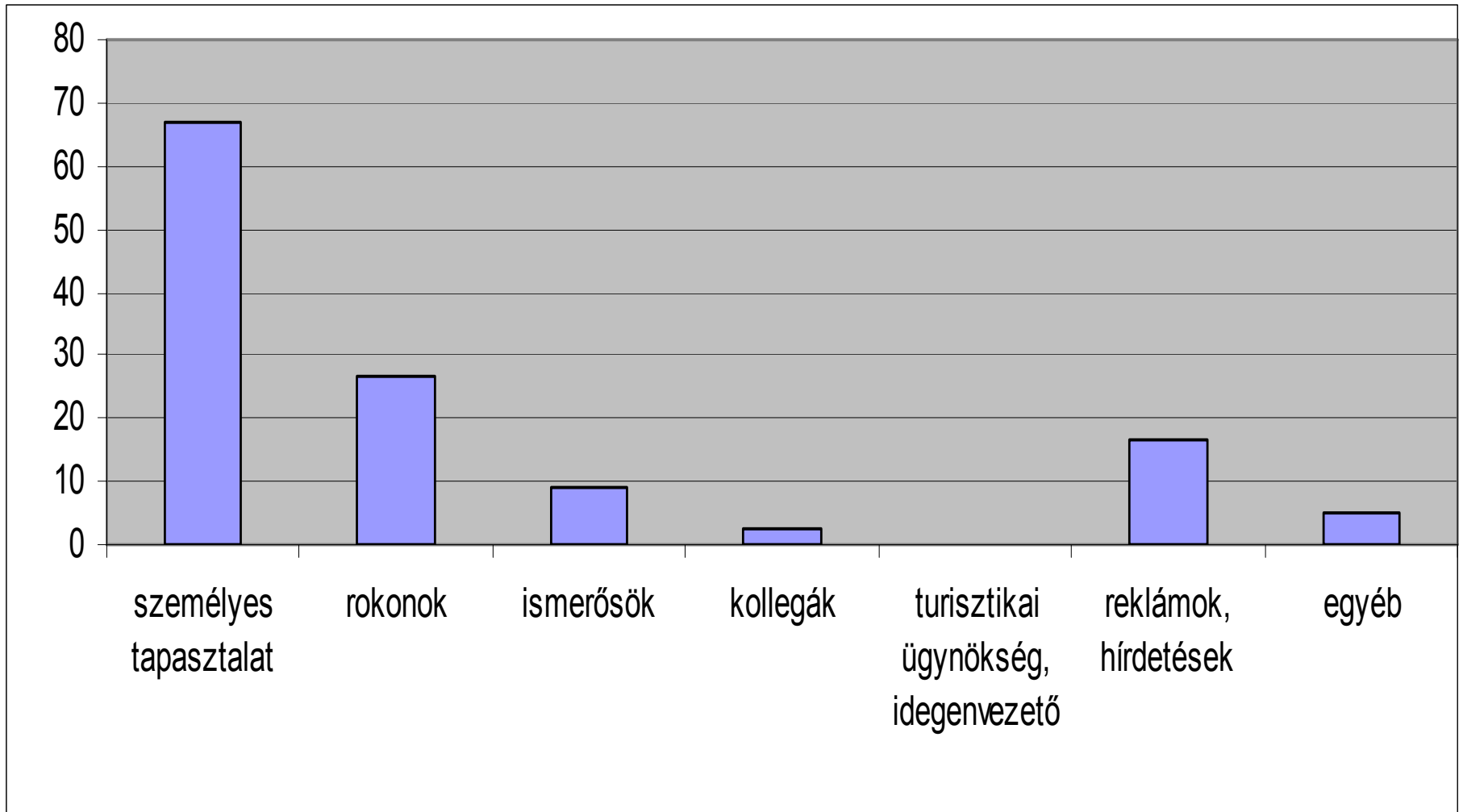
- a magyar-román határszakaszon sorrendben az üzleti, szabadidős és szolgáltatás-vásárlás van jelen jellemzően
- jelen tanulmány a román-magyar határ mentén elsősorban a romániai bevásárlóturisták fogyasztói magatartását kívánja feltérképezni
- motivációs háttérük feltárása révén kívánjuk jobban megérteni a román-magyar határ menti egyenlőtlenségeket
- módszer – kérdőíves felmérés, véletlenszerű kiválasztással, Gyulán és Berettyóújfalun



