

OTDK-dolgozat

2025

Budapesti Corvinus Egyetem

A Szigetköz aktív turisztikai fejlesztéseinek vizsgálata

Study on active tourism development in the Szigetköz region

Áder Márton Áron

Témavezető: Dr. Keller Krisztina

Kézirat lezárása: 2024. 11. 18

Tartalomjegyzék

I. Bevezetés	1
II. Aktív turizmus áttekintése.....	2
II.1. Az aktív turizmus meghatározása és típusainak bemutatása.....	2
II.2. Az aktív turizmus fejlesztési irányainak, trendjeinek vizsgálata	4
II.3. A fenntartható aktív turizmus áttekintése.....	6
III. Turisztikai termékek fejlesztése	7
III.1. Az innovációközpontú turizmusfejlesztés bemutatása	8
III.2. A gyalogos turizmus fejlesztési szempontjainak vizsgálata	9
III.3. A kerékpáros turizmus fejlesztési szempontjainak ismertetése	11
III.4. A vízi turizmus fejlesztési irányainak bemutatása	12
IV. A Szigetköz bemutatása.....	14
V. Empirikus kutatás módszertana.....	17
V.1. Kutatási módszertan	18
V.2. Mintaválasztás.....	18
V.3. Mélyinterjúk eredményeinek bemutatása.....	20
V.3.1. Turisztikai termékfejlesztés	21
V.3.2. Helyzetelemzés	23
V.3.3. Fejlesztési lehetőségek	26
V.3.4. A marketingtevékenység és a digitalizáció értékelése	27
V.3.5. Szigetközi Aktív Turisztikai Stratégia kialakítása	29
VI. Fejlesztési javaslatok	31
VI.1. Csomagajánlatok létrehozása, turisztikai termékek összekapcsolása	31
VI.2. Sziget-Köz Programsorozat.....	31
VI.3. Szigetközi Nemzetközi Turisztikai Konferencia	33
VII. Összegzés	34
VIII. Irodalomjegyzék.....	36
IX. Mellékletek	48

Táblázatok, ábrák jegyzéke

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Az egyes szabadidős tevékenységeket végzők megoszlása, 2019-2020.....	3
2. táblázat: Vendégek és vendégéjszakák száma a Győr-Pannonhalma turisztikai régióban, 2021-2023, ezer főben megadva	16
3. táblázat: Az interjúalanyok és az általuk képviselt szervezetek legfontosabb ismérvei.....	20
4. táblázat: Erősségek és gyengeségek a Szigetközben a megkérdezettek véleménye alapján	25
5. táblázat: A régió külső lehetőségei és veszélyei	29

Ábrák jegyzéke

1. ábra: Az aktív turista fő motivációi	5
2. ábra: A reziliencia hatása a fenntartható fejlődésre	7
3. ábra: Az innováció ciklusai	9
4. ábra Az interjúalanyok javasolt digitális megoldásai	28

I. Bevezetés

A Győr-Pannonhalma turisztikai térség széles programkínálattal rendelkezik a kulturális, a vallás és az aktív turizmus tekintetében. Utóbbit a Szigetköz Tájvédelmi Körzetben (Szigetköz) érheti el a fogyasztó. Az aktív turizmus összekapcsolása az említett turisztikai ágakkal többféle célcsoport igényeit kielégítő termékkínálat létrehozását teszi lehetővé, amely egy egyedi élményígéret nyújtására képes (Strack, 2022).

A Szigetköz aktív turisztikai vizsgálata kutatási részként azonosítható, hiszen a térséggel foglalkozó tanulmányok többsége annak átfogó turisztikai értékeléséről (például: Strack, 2022), illetve a fenntartható fejlesztési projektekről (például Kézay et al., 2020) szól.

Három olyan stratégia jelent meg az elmúlt években (2021-2024), amely a régió turizmusát érinti és az egyes turisztikai termékekre fókuszál. A Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia (NATS) 2023 májusától kezdve határozza meg az aktív turizmus fejlesztésével kapcsolatos irányokat. A stratégia jogyakorlatként tekint a régióra, de emellett fejlesztendő térségként is kiemeli a körzetet. A Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2023 februárjában jelent meg. A szabadidős és turisztikai kerékpározással is foglalkozó stratégia „átlag feletti infrastruktúrával rendelkező térségként” (AÖFK, 2023b, p. 130.) említi a régiót, fejlesztési javaslatokat azonban nem fogalmaz meg a térség vonatkozásában. A 2024-ben megjelent Nemzeti Vízi Turisztikai Stratégia magas prioritású akcióterületként és országos szintű vonzerőként tekint a Szigetközre, célja, hogy 2035-re ezt a szerepet továbbra is betöltse a régió.

A 429/2020. (IX. 14.) Kormányrendelet 2020-ban lehatárolta a turisztikai térségeket, ezzel megalakult a Győr-Pannonhalma turisztikai régió. A térség megnevezésében korábban a Szigetköz is szerepelt (Szigetköz-Győr-Pannonhalma), azonban az új meghatározásba már nem került bele. A rendelet alapján 21 település tagja a turisztikai régiónak, de számos szigetközi település (például Vének, Máriakálnok, Mecsér) hiányzik. A kormányrendeletre alapozó Turizmus 2.0 Turizmusfejlesztési Stratégia szerint a Szigetköz Győr és Pannonhalma kiegészítő, city-break termékeként pozícionálható (MTÜ, 2021). A stratégia fejlesztendő területként hivatkozik a régióra, konkrét fejlesztési javaslatokat azonban nem említ.

A térségi stratégiákat tekintve Győr és Mosonmagyaróvár rendelkezik turizmust is érintő településfejlesztési eszköztárral. A régióban két turisztikai desztináció menedzsment (TDM) szervezet működik: a Szigetköz Turizmusáért Egyesület (Szigetköz TDM) 2009 óta irányítja a térségi turizmust, az Irány Győr Turisztikai Egyesületet (Győri TDM) pedig 2024 májusában alapították. Civil kezdeményezésre megalakuló, a régióban működő, az aktív turizmust

fejlesztő és irányító fontos turisztikai szereplők közé tartozik a Szigetköz-Mosoni-sík LEADER Egyesület és a Pisztráng Kör Egyesület. A szervezetek szoros együttműködéseként bővült az aktív turisztikai termékinálat a Szigetközben, amely színesebbé és ismertebbé tette a régiót.

Megállapítható, hogy jelen szakdolgozat lezárásakor (2024. november) nem létezik olyan átfogó turisztikai vagy fejlesztési stratégia, amely kizárólagosan a régió aktív turizmusával foglalkozna. Annak érdekében, hogy az aktív turizmushoz kapcsolható szolgáltatások minőségi és mennyiségi fejlesztése megvalósuljon, egy átfogó térségfejlesztési tervdokumentumra van szükség.

Jelen szakdolgozat célja a szakirodalmi áttekintésből és a térségi szinten végzett kvalitatív kutatás által nyert adatokból a Szigetközben rejlő termékfejlesztések lehetőségeinek feltárása, az együttműködési opciók azonosítása, és egy Szigetközi Aktív Turisztikai Stratégia alapjainak lefektetése. A szakdolgozat a térségi szakembereknek ad iránymutatást a trendekkel és a jövőbeni lehetőségekkel kapcsolatban.

A szakdolgozat négy fő részre tagolódik. A szakirodalmi áttekintést nyújtó fejezetben bemutatásra kerülnek az aktív turizmus típusai, amelyet a fejlesztési irányok és a trendek, valamint a fenntartható aktív turizmus ismertetése követ. Ezt követően ismertetésre kerülnek az egyes aktív turisztikai ágak fejlesztési lehetőségei az innovációközpontú megközelítés mellett. A harmadik fejezetben a Szigetköz kutatási célból releváns bemutatására kerül sor. A dolgozat empirikus kutatást tartalmazó fejezetében a minta áttekintését követően bemutatásra kerülnek a Szigetköz aktív turisztikai potenciáljának feltárását célzó, turisztikai szakemberek körében végzett kvalitatív kutatás során megfogalmazott vélemények, fejlesztési javaslatok, illetve egy Szigetközi Aktív Turisztikai Stratégiával kapcsolatos elvárások. A mélyinterjúkból szerzett információk alapján a régióra fókuszáló fejlesztési javaslatok bemutatására kerül sor a stratégia főbb fókuszterületeire vonatkozóan.

II. Aktív turizmus áttekintése

Jelen fejezetben sor kerül az aktív turizmus fogalmának bemutatására, majd típusainak ismertetésére. Ezután áttekintésre kerülnek az aktív turizmus fejlesztési irányai és trendjei a három legnépszerűbb aktív turisztikai termék vonatkozásában, végül a fejezet a fenntartható aktív turizmus vizsgálatával zárul.

II.1. Az aktív turizmus meghatározása és típusainak bemutatása

Az aktív turizmust olyan turisztikai terméknek értelmezhetjük, amelyet a turista a szabadban vesz igénybe és amely fizikai aktivitással jár együtt. A turisták fő motivációja a környezeti

erőforrások igénybevételére és a környezeti vonzerők felkeresésére épül, ez történhet szabadidős, de akár rekreációs tevékenységként is (Jászberényi, 2019). Az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ (AÖFK) által 2023-ban kiadott Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia szerint „az aktív turizmus olyan szabadidő-eltöltési forma, amelynek során a turista intenzív testmozgással járó tevékenységeket végez, gyakran a lakóhelyétől eltérő helyszínen, és ezen tevékenység természeti és társadalmi környezetre kifejtett negatív hatása minimális” (AÖFK, 2023a, p. 23.). Az aktív turizmus tehát nem feltétlenül egyenlő a kaland-, illetve az ökoturizmussal, hiszen az ökoturisták elsődleges célja a környezetszennyezés maximális mellőzése, a kalandturizmus keretein belül pedig a kihívásokat kereső turisták keresnek fel adott természeti vonzerőket (Michalkó, 2016; Jászberényi, 2022).

Az AÖFK által készített kutatás eredményei alapján meghatározásra került az aktív turizmus három legnépszerűbb típusa, a bakancsos, a kerékpáros és a vízi turizmus (1. táblázat).

Az aktív turizmus típusa	Megoszlás a mintán belül
Bakancsos turizmus	54%
Kerékpáros turizmus	34%
Vízi turizmus	6%
Síturizmus	4%
Vitorlás turizmus	3%
Lovas turizmus	2%

1. táblázat: Az egyes szabadidős tevékenységeket végzők megoszlása, 2019-2020

Forrás: saját szerkesztés AÖFK (2023a) alapján

Magyarország legnépszerűbb túratípusa a bakancsos turizmus. Az 2019-20-ban elvégzett kutatás eredményei alapján a megkérdezettek 54%-a vett részt gyalogtúrán, kiránduláson a kutatást megelőző évben (AÖFK, 2023a). A bakancsos turizmus népszerűségét a COVID-19 járvány sem törte meg, a pandémia ideje alatt olyan turisták is útnak indultak, akikre korábban ez nem volt jellemző (CBI, 2021). A népszerűség további okaként említhető, hogy a bakancsos turizmus széleskörű szegmens megszólítására képes, ugyanis nem szükséges hozzá előképzettség és komolyabb technikai felszerelés sem (UNWTO, 2020). Infrastrukturálisan jól kiépített hálózatokkal rendelkezik Magyarország, az Országos Kékkör pedig nagy népszerűségnek örvend, ezek mellett számos zarándokút és tematikus tanösvény is található.

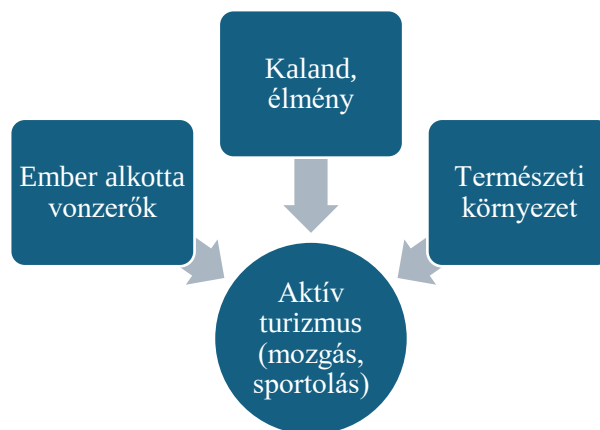
Magyarország második legnépszerűbb aktív turisztikai terméke a kerékpáros turizmus. A pandémia ideje alatt szintén népszerűbbé váló kerékpáros turizmus közkedveltsége a járvány után sem csökkent, többen ebben az időszakban kezdtek el kerékpározni a tömegközlekedési

eszközök használata helyett, így felfedezve a kerékpározásban rejlő rekreációs értékeket is (AÖFK, 2023a). A kerékpározás fizikai erőnlétet igen, viszont különösebb tudást nem igényel, alacsony belépési küszöbvel rendelkezik (AÖFK, 2023b). Az elektromos rásegítésű kerékpárok ledöntötték a fizikai akadályokat, ezáltal szélesebb réteg számára tették elérhetővé a kerékpározás lehetőségét, viszont ez magasabb belépési küszöbvel társul (CBI, 2022a). 2010 óta 1500 kilométer hosszú kerékpárút épült ki Magyarországon, így 2023-ban 9200 kilométer kerékpározásra alkalmas út volt található, ezek nagyrésze azonban fejlesztésre szorul. A kerékpáros turizmus népszerűsége összefügg az infrastruktúra fejlettségével: ahol jó minőségű és biztonságos kerékpárút van, ott több a kerékpáros is. Magyarországon keresztül halad négy nemzetközi kerékpáros túraútvonal (EuroVelo 6, 11, 13, 14) is, de a tókerülő körök is népszerűek (AÖFK, 2023a; AÖFK, 2023b).

Magyarország harmadik legnépszerűbb túratípusa a vízi turizmus. Az AÖFK által elkészített kutatás eredményei (1. táblázat) alapján a megkérdezettek 6%-a vett részt vízi túrán 2019-ben és 2020-ban. A vízi turizmusnak számos alfajtája van, a szakdolgozat tárgyát a Szigetközben releváns vízi túrázás képezi. Ebben az esetben az „aktív turista ’testközelben’ találkozik a természettel és a vízzel és lesz élményszerűen részese a vizes közegnek” (Csapó, 2011). Magyarország kiemelkedő helyen szerepel vízituristicai szempontból (Jászberényi, 2022). 3500 kilométernyi vízitúra-útvonal található az országban, melyek kiépítettsége hiányos, de folyamatos fejlesztések alatt állnak. A vízi túrázás népszerűsége a kiépítettség minőségén, a biztonságon és a természeti vonzerőkön alapszik, a természetközelség pedig egyedülálló élmény nyújtására alkalmas (AÖFK, 2023a).

II.2. Az aktív turizmus fejlesztési irányainak, trendjeinek vizsgálata

Az AÖFK által 2022-ben elvégzett hazai kutatás eredményei szerint Magyarországon a felnőtt lakosság több mint 50%-a potenciálisan aktív turistaként azonosítható. Ennek oka Magyarország kevésbé extrém domborzata, amely minden réteg számára kínálja az aktív túrázás lehetőségét, és amely a koronavírus-járvány ideje alatt sem enyhült (AÖFK, 2023a). Az aktív turisták három fő motivációval rendelkeznek (1. ábra).



1. ábra: Az aktív turista fő motivációi

Forrás: saját szerkesztés Csapó (2011) alapján

Az aktív turista alapmotivációja a mozgás, illetve a sportolás. Fontos tényező továbbá a természeti környezet, hiszen az aktív turizmus főként itt végezhető. Az ember alkotta vonzerők felkeresése is jelentős motivációval bír. Az aktív turista utazása során élményeket, kalandokat vár el és szerez, így a kaland- és élményszerzés szintén fontos motivációs tényezőnek tekinthető (Csapó, 2011).

Zátori (2018) szerint az aktív turistát egy turisztikai desztináció felkeresése során a feltételezett és az elvárt élmény motiválja, ezáltal válik az élmény a desztináció fő vonzerejévé. A szerző kiemeli továbbá a desztináció hangulatát, annak egyedi élményígéretét, továbbá az ott fellelhető emberi és természeti tényezőket is. A turisztikai fogadóterület feladata ezen szempontok támogatása a közös élményteremtés céljával.

A turisták rendelkezésére álló információmennyiség, illetve az ezek megosztását segítő közösségimédia-platformok jelenléte is számottevő motivációs tényezőként hat: a fogyasztó a különböző kommunikációs felületeken gyakran kap ajánlást népszerű vonzerők felkeresésére, azonban a kevésbé látogatott turisztikai desztinációk bemutatása is elterjedt (Kovács & Kiss, 2018).

Az aktív turisztikai termékek iránt főként a fejlett országokban nő a kereslet, ahol az életminőség javulásával egyre többen fordulnak ezen szabadidős tevékenységek felé. Népszerűségének oka a közösségi aktivitás nyújtotta fizikai és lelki feltöltődés egy olyan világban, amelyben egyre több a stressz, és amelyben mozgásszegény életmódot élünk (Jászberényi, 2022). Mártonné és Császár (2019) kutatása szerint az aktív túrázás közben leggyakrabban igénybe vett szolgáltatások az étkezés, a kölcsönzés és a túravezetés, amelyek kiépítése és fejlesztése nagyban befolyásolja a fogyasztó utazási döntéseit is.

A digitalizáció gyors fejlődése a turizmusban is észrevehető. A mobileszközök terjedése következtében a turistáknak kevésbé van szüksége utazási irodákra, nőtt a fogyasztók önállósága (Kovács & Kiss, 2018). Kökény és Miskolczi (2022) kiemelik, hogy a mesterséges intelligencia (MI) térhódításával az utazásszervezés is átalakul. Az MI-alapú chatbotok átveszik az utazási irodák szerepét, amelyeknek a jövőben főképp a tanácsadói szerepkör jut. Az előrejelzések kezelése és az adatok elemzése, a Big Data állományok feldolgozása is változik: az MI hatékonyan válogatja ki a termék- és szolgáltatásfejlesztéshez hasznosítható információkat. A technológiai változások további eredménye a világhálón elérhető egyre több tartalom, amellyel a desztinációk szélesebb célcsoport számára lesznek elérhetők (Kovács & Kiss, 2018; Maiya, 2020).

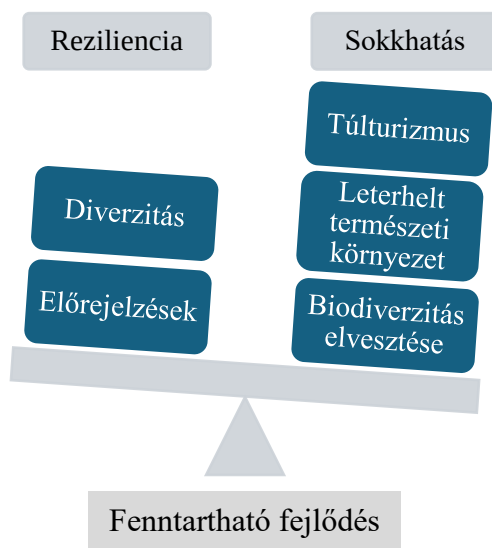
A biztonság szerepe jelentős a turizmusban Michalkó (2023) szerint, enélkül egy desztináció nem tekinthető versenyképesnek. Állítása szerint a turizmus alapja a bizalom, amelynek megteremtéséért az adott desztináció, illetve az állam vezetése a felelős. Csapó és Töröcsik (2019) eredménye alapján a magyar fogyasztóknak fontos a biztonság, de alacsony azok száma, akik egy biztonsági kockázat miatt nem utaztak el. Péter és szerzőtársai (2018) kutatása alapján a turizmusbiztonság felértékelődik az elkövetkezendő években. Kiemelik a személyes biztonság fontosságát, illetve azt, hogy egy biztonsági kockázat esetén a turista egy másik desztináció választása mellett dönt az utazás lemondása helyett.

Az NATS átfogó fejlesztési célként kezeli a vonzerők, a szolgáltatások, az útvonalhálózatok, a marketing és az aktív turizmus koordinációjáért és menedzsmentjéért felelős szervek fejlesztését. Ennek célja, hogy a magyar lakosságon belül is növekedjen az aktív turisztikai tevékenységet végzők aránya. Horizontális célja többek között az egészségügyi állapot javítása és a vidékfejlesztés (AÖFK, 2023a).

II.3. A fenntartható aktív turizmus áttekintése

A fenntarthatóságnak a természet, a társadalom és a gazdaság hármasszisztémájában kell érvényesülnie a turizmus ágazatán belül: a szektor napjainkban a globális üvegházhatású gázok kibocsátásának 8%-át adja. A fenntartható turizmus célja a lehetséges, és a már bekövetkezett negatív környezeti és társadalmi hatások megállítása, továbbá a pozitívak erősítése a hosszú távú működtetés érdekében (Hegedűs, 2019). Gonda és Raffay (2021) kutatási eredményei alapján elmondható, hogy a magyar utazók körében is erősödik a fenntarthatóság és a környezetbarát megoldások befolyásoló ereje.

A turizmus rezilienciáját (rugalmas alkalmazkodóképességét) segítő intézkedések a természet-társadalom-gazdaság hármasság kapcsolatában kívánják érvényesíteni a fenntarthatóságot. A reziliencia egy esetleges sokkhatás esetén segít a szektor életben tartásában, például akkor, ha a gazdaság a túlzott fogyasztói igényre reagálva jelentősen megterheli a természet erőforrásait (2. ábra). Ilyen esetben a desztinációk túlélési kulcsa a magas szolgáltatási színvonal biztosítása mellett egy védekező mechanizmus kialakítása az összeomlás elkerülése érdekében (Gonda, 2022).



2. ábra: A reziliencia hatása a fenntartható fejlődésre

Forrás: saját szerkesztés Kerekes (2011) és Gonda (2022) alapján

A turizmus szektora érdekelt a fenntartható fejlődés segítésében, amit a reziliencia erősítésével tehet meg (2. ábra). Kerekes (2011) és Gonda (2022) szerint egy erős rezilienciával rendelkező turisztikai fogadóterület a társadalmi, a gazdasági és a természeti változások gyakori kutatása, monitorozása jellemzi.

III. Turisztikai termékek fejlesztése

A turizmus gyors növekedése a desztinációkat és a szolgáltatókat is kihívás elé állította. A piaci és gazdasági változások új megoldások alkalmazására ösztönözték az ágazatot (Nagy, 2021). A fejezetben bemutatásra kerülnek a turizmus és a vidékfejlesztés jelenlegi és tervezett fejlesztési irányai. A fejezet az innovációorientált turizmusfejlesztést és a Szigetközben releváns turisztikai termékek fejlesztését és trendjeit vizsgálja.

III.1. Az innovációközpontú turizmusfejlesztés bemutatása

A gazdasági és társadalmi fejlődés egyik alappillére a turizmus, amelynek innovatív fejlesztéséhez számos érintett együttműködése, valamint a technológiai és a turisztikai ismeretek bővítése szükséges (UNWTO, 2020).

A térségfejlesztés fő támpontja a társadalmi innovációkra épülő turizmusfejlesztés. Egy térség megújulása számos tényezőn alapszik: az innováció befogadóképessége, a gazdasági nyitottság és a humántőke szintje alapvető fontosságú. Ezek alapján a társadalmi innováció kiemelkedő szerepet játszik a gazdaság és a társadalom kölcsönhatásában, mivel vidéki erőforrásokra és közösségekre épül (Szörényiné Kukorelli, 2020).

A társadalmi innováció sikeressége a valós szükségletek kielégítésén múlik. Egy kívülről átvett, kellő átgondolás nélkül bevezetett jógyakorlat működése sokszor nem megalapozott, így önmagában nem garantálja a sikert. Az innovációt sok esetben akadályozza az erőforrások hiánya, ezért a térségek gyakran fordulnak az állami támogatásokhoz. A sikeres fejlesztés a helyi kultúrára és viszonyokra épül, amelynek következtében változhat a térség helyzete: a helyi közösségek szerepe, az alulról érkező kezdeményezések felkarolása nagy befolyásoló erővel bír (Kulcsár, 2020).

Piskóti (2021) a TDM szervezetek innovációs tevékenységeinek fontosságára helyezi a hangsúlyt. A szervezeteknek a klasszikus tömegmarketing csatornáit helyett más ágazatok jógyakorlatait felismerve érdemes megtervezni a marketingtevékenységüket. A szerző szerint a tudatosan megtervezett és megvalósított desztinációmarketing a régió turisztikai sikerességének záloga, amit szakemberekkel lehetséges megvalósítani, az öntevékeny marketingaktivitásoknak pedig véget kell vetni.

Hansen és szerzőtársai (2019) az aktív turizmusban rejlő fejlesztési lehetőségeket vizsgálták, a változó fogyasztói igények kielégítése egy folyamatos innovációs ciklust eredményez az iparágban (3. ábra).



3. ábra: Az innováció ciklusai

Forrás: Hansen (2019) alapján saját szerkesztés

Az innováció versenyelőnyhöz juttatja az adott szolgáltatót, amire az iparág reagál. Az ezekből következő kiküszöbölendő nehézségeket szintén innovatív megoldások követik, így a kör nem zárul be. Ezen megoldások arra készítetik az iparági szereplőket, hogy olyan fejlesztéseket alkalmazzanak, amelyeket nem terveztek. A hosszú távú működés és fenntarthatóság érdekében végzett innovációk a versenyképesség fenntartásának céljával jönnek létre.

A legújabb, 2017-ben indított hazai állami fejlesztési program a Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program. A program desztinációs szemléletű, innovatív és komplex turisztikai fejlesztéseket támogat, melyek gazdaságilag fenntarthatóak és a turisztikai élmények összekapcsolásán keresztül erősítik a térségi kínálatot (Kisfaludy Program honlapja, é.n.).

III.2. A gyalogos turizmus fejlesztési szempontjainak vizsgálata

Az aktív turizmus iránti kereslet növekedése a gyalogos turizmusra is hat, a turisták a helyi kultúra és a természeti környezet felfedezésére építik utazásaikat. A bakancsos turizmus esetében kismértékű infrastrukturális beruházás is elegendő az átfogó fejlesztéshez és profit realizálásához. A fejlesztések során számos szempont figyelembevétele szükséges, mint például az útvonal egyedisége, biztonsága és hozzáférhetősége (UNWTO, 2020).

A bakancsos turizmus egyszerűen hozzáférhető, könnyen végezhető aktív turisztikai termék. A gyalogos turista az élményszerzésre is összpontosít a fizikai aktivitás mellett, ezért az útvonalaknak több esetben önálló vonzerőként kell működniük (UNWTO, 2020).

Milojković és szerzőtársai (2022) kutatása alapján elmondható, hogy a gyalogos turisták többek között a biztonságot helyezik előtérbe. A NATS biztonsággal kapcsolatos törekvései között az

útvonalak felülvizsgálata és rendszeres karbantartása szerepel, mellyel a veszélyek elkerülése mellett az élmény javítása is cél (AÖFK, 2023a).

Yang (2020) kutatási eredményei alapján a gyalogos turisták számára a kevésbé zsúfoltság és a magas fokú tisztaság fontos az útvonalak tekintetében. A szerző a fejlesztési javaslatait az eddig ismeretlen vonzerők turisztikai kínálatba történő beemelésére alapozza, amelynek előnye, hogy a túlturizmus jelensége is csökkenhet.

Milojković és szerzőtársainak kutatása (2023) a bakancsos turisták igényeinek feltárására irányult. Vizsgálatuk fő eredménye az összeköttetés fontossága, kiemelték továbbá a már létező, beltéri és kültéri programok, illetve a kulturális turizmus vonzerőinek bakancsos turizmushoz történő csatolását.

A fogyasztói igények megértése, illetve azok innovatív megközelítése a desztinációfejlesztés fontos szempontja. Wu és Lai (2022) szerint a bakancsos turista a helyszín meglátogatása nélkül is véleményt formálhat a desztinációfejlesztésről. A kutatók egy VR-szemüvegen keresztül mutatták be az adott fejlesztendő desztinációt az általuk javasolt fejlesztésekkel, miközben a résztvevők reakcióit figyelték, majd a tapasztalataikat is felmérték. Ezen ötlet bár segítséget nyújt a fejlesztőknek, a kutatást megcáfolva Rabbiosi és Meneghello (2023) az érzékszervek bevonását helyezi előtérbe a fejlesztések során.

A fogyasztói igényekhez társuló fejlesztések megvalósításához infrastrukturális beruházások is szükségesek. Ezek egyik jó példája az olasz Sentiero Italia turistaút újjászületése, amelyet közösségi finanszírozás segítségével valósítottak meg. Ezen projekt mutatja, hogy a közösség ereje is rendkívül fontos a gyalogos turisztikai termékek fejlesztése esetén (De Crescenzo & Simeoni, 2019).

A fejlesztések megvalósítása előtt érdemes a helyieket, illetve egyéb érintetteket is bevonni a tervezésbe. Ez a gazdasági előny mellett társadalmi pozitívumokkal is jár, hiszen a megvalósítás szakaszában önkéntesek munkájára is szükség lehet. Egy jól megvalósított gyalogos turisztikai fejlesztés a helyieknek és a turistáknak egyaránt kedvező, továbbá az adott desztináció USP-jeként is funkcionálhat (UNWTO, 2020).

A bakancsos turizmus fejlesztése több programon keresztül valósult meg Magyarországon: ezek egyike volt a Nemzeti Turistaház-fejlesztési Program. Ennek első lépése a turistaházak korszerűsítése volt, 220 házból 30 került felújításra. A második ütemben az útvonalak felújítása állt a fókuszban, a Kéktúra 24000 kilométeres szakaszából 1160 kilométert újítottak fel. Az infrastruktúra felújításán kívül létrehoztak többek között kerékpárral is igénybe vehető

szakaszokat, illetve természetjáró kártyarendszert és applikációt, melyek keretein belül különböző kedvezményeket vehetnek igénybe a túrázók (AÖFK, 2023a).

III.3. A kerékpáros turizmus fejlesztési szempontjainak ismertetése

A kerékpáros turizmus iránti kereslet növekedése infrastrukturális beruházásokat is kíván. Ezek helyes kialakításához, továbbá fenntartható működtetéséhez a fogyasztói preferenciák és az utazási motivációk ismerete szükséges (CBI, 2022a). A fejlesztések a szektor rezilienciájának növeléséhez járulnak hozzá (Ciascai et al., 2022).

A kerékpáros turisták utazási motivációi között számos tényező megjelenik, Bundság és Huszár (2022) szerint meghatározónak érzik életükben a hobbijukat, fontos számukra a közösséghez tartozás. Molnár és szerzőtársai (2023) kutatása alapján az elsődleges kerékpáros motivációk a természetközelség, a kikapcsolódás, a kaland, és az élményszerzés lehetősége, illetve az egészségi állapot javítása, illetve fenntartása.

A kerékpáros turisták körében a biztonságos közlekedés is alapvető fontosságú elvárás. A karbantartott, összefüggő, illetve egyéb közlekedési módot (például: gördeszkázás) is támogató útvonalak kialakítása a biztonságérzet mellett a keresletet is növeli. A biztonsághoz tartozik továbbá a szükséges információk biztosítása: a kitáblázott útvonalakat áttekinthető térképen, egységes, jól értelmezhető jelzésekkel szükséges ellátni (Lőrincz et al., 2020). A biztonságos kerékpártárolók iránti igény is folyamatosan növekszik: ezek központi helyen, az attrakciók, illetve tömegközlekedési lehetőségek közelében helyezkednek el (Fazio et al., 2021).

A kerékpáros turisták alapvető elvárása, hogy az általuk igénybevett szálláshely rendelkezzen fedett és zárható kerékpártárolóval, továbbá egy kisebb műhellyel az esetleges javítások végrehajtásának érdekében. A kerékpárutak mentén található infrastruktúra is nagy jelentőséggel bír: a turisták fedett pihenőhelyeket, illemhelyeket, illetve ivóvízvételi lehetőséget hiányolnak a kerékpáros útvonalak mellől (Lőrincz et al., 2020, Kóródi et al., 2022). Az igények között a digitalizáció kapcsán megjelenik az interaktív navigáció, a túratervező alkalmazások, illetve az internetlefedettség (Kóródi et al., 2022). A kerékpárok tömegközlekedési eszközön történő szállítása is egy jelentős megoldandó feladat: a kerékpáros turizmust támogató közösségi közlekedés kevésbé leterhelt úthálózatokkal jár (Bakogiannis et al., 2020, Ciascai et al., 2022, Bigoy et al. 2022).

A kerékpáros turizmus népszerűsítése az ágazat sikeres működéséhez kifejezetten fontos. A kerékpáros közösség gyakori monitorozása lehetővé teszi a desztinációk célzott marketingstratégiájának kialakítását (Bundság, 2023). Lőrincz és szerzőtársai (2020) szerint a

kerékpározás három évszakai tevékenység, de az őszi, illetve a tavaszi szezon kevésbé népszerűsített. A kerékpározás az e-bikeok elterjedésével szélesebb korosztályok számára is elérhetővé vált, a középkorúak és a seniorok számára továbbra is népszerűsíteni indokolt a kerékpáros turizmust: az ezen korosztályokat célzó programoknak közösségi élményt szükséges nyújtaniuk, megszólítani őket edukáló tartalmakkal érdemes (Lin et al., 2020, CBI, 2022b).

A Nemzeti Kerékpáros Stratégia (AÖFK, 2023b) a kerékpáros turizmus helyzetértékelése során a gyengeségek között kiemeli a gyenge közlekedési kultúrát, a közlekedők közötti együttműködés hiányát, továbbá a kerékpárhálózat fejlesztésének lassúságát. Magyarország domborzatát tekintve ideális a kerékpározásra, a stratégia átfogó célkitűzésként Magyarországot, mint Kelet-Közép Európa elsőszámú kerékpárosbarát országát célozta meg.

A biztonságos tárolás megoldása, az útvonaltervezés és a marketing mind megvalósítandó célok Magyarországon. A szolgáltatói hálózatok fejlesztésére támogatási pályázat, illetve minősítési rendszer kidolgozása van tervben. A tömegközlekedési eszközökön történő szállítás megkönnyítéséért egy megnövekedett igényeket kiszolgáló rendszer tervezése a cél. A dokumentumban kiemelik a csomagajánlatok lehetőségének biztosítását is. Kerékpáros turisztikai portálok, továbbá promóciós és edukációs kampányok tervezése mellett az e-bikeok hálózatának kiterjesztése is a célok között szerepel (AÖFK, 2023b).

Az NATS által is kiemelten kezelt aktív turisztikai termék fejlesztésével kapcsolatban joggyakorlatként tekinthetünk a Balaton365 programra. A 206 kilométer hosszú balatoni kerékpárút-hálózat mellé további 800 kilométer bicikliutat jelöltek, alakítottak, és tábláztak ki a program keretében, a kerékpáros szervezetekkel együttműködve. Az utak feltérképezése mellé weboldalt és mobil alkalmazást is kialakítottak, amely tartalmazza az útvonalak jellemzőit, az azok mentén található szolgáltatókat, vonzerőket, pihenőhelyeket, illetve azok tulajdonságait, de egy kerékpáros profil kialakítására is van lehetőség a 6 idegen nyelven megjelent applikációban (Turizmus.com, 2021).

III.4. A vízi turizmus fejlesztési irányainak bemutatása

A vízi turizmusban rejlő lehetőségek kiaknázása olyan fejlesztéseket kíván, amelyek során a hálózatok, a folyószakaszok és az útvonalak megújulnak, továbbá eladható turisztikai szolgáltatások kínálata válik elérhetővé (AÖFK, 2024). A vízi turisztikai fejlesztések és az adott desztináció látogatottsága közötti pozitív kapcsolat a beruházások további szükségességét is meghatározza (Folgado-Fernández et al., 2019).

A vízi turizmus fő attrakciója és a vízi turista fő motivációja a természeti környezet közelségében rejlik (Győri, 2014). A természeti vonzerők változatossága, illetve azok egyedisége fontos keresleti tényezők: a különböző szakaszok különböző kínálatot biztosítanak a fogyasztóknak (Jászberényi et al., 2022). A vízi turista emellett mentális és fizikális rekreáció céljával kapcsolódik ki (Folgado-Fernández et al., 2019).

A vízi turizmusban a biztonság szerepe kiemelkedő: a kellő előkészületek és a fokozott figyelem fontos a túrázás közben. A vízitúra-vezetőnek felkészültnek kell lennie: ez magában foglalja a szükséges helyismeretet, illetve a szakmai tudást is, azonban a résztvevők fegyelmettsége és úszástudása is elengedhetetlen a biztonságos túrázáshoz. Az adott közlekedési eszköznek az időjárási, illetve vízviszonyoknak is meg kell felelni: fontos az adott környezeti tényezőknek megfelelő hajó választása (Péter et al., 2023).

A vízi turisták részére számos szolgáltatás szükséges, melyek Kóródi és szerzőtársai (2022) kutatása alapján a következők: kikötési lehetőségek, partközeli mosdóblokkok, hajóbérlési, illetve szállítási lehetőségek, továbbá felszerelések biztosításának lehetősége, de fontos számukra a főzési lehetőség, a csomagtranszfer, a térképek, és a túravezetők kínálata is.

A 2024-ben közzétett Nemzeti Vízi Turisztikai Stratégia a gyengeségek közt emeli ki az együttműködés és az egységes arculat hiányát, továbbá a túratérképek és a szakképzett munkaerő alacsony számát. A stratégia által megfogalmazott átfogó célkitűzés, hogy a vízitúrázás széles célközönség számára elérhető, magas színvonalú szolgáltatásokat nyújtó tevékenység legyen (AÖFK, 2024).

A stratégia megállapításai összhangban vannak a tanulmányokban megfogalmazott fejlesztési javaslatokkal. Lados és szerzőtársai (2019) szerint az infrastrukturális fejlesztések során a párhuzamosság elkerülése elengedhetetlen: a desztinációknak összehangolt szakmai fejlesztésekkel kell elérni a beruházási céljaikat. Ezek mellett partnerkapcsolatokat érdemes kialakítani az adott régióknak, így a turisták részére kedvezményeket tudnak biztosítani: ezzel kapcsolatban a szerzők kiemelik a tematikus utak, illetve csomagajánlatok nyújtásának lehetőségét.

A fejlesztéseket egy egységes és összehangolt marketinggel célszerű népszerűsíteni, amelynek az adott desztináció élményígéretére érdemes fókuszálni (Lados et al., 2019). A kommunikáció során a fenntarthatóságért tett törekvéseket is ismertetni szükséges (Campón-Cerro et al., 2020). Ajánlott egy jól felépített weboldal létrehozása és az országos turizmusmarketingbe való bekapcsolódás (Lados et al., 2019).

Jászberényi és szerzőtársai (2022) a különböző túratípusokkal történő összehangolást javasolják. Az infrastrukturális igények hasonlóak (például mosdó, csomagmegőrzés esetében), ezért a vízitúra-megállók kialakítását gyalogos és kerékpáros túraútvonalak mellett ajánlják.

A vízi jártasság növelésével kapcsolatban az iskolások edukációjára is szükség van: javasolt egy olyan fejlesztőprogram, amely a nem vízparton élő gyermekek számára is elérhető (Jászberényi et al., 2022). Ennek céljával hozta létre a Magyar Kajak-Kenu Szövetség a Vízivándor-táborokat, melyeken 2017-2022 között 22 ezernél több fiatal vett részt (Jászberényi et al., 2022, AÖFK, 2023a). Az Vízi Turisztikai Stratégia célja ezen táborok további kiterjesztése, új helyszínek létrehozása a meglévők fejlesztése mellett, illetve a környezettudatosság fontosságára történő felhívás.

A vízi turizmus átfogó fejlesztése több szervezeten és programon ível át. A 2013-ban létrehozott Bejárható Magyarország Program célja a belföldi turizmus népszerűsítése mellett az egészség- és környezettudatos szemléletmód terjesztése, a programban a vízi turizmus fejlesztése is szerepel (Jászberényi, 2019). A projektben az infrastrukturális fejlesztések állnak fókuszban, például új vízitúra-megállóhelyek kialakítása, a meglévők fejlesztése (Donka & Gyuricza, 2017).

2016-ban öt projektet hirdettek meg a megállóhelyek fejlesztésével kapcsolatban, ezek során többek között eszközbeszerzések, csónaktároló-építések, stégtelepítések, öltözőépítések valósultak meg több hazai vízitúrázás szempontjából jelentős régióban (Donka & Gyuricza, 2017, Miniszterelnökség, 2022).

A Magyar Kajak-Kenu Szövetség és a Nemzetgazdasági Minisztérium által 2015-ben kidolgozott vízitúra-megállóhely minősítési rendszer a vízitúrázók számára elérhető szolgáltatások alapján osztályoz. A „Lapátos vízi megállóhelyek” védjegy megújítás alatt áll 2024-ben, kevésbé elterjedt mind a túrázók, mind a szolgáltatók körében (AÖFK, 2024).

A vízi turizmus fejlesztései a szolgáltatók, az önkormányzatok és az oktatási intézmények együttműködésével tudnak megvalósulni (Nasontoorn et al., 2023). A beruházások társadalmi és gazdasági előnyöket biztosíthatnak a desztinációnak, elősegítve a regionális fejlődést (Győri et al., 2022). A jól előkészített fejlesztéseket fenntartható stratégiával érdemes ellátni, így a fogyasztók lojalitása is elérhető (Campón-Cerro et al., 2020).

IV. A Szigetköz bemutatása

A Szigetköz a Győr-Pannonhalma turisztikai régióban, a Duna és a Mosoni-Duna ölelésében fekszik 375 négyzetkilométer nagyságú területen (MTÜ, 2020). A turisztikai régióba 21

település tartozik, a Szigetköz 35 települést számlál (MTÜ, é.n.; Strack, 2022). A régió területi adottságai alapján jó helyzetben van: belföldileg jól megközelíthető, a szomszédos országok és fővárosok közelsége miatt pedig a külföldi turisták számára is kedvező a régió fekvése (Strack, 2022). A Szigetköz a Fertő-Hanság Nemzeti Park Igazgatóságához tartozik, területe a Natura 2000 kategóriába sorolható (Fertő-Hanság Nemzeti Park honlapja, é.n.a).

A Szigetköz területe évmilliókon át formálódott. A Pannon-tenger elhagyott medencéjébe az Ős-Duna ömlött, amely szigeteket, zátonyokat épített (ÉDUVIZIG honlapja, é.n.). A 19. században a Duna jelentős folyamszabályozáson esett át az áradások megelőzése érdekében. A 20. században a különböző szabályozási problémák következtében vízpótlásra is sor került a folyóban. Az ökológiai rehabilitáció érdekében mesterséges árasztások is történtek, amelyeknek köszönhetően a főágban és a mellékágakban is normalizálódtak az ökológiai és turisztikai szempontból elfogadható vízszintek (Jakus, 2024).

A terület természetközeli állapotú erdői az eredeti faji összetételt őrzik. Alacsonyártéri bokorfüzesek, fűzligetek és magasártéri keményfaligetek is találhatók a régióban, emellett hínár- és mocsárréti növényzetek, valamint nádasok is jellemzik a területet. A Szigetköz a Duna-szakasz legjelentősebb ívőhelye, mely többek között védett és fokozottan védett madárfajoknak is otthont ad (Fertő-Hanság Nemzeti Park honlapja, é.n.b).

A Szigetköz gazdag kulturális örökséggel rendelkezik, melyek mellett a hagyományőrző rendezvények is elterjedtek. A Szigetköz fővárosaként is emlegetett, a Mosoni-Duna és a Lajta partján fekvő Mosonmagyaróvár egyik fő attrakciója a Mosonmagyaróvári Vár, amely több mint 750 éves történelmével, és a falai között közel 200 éve folyó tudományos és felsőoktatási tevékenységgel jelentős kulturális helyszín (MTÜ, 2020; NKVP, é.n.). Győr városa műemlékekben kiemelkedő, kulturális programokban gazdag. A győri Bazilika kiemelt zarándokhely, itt őrzik az ország egyik fontos szakrális kincsét, Szent László hermáját. A városban többek között három néptáncgyűttes található, amelyek hagyományőrző céllal működnek, a Győri Balett pedig Magyarország kulturális és művészetében kiemelt jelentőségű (Megyerikum.hu, é.n.). A Szigetköz falvaiban, kisvárosaiban mind találhatunk kulturális örökséget szolgáló épített örökségeket is, a Szent Jakab zarándokút nyolc szigetközi települést érintve halad át a régión (Szent Jakab zarándokút honlapja, é.n.).

A Szigetközben számos túraútvonal található. Népszerű gyalogtúraútvonalak, tanösvények állnak a túrázók rendelkezésére, amelyek zömében sík terepen találhatók (Aktív Magyarország honlapja, é.n.). A régión áthalad az El Camino zarándokútvonal is, amely a zarándokturizmust is erősíti (24.hu honlapja, 2023).

A Szigetközön áthalad az EuroVelo 6 nemzetközi kerékpárút, amely Rajkától indul, Mosonmagyaróváron át, kis településeken keresztül vezet a túrázót Győrig. A számos kulturális örökséget is érintő útvonal az alacsony szintemelkedés és a zömében aszfaltos utak kiépítése miatt családok számára ideális (EuroVelo.hu honlapja, é.n.). Az EuroVelo 6 mellett számos bicikliút és túrázásra alkalmas út található a térségben, amelyek többségében könnyen teljesíthető útvonalak (Aktív Magyarország honlapja, é.n.).

Vízitúrázásra közel 400 kilométer hosszúságú szakasz áll a túrázók rendelkezésére a Szigetközben. A kiterjedtség miatt gyakorlott vízitúrázóknak ajánlott az önálló túrázás, egyéb esetben túraveető szükséges. A túraútvonalakon több műtárgy is található, ami a túrázás gördülékenységét nehezítheti (Magyar Vízitúra portál honlapja, 2023). A Szigetközben 11 vízitúra-szervező vállalkozást ajánl az AÖFK, amelyek különböző nehézségű, hosszúságú és időtartamú túrákat kínálnak (Aktív Magyarország honlapja, é.n.).

A belföldi és külföldi vendégkört színes programlehetőségeivel egyaránt vonzó turisztikai régió 2021 és 2023 között növekvő tendenciát mutatott szállóvendégek és eltöltött vendégéjszakák számának tekintetében (2. táblázat) a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) (2024) adatai szerint. 2021 előtti adatok használata nem releváns ebben az esetben, hiszen a turisztikai térségek 2020-as lehatárolása miatt bekövetkező változások torzítanák az eredményeket.

Győr-Pannonhalma turisztikai régió	Összes vendég		Összes vendégéjszaka	
	ebből belföldi	ebből külföldi	ebből belföldi	ebből külföldi
2021	243		615	
	127	116	615	274
2022	397		843	
	173	224	397	446
2023	436		904	
	174	262	394	511

2. táblázat: Vendégek és vendégéjszakák száma a Győr-Pannonhalma turisztikai régióban, 2021-2023, ezer főben megadva

Forrás: saját szerkesztés KSH (2024) alapján

A statisztika alapján kijelenthető, hogy a Szigetköz a külföldiek körében is népszerű, a könnyű elérhetőséget a régió osztrák, illetve a szlovák határhoz való közelsége tesz lehetővé. A Magyarországon egyedülálló kulturális és vízi turisztikai termékeket kínáló térség a belföldi turisták számára is vonzó.

A szigetközi turisták utazási szokásait Husz (2022) vizsgálta. Eredményei alapján egy szigetközi kerékpáros turista többségében falusi szálláshelyen száll meg, átlagos tartózkodási ideje 3-4 nap, a hosszabb ideig tartózkodók egyéb aktív turisztikai termékeket is kipróbálnak. A kerékpárbarát szolgáltatások megjelenése kifejezetten fontos számukra. A térségben számos szálláshely található, amelyek megközelítése gyakran csak autóval lehetséges: a turisták 75%-a személygépjárművel érkezik a térségbe.

Az autóbuszos közlekedés iránti igény folyamatosan nőtt az elmúlt években a térségben (Jóna, 2022). A vasúti közlekedést illetően vonatok legalább óránként közlekednek Mosonmagyaróvár és Győr között, naponta 8-9 vonat közlekedik Hegyeshalomból Rajka és Pozsony irányába. Fontos kiemelni, hogy a vonatokon kerékpár szállítása engedélyezett, azonban ezeken kevés a férőhely (Mávcsoport.hu, é.n.).

A Szigetköz fejlesztési lehetőségeit számos tanulmány taglalja. Jóna és szerzőtársai (2022) a közúthálózat bővítését, továbbá a fenntartható közlekedési módokat elősegítő infrastruktúra kialakítását tekintik az élhető és fenntartható Szigetköz kulcsának. Fekete és szerzőtársai (2023) szerint a fenntartható gazdaság- és turizmusfejlesztés érdekében egységes márkaépítés is szükséges a régióban. Tanulmányukban kiemelik a természeti értékek hatékonyabb bemutatásának szükségességét és a kulturális turizmust erősítő vonzerők hangsúlyozását, amivel egy egységes turisztikai desztináció alakulhat ki. A tematikus útvonalak jelentőségét emelte ki Strack (2022) is: szerinte a települések közötti együttműködés és a márkaépítés a hosszú távú sikert segíti elő. Husz (2022) is az attrakciók összekapcsolását látja fejlesztési lehetőségnek, de kitér a vasúttársasággal történő együttműködésre is, miszerint egy közös marketingstratégia kialakítása hozzájárulna a kerékpáros turizmus népszerűsítéséhez a régióban. Kézai és Gombos (2023) szerint a turizmusban dolgozó szakemberek munkaerőhiányára alapozva egy ösztöndíjprogram kidolgozása lenne célszerű a térségben. Szerintük a vonzerőfejlesztést alulról jövő kezdeményezések felkarolásával, támogatásával lehet elősegíteni, továbbá a jógyakorlatok fejlesztése mellett szintén kiemelik a márkaépítés és az összefogás erejét.

V. Empirikus kutatás módszertana

Az empirikus kutatás során a Szigetköz fejlesztési lehetőségeit vizsgálom. A tanulmányozásban kiemelt szerepet kap a bakancsos, a kerékpáros és a vízi turizmus fejlesztése mellett a térségben történő együttműködési lehetőségek feltárása is. A vizsgálat során az érintettek innovatív, fenntartható fejlődéshez kapcsolódó elképzelései is feltárásra kerülnek.

Ezek alapján a fő kutatási kérdésem a következő:

K: Milyen innovatív, fenntartható és élményalapú fejlesztésekre van szükség a bakancsos, kerékpáros és vízi turizmus fellendítéséhez a Szigetközben?

A kutatási kérdéshez kapcsolódva az alábbi alkérdéseket fogalmaztam meg:

K1: Melyek a szigetközi aktív turizmus erősségei és gyengeségei, milyen lehetőségek és veszélyek azonosíthatók a régióban?

K2: Kikkel és milyen területeken nyitott együttműködési lehetőségekre nyitottak a régió turisztikai szereplői?

K3: Milyen elképzelései és elvárásai vannak a térség turisztikai szereplőinek egy Szigetközi Aktív Turisztikai Stratégiával kapcsolatban?

V.1. Kutatási módszertan

A kutatási kérdések megválaszolása érdekében egyéni mélyinterjúk készítésére került sor olyan szigetközi szakemberekkel, akik a régió fejlődését segítik szolgáltatásaikkal, illetve különböző partnerkapcsolatokon, projekteken keresztül. A szolgáltatásfejlesztés témakörében helyi szolgáltatókkal, illetve turisztikai egyesületek képviselőivel is készítettem interjúkat. Ezen szereplők által a térség mind keresleti, mind kínálati oldali elvárásait kívántam feltérképezni. A kvalitatív módszer választását indokolja a kutatás problémafeltáró célja, amely során a folyamatok megértése áll fókuszban. A „miért” és a „hogyan” kérdések megválaszolásával a mélyebben fekvő okokat, gondolkodásmódokat, attitűdöket és magyarázatokat lehet megismerni (Mitev, 2019). A kvalitatív kutatás strukturálatlan, kis mintán végzett kutatási módszer. Célja a jelenségek és az egyéni szempontok megértése a számszerűsítés helyett, alkalmazásával nem reprezentatív eredményekhez juthatunk (Neulinger & Mitev, 2017).

A mélyinterjúkon keresztül lehetőség nyílik az adott problémakör mély feltárására. A válaszadóra (a fókuszcsoportos interjúkkal szemben) nem nehező szociális nyomás, így egy tiszta eredményt kaphatunk. A hátrányok közé a kérdező szakmai felkészültsége tartozik: a moderátor képességei befolyásolhatják az eredményt, az interjúk minősége nagyban függ a kérdező személyétől is. Az adatok elemzése is szakértelmet kíván. A mélyinterjúk készítése időigényes, ezért egy adott kutatásban kevés interjú készül (Naresh & Simon, 2017).

V.2. Mintaválasztás

Az interjúalanyok elbírálós mintavétel alapján kerültek kiválasztásra. Ez egy olyan önkéntes mintavételi technika, amely során a sokaság elemeinek kiválasztása a kérdezőbiztos saját

megítélésén alapul (Naresh & Simon, 2017). Olyan interjúalanyokat kerestem, akik a szigetközi turizmus aktív résztvevői, továbbá a régió fejlesztésében érdekeltek. A válaszadók jellemzői, hogy szolgáltatókként vagy turisztikai szervezetek képviselőiként rálátásuk van a turisták utazási motivációira, marketingtevékenységükkel a régió népszerűsítésén is dolgoznak. Egyénileg, illetve projektjeik által vonzerőfejlesztéseket hajtottak végre a desztinációban, amelyekkel a kereslet növekedését kívánták elérni.

Az interjúalanyok között olyan szolgáltatókat kerestem fel, akiknek szigetközi székhelyű, stabil vállalkozásuk van. A szolgáltatásaik magas színvonalat képviselnek, mind magyar, mind külföldi vendégkört kiszolgálnak. A megkérdezettek a szálláshelyek biztosítása mellett oktatásokat, továbbképzéseket, túrákat, táborokat szerveznek.

A megkérdezett projektmenedzsmenttel, illetve vidékfejlesztéssel foglalkozó szervezetek képviselőinek célja a Szigetköz turisztikai potenciáljának felmérése, népszerűsítése és kiaknázása. Ezen turisztikai szereplők felkeresésével az együttműködési lehetőségek feltárására is sor került.

V.3. Mélyinterjúk eredményeinek bemutatása

A kutatás során hat interjú került lebonyolításra 2024. július 10. és 2024. október 1. között videóinterjú és személyes interjú formájában, az első és a második mellékletben található vezérfonalak mentén. Az empirikus kutatásban résztvevők hozzájárultak az adataik szerepeltetéséhez (3. táblázat).

Interjúalany neve	Turisztikai végzettség	Jelenlegi pozíció	Képviselt turisztikai szervezet	Képviselt szervezet fő tevékenységi köre
Gráfi Szabolcs	nincs	elnök	Szigetköz Turizmusáért Egyesület (Szigetköz TDM)	érdekképviselés, turizmusirányítás
Janics István	vízitúra-szervező	tulajdonos	Szürkehód Bt.	szálláshely-szolgáltatás, vízitúra-szervezés
Klemencz Henrik	vízitúra-szervező	elnök, tulajdonos	Magyar Vízitúra Szövetség (MAVITUSZ), Bejárható Utazások e.v.	érdekképviselés, vízitúra-szervezés
Németh Tamás Zoltán	nincs	elnök	Arrabona EGTC	projektmenedzsment
Sáling Gábor	szakács	tulajdonos	Bárka Bisztró & Grill Étterem (Bárka Étterem)	szálláshely-szolgáltatás, vízitúra-szervezés, vendéglátás
Vörös Bernadett	idegenforgalmi- és szállodaipari szakközgazdász	csoportvezető	Győr Projekt Kft.	városüzemeltetés

3. táblázat: Az interjúalanyok és az általuk képviselt szervezetek legfontosabb ismérvei

Forrás: saját kutatás, 2024

Az interjúk menete

Az interjúk minden esetben személyes jellegű kérdésekkel indultak, amelyek során az interjúalanyok a Szigetközzel kapcsolatos viszonyukról is beszámoltak, továbbá bemutatták a képviselt szervezetet és szolgáltatót. Ezt követően a kutatási kérdések három fő fejezetre osztva kerültek megválaszolásra. Az első szakaszban a turisztikai szereplők turisztikai termékfejlesztésének részletei, illetve azok hatásainak vizsgálata állt a középpontban. Cél volt a termékfejlesztések okainak, megvalósításuknak és eredményességüknek feltérképezése. A második fejezetben a Szigetköz régió helyzetelemzése mellett a térség marketingjével, a

digitalizációval és a vállalkozások rezilienciájával kapcsolatos kérdések következtek. A záró szakaszban egy Szigetközi Aktív Turisztikai Stratégia kialakításával kapcsolatos kérdések álltak a középpontban, melyek során feltárássra kerültek az interjúalanyok által javasolt fejlesztések, marketingjavaslatok, illetve együttműködési lehetőségek is.

V.3.1. Turisztikai termékfejlesztés

A kutatás első szakaszában a vállalkozások által végrehajtott, korábbi turisztikai termékfejlesztések vizsgálatára került sor. Ennek célja volt a termékfejlesztés céljának, megalapozottságának, kivitelezésének (együttműködési és forrásbeli oldalról), továbbá eredményességének vizsgálata.

A megkérdezettek véleménye egybehangzó volt a fejlesztésekkel elérni kívánt célok tekintetében. Az aktív turisták kényelmét szolgáló fejlesztések zömében minőségi fejlesztések voltak. *„Felújítottuk a kiszállót a Mosoni-Dunán, illetve egy ingyenesen igénybevehető kerékpáros pihenőhelyet is kialakítottunk az étterem előtt”* (Bárka Étterem).

Az interjúalanyok az élményközpontú fejlesztéseket is célul tűzték ki, amelyek egyre fontosabbak a turisták körében is (Zátori, 2018). *„A fejlesztések során törekedtünk arra, hogy a helyi utazásra fordított idő is élmény legyen”* (Szigetköz TDM). Egy példa erre az Ökomobil-flotta, amely az aktív turisták mobilitásában játszik nagy szerepet a Szigetközben.

A biztonságos utazás Péter és szerzőtársai (2018) szerint egyre fontosabbá válik az elkövetkezendő években, ezzel párhuzamban a szigetközi szolgáltatók is előtérbe helyezik a biztonságot. *„A vendéglégedettség növelése mellett a biztonságérzet és a komfort fejlesztése is kiemelt cél volt.”* (Szürkehód Bt.). A válaszadók kiemelték, hogy a lehető legújabb biztonsági eszközök alkalmazása a turisták számára megnyugtató.

Az ágazat innovatív fejlődéséhez elengedhetetlen a különböző szereplők közötti szoros együttműködés (UNWTO, 2020). A megkérdezettek szerint a térség turisztikai szolgáltatói közötti együttműködés hiányos. Két válaszadó arról számolt be, hogy sikerült térségbeli turisztikai szakembereket bevonnia a fejlesztési folyamatba. A lakosság megszólításával kapcsolatban is különböztek a vélemények: a megkérdezettek többsége fontosnak tartja a lakosság véleményét egy adott beruházásról, azonban nem minden esetben kéri azt ki, egy válaszadó pedig egyáltalán nem tartja szükségesnek a lakosság bevonását. Ennek okaként az idő hiányát és a lakosság köreiben megtalálható passzivitást emelték ki az interjúalanyok.

A fejlesztések eredményességének mérése fontos a sikeresség és a következtetések levonása érdekében. Ennek ellenére az tapasztalható, hogy a megkérdezettek zöme (5 fő) nem méri

kvantitatív mérőszámokkal az eredményességet, mivel „*érezzük, hogy egy adott fejlesztés mennyire jó vagy nem jó*” (MAVITUSZ).

A turisták utazási szokásainak megváltozását sem mérik empirikus vizsgálattal az interjúalanyok által képviselt szolgáltatók és szervezetek, annak ellenére, hogy az azokban megfigyelhető trendek figyelemmel kísérése a versenyképes és a fenntartható jövőt segíti elő (Lőrincz & Sulyok, 2017). A Szigetköz TDM, mint szigetközi szolgáltatókat felölelő egyesület a tagok szóbeli beszámolóí alapján állapítja meg, hogy melyek az aktuális utazási trendek. A mérések hiánya ellenére a megkérdezettek felismerik a változásokat: „*A turisták a rövid, instant élményeket keresik*” (MAVITUSZ), amely összhangban van Zátori (2018) azon megállapításával, miszerint a gyors és hatékony élményszerzés hódít teret. Az interjúalanyok ezt a turisták pénzügyi helyzetével hozták összefüggésbe: „*A turisták keresik a legolcsóbb megoldást, és ezek mellett az ingyenes programokat is*” (Szürkehód Bt.). A különböző szálláshelyek iránti keresletet eltérően tapasztalják a megkérdezettek, míg valahol a kempingek a népszerűbbek, máshol a kényelmesebb szálláshelyek iránt nő a kereslet.

A fejlesztések pénzügyi háttere is vizsgálatra került. A helyi kisvállalkozások önerőből fejlesztenek, de bizonyos fejlesztésekhez, például egy új vízitúra-útvonal kialakításához nem szükséges forrás. A pályázatok nehézsége, illetve a támogatások igazságtalan elosztása miatt nem látnak más opciót a vállalkozások: „*Önerőből fejlesztünk, visszaforgatjuk a tőkét, nem veszünk ki osztalékot, máshogy nem tudunk fejleszteni és fejlődni*” (Szürkehód Bt.).

A projektmenedzsmenttel foglalkozó szervezetek esetében (Szigetköz TDM, Győr Projekt, Arrabona EGTC) támogatói oldalról vizsgáltam meg a kérdést. Mind magyarországi, mind európai uniós forrásokat allokálnak különböző fejlesztendő területekre, de önerőből és hitelből is fejlesztenek, vagy hajtanak végre eszközbeszerzést.

A források vizsgálatán belül kitértem a közösségi finanszírozáson alapuló turizmusfejlesztésekre, amelyek során a közösség, illetve a helyi vállalkozók adományaiból hajtanak végre turisztikai fejlesztéseket. Az interjúalanyok között egyetértés mutatkozik meg a témát illetően: „*Az elképzelés nem rossz és ötletek is mindig lesznek, de nincs olyan, aki ért is hozzá*” (Szigetköz TDM). Ez alátámasztja De Crescenzo és Simeoni (2019) kutatását, miszerint bár lelkesek a résztvevők, de kevés közöttük a szakember. Mint a régió zászlóshajója a közösségi finanszírozást illetően, Dunaszegen megvalósult egy hasonló elképzelés, ahol helyi vállalkozók alakítottak ki egy közösségi teret a faluközpontban.

V.3.2. Helyzetelemzés

A második blokk kérdéseiben a régió helyzetelemzéséhez kértem az interjúalanyok segítségét. Célom volt, hogy a válaszadók által egy teljes képet kapjak a megkérdezettek régióhoz kapcsolódásáról, illetve a térség infrastrukturális és turisztikai adottságairól, amelyek segítségével feltárom a Szigetköz erősségeit és gyengeségeit.

A kutatás egyik célja volt a szolgáltatói szektor képviselőinek attitűdjének, motivációinak megismerése, hogy mit is jelent nekik a régióért, a Szigetközért tevékenykedni. Négy válasz tartalmazta a „védendő terület” szókapcsolatot, három az „otthon” és a „sok munka” kifejezéseket, egy pedig a „társadalmi felelősségvállalás” szavakat. Ezek alapján megállapítható, hogy a térségi turisztikai szereplők közös célja a Szigetköz megvédése a megélhetés biztosítása mellett.

A kérdésre, miszerint *„Mi Ön szerint a Szigetköz egyedi élményigérete?”* egybehangzó válaszok születtek: *„Olyan értékek találhatók meg nálunk (a Szigetközben-a szerző), amelyek máshol nem. Ilyen átgondolt folyóvizet ilyen élővilággal keresve sem találnak a turisták”* (Bárka Étterem).

A kínálati adottságokon túlmutató fontos aspektus a helyi lakosság hozzáállása a turizmushoz, amelynek elsődleges lépése a helyi lakosság jólléte: *„Ha a város élhető és boldogok a helyi lakosok, szívesebben érkeznek a turisták is”* (Győr Projekt Kft.). A városokban (Győr, Mosonmagyaróvár) *„nem tapasztalható különösebb súrlódás”* (Szigetköz TDM), míg a falvakban (Kisbodak, Dunasziget, Dunaszeg) jobban észrevehető a konfliktus: *„A helyiek nem akarnak idegeneket látni a faluban, úgy érzik, ezzel elveszik az életük”* (MAVITUSZ). A konfliktusokból eredő problémák kezelése is eltér a szolgáltatók között: *„A próbálkozások ellenére reménytelennek találom összehozni a két felet”* (Szürkehód Bt.), ezzel ellentétben mások a *„nem szeretnénk elvenni a helyi lakosoktól, de még ha el is veszünk, akkor is igyekszünk visszaadni azt különböző közösségi rendezvényeken”* (MAVITUSZ) véleményre alapozva működtetik vállalkozásukat. Utóbbi hozzáállás mindhárom fél békés együttélésére alapozza a regionális turizmust.

A megkérdezettek között összhang volt abban, hogy a Szigetköz turisztikai szempontból egy sokoldalú, jó természeti adottságokkal és megközelíthetőséggel rendelkező régió. A válaszadók megemlítették a térségi edukációt is, amelynek zászlóshajója a Szigetköz Élményközpont, amely a térség ökológiai rendszerét mutatja be interaktívan a látogatóinak. Az interjúalanyok kiemelték a két nagyváros (Győr, Mosonmagyaróvár) és a két kisváros (Lébény, Lipót) fontosságát és közelségét, amelyek esetében a kulturális, a zarándok- és a gyógyturizmus a fő

turisztikai termék. A turisztikai attrakciók közül a győri Nagyboldogasszony-Székesegyház, a Lébényi Szent Jakab-templom, és a győri, a lipóti, illetve a mosonmagyaróvári termálfürdők kerültek megnevezésre.

Gyengeségként említették meg a szolgáltatók a vízüggyel való kapcsolatukat, illetve azok túl szigorú szabályrendszerét. További komplikációt okoz a nyelvtudás és az alulképzettség problémája, a szolgáltatói szektor nem felkészült a külföldi turisták fogadására.

A térségben található kerékpárútvonalakat jónak ítélik a megkérdezettek, azonban hiányolják a leágazásokat az EuroVelo 6-ról, illetve a töltések aszfaltozását is indokoltnak tartják. A régió gyalogtúraútvonalai kevésbé kiépítettek, minőségi és számszerű fejlesztésekre helyezik a hangsúlyt az interjúalanyok.

A Szigetköz aktív turisztikai versenytársát tárgyalva az interjúalanyok egybehangzóan a Tiszatavat nevezték meg. A megkérdezettek az infrastrukturális fejlettségben (kiépítettség, szolgáltatások minősége), a gasztronómiai kínálatban, a vízparti életben és a hajózhatóságban látják a különbséget a Tisza-tó javára. Az interjúalanyok azonban kiemelték, hogy „*a Szigetköz változatossága és a kiegészítő termékek kínálata erős megkülönböztető erővel bír*” (Szigetköz TDM).

A térségi Tourinform irodákkal való kapcsolatot kutatva kiderült, hogy a szolgáltatóknak nincs kapcsolata egy Tourinform irodával sem. A kutatásba bevont szolgáltatók úgy látják, hogy az irodák a sikeres vállalkozásokat akarják megszólítani, de a fejlődésben nem segítenek. A problémát a felek közötti információáramlásban látják. A három megkérdezett szolgáltatóból kettő nem is szeretne együttműködni, ennek okaként a Tourinform irodák működésével kapcsolatos szkepticizmus és a befektetett energia megtérülése jelenik meg. A TDM szervezetekkel való kapcsolat a legtöbb esetben csak marketing szintjén létezik a szolgáltatók között.

A szolgáltatók közötti együttműködés kapcsán azonos állásponton voltak a megkérdezettek, ennek intenzitását nem tartják elégségesnek: „*Mindenki csak magának akarja a jót, azt is minél szűkebb körben elintézni*” (Szürkehód Bt.). Az ismertetett eredmények összhangban vannak Strack (2022) kutatási eredményeivel, miszerint hiányzik az együttes és a térségi szintű gondolkodásmód a Szigetközből.

A térség szuperstruktúrájának vizsgálata során egybehangzó vélemények születtek. A szolgáltatók egyetértettek abban, hogy a szálláshelyek minősége alulmarad az elvárásokhoz képest, nagyobb tömeg befogadására pedig alkalmatlanok. A szálláshelyek elhelyezkedése

egyések szerint „diaszpórikus”, ennek egyik következményeképpen említették a töredezettséget, amely a szolgáltatói színvonal csökkenésével jár.

A vendéglátóegységeket érintve hasonló problémákat tártak fel az interjúalanyok: számuk kevés, minőségük változó. *„Jelenleg 3 olyan releváns étterem van a Szigetközben, amely hétvégén is nyitva tart, a boltok szombaton délben bezárnak, vasárnap ki sem nyitnak”* (Bárka Étterem). Az élelmiszerboltok hiánya, illetve rugalmatlan nyitvatartása miatt a helyiek is a régió nagyvárosaiban vásárolnak be.

A turisztikai háttérinfrastruktúra nagy hiányosságaként nevezték meg az interjúalanyok a tömegközlekedés hibáit, mint például a falvak közti gyenge összeköttetést, a kevés buszjáratot, illetve azok alacsony minőségét. Ezzel ellentétben a két nagyváros közötti és a határokon fekvő vasutat jónak értékelik a megkérdezettek, Ausztriából és Szlovákiából is könnyen el lehet jutni a régióba.

A turisztikai ágak összekapcsolásában rejlő lehetőségeket bár ismerik a megkérdezettek, de három válaszadó szerint igény nem lenne rá, hiszen *„kicsi a szegmens, amely mindenre fogékony”* (Szigetköz TDM). A másik három válaszadó szerint csomagajánlatokkal egy komplex élményt tudna nyújtani a régió a turistáknak.

A kutatás első szakaszában elhangzott információk alapján felvázolhatóvá vált Szigetköz turisztikai erősségeit és gyengeségeit bemutató értékelés (4. táblázat). Ezen tényezőket megvizsgálva lehetőség nyílik a fejlesztési lehetőségek ismertetésére.

Erősségek	Gyengeségek
- változatos túraútvonalak - sokszínű vad- és madárvilág - széles célcsoportnak megfelelő régió - ideális kerékpáros infrastruktúra - két turisztikailag és gazdaságilag jelentős nagyváros	- vízparti élet hiánya - alulképzett turisztikai munkaerő - hiányos és nem integrált szolgáltatói rendszer - kiegészítendő tömegközlekedés - kerékpáros és gyalogos túraútvonalak fejlesztése

4. táblázat: Erősségek és gyengeségek a Szigetközben a megkérdezettek véleménye alapján

Forrás: saját kutatás alapján saját szerkesztés, 2024

V.3.3. Fejlesztési lehetőségek

A térségi fejlesztési lehetőségeket tárgyalva azonos szempontok kerültek előtérbe. Egy olyan turisztikai koncepciót képzelnek el a kutatásba bevont szervezetek és szolgáltatók, amely szisztematikus irányelvek mentén történő építkezést ír le. A Schwechat-Mosonmagyaróvár vonalon vasúti fejlesztésekre számítanak, de egy menetrendszerű turistabuszjárat szükségességét is megalapozottnak tekintik. Kerékpáros összeköttetésre számítanak a Pannonhalmi-dombság és a Szigetköz között, Győr kihagyásával, ezzel a Felső-Pannon Borvidék turizmusa is fellendülne. A szálláshelyek mennyiségi, minőségi és célcsoport specifikus fejlesztését is indokoltnak tartják: *„Érdemes lenne megszólítani a magasabb költségi hajlandóságú turistákat, számukra 4-5 csillagos szállodát építeni és a fine dining vonalat erősíteni”* (Szigetköz TDM). További infrastrukturális fejlesztési lehetőségként az egyes pihenőhelyekkel kapcsolatban is születtek ötletek: *„Olyan kiszállók, pihenők kellene, amelyek hasonló arculattal, kiszámíthatósággal és megbízhatósággal működnének, mintegy franchise jelleggel”* (Győr Projekt Kft.). Két válaszadó a turisztikai régió határait reformálná meg: *„Egy tájegység lehetne a Szigetköz, a Csallóköz és a Duna által lehatárolt terület, ezáltal egyszerűbb lenne az élővilág és a tisztaság fenntartása is”* (Szürkehód Bt.).

A fejlesztések szükségességében egyetértés tapasztalható a szolgáltatók között, annak ellenére, hogy ezek több turistát vonzanának a térségbe, amitől pedig tartanak: *„A tömegturizmussal eltűnik a Szigetköz varázsa, a szolgáltatók ki sem tudnák őket szolgálni”* (Győr Projekt Kft.). További nagy veszélyként tekintenek a magyar-szlovák kapcsolat romlására: *„A bösi vízerőmű szlovák oldalon van, így a Duna vízhozamát ők szabályozzák. Egy esetleges rossz diplomáciai döntésnek beláthatatlan következményei lehetnek az esetünkben”* (Szürkehód Bt.). A térség turisztikai szereplőit aggodalommal tölti el a nemrégiben elfogadott turisztikai stratégiák tartalma is, amelyek kapcsán alulreprezentáltak vélik a régiót a megkérdezettek. Az interjúalanyok állítása szerint őket nem keresték fel ezek kialakításakor, amelyet hiányosságnak vélnek, hiszen mindannyian tudnának releváns információval szolgálni.

A fenntarthatóság kérdéskörét külön tárgyaltam a kutatás során. Ezen témakör feltérképezésével a térség turisztikai szereplőinek véleményét és tudatosságát kívántam megismerni. A szigetközi szolgáltatók törekednek a fenntarthatóságra a Szigetköz TDM vezetője szerint, hiszen *„a régió a Danube Pearls tagja, amely sok olyan kötelezettséggel jár, ami előrelendíti a fenntarthatóságot a térségben”*.

A Szigetköz veszélyeinek egy része a természetközelségből eredeztethetőek, a szolgáltatók kiszámíthatatlannak találják a régió időjárását: *„Az idei (2024-es- a szerző) szezon három*

árvízből, nyolc hét szűnyoghelyzetből, és négy esős hétvégéből állt” (MAVITUSZ). A negatív események a turisták egy részét visszatartják, a bekövetkezésüktől kezdve hetekig alacsonyabb vendégszám tapasztalható.

A környezeti és egyéb külső veszélyek ellen fontos, hogy a vállalkozók reziliensek tudjanak maradni. A szolgáltatók által adott válaszok egybehangzóan szükségesnek ítélik a felkészülést egy esetleges vis maior helyzetre, azonban kiemelték, hogy ennek megvalósítása nehéz. Egy interjúalany rendelkezik tervvel, egy esetlegesen újra bekövetkező pandémia esetén a munkavállalóit *„ki tudja menteni”* egy másik vállalkozásába.

V.3.4. A marketingtevékenység és a digitalizáció értékelése

A megkérdezettek egyéni-, illetve a régió marketingtevékenységét külön vizsgáltam a kutatás során, amelynek célja volt a szigetek közötti marketinget érintő fejlesztési lehetőségek feltárása is. A desztinációk hatékony marketingtevékenységekkel (akár turisztikai magtermékek nélkül is) népszerű úticéllá alakulhatnak rövid időn belül (Lőrincz & Sulyok 2017).

A válaszadók többsége a közösségi médián keresztüli reklámozást tartja sikeresnek, de a hírlevelet és az Adwords kampányt is hasznosnak ítélik. Győr városimázsát véleményvezérekkel, bloggerekkel és médiában vásárolt megjelenésekkel építik (Győr Projekt Kft.). Volt egy olyan szolgáltató is, aki nem használ semmilyen hirdetést, csak a Word-of-Mouth-ban hisz, amit sikeresnek ítélt.

A szigetek közötti marketingkommunikációt egyhangúan sikertelennek értékelték a válaszadók: *„Az átlag turista nem tudja a gondolati térképen elhelyezni a régiót. Egy budapesti felmérésünk alapján a válaszadók 80%-a Szigetvár mellé sorolta a Szigetközt*” (Szigetköz TDM).

A digitális megoldások helyes használata könnyebbé teszi a szolgáltatói, mind fogyasztói oldalról (Michalkó, 2023). A digitalizációban bekövetkezendő változások követése azonban nem valósul meg a régióban: *„A kötelező szükséges minimumot használja a szolgáltatók többsége: email, weboldal*” (MAVITUSZ). Ennek okán többen elmaradottnak nevezték a térséget ebből a szempontból. Többen vélik azt, hogy nem kell erőltetni a folyamatokat, és *„sem a digitális megoldások, sem a vállalkozók nincsenek olyan szinten, hogy használni tudják a technológiát*” (Arrabona EGTC). A problémák egy része a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK) rendszereinek kötelező bevezetéséből fakad. Egy szolgáltató említette, hogy használatát bár megtanulni nehéz, de mindenképp előnyös.

A passzivitás ellenére vannak olyan technológiák (4. ábra), amelyek bevezetését indokoltnak tartják a megkérdezettek. Ezen megoldások mind a vállalkozók munkáját (munkafolyamatok

egyszerűsítése), mind a régióba érkező turisták kikapcsolódását (gyors, egyszerű segítség, könnyebb tájékoztatás) segítenék.



4. ábra Az interjúalanyok javasolt digitális megoldásai

Forrás: saját kutatás, 2024

A megkérdezettek a digitalizációs fejlődési lehetőségek (4. ábra) egyik alapjaként tekintettek a mesterséges intelligencia használatára, annak ellenére, hogy nem áll feltétlenül szándékukban a saját vállalkozásukban igénybe venni azt. A Szigetköz TDM vezetője olyan egyszerű fejlesztésekben látja a jövőt, amelyek kevesebb energiabefektetést igényelnek, de pozitív képet mutatnak a régióról. Véleménye szerint ez azért indokolt, mert rengeteg az elavult weboldal és hiányos információk találhatók a különböző felületeken. Egy közös adatbázis kialakítását is javasolta egy válaszadó, amelyben az árak összehasonlítása mellett a térségi szolgáltatók (szálláshely és vízitúra) szabad helyeire is rálátása lenne a turistának.

A válaszok alapján egyértelművé vált, hogy a turisztikai szuperstruktúra fejlesztését tekintik a szolgáltatók elsődlegesnek, azt követően a további háttérinfrastruktúrát, majd a marketing és a digitalizációs megoldások fejlesztését tartják fontosnak. A térség szereplői számos, a régió turizmusát érintő jövőbeni külső lehetőséget és veszélyt (5. táblázat) azonosítottak.

Lehetőségek	Veszélyek
- turisztikai koncepció létrehozása - megfelelő pályázati rendszer - megengedőbb jogszabályok - új turisztikai régió kialakítása - vasúti fejlesztések - hálózatépítés, szálláshelyfejlesztés - több vendéglátóhely, bolt - borturizmus erősödése	- zsúfolt szolgáltatói háló - szemét - alacsony vízhozam - szlovák-magyar kapcsolat romlása - környezeti hatások változása - infrastrukturális beruházások hiánya - tömegturizmus - területi rendezetlenség - munkaerőhiány

5. táblázat: A régió külső lehetőségei és veszélyei

Forrás: saját kutatás alapján szerkesztés, 2024

V.3.5. Szigetközi Aktív Turisztikai Stratégia kialakítása

A harmadik blokk kérdései egy szigetközi aktív turisztikai stratégia kialakításának alapjait fektetik le. A fejezetben megválaszolásra kerültek a vízióval, az érintetti bevonással, a fejlesztési javaslatokkal, a marketingtevékenységgel, az időtávval, a célcsoportokkal és az eredményesség mérésével kapcsolatos kérdések.

A víziót érintő válaszok a fenntartható, ökológiailag is megfelelő fejlesztésekre irányultak. A válaszadók egy olyan térséget képzelnek el, amely a fenntartható fejlődés zászlóshajójaként egy széles célcsoport fogadására alkalmas régió. Célként fogalmazódott meg, hogy a magasabb minőségű (és ezáltal magasabb árú) szolgáltatásokat kevesebb túrázó vegye igénybe.

A stratégia érintetti bevonását tárgyalva a szakemberek, a hivatalok és a vízügy bevonásával kompromisszumok kötését látják megfelelőnek a megkérdezettek, de a szolgáltatók közti együttműködést is szorgalmaznák, mert jelenlegi állapotban ezt nem tartják elegendőnek.

A társadalmi egyeztetést illetően azonos állásponton voltak az interjúalanyok: „A cél az, hogy tudjuk, hogy az adott településen akarnak-e turistát vagy nem” (MAVITUSZ). Az egyeztetések megvalósításában azonban eltérő vélemények születtek, a lakossági fórumok során „két-három hangadón kívül más nem mer megszólalni, mert fél a megbélyegzéstől” (Bárka Étterem). Ennek

kiküszöbölésére a Szigetköz TDM vezetője online kérdőívekben mérné fel a lakosság véleményét, lehetővé téve az anonim válaszadást.

A stratégiában megfogalmazott fejlesztési javaslatok zömében a minőségbeli változtatásokra összpontosultak, a szálláshelyeket és a vendéglátóhelyeket kiemelten kezelnék a válaszadók. Ezek mellett a minőségi túrázásra fektetnének nagyobb hangsúlyt, amely kitér az útvonalak és a kiegészítő infrastruktúra folyamatos fejlesztésére, illetve kényelmesebb tételére is. A helyi aktív turizmus eszközparkjának (kajak, kenu, kerékpár) cseréjére és azok szállítására is szeretnének egy olyan javaslatot kidolgozni, amely minden szolgáltató számára megfelelő.

A válaszadók olyan fejlesztési javaslatokat is tettek, amelyek a helyi lakosság és a turisták szemléletváltását segítenék elő. A vízügyi tudatosság növelésével szeretnék közelebb hozni az érintetteket a vízi turizmushoz és a természethez oktatások révén. A térségben számos vízivándor-tábort szerveztek, de több vállalkozó bevonásával több hasonló kaliberű oktató jellegű kikapcsolódási lehetőséget szeretnének nyújtani egy minél szélesebb célcsoport számára.

A stratégiában megfogalmazandó marketingjavaslatokban egyetértés tapasztalható a megkérdezettek között, a vizuális élmény fontosságát ismerve a hullámtér egyediségének, a régió sokszínűségének reklámozását influencer kampányokkal képzelik el. Az offline marketing tekintetében hirdetőtáblák kihelyezését javasolják a szlovák és az osztrák határ mentén, illetve az EuroVelo 6 vonalán, azonban a Szürkehód Bt. képviselője szerint *„nem feltétlenül szükséges marketingkampány, az infrastrukturális beruházások által amúgy is nagy figyelem fordulna a térségre”*.

A stratégia teljes időtávját 10 évben határoznák meg a válaszadók, ezt egy belátható időtávnak tekintik, amely során le lehet követni a változásokat. A javasolt fejlesztések követéséhez rövid,- közép- és hosszútávú célokat határoznának meg, amivel a motiváció és a folyamatos fejlődés fenntartása a cél.

A megkérdezettek válaszai alapján leggyakrabban külföldi vendégek érkeznek a térségbe. Érdekességnek mondható, hogy míg a vízi turizmus a magyar közönség körében népszerű, úgy a kerékpáros turisták nagyobb része külföldi, ezt a válaszadók az EuroVelo 6-tal magyarázzák. Az elhelyezkedésből adódóan a családokat és a seniorokat, mint célcsoportokat említette meg a megkérdezettek zöme, ezt a kényelmes, könnyen bejárható útvonalakkal indokolták, azonban kiemelték, hogy a helyiek turisztikai aktivitására is nagyobb figyelem fordítása lenne szükséges.

Az eredményesség mérésére a kvantitatív, NTAK-ból hozzáférhető adatokat használnák fel a válaszadók, a vendégéjszaka-számokból a szálláshely fejlesztések eredményére, míg a tartózkodási időből az infrastrukturális beruházások hatására lehetne következtetni. Megvizsgálnák a turisták költési szokásait is, amellyel a további szolgáltatásfejlesztés lenne a cél. A különböző küldőpiacokról érkező turisták adatait a marketingkampány sikerességének mérésére használnák fel.

VI. Fejlesztési javaslatok

A primer kutatás során készített mélyinterjúk betekintést adtak a Szigetköz megítélésébe, továbbá feltárásra került a régió kiaknázatlan turisztikai potenciálja. Jelen fejezetben a fejlesztési javaslatok bemutatására kerül sor a turisztikai termékek összekapcsolása és a rendezvényszervezés területein.

VI.1. Csomagajánlatok létrehozása, turisztikai termékek összekapcsolása

A térségben bár találhatóak csomagajánlatok, azok száma kevés és kevésbé kidolgozottak, a régióban két hotel és két egyesület foglalkozik a turisztikai termékek összekapcsolásával. A következőkben két csomagajánlat kerül bemutatásra, melyek részletes ismertetése a 3. mellékletben található.

A Győr-Pannonhalma turisztikai régióban hat kastély található, a javasolt kerékpártúra négyet érint ebből. A Mosonmagyaróvári Vár bemutatásával kezdődő esemény a Dunakilitin található Csebi-Pogány Kastélyt, a hédervári Khuen-Héderváry Kastélyt, a kimlei Andrassy Vadászcastélyt és a máriakálnoki Marsowszky Kastélyt érinti. Az ismertetett túra körülbelül 50 kilométer hosszú, fókuszában a kastélyok történetei állnak. A rendezvény célja, hogy a résztvevők megismerjék a régió történelmének egy részét.

A második túrajavaslat a kerékpározást és a kenuzást köti össze. Mosonmagyaróvári kerékpáros indulással Dunasziget az első állomás, onnan indul a kenutúra Kisbodakra. Kisbodakot kerékpárral elhagyva, Máriakálnokot érintve Mosonmagyaróvár a végállomás. A túra 40 kilométer kerékpározást és 10 kilométer vízitúrázást jelent, célja az aktív életmód népszerűsítése.

VI.2. Sziget-Köz Programsorozat

A Sziget-Köz Programsorozat egy olyan, egész régió átívelő összművészeti esemény, amely a régióban megtalálható szolgáltatók egyedi programjait fűzi össze, ezzel együttműködésre és új ajánlatok kialakítására ösztönözve a szektort. Az elképzelés alapján a programsorozat az aktív turistákat, a családokat, a fiatalokat és a seniorokat egyaránt megszólítja. A rendezvény számos

programot nyújt főszezonon kívül is, fókuszában az aktív- és ökoturizmus népszerűsítése, a helyiek és a turisták fogyasztói tudatosságának növelése áll.

A megvalósítás az egyes önkormányzatok, szolgáltatók, egyesületek hatáskörébe tartozik. A programsorozat a szigetközi turisztikai szolgáltatók együttműködésével a regionális összefogás mintapéldájává válhat. A következőkben három ajánlott programot mutatok be röviden.

A programsorozat keretein belül egy „Hal-Hordó” gasztronómiai fesztivál megrendezését javaslom. A térség specialitása az ecetes hal, amely elkészítési módjainak bemutatásával közelebb kerül a résztvevő a régió gasztronómiai kínálatához. A Felső-Pannon Borrégió borászatainak, illetve a helyi borászatoknak is bemutatkozó lehetőséget biztosító rendezvényen a Szigetköz Lelke Pálinkaház is megjelenése is javasolt. A fesztivál szeptemberben kerül megrendezésre a hédervári kastély parkjában.

A „Szigetközi Gyertyagyújtás” nevű eseményt az Advent négy hétvégéjén négy különböző település szervezi meg, középpontjában a térség adventi koszorújának díszítése és gyertyáinak meggyújtása áll. Kézműves foglalkozások mellett koncertekre, illetve helyi civil egyesületek bemutatóira is sor kerül. Az eseménynek adománygyűjtő célja is lehet, mely során a rászorulókat támogatására is lehetőség adódik. A helyi lakosság összefogására rendkívül alkalmasak az ilyen programok, a látogatók pedig egy kisebb közösség életébe nyernek betekintést.

A programsorozat a térség iparának bemutatását is középpontba helyezi. Az „Erő-Tér” nevű esemény a három Dunán lévő erőműre, duzzasztóra (Bős, Dunakiliti, Gönyű) koncentrál. A létesítmények bejárásával a régió adottságainak, érdekességeinek bemutatása, illetve a vízügyi tudatosság, jártasság növelése a cél. Az esemény az Erőművek Éjszakája keretein belül, de azon kívül is megvalósítható.

A felsorolt három javaslaton kívül további programjavaslat például a:

- (P)art Piknik - az Ásványrárói Mosoni-Duna parton: szabadtéri kiállítás és piknik élőzenével
- ÚjraHajó - Az eseményen a résztvevők műanyag palackokból készíthetnek hajókat, amelyekkel versenyezhetnek is
- Ultra Szigetköz Futóverseny - Ultramaraton, maraton, és félmaraton is megvalósítható a térségben.

A programsorozat célja, hogy olyan eseményeket valósítsanak meg az egyes településeken, amelyek a régió adottságainak bemutatására épülnek. További cél, hogy az egyes települések programjai egy nagyobb felületen tájékoztassák az érdeklődőket, ezt egy közös platformon

értelmes megtenni, amely a térség programkínálatát tartalmazza. A térségi programokat összefoglalni kívánó hellogyor.hu weboldal megfelelő platform az események feltüntetéséhez, azonban egy külön weboldal kialakítása is indokolt. A programsorozathoz közösségimédia-platformokon érdemes kommunikálni, a *sziget-kösz!* felhasználónéven Facebookon és Instagramon jelennek meg a képes beszámolók, felhívások, hirdetések.

VI.3. Szigetközi Nemzetközi Turisztikai Konferencia

A Szigetközi Nemzetközi Turisztikai Konferencia az éves térségi tapasztalatok összegyűjtésére, a fennálló problémák megvitatására és a jövőbeni tervek kialakítására szolgál. A konferencia résztvevői a térségi szolgáltatók mellett az aktív turizmusban jártas szakemberek és egyetemi oktatók. A konferencia októberben, a Győri Nemzetközi Kereskedelmi Központ Baross Gábor konferenciaterme, amely több, mint 150 résztvevő befogadására képes.

A rendezvény háromnapos, ennek megfelelően számos program megvalósítása lehetséges. Az első nap a régió szakembereinek, egyetemi oktatóinak szezonértékelésével kezdődik, amelyet a térséget érintő problémák és azok megoldási javaslatainak, illetve a várható, aktív turizmust érintő trendek bemutatása követ. A nap második felében a térségi turizmus szekciónkénti bemutatására kerül sor, amely során egy-egy szolgáltató mutatja be az elmúlt szezon tapasztalatait, jógyakorlatait. A második nap a tapasztalatcserére és a párbeszéd kialakítására ösztönzi a résztvevőket, pályázatírásban jártas szakemberek felkérésével bemutatásra kerülnek a javaslatok, amelynek célja, hogy a régió szolgáltatói kihasználják a pályázatokban rejlő lehetőségeket. Ezt követően a jelenlévők érdeklődésüknek megfelelően választhatnak olyan kerekasztal foglalkozásokból, mint például pénzügyi tanácsadás, digitalizációs megoldásokat ismertető, használatukat bemutató/NTAK-ot érintő oktatás, statisztikai adatok elemzéséről szóló workshop, illetve egy térségbeli turisztikai szakemberek által indított mentorprogram indítása. A harmadik napon egy közös, fakultatív jellegű kiránduláson vehetnek részt az érdeklődők. A konferencia résztvevői két program közül választhatnak: egy buszos kirándulás a Pannonhalmi Bencés Főapátságba, illetve egy buszos kirándulás Dunaszigetre, ahol a Szigetköz Élmenyközpont bejárása mellett vízitúrázásra is lehetőség adódik.

A konferencia esetében a multiplikátor hatás is nagy szerepet játszik. A primer kutatás eredményeiből leszűrhető, hogy a térségi szolgáltatók és a szakemberek együttműködése kezdeti stádiumban van. Az első alkalmon előfordulhat, hogy kevés szolgáltató és szakember jelenik meg, mert nem tartják relevánsnak az eseményt. Az rendezvény sikerességét követően azonban többen fognak érdeklődni a konferencia iránt, ami végül a térségi együttműködés példaként más régiókban is megszokottá válhat.

A konferencia fő célja, hogy a tapasztalatok és a fejlesztési javaslatok ismertetésével a szolgáltatói szektor felkészültebben várja a szezont. A kerekasztal foglalkozások segítséget nyújtanak abban, hogy az érintett vállalkozók jobban kihasználják a lehetőségeket, ezzel elősegítve a hosszútávú és eredményes működést.

VII. Összegzés

A kutatás alapkérdése, hogy a Szigetköz Tájvédelmi Körzet turisztikai szolgáltatói és szervezetei milyen fejlesztéseket tartanak szükségesnek a bakancsos, a kerékpáros és a vízi turizmust érintően. A szigetközi turisztikai szolgáltatók minőségi és mennyiségi fejlesztéseket tartanak elsődlegesnek, melyek során kiemelten kezelnék a kerékpáros és a vízi turizmus fenntartható és élményalapú fejlesztését. Az aktív turizmus népszerűsítése közös érdekként jelenik meg, a turisták mellett a helyi lakosok figyelmét is fel szeretnék hívni, hiszen a régió kiaknázatlan turisztikai potenciállal rendelkezik.

A primer kutatás keretein belül készített mélyinterjúk első szakasza az első („Melyek a szigetközi aktív turizmus erősségei és gyengeségei, milyen lehetőségek és veszélyek azonosíthatók a régióban?”) és a második („Kikkel, és milyen területeken nyitott együttműködési lehetőségekre nyitott a régió?”) kutatási alkérdésre fókuszált.

Az első kutatási alkérdés során a válaszadók rámutattak arra, hogy bár a régió jól teljesít aktív turisztikai szempontból és széles programkínálata nagy célcsoport lefedésére alkalmas, vannak fejlesztendő célterületek. Az infrastrukturális javaslataik a busz- és a vonatközlekedésre egyaránt kitérnek, a nem integrált szolgáltatói hálót is fejlesztendőnek tartják. Az interjúalanyok kiemelték, hogy a környezeti változások nagy hatással vannak a térség turizmusára, amely a turistákat negatív értelemben befolyásolja.

A második kutatási alkérdés során feltárássra került, hogy a megkérdezett szolgáltatók nem állnak kapcsolatban egy TDM-szervezettel és Tourinform irodával sem. A kapcsolatukban rejlő hibát az érdemi kommunikáció hiányában látják. Az együttműködési lehetőségeket vizsgálva ismertetésre került, hogy a térségi turisztikai szervezetek és szolgáltatók közötti kommunikáció nem megfelelő, egyoldalú, így az hiányos és fejlesztésre szorul. A régió szereplőinek nyitottaknak kell lennie a közös munkára a hosszútávú és a fenntartható fejlődés érdekében.

A Szigetköz, mint aktív turisztikai desztináció sokak számára ismeretlen, továbbá nincsen összehangolt, regionális stratégia sem. Az ezzel kapcsolatos kérdéskört a „Milyen elképzelései és elvárásai vannak a térség turisztikai szereplőinek egy Szigetközi Aktív Turisztikai Stratégiával kapcsolatban?” kutatási alkérdés alapján vizsgáltam. Az interjúk során kifejtésre

került, hogy a stratégiával a családos utazókat, illetve a helyieket lenne érdemes megszólítani. A stratégia fontos megállapításokat tartalmazna arra vonatkozóan, hogy a fenntartható fejlődés érdekében a térség szolgáltatóinak szoros együttműködésére, a lakosság igényeinek felmérésére, az alulról jövő kezdeményezések felkarolására és támogatására van szükség. A csomagajánlatok hiánya nagy gyengeség a régióban, azonban a térség turisztikai szereplői szerint nem feltétlenül szükséges. A szigetközi marketingkommunikációra olyan online és offline megoldásokat alkalmaznának a megkérdezettek, amelyek vizuálisan vonzóak, több platformon, illetve helyszínen jelennének meg, és amelyek a térség változatos aktív és kulturális turisztikai termékeit népszerűsíték.

A kutatás alapján megfogalmazott fejlesztési javaslatok a régió egyediségére és az együttműködés fontosságára helyezik a hangsúlyt. A bemutatott kezdeményezések a térségi aktív turizmus fellendítését is szolgálják, amelyet a változatos programkínálaton és a tapasztalati tanuláson keresztül kívánják elérni.

A szakdolgozat a térség turisztikai szereplőinek ad átfogó képet a régió aktív turisztikai helyzetéről és annak lehetőségéről. A feltárással kerülő problémák azonosítása és a megoldásaikra való törekvések előremozdíthatják a térségi turizmust. A primer kutatás rávilágít arra, hogy a turizmust irányítók véleménye zömében eltér a szektorban vállalkozást működtetők álláspontjától, ami a konfliktushelyzet alapját jelenti.

A kutatást akadályozó tényezőként meg kell említeni, hogy az interjúk elkészítésére a főszezonban és egy árvízhelyzet idején került sor. A kutatási időszak megválasztása kritikus tényező, a főszezonon kívüli megkérdezés több szolgáltató bevonását teszi lehetővé. Az interjúalanyok között két projektmenedzser és négy turisztikai szolgáltató volt, több szolgáltató bevonásával átfogóbb és megbízhatóbb eredmények gyűjtése válna lehetővé.

Jelen kutatás a szolgáltatói oldalról vizsgálta meg a Szigetközben rejlő lehetőségeket. A régió szolgáltatói nem mérik az érkező turisták utazási szokásait, és a helyi lakosok igényeinek felmérésére sem fordítanak kellő figyelmet. A lakosság és a turisták megkérdezésével képet kaphatunk a régióról alkotott véleményükről, a helyi turizmussal kapcsolatos elvárásaikról, javaslataikról, és bevonási lehetőségeikről, motivációjukról. Ennek következtében egy átfogóbb, mélyebb és reprezentatív stratégia kialakítása is lehetségessé válik.

VIII. Irodalomjegyzék

24.hu honlapja (2023). Kalandtérkép segít a Szigetköz felfedezésében, <https://sokszinuvidék.24.hu/viragzo-vidékunk/2023/07/25/szigetkozi-kalandterkep/>, (Letöltve: 2024.04.27.)

Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ (2023a). Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030, <https://aofk.hu/wp-content/uploads/2024/01/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030-fin.pdf>, (Letöltve: 2024. 02. 08.)

Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ (2023b). Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030, <https://aofk.hu/wp-content/uploads/2023/12/nemzeti-kerekparos-strategia-2030.pdf>, (Letöltve: 2024. 02. 12.)

Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ (2024). Nemzeti Vízi Turisztikai Stratégia, <https://aofk.hu/wp-content/uploads/2024/07/nemzeti-viziturisztikai-strategia.pdf>, (Letöltve: 2024. 10. 08.)

Aktív Magyarország honlapja (é.n.). Szigetköz és Pannonhalma: a szigetvilág öröksége és világörökség „szigete”, <https://aktivmagyarorszag.hu/tajegysegek-kirandulasok/eszak-dunantul/szigetkoz-es-pannonhalma/>, (Letöltve: 2024. 03. 23.)

Aktív Magyarország honlapja (é.n.). Szigetközi vízitúra-ajánló szakvezetéssel, <https://aktivmagyarorszag.hu/szigetkozi-vizitura-ajanlo-szakvezetessel/>, (Letöltve: 2024. 03. 23.)

Bakogiannis, E., Vlastos, T., Athanasopoulos, K., Christodouloupoulou, G., Karolemeas, C., Kyriakidis, C., Noutsou, M. S., Papagerasimou-Klironomou, T., Siti, M., Stroumpou, I., Vassi, A., Tsigdinos, S., Tzika, E. (2020). Development of a Cycle-Tourism Strategy in Greece Based on the Preferences of Potential Cycle-Tourists. *Sustainability*, 12(2415), 1-14. <https://doi.org/10.3390/su12062415>, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Balaton, K., Tari, E. (szerk.) (2016). 4.4.3. Összpontosító (fokuszáló) üzletági stratégia, *Stratégiai és üzleti tervezés*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630598781>, (Letöltve: 2024. 10. 06.)

Bigoy, E. R., Jogno, J. J. G., Joson, E. J. S., Monterola, M. A., Santos, S. J. T., Dellova, R. I. (2022). Bicycle as a New Tourism Trend and Transportation in the New Normal. *International Journal of Applied Research in Tourism and Hospitality*, 1(1), 57-72. <https://doi.org/10.52352/jarthy.v1i1.807>, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Bundság, É. Sz., Huszár, S. (2022). Közösségérzet vizsgálata hazai kerékpározók körében. *Marketing & Menedzsment*, 56(EMOK Különszám), 45-56. <https://doi.org/10.15170/MM.2022.56.KSZ.01.04>, (Letöltve: 2024. 04. 16.)

Bundság, É. (2023). Sajátos szegmensek meghatározása a szabadidős kerékpározók körében. *Turizmus Bulletin*, XXIII(2), 4–13. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2023v23n2.1>, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Campón-Cerro, A. M., Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., Folgado-Fernández, J. A. (2020). Healthy Water-Based Tourism Experiences: Their Contribution to Quality of Life, Satisfaction and Loyalty. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 17(1961), 1-19. <https://doi.org/10.3390/ijerph17061961>, (Letöltve: 2024. 04. 23.)

Centre for the Promotion of Imports (2021). 2. What makes Europe an interesting market for walking tourism?, The European market potential for walking tourism, <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/walking-tourism/market-potential#what-makes-europe-an-interesting-market-for-walking-tourism>, (Letöltve: 2024. 03. 23.)

Centre for the Promotion of Imports (2022a). E-bikes and mobile apps, The European market potential for cycling tourism, <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/cycling-tourism/market-potential>, (Letöltve: 2024. 03. 23.)

Centre for the Promotion of Imports (2022b). Entering the European market for cycling tourism, <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/cycling-tourism/market-entry>, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Ciascai, O. R., Dezsi, S., Rus, K. A. (2022). Cycling Tourism: A Literature Review to Assess Implications, Multiple Impacts, Vulnerabilities, and Future Perspectives. *Sustainability*, 14(8983), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su14158983>, (Letöltve: 2024. 04. 16.)

Csapó, J., Darabos, F., (2011). A vízi turizmus fajtái in Abonyiné Palotás, J., Csapó J., Darabos F., Huszti Zs., Lampertné Akócsi I., Raffay Z., Talabos I., Veres L., *Turizmus és közlekedés*, Pécsi Tudományegyetem, <https://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turizmus%20%C3%A9s%20k%C3%B6zleked%C3%A9s/book.html#d6e2512>, (Letöltve: 2024. 02. 12.)

Csapó, J., Savella, O., Remenyik, B. (2011). Az aktív turizmus keresletének jellemzői in Boros Sz., Csapó J., Happ É., Horváth P., Husz A., Jónás-Berki M., Lőrinc K., Máté A., Michalkó G., Printz-Markó E., Priszinger K., Rátz T., Remenyik B., Szabó G., Kalmárné Rimóczi Cs. (Eds),

Turisztikai terméktervezés és fejlesztés, <https://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turisztikai%20term%C3%A9ktervez%C3%A9s%20%C3%A9s%20fejleszt%C3%A9s/book.html#d6e1528>, (Letöltve: 2024. 02. 08.)

Csapó, J., Töröcsik, M. (2020). Turizmus és biztonság: a magyar lakosság utazási szokásaihoz köthető, biztonsággal kapcsolatos attitűdök reprezentatív vizsgálata, *Turizmus Bulletin XIX*(3), 13-20, <https://real.mtak.hu/154357/1/893-Cikkszovege-4376-1-10-20220119.pdf>, (Letöltve: 2024.04.12.)

De Crescenzo, V., Simeoni, F. (2019). Walking Tourism: Opportunities And Threats For Sustainable Development. The Case Of The ‘Va’ Sentiero’ Project. In Bonfanti, A. (szerk). *Excellence in Services 22nd International Conference* (pp. 541-554). <https://sites.les.univr.it/eisic/wp-content/uploads/2019/11/34-Simeoni-DeCrescenzo-1.pdf>, (Letöltve: 2024. 04. 16.)

Donka, A., Gyuricza, L. (2017). Az állam szerepe az aktív turizmus fejlesztésében. *Polgári Szemle*, 13(1–3). 176-187. <https://doi.org/10.24307/psz.2017.0915>, (Letöltve: 2024.02.12.)

EuroVelo.hu honlapja (é.n.). Keresztül a Szigetközön, <https://eurovelo.hu/ev6/daily-section/rajka-gyor>, (Letöltve: 2024. 03. 23.)

ÉDUVIZIG honlapja (é.n.). Szigetköz, <https://www.eduvizig.hu/eszak-dunantuli/vizgazdalkodas-vizszolgaltatas/vizkeszlet-gazdalkodas/felszini-vizeink/vizpotlo--vizkormanyzo-rendszereink/szigetkoz>, (Letöltve: 2024. 03. 23.)

Fazio, M., Giuffrida, N., Le Pira, M., Inturri, G., Ignaccolo, M. (2021). Bike oriented development: Selecting locations for cycle stations through a spatial approach. *Research in Transportation Business & Management*, 40, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100576>, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Fekete, D., Kézai, P. K., Dömötör, M. (2023). Merre Tovább A Vízszintszabályozás Után? – Gazdaságfejlesztési Lehetőségek A Szigetközben, *Földrajzi Közlemények*, 147(1). 24-39. <https://doi.org/10.32643/fk.147.1.2>, (Letöltve: 2024. 03. 29.)

Fertő-Hanság Nemzeti Park honlapja (é.n.a). A Fertő-Hanság Nemzeti Park Igazgatóság Működési Területén Található Natura 2000 Területek Összefoglaló Adatai, Természetvédelmi Területek - Natura 2000 Hálózat, <https://www.ferto-hansag.hu/hu/termeszetvedelem/termeszetvedelmi-teruletek/natura-2000-halozat.html>, (Letöltve: 2024. 03. 29.)

Fertő-Hanság Nemzeti Park honlapja (é.n.b). Szigetközi Tájvédelmi Körzet, <https://www.ferto-hansag.hu/8-/termeszetvedelem/termeszetvedelmi-teruletek/tajvedelmi-korzetek/szigetkozi-tk.html>, (Letöltve: 2024. 03. 29.)

Folgado-Fernández, J. A., Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M., Campón-Cerro, A. M. (2019). Water Tourism: A New Strategy for the Sustainable Management of Water-Based Ecosystems and Landscapes in Extremadura (Spain). *Land*, 8(2), 1-18. <https://doi.org/10.3390/land8010002>, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Gonda, T., Raffay, Z. (2021). Összegzés, Környezettudatosak-e a hazai turisták?-Are Hungarian tourists environmentally conscious, *Turizmus Bulletin*, XXI(2). 4-14. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n2.1>, (Letöltve: 2024. 03. 29.)

Gonda, T. (2022). Turizmus és reziliencia, *Turizmus Bulletin*, XXII(2). 27-36 <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n2.3>, (Letöltve: 2024. 02. 12.)

Győri, F. (2014). VII.1 The Notion and Significance of Water Tourism. In Domokos, M., Dorka, P., Dr. Győri, F., Kiss, G. (szerk). *Recreation I*. Szegedi Tudományegyetem Juhász Gyula Pedagógusképző Kar Testnevelési és Sporttudományi Intézet – JATEPress, http://www.jgyph.hu/tamop15e/tananyag_html/Rekreacio_I_angol/vii1_the_notion_and_significance_of_water_tourism.html, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Győri, F., Laczkó, T., Paár, D. (2022). 4.2. Vizi/Evezős, Horgász, Vitorlás Turizmus. In Grotte, J., Kiss, F. (szerk.) *Új trendek és jó gyakorlatok a fenntartható turizmus piacán különös tekintettel a nemzeti- és geoparkok szerepére* (pp. 90-121). Információs Társadalomért Alapítvány., <https://infota.org/wp-content/uploads/2022/11/uj-trendek-es-jo-gyakorlatok-a-fenntarthato-turizmus-piacan-kulonos-tekitettel-a-nemzeti-es-geoparkok-szerepere-1.pdf>, (Letöltve: 2024. 04. 23.)

Hansen, M., Hjalager, A-M., Fyall, A. (2019). Adventure tourism innovation: Benefitting or hampering operations? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.100253>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)

Hegedűs S.–Lontai-Szilágyi Zs. (2019). Fenntartható turizmusfejlesztés. In Irimiás A.–Jászberényi M.–Michalkó G. (szerk.), *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 157-170. https://mersz.hu/hivatkozas/m580turtei_139/#m580turtei_139, (Letöltve: 2024. 03. 29.)

Husz, A. (2022). 23.3.1. A kerékpáros turizmus keresleti oldalának vizsgálata a Szigetközben. In Jászberényi M., Boros K., Miskolczi M. (szerk.), *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548041>, (Letöltve: 2024. 03. 29.)

Husz, A. (2022). 23.4. Következtetések, összegzés. In Jászberényi M., Boros K., Miskolczi M., *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548041>, (Letöltve: 2024. 03. 29.)

Jakus, Gy., Kertész, J., Mohácsiné Simon, G., Pannonhalmi M. (2024). Az újjászülető Szigetköz, *Hidrológiai Közlöny*, 104(1), 17-39. <https://doi.org/10.59258/hk.14994>, (Letöltve: 2024. 03. 29.)

Jászberényi, M. (2019). 2.2 Aktív és természeti turizmus – fejlődési irányok, *Vízi turizmus és közlekedés: termékek, trendek, regionalitás*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634544067>, (Letöltve: 2024. 02. 12.)

Jászberényi, M. (2019). 2.3. Bejárható Magyarország Program, a vízi turizmushoz kapcsolódó törekvések, *Vízi turizmus és közlekedés: termékek, trendek, regionalitás*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634544067>, (Letöltve: 2024. 02. 12.)

Jászberényi, M., Boros, K., Miskolczi, M. (szerk.) (2022). 18.2. A fő hazai vízitúra-helyszínek, *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548041>, (Letöltve: 2024. 02. 08.)

Jászberényi, M., Boros, K., Miskolczi, M. (szerk.) (2022). 23.3.1. A kerékpáros turizmus keresleti oldalának vizsgálata a Szigetközben, *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548041>, (Letöltve: 2024. 04. 02.)

Jászberényi, M., Boros, K., Miskolczi, M. (szerk.) (2022). 15.1. Bevezetés, *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548041>, (Letöltve: 2024. 02. 08)

Jászberényi, M., Boros, K., Miskolczi, M. (szerk.) (2022). 15.2 Fogalmi lehatárolás, *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548041>, (Letöltve: 2024. 02. 12.)

Jászberényi M., Boros K., Miskolczi M. (szerk.) (2022). 18.1. Bevezetés. *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548041>, (Letöltve: 2024. 04. 28.)

Jászberényi, M., Boros, K., Miskolczi, M. (szerk.) (2022). 18.4. Hazai vízi turisztikai vonzerőfejlesztési irányok. *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548041>, (Letöltve: 2024. 04. 29.)

Jóna, L., Döbrentei, B., Dr. Henézi, D., Gaál B. (2022). A Szigetköz közúti közlekedésének fejlesztése települési összekötő utakkal, *Közlekedéstudományi Szemle, LXXII*(6), 41-58. : <https://doi.org/10.24228/KTSZ.2022.6.4>, (Letöltve: 2024. 04. 02.)

Kerekes, S. (2011). Fenntarthatóság és társadalmi felelősség—A globalizálódó világ megoldatlan problémái. *Magyar Bioetikai Szemle*, 3(1), 4-13, http://www.hrb.hu/2011/mbsz/1/KEREKES_Sandor_Fenntarthatosag_es_tarsadalmi_felelossag.pdf, (Letöltve: 2024. 04. 02.)

Kézai, P., Gombos Sz. (2023). A kulturális és kreatív ipar vizsgálata a Szigetközben, *Polgári Szemle*, 19(1–3), 213-227., <https://doi.org/10.17649/TET.37.2.3419>, (Letöltve: 2024. 04. 02.)

Kézai, P. K., Dömötör, M., Fekete, D. (2022). Sustainable and Innovative Cross-Border Regional Development with Focus on Tourism in the Danube Basin—A Case-Study of Szigetköz and Csallóköz (Žitný Ostrov). *Sustainability*, 14(12), 1-19. <https://doi.org/10.3390/su14127037>, (Letöltve: 2024. 10. 07.)

Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program honlapja (é.n.). Áttekintés, <https://info.kisfaludyprogram.hu/programrol/atekintes>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)

Kóródi, M., Mondok, A., Sánta, Á. K. (2022). A térségi turizmusfejlesztés szervezeti-és fogyasztói piaci aspektusai az Alsó-Ípoly mentén. *Régiókutatás Szemle, VII*(1), 8-19. <https://doi.org/10.30716/RSZ/22/1/1>, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Kovács E., Kiss K. (2018). III.4.4.6. Aktív- és természeti turizmus, *Turisztikai trendek*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634542315>, (Letöltve: 2024. 02. 08.)

Kovács, E., Kiss, K. (2018). III.3.6. Technológiai változások, *Turisztikai trendek*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634542315>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)

Kökény, L., Miskolczi, M. (2022). 6.4.1. Utazásszervezés a MI segítségével, *Smart turizmus*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634547891>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)

Kökény, L., Miskolczi, M. (2022). 6.4.4. Adatelemzés MI segítségével, Smart turizmus. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634547891>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)

Központi Statisztikai Hivatal (2024). 27.1.1.20. A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Budapesten és turisztikai térségenként, https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/tur0086.html, (Letöltve: 2024. 10. 02.)

Krizsik, N., Sipos, T., Homonnai, P. (2023). Kerékpáros jellemzők vizsgálata a turisztikai és nagyvárosi forgalomban. *Belügyi Szemle*, 71(1), 127-143. <https://doi.org/10.38146/BSZ.2023.1.7>, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Kulcsár, L. (2020). Vidékfejlesztés Magyarországon: mérföldkövek egy göröngyös úton. *Tér és Társadalom*, 34(4), 165-171. <https://doi.org/10.17649/TET.34.4.3325>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)

Lados, G., Tóth, B., Vida, Gy., Kovács, Z. (2019). A határ menti turizmus fejlesztése az Alsó-Tisza-völgyben. In Horák, R., Lepeš, J., Námesztovszki, Zs., Ivanović, J., Pintér Krekić, V., Raffai, J. (szerk). *A víziturizmus, fejlesztése a Magyarországot és Szerbiát összekötő vízi útvonalakon* (pp. 30-43). https://magister.uns.ac.rs/files/kiadvanyok/IPA/FINAL2020_IPA_WATERTOUR.pdf, (Letöltve: 2024. 04. 23.)

Lin, S.-W., Hsu, S.-Y., Ho, J.-L., Lai, M.-Y. (2020). Behavioral Model of Middle-Aged and Seniors for Bicycle Tourism. *Frontiers in Psychology*, 11(407), 1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00407>, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Lőrincz, K., Banász, Zs., Vizi, I. Gy., Princzinger, P. (2020). Kerékpáros turizmus újragondolva – a kerékpáros túraútvonalak és -szolgáltatások iránti kereslet felmérése a Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térségben. *Turizmus Bulletin*, XX(4), 4-14. DOI: <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2020v20n5.1>, (Letöltve: 2024. 04. 16.)

Lőrincz, K., Sulyok, J. (szerk.) (2017). 14. fejezet. A turisztikai desztinációk marketingtevékenysége, *Turizmusmarketing*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634540601>, (Letöltve: 2024. 10. 01.)

Magyar Turisztikai Ügynökség (2020). Bakancslista 2020 Balaton és Nyugat-Magyarország, https://mtu.gov.hu/dokumentumok/BAKANCSLISTA_BALATON_WEB_1.pdf, (Letöltve: 2024. 04. 02.)

- Magyar Turisztikai Ügynökség (é.n.). Győr-Pannonhalma turisztikai térség, <https://mtu.gov.hu/cikkek/gy-r-pannonhalma-turisztikai-terseg-1924/>, (Letöltve: 2024. 04. 02.)
- Magyar Turisztikai Ügynökség (2021). Turizmus 2.0. https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf?v=0.159, (Letöltve: 2024. 06. 07.)
- Magyar Vízitúra portál honlapja (2023). Szigetközi-ágrendszer általános túraismertető, <https://www.magyar-vizitura.hu/szigetkozi-agrendszer-altalanos-turaismerteto/>, (Letöltve: 2024. 04. 02.)
- Maiya S., Nazym S., Beket K., Sandygul A. (2020). Results and discussion, Digital Economy: Information Technology And Trends In Tourism. https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2020/19/e3sconf_btse2020_04029.pdf, (Letöltve: 2024. 04. 02.)
- Mártonné Máthé K., Császár Zs. (2019). Valóban aktív a magyar lakosság? Aktív és ökoturisztikai keresletet és motivációt felmérő kutatás, *Turizmus Bulletin*, XIX (1). 45-57. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2019v19n1.5>, (Letöltve: 2024. 02. 12.)
- Mávcsoporthu (é.n.). Szigetköz, <https://www.mavcsoporthu/mav-start/bemutakozas/belfoldi-utazas/szigetkoz>, (Letöltve: 2024. 04. 02.)
- Megyerikum.hu (é.n.). Győri Balett, <https://megyerikum.hu/megyerikumok/gyor-es-kornyek/gyori-balett/>, (Letöltve: 2024. 04. 02.)
- Megyerikum.hu (é.n.). Szent László herma, <https://megyerikum.hu/megyerikumok/gyor-es-kornyek/szent-laszlo-herma/>, (Letöltve: 2024. 04. 02.)
- Michalkó, G. (2023). 4.1. Turizmusbiztonság, *A turizmus esszenciája*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548683>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)
- Michalkó, G. (2023). 6.2. Limitált turizmus, *A turizmus esszenciája*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548683>, (Letöltve: 2024. 03. 27.)
- Michalkó, G. (2023). 6.4. Felelős turizmus, *A turizmus esszenciája*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634548683>, (Letöltve: 2024. 03. 27.)
- Michalkó, G. (2016). 12.4.1. A kalandturizmus, *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597173>, (Letöltve: 2024. 02. 12)

- Michalkó, G. (2016). 4.2.5. Az interaktív kommunikáció hatása a turisztikai magatartásra, *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597173>, (Letöltve: 2024. 10. 01.)
- Milojković, D., Nikolić, M., Milojković, K. (2022). The Development Of Countryside Walking Tourism In The Time Of The Post-Covid Crisis. *Economics of Agriculture*, 70(1), 131-144. <https://doi.org/10.59267/ekoPolj2301131M>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)
- Milojković, D., Nikolić, M., Milojković, K. (2023). Walking tourism management based on tourists' needs for indoor and outdoor activities in the function of sustainable local economic development. *Review of Socio-Economic Perspectives*, 8(2), 1-18. <https://doi.org/10.19275/RSEP152>, (Letöltve: 2024. 04. 16.)
- Miniszterelnökség (2022). 3.2.3 A vizsgált projektek nevesítése, ismertetése, Turisztikai támogatások értékelése, <https://www.palyazat.gov.hu/informacio/ertekelesek/szechenyi-2020-ertekelese/tematikus-clkitzs-szint-rtkelsek/-a-turisztikai-tmogatsok-rtkelse>, (Letöltve: 2024. 04. 02.)
- Mitev A. Z. (2019). 3. Mélyinterjú és fókuszcsoport, *Kutatásmódszertan a turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634544135>. (Letöltve: 2024. 05. 06.)
- Molnár, B., Munkácsy, A., Jászberényi M. (2023). Budapest vizsgálata belföldi kerékpáros turisztikai desztinációként. *Turizmus Bulletin*, XXIII(4), 5-14. DOI: <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2023v23n4.1>, (Letöltve: 2024. 04. 16.)
- Nagy, K. (2021). Társadalmi Innovációs Lehetőségek A Turizmusban. *Multidiszciplináris tudományok*, 11(2), 360–371. <https://doi.org/10.35925/j.multi.2021.2.48>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)
- Nasoontorn, A., Waiyawet, S., Saengchat, P., Nonthapota, S. (2023). Supply chain management for water tourism in northeast Thailand. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(3), 1149-1158. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.4.008>, (Letöltve: 2024. 04. 23.)
- Naresh K. M., Simon J. (2017). Mélyinterjúk, *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630598675>, (Letöltve: 2024. 05. 06.)
- Naresh, K. M., Simon, J. (2017). Nem véletlen mintavételi technikák, *Marketingkutató*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630598675>, (Letöltve: 2024. 05. 10.)

Nemzeti Jogszabálytár honlapja (hatályos: 2023. 01. 01.-napjainkig) 429/2020. (IX. 14.) Korm. rendelet a turisztikai térségek meghatározásáról. <https://njt.hu/jogszabaly/2020-429-20-22>, (Letöltve: 2024. 10. 06.)

Nemzeti Kastélyprogram és Nemzeti Várprogram (é.n.). Vártörténet, Mosonmagyaróvár-Vár, <https://nkvp.hu/helyszinek/mosonmagyarovar-var/>, (Letöltve: 2024. 04. 02.)

Neulinger, Á., Mitev, A. (2017). 4. fejezet. Kvalitatív kutatási módszerek. In Gyulavári, T., Mitev, A. Z., Neulinger, Á., Neumann-Bódi, E., Simon J., Szűcs, K. (szerk.). *A marketingkutatás alapjai*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630598880>, (Letöltve: 2024. 05. 06.)

Orchidea Hotel honlapja (é.n.). Csomagajánlatok. <https://orchideahotel.hu/ajanlatok/csomagajanlatok>, (Letöltve: 2024. 10. 08.)

Péter, E., Németh, K., Lelkóné Tollár, I. (2018). Turizmusbiztonság, mint újonnan felmerülő fogyasztói igény, *Turizmus Bulletin* XVIII(2). 30-37. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2018v18n2.4>, (Letöltve: 2024. 04. 12.)

Péter, E., Ilyés, N., Ritecz, Gy. (2023). Az aktív- és ökoturizmusban rejlő lehetőségek és veszélyek földön, vízen és a felhőben. In Michalkó, G., Németh, J., Birkner, Z. (szerk), *A biztonság szerepe a turisztikai termékfejlesztésben és -menedzsmentben* (pp. 87-100). Bay Zoltán Alkalmazott Kutatási Közhasznú Nonprofit Kft., https://real.mtak.hu/172303/1/biztonsag_szerepe.pdf, (Letöltve: 2024. 04. 19.)

Piskóti, I (2021). Versenyképes Turizmus És Desztinációmarketing – Trendek És Teendők. In Dr. Marien, A. (szerk), Helyi erőforrásokra épülő kis léptékű turizmusfejlesztést támogató oktatási program a lakosság számára (pp. 5-22). Felsővály Község Önkormányzata és Szikszó Város Önkormányzata, https://szikso.hu/upload/userupload/8/files/tanulmanykotet_HU_osszefuzott.pdf#page=6, (Letöltve: 2024. 04. 13.)

Pisztráng Kör Egyesület honlapja (é.n.). Öko-mobil túrák. <https://www.pisztrangkör.hu/hun/oko-mobil-turak.html>, (Letöltve: 2024. 10. 10.)

Rabbiosi, C., Meneghello, S. (2023). Questioning Walking Tourism from a Phenomenological Perspective: Epistemological and Methodological Innovations. *Humanities*, 12(65), 1-12. <https://doi.org/10.3390/h12040065>, (Letöltve: 2024. 04. 16.)

Regia Panzió honlapja (é.n.). Ajánlatok. <https://www.regiapanzio.hu/ajanlatok.html>, (Letöltve: 2024. 10. 08.)

Remenyik, B., Barcza, A., Csapó, J., Szabó, B., Fodor, Gy., Dávid, L.D. (2021). Overtourism in Budapest: Analysis of spatial process and suggested solutions, *Regional Statistics*, 11(3). 179-197; <https://doi.org/10.15196/RS110303>, (Letöltve: 2024. 04. 05.)

Strack, F. (2022). A Szigetköz turizmusának helyzete és lehetséges fejlesztési irányai, *TVT Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, VII(4). 46-62. <https://doi.org/10.15170/TVT.2022.07.04.04>, (Letöltve: 2024. 04. 05.)

Streimikiene, D.; Svagzdiene, B.; Jasinskas, E; Simanavicius, A. (2020). 4. Conclusions, Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review, *Sustainable Development*, 29(1), 259-271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>, (Letöltve: 2024. 04. 05.)

Szent Jakab zarándokút honlapja (é.n.). Camino Húngaro (Budapest-Tata-Pannonhalma-Lébény-Pozsony-Wolfsthal), <https://www.szentjakabut.hu/hu/a-magyarorszag-szent-jakab-zarandokutak/utvonalak-magyarorszagon/budapest-lebeny-wolfsthal>, (Letöltve: 2024. 04. 05.)

Szörényiné Kukorelli, I. (2020). Kérdések és gondolatok a vidékfejlesztésről. *Tér és Társadalom*, 34(4), 158-164. <https://doi.org/10.17649/TET.34.4.3328>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)

Tekerj a Zöldbe! honlapja (é.n.). Túrák. <https://tekerjazoldbe.hu/turavalaszo/>, (Letöltve: 2024. 10. 10.)

Turizmus.com Magazin (2021). BalatonBike365, CheckInn Up, https://turizmus.com/html/data/cikk/117/8248/cikk_1178248/CheckINN_UP_2021_LR.pdf, (Letöltve: 2024. 02. 18.)

World Tourism Organization (UNWTO) (2020). Benefits of walking tourism, Walking Tourism -Promoting Regional Development- Executive Summary, https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7980838/mod_resource/content/1/WALKING_TOURISM_OMT.pdf, (Letöltve: 2024. 04. 05.)

Wu, X., Lai, I. K. W. (2021). The use of 360-degree virtual tours to promote mountain walking tourism: stimulus–organism–response model. *Information Technology & Tourism*, 24, 85-107. <https://doi.org/10.1007/s40558-021-00218-1>, (Letöltve: 2024. 04. 16.)

Yang, L., Wang, X., Sun, G., Li, Y. (2020). Modeling the perception of walking environmental quality in a traffic-free tourist destination. *Journal Of Travel & Tourism*, 37(5), 608-623. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1598534>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)

Zátori, A. (2018). 8. fejezet. Élményközpontúság a turisztikai desztinációkban, *Élménymenedzsment a turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634542322>, (Letöltve: 2024. 02. 15)

Zátori, A. (2018). 8.1. A hely hangulata és az egyedi élményígéret szerepe a desztinációs termékben, *Élménymenedzsment a turizmusban*. Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789634542322>, (Letöltve: 2024. 04. 13.)

IX. Mellékletek

1. melléklet

A mélyinterjúk vezérfonala a turisztikai szolgáltatók képviselőinek részére

Milyen innovatív, fenntartható és élményalapú fejlesztésekre van szükség a bakancsos, kerékpáros és vízi turizmus fellendítéséhez a Szigetközben?

1. Bevezető kérdések:

- Milyen végzettséggel rendelkezik? Milyen feladatai vannak az Ön által képviselt vállalkozásban? Mióta dolgozik ebben az vállalkozásban?
- Mit jelent az Ön számára a Szigetköz, mint aktív turisztikai desztináció? Mi a Szigetköz egyedi élményígérete? Mit jelent az Ön számára a régióért tevékenykedni?
- Milyen célokat tűzött ki az Ön által képviselt vállalkozás az aktív turizmust illetően a régióban?
- Mi tekinthető az Ön által képviselt vállalkozás szolgáltatásai USP-jének?

