

Kerékpáros turizmus újragondolva – a kerékpáros túraútvonalak és -szolgáltatások iránti kereslet felmérése a Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térségben

Cycling tourism rethought – a survey on demand for cycling routes and services in the Balaton Tourism Development Region

Szerzők: Lőrincz Katalin¹ – Banász Zsuzsanna² – Vizi István György³ – Princzinger Péter⁴

A tanulmány célja a kerékpáros turizmus háttérterületeken való fejlesztésének megalapozása a Balaton turisztikai térségben; továbbá ennek kapcsán a kerékpározás iránti kereslet, a kerékpáros motivációk és attitűdök feltérképezése. A 2019 novembere és 2020 januárja között lezajlott felmérés részeként – online kérdőív segítségével – 1 087 fős értékelhető minta állt elő a rendszeresen kerékpározók, illetve aktív életmódot folytatók köréből. Ezen felül a célcsoportban érintettekkel, illetve kerékpáros szolgáltatókkal és döntéshozókkal 6 fókuszcsoportos, valamint 23 strukturált interjúra került sor. Az eredmények iránymutatásként szolgálhatnak nemcsak a már létező kerékpáros utak fejlesztéséhez (Balatoni Bringakör), hanem a „Balatoni kerékpáros turisztikai szolgáltatás fejlesztése” megnevezésű projekt keretében kijelölésre kerülő, a parttól távolabb eső, összesen mintegy 600 km hosszú kerékpáros túraútvonalak és a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatások kialakításához is. A fejlesztés alapvetően a térség turizmusának területi és időbeli koncentrációját csökkenti, valamint hozzájárul a balatoni turizmus fenntartható fejlesztéséhez.

The aim of this study is to show those features actually in demand for cycling tourism in the Lake Balaton Tourism Region in Hungary. The investigations relies on a new approach to the issues of attraction and product development relating to a destination. It is, of course, most important to take consumer preferences into account together with the motives of the particular groups of cyclists or active cycling tourists. Online surveys were carried out in November/December 2019 and produced a valid sample of cyclists and active consumers of 1 087 completed questionnaires. Further, six focus group interviews and 23 structured interviews were organized among cycling professionals, service providers and stakeholders. The results should contribute to the development of cycling routes: the recent Balaton Cycling Tour by the lake shore and the planned 600 km-long cycling-pathway network in the hinterland. This sustainable approach of tourism product development also provides an opportunity to reduce the spatial and seasonal concentration of Balaton tourism – an overwhelmingly summertime activity.

¹ egyetemi docens, Pannon Egyetem, lorincz.katalin@gtk.uni-pannon.hu

² egyetemi docens, Pannon Egyetem, banasz.zsuzsanna@gtk.uni-pannon.hu

³ címzetes egyetemi docens, Pannon Egyetem, vizi.istvan@gtk.uni-pannon.hu

⁴ kuratóriumi elnök, Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány, princzinger.peter@magyarturistikaiszovetseg.hu

Kulcsszavak: Balaton, kerékpáros turizmus, keresleti jellemzők, túraútvonalak, szolgáltatásfejlesztés.

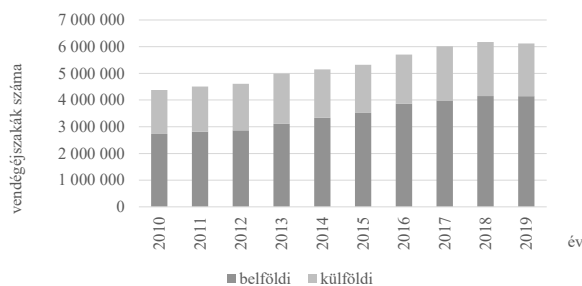
Keywords: Lake Balaton, cycle tourism, cycling tourists, cycle routes, service development.

1. Bevezetés

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (továbbiakban NTS 2030) rendszerében az aktív és természeti turizmus, mint *klasszikus turisztikai termék* alterméke a kerékpáros turizmus. Magyarország aktív turisztikai USP-jének (egyedi terméktulajdonság, különlegesség) elemei közé tartoznak a körbekerékpározható tavak (például Balaton, Velencei-tó, Tisza-tó, Fertő-tó) és a változatos táji környezet. Az NTS 2030 kimondja, hogy Magyarország turisztikai potenciáljának növelése a turisztikai desztinációkban rejlik (MTÜ 2017). A vidéki Magyarországon ezen desztinációs logika zászlóshajója a Balaton térsége, mely 2016-ban *kiemelt turisztikai fejlesztési térség* (GOV 2016) besorolást kapott, 2020-ban pedig a nevesített turisztikai térségek közé sorolták. A Balaton hazánk legkedveltebb és legismertebb nyaralóhelye, a belföldi utazók legnépszerűbb úti célja (1. ábra).

1. ábra

Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken a Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térségben (2010-2019)



Forrás: KSH (2020)

A külföldi vendégek tekintetében a Balaton régió a második legnépszerűbb térség. Az elmúlt 10 év adatait megvizsgálva elmondható, hogy a kereskedelmi szálláshelyeken a balatoni vendégéjszakák számában 2010-től folyamatos, stabil mennyiségi növekedés tapasztalható. 2013-ban a vendégéjszakák száma már meghaladta a válság előtt mért adatokat, 2014-ben pedig már több, mint 5 millió vendégéjszaka generálódott. Az összes vendégéjszaka belüli *belföldi vendégéjszakák arányának* folyamatos emelkedése figyelhető meg (KSH 2020). A korábbi évekhez (2010-2016) hasonlóan a Balaton

desztinációba érkezők több mint háromnegyede (77%) belföldi vendég volt, az általuk eltöltött vendégéjszakák az összes balatoni vendégéjszaka kétharmadát (68%) tették ki. Közép-Európa legnagyobb tava 365 napon keresztül az egyes évszakokhoz igazodó, növekvő minőségű élményekkel és emelkedő szolgáltatói színvonalú turisztikai kínálat, páratlan természeti látványosságokkal és kulturális attrakciókkal, programokkal várja az ideérkezőket.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1. A KERÉKPÁROS TURIZMUS, MINT AKTÍV TERMÉK KERESLETI ÉS KÍNÁLATI TRENDJEI

A turizmus a XXI. század egyik legdinamikusabban növekvő iparága, mely jelenség a globális gazdaság és társadalom nagy részét érinti. A totális turizmus kialakulásával párhuzamosan a szektort kutatók részéről is megnőtt az igény e komplex rendszer különböző tényezőivel kapcsolatos információszerezésre. A kutatási területek között kiemelt szerepe van a *fogyasztói szokások és motivációknak*, valamint a turizmushoz való hozzáállás felmérésének (ETMINANI-GHASRODASHTI et al. 2018). Külföldi kutatók véleménye szerint az aktív vagy fizikai tevékenységen alapuló turizmus rendkívül szorosan kapcsolódik a turizmus legújabb trendjeihez. A turisztikai kereslet szempontjából nézve az utóbbi évtizedekben felértékelődött, fontossá vált a tapasztalatok keresése (DELPY-NIEROTTI 2003, COGHLAN-FILO 2013). A turisták egyre nagyobb aránya kívánja aktívabb és felelősebb módon eltölteni a kikapcsolódásra szánt időt, ami egyben azt is jelenti, hogy több élményre és tevékenységekre van szükségük. Ez az aktívabb, tevékenységgel teli életmód hozzájárulhat a *flow* élmény eléréséhez is, mely összességében boldogabb életet eredményezhet (CSÍKSZENTMIHÁLYI 2001, CSÍKSZENTMIHÁLYI-SELEGA 1990).

