17th International Scientific Conference 2025
Sessions of the Faculty of Economics and Informatics

https://doi.org/10.36007/5383.2026.279

A BALATON KÖRÜLI KERÉKPÁROSOK TÁRSADALMI PROFILJA ÉS MOTIVÁCIÓJA
THE SOCIAL PROFILE AND MOTIVATIONS OF BICYCLISTS AROUND LAKE BALATON

Violetta TURZÓ-NÉMETH[38] – László Anzelm BODROGAI[39] – László KULCSÁR[40]

ABSTRACT

The Active and Ecotourism Research Institute of the Applied Research and Innovation Center at Kodolányi University, in cooperation with BalatonBike365, conducted a survey among cyclists around Lake Balaton in the summer of 2024. The survey used a standard questionnaire, which was administered to cyclists along Lake Balaton and also reached the target group online through the databases of the most significant cycling organizations. The sample size was 833 people. The tourism and sociological survey examined the demographic and social characteristics of cycling tourists and their motivations for cycling, to provide information to businesses and service providers that come into contact with cycling tourists.

KEYWORDS

active tourism, cycling tourism, tourist destination, Balaton, social characteristics

BEVEZETŐ

Az aktív turizmus – amely a fizikai aktivitást és a természetközeli élményeket helyezi a középpontba – napjaink egyik legerőteljesebben fejlődő turisztikai ága. Kialakulása és népszerűvé válása szorosan összekapcsolódik a 20.század főbb társadalmi folyamatival. Az urbanizáció, az életminőség javulása, a foglalkoztatási szerkezetben történő változások mind-mind hozzájárultak ahhoz, hogy fellendüljön (Marton & Jónás-Berki, 2013). „Az új irányzatokhoz kapcsolódva az látszik, hogy az aktív turizmus világszerte egyre népszerűbb formája az utazással eltöltött szabadidőnek. Olyan lehetőségeket ad a tájak felfedezéséhez és az emberekkel való kapcsolatok kialakításához, melyet a „roadtrip" jellegű autós, buszos, lakókocsis túrák nem képesek megadni. Kisléptékben gondolkodik, a helyiekhez közel viszi a látogatókat és olyan szolgáltatásokat kínál, mely elsősorban a helyi vállalkozásoknak generál bevételt és a vidéki térségekben teremt

[38] Turzó-Németh A. Violetta, PhD.hallgató, Kodolányi János Egyetem, Alkalmazott Kutatási és Innovációs Központ, turzo-nemeth.violetta@kodolanyi.hu
[39] Dr. Bodrogai László Anzelm, igazgató, Kodolányi János Egyetem, Aktív-, és Ökoturisztikai Kutatóintézet, bodrogai.laszlo@kodolanyi.hu
[40] Prof. Dr. Kulcsár László, professzor emeritus, Kodolányi János Egyetem, Alkalmazott Kutatási és Innovációs Központ, igazgató, kulcsar.laszlo@kodolanyi.hu

munkalehetőséget. Fenntartható módon képes a látogatókat elkalauzolni egy-egy térség, régió felfedezésre váró attrakcióihoz és szolgáltatásaihoz. Mindemellett egészségmegőrző hatása is van, hisz a túrázók a túrák során fizikai aktivitást végeznek, a természeti környezet és a mozgás pedig a mentális egészségre is bizonyítottan jótékonyan hatnak." (Kulcsár et al.,2024, 4.old). Tehát a természeti és épített környezetben végzett szabadidős, mozgásos tevékenységek, például túrázás, kerékpározás, vízi sportok vagy síelés, nemcsak társadalmi egészségmegőrzés szempontjából, hanem gazdasági fellendüléséhez és a fenntartható turizmus fejlődéséhez is vezethet. A fentiek alapján látható, hogy az aktív turizmus Magyarországon is jelentős társadalmi és gazdasági szerepet tölt be.

Az aktív turizmus egyik legdinamikusabban fejlődő ága a kerékpáros turizmus, amely jelentős társadalmi, gazdasági és környezeti hatásokkal bír. A hazai szelíd domborzat, a bővülő infrastruktúra és szolgáltatások, a kitáblázott kerékpáros túraútvonal hálózat számos térség esetében nemzetközi szinten is egyre inkább vonzó. Ugyanakkor a Balaton térsége kiemelt célpont, ahol az utóbbi évek fejlesztései – például a BalatonBike365 projekt, melynek keretében kerékpáros útvonalak kerültek kijelölésre, valamint kerékpáros központok létesültek – elősegítették a kerékpáros infrastruktúra és szolgáltatások bővülését. A tanulmányt megalapozó kérdőíves kutatás célja annak feltárása volt, hogy kik a Balaton körül kerékpározó turisták, milyen társadalmi jellemzőkkel rendelkeznek, és milyen motivációk vezetik őket a túrázás során.

SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

Az elmúlt években az aktív turizmus és különösen a kerékpáros turizmus kutatása világszerte és Magyarországon is jelentős lendületet kapott. Ennek hátterében egyrészt a fenntartható és egészségtudatos életmód iránti növekvő igény, másrészt a pandémiát követő turisztikai átrendeződés áll, amely a szabadtéri, kisebb csoportos és természetközeli élmények felé terelte a keresletet (Wassler & Bitzer, 2021). Az aktív turizmus így nem csupán sporttevékenységet jelent, hanem komplex, élményalapú turisztikai terméket, amely ötvözi a rekreációt, a természetjárást, a kulturális élményeket és a fenntarthatósági szempontokat. Az aktív turizmus a helyi közösségek megerősödéséhez és az egészséges életmód elterjedéséhez járul hozzá, mely különösen megfigyelhető a vidéki térségekben. (Kovács & Michalkó, 2020).

A nemzetközi szakirodalomban a kerékpáros turizmus az elmúlt években több szempontból is újraértelmeződött. Ciascai (2022) átfogó irodