



EFOP-3.6.2-16-2017-00017

Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek

A HELYI TERMÉKEK IRÁNTI KERESLET A BALATONT TURISZTIKAI CÉLLAL FELKERESŐK KÖRÉBEN

**SULYOK JUDIT
MADARÁSZ ESZTER**

*BALATON VIHAR ELŐTT ÉS UTÁN
BATUKI SZAKMAI KONFERENCIA
VESZPRÉM, 2020. NOVEMBER 26.*

SZÉCHENYI 2020

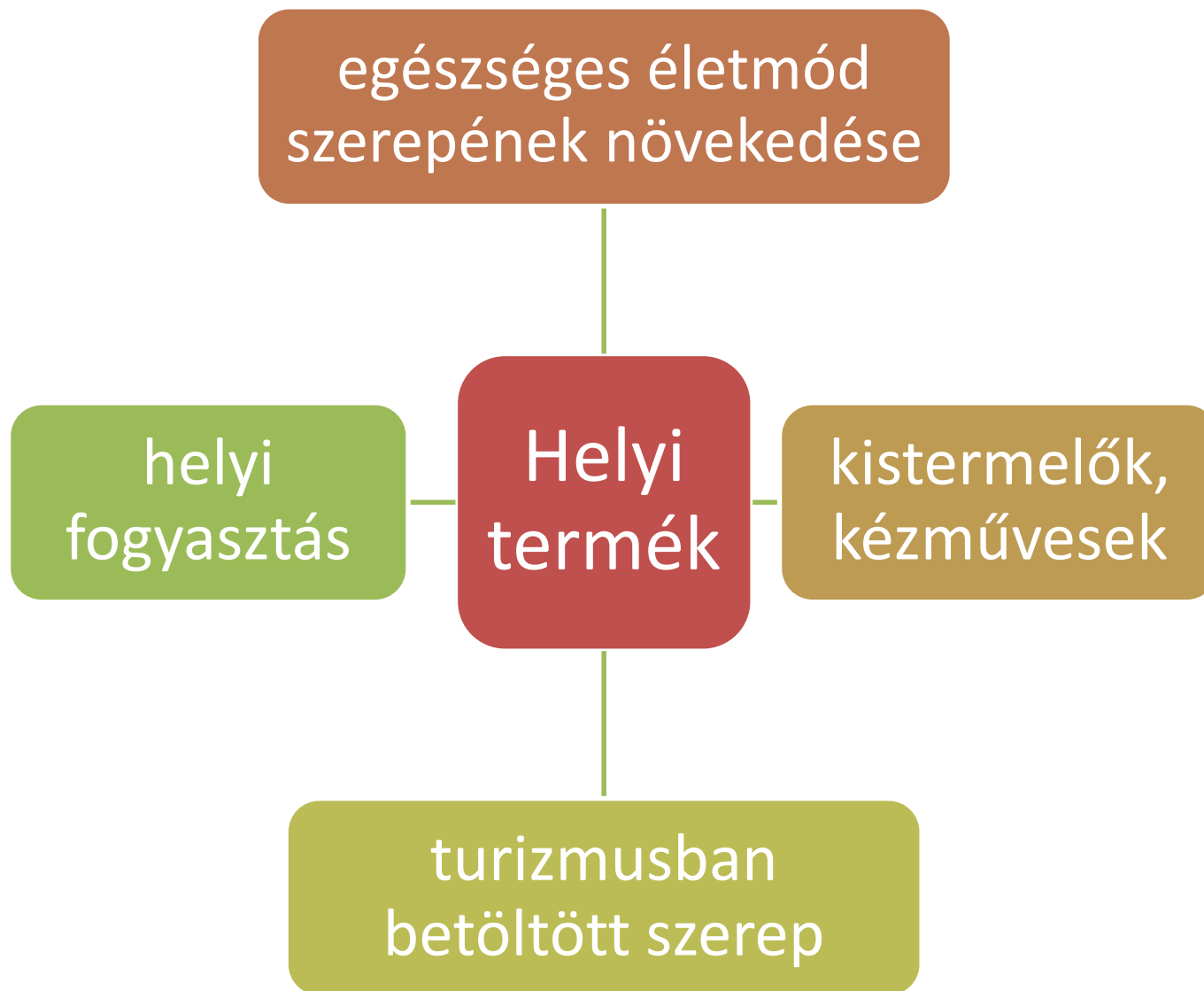


HUNGARIAN
GOVERNMENT

European Union
European Social
Fund



INVESTING IN YOUR FUTURE



Természeti környezet
jelentőségének felértékelődése

Fenntartható fogyasztás a
mindennapokban

Fenntartható turizmus

HELYI TERMÉK VS. TURIZMUS

EFOP-3.6.2-16-2017-00017

Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek



attrakció



szuvenír