2. Turizmusfejlesztéssel kapcsolatos kérdések:

- Milyen turisztikai termékeket fejlesztett az Ön által képviselt vállalkozás az aktív turisztikai termékek esetében?
 - Milyen szükségleteket elégítettek ki ezek a fejlesztések általánosságban? Mi indokolta a fejlesztéseket?
 - Milyen célokat foglalmaztak meg ezen fejlesztések során?
 - Milyen turisztikai trendek mentén valósultak meg ezek a fejlesztések?
 - Hogyan történt meg a helyi lakosság, az önkormányzat, illetve az egyéb érintettek bevonása a fejlesztési folyamatba? Milyen szakmai együttműködések révén jöttek létre ezen fejlesztések?
 - Amennyiben nem valósult meg valamely érintetti csoport bevonása, mi volt ennek az oka?
 - Mennyire tartja Ön eredményesnek ezen fejlesztéseket? Mi alapján méri a fejlesztés eredményességét?
- Hogyan méri az Ön vállalkozásának szolgáltatásait igénybe vevő aktív turisták utazási szokásait?
- Milyen pénzügyi forrásokat vettek igénybe a fejlesztések során?

- Manapság előretörőben vannak a közösségi finanszírozáson alapuló turizmusfejlesztések. Ezek során a helyi közösség tagjai, magánemberek, különböző szervezetek adományaiból valósulnak meg a fejlesztések. Mi a véleménye a turizmusfejlesztés ezen szegmenséről? Milyen lehetőségeket lát Ön, vagy az Ön által képviselt vállalkozás ebben?

3. Helyzetelemzéssel kapcsolatos kérdések:

- Milyennek találja a helyi-turista viszonyt a régióban, illetve az Ön által képviselt vállalkozás és a helyi lakosok közötti viszonyt? Mire alapozza véleményét? Hogyan lehetne Ön szerint közelebb hozni a két felet?
- Melyek a Szigetköz erősségei az aktív turizmus vonatkozásában?
 - Mi a Szigetköz fő vonzereje az aktív turisták számára?
 - Mit tesz az Ön által képviselt vállalkozás ezen erősségek kihasználása érdekében?
- Mi a Szigetköz aktív turisztikai gyengesége?
 - Melyik turisztikai régió Ön szerint a Szigetköz versenytársa? Miben különbözik az említett régió a Szigetköztől? Kérem, indokolja válaszát!
- Használja az Ön által képviselt vállalkozás a térségi Tourinform irodák szolgáltatásait? Amennyiben igen, milyen együttműködése van az irodákkal? Milyennek értékeli a szakmai kapcsolatukat?
- Melyik TDM- szervezettel működik együtt az Ön által képviselt vállalkozás? Milyen nehézségekbe ütköznek a napi munka során a szervezetben? Melyek ezen problémák kiváltó okai?
- Milyennek értékeli a szolgáltatók közötti együttműködést a régióban?
- Milyennek találja az aktív turizmust érintő infrastruktúrát a régióban?
 - Mit gondol a programkínálatról?
 - Mit gondol a szálláshelyekről?
 - Mit gondol a vendéglátóhelyekről?
 - Mit gondol a szolgáltatói infrastruktúráról?
 - Mit gondol a tömegközlekedési lehetőségekről?
 - Mit gondol a régióban található csomagajánlatokról?
- Milyen külső lehetőségeket azonosít Ön a régióban, amely pozitív irányba lendítheti a térségi aktív turizmust?

- Milyen aktív turizmust érintő külső veszélyek azonosíthatók a régióban?
- Milyen arányban érkeznek a régióba a fenntartható turisták? Mit tesz az Ön által képviselt vállalkozás ezen szegmens elérése érdekében?
- Mit tesz az Ön által képviselt vállalkozás annak érdekében, hogy a biztosított szolgáltatás reziliens maradjon, ellen tudjon állni az olyan veszélyeknek, mint pl. a klímaváltozás, vagy a COVID-19?
- Milyen marketingeszközöket használ az Ön által képviselt vállalkozás?
 - Melyek azok a jógyakorlatok, amelyek beváltak a marketingstratégia során? Minek volt fogyasztói oldalról pozitív visszacsatolása?
- Mennyire tartja Ön sikeresnek a szigetközi aktív turisztikai marketingkommunikációt? Kérem, indokolja választát!
- Milyen szinten van Ön szerint a szolgáltatói szektor a digitális megoldások terén?
 - Melyek azon megoldások, amelyekre nagyobb figyelem fordítása lenne szükséges szolgáltatói részről?
 - Miért találja ezen módszereket hasznosnak, hogyan profitálna belőlük a szolgáltatói szektor a régióban?
 - Hogyan hat a digitalizáció fejlődése az Ön által nyújtott szolgáltatásokra?
 - Milyen digitalizációs megoldásokat használ az Ön által képviselt vállalkozás a napi működés során?

4. Stratégiával kapcsolatos kérdések:

- Magyarországon kialakításra került egy Nemzeti Aktív Turisztikai-, egy Kerékpáros és egy Vízi Turisztikai Stratégia. Az MTÜ készített egy Turizmus és egy Turizmus 2.0 stratégiát. Részt vett az Ön által képviselt vállalkozás ezek elkészítésében?
 - Amennyiben nem, mit gondol, miért nem kérték fel Önt, vagy az Ön által képviselt vállalkozást erre a feladatra?
 - Amennyiben lenne lehetősége, részt venne hasonló stratégiák kialakításában? Kérem, indokolja választát. Milyen feladatot látna el az Ön által képviselt vállalkozás egy hasonló stratégia kialakításában?
 - Amennyiben igen, milyen feladatot láttak el az adott stratégia kialakítása során? Milyen nehézségekbe ütköztek a munka során?

Véleményem szerint szükség van egy átfogó, szigetközi aktív turisztikai stratégiára.

- Mit látna Ön egy szigetközi stratégia víziójaként? Milyen átfogó célokat fogalmazna meg?
- Kivel lehetne együttműködni ezen stratégia megvalósításához?
- Milyen módon valósítaná meg a társadalmi egyeztetést?
- Milyen fejlesztéseket tartalmazna véleménye szerint ezen stratégia?
- Milyen marketingkampányt tartana sikeresnek Ön a stratégiában megfogalmazott látogatói számok eléréséhez, a turizmus fellendítéséhez?
- Milyen időtávra érdemes tervezni? Kérem, indokolja választát!
- Melyek azok a célcsoportok, amelyek megszólítására különös figyelmet kellene fordítania a stratégiának?
- Milyen eredménymutatókat alkalmazna, amelyekkel mérni lehet a stratégia sikerességét?

2. melléklet

A mélyinterjúk vezérfonala a turisztikai szervezetek képviselőinek részére

Milyen innovatív, fenntartható és élményalapú fejlesztésekre van szükség a bakancsos, kerékpáros és vízi turizmus fellendítéséhez a Szigetközben?

1. Bevezető kérdések:

- Milyen végzettséggel rendelkezik? Milyen feladatai vannak az Ön által képviselt szervezetben? Mióta dolgozik ebben az szervezetben?
- Mit jelent az Ön számára a Szigetköz, mint aktív turisztikai desztináció? Mi a Szigetköz egyedi élményígérete? Mit jelent az Ön számára a régióért tevékenykedni?
- Milyen célokat tűzött ki az Ön által képviselt szervezet az aktív turizmust illetően a régióban?

2. Turizmusfejlesztéssel kapcsolatos kérdések:

- Milyen turisztikai termékek fejlesztésében vett részt az Ön által képviselt szervezet az aktív turisztikai termékek esetében?
 - Milyen szükségleteket elégítettek ki ezek a fejlesztések általánosságban? Mi indokolta a fejlesztéseket?

- Milyen célokat fogalmaztak meg ezen fejlesztések során?
- Milyen turisztikai trendek mentén valósultak meg ezek a fejlesztések?
- Hogyan történt meg a helyi lakosság, az önkormányzat, illetve az egyéb érintettek bevonása a fejlesztési folyamatba? Milyen szakmai együttműködések révén jöttek létre ezen fejlesztések?
 - Amennyiben nem valósult meg valamely érintetti csoport bevonása, mi volt ennek az oka?
- Mennyire tartja Ön eredményesnek ezen fejlesztéseket? Mi alapján méri a fejlesztés eredményességét?
- Hogyan méri a régióba érkező aktív turisták utazási szokásait?
- Milyen pénzügyi forrásokat vettek igénybe a fejlesztések során?

Manapság előretörően vannak a közösségi finanszírozáson alapuló turizmusfejlesztések. Ezek során a helyi közösség tagjai, magánemberek, különböző szervezetek adományaiból valósulnak meg a fejlesztések.

- Mi a véleménye a turizmusfejlesztés ezen szegmenséről? Milyen lehetőségeket lát Ön, vagy az Ön által képviselt szervezet ebben?

3. Helyzetelemzéssel kapcsolatos kérdések:

- Milyennek találja a helyi-turista viszonyt a régióban, illetve a régió szolgáltatói és a helyi lakosok közötti viszonyt? Mire alapozza véleményét? Hogyan lehetne Ön szerint közelebb hozni a két felet?
- Melyek a Szigetköz erősségei az aktív turizmus vonatkozásában?
 - Mi a Szigetköz fő vonzereje az aktív turisták számára?
 - Mit tesz az Ön által képviselt szervezet ezen erősségek kihasználása érdekében?
- Mi a Szigetköz aktív turisztikai gyengesége?
 - Melyik turisztikai régió Ön szerint a Szigetköz versenytársa? Miben különbözik az említett régió a Szigetköztől? Kérem, indokolja választát!
- Használja az Ön által képviselt szervezet a térségi Tourinform irodák szolgáltatásait? Amennyiben igen, milyen együttműködése van az irodákkal? Milyennek értékeli a szakmai kapcsolatukat?
- Melyik TDM- szervezettel működik együtt az Ön által képviselt társaság? Milyen nehézségekbe ütköznek a napi munka során? Melyek ezen problémák kiváltó okai?

- Milyennek értékeli a szolgáltatók közötti együttműködést a régióban?
- Milyennek találja az aktív turizmust érintő infrastruktúrát a régióban?
 - Mit gondol a programkínálatról?
 - Mit gondol a szálláshelyekről?
 - Mit gondol a vendéglátóhelyekről?
 - Mit gondol a szolgáltatói infrastruktúráról?
 - Mit gondol a tömegközlekedési lehetőségekről?
 - Mit gondol a régióban található csomagajánlatokról?
- Milyen külső lehetőségeket azonosít Ön a régióban, amely pozitív irányba lendítheti a térségi aktív turizmust?
- Milyen aktív turizmust érintő külső veszélyek azonosíthatók a régióban?
- Milyen arányban érkeznek a régióba a fenntartható turisták? Mit tesz az Ön által képvisel szervezet ezen szegmens elérése érdekében?
- Mit gondol a térségi szolgáltatások rezilienciájával kapcsolatban? Milyen fejlesztési lehetőségeket azonosít?
- Milyen marketingeszközöket használ az Ön által képvisel szervezet?
 - Melyek azok a jógyakorlatok, amelyek beváltak a marketingstratégia során?
Minek volt fogyasztói oldalról pozitív visszacsatolása?
- Mennyire tartja Ön sikeresnek a szigetközi aktív turisztikai marketingkommunikációt? Kérem, indokolja választát!
- Milyen szinten van Ön szerint a szolgáltatói szektor a digitális megoldások terén?
 - Melyek azon megoldások, amelyekre nagyobb figyelem fordítása lenne szükséges szolgáltatói részről?
 - Miért találja ezen módszereket hasznosnak, hogyan profitálna belőlük a szolgáltatói szektor a régióban?
 - Hogyan hat a digitalizáció fejlődése az Ön által képviselt szervezetre?
 - Milyen digitalizációs megoldásokat használ az Ön által képviselt szervezet a napi működés során?

4. Stratégiával kapcsolatos kérdések:

- Magyarországon kialakításra került egy Nemzeti Aktív Turisztikai-, egy Kerékpáros és egy Vízi Turisztikai Stratégia. Az MTÜ készített egy Turizmus és egy Turizmus 2.0 stratégiát. Részt vett az Ön által képviselt szervezet ezek elkészítésében?

- Amennyiben nem, mit gondol, miért nem kérték fel Önt, vagy az Ön által képviselt szervezetet erre a feladatra?
 - Amennyiben lenne lehetősége, részt venne hasonló stratégiák kialakításában? Kérem, indokolja válaszát. Milyen feladatot látna el az Ön által képviselt szervezet egy hasonló stratégia kialakításában?
- Amennyiben igen, milyen feladatot láttak el az adott stratégia kialakítása során? Milyen nehézségekbe ütköztek a munka során?

Véleményem szerint szükség van egy átfogó, szigetközi aktív turisztikai stratégiára.

- Mit látna Ön egy szigetközi stratégia víziójaként? Milyen átfogó célokat fogalmazna meg?
- Kivel lehetne együttműködni ezen stratégia megvalósításához?
- Milyen módon valósítaná meg a társadalmi egyeztetést?
- Milyen fejlesztéseket tartalmazna véleménye szerint ezen stratégia?
- Milyen marketingkampányt tartana sikeresnek Ön a stratégiában megfogalmazott látogatói számok eléréséhez, a turizmus fellendítéséhez?
- Milyen időtávra érdemes tervezni? Kérem, indokolja válaszát!
- Melyek azok a célcsoportok, amelyek megszólítására különös figyelmet kellene fordítania a stratégiának?
- Milyen eredménymutatókat alkalmazna, amelyekkel mérni lehet a stratégia sikerességét?

Csomagajánlatok létrehozása, turisztikai termékek összekapcsolása

Csomagajánlatok után kutatva kettő, csomagajánlatot kínáló hotelt találtam a vizsgált térségben: Orchidea Hotel Lipót, illetve Regia Panzió és Étterem Halászi (Orchidea Hotel honlapja, é.n., Regia Panzió honlapja, é.n.). Ezek ajánlataiban megjelenik egy-egy szigetközi program, azonban azok az aktív turizmust nem érintik.

A Pisztráng Kör Egyesület által kínált csomagajánlatok a kerékpáros és a vízi turizmust kötik össze egy-, vagy többnapos programok keretében. Az ajánlatok célja a túrák egyszerűsítése volt oly módon, hogy egy adott vízitúra kezdőpontjához már kerékpárral jussanak el a résztvevők (Pisztráng Kör Egyesület honlapja, é.n.).

A Tekerj a Zöldbe! kerékpártúra-sorozat az ország számos pontján jelen van, így a Szigetközben is. Főszezonban (május-szeptember) átlagosan három, míg főszezonon kívül (március, április, október) egy-egy túrát szerveztek a régióban. Változatos programkínálatukban helyt kap többek között a kultúra, a gasztronómia és a vallás is (Tekercs a Zöldbe! honlapja, é.n.).

A bemutatott ajánlatok megmutatták, hogy az egyes turisztikai termékek összekapcsolása lehetővé teszi a változatos programok kínálását. Ezek alapján két csomagajánlatot fogok ismertetni, fontos megjegyezni azonban, hogy ezek megtervezése alapos munkát igényel, a bemutatott ötletek elméleti megvalósíthatók.

A Győr-Pannonhalma turisztikai régió bővelkedik kastélyokban, szám szerint hat található a térségben, különböző állapotokban. A javasolt kerékpártúra a Mosonmagyaróvári Vártól kezdődne, itt vártörténeti kiállítást nézhetnek meg a résztvevők. Következő állomás a Dunakilitin található Csebi-Pogány Kastély és parkja. A kastély magántulajdonban van, engedéllyel látogatható, épülete rendezvényteremként, parkja golfpályaként funkcionál. A pihenés után a hédervári Khuen-Héderváry Kastély és parkja a következő állomás. A helyi történelmi emlékek ismertetése után a Kimlén található Andrássy Vadászkastély lesz a cél. A túra utolsó állomása a máriakálnoki Marsowszky Kastély, amely nem látogatható, kívülről megtekinthető. A túra ezután szervezeten visszaindul Mosonmagyaróvárra.

Az ismertetett túra körülbelül 50 kilométer kerékpározást jelent, és 8-18 óráig tartana, a nyári időszakban. A túra fókuszában a kastélyok, illetve azok történetei állnak, amelyek ismertetésével a résztvevő a régió történelmének egy szeletét ismerheti meg. A kialakítás során

fokozott figyelmet kell biztosítani a biztonsági kritériumokra, a túrák során a KRESZ betartása és betartatása kötelező. Az ismertetett ajánlat önköltséges, belépőt az Óvári Várba kell fizetni, a többi program ingyenes. A kastélyok zöme nem látogatható, így ezek esetleges bejárása előzetes egyeztetés alapján lenne csak lehetséges, amely egy további feladatot ró a szervezőkre.

A vízi és kerékpáros turizmus összekapcsolása számos módon megoldható a régióban, a következőkben egyet ismertetek. A túra Mosonmagyaróvári kerékpározással indulna, a cél a dunaszigeti Kisvesszősi Kemping, ahonnan kenuzással folytatódik a túra. A Szigetköz változatos ágrendszerén haladva Kisbodak lesz a vízitúra végállomása, ahol a régióban egyedülálló boglyakemencékben sült ételek várják a résztvevőket. Az ebéd és pihenés után kerékpárral indulnak tovább a résztvevők Máriakálnokra, ahol a Rózsakertet tekinthetik meg. A Rózsakert után a túra Mosonmagyaróváron ér véget.

A közel 40 kilométeres kerékpár-, és 10 kilométeres vízitúra az időjárási viszonyoknak megfelelően a kora tavaszi és a kora őszi időpontokban is megvalósítható a főszezonon kívül. Ennek szervezése azonban több munkát és logisztikát igényel hiszen a kempingben meghatározott számú kenu áll rendelkezésre, illetve a Dunasziget és Kisbodak közötti kerékpárszállítást trélerrel érdemes kivitelezni. Ezekből következtethető, hogy a túra költsége magasabb lesz.

Az ismertetett túrák alapján látható, hogy számos lehetőség adódik egy-egy hasonló útvonalon haladva, ezek összekapcsolása változatos élményeket tud nyújtani a régióba érkezőknek. A szigetközi természeti adottságok, illetve a kerékpáros és vízi infrastruktúra lehetővé teszik a széles célcsoport számára elérhető túrázást. Fontos megemlíteni, hogy a Dunakilitin épülő, a Szigetközt Csallóközzel összekötő kerékpáros híd jövőbeni elkészülése további lehetőségeket nyit meg az ajánlatok vonatkozásában. A csomagajánlatokat egy alapos vonzerő- és szolgáltatásleltár alapján érdemes összeállítani a szolgáltatóknak, vagy a TDM szervezeteknek.