

A SZIGETKÖZ TURIZMUSÁNAK HELYZETE ÉS LEHETSÉGES FEJLESZTÉSI IRÁNYAI

Strack Flórián

*adjunktus, iASK kutató, Pannon Egyetem, Felsőbbfokú Tanulmányok Intézete;
strack.florian@gtk.uni-pannon.hu*

DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.04

Absztrakt

Magyarország egyik különleges területe a Szigetköz, amely rengeteg olyan tulajdonsággal bír, amelyekre építve eredményes lehet a turizmus piacán. A kiváló adottságok ellenére azonban a terület nem nevezhető kiugróan sikeresnek a turizmus kapcsán.

Jelen tanulmány kvantitatív (kérdőív) és kvalitatív (strukturált interjú, tartalomelemzés) módszereket segítségül hívva arra keresi a választ, hogy hogyan jellemezhető napjainkban a Szigetköz turizmusa, illetve milyen a helyi adottságokra és értékekre épülő, a fenntarthatóság elveit is figyelembe vevő fejlesztési irányok javasolhatók a terület számára. A cél érdekében a kutatásba helyi szakemberek és a Szigetköz 35 településének turisztikai stakeholderei kerültek bevonásra.

Az eredmények egyértelmű hiányosságokat mutatnak többek között az átgondolt és egységes marketing, a piacon való egységes megjelenés, illetve a Szigetközt, mint turisztikai desztinációt leíró márka esetében.

Kulcsszavak: Szigetköz, desztináció menedzsment, fejlesztés, stratégia

Köszönetnyilvánítás: A kutatás a kőszegi Felsőbbfokú Tanulmányok Intézete támogatásával valósult meg.

THE SITUATION AND POTENTIAL DEVELOPMENT DIRECTIONS OF TOURISM IN SZIGETKÖZ

Abstract

Szigetköz is a special area of Hungary, which has several qualities that can be built upon to be successful in the tourism market. However, despite its excellent qualities, the area cannot be considered a particularly successful tourism destination.

This study uses quantitative (questionnaire) and qualitative (structured interview, content analysis) methods to determine how tourism in Szigetköz can be characterised today and what development directions can be proposed for the area based on local assets and values, considering the principles of sustainability. To this end, local experts and tourism stakeholders from 35 municipalities in the Szigetköz have been involved.

The results show clear shortcomings in terms of, among other things, well thought-out and coherent marketing, coherent market presence and a brand describing the Szigetköz as a tourist destination.

Keywords: Szigetköz, destination management, development, strategy

Acknowledgment: The research was supported by the Institute of Advanced Studies of Kőszeg.

1. Bevezetés

A turizmus dinamikusan növekvő és jelentős gazdasági hatásokkal rendelkező ágazat, amelynek hatásai az előnyös adottságokkal bíró desztinációk esetében erőteljesek lehetnek. A már elhelyezkedésénél fogva is különlegesnek tekinthető Szigetköz rengeteg olyan tulajdonságot tudhat megáéának, amelyekre hosszú távon építve a turizmus pozitív hatásai kerülhetnek előtérbe. Kiváló adottságai ellenére a szigetközi turizmus nem nevezhető minden szempontból fejlettnak, hatalmas potenciál van még a desztinációban.

Jelen tanulmány célja, hogy feltárja a Szigetköz turizmusának jellemzőit és azokra reflektálva javaslatokat, valamint stratégiai jellegű gondolatokat fogalmazzon meg arra vonatkozóan, hogy hogyan lehetséges, illetve érdemes egy sokszínű, rendkívül jó megközelíthetőséggel rendelkező területen fenntartható módon, a desztináció eredeti értékeit megtartva és azokra hosszú távon építve turisztikai jellegű fejlesztéseket végrehajtani. A cél érdekében primer és szekunder adatok, illetve kvalitatív és kvantitatív módszerek is bevonásra kerültek, amelyek egyértelműen megmutatták a Szigetköz, mint turisztikai desztináció erősségeit, gyengeségeit és legfőbb hiányosságait.

2. A Szigetköz, mint turisztikai desztináció

A turizmus pozitív és negatív irányban is befolyásolhatja egy település, vagy térség lakóinak életminőségét, valamint természeti és kulturális értékeinek sorsát. A turizmus megfelelő eszközként szolgálhat egy terület fejlesztésekor, azonban a kívánt pozitív hatások csak akkor érvényesülnek, ha a fejlesztések szakmai szempontból átgondolt tervezéssel, illetve menedzsment társulnak, miközben szem előtt tartják a fenntarthatóságot is. Települési és területi szintű turisztikai fejlesztések esetén fontos, hogy a turizmushoz kötődő fejlesztéseknek támogatniuk kell a helyi lakosok életminőségének javítását is (HALL-LEW 1998, CROUCH – RITCHIE 1999, PUCZKÓ – RÁTZ 2005, UNWTO 2005, CAPÓ – VALLE 2008, PUCZKÓ – SMITH 2010, HUSTINÉ 2011, GHULAMRABBANY et al. 2013).

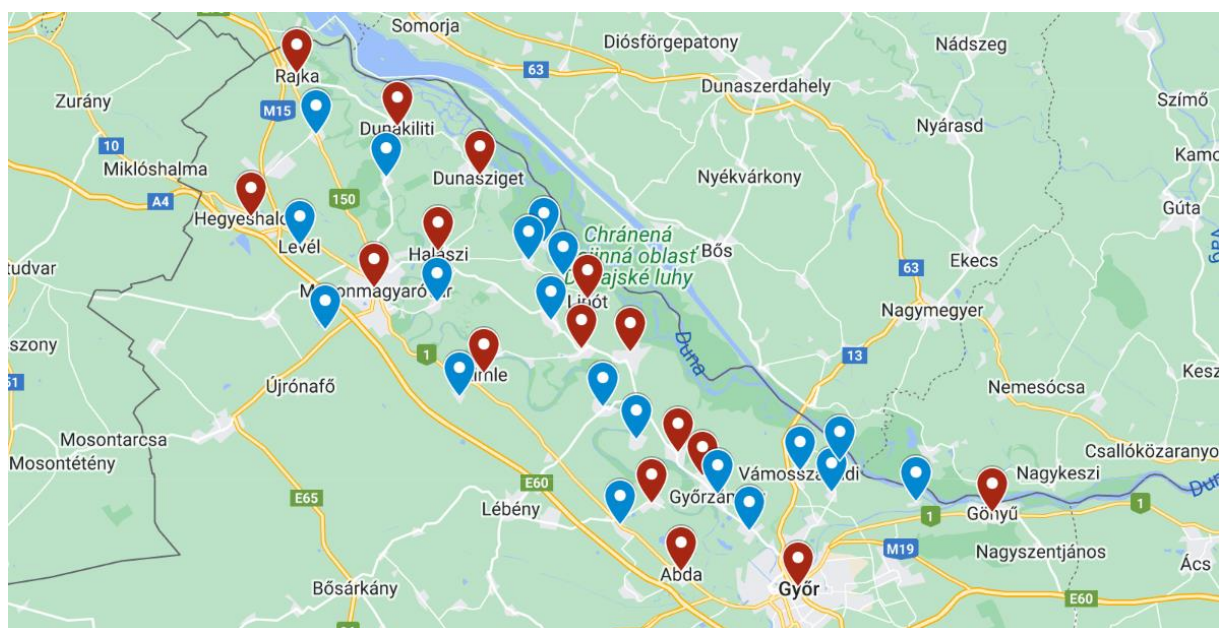
Magyarország nyugati részének meghatározó földrajzi térsége, a Szigetköz esetében fontos szerep juthat a turizmusnak és a turizmus által kínált potenciális hatásoknak. A Szigetköz a Mosoni-Duna és a Nagy-Duna között elterülő, 52,5 kilométer hosszú és 6-8 kilométer széles terület, egyben pedig hazánk legnagyobb szigete (ALEXAY 2018., ORSZAGJARO.NET).