A KERESLET MÉRHETŐSÉGE

EFOP-3.6.2-16-2017-00017

Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek

Év	Kiadás összesen (1000 HUF)	Étkezés étteremben, bárokban, kávézókban (1000 HUF)	Élelmiszer vásárlása (1000 HUF)	Emlék-, ajándéktárgyak vásárlása (1000 HUF)
2009	75 372 252	10 060 489	10 671 834	1 263 742
2010	74 951 212	10 667 563	9 985 115	1 315 257
2011	73 897 474	9 759 684	10 804 008	1 386 595
2012	79 895 406	10 470 344	10 671 635	1 454 016
2013	82 094 578	10 771 653	9 881 217	1 351 486
2014	93 912 183	43,0 % 12 037 771	- 3,4% 9 319 362	35,1 % 1 572 662
2015	91 999 333	11 729 130	9 235 681	1 612 683
2016	90 818 203	11 662 124	9 438 927	1 404 712
2017	99 337 576	12 368 720	8 719 742	1 341 318
2018	100 775 533	13 666 501	9 617 616	1 376 141
2019	19,4% ↓ 120 690 285	5,3% ↓ 14 387 329	7,2% ↓ 10 310 664	24,1% ↓ 1 707 984

Forrás: KSH Tájékoztatási Adatbázis alapján saját szerkesztés

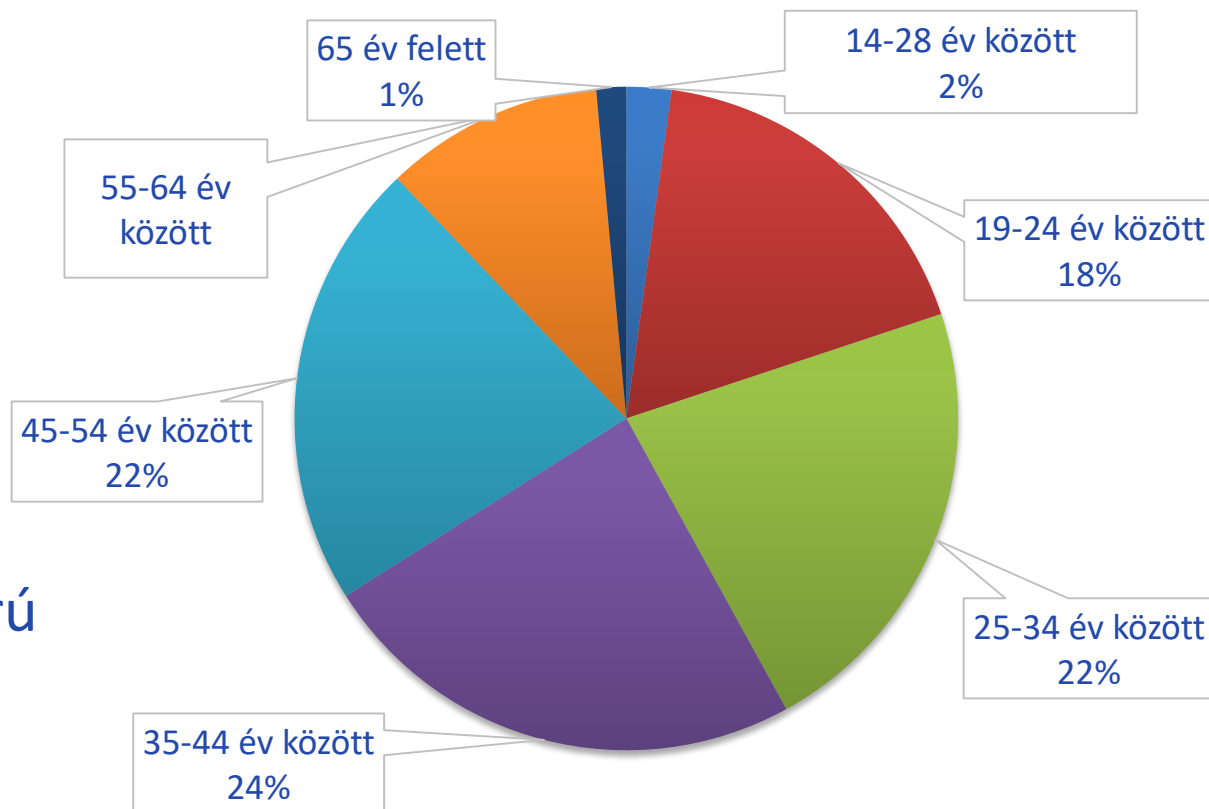
- 2019 tavasz
- kérdőíves megkérdezés, véletlenszerű, személyes mintavételen alapuló adatfelvétel
- szűrőfeltétel: szabadidős célú, balatoni utazási tapasztalat 2016-2018 között – legalább egy éjszakás tartózkodás
- 419 válaszadó
- **Vásároltak-e helyi terméket (élelmiszer/nem élelmiszer) az utazás során?**
- **Hol történt a vásárlás?** (termelő, kézműves; Tourinform-iroda; üzlet; vendéglátóhely; piac; fesztivál, rendezvény)