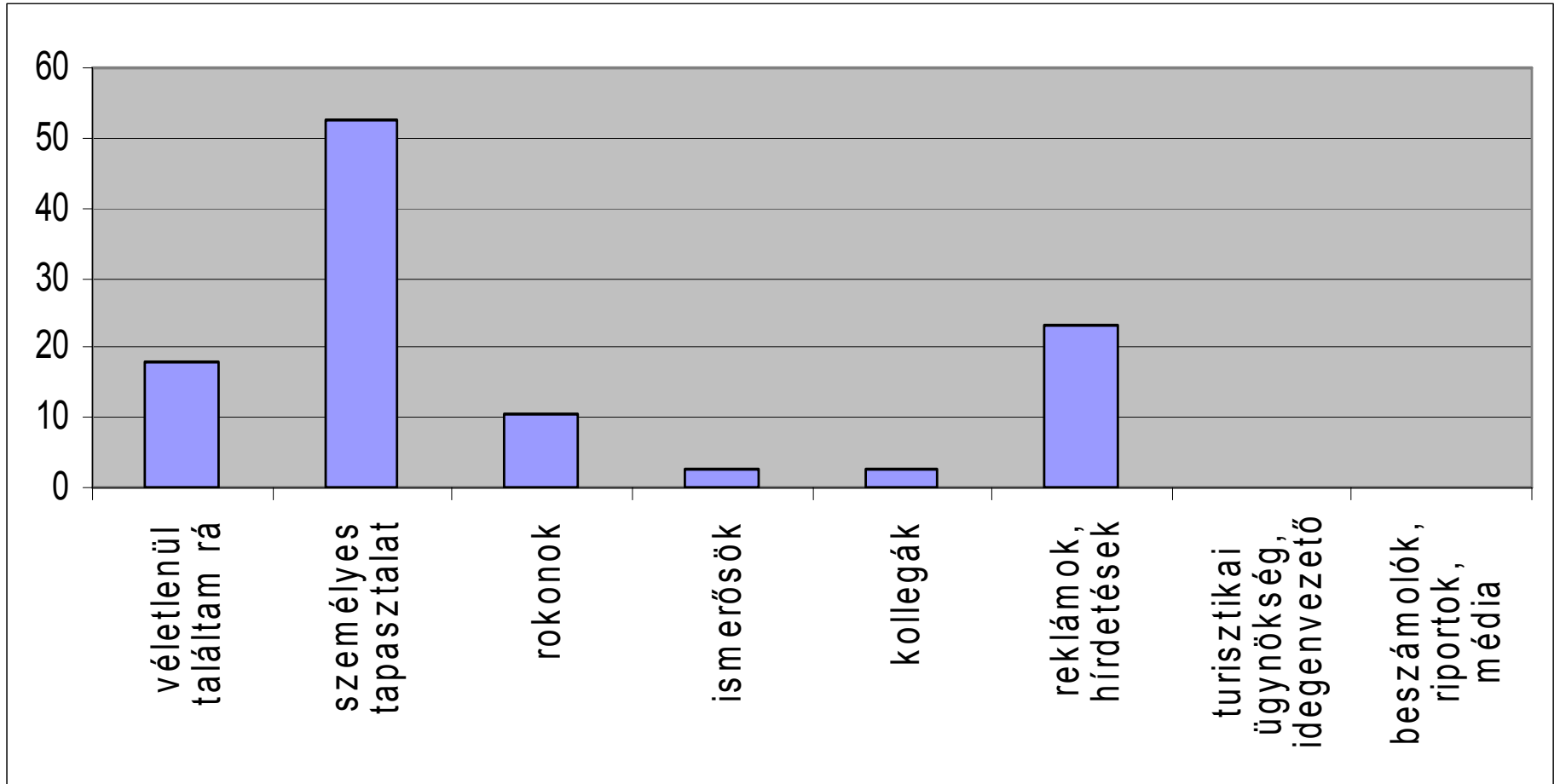
A válaszadók neme %



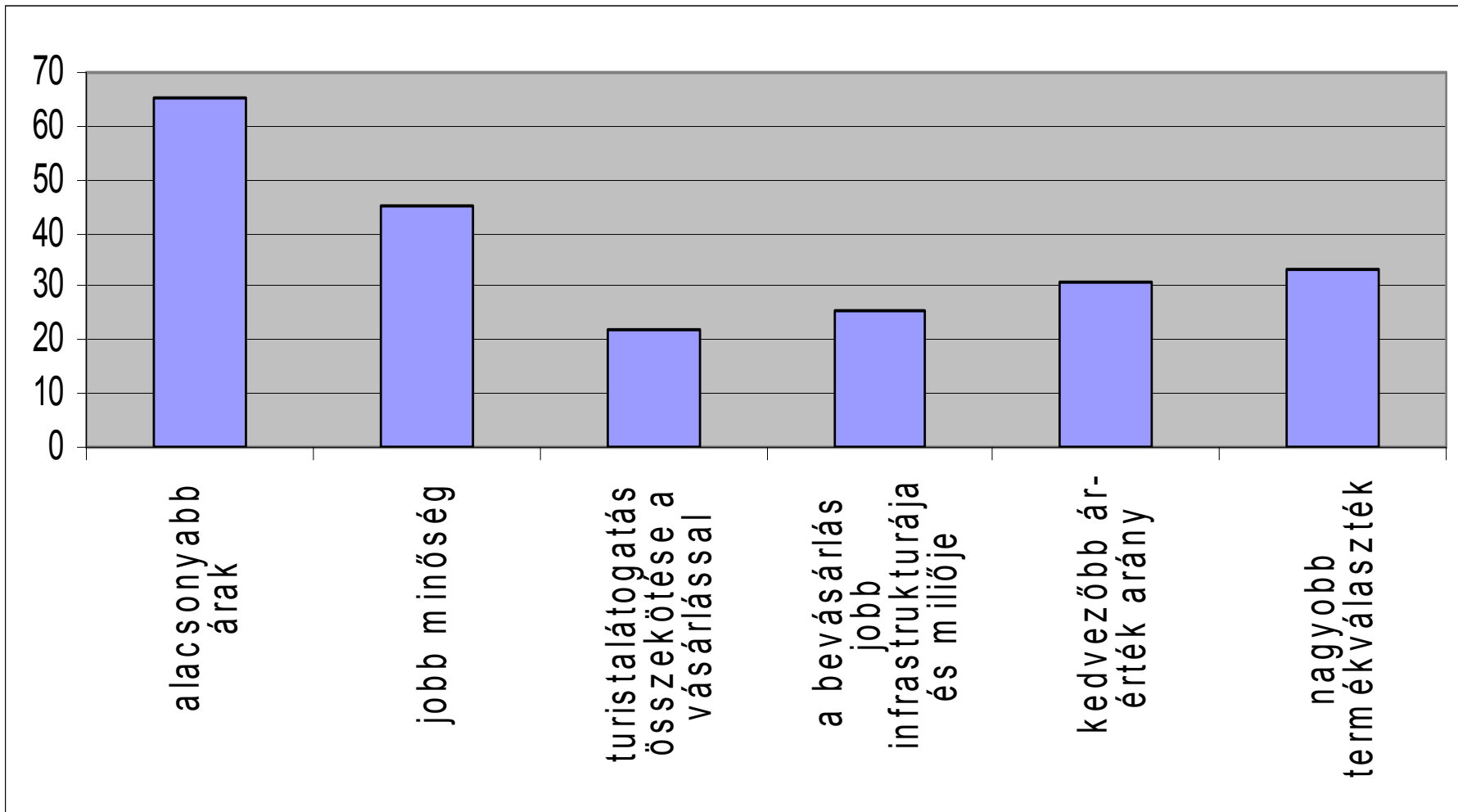
A választadó kora %