Adottságait a turizmus szempontjából vizsgálva a Szigetköz jó helyzetben van, hiszen a terület megfelelő kvalitásokkal rendelkezik ahhoz, hogy sokszínű, többféle célcsoport igényeit is kielégítő turisztikai termékkínálat jöjjön létre. A terület belföldi megközelíthetősége jónak mondható, az osztrák és szlovák határok, illetve fővárosok közelsége miatt pedig a külföldről érkező turisták számára is vonzó célpontot jelenthet.

A térség jelenlegi és potenciális jövőbeli turisztikai kínálatának meghatározó pillérei a természeti adottságok és a kulturális értékek (KUPI 2019).

A Szigetköz jelen tanulmányban vizsgált 35 településéből 16 település része a Győr-Pannonhalma turisztikai térségnek (Abda, Ásványráró, Dunakiliti, Dunaszeg, Dunasziget, Gönyű, Győr, Györladamér, Halászi, Hédervár, Hegyeshalom, Kimle, Kunsziget, Lipót, Mosonmagyaróvár, Rajka) (1. ábra). Az 1. ábrán piros színnel jelöltem azokat a településeket, melyek a Győr-Pannonhalma turisztikai térség részét képezik, kézzel pedig azokat, amelyek a Szigetközben helyezkednek el, de nem tartoznak a nevesített turisztikai térséghez.

1. ábra: A Szigetköz vizsgált települései



Forrás: Saját szerkesztés

3. A turizmus Szigetköz esetében releváns típusai

Adottságaiból, valamint meglévő turisztikai attrakcióiból fakadóan a Szigetközben leginkább a kulturális-, a vallási-, a vízi-, illetve az egészségturizmus kínál szolgáltatásokat a vendégek számára.

3.1. Kulturális turizmus

A kulturális turizmus a turizmus egyik legősibb típusa (BRUCE 2013). A kulturális jelentőséggel rendelkező örökség (pl. műemlékek, múzeumok, a desztináció kultúráját bemutató fesztiválok) régóta jelent kiemelkedő vonzerőt a turisták számára (MCKERCHER – DU CROS 2002, TIMOTHY 2011).

A kulturális turizmus kínálata sokszínű, ám az ide sorolható turisztikai termékek esetén a szórakozáson túl jellemzően a kulturális, a történelmi vagy a művészeti jelleg van a hangsúly. Ide sorolhatók a városlátogatások, a hobbihoz köthető utazások, a kreatív ipar eredményeinek megismerése, a művészeti témák vagy a tanulási vágy által motivált utak, illetve az idegen kultúrák felfedezése érdekében tett barangolások (ICOMOS 1997, LENGYEL 1989, SILBERBERG 1995, SMITH 2003, RÁTZ 2011, GONDA 2016, RICHARDS 2018).

A hazai tudományos munkákban leggyakrabban alkalmazott tipizálás szerint a kulturális turisták esetében hat főbb csoport különíthető el egymástól:

- az örökségturisták (érdeklődési kör: műemlékek, történelmi helyszínek – a Szigetközben például: Esterházy-palota, Héderváry-kastély)
- a művészeti turisták (érdeklődési kör: művészeti tevékenységek eredményei – a Szigetközben például: Mária fülke, Piéta szobor),
- a városi kulturális turisták (érdeklődési kör: történelmi városok – a Szigetközben például: Győr),
- a populáris turisták (érdeklődési kör: tematikus parkok, sportesemények, forgatási helyszínek – a Szigetközben például: Xántus János Állatkert, Spirit Kalandpark, Máriakálnoki díjlovagló központ)
- a kreatív turisták (érdeklődési kör: kreatív tevékenységek – a Szigetközben például: Mobilis Interaktív Kiállítási Központ, FUTURA),

- és a rurális kulturális turisták (érdeklődési kör: borvidékek, kultúrtájak – a Szigetközben például: Szigetköz Natúrpark) (RÁTZ 2011).

3.2. Vallási turizmus

A vallási turizmus egyre nagyobb figyelmet kap, hiszen számos kiaknázatlan lehetőséget rejt. A közelmúltban megvalósult vallásturisztikai helyszín- és zárandokút fejlesztések vitathatatlanul a vallásturisztikai attrakciók fontosságát mutatják (SULYOK – MÁRTONNÉ MÁTHÉ 2014).

A vallási turizmus szorosan kapcsolódik a kulturális turizmushoz, hiszen a vallási turisták is aktívan érdeklődnek a kultúrtörténeti, művészettörténeti vagy néprajzi értékek iránt, ugyanakkor utazásaik során igyekeznek megélni és megtapasztalni a számukra fontos lelki eseményeket. A vallási turisták között a vallást aktívan gyakorló utazók mellett a szakrális, kulturális, művészeti indíttatással rendelkező látogatók is megtalálhatók (VARGA 2011).

A vallási turizmus az etikus magatartás és a spirituális élmények mellett lehetőséget kínál a turistáknak arra is, hogy felfedezzék a meglátogatott attrakciók történelmi múltját, kultúráját, a helyi lakosok életszemléletét, vagy épp gasztronómiai hagyományait. A látogató akkor is új élményekkel gazdagodhat, ha az alapvető célja valamilyen vallási jelentőséggel rendelkező attrakció meglátogatása volt (NAGY 2020). A Szigetközt tekintve a vallási turizmus alapját adhatja többek a Szent László Herma, a Szent-László Látogatóközpont, a különféle templomok, rendházak és székesegyházak, illetve a vallási témájú rendezvények (pl.: Jézuskeresés, Öt Templom Fesztivál stb.).

3.3. Vízi turizmus

A Szigetköz adottságait tekintve meghatározó a víz jelenléte. A Duna ezen szakasza kevésbé látogatott, mint a Dunakanyar, vagy Budapest környéke, azonban a Szigetköz a „kiemelendő” Duna-parti desztinációk közé sorolható (PÓKÓ, 2019).

A vízi turizmus olyan szabadidős tevékenység, amely során az utazás, vagy más turisztikai jellegű tevékenység valamely természetes-, illetve mesterséges folyó-, illetve állóvízen történik. A vízi turizmusból részt vevő turista a definíciók szerint utazása során szerint legalább egy olyan szolgáltatást igénybe vesz, ami a vízi turizmust kiszolgáló és fenntartó létesítmények, vagy szervezetek esetében bevételt generál (pl.: kikötői díjak, eszközbérlés, belépőjegy stb.) (UJVÁRI 2009). Másképpen fogalmazva a vízi turizmus minden vízen, vagy vízparton végzett szabadidős tevékenységet magába foglal, ideértve a menetrend szerinti (belvízi, vagy tengeri) személyszállítást, az evezést, a horgászturizmust és a kedvtelési hajózást (vitorlás, vagy motoros hajó) is (JÁSZBERÉNYI 2019).

A vízi turizmus által kínált szolgáltatásokat:

- az igénybe vett közeg,
- a motiváció,
- és az igénybe vett eszközök alapján lehetséges csoportosítani (CSAPÓ – DARABOS 2011).

A turizmus több altípusa is szorosan kapcsolódik a vízi turizmushoz, így például:

- a vízi kalandturizmus (extrém tevékenységek),
- a vízi túrázás (sport és kedvtelési jelleggel),
- a vízi sportturizmus (elsősorban amatőr jelleggel végzett sporttevékenység),
- a fürdőturizmus (elsősorban rekreációs céllal),
- a horgászturizmus (elsősorban nem sport, hanem rekreációs céllal),
- és a személyhajózás is (hosszabb utak, középpontban a kényelem) (CSAPÓ – DARABOS 2011).

A Szigetközöt tekintve a víz, mint turisztikai vonzerő leginkább sport célokra alkalmas (pl.: Voluta Nemzetközi Vízikarneval, vezetett vízitúrák, stb.). A különböző vízhez kötődő sportokhoz a víznek más-más formában történő hasznosítására, illetve különböző jellegű infrastruktúrára van szükség.