KI A FOGYASZTÓ? N=417

- **nem:** férfi– 35.5%,
nő– 61.9%

- **képzettség:**
alapfokú: 4.8%
középfokú: 47%
felsőfokú: 46.5%

- **kor:** fiatal és középkorú



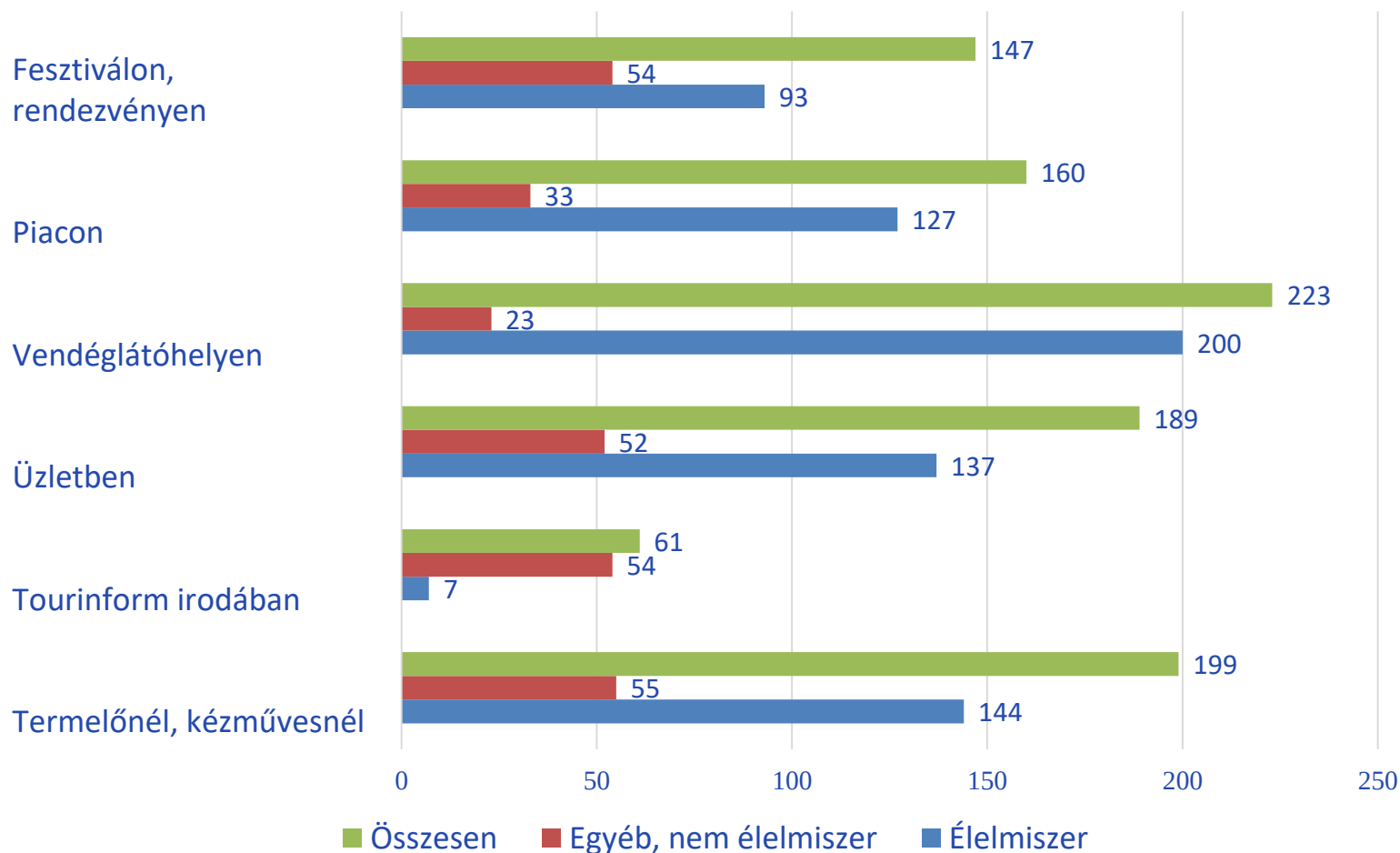
KI A FOGYASZTÓ? N=342

	Élelmiszer	Nem élelmiszer
Nem	férfi 36,2% – nő 60,4%	férfi 38,2% – nő 59,4%
Életkor	19 – 24 éves – 17,3% 25 – 34 éves – 22,6% 35 – 44 éves – 24,1% 45 – 54 éves – 21,4% 55 – 64 éves – 9,6% 65 év feletti – 1,5%	19 – 24 éves – 15,2% 25 – 34 éves – 20,6% 35 – 44 éves – 26,1% 45 – 54 éves – 23,0% 55 – 64 éves – 10,3% 65 év feletti – 2,4%
Végzettség	alapfokú – 5,3% középfokú – 46,1% felsőfokú – 46,4%	alapfokú – 6,1% középfokú – 50,3% felsőfokú – 41,8%