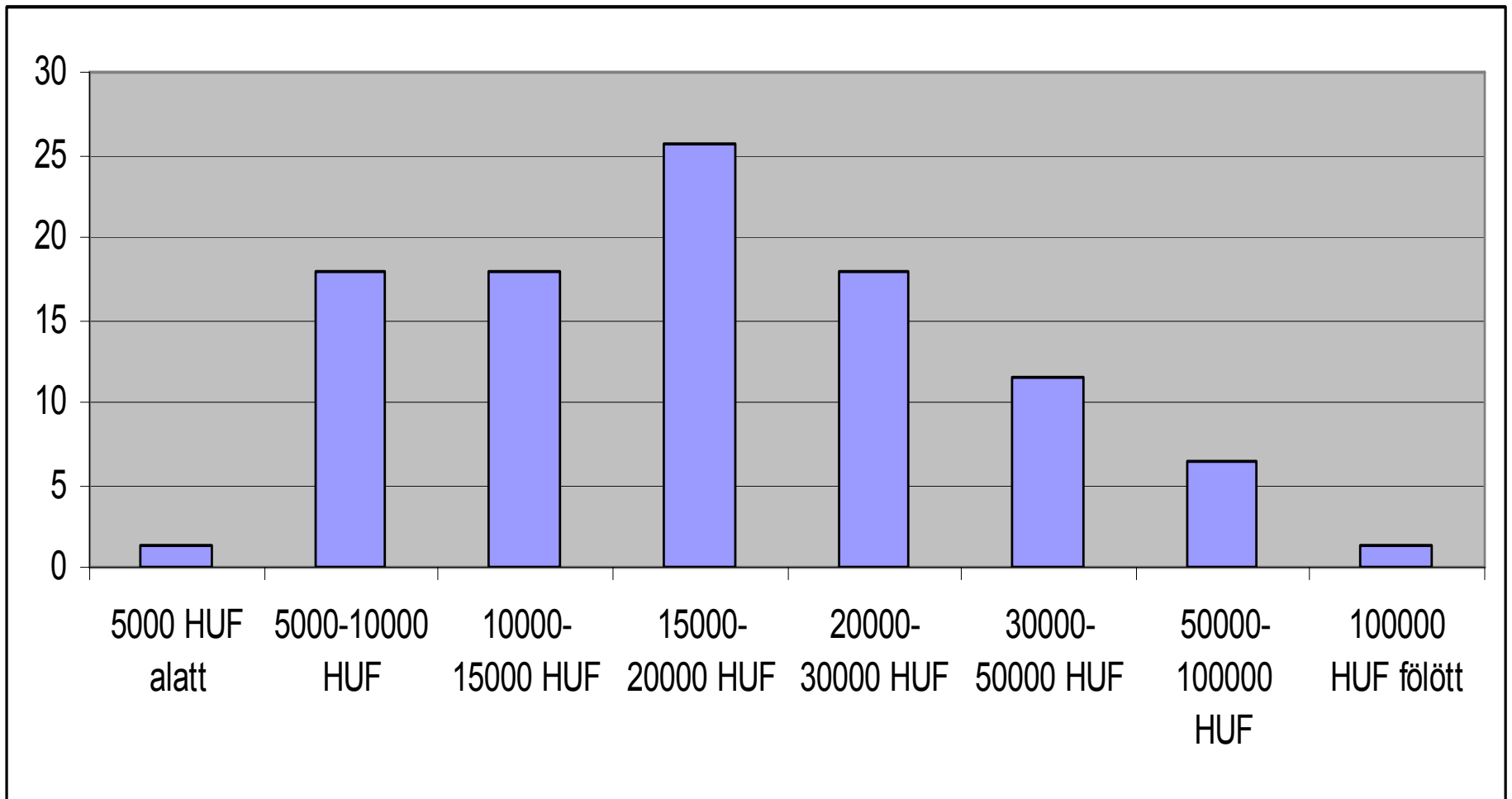
A magyarországi bevásárlási lehetőségről való információ forrása %



A bevásárlóközpontból való információ forrása %



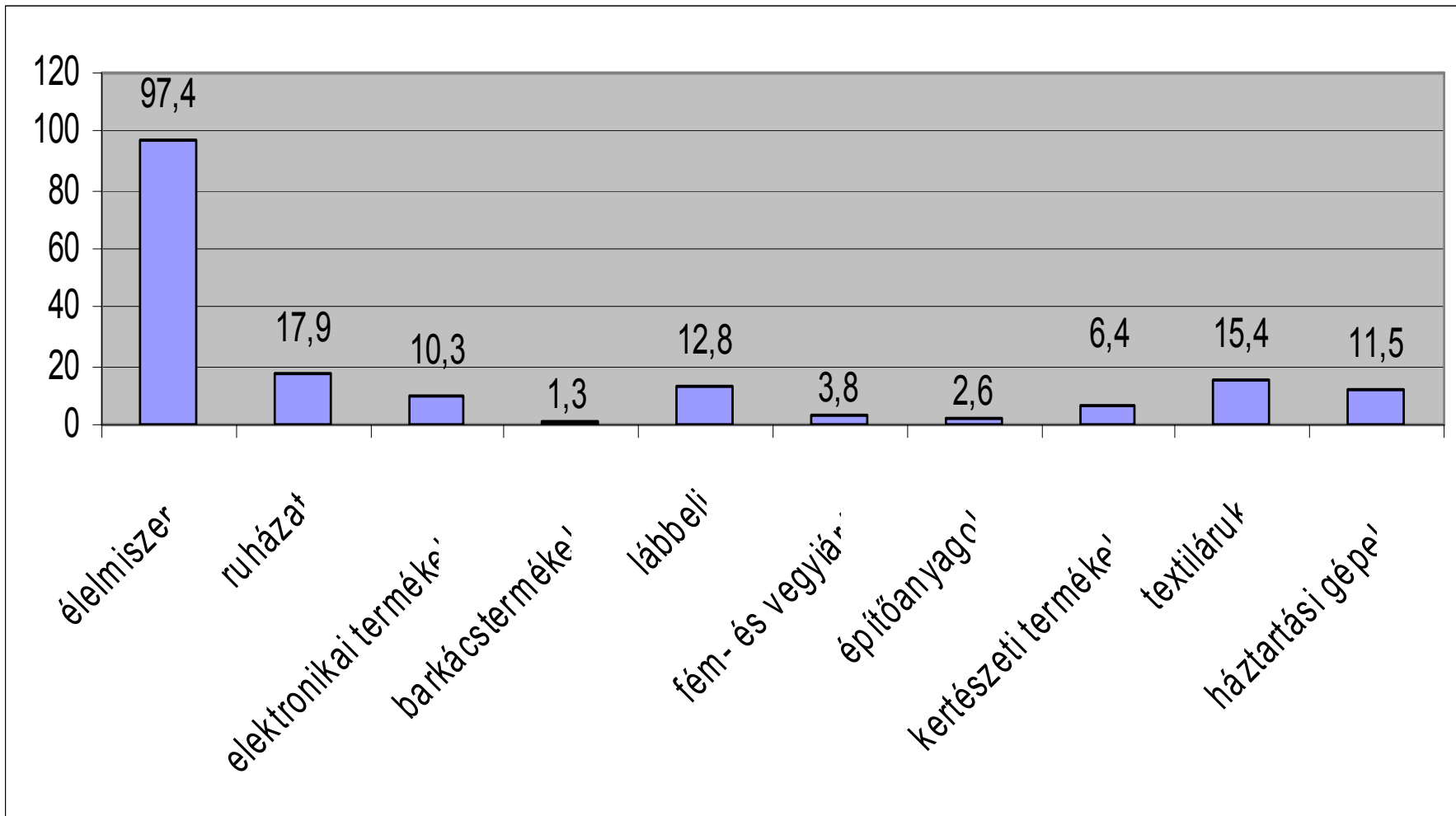
A vásárlás motivációja %



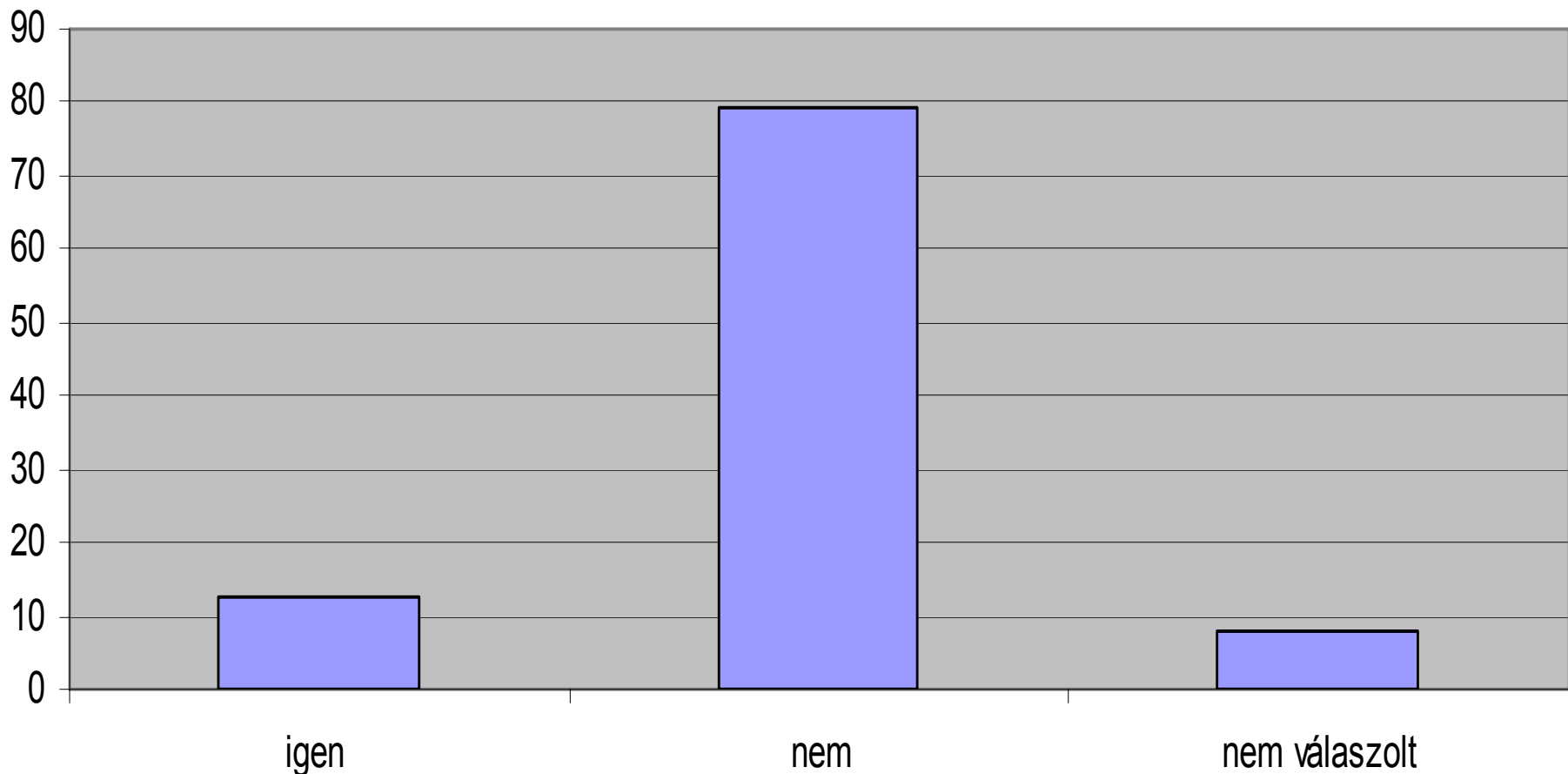
**A vásárlás során elköltött
pénzösszeg %**

Válaszadó életkora		a vásárlás során elköltött összeg								Össz
		5000 HU F ala tt	5000- 100 00 HU F	10000- 15000 HUF	15000- 2000 0 HUF	20000- 3000 0 HUF	30000-50000 HUF	50000- 100 000 HU F	100000 HUF fölött	
20-34 év	%	,0%	7,7%	5,1%	2,6%	3,8%	1,3%	1,3%	,0%	21,8 %
35-49 év	%	,0%	3,8%	10,3%	12,8%	11,5%	5,1%	5,1%	1,3%	50,0 %
50-65 év	%	1,3%	6,4%	2,6%	9,0%	2,6%	3,8%	,0%	,0%	25,6 %
65 év föl ött	%	,0%	,0%	,0%	1,3%	,0%	1,3%	,0%	,0%	2,6 %
Össz.	%	1,3%	17,9%	17,9%	25,6%	17,9%	11,5%	6,4%	1,3%	100, 0 %

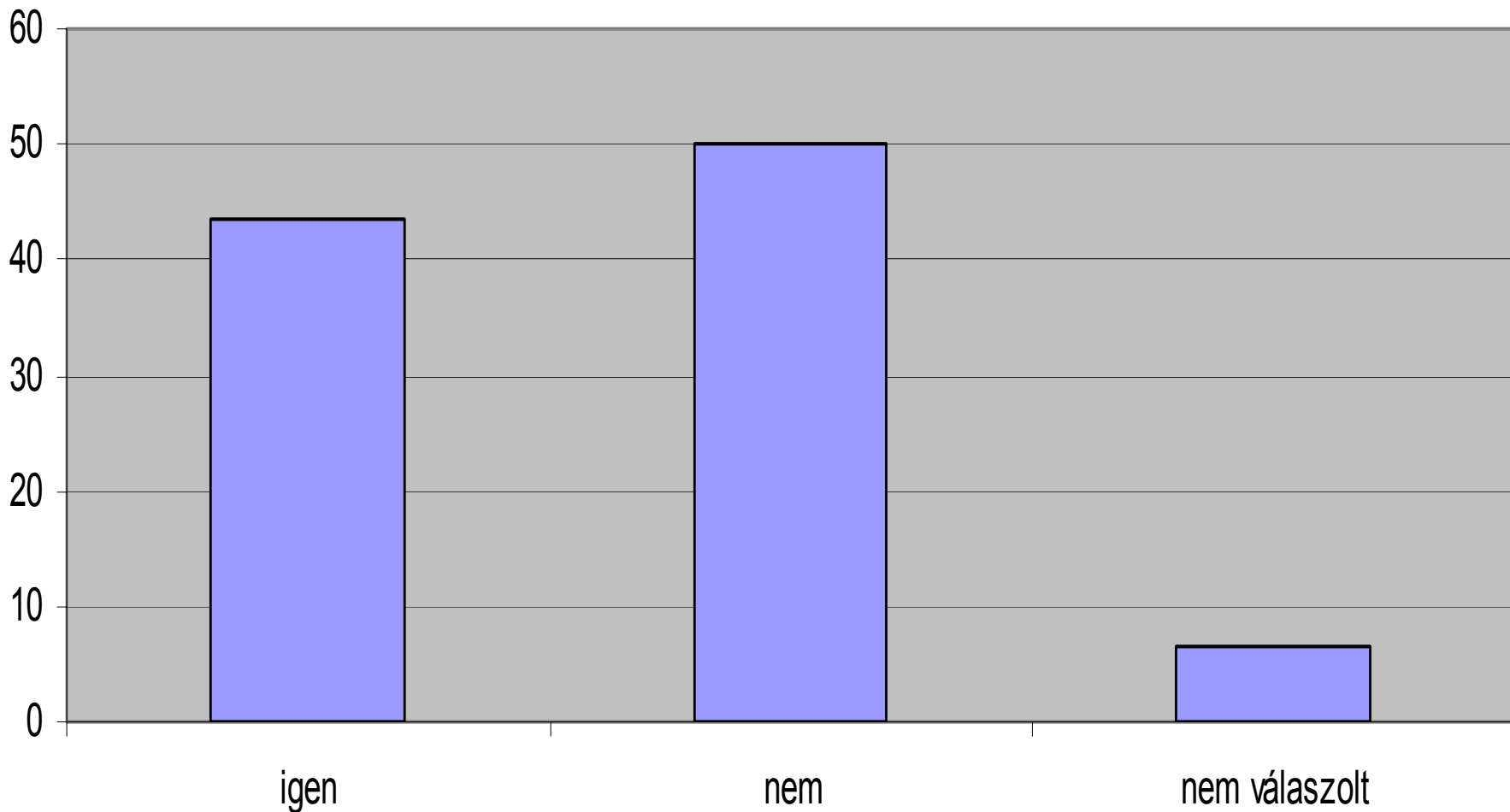
A válaszadók kora és a vásárláskor elköltött összeg közötti
összefüggés



**A leggyakrabban keresett főbb
árucsoportok**



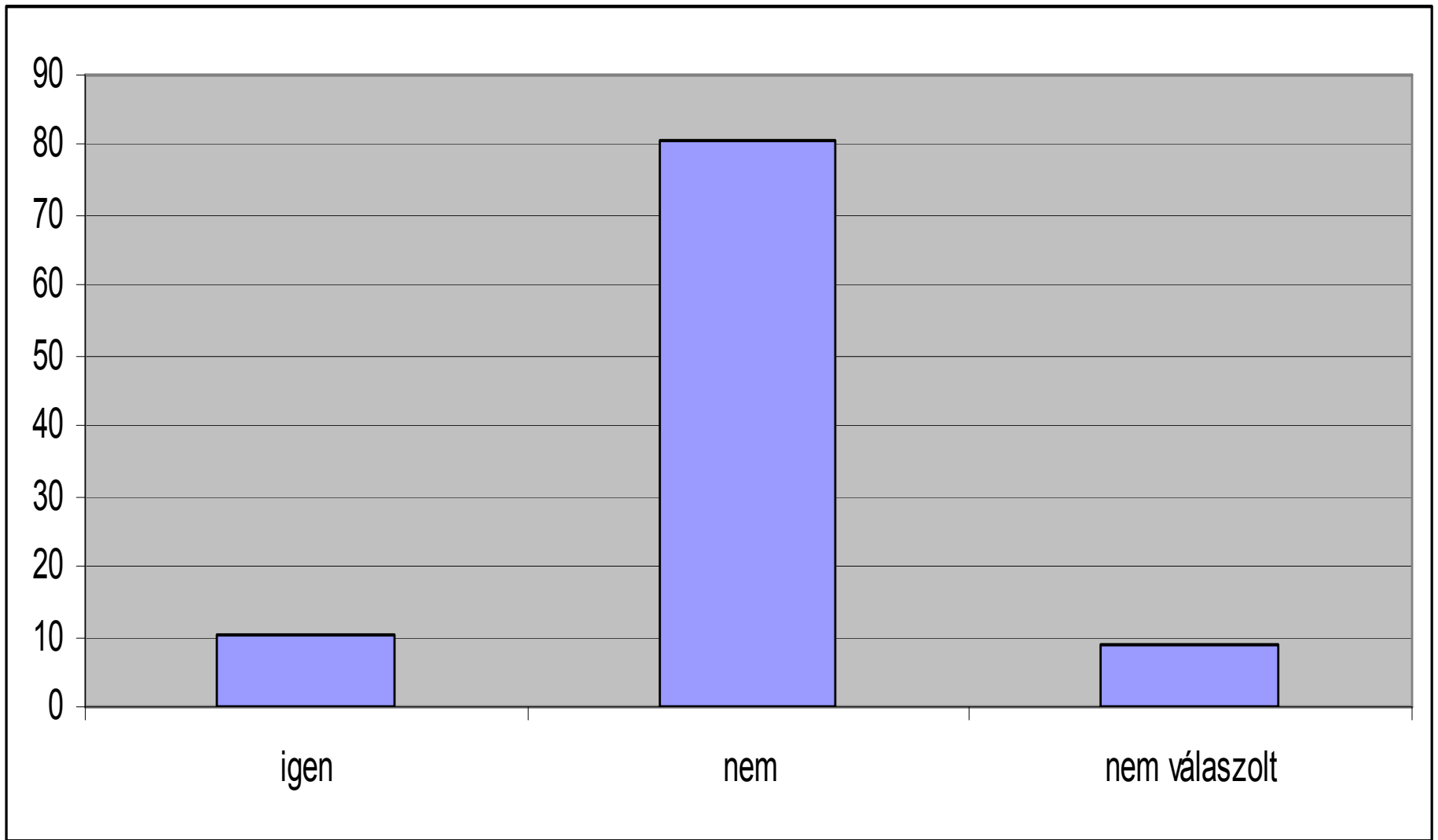
**Tervez-e nagybani árubeszerzést
Magyarországon? %**



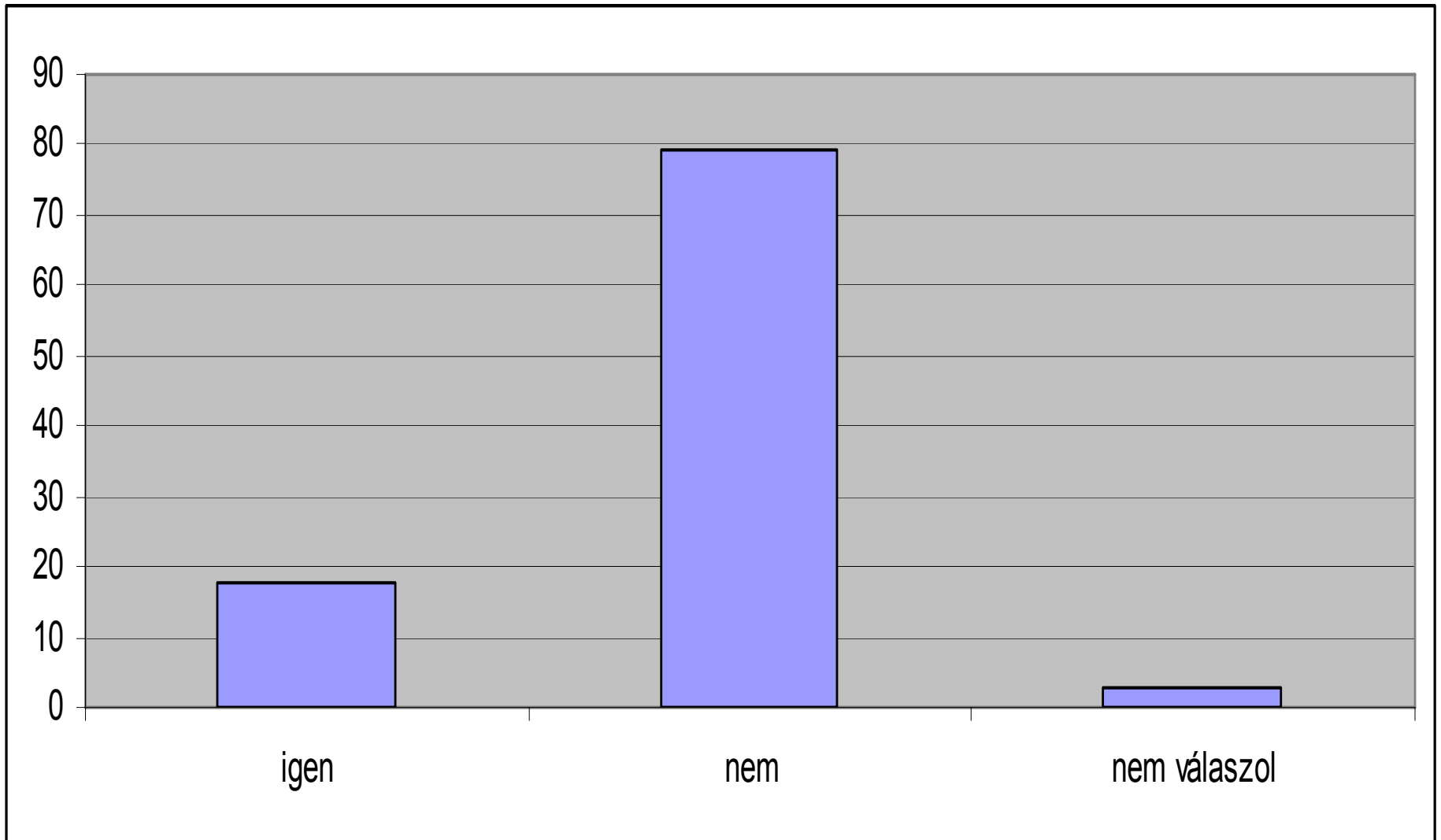
Foglalkozik-e a Magyarországon vásárolt áruk romániai viszonteladásával megélhetési célból? %