Ha a vízi sportok felől közelítve a turizmusban vizet egyfajta útként használjuk fel (pl.: vízi túra), akkor beszélhetünk csillagtúráról (önmagába visszatérő út), illetve lineáris vonalú utakról (az indulás és az érkezés helye különbözik). Amennyiben a vizet, mint célt értelmezzük, a turista nem feltétlenül kell, hogy közvetlenül érintkezzen azzal, elegendő, ha mindössze a vízparton tölti az idejét (pl.: horgászat, napozás, stb.). A víz egyfajta sportpályaként is használható, ez esetben a turisták intenzívebb, a környezetet az előzőknél nagyobb mértékben megzavaró jelenlétéről beszélünk (pl.: jet-ski, szörf, vitorlázás, sárkányhajózás stb.) (JÁSZBERÉNYI 2019).

3.4. Egészségturizmus

Az egészségturizmus a turizmus fontos, egyben pedig egyik legdinamikusabb növekedést mutató típusa. A társadalomban végbement változásoknak köszönhetően az elmúlt évtizedekben az egészségturizmus népszerűsége és turizmusiparon belüli jelentősége egyaránt növekedésnek indult (RIEGER 2013, KOSKINEN 2019, LEE et al. 2020, GHOLAMI et al. 2020).

Napjainkban az egészségturizmus már nem kizárólag azokban a régiókban és országokban tölt be meghatározó szerepet, amelyek hagyományos egészségturisztikai desztinációkkal rendelkeznek (pl.: Magyarország), hanem azokban is, amelyek az elmúlt évek, illetve évtized(ek) során új belépőként csatlakoztak (pl.: Dél-Korea) (JANDALA et al. 2010, SMITH 2015, ÇAPAR – ASLAN 2020).

Carrera és Bridges szerint az egészségturizmus olyan, „az állandó lakóhelytől eltérő helyre történő szervezett utazás, amelynek célja a testi és lelki jólét fenntartása, fokozása, vagy helyreállítása” (CARRERA – BRIDGES 2006:449.).

Az egészségturizmust valójában nem lehetséges homogén termékként kezelni, hiszen gyűjtőfogalomról van szó. Az egészségturizmusnak két fő irányzatát lehetséges és szükséges megkülönböztetni. Ezek egyike a szolgáltatásaival elsősorban egészséges fogyasztókat megcélzó, egyre népszerűbb wellness-turizmus, amely legfőbb célja a testi és lelki egészség megőrzése, valamint a betegségek megelőzése. A másik irányzat a gyógyturizmus, amely speciális szolgáltatóbázisra támaszkodva elsősorban a gyógyításra helyezi a hangsúlyt (SMITH – KELLY 2006, KARDOS 2011:58., DRYGLAS – RÓZYCKI 2017, QUINTELA et al. 2020). A Szigetköz esetében mind a wellness-, mind pedig a gyógyturizmushoz kapcsolódóan találhatunk jó minőséget biztosítani képes, fejlődési potenciállal rendelkező szolgáltatókat (pl.: „Bio” Flexum-Termál Gyógyfürdő, Lipóti Termál- és Élmenyfürdő, Rába Quelle Gyógy-, Termál- és Élmenyfürdő).

4. A kutatás módszertana

A téma többoldalú megközelítése érdekében a kutatás során kvantitatív és kvalitatív módszereket egyaránt alkalmaztam. A tanulmány alapjául szolgáló kutatás célkeresztjében a Szigetköz 35 települése áll (Abda, Ásványráró, Bezenye, Darnózseli, Dunakiliti, Dunaremete, Dunaszeg, Dunaszentpál, Dunasziget, Feketeerdő, Gönyű, Győr, Győrladamér, Győrújfalú, Győrzámoly, Halászi, Hédervár, Hegyeshalom, Károlyháza, Kimle, Kisbajcs, Kisbodak, Kunsziget, Levél, Lipót, Máriakálnok, Mecsér, Mosonmagyaróvár, Mosonudvar, Nagyabjcs, Öttevény, Püski, Rajka, Vámoszabadi, Vének).

A kutatás kérdései a következők:

- Hogyan jellemezhető a Szigetköz turizmusa napjainkban?
- Milyen, a helyi adottságokra épülő fejlesztési irányok javasolhatók a Szigetköz, mint desztináció számára a turizmus kapcsán?

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatbázisában elérhető, turizmushoz kapcsolódó adatok összegyűjtésére és összegzésére is sor került a kutatás során vizsgált településekhez (összesen 35 darab) kapcsolódóan. A vizsgálat folyamán a települések 2018-as, 2019-es és 2020-as turisztikai adatai közül a kereskedelmi szálláshelyekre, a vendéglátóhelyekre, illetve az idegenforgalmi adóra vonatkozókat tekintetem át.

A vizsgált 35 településhez kapcsolódóan turisztikai vonzerőleltár készült 2022 tavaszán a települések települési honlapjai, illetve néhány turizmussal foglalkozó honlap (programturizmus.hu, utazzitthon.hu, szallas.hu) alapján. A leltár a települések látnivalóit, rendezvényeit és szálláshelyeit tartalmazza, az egyes látnivalók és rendezvények jellegének megjelölésével, illetve a turisztikai szempontból ígéretesnek tűnő attrakciók kiemelésével.

Három strukturált interjú készült továbbá a Szigetköz Turizmusáért Egyesület egyik munkatársával, a We Love Szigetköz alapítójával és tulajdonosával, valamint a Győri Művészeti és Fesztiválközpont Igazgatójával.

A kvantitatív kutatási módszerek közül a kérdőíves megkérdezés tűnt célravezetőnek, így online kérdőíves vizsgálat készült 2022 tavaszán a Szigetköz turisztikai stakeholderei körében. Összesen 29 turisztikai stakeholdert tudtam azonosítani, így a 21 kérdésből álló online kérdőívet 29 turisztikai vállalkozás számára küldtem ki. Közülük 17-en teljes egészében, ketten pedig részlegesen töltötték ki azt, további egy turisztikai szolgáltató pedig jelezte, hogy nem kíván élni a kérdőívkitöltés lehetőségével. Az elemzés során lehetőségem volt arra, hogy a részleges kitöltéseket is felhasználjam.

5. A Szigetköz településeinek turizmussal kapcsolatos statisztikai adatai

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatbázisában elérhető, turizmushoz kapcsolódó adatok egy része alkalmas arra, hogy a Szigetköz jelen kutatás során vizsgált településeinek (összesen 35 darab) turizmusáról képet alkothassunk. A vizsgálat során a települések 2018-as, 2019-es és 2020-as turisztikai adatai közül a kereskedelmi szálláshelyekre, a vendéglátóhelyekre, illetve az idegenforgalmi adóra vonatkozókat tekintetem át (1. táblázat). Az adatok közül főként a koronavírus kitörése előtti, utolsó évre (2019) fókuszáltam, hiszen a 2020-as adatokat a járványhelyzet, illetve az annak következtében világszerte hozott intézkedések nagy mértékben torzítják. A 2018-as és 2019-es adatok között nem látható említésre méltó változás, a koronavírus sújtotta 2020-as év pedig értelemszerűen korábban nem látott eredményeket mutat.

1. táblázat: A helyzetelemzés során áttekintett települési szintű, turizmusra vonatkozó statisztikai adatok

Kereskedelmi szálláshelyekre vonatkozó adattípusok	Vendéglátóhelyekre vonatkozó adattípusok	Idegenforgalmi adóra vonatkozó adattípus
Kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó szállásdíj árbevétele	Egységek száma az időszak végén (december)	A helyi önkormányzatok helyi adó bevételeiből az idegenforgalmi adó
Kereskedelmi szálláshelyek összes bruttó külföldi szállásdíj árbevétele	Önálló vállalkozó által működtetett egységek száma	

	az időszak végén (december)	
Kereskedelmi szálláshelyek belföldi bruttó szállásdíj árbevétele	Társas vállalkozás által működtetett egységek száma az időszak végén (december)	
Kereskedelmi szálláshelyek vendéglátásból származó bruttó árbevétele	Nonprofit és egyéb vállalkozás által működtetett egységek száma az időszak végén (december)	
Kereskedelmi szálláshelyek egyéb szolgáltatásokból és reggeliből származó bruttó árbevétele		
Egy vendégre jutó bruttó szállásdíj		
Egy vendégéjszakára jutó bruttó szállásdíj		
1 szoba 1 működési napjára jutó szállásdíj (REVPAR)		
Kereskedelmi szálláshelyek -Egy szoba átlagára		
Működő kereskedelmi szálláshely egységek száma		
Kiadható szobák száma		
Kiadható férőhelyek száma		

Forrás: Saját szerkesztés

A vizsgált statisztikai adatok alapján a Szigetközben található települések egy része (20 település) esetében a turizmus nem generál az önkormányzatok szempontjából jelentős bevételt, hiszen nincsenek kereskedelmi szálláshelyek. A települési önkormányzatok több mint fele (18 önkormányzat) nem rendelkezik idegenforgalmi adóbevétellel. 2019-es adatok alapján további 9 olyan település található a térségben, amelyek esetében a működő kereskedelmi szálláshelyek alacsony száma miatt a KSH nem közöl adatokat.

A vendéglátóhelyeket tekintve pozitívabb a helyzet, csupán egyetlen olyan település volt 2019-ben, ahol nem működött vendéglátóhely (Dunaremete), illetve mindössze négy olyan település, amely esetében a vendéglátóhelyek alacsony száma miatt a KSH nem közölt települési szintű adatokat.

A települések közül turizmus szempontjából egyértelműen kiemelkedik a térség két nagyobb lélekszámú városa, Győr és Mosonmagyaróvár. A Szigetközben csupán ez a két város rendelkezik Tourinform irodával.

6. Települési turisztikai vonzerőleltár

A vizsgált 35 település kínálata alapján turisztikai vonzerőleltárt készítettem a települések honlapjai, illetve néhány turizmussal foglalkozó weboldal (pl.: programturizmus.hu, utazzitthon.hu, szallas.hu) alapján. Jelen tanulmány terjedelmi korlátai miatt a vonzerőleltár közzlése nem lehetséges.

A települések látnivalóit illetően többségben vannak a vallási turizmusnak (pl.: Szent László Herma, Karmelita Templom és Rendház, Püspökvár és püspöki palota, Szent László

Látogatóközpont, Öt Templom Fesztivál, Jézuskeresés, Szűz Mária Királynő és Szent Gotthárd-plébániatemplom, Pieta szobor, Mária fülke, stb.), valamint az örökségturizmusnak kedvező attrakciók (pl.: mosonmagyaróvári vár, Cselley-ház, boglyakemencék, Hédervár kastély, Esterházy-palota, Ladikos Fesztivál, stb.), illetve mérsékelt mennyiségben ugyan, de a vízi turizmushoz kapcsolható vonzerők is megjelennek (pl.: Győri Sárkányhajó Fesztivál, Voluta Nemzetközi Vízikarnevál, Vadludak kikötő, stb.).

A régióban rendelkezésre álló természetes és ember alkotta attrakciók csupán egy része tűnik alkalmasnak turisztikai célú hasznosításra. A településekhez kapcsolódó rendezvények esetében hasonló a helyzet, kevés, a turizmus szempontjából mérvadó rendezvény kerül megrendezésre a térségben. A rendezvények egy része az online térben szinte láthatatlan az adott település iránt érdeklődő potenciális látogató számára, hiszen nem jelenik meg sem a települések honlapjain sem az ismert, rendezvényeket gyűjtő honlapokon.

A Szigetköznek, mint potenciális aktív-és ökoturisztikai desztinációnak jelentős hiányosságai vannak. Összesen 26 darab olyan weboldalt vagy applikációt tekintettem át, amely túraútvonalak és egyéb, az aktív kikapcsolódást szolgáló, természeti erőforrásokra épülő attrakciókat listáz. Ezek közül 12 helyen szerepel valamilyen formában a Szigetköz, a legtöbb esetben viszont nem kiterjedt tartalomról, csupán a tájegység rövid említéséről van szó, esetleg néhány település kínálatának rövid bemutatásáról (pl.: Győr, Mosonmagyaróvár, Lipót).

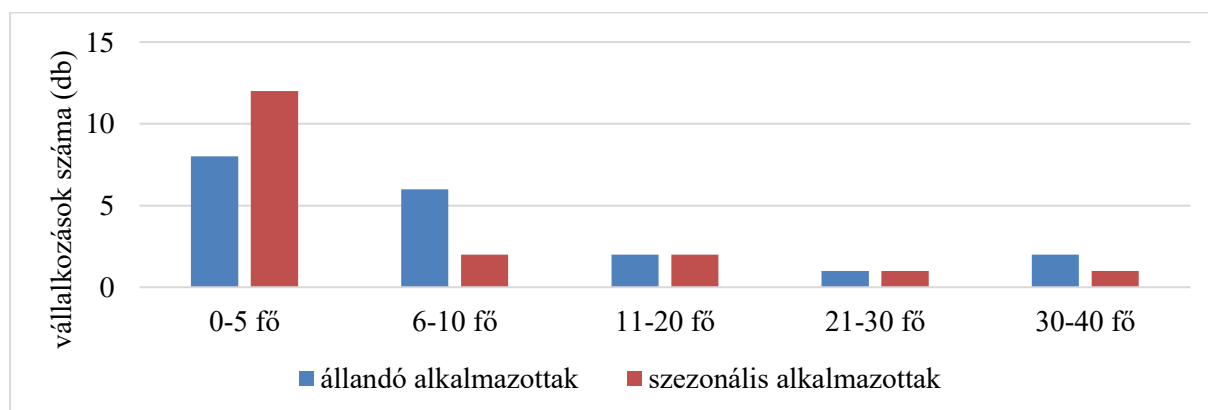
7. A turisztikai stakeholder kérdőív eredményei

Kérdőíves vizsgálatot végeztem a Szigetköz turisztikai stakeholderei körében. A 21 kérdésből álló online kérdőívet az összes, azonosítható turisztikai vállalkozás számára kiküldtem (29 darab), közülük 17-en teljes egészében, ketten pedig részlegesen töltötték ki azt, további egy turisztikai szolgáltató pedig jelezte, hogy nem kíván élni a kérdőívkitöltés lehetőségével. Az elemzés során lehetőségem volt arra, hogy a részleges kitöltéseket is felhasználjam.

A kérdőíves felmérésben részt vevő turisztikai vállalkozások tevékenységi köre szerteágazó. A válaszadók 26%-a vízi turizmushoz kapcsolódó szolgáltatást kínál, 32%-a szállásszolgáltatással, vagy vendéglátással foglalkozik, további 37% pedig valamilyen egyéb, de a turizmushoz kapcsolódó tevékenységet végez (pl.: túravezetés, egyéb szabadidős tevékenységek, ökoturisztikai szolgáltatások, látogatóközpont üzemeltetés, ingatlanfejlesztés stb.).

A kérdőívet kitöltő vállalkozások átlagosan 10 főt foglalkoztatnak állandó, 8 főt pedig szezonális jelleggel. Az alkalmazottak száma alapján a vizsgált, turizmushoz kötődő vállalkozások egyike sem mondható igazán nagy méretűnek, sőt, többségük egészen kicsi (2. ábra).

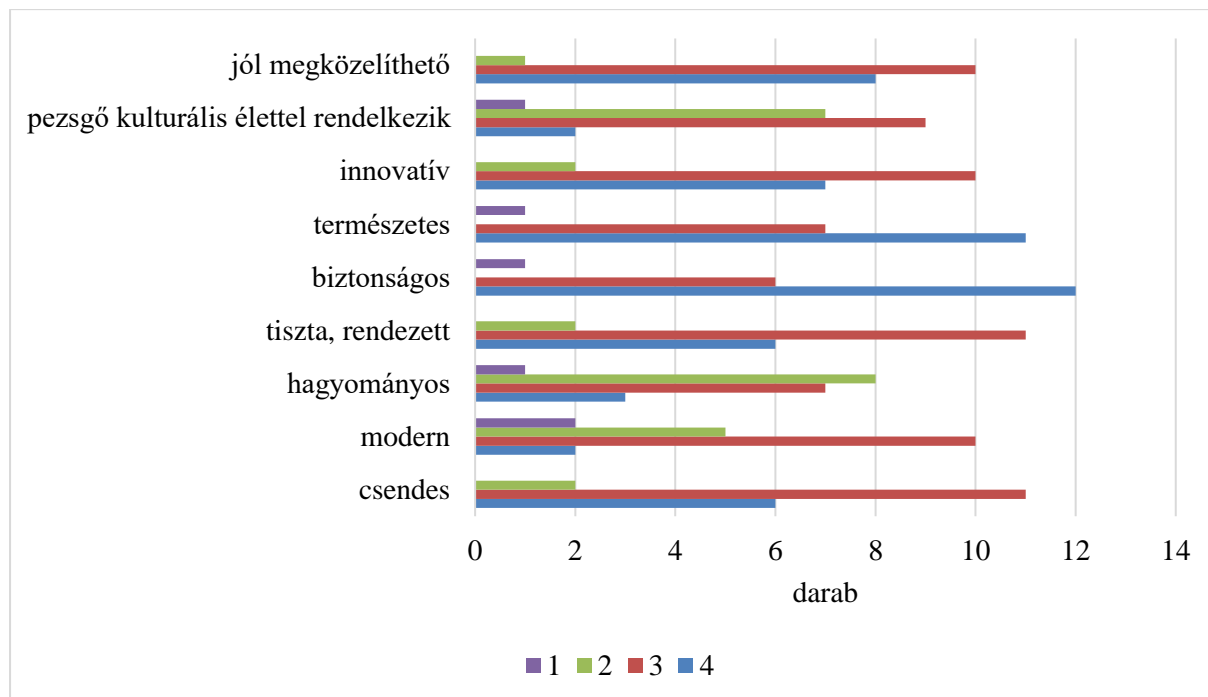
2. A felmérésben részt vevő turisztikai vállalkozások/szervezetek alkalmazottainak száma



Forrás: saját szerkesztés, N=19

A stakeholderek a 3. ábrán felsorolt tulajdonságokat négyelemű Likert-skála segítségével értékelték a Szigetközre vonatkozóan, ahol „1=egyáltalán nem igaz, 4=teljes mértékben igaz” volt. Ahogyan az ábrán látható, a válaszadók leginkább jól megközelíthetőnek, innovatívnak, természetesnek, biztonságosnak, és csendesnek tartják a Szigetközt.

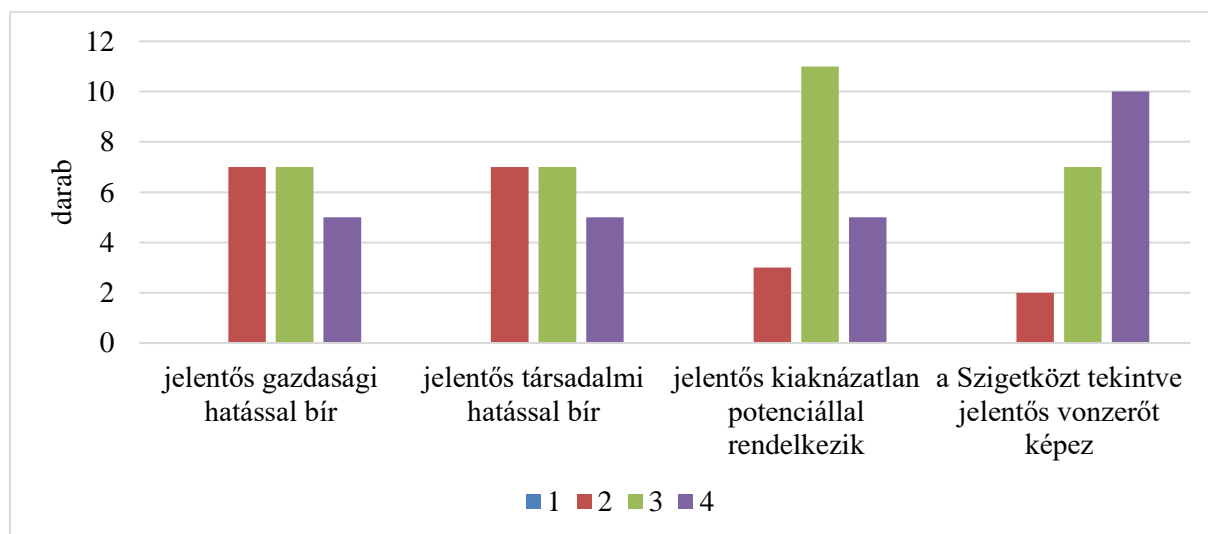
2. ábra: A Szigetköz tulajdonságai a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek szerint



Forrás: saját szerkesztés, N=19

A turizmus Szigetközben betöltött szerepét ugyancsak négyelemű Likert skálák segítségével értékelték a kitöltők, ahol az 1-es jelentése „egyáltalán nem igaz”, a 4-es jelentése pedig „teljes mértékben igaz” volt (4. ábra). A stakeholderek többsége úgy véli, hogy a Szigetköz jelentős kiaknázatlan turisztikai potenciállal rendelkezik. A turizmus gazdasági-, illetve társadalmi hatásainak megítélése már nem ennyire egyértelmű, a mérleg azonban inkább a pozitív irányba billen.

4. ábra: A turizmus jellemzői a Szigetközben a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek véleménye alapján



Forrás: saját szerkesztés, N=19

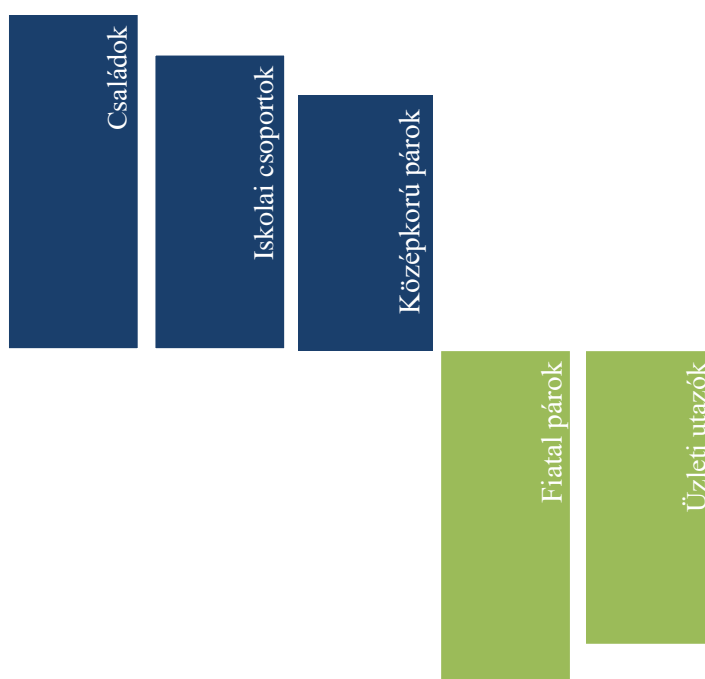
A válaszadók többsége inkább elégedett, vagy teljes mértékben elégedett az alábbi Szigetközben található turisztikai szolgáltatók mennyiségével és minőségével:

- szálláshelyek,
- vendéglátóhelyek,
- aktív turisztikai vonzerők (pl.: vízitúrák, kerékpártúrák stb.),
- kulturális turisztikai vonzerők (pl.: rendezvények, hagyományok, értékek stb.),
- ökoturisztikai attrakciók (pl.: természeti értékek stb.),
- egészségturisztikai attrakciók (pl.: wellness- és gyógyszolgáltatások).

A Szigetköz turisztikai stakeholdereinek tapasztalatai alapján a Szigetközbe látogató vendégeket illetően a legjellemzőbbek a családok, az osztálykirándulás keretein belül érkező általános- és középiskolai csoportok, valamint a középkorú, már gyermek nélkül utazó párok.

A térségre legkevésbé jellemző az üzleti utazók, illetve a fiatal, gyermekkel még nem rendelkező párok csoportja (5. ábra).

3. ábra: A Szigetközre jellemző vendégtípusok a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek tapasztalatai alapján



Forrás: Saját szerkesztés, N=19

A vendégek többsége a tapasztalatok alapján hosszú hétvégéket (1-3 éjszaka) tölt el a Szigetközben, az ennél hosszabb, vagy rövidebb tartózkodási idő ritka.

A felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek a 2. táblázatban látható módon vélekednek a Szigetköz jelenlegi turisztikai kínálatát illetően. Ahogyan látható, a válaszadók 65%-a a vízi turizmushoz kapcsolódó attrakciókat tartja a Szigetköz turizmusa szempontjából a legsikeresebbnek, illetve leginkább meghatározónak. A stakeholderek 18%-a egészségturisztikai szolgáltatásokat tett az első helyre, további 12% pedig a kulturális turizmushoz kötődő látványosságokat nevezte meg (2. táblázat).

A Szigetköz turisztikai attrakcióinak jelentőség szerinti sorrendjében a kérdőívet kitöltő szervezetek 47%-a említett második helyen az egészségturizmushoz kapcsolódó szolgáltatásokat, melyeket 24%-kal az aktív turizmushoz köthető attrakciók követték (2. táblázat).

A harmadik helyen legtöbben (35%) olyan attrakciókat neveztek meg, amelyek a kulturális turizmus témaköréhez tartoznak (2. táblázat).

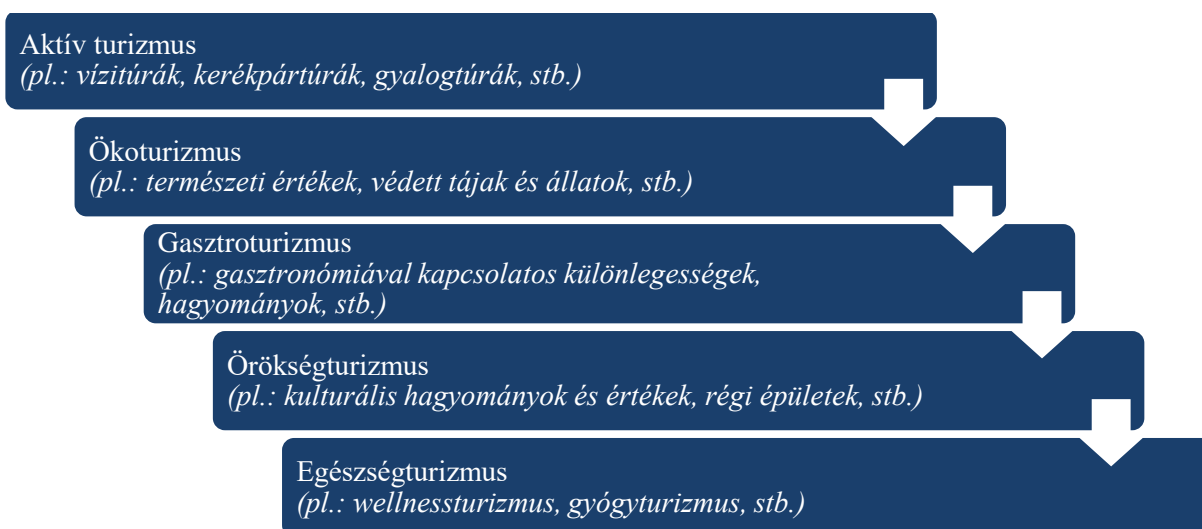
2. táblázat: A Szigetköz leginkább meghatározó turisztikai attrakciói a felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek szerint

Meghatározó turisztikai termékek					
1.		2.		3.	
Vízi Turizmus	65%	Egészségturizmus	47%	Kulturális Turizmus	35%
Egészségturizmus	18%	Aktív Turizmus	24%	Gasztroturizmus	18%
Kulturális Turizmus	12%	Vízi Turizmus	12%	Vízi Turizmus	12-12%
Egyéb	5%	Egyéb	17%	Egészségturizmus	
				Ökoturizmus	
				Aktív Turizmus	

Forrás: Saját szerkesztés, N=17

A kérdőívet kitöltő stakeholderek sorrendbe állíthatták, hogy a Szigetköznek a turizmus mely típusára lenne célszerű fókuszálnia a potenciális jövőbeni fejlesztések során. Első helyen az aktív turizmus, második helyen az ökoturizmus, harmadik helyen a gasztroturizmus áll, melyet az örökségturizmus és az egészségturizmus követ (6. ábra).

4. ábra: Turisztikai fejlesztési irányok a Szigetközben, a megkérdezett turisztikai stakeholderek véleménye alapján



Forrás: Saját szerkesztés, N=18

A kérdőívet kitöltő stakeholderek többsége (76%) úgy véli, hogy a Szigetköz marketingkommunikációja jelenleg nem megfelelő és jelentős fejlesztésre szorul. Véleményük szerint több pénzügyi forrásra van szükség, illetve a szolgáltatók együttműködésére és a kínálati piacon való egységes és együttes megjelenésre.

A válaszadók többsége (71%) rendszeres kapcsolatot ápol a Szigetközben turizmussal kapcsolatos tevékenységet végző cégekkel/szervezetekkel, még akkor is, ha azok egyébként a versenytársai. Az együttműködés leginkább az információcsere szintjén működik (88%), a pályázatok közös benyújtása és a közös marketingtevékenység csupán a kitöltők 50%-a esetében jelenik meg, míg közösen kialakított termékről csupán a megkérdezett turisztikai stakeholderek 30%-a esetében beszélhetünk.

A Szigetköz turisztikai stakeholdereinek virtuális, térben és időben eltolt együttes gondolkodása nyomán kialakult egy olyan SWOT analízis, amely a Szigetköz turisztikai szolgáltatói közül 15 vállalkozás/szervezet véleményét tartalmazza (7. ábra).

5. ábra: A Szigetköz felmérésben résztvevő turisztikai stakeholdereinek közreműködésével készült SWOT elemzés

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> • Természeti értékek/környezet • Kedvező földrajzi elhelyezkedés (megközelíthetőség, határok közelsége) • Kulturális és épített örökség 	<ul style="list-style-type: none"> • Elavult infrastruktúra • Nem megfelelő marketing • Együttműködés és központi összefogás hiánya
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> • Minőségi turizmus/minőségi szolgáltatások • Aktív- és ökoturizmus • Egészségturizmus 	<ul style="list-style-type: none"> • Tömeges/túlzott turizmus • Szakemberhiány

Forrás: Saját szerkesztés

8. A strukturált interjúk eredményei

Összesen három strukturált interjú készült a Szigetköz Turizmusáért Egyesület egyik munkatársával, a We Love Szigetköz alapítójával és tulajdonosával, valamint a Győri Művészeti és Fesztiválközpont Igazgatójával.

Az interjúalanyok abban egyetértettek, hogy a Szigetköz erősségei közé sorolhatók a természeti adottságok, a földrajzi elhelyezkedésből fakadó jó megközelíthetőség, illetve a turizmusnak azon típusai, amelyek ezekhez kapcsolódnak (pl.: aktív turizmus). A gyengeségek tekintetében már nem volt ekkora az összhang. A három interjúalanyból ketten úgy vélik, hogy a desztináció legnagyobb gyengeségét a turisztikai magtermék, azaz az utazási motivációt generáló attrakciók hiánya jelenti. Más vélemény szerint legnagyobb gyengeségként a településeket összekötő infrastruktúra hiányosságai, illetve a szezonális következtében rendszertelennek nevezhető programkínálat említhető.

A megkérdezett szakemberek szerint a térség turisztikai szolgáltatói közötti együttműködés kevésbé jellemző, a szereplők többnyire egyedül akarnak érvényesülni, hiányzik a térségi gondolkodásmód. Ugyanakkor azt is fontos megjegyezni, hogy a helyzet javulóban van, esetenként már felfedezhetők alulról induló, együttműködésre irányuló kezdeményezések.

A Szigetköz szempontjából versenytársnak nevezhető desztinációkhoz kapcsolódó kérdés esetében is egymástól különböző véleményeket kaptam. A megkérdezettek abban egyetértenek, hogy a térség elsődleges belföldi és külföldi versenytársai azok a desztinációk, amelyek képesek vízre és természetre épülő aktív turisztikai szolgáltatásokat kínálni, a konkrét helyszín kapcsán viszont különböző válaszokat kaptam. A háromból két esetben merült fel a Fertő-tó és térsége, valamint egy-egy alkalommal említésre került még a turizmus szempontjából gyorsan fejlődő Csallóköz és a Tisza-tó is.

A megkérdezettek leginkább az aktív-, illetve sportturizmust, az egészségturizmust, valamint a kulturális turizmust tartják fejlesztésre alkalmasnak a térségben. Az egészségturizmus, illetve a kulturális turizmus a vélemények alapján elsődleges szerepet tölthetne be a szigetközi turizmus szezonális csökkenésében. Ezekhez kapcsolódóan volna érdemes fejlesztéseket eszközölni, valamint turisztikai élmény- és programcsomagokat kínálni (pl.: edző- és sportközpontok, szálláshelyek minőségi színvonalának emelése, természeti értékek

bemutatására alkalmas látogatóközpontok stb.). Alsó- és Felső Szigetköz között az interjúalanyok többsége szerint egyértelmű különbség, hogy az „alsó” területek esetében valamivel több a turizmus szempontjából még kiaknázatlan terület, más vélemény alapján azonban nincs említésre méltó eltérés a desztináció déli és északi területei között.

A megkérdezett szakemberek véleménye szerint a potenciális Szigetköz turisztikai márka központi elemét adhatja a vizes élőhelyek dominálta természetközelség, a feltöltődés lehetősége, valamint az ezekre épülő aktív turisztikai élménykínálat. Lényeges, hogy a Szigetköz kínálata nem homogén és nem kellően ismert, amennyiben azt országos, vagy nemzetközi viszonylatban vizsgáljuk. A Szigetköz egészének hozzácsatolása a Győr-Pannonhalma turisztikai térséghez, illetve a Szigetköz nevének szerepeltetése a kiemelt térség elnevezésében a potenciálisan rendelkezésre álló pénzügyi források mellett leginkább a terület ismertségének növelését segítené elő.

9. Összegzés és javasolt fejlesztési irányok

A KSH adatbázisában elérhető, a települések turizmushoz kapcsolódó eredményeit leíró adatok alapján látható, hogy a kutatás során vizsgált települések közel 55%-a esetében nincs a településen kereskedelmi szálláshely, a vendéglátóhelyek száma alacsony, az önkormányzatnak pedig nincs idegenforgalmi adóbevétele.

A vizsgált települések települési honlapjai, illetve néhány, turisztikai attrakciókkal foglalkozó honlap (programturizmus.hu, utazzitthon.hu, szallas.hu) alapján elkészített turisztikai vonzerőleltár alapján megfigyelhető, hogy a Szigetköz településein alacsony számú, a turizmus szempontjából releváns rendezvény kerül megrendezésre. A települések weboldalai, illetve a felsorolt gyűjtőhonlapok nem tartalmazzák a desztinációhoz kötődő összes rendezvényt. Azokkal a rendezvényekkel kapcsolatban, amelyek ezeken az oldalakon nem szerepelnek, az adott település iránt érdeklődő potenciális látogatók számára nehezebb a tájékozódás. A rendezvények többsége a turizmus szempontjából kevésbé tűnik hasznosíthatónak, azonban vannak olyanok, amelyek jól átgondolt, helyi adottságokra, erősségekre és a rendezvény egyedi vonásaira épülő fejlesztések révén hosszabb távon ígéretesnek bizonyulhatnak (pl.: Ladikos fesztivál, Jézuskeresés, Szigetköz Lovastalálkozó, Voluta Nemzetközi Vízi Karnevál, Öt Templom Fesztivál stb.). A turisztikai stakeholderek számára kiküldött kérdőív eredményeinek elemzése során mindössze egyetlen konkrét rendezvényre irányuló említés érkezett (Szent István Napok), míg a strukturált interjúk megerősítették, hogy a Szigetköz egyik legnagyobb gyengesége a turisztikai magtermékek, vagyis az utazási motivációt generáló termékek és attrakciók hiánya.

Kínálatukat tekintve a vizsgált településeken többségben vannak a vallási turizmusnak, valamint az örökségturizmusnak kedvező attrakciók. Mindezek mellett mérsékelt arányban, de még mindig említésre méltó mértékben a vízi turizmushoz kapcsolható attrakciók is megjelennek. A rendelkezésre álló természetes és ember alkotta vonzerők csupán egy része tűnik alkalmasnak turisztikai célú hasznosításra. A hangsúlyt mindenképpen a kisebb települések azon attrakcióira célszerű helyezni, amelyek valamilyen szempontból egyediek és különlegesek (pl.: boglyakemencék, Lipóti Pékség Látogatóközpont, Pieta szobor, Héderváry kastély, Mobilis Interaktív Kiállítási Központ, Duna Panoráma Tanösvény stb.)

A Szigetköz rendezvényeinek, illetve természetes és ember alkotta attrakcióinak többsége önmagában nem képez elegendő vonzerőt, így célszerű az egyes attrakciókat jelleg szerint csoportosítást követően tematikus útvonalakba szervezni.

A strukturált interjúk során a szakemberek említették, illetve az online kérdőíves felmérésben részt vevő turisztikai stakeholderek meghatározónak vélték az egészségturizmust, valamint felsorolták azt a potenciális fejlesztési irányok között is. A térség jelenlegi egészségturisztikai

kínálatára, illetve a Dunántúl területén található, nagy hagyományokkal és ismertséggel rendelkező egészségturisztikai központokra való tekintettel nem javaslom a teljes régióra kiterjedő, ilyen irányú fejlesztéseket. Amennyiben az egészségturizmusról van szó, Mosonmagyaróvár, Lipót, valamint Győr (a fejlesztés alatt álló fürdőnek köszönhetően) helyzete természetesen különleges, hiszen a már meglévő kapacitások és vendégkör miatt ezekben a városokban mindenképpen érdemes az egészségturizmussal kapcsolatos fejlesztéseket eszközölni.

A Szigetköz egészséget tekintve három fő tematikus irányzat kialakítása javasolt:

- örökségturizmus
- vallási turizmus
- természetorientált turizmus (aktív-, vízi-, és ökoturizmus).

A kutatás eredményei alapján egyértelmű probléma az átgondolt és egységes marketing, illetve a Szigetköz, mint turisztikai desztinációt leíró márka, valamint a komplex, egymásra épülő és egymást kiegészítő turisztikai termékkínálat hiánya.

A hosszú távú sikerhez szükséges a Szigetköz turisztikai szolgáltatóinak és attrakcióinak (akár tematikus alapokon nyugvó) hálózatokba szerveződése és szoros együttműködése. Ehhez kapcsolódóan javasolt a jelenleg is létező Szigetköz kártya által kínált előnyök kiterjesztése, valamint a bevont szolgáltatók körének bővítése. Ez történhet olyan módon, hogy a kártya által kínált előnyök a részt vevő turisztikai szolgáltatók által kínált termékek és szolgáltatások egymásra épülését erősítsék. A Szigetköz turisztikai szolgáltatóinak együttműködési lehetőségeit, illetve a kínálati piacon való tematizált, együttes megjelenés előnyeit erősítheti egy, a Szigetköz számára létrehozott, interaktív, turizmusorientált applikáció, amely segítségével átlátható és világos módon lehetséges a szolgáltatások tematikus csoportosítása. A Szigetköz kártya, illetve az online, interaktív turisztikai applikáció természetesen fejlesztéseket és erőteljes együttműködési hajlandóságot kíván a térség turisztikai szolgáltatói részéről. További, a turisztikai irányú fejlesztéseket, illetve előrelépést segítő lehetőség a Győr-Pannonhalma turisztikai térségen kívül maradt szigetközi települések hozzárendelése a nevesített turisztikai térséghez, a „Szigetköz” név beemelése a turisztikai térség elnevezésébe, illetve a győri és mosonmagyaróvári egységek mellett további Tourinform irodák létesítése.

Irodalomjegyzék

ALEXAY Z. (2018): A Szigetköz múltja és jelene. *Honismeret*, 46(3), pp. 50-61.

BRUCE, D. M. (2013): The nineteenth-century 'golden age' of cultural tourism: How the beaten track of the intellectuals became the modern tourist trail. In: Smith, M. K. – Richards, G. (szerk.): *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. Routledge, Abingdon, pp. 11-18.

ÇAPAR, H. – ASLAN, Ö. (2020): Factors Affecting Destination Choice in Medical Tourism. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 8(2), pp. 80-88. DOI: 10.34172/ijtmgh.2020.13

CAPÓ, J. – VALLE, E. (2008): The Macroeconomic Contribution of Tourism. In Ramos, A. D. – Jiménez, P. S. (szerk.): *Tourism Development: Economics, Management and Strategy*, Nova Science Publishers, New York

CARRERA, P. M. – BRIDGES, J. F. (2006): Globalization and healthcare: understanding health and medical tourism. *Expert Review of Pharmacoeconomics & Outcomes Research*, 6(4), pp. 447-454 (DOI: 10.1586/14737167.6.4.447)

- CROUCH, G. I., – RITCHIE, J. R. B. (1999): Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137–152. (DOI:10.1016/s0148-2963(97)00196-3)
- CSAPÓ, J. – DARABOS, F. (2011): Vízi közlekedés. In: Abonyiné Palotás, J. – Csapó, J. – Darabos, F. – Huszti, Zs. – Lampertné Akócsi, I. – Raffay, Z. – Talabos, I. – Veres, L. (szerk.): *Turizmus és közlekedés*, Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- DRYGLAS, D. – RÓZYCKI, P. (2017): Profile of tourists visiting European spa resorts: a case study of Poland. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(3), pp. 298-317, DOI: 10.1080/19407963.2017.1297311
- GHOLAMI, M. – ABADI, A. M. K. H. – MILADY, S. – GHOLAMI, M. (2020): A Systematic Review of the Factors Affecting the Growth of Medical Tourism in Iran. *International Journal of Travel Medicine and Global Health*, 8(1), pp. 1-12, DOI: 10.34172/ijtmgh.2020.01
- GHULAMRABBANY, MD. – AFRIN, S. – RAHMAN, A. – ISLAM, F. – HOQUE, F. (2013): Environmental effects of tourism. *American Journal of Environment, Energy and Power Research*, 1(7)
- GONDA, T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés alapjai*. PTE KPVK, Szekszárd
- HALL, C. M. – LEW, A. (1998): *Sustainable Tourism: A Geographical Perspective*. London: Prentice Hall
- HUSTINÉ DR. BÉRES, K. (2011): *Fürdők és az egészségturizmus közgazdaságtana*. Szent István Egyetem, Gödöllő
- ICOMOS (1997): *Charter for Cultural Tourism*. Elérhető: <http://www.icomos.org/tourism/> (letöltve: 2018.03.04.)
- JANDALA, CS. – SÁNDOR, T. – GONDOS, B. (2010): *Az egészségturizmus a turizmuspolitika fókuszában: A fürdő kultúra szerepe a turisztikai termékfejlesztésben*. Turizmus Bulletin, 14(4), pp. 19-28.
- JÁSZBERÉNYI, M. (2019): *Vízi turizmus és közlekedés: termékek, trendek, regionalitás*. Akadémiai Kiadó, Budapest. DOI:10.1556/97896345444067
- KARDOS, Z. (2011): *Turisztikai ismeretek*. Egyetemi tankönyv, Keszthely. pp. 57–58.
- KOSKINEN, V. (2019): Spa tourism as a part of ageing well. *International Journal of Spa and Wellness*, DOI: 10.1080/24721735.2019.1668673
- KUPI, M. (2019): A Szigetköz térség turisztikai regionális ereje és lehetőségei. In: Bálint, Cs. – Földi, P. – Kápolnai, Zs. – Kovács, Cs. J. – Nagyné Molnár, M. – Zsarnóczky, M. B. (szerk.): *Rurális térségek a 21. században tudományos konferencia – Tanulmánykötet*. Szent István Egyetem, Gödöllő
- LEE, T. J. – HAN, J. S. – KO, T. G. (2020): Health-Oriented Tourists and Sustainable Domestic Tourism. *Sustainability* 12(12), DOI:10.3390/su12124988
- LENGYEL, M. (1989): *A kultúra és a turizmus együttműködési lehetőségei*. Budapest, Közművelődési Információs Intézet. p. 149.
- MCKERCHER, B. – DU CROS, H. (2002): *Cultural Tourism: The partnerships between tourism and cultural heritage management*. Haworth Press, Binghampton
- NAGY, B. (2020): A csíksomlyói pápalátogatás turisztikai elemzése: Hogyan látták a résztvevők? *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 5(3), pp. 42-56. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.03.03

- PÓKÓ, N. (2019): Vízparti turizmus a Duna folyó mentén Magyarországon – egy kérdőíves felmérés alapján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(2)
- PUCZKÓ, L. – RÁTZ, T. (2005): *A turizmus hatásai*. Aula, Budapest
- PUCZKÓ, L. – SMITH, M. (2010): Tourism-Specific Quality-of-Life Index: The Budapest Model. In: Budruk, M. – Philips, R. (szerk.): *Quality-of-Life Community Indicators for Parks*. Recreation and Tourism Management Social Indicators Research Series, Springer, London, DOI: 10.1007/978-90-481-9861-0_9
- QUINTELA, J. – COSTA, C. – CORREIA, A. (2020): Health and Wellness Tourism as a Source of Happiness and Quality of Life. – In: Parreño, J. M. – Calvet, R. G. – Muñoz De Prat, J. (szerk.): *Proceedings of the 3rd International Conference on Tourism Research*. Academic Conferences and Publishing International Limited, pp. 196-203. DOI: 10.34190/IRT.20.046
- RÁTZ, T. (2011): Kulturális turizmus. In: Michalkó, G. (szerk.): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés = Design and development of touristic products*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs
- RICHARDS, G. (2018): Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, pp. 12-21.
- RIEGER, T. (2013): Sustainability and Health Tourism. In: Jenkins I. – Schröder, R. (szerk.): *Sustainability in Tourism: A Multidisciplinary Approach*. Springer Gabler, Wiesbaden
- SILBERBERG, T. (1995): Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), pp. 361-365.
- SMITH, M. – KELLY, C. (2006): Wellness Tourism, *Tourism Recreation Research*, 31(1), pp. 1-4, DOI: 10.1080/02508281.2006.11081241
- SMITH, M. (2015): Baltic Health Tourism: Uniqueness and Commonalities. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15 (4), pp. 357-379. DOI: 10.1080/15022250.2015.1024819
- SMITH, M. K. (2003): *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge, London
- SULYOK, J. – MÁRTONNÉ MÁTHÉ, K. (2014): A vallási turizmus helyzete Magyarországon. *Turizmus bulletin*, 16(1), pp. 11-20.
- TIMOTHY, D. J. (2011): *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Channel View Publication, Bristol
- UJVÁRI, K. (2009): A Tisza-völgy vízi turizmusának fejlesztési lehetőségei. *Modern Geográfia*, 2009/4. szám
- UNWTO (World Tourism Organisation) - United Nations Environment Programme (2005): *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. Paris
- VARGA, M. (2011): A vallási turizmus jelenléte ma Magyarországon. *Keresztény Szó*, 22(12)

Egyéb források

ORSZAGJARO.NET: <https://www.orszagjaro.net/szigetkoz/> (letöltve: 2022. 01. 27.)