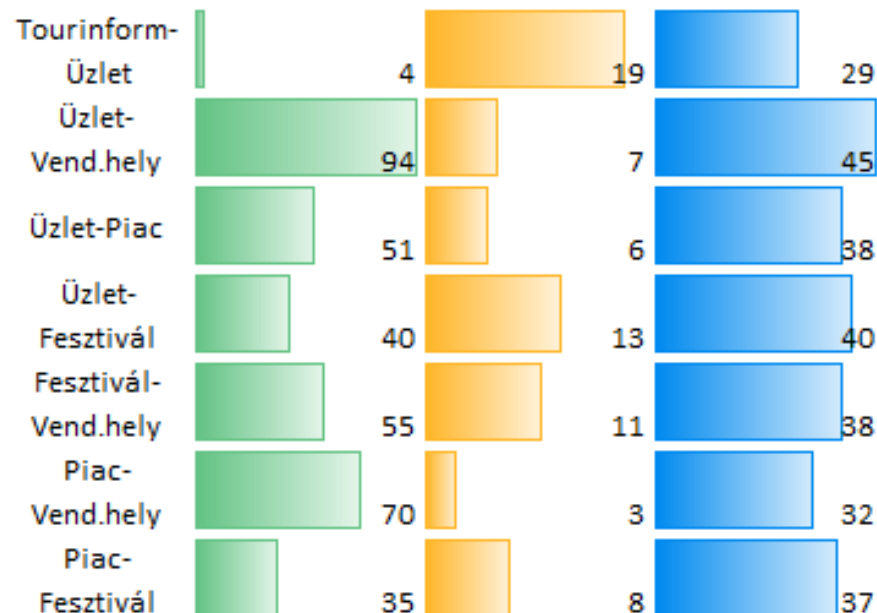
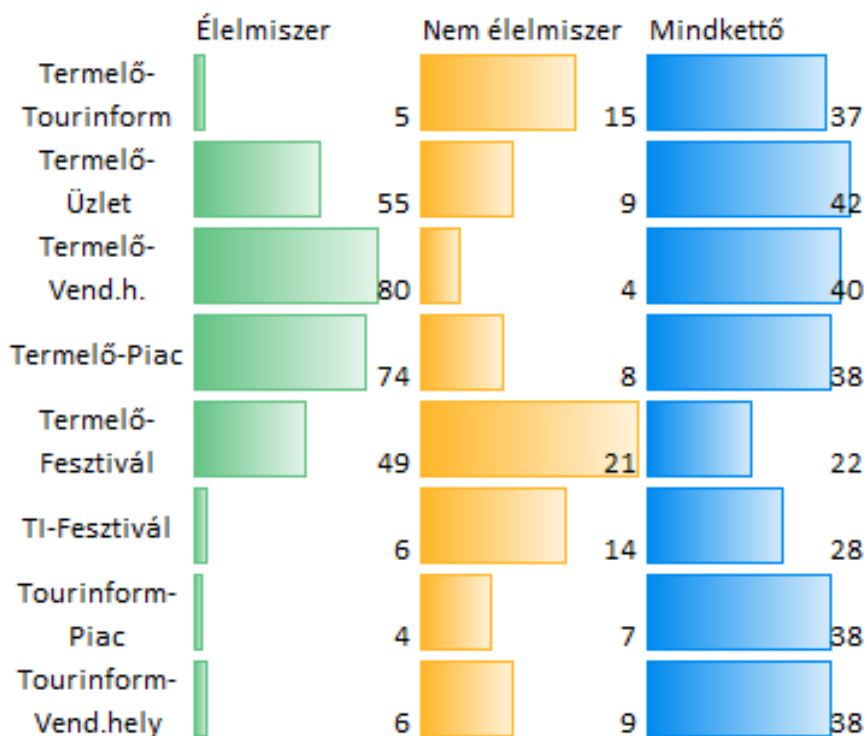
MILYEN TERMÉKE(KE)T VÁSÁROLNAK?



HOL VÁSÁROLNAK?



HOL VÁSÁROLNAK?



HOL VÁSÁROLNAK?

Három vásárlási helyszínes kombinációk (60):

- üzletben; vendéglátóhelyen; fesztiválon, rendezvényen (12),
- termelőnél; üzletben; vendéglátóhelyen (10),
- termelőnél; vendéglátóhelyen; piacon (9),
- üzletben; vendéglátóhelyen; piacon (6),
- vendéglátóhelyen; piacon; fesztiválon, rendezvényen (6),
- üzletben; piacon; fesztiválon, rendezvényen (4),
- termelőnél, üzletben, piacon (3),
- termelőnél, vendéglátóhelyen, fesztiválon, rendezvényen (2),
- 8 kombináció 1-1 említést kapott.



Helyi termékek iránti növekvő kereslet

Fókuszban az élelmiszer

Helyi termékek attrakcióvá válása

Fenntartható fogyasztás ösztönzésének eszköze

KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET!

SUSMAIN.UNI-PANNON.HU

SZÉCHENYI 



HUNGARIAN
GOVERNMENT

European Union
European Social
Fund



INVESTING IN YOUR FUTURE