			Foglalkozik-e Romániában a Magyarországon vásárolt áruk viszonteladásával megélhetési célból?		Össz.	
			igen	nem		
válaszadó kora	20-34 év	Abszolút érték	8	9	17	
		%	11,0%	12,3%	23,3%	
	35-49 év	Abszolút érték	14	21	35	
		%	19,2%	28,8%	47,9%	
	50-65 év	Abszolút érték	10	9	19	
		%	13,7%	12,3%	26,0%	
	65 év fölött	Abszolút érték	2	0	2	
		%	2,7%	,0%	2,7%	
	Összesen		Abszolút érték	34	39	73
			%	46,6%	53,4%	100,0%

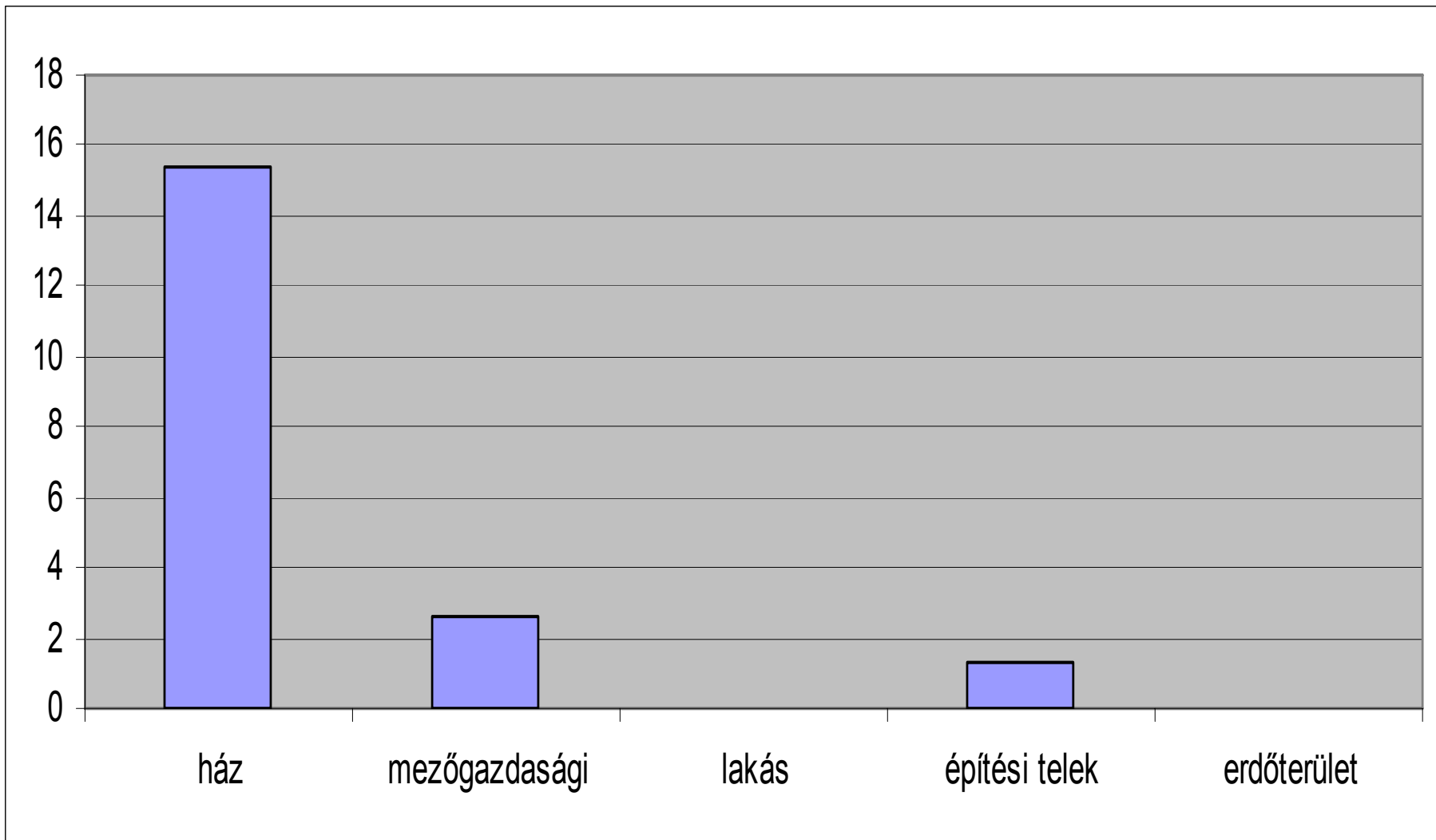
A korcsoportok megoszlása a viszonteladó bevásárlóturisták között



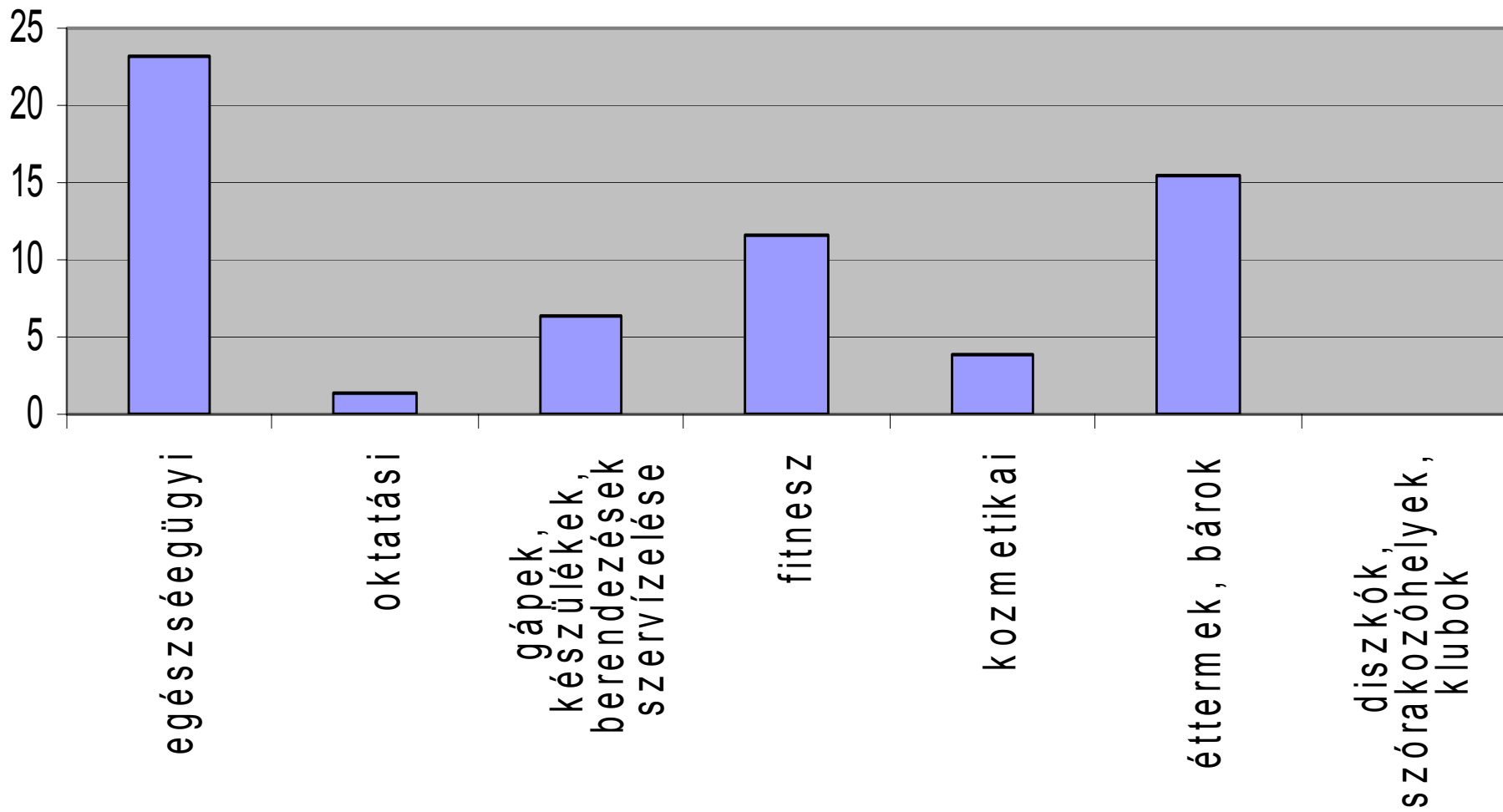
**Tervezi-e nagyértékű tartós fogyasztási
cikkek beszerzését Magyarországon? %**



**Tervez-e ingatlanvásárlást
Magyarországon? %**



**A leggyakrabban keresett főbb
ingatlantípusok %**



Milyen szolgáltatásokat vesz igénybe Magyarországon? %

Megállapítás	%
továbbra is Magyarországon fogok vásárolni, mert a vonzó tényezők nem változnak	92,3
lemondok a magyarországi vásárlásról, mert a vonzó tényezők gyengülnek rövid távon	3,8
lemondok a magyarországi vásárlásról, mert a vonzó tényezők gyengülnek hosszú távon	0
a jelenlegi vásárlás véletlenszerű, nem vásárolok többet Magyarországon	2,6
a jelenlegi vásárlás az első és meggyőzőtt, hogy továbbra is Magyarországon vásároljak	1,3

A magyarországi vásárlások jövőbeni alakulásával
kapcsolatos várakozások

Következtetések

- a bevásárlóturizmus hullámzó tendenciája ellenére élénk eleme a magyar-román határmenti spontán kapcsolatoknak
- a piaci viszonyoknak megfelelően, a kölcsönös érdekek mentén találkozik a kereslet a kínálattal
- az üzleti jellegű bevásárlóturizmus még mindig vezető válfaj, de a szolgáltatásvásárlás felé a hangsúlyeltolódás kifejezetten érzékelhető

Következtetések

- A romániai turisták a határ menti magyar megyékben továbbra is elsősorban az élelmiszereket és az elektronikai, háztartási elektromos termékeket keresik
- A kedvezőbb ár és áruválaszték mellett a bevásárlás körülményeit meghatározó millió sem elhanyagolható motivációs tényező számukra, azaz figyelnek a bevásárlási infrastruktúra fejlettségére, a kiszolgálás minőségére is
- A bevásárlóturizmus nem elhanyagolható éltetője a magyar kiskereskedelmi szektornak, különösen a válság okozta súlyos visszaesés közepette

Köszönöm figyelmüket!