A turizmus keresleti trendje szorosan kapcsolódik a társadalmi és demográfiai változásokhoz, úgymint az időskorúak arányának növekedése, a családi struktúra megváltozása, az oktatás szintjének általános növekedése, valamint a tanulási és tudásigény növekedése. Mindezek pozitívan befolyásolják a turisták számát, akik érdeklődnek és részt vesznek az aktív turizmusban (TÖRŐCSIK-CSAPÓ 2018). A fent említett trendekkel párhuzamosan ki kell emelnünk az egyik legfrissebbet, nevezetesen az egészségtudatos életmódot, amely jól illeszthető az aktív turizmushoz (BUCKLEY 2010, CSAPÓ-GONDA 2019).

Számos tanulmány bizonyítja, hogy a kerékpározás a legkedveltebb szabadidős tevékenység-

gek közé sorolható, így a kerékpáros turizmus az egyik legnépszerűbb aktív turisztikai termék (BAKOGIANNIS et al. 2020, ŠTASTNÁ et al. 2018, KAPLAN et al. 2015, WATTHANAKLANG et al. 2016). Az angol terminológiában erre a turisztikai termékre gyakran hivatkoznak úgy, mint kerékpáros turizmus (cycling tourism), kerékpáros túra (bicycle touring) vagy kerékpár turizmus (bicycle tourism). A kerékpáros turizmus növekvő jelentőségét LAMONT írja le jól, aki azt állítja, hogy „a kerékpározás és a turizmus közötti kapcsolat egyre inkább a tudományos figyelem középpontjába kerül, mivel a kerékpározás mint rekreációs, szabadidős és sporttevékenység szerepe nő” (LAMONT 2009:5).

A kerékpáros turizmus fogalmával kapcsolatban számos definíció lehatárolás született. Az Európai Parlament megbízásából 2012-ben készült tanulmány (EUROVELO 2012) a vidéki területeken és a városokban egyaránt megtalálható kerékpáros turizmusként értelmezi azt, amikor az utazók szabadidős céllal közlekednek kerékpárral. Ezen belül az alábbi fő kategóriákat emeli ki:

- *kerékpáros, szabadidős célú utazás* (legalább egyéjszakás tartózkodással járó utazás, amelynek fő motivációja a kerékpározás),
- *utazás közbeni kerékpározás* (napi kerékpáros kirándulások az utazás során, amelyek az élmény részét képezik),
- *egynapos kerékpáros kirándulás* (legalább háromórás, szabadidős célú, otthonról tett kerékpáros kirándulás) (EUROVELO 2012, idézi SÜLYOK-MAGYAR 2014).

Egy másik meghatározás szerint a kerékpáros turizmus olyan tevékenység, amely a kerékpározáson részben, mint közlekedési módon, részben, mint kikapcsolódási formán alapszik, és turisztikai szolgáltatások igénybevételével, továbbá 24 órán túlnyúló, lakóhelyen kívüli tartózkodással jár (FARKAS-BALOGH 2001).

A kerékpáros turizmus iránti növekvő kereslet és fogyasztói érdeklődés világszerte érzékelhető, főként az 1990-es évek végétől, melyet a globális kerékpárértékesítés növekvő mértéke is alátámasztott (RITCHIE 1998). RITCHIE és HALL 1999-ben megállapították, hogy a szabadidős- és rekreációs kerékpározást támogató infrastruktúra fejlesztése, valamint a turizmusösztönzés egyre inkább elterjedt. A tervezők és a politikai döntéshozók felismerték, hogy a kerékpározás hozzájárulhat a gazdasági fellendüléshez, különösen a vidéki közösségekben (RITCHIE-HALL 1999:6).

Magyarország adottságai kiválóak a kerékpáros turizmus szempontjából. Az ország természeti szépségeiben, műemlékeiben, népi építészeti értékekben gazdag, és változatos, látványos táji ér-

tékekkel rendelkezik egymáshoz viszonylagos közelségben, így hosszabb kerékpáros túrával több tájegység is felfűzhető egy-egy kirándulás útvonalára. Az ország domborzati viszonyainak köszönhetően a kerékpáros túrák feltételei széles körben, például családok számára is adottak. Az éghajlat évi 6-8 hónapos szezont tesz lehetővé, a csapadékos, ezért kerékpározásra kevésbé alkalmas napok száma alacsony (SÜLYOK-MAGYAR 2014).

2.2. A „BALATONI KERÉKPÁROS TURISZTIKAI SZOLGÁLTATÁS FEJLESZTÉSE” C. PROJEKT

A „Balatoni kerékpáros turisztikai szolgáltatás fejlesztése” megnevezésű projekt (GINOP-7.1.9.-2018-00012) általános célja – a térség kerékpáros turisztikai vonzerejének növelésével – a desztináció újrapozicionálásának támogatása, a mérhető kerékpáros látogatószám növelése, a térségi (háttértelepülések bekapcsolása) és időbeli koncentráció (szezonalitás) csökkentése, illetve egy új kerékpáros élmény, egy aktív turisztikai attrakció létrehozása a Balaton környezetében. Kiemelt cél, hogy a bővítésre kijelölt, a parttól távolabb eső kerékpáros útvonalak (kerékpáros hurkok) a változatos táji környezetben új vizuális esztétikai élményt nyújtsanak (MTÜ 2019).

Az új kerékpáros útvonalak kijelölésével a 220 km hosszú Balatoni Bringakörúthoz kapcsolódóan körülbelül 600 km-nyi, magas minőségű alapszolgáltatással működő kerékpáros túraútvonal-hálózat jön létre, amely révén a vendégéjszakák számának növekedése várható, mind a belföldi, mind a külföldi turisták tekintetében. Az új hálózatnak köszönhetően javul a desztinációban található attrakciók megközelíthetősége, továbbá számítani lehet a látogatószámuk növekedésére. Az útvonalak révén a kerékpáros turizmus valamennyi – esz- közben (országúti, trekking, MTB, családi, e-bike, stb.), edzettségben és életkorban eltérő – szegmensének új útvonalak állnak rendelkezésére. A fejlesztés földrajzilag öt területi elemre bontható: Balatoni Bringakörút fejlesztése, Balaton déli part, Balaton-felvidék, Nyugat-Balaton – Kis-Balaton térség, valamint az erdei élményútvonal.

