



Marton Gergely<sup>1</sup> – Jónás-Berki Mónika

## Aktív turizmus pozíciója a Balaton térségében

### 1. BEVEZETÉS

A Balaton hazánk vezető vízparti desztinációja és egyben jelentős kiemelt turizmusfejlesztések színtere a magyar turizmusban. Az elmúlt évtizedekben a tóhoz kapcsolható vízparti üdülés – mint a fő turisztikai termék – mellett folyamatos fejlődésen mentek át a kiegészítő termékek is. Ezek közül az aktív turizmushoz kapcsolódó egységek nem csak látványosan magasabb minőségi szintre emelkedtek, de az attraktivitásuk is jelentősen növekedett.

A tanulmány célja bemutatni a Balaton aktív turisztikai termékeinek főbb jellemzőit, illetve pozicionálni azokat, ez által meghatározni helyüket és szerepüket a tó turisztikai kínálatában. Megjegyezhető, hogy a vizsgált elemek igen széles skálán helyezhetők el, ennek következtében általános paramétereik is rendkívül differenciáltak, így általános vezérfonalként kerültek alkalmazásra az egyes aktív turisztikai (al)termékek társadalmi és gazdasági jegyei.

Metodikai szempontból a tanulmány primer és szekunder forrásokra egyaránt támaszkodik az egyes turisztikai szolgáltató elemzésektől, a terepbejárásokon át, egészen a turisztikai minősítést végző szervezetek adatbázisainak feldolgozásáig.

### 2. AZ AKTÍV TURIZMUS

Az aktív turizmus az egyik legösszetettebb, legsokrétűbb terméktípusa a turizmusnak, mely önállóan, illetve más turisztikai termékekkel összekapcsolódva jelenik meg a turisztikai kínálatban.

Máig nincs egységesen elfogadott kategorizálása. A magyar szakirodalomban elfogadott fogalom alapján ide sorolandó „minden olyan tevékenység, melyben az egyén élményszerzési célból eredő, nem rutinszerű mozgása a mindennapi térpályán kívül eső térben költésével egybekötve valósul meg” (Michalkó G. 2004, 168 p.). Ezzel szemben a nemzetközi szakirodalom az aktív turizmus kifejezést ritkán használja, elsősorban szabadidős sporttevékenységhez kapcsolódva találkozhatunk vele. Egy része a sportolással, másik a természettel, annak pihenést és kikapcsolódást szolgáló szerepével függ össze.

<sup>1</sup> A tanulmány a „TÁMOP-4.2.2/B-10/1-2010-0029 Tudományos képzés műhelyeinek támogatása a Pécsi Tudományegyetemen” pályázat támogatásával készült.

A termék definíciója alapján is látható, hogy az aktív turizmus valójában gyűjtőfogalmat képez (1. táblázat), több turisztikai termék és tevékenység kapcsolódik hozzá (Michalkó G. 2004). A termékek köre időben és térben változik. Az aktív turisztikai kínálat térbeni összetettségét az alapadottságokban rejlő különbségek okozzák. Teljesen más tevékenységek végzésére alkalmasak a síkvidékek vagy a hegyvidékek, a rurális és az urbánus térségek. Az időbeni változékonyságát a termék rendkívül dinamikus fejlődése okozza, mely a kínálat választékának szélességének és mélységének bővülésében nyilvánul meg.

1. táblázat: Az aktív turizmus fogalmkörébe tartozó turisztikai termékek

Vízi turizmus	Horgászturizmus	Lovasturizmus
Kerékpáros turizmus	Vadászturizmus	Síturizmus
Golfturizmus	Természetjárás	Egyéb (pl. kaland vagy extrém turizmus)

Forrás: Michalkó G. (2003)

Kialakulás és népszerűvé válása szorosan összekapcsolódik a 20. század főbb társadalmi folyamataival, így az urbanizációval, az életminőség javulásával, a foglalkoztatási szerkezetben történő változásokkal. Az aktív turizmus térnyerését az a turisztikai trendekben megfigyelhető aktivitás előtérbe kerülése is igazolja, melyhez az élményorientáció társul (CSAPÓ J. – SAVELLA O. – REMENYIK B. 2011).

Az aktív turizmus területi megjelenése és képe a terméktípus heterogenitásának köszönhetően rendkívül összetett. A fogalomhoz kapcsolódó tevékenységek alapja minden esetben valamilyen természeti erőforrás. A termék bázisa lehet konkrétan a természeti környezet valamely eleme (például vízi turizmus esetében folyó- és állóvizek) vagy maga a természet, mint háttérkörnyezet szolgáltatja a termék alapját (például természetjárás). Míg az első esetben a termék megjelenése közvetlenül kapcsolódik adott környezeti elemhez, addig ahol a környezetet szolgáltatja, már kevésbé szükséges a konkrét környezeti elemek jelenléte.

A turisztikai termékek döntő többségétől eltérően az aktív turizmus vonzeróbázisa nem a megfogható vonzerőkön alapul, hanem egy-egy tevékenységhez kapcsolódik. A tevékenység végzése, gyakorlása szolgáltatja a vonzerőt és nyújtja az élményt, míg háttérét a természeti környezet nyújtja. Az aktív turizmus bár természetközelséget igényel és ezáltal alapfilozófiájában természet- és környezetbarát, azonban népszerűségének növekedésével – ezáltal a kereslet általi terhelés fokozódásával – terhelheti/károsíthatja az ökológiai környezetét. Mivel a természet nyújtja a tevékenységek helyszínét, így a károkozás is elsődlegesen itt történik. Másrészt az aktív turisztikai fejlesztések is konfliktushelyzetet szülhetnek, mert a szükséges technológiai háttér kiépítése szintén negatív hatást gyakorolhat a természeti környezetre (például sípályák kialakítása).

Az aktív turizmus egyszerre tölthet be elsődleges és kiegészítő, döntést befolyásoló szerepet. A termék változatosságának köszönhető, hogy rendkívül összetett a keresleti háttere, illetve az aktív turizmus fogalmkörébe tartozó egyes turisztikai termékek is több altípusra oszthatóak fel. (például lovasturizmus: terep- és túralovaglás, táborozás, lovasbemutatók stb.). Így aktív turizmus célcsoportjai között a klasszikus keresleti piac szegmentációja szerint mind megtalálhatjuk az egyéni és a csoport-

tos látogatókat, a fiatalokat és a szenior korosztályt, az alacsonyabb és a magas fizetőképességgel rendelkezőket.

A termék sokszínűségét növeli, hogy több altípusnál megkülönböztethetjük az aktív és a passzív változatait (például lovasturizmus – lovas bemutatók és lovaglás, lovasturák, vízi turizmus – vízparti üdülés, pihenés és motorizált/nem motorizált vízi sportok). Ezek a helyszíneket tekintve bár közel állnak egymáshoz, valójában azonban élesen szétválaszthatóak motiváció alapján. A tanulmány szerzői a passzív tevékenységeket nem tekintik az aktív turizmus részének, mert azok alapjellemzője, a passzivitás ideológiájában eltér az aktív turizmus lényegétől.

### **3. A BALATON IDEGENFORGALMA**

A Balaton – Budapest után – hazánk legnépszerűbb turisztikai desztinációja. A téma szempontjából a 19. század második felében lezajló Déli Vasútvonal megépítését külön hangsúlyozni kell, mely alapjaiban megváltoztatta a tó ökológiáját és hatással van az aktív turizmus ágainak elterjedésére, fejlődésére (Buday-Sántha A. 2007). A tó mai arculatát alapvetően az 1960-as, 1970-es évektől kibontakozó tömegturizmus formálta (Sulyok J. 2010), mely máig nagyhatású a turizmusának struktúrájában. A 2000-es évek fejlesztései próbálják ellensúlyozni a rendszerváltás belföldi és nemzetközi turizmusra gyakorolt hatását, a kereslet jelentős visszaesését. A fejlesztések hatására a desztináció turisztikai kínálata átalakult, melyet közösségi társfinanszírozással megvalósuló pályázatok támogattak. Ki kell emelni az egészségturizmushoz kapcsolódó fejlesztéseket, a Balaton körüli kerékpárút hálózat bővítését, kikötőfejlesztéseket, vitorlaskikötők bővítését és újak létesítését, strandok korszerűsítését. A célterület megközelíthetőségét az M7-es autópálya újabb szakaszainak átadása mellett a Sármelléki repülőtér is javította. Az attrakciófejlesztéseken túl a megvalósult szállásférőhely minőségének fejlesztése is a desztináció megújulását célozza. Részben a fejlesztéseknek (attrakció- és fogadóképesség fejlesztés), részben külső feltételek kedvező változásának köszönhetően (például időjárás, állami ösztönzők) a belső kereslet folyamatos növekedése indult meg. Az elmúlt négy évben a 2009-es vendégforgalom visszaesést sikerült stabilizálni, azonban újabb növekedési időszak nem vette kezdetét. A rövid időtartamú utazásoknál (1-3 nap) a harmadik, míg a hosszabb időtartamú utazásoknál (4 és annál több nap) az első helyet foglalta el a 2011-es forgalom alapján a Balaton turisztikai régió. A célterület kiemelt településeinek népszerűségét mutatja, hogy Magyarország leglátogatottabb városai között található Siófok és Balatonfüred is, mind a hazai, mind a külföldi vendégéjszakák alapján (KSH, 2012). A célterület turizmusában a szezonális a korábbi évtizedekhez hasonlóan továbbra is problémát okoz, melynek leküzdése, illetve kezelése átgondolt turisztikai termékfejlesztéssel lehetséges.

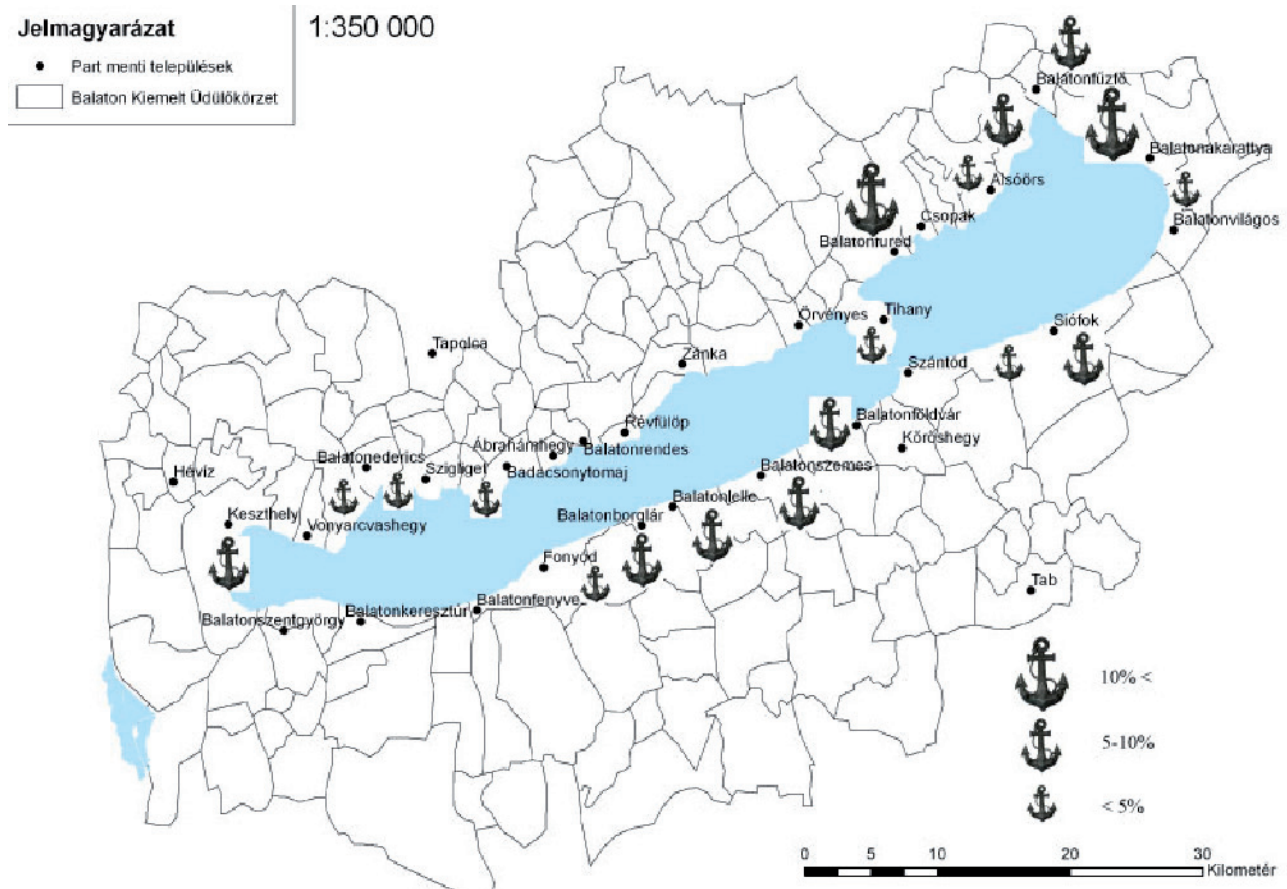
## **4. AZ AKTÍV TURIZMUS TERMÉKEI ÉS TERMÉKJELLEMZŐI A BALATON-TÉRSÉGÉBEN**

### **4.1. Vízi turizmus**

Tanulmányunkban a vízi turizmus termékelem alatt a vitorlás turizmusra koncentrálunk, mely egyértelműen kiemelkedik a többi, vízhez kapcsolódó tevékenység közül. A Balatonon a Magyar Vitorlás Szövetség adatbázisa alapján 74 kikötő, 23 hajóállomás mellett 17 csónakkikötőt találunk,

melyek átlagosan 60-80%-os kihasználtság mellett működnek (1. ábra). A legnépszerűbbek a Csopak-Balatonfüred-Tihany közötti partszakasz kikötői, de egyre népszerűbbé válnak a Balatonkenese, Balatonfüzfő, Balatonlelle, Balatonszemes és Fonyód térségének létesítményei is. A Magyar Vitorlás Szövetség felmérése alapján a Balatonon döntő többségében belföldiek vitorláznak: tíz vitorlás közül átlagosan egy külföldié. A legnagyobb hajózási cég a tavon a Balatoni Hajózási Zrt, mely a személyszállításban, a kompközlekedés mellett a vitorlaskikötők üzemeltetésében érdekelt. Szakemberek szerint a Balaton kapacitása a jelenlegi vitorlásmennyiség háromszorosát is elbírná (12-15 ezer hajót), mely megfelelő gazdasági környezet által nyújtott keretekben kedvező jövőképet mutat a termék számára.

1. ábra: Vitorlás kikötők a Balaton térségében (Balaton összkapacitásának százalékában)



Szerkesztette: Magyar Vitorlás Szövetség adatai alapján szerk. Jónás-Berki M. – Marton G. (2012)

A termékfejlesztés azonban nagy tökeigényű, lassan megtérülő beruházásnak minősül. Egy kikötőhelyre vetítve a fajlagos beruházási költség 1,5 és 5 millió Ft között alakul átlagosan. A védműveken belüli kikötőépítés 10 éven belül megtérül, míg a szabad vízfelületen létesített teljesen új kikötő megtérülési ideje a 20 évet eléri.

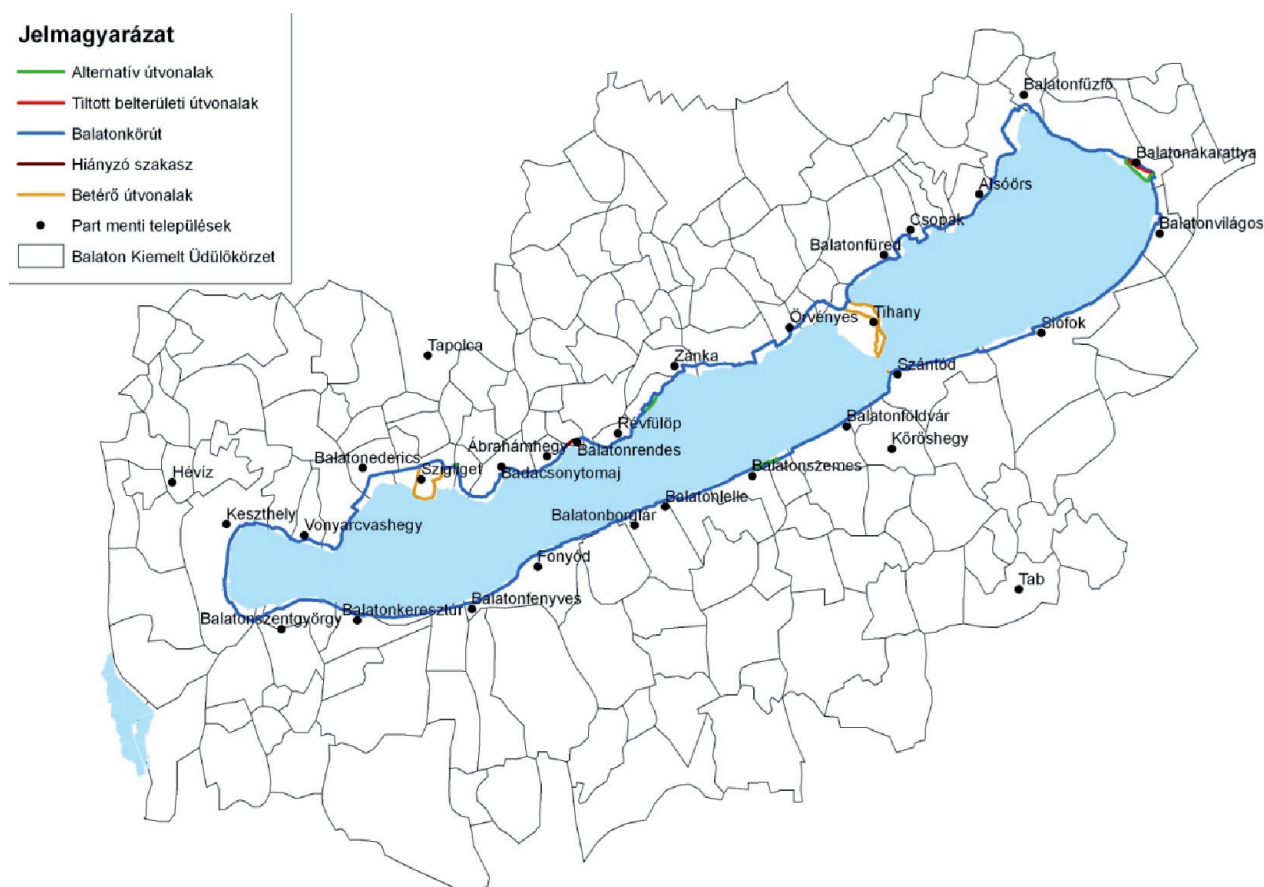
A kikötőépítések gazdasági mechanizmusrendszerén túl azok ökológiai hatásaival is számolni kell, mely konfliktusokhoz vezethet turisztikai termékek, termékfejlesztési irányok között (például vízi turizmus és ökoturizmus).



## 4.2. Kerékpáros turizmus

A Balaton körüli kerékpáros turizmus jelentőségét, attraktivitását és színvonalát jól mutatja be az a tény, hogy a müncheni székhelyű Bruckmann kiadó 2012-ben megjelent Bröner által írt „Die schönsten Radtouren in Europa” című könyvében a tó körüli kerékpárutat Európa 20 legerősebbje közé választotta (2. ábra). A kerékpáros turizmus azon termékek egyikét jelenti a tó vonzáskörzetében, mely önálló termékként jelenik meg a piacon és nem egyéb termékeket egészít ki. A kihasználtsága felmérhetetlen a jellegéből adódóan, azonban óvatos becslések alapján is tízezres nagyságrendben használják a turisták, illetve a kirándulók.

2. ábra: A Balaton körüli kerékpárút



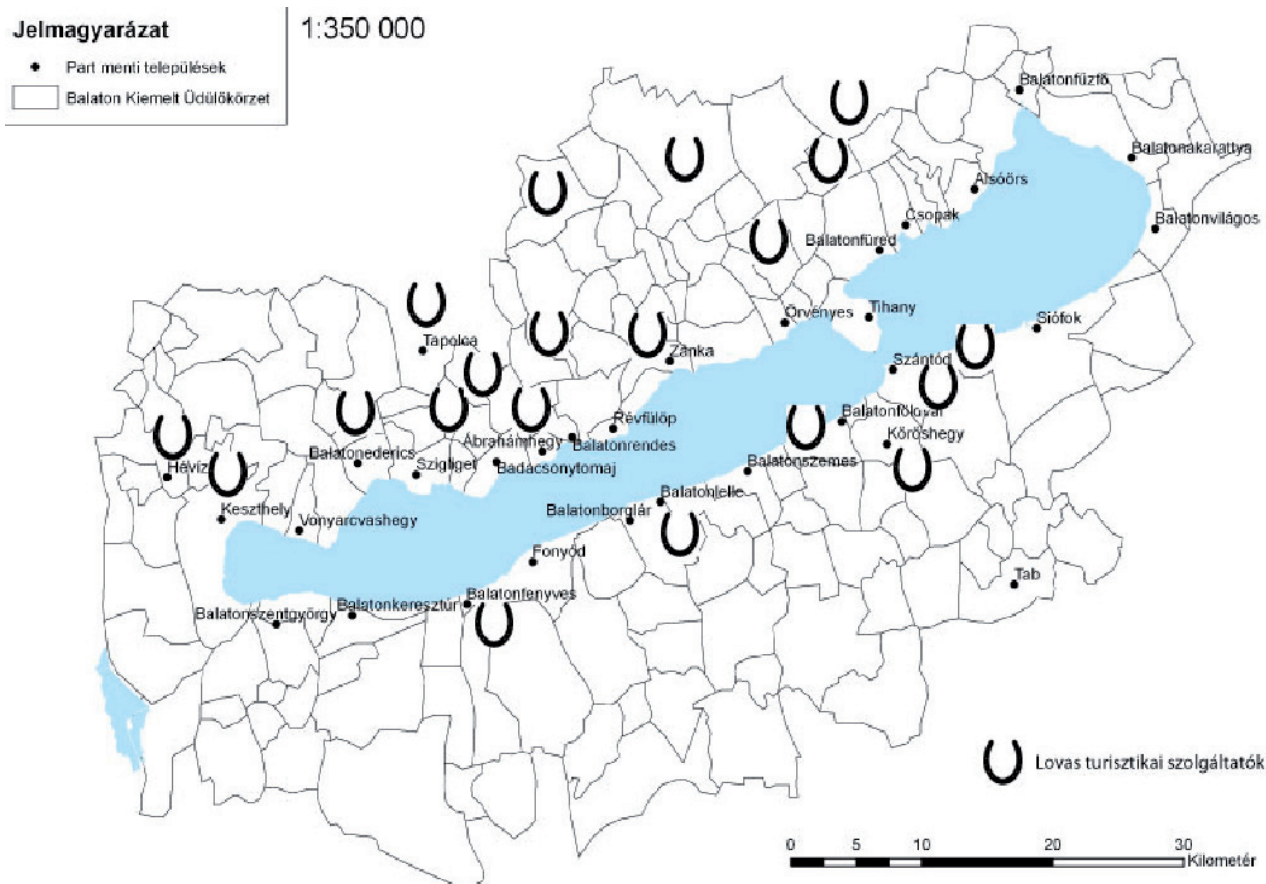
Szerkesztette: Marton G. – Szelesi T. (2011)

## 4.3. Lovas turizmus

A Balatonhoz köthető minősített lovasturisztikai szolgáltatók (3. ábra) száma húsz, melyek kínálatában a turisztikai termék teljes kínálata megtalálható. Elhelyezkedésüket tekintve elmondható, hogy döntően nem a nagy központi településeken működnek, mely oka a nagy bekerülési költség, illetve a jelentős területigény, továbbá jól megfigyelhető, hogy a termék a háttértelepülésekre jellemző.

A lovasturizmus jellemzői közé tartozik, hogy a helyi lakosság igényeit éppúgy szolgálja, mint a turistákét, továbbá jelentősen csökkenti a szezonálisitást. A rá irányuló kereslet specifikussága alapján pedig elmondható, hogy az egyes szolgáltatók infra- és szuprastrukturális beruházásain túl, az alkalmazott humán erőforrás minősége is döntő lehet a turista választási döntésének meghozatalánál.

3. ábra: A lovas turizmus központjai a Balaton-térségében



Szerkesztette: Jónás-Berki M. – Marton G. (2012)

#### 4.4. Vadászturizmus

A Balaton és annak egész térsége fel van osztva különböző vadásztársaságok között, így a vadászturisztikai céllal érkezők egyrészt változatos természeti környezetben, másrészt pedig a térség teljes vadkínálatára vadászhatnak.

A vadászturizmus pontos felmérését nehezíti, hogy a vadászturizmus alapvetően távol helyezkedik el a turizmus klasszikus és egymással szoros kapcsolatban álló, egymást kiegészítő termékeitől mind a keresletet, mind a kínálatot, mint az utazásközvetítő szektort nézve.

Mindezeken túl, viszont maga a vadászturizmus, mint turisztikai termék pozíciója jól meghatározható a nagy belföldi és külföldi kereslet és annak a jelentős keresleti kiadásai, a szigorú engedélyezési eljárások, a kínálat statikus elemei, illetve rendkívül jó vadállomány miatt. Továbbá a vadászturizmus sajátos jellegéből adódóan kiemelendő, hogy azon aktív turisztikai résztermékek közé tartozik, melyek a kereslet utazási motivációja következtében főtermékként jelölhetőek meg a Balaton térségében is.

#### 4.5. Természetjárás

A Balaton teljes partvidékét behálózzák a túrautak (számuk meghaladja az ötvenet), melyek a rendkívül változatos természeti környezetnek köszönhetően igen népszerűek. Természetesen a Dunántúli-középhegység miatt a tó északi partvidékéhez kötődőek a kihasználtabbak, azonban a többi területekhez tartozókra is rendkívüli igény mutatkozik.

A természetjárás, illetve a rá irányuló turistaforgalom felmérésére jelenleg nem áll rendelkezésre kidolgozott módszer, további nehézséget okoz a rendszeres és alkalmi, illetve az egy- és többnapos túrázók elkülönítése.

Összességét tekintve azonban elmondható, hogy a Balatonhoz kötődő túrautak fontos szerepet játszanak a tó aktív turizmusában, hiszen olcsó és elérhető – alternatív – programot nyújtanak tavasszal, ősszel, illetve nyáron a fürdőzésre alkalmatlan időjárás esetén.

#### **4.6. Horgászturizmus**

A tó horgászturizmusa nagyságrendjének felmérése, illetve annak szegmentálása a jelenleg érvényben lévő horgászati struktúrából fakadóan nem lehetséges, reális becslés alapján tízezres volumenről beszélhetünk évente. Egzakt központi mutató kialakítása az alábbi tényezők okán nem lehetséges:

- A Balatonra vonatkozó területi horgászengedélyek nem bontják a tavat egységekre, mind az általános, mind a partmenti engedély a tó egészére és a hozzá kapcsolódó folyóvizekre egyaránt érvényes.
- Időtartam alapján éves, tíznapos, 72 órás, illetve 24 órás engedély váltható, azonban a rövidebb időtartamra vonatkozó eladási adatokat nem regisztrálják. Így például azt sem, hogy egy adott horgász vásárolt-e már az adott évben, melynek köszönhetően átfedések alakulnak ki.
- A helyi lakosok és a turisták statisztikai mutatók alapján történő elkülönítése nem lehetséges.
- További problémát jelent a nyaralóval rendelkezők horgászok és azok vendégeinek kérdésköre.

A vázolt problémakörtől eltekintve, azonban megállapítható, hogy a Balaton horgászturizmusa és a hozzá köthető szolgáltatások igen jelentős szerepet töltenek be a térség idegenforgalmában. Hiszen itt nem csupán a horgászatról beszélhetünk, hanem a járulékos rendezvényekről (pl. a tihanyi Garda Fesztivál), vagy éppen eseményekről (pl. Balaton Riviéra Horgászverseny). A 2012-ben bevezetett új horgászrend várhatóan a tó halállományára is pozitívan hat, mely a termék pozícióját is megerősítheti a Balaton idegenforgalmában.

#### **4.7. Kalandparkok**

Kalandparkok a Balaton térségében több helyszínen találhatóak. A déli parton Zamárdiban, az északi parton Balatonfüzfőn, Gyenesdiáson, Tihanyban létesültek az elmúlt években kisebb-nagyobb kalandparkok (2. táblázat). Kínálatukat áttekintve megállapítható, hogy elsősorban a Balaton partján pihenő kisgyermekes családokat tekintik célcsoportjuknak. Kedvelt játékelemük a különböző nehézségű pályákból felépülő kötélparkok. A kínálatot Balatonfüzfőn nyári bobbálya, míg Gyenesdiáson kalandstrand színesíti, illetve teszi egyedivé. A kalandparkok elsődlegesen kiegészítő funkcióval bírnak a Balaton-térségében, tartalmasabbá tehetik és meghosszabbíthatják a tartózkodási időt.

2. táblázat: Kalandparkok és kínálatuk főbb elemei a Balaton-térségében

Kalandpark megnevezése	Település	Főbb játékelemek
Zamárdi Kalandpark	Zamárdi	kötélpálya vízi dodzsem
Serpa Kalandpark	Balatonfüzfő	kötélpálya mászótorony drótkötél csúszda íjászálya
Balaton Bob	Balatonfüzfő	bobpálya
Kalandstrand	Gyenesdiás	kötélpálya trambulinok drótkötél csúszda vízi vidámpark
Kalandsziget	Tihany	kötélpálya

Forrás: Jónás-Berki M. – Marton G. (2012)

## 5. BALATON AKTÍV TURIZMUSÁNAK POZÍCIONÁLÁSA

A Balaton-térség aktív turisztikai termékeinek elemzése alapján megállapítható, hogy egyes termékekhez elsődleges, utazási döntést meghatározó szereppel vannak jelen, míg mások kiegészítő szereppel bírnak a döntés meghozatala során (3. táblázat). A fő termékek közül közvetlenül a partmenti településeket a vitorlázás érinti, a kerékpáros turizmus már belső zónákat is feltárja, míg a vadászturizmus kifejezetten a belső térségek felé irányul.

3. táblázat: Az aktív turizmus termékei és szerepük a Balaton-térség turizmusában

Fő termék	Kiegészítő termék
vízi turizmus (kiemelten vitorlás turizmus)	lovasturizmus
kerékpáros turizmus	horgászturizmus
vadászturizmus	természetjárás
	kalandparkok

Forrás: Jónás-Berki M. – Marton G. (2012)

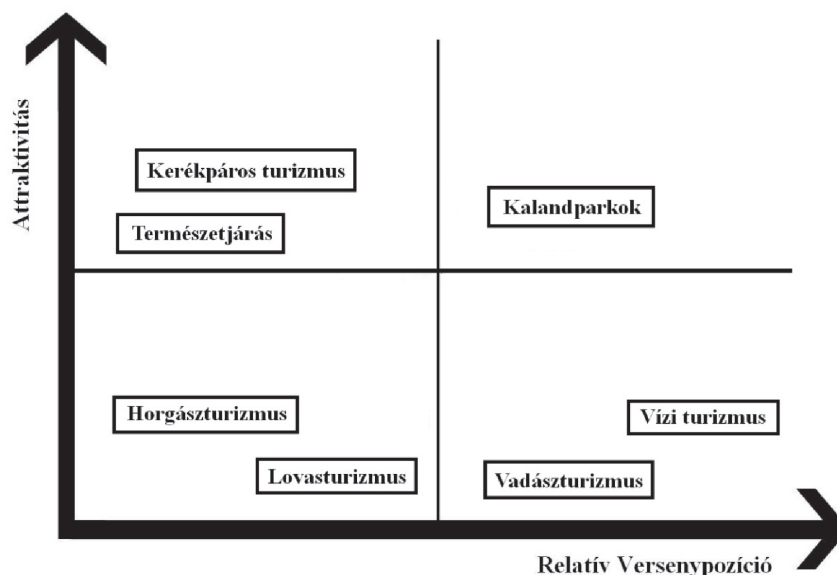
A Balaton-térség aktív turisztikai termékjegyek alapján a relatív versenypozíció és az attraktivitás alapján az alábbi termékpozíciók vázolhatóak fel (4. ábra). Magas relatív versenypozíciójú termékek a kalandparkok, a vízi turizmus és a vadászturizmus. A vízi turizmus – kiemelten a vitorlázás – bár erősen gazdasági helyzetfüggő tevékenység, azonban presztízstermék jellege és ebből fakadó vonzereje egyértelmű. Az infrastrukturális háttér kiépítettsége megfelelő, további növekedésnek is meg tud felelni mind minőségben, mind mennyiségben. A kalandparkok a térségben a kínálat sokszínűségét tudják növelni, mely a desztináció versenyképességét is pozitívan befolyásolja.

Ha a Balaton-térség aktív turizmusát a társadalmi és gazdasági hatások vonatkozásában vizsgáljuk (5. ábra), akkor megállapítható, hogy a vadász és a vízi turizmus a gazdasági, míg a kalandparkok a társadalmi hatások vonatkozásában emelkednek ki az aktív turizmus kínálatából. A gazdasági hatások szintjén kiemelkedő jelentőségüket a vendégkör magas fajlagos költsége indokolja, mely azonban nem a turisztikai szolgáltatóknál képződik. A vízi turizmusban az egyesületek, míg a vadászturizmusban a vadásztársaságok a közvetlen haszonélvezők. Emellett a vízi turizmus vendégköre ingatlanvásárlóként is megjelenik a településeken, mely helyi szinten a helyi adók rendszerén keresztül, illetve



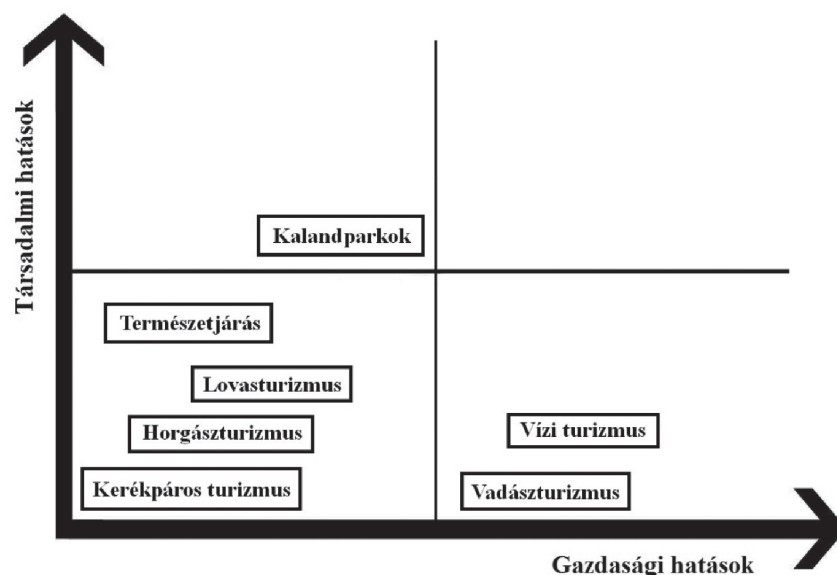
fogyasztásuk révén a vállalkozásokon keresztül erősíti a helyi gazdaságot. A társadalmi hatások vonatkozásában a kalandparkok szerepe kiemelkedő, melyeket a helyiek és környékbeliek is látogatnak. Természetközelség előtérbe helyező modelljük az óvodás/iskolás csoportok fogadása általános szemléletformálásban is szerepet vállal.

4. ábra: A Balaton térség aktív turizmusának



Szerkesztette: Jónás-Berki M. – Marton G. (2012)

5. ábra: Társadalmi és gazdasági hatások az aktív turizmus rendszerében a Balaton-térségében



Szerkesztette: Jónás-Berki M. – Marton G. (2012)

## 6. ÖSSZEGZÉS

Tanulmányunkban Magyarország egyik kiemelt desztinációjának térségében vizsgáltuk meg az aktív turizmus pozícióját. Megállapítható, hogy az aktív turizmus termékei kisebb-nagyobb súllyal jelen vannak a térségben, mind a part menti, mind a háttér településeken. Elsődleges vonzerőként a vízi

turizmus mellett a kerékpáros és a vadászturizmust kell kiemelni, melyek közvetlen turisztikai hatása azonban korlátozottan érvényesül annak ellenére, hogy a vendégkörhöz jelentős volumenű költés kapcsolódik. Azonban ezen kiadások csak kisebb hányada realizálódik turisztikai szolgáltatóknál, mely leginkább a vízi és a vadászturizmusra igaz. A horgász-, a lovasturizmus, a természetjárás és a kalandparkok elsősorban kiegészítő szerepűek, míg a kínálat diverzifikációjában mindenképpen fontosak.

Az aktív turizmus hatásainak vonatkozásában egyértelműen a vízi turizmus emelkedik ki, mely bár presztízsterméknek minősül a térségben és keresleti bázisa szűk körű, azonban olcsóbb termékvariációk megjelenése és a kapcsolódó programok, rendezvények révén szélesebb kör számára is vonzóvá teszik a desztinációt. A vadászturizmus ennél lényegesen zártabb, területi megjelenése is kívül esik a turisztikai centrumokon, illetve a kapcsolódó szolgáltatások köre is eltér a klasszikus turisztikaitól.

Összefoglalva elmondható, hogy az aktív turizmus a Balaton turizmusa legnagyobb problémájának, a szezonáltság csökkentéséhez is hozzájárulhat, illetve a programkínálat szélesítésével vonzóbbá és versenyképesebbé teheti a helyszínt.

## 7. FELHASZNÁLT IRODALOM

- BRÖNNER, T. 2012: *Die schönsten Radtouren in Europa*. Bruckmann Verlag, München, 168 p.
- BUDAY-SÁNTHA A. 2007: *A Balaton régió fejlesztése*. Saldo, Budapest, 204 p.
- CSAPÓ J. – SAVELLA O. – REMENYIK B. 2011: Aktív turizmus. In: MICHALKÓ G. (szerk.): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs, pp. 61-80.
- MICHALKÓ G. 2004: *A turizmuselmélet alapjai*. Turizmus Akadémia I. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár, pp. 167-170.
- MICHALKÓ G. 2003: *Az aktív turizmus elméleti kérdései*. In: DÁVID L. (szerk.): *Aktív turizmus*. Debreceni Egyetem, Debrecen, pp. 5-17.
- INCZE R. – HEVESSY G. 2007: *A lovasturizmus helyzete és lehetőségei az Észak-Alföldi régióban. Balatoni Turizmus Fejlesztési Konceptió és Program 2005*. LT Consorg Kft, Balatonfüred 69 p.
- SULYOK J. 2010: *A Balaton imázsa a magyar lakosság körében, trendek és változások*. Turizmus Bulletin XIV. 1-2 sz. pp. 2-13.
- Jelentés a turizmus 2011. évi teljesítményéről. KSH, Budapest, 158 p.