A projekt elsősorban a kerékpáros turisták vagy aktív életmódot folytató vendégek részére fog alternatívát kínálni, akár az őszi-tavaszi időszakra vonatkozóan, amellyel hozzájárul a főszezonon kívüli turizmus mennyiségi és minőségi bővüléséhez. A fejlesztés elősegíti a helyi foglalkoztatás bővülését, a meglévő munkahelyek megtartását és a munkapiaci kereslet szezonális csökkenését, így közvetetten hatással lehet az elvándorlás csökkentésére és a helyi lakosság életminőségére (MTÜ 2019).

3. Módszertan

A tanulmány célja a balatoni kerékpáros turizmus iránti kereslet, a kerékpáros motivációk és attitűdök feltérképezése. A 2019 novembere és 2020 januárja között zajló felmérés részeként – online kérdőív segítségével – 1 087 fős értékelhető minta állt elő a rendszeresen kerékpározók, illetve az aktív életmódot folytatók köréből. A kérdőív kitöltésére a turizmussal, a kerékpározással (túra- és versenykerékpár) kapcsolatos honlapokon, facebook csoportokon, levelező listákon keresztül kértük az aktívakat. Ezen felül kerékpáros szolgáltatókkal és döntéshozókkal 6 fókuszcsoporthoz (csoportonként 8-10 fős), valamint 23 strukturált interjúra került sor. Az eredmények összesítve, anonim módon kerültek feldolgozásra.

3.1. A KVALITATÍV FELMÉRÉSEK MÓDSZERTANA

A fókuszcsoporthoz vizsgálat és a strukturált interjú célja a problémafeltárás, a kerékpáros turizmus presztízsével, keresleti és szolgáltatói oldalával, trendjeivel kapcsolatos jelenségek megértése volt. A fókuszcsoporthoz vizsgálat során a résztvevők három nagyobb témakörrel (kerékpáros trendek, kerékpáros vendégkör bemutatása, kerékpáros szolgáltatások fejlesztése) fejthették ki véleményüket. A fókuszcsoporthoz kifejezetten a kerékpáros motivációval rendelkező és gyakran kerékpározó személyek kerültek, akik eltérő életstílussal és demográfiai jellemzőkkel rendelkeztek. Foglalkozásukat tekintve (közvetlenül) szolgáltatóként vagy (közvetve) döntéshozói szinten kapcsolódnak a kerékpáros turizmushoz: kerékpáros bolt, kerékpárszerviz és -kölcsonzó üzemeltető, túra- és verseny szervező, településfejlesztő, önkormányzati szint képviselője, turisztikai szolgáltató, turisztikai egyesület képviselője, Tourinform munkatárs, kerékpáros egyesület vezetője, spinning edző, hobbi kerékpáros. Minden helyszínen azonos kérdések hangzottak el, egy-egy fókuszcsoporthoz megbeszélés 1,5-2 óráig tartott. A fókuszcsoporthoz vizsgálat 5 helyszínen (Balatonföldvár, Balatonfüred, Hévíz, Keszthely, Veszprém) összesen 6 csoporttal zajlott.

A strukturált interjú keretében a mélyinterjú egyik sajátos típusát, a szakértői interjút választottuk, mely személyenként 1,5-2 órás időt ölelt fel. Kifejezetten a kerékpározásban, a kerékpáros turizmusból jártas egyének (projektvezető, döntéshozó, kerékpáros turizmusból érintett vállalkozások, túra- és verseny szervezők, erdészetek képviselői, közlekedési vállalatok munkatársai, kerékpáros egyesületek, szakemberek, egyéb érdekcsoportok képviselői) véleményét kívántuk megismerni. Az első 8 főt követően a megkérdezettek az úgyneve-

zett hólabda módszerrel kerültek a mintába, azaz a szakemberek őket ajánlották. A teljes mintát 23 fő képezte, akikkel előzetes egyeztetés után személyesen (19 esetben) és telefonon (3 esetben) zajlottak le az interjúk.

3.2. A KVANTITATÍV FELMÉRÉSEK MÓDSZERTANA

2019 novembere és 2020 januárja között két kérdőív keretében gyűjtöttünk adatot a magyar lakosság kerékpározási szokásairól, melyekből 1 087 fős értékelhető mintánk származott:

- 809 fő rendszeresen kerékpározó (a továbbiakban: kerékpárosok): „Kerékpározom: a kerékpárt rendszeresen használom, legalább havonta egyszer biciklizek.”
- 278 fő aktív életmódot folytató: „Aktív életmódot folytatók, de nem kerékpározók rendszeresen (évente csak néhányszor kerékpározok vagy érdekel a lehetőség).”

A 2. ábra kutatási modellje egyrészt tömören bemutatja e két kérdőív kérdéseinek fókuszát, másrészt szemlélteti, hogy a kapcsolatvizsgálatok során mit kívántunk magyarázni, hol kerestük az összefüggéseket.

2. ábra

Kutatási modell: a kérdőív kérdései közül a potenciális magyarázó és a magyarázni kívánt változók



Forrás: saját szerkesztés

A kérdőívek elemzése leíró statisztikákkal és kapcsolatvizsgálatokkal történt. Leíró statisztikákkal vizsgáltuk meg a válaszokat a kérdőív minden egyes kérdésére vonatkozóan, nevezetesen az adott válasz gyakoriságát (fő), megoszlását (%), amelyik kérdésnél ez értelmezhető, ott a válaszok átlagát, relatív szórását (az egyes válaszoknak az átlagtól való átlagos eltérését, %-ban kifejezve), valamint értelmeztük a móduszát (a leggyakrabban előforduló, azaz a tipikus választ) is. A nyílt kérdésekre adott válaszokat kategóriákba soroltuk, majd e kategóriák említésének gyakoriságát vizsgáltuk.

Kapcsolatvizsgálatok segítségével (a kapcsolaterősséget mérő Cramer mutatóval, illetve a Kendall-féle tau értékkel) arra a kérdésre kerestük a választ, hogy milyen erősen függnek össze az egyes zárt kérdésekre adott válaszok. A Cramer mutatót (C) asszociációs kapcsolatok erősségének kimutatására alkalmazzuk, mely 0 és 1 közötti értéket vehet fel. A Kendall-féle taut (τ) rangkorrelációs kapcsolatok esetén használjuk, e mutató határai -1 és 1. Mindkét mutató (C, τ) abszolút értéke adja meg a kapcsolat erősségét (minél közelebb van az 1-hez, annál erősebb kapcsolatot jelez). A Kendall-féle τ előjele a kapcsolat irányát is megadja. E kapcsolatvizsgálatok eredményeit 5%-os szignifikancia-szinten értelmezzük (95%-os megbízhatósági szinten). A kérdőívnek azokat a kérdéseit, ahol több választ is jelölhettek a válaszadók, a kapcsolatvizsgálatok során külön kezeltük, ezáltal összesen 8 878 db lehetséges kapcsolatot elemeztünk. Az eredmények teljes körű közzétevése meghaladja e tanulmány kereteit, ezért csak a legérdekesebb szignifikáns kapcsolatok esetén ismertetjük a kapcsolatok erősségét mérő mutatók értékeit.

4. Eredmények

A kérdőíves vizsgálat, a fókuszcsoportos felmérés és a strukturált interjúk eredményeit három témakörbe csoportosítva mutatjuk be. Először a kerékpáros turizmus presztízsére, a balatoni térség erősségére és gyengeségére, valamint a trendjeire vonatkozó eredményeket ismertetjük, majd áttérünk a kerékpáros kereslet jellemzőinek (motivációk és attitűdök) összefoglalására, végül a kerékpártúra-hálózat fejlesztésével kapcsolatos javaslatokat mutatjuk be.

4.1. A KERÉKPÁROS TURIZMUS PRESZTÍZSE

A kerékpáros turizmus presztízsének megítélése kettős: egyszerre negatív (lesajnáló, ironikus) és pozitív (trendi). Egyfelől a turizmus szakmában, a szakpolitika szintjén, többnyire a háttérbe sorolják, a kerékpáros turistákat alacsony fizetőképessé-

ségű keresletnek, a kerékpáros turizmust pedig alacsony jövedelemtermelő terméknek titulálva. Sokan pejoratív jelzőket használnak a kerékpárosokkal szemben. Megszólják az öltözködésüket, a termékhez gyenge színvonalú szolgáltatást kapcsolnak. Számtalan esetben a kerékpározás közlekedési konfliktusok forrása, így a bringásokat gyakran a „hülye öngyilkosjelölt”, esetleg a „nincs pénze autóra” kifejezésekkel illetik. Kifejezetten a (nagy)városban biciklizni, a kerékpárt munkába járásra használni nem feltétlenül trendi, hiszen a többségi társadalom lenézi őket, „anyagilag szegény emberek”-nek nevezve őket.

Másrészt a kerékpáros turizmus beilleszthető az egészségtudatos szemléletbe, a szezonon kívüli tevékenységbe. Maga a kerékpározás (városi közlekedésen kívül) egy trendi szabadidős hobbi, melynek népszerűsége egyre nő. Elsősorban a városi (urbánus, iskolázott) lakosok körében fontos, ők a szabadság érzetét, az élményszerzést, az aktivitást hangsúlyozzák. A kerékpáros túrázás, a kerékpáros versenyek világa a „menőség” kategóriába sorolható, melyet a XXI. századi individualizmus tovább erősít. A szabadidős kerékpározásnak van presztízse és (a középkorúak, elsősorban a vállalkozók közül) egyre többen vásárolnak eBike-ot. Magyarországon egyértelműen a Balaton az első számú belföldi kerékpáros célpont. Összességében a kerékpáros turizmus kettősségének megítélését pontosan írják le a következő ellentétpárok: *jómódú réteg – proli vonal* vagy *profi bringás – amatőr, de lelkes kezdő*.

4.2. A BALATONI KERÉKPÁROZÁS JELLEMZŐI ÉS TRENDJEI

A balatoni kerékpáros turizmus erősségei közé sorolható annak helyszíne, mivel a Balaton régió egy természeti gyöngyszem, kiváló túraterep, ahol szép környezetben (nemzeti park, geopark, természetvédelmi terület) tiszta levegőt szívhathatnak a bringások a sok különféle attrakció meglátogatása során. A bringázás itt különleges szabadságot ad, hisz a térség leoptimalisabban kerékpárral fedezhető fel. A Balaton-felvidéket többen a „kis Toszkána” kifejezéssel illették a csodálatos attrakciók, a kiváló gasztronómia, a gyógyfürdők és a borok miatt. Egy másik vélemény szerint a Balaton térsége a „szelíd szépségek hazája”, mellyel a kanyargós utakra, a legyőzhető szintkülönbségekre és a változatos tájegységekre (Keszthelyi-hegység, Kis-Balaton, Káli-medence, Tihanyi-félsziget) utalt.

A térség kerékpáros szemmel nézve kevésbé forgalmas, mint egy nagyváros, a közvetlen tóparttól eltávolodva sok kis mellékút van, valamint a kis falvakat alacsony forgalmú utak kötik össze,

s ezeken a településeken a főszezonban számos vendéglátóhely üzemel. A Balaton térsége domborzatának is köszönhetően egyedülálló panorámával rendelkezik (például a régi római út Aszófőtől egészen Káptalanfüredig), mely a háttértelepülések felfedezésekor nyújt élményt. A balatoni régióról elmondható, hogy itt akár egy heti programot könnyen meg lehet tervezni, azaz ideális terepe a túrakerékpározásnak. A kerékpáros turisták száma folyamatosan, dinamikusan növekszik.

A balatoni kerékpáros turizmus gyengeségeinek legkritikusabb eleme maga az út: a kerékpáros úthálózat hossza, minősége és a nyári szezonban tapasztalható leterheltsége, biztonsága. A gyengeségek között kiemelkedő szerepet kaptak a Balatoni Bringakörön és a Balaton környéki közutakon tapasztalt úthibák, a hiányzó szakaszok, az autós közlekedési morál és a szolgáltatói infrastruktúra hiányosságai (elektromos töltőhálózat, szállásfoglalás egy éjszakára). A háttérterületen vannak nehéz terepviszonyok, nagyobb emelkedők, melyek a jelenlegi útvonalvezetéssel vagy hagyományos kerékpárral az „átlagember számára” nem vonzóak. A válaszadók 74%-a (17 fő) hiányolta a kerékpáros klubokat és a (kerékpározást népszerűsítő) rendezvényeket, illetve azt hangsúlyozták, hogy a balatoni kerékpározás jelenleg kizárólag a Balatoni Bringakört jelenti. A kutatásban résztvevők véleménye szerint az ide érkező vendégek számára Ausztria, Szlovénia és Olaszország kerékpáros kínálata az etalon, sok esetben a bringások ehhez mérik a balatoni lehetőségeket.

A kerékpárosok döntő többsége nem ismeri a tóparttól távolabb eső háttérterületeket: „félnek, hogy eltévednek”. A trend az, hogy a fizikailag edzettebb bringások új kihívásokat, élményeket keresnek. A területi koncentráció oldása miatt is szükség van a széleskörű és hatékony informáci-

ónyújtásra (a déli parton például Balatonfenyves, Fonyód, Nagyberek térségében). A naprakész, online elérhető információk meglete fontos a kerékpáros célcsoportnál, hiszen az információszerzés egyre inkább az online irányba tolódik.

A trendekkel kapcsolatban kijelenthető, hogy a Balaton térségében a szabadidős kerékpározásra „igény van”. Ez a divatos aktivitás egyben a fenntarthatóságot és az egészségmegőrzést is támogatja. A kerékpározás mellett nyáron (strandidő esetén) keresett kiegészítő program a fürdőzés. Szezonon kívül a vallási, az öko-, a bor- és gasztronómiai turizmussal, illetve a városnézéssel kombinálható, valamint vonzerőt jelentenek még a kilátók. A balatoni kerékpározás további erőssége a kiépített bicikliúton a „Balatonkerülő imázs”, mely kapcsán a válaszadók a meglévő szolgáltatásokat, szervízpontokat, kölcsönzőket hangsúlyozták, valamint a kormányzati és önkormányzati oldalról tapasztalható fejlesztési szándékot említették.

A Balaton térségben a túrázás mellett jelen van kerékpár használatának egy másik módja is: a vendégek, nyaralók vagy a helyi lakosság alapvetően közlekedésre, a településen belüli mobilitásra (nyaraló-lakóhely és bolt-strand között) használja a kerékpárt, a zsúfoltságot és a parkolási nehézségeket elkerülendő. A kerékpár jó megoldás a borturizmus (pincelátogatás, borkóstolás) iránt érdeklődők részére is, mert ebben az esetben (mértékkel) lehet alkoholt fogyasztani (amennyiben a kerékpáros képes a kerékpár biztonságos vezetésére).

4.3. A BALATONI KERÉKPÁROS TURIZMUS BELFÖLDI KERESLETE: A KERÉKPÁROS MOTIVÁCIÓK ÉS ATTITÜDÖK FELTÉRKÉPEZÉSE

A továbbiakban áttérünk a belföldi kerékpáros kereslet bemutatására. Kik és hogyan kerékpároznak

1. táblázat

A Balaton térség belföldi kerékpáros vendégeinek szegmentációja

Kerékpár típusa, cél	Időbeni logika	Fizikai aktivitás	Motiváció
Sport: akár edzés is országúton (országúti kerékpár).	Egynapos út, kisebb kör. Átlagban 60-80 km, például Keszthely-Kis-Balaton vagy Balaton félkör.	Egész napos (néha tókerülő) túrát tesz, néhány rövid pihenővel. Fontos a teljesítmény, a sportérték.	Az extrém kihívás a fontos (nem bringaúton megy), egyéni kerékpáros (egyedül vagy kisebb baráti társasággal).
Szabadidő: hegyi/terep kerékpár (mountain bike) – itt sokszor az erdészetek irányítanak.	Félnapos út. Átlagban 25-30 km, például Keszthely-Rezi vár és vissza vagy Balatonfüred-Tihany.	9-17 óra között bringázik, délben pihenővel. Napi max. 50 km: bringázás = élmény.	Szervezett bringások, nekik az élmény a fontos (többször megállnak enni, inni, fürdeni).
Család, baráti társaság, céges bringa (trekking). A parkolás fontos (kiinduló pont a parkoló), megbízható információ, WC, áramforrás.	Egy vagy néhány órás út. Közlekedésre, helyi mobilitásra használja (strand, bolt, pincészet) vagy rövid kirándulást tesz (látóhelyhez).	Íróasztal mellett ül egész nap, ezért csak alkalomszerűen, rövidebb távon kerékpároznak. Napi max. 30 km.	Vendégek, nyaralók vagy helyi lakosság. Helyi közlekedés, településen belüli mobilitás (nyaraló-lakóhely és bolt-strand-pince között).

Forrás: saját kutatás

a Balaton térségben? Akik nem bringáznak, azok milyen okokra hivatkoznak? A Balaton térség kerékpáros vendégeit több szempont alapján lehet csoportosítani. A küldőterület (belföld, külföld) mellett a kerékpár típusa (országúti, mountain bike vagy trekking), a kerékpározással kapcsolatos időtöltés hossza, a kerékpáros fizikai állapota, illetve a motiváció szerint. Az 1. táblázat ezt mutatja be.

Az elmúlt évtized egyik tapasztalata, hogy a belföldi turisták a wellness hoteleket és szolgáltatásokat egész évben, míg a vízparti üdülést (Balaton, strandok, szabadtéri fürdők) a nyári hónapokban (július és augusztus) keresik. A passzív pihenés mellett folyamatosan nő az igény az aktivitásra, mivel a vendégek egyre egészség tudatosabbak. Az interjúalanyok 78%-a (18 fő) egyetértett abban, hogy „ennek a folyamatnak még csak az elején tartunk”. Népszerű szabadidős időtöltés a kocogás, a gyalog- és kerékpártúra, melyek a Balatoni Bringakörön tömegessé (tókerülés, Balaton félkör) kezdenek válni szezon idején. A tapasztalatok alapján egyre több a „lelkes amatőr” kerékpáros, aki most kezdi a biciklizést. A Balatoni Bringakör teljesítése „bakancslistás” cél, „trendi” a belföldiek körében. A tókerülés kritikus pontja a nyári zsúfoltság, az útvonalvezetés (nincs látnivaló, félreérthető a kitáblázás) és a kiépített kerékpárút hiánya (például a déli parton a Zamárdi és Szántód közötti szakaszon). A tókerülő által igényelt, jellemzően egyéjszakás szállásfoglalási lehetőség nehezen kivitelezhető, ami a főszezonban még nehezebb. Mindez a túraútvonalak, úgynevezett *hálózatos hurkok* kijelölése révén megoldódik, hiszen ebben az esetben egy pontból (a szálláshelytől) lehet csilagtúrákat tenni.

A kerékpáros turizmus balatoni keresletét illetően – lakóhely, életkor és családi státusz alapján – elsősorban a városi lakosság (Budapest és vonzáskörzete, Dunántúl), a kisgyermekes családok (szülők és 14 év alatti gyerekek) és az *üres fészek korosztály* (középkorúak, 45+) a célcsoport. A válaszadók egyetértettek abban, miszerint az aktív, sportoló középkorúak esetében várható, hogy idősebb korukban is meg fogják tartani ezt a fogyasztási szokást. A 20-30 éves fiatal kerékpáros korosztályt elsősorban a 24 órás kihívások érdeklik, míg a másik verzióval, a 2-3 napos túrával, gyakorlatilag *kipipálják ezt a térséget*. Összetételét tekintve sok a felnőtt csapat, céges csoport vagy baráti társaság.

Időbeli koncentrációt tekintve kijelenthető, hogy a Balaton tipikus nyári desztináció. Az utóbbi néhány évben megfigyelhető a 365 napos desztinációvá válás irányába való eltolódás, elsősorban a május és a szeptember-október hónapok forgalmának növekedése. A szép őszi vagy melegebb tavaszi (hosszú) hétvégék kerékpáros forgalma 2017

óta megerősödött, a belföldiek számára viszont továbbra is visszatartó tényező az eső vagy az esős időjárás. Az interjúalanyok hangsúlyozták, hogy a tavasz és az ősz lett/lehet a kerékpáros és a gasztroturizmus hívószava. Kérdés, hogy az árnyékekedés hogyan tud minőségi változásokat magával hozni? A minőségi vendéglátás a Balaton régióban még nem fedezte fel magának a kerékpárosokat.

A BAHART statisztikája és a tapasztalatok alapján növekszik azok száma, akik a kerékpározást a hajózással, kompozással kombinálják. Forgalom alapján a legnépszerűbb kikötők: Badacsony, Balatonboglár, Balatonfüred, Fonyód, Keszthely, Révfülöp, Siófok, Szántód és Tihany. A személyhajózást vizsgálva a Fonyód és Badacsony közötti (kerékpár és bor kombináció), valamint a Szántód-Tihany (2019-ben közel 85 000 fő/év) útvonalon közlekedő komp a legnépszerűbb bringás szakasz.

A saját kerékpárral érkezők esetében megfigyelhető, hogy technikailag jobb minőségű kerékpárokat vásárolnak, a trekking típus dominál. A belföldi kerékpárosok igénybe veszik a kölcsönzőket is. Jellemzően a családok bérelnek, akik a főszezonban, hétvégén, hosszú hétvégén és az iskolai szünetekben jönnek. A párok általában jó minőségű bringákat keresnek, és a tapasztalatok alapján megnőtt a kereslet a négy órás időtartam alatti eBike igénybevételre.

Az aktív, de rendszeresen nem kerékpározóktól megkérdeztük, mind a fókuszcsoportokban, mind az interjúk során, valamint a kérdőívben is, hogy miért nem kerékpároznak? A kerékpározást elutasítók több okra szoktak hivatkozni, melyek lehetnek objektívek vagy szubjektívek. Az objektív indokok közé tartozik, hogy nincs saját kerékpárja (nem tud kerékpározni), nem tudja milyen típusú kerékpárt válasszon (nem ismeri a funkciót és a méretet), nincs rá ideje, egészségügyi problémája van, rossz az idő (jellemzően esik). Fontos visszatartó erő továbbá az infrastruktúra – jellemzően a kerékpárút – hiánya vagy rossz minősége (nem biztonságos tevékenység, nincs közlekedési kultúra). A kerékpáros szolgáltatás színvonala szintén többször előkerült: a vendégek nem elégedettek a kölcsönözhető kerékpárok minőségével, a kerékpártárolás módjával vagy a szálláshelyek foglalásának bizonytalanságával, a tervezési lehetőség hiányával („a szálláshelyek nem szeretik a Balaton térségében az egyéjszakás vendégeket”).

A kerékpározást elutasítók szubjektív indokai között szerepel a motiváció hiánya (önbizalomhiány, lustaság, nem trendi a mozgás, a kerékpározás presztízse alacsony, nincs igazán hagyománya). A wellnesshétvégékkel ellentétben a kerékpáros túrákról sokan nem szívesen posztolnak a facebookon, nem dicsekednek ezzel a típusú időtöltéssel

(jellemzően fizikai dolgozók, vidéken élők). Sokan nem hisznek magukban, félnek a biciklizéstől (a kerékpározás nem jellemző a környezetükben, mert nincs kerékpárút a lakóhelyükön) vagy nincs a kerékpártúrához megfelelő önbizalmuk, kondíciójuk. Az negatív megítélést erősítik azok a kifogások, miszerint a kerékpározás „piszkos”, „maga az eszköz poros”, illetve hogy „utálom a biciklit”. Többen úgy gondolkodnak, hogy ha kifejezetten pihenni jöttek a Balatonhoz, akkor abba „nem fér bele a fizikai aktivitás”, azaz a pihenés nem lehet aktív. A legtöbb ember nem tartja státuszszimbólumnak a kerékpárt.

Az elutasítók az okaik között megemlézték a jó kerékpáros élmény (félelem, autós közlekedés, közlekedési etikett a bringaúton, kitáblázás minősége/mennyisége, kevés az információ) és a kiszámíthatóság (nem tudja, hol van kerékpárút vagy kerékpározható út) hiányát. A kerékpározás „nehéz, fárasztó szabadidős tevékenység” – sokan arra panaszkodnak, hogy elfáradnak, nem hiszik el, hogy megfelelő kondícióval rendelkeznek a kerékpározáshoz (hosszúak az utak). Az elutasítók egy része úgy gondolja, hogy a kerékpározás leginkább az utcai bringát vagy a versenykerékpárt jelenti, sokan a biciklit, mint közlekedési eszközt ismerik csak.

4.4. FEJLESZTÉSI IRÁNYOK: A BALATONI KERÉKPÁRTÚRA-HÁLÓZAT KIALAKÍTÁSA

A balatoni kerékpáros turizmus fejlesztési irányait a következő területekben határozták meg a kutatásban résztvevők:

- **Kerékpárút:** alapvető feltétel a biztonságos (kitáblázott, karbantartott), összefüggő (szakaszonként körülbelül 30 km, kezdőknek 20-25 km a legideálisabb) kerékpárút. A felmérés

szerint „az infrastruktúra megléte, a karbantartott utak kijelölése húzza a keresletet” (bicikli, futás, gördeszka, görkorcsolya), vagy „ha van út, akkor jönni fognak a kerékpárosok”. Elvárás, hogy kombinálható (többfajta útmínőség, kerékpárszállítás módja, más közlekedési eszköz, szintkülönbség tervezése) legyen a hálózat.

- **Információ:** a Balaton térségben a legtöbb kerékpártúra egyénileg szervezett, ezt kell segíteni korrekt, naprakész információval, térképpel, kitáblázással. Az áttekinthető kerékpáros térképnek jeleznie kell az útvonal hosszát, a szintkülönbséget és mutatnia az út minőségét (aszfalt, döngölt, földút, murvás). Egyszerű, de jól értelmezhető jelzésekre, egységes útbaigazító táblákra van szükség.
- **Szolgáltatások:** a kerékpárbarát szállások alapvető kritériuma, hogy akár egy éjszakára is lehessen foglalni és rendelkezzen egy fedett, zárható (biztonságos) kerékpártárolóval, valamint néhány szerszámmal. A kerékpárút mentén a (fedett) pihenőhelyek, a nyilvános illemhely megléte és az ivóvízvételi lehetőség a legfontosabb.
- **Szemléletváltás:** a bringázás három évszakos tevékenység, amit a kommunikációban a tavasz és őszi hangsúlyozásával érdemes kiemelni. A cél, hogy itthon is trendi legyen a mozgás, a biciklizés, amihez a pejoratív sztereotípiák lebontása szükséges.

A hazai kerékpárosok, illetve aktív életmódot folytatók válaszaival alátámasztották a kerékpáros infrastruktúra és a szolgáltatásfejlesztés irányait. A Balaton térségre vonatkozóan feltett, a kerékpártúra hálózattal kapcsolatos, saját fejlesztési javaslatokat firtató nyílt kérdésekre összesen 533 válasz

3. ábra

A Balaton térség kerékpártúra-hálózatára vonatkozó fejlesztési javaslatok (n=533)



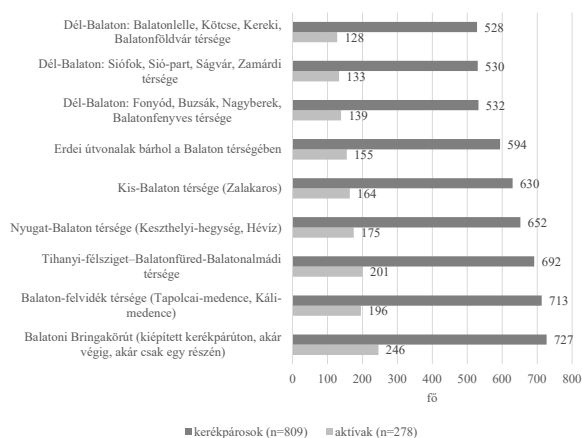
Forrás: saját szerkesztés

érkezett (3. ábra). A rendszeresen kerékpározók válaszaiban leggyakrabban említett kifejezések alapvetően átfedést mutatnak az aktív életmódot folytatók válaszaival: mindkét csoportnak nagyon fontos az *utak minősége és rendszeres karbantartása, a kerékpáros szolgáltatások (pihenőhely, szerviz, térkép, szállás) megléte, illetve az ivóvízvételi lehetőség.*

Mind a rendszeresen kerékpározók, mind az aktív életmódot folytatók kérdőívében szerepelt az a kérdés, hogy „a Balaton térségben milyen kerékpáros túraútvonalakat járna be szívesen?”. A felkínált 9 válaszlehetőség közül többet is bejelölhettek. Az összesített minta alapján elmondható, hogy a Balaton térségben megjelölt kilenc kerékpáros túraútvonal mindegyike iránt van érdeklődés. Sorrendbe helyezve a válaszokat látható (4. ábra), hogy a Balatoni Bringakörút a legnépszerűbb (kiépített útvonal, ezt ismerik), majd ezt követi a Balaton-felvidék (Tapolcai-medence, Káli-medence), illetve a Tihanyi-félsziget–Balatonfüred–Balatonalmádi térség.

4. ábra

A Balaton térségben a konkrét kerékpáros túraútvonalak iránti érdeklődés (db)



Forrás: saját szerkesztés

Az egyes kérdések közti kapcsolatok erősségére vonatkozóan több mint nyolcezer lehetséges kapcsolat erősségét vizsgáltuk meg. Mind a kerékpárosoknál, mind az aktív életmódot folytatóknál viszonylag kevés szignifikáns kapcsolat mutatkozott a demográfiai és a kerékpározási jellemzők között. A rendszeresen kerékpározóknál e szignifikáns kapcsolatok mindegyike gyenge. E kapcsolatok közül a legérdekesebb eredmény a válaszadók neme és aközött volt kimutatható, hogy mekkora távolságot szeret bejárni naponta a kerékpáros túrázás vagy kirándulás alkalmával (Cramer mutató = 0,3). A férfiak járnak be hossz-

szabb távolságot akár a rendszeres, akár a kerékpáros kirándulás alkalmával. Ez az eredmény összhangban van más hazai és európai uniós kutatásokkal, melyek azt igazolták, hogy mind a fizikai aktivitás, mind a sportolás területén a férfiak aktivitása magasabb (BÁCSNÉ BÁBA et al. 2020, BALATONI et al. 2019, ÁCS et al. 2017, RAJAPPAN et al. 2015, EC 2014, 2018, BERGIER et al. 2012).

5. Összefoglalás és következtetések

Az elmúlt 25 évben a balatoni turizmus átstrukturálódása volt megfigyelhető. A korábban jellemző egyprofilú, erősen szezonális jellegű, csak a vízparti lehetőségeket kiaknázó tömegturizmus helyett kibővültek, és magasabb színvonalra emelkedtek a szolgáltatások, többek között a wellness és az aktív turizmus kínálata területén, továbbá általános lett a meghosszabbított nyitvatartás. Önálló vonzerőként kiemelt fontosságúvá vált a kerékpározás, a bor és a gasztronómia, a minőségi, autentikus kínálat, az életminőséget hangsúlyozó életmód (slow living).

A Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térségében a 220 km hosszú Balatoni Bringakör komplex felújítása mellett fontos cél a háttérterületek fejlesztése, a 600 km hosszú kerékpáros túraútvonal-hálózat és a hozzá kapcsolódó szolgáltatások bővítése. A tanulmányban bemutatott, a belföldi kerékpáros kereslet jellemzőire vonatkozó eredmények alapvetően a balatoni kerékpáros turizmus további fejlesztéséhez, a területi és időbeli koncentráció csökkentéséhez nyújtanak segítséget, míg maga a felmérés az NTS 2030-ban megfogalmazott, új szemléletű attrakció- és alapinfrastruktúra-fejlesztési logika megalapozottságát tudja igazolni. A balatoni térségben ez a megközelítés egyrészt a fejlesztett attrakciók gazdasági, társadalmi, és környezeti fenntarthatóságához, másrészt az élményeken alapuló turizmushoz járul hozzá.

Az eredmények alapján elmondható, hogy Magyarországon a Balaton térség tekinthető az első számú, leglátogatottabb belföldi kerékpáros desztinációnak. Az évek óta bővülő hazai kerékpáros- és aktív életmódot folytató kereslet több ismérv (küldőterület, úti cél, időbeli logika, aktivitás, motiváció) alapján célcsoportokra bontható, melyek konkrét igényeire érdemes alapozni a fejlesztési projekt (biztonságos, összefüggő és kombinálható kerékpárút-hálózat kialakítása, információnyújtás, kerékpárbarát szolgáltatások, szemléletváltás) során.

Felhasznált irodalom

- ÁCS, P. – BERGIER, J. – SALONNA, F. – JUNGER, J. – GYURO, M. – SIMON-UGRON, Á. – WELKER, ZS. – MAKAI, A. (2017): Gender Differences in Physical Activity Among The University Students in the Visegrad (V4) Countries. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Education Artis Gymnasticae*. 62(1). pp. 5–17.
<https://doi.org/10.5114/hpc.2016.61363>
- BAKOIANNIS, E. – VLASTOS, T. – ATHANASOPOULOS, K. – VASSI, A. – CHRISTODOULOPOULOU, G. – KAROLEMEAS, C. – TSIGDINOS, S. – KYRIAKIDIS, C. – NOUTSOU, M.-S. – SITI, M. – PAPAGERASIMOU-KLIRONOMOU, T. – STROUMPOU, I. – TZIKA, E. (2020): Exploring Motivators and Deterrents of Cycling Tourism Using Qualitative Social Research Methods and Participative Analytical Hierarchy Process (AHP). *Sustainability*. 12(6). 2418.
<https://doi.org/10.3390/su12062418>
- BALATONI, I. – SZÉPNÉ VARGA, H. – MÜLLER, A. – KOVÁCS, S. – KOSZTIN, N. – CSERNOCH, L. (2019): Sporting habits of university students in Hungary. *Baltic Journal of Health and Physical Activity*, Supplement. 2. pp. 27–37.
<https://doi.org/10.29359/BJHPA.2019.Suppl.2.05>
- BÁCSNÉ BÁBA, É. – RÁTHONYI, G. – MÜLLER, A. – RÁTHONYI-ODOR, K. – BALOGH, P. – ÁDÁNY, R. – BÁCS, Z. (2020): Physical Activity of the Population of the Most Obese Country in Europe, Hungary. *Frontiers in Public Health*. 8. pp. 1–8.
<https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.00203>
- BERGIER, J. – KAPKA-SKRZYPCZAK, L. – BILIŃSKI, P. – PAPRZYCKI, P. – WOJTYŁA, A. (2012): Physical activity of Polish adolescents and young adults according to IPAQ: a population based study. *Annals of Agricultural and Environmental Medicine*. 19(1). pp. 109–115.
- BUCKLEY, R. C. (2010): *Adventure Tourism Management*. Elsevier, Amsterdam.
- COGHLAN, A. – FILO, K. (2013): Using constant comparison method and qualitative data to understand participants' experiences at the nexus of tourism, sport and charity events. *Tourism Management*. 35. pp. 122–131.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.06.007>
- CSAPÓ J. – GONDA T. (2019): A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 4. pp. 57–70.
<https://doi.org/10.15170/TVT.2019.04.04.06>
- CSÍKSZENTMIHÁLYI, M. – SELEG, I. (1990): Adventure and the Flow Experience. In: Miles, J. – Priest, S. (eds): *Adventure Education*. Venture Publishing, State College. pp. 149–155.
- CSÍKSZENTMIHÁLYI M. (2001): *Flow: Az áramlat. A tökéletes élmény pszichológiája*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- DELPY-NIEROTTI, L. (2003): An introduction to sport and adventure tourism. In: Hudson, S. (ed): *Sport and Adventure Tourism*. Haworth Hospitality Press, New York. pp. 1–26.
- EC (2014): Special Eurobarometer 412 – Sport and physical activity. *European Commission Report*.
<https://doi.org/10.2766/73002>
- EC (2018): Special Eurobarometer 472 – Sport and physical activity. *European Commission Report*.
<https://doi.org/10.2766/483047>
- ETMINANI-GHASRODASHTI, R. – PAYDAR, M. – ARDESHIRI, A. (2018): Recreational cycling in a coastal city: Investigating lifestyle, attitudes and built environment in cycling behavior. *Sustainable Cities and Society*. 39. pp. 241–251.
<https://doi.org/10.1016/j.scs.2018.02.037>
- FARKAS M. – BALOGH G. (2001): Két keréssel kevesebb, számtalan eredménnyel több! *Turizmus Bulletin*. 5(2). pp. 26–33.
- KAPLAN, S. – MANCA, F. – NIELSEN, T. A. S. – PRATO, C. G. (2015): Intentions to use bike-sharing for holiday cycling: An application of the Theory of Planned Behavior. *Tourism Management*. 47. pp. 34–46.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.017>
- LAMONT, M. (2009): Reinventing the Wheel: A Definitional Discussion of Bicycle Tourism. *Journal of Sport Tourism*. 14(1). pp. 5–23.
<https://doi.org/10.1080/14775080902847363>
- RAJAPPAN, R. – SELVAGANAPATHY, K. – LIEW, L. (2015): Physical activity level among university students: a cross-sectional survey. *International Journal of Physiotherapy and Research*. 3(6). pp. 1336–1343.
<http://dx.doi.org/10.16965/ijpr.2015.202>
- RITCHIE, B. W. – HALL, C. M. (1999): Bicycle Tourism and Regional Development: A New Zealand Case Study. *Anatolia*. 10(2). pp. 89–112.
<https://doi.org/10.1080/13032917.1999.9686974>
- RITCHIE, B. W. (1998): Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: Planning and management issues. *Tourism Management*. 19(6). pp. 567–582.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00063-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00063-6)
- ŠTASTNÁ, M. – VAISHAR, A. – ZAPLETALOVÁ, J. – ŠEVELOVÁ, M. (2018): Cycling: A benefit for health or just a means of transport? Case study Brno (Czech Republic) and its surroundings. *Transportation Research*. 55. pp. 219–233.
<https://doi.org/10.1016/j.trf.2018.02.006>

- SULYOK J. – MAGYAR ZS. (2014): Az aktív turizmus helyzete Magyarországon – Fókuszban a kerékpározás és a természetjárás. *Turizmus Bulletin*. 16(3–4). pp. 15–26. <https://mtu.gov.hu/documents/prod/15-26-Aktiv-turizmus.pdf>
- TÖRŐCSIK M. – CSAPÓ J. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó J.–Gerdesics V. – Törőcsik M. (szerk.): *Generációk a turizmusban*. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia Tanulmánykötete. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. pp. 8–22. https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/uploads/ntk/turizmusmarketing_tanulmanykotet_2018.pdf
- WATTHANAKLANG, D. – RATANAVARAHA, V. – CHATPATTANANAN, V. – JOMNONKWAO, S. (2016): Measuring the motivation to ride bicycles for tourism through a comparison of tourist attractions. *Transport Policy*. 52. pp. 153–163. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2016.08.004>
- Internetes források**
- EUROVELO (2012): *The European Cycle Route Network Eurovelo*. Study. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/JOIN/2012/474569/IPOL-TRAN_ET\(2012\)474569_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/JOIN/2012/474569/IPOL-TRAN_ET(2012)474569_EN.pdf), Letöltve: 2020. július 30.
- GOV 2016: 429/2016 (XII. 15.) *Kormányrendelet a turisztikai térségek és a kiemelt turisztikai fejlesztési térségek meghatározásáról*. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1600429.KOR&txtreferer=00000001.TXT>, Letöltve: 2020. augusztus 30.
- KSH (2020): Éves vendégforgalmi adatok 2013–2019. Gazdaságstatisztika, Turisztikai kereslet, a Balaton turizmusa (2013–2019). KSH/Adatok, kiadványok/Tájékoztatási adatbázis. <http://statinfo.ksh.hu/Statinfo/>, Letöltve: 2020. július 30.
- MTÜ (2017): *Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030*. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030.pdf, Letöltve: 2020. július 30.
- MTÜ (2019): Összefoglaló a GINOP-7.1.9-17 turisztikailag frekventált térségek integrált termék- és szolgáltatásfejlesztése című felhívás pályázatairól. Magyar Turisztikai Ügynökség. https://mtu.gov.hu/documents/prod/Ginop719_kiadva--ny_v4_javNZS_small_jav_20190617-frissi--tett.pdf, Letöltve: 2020. július 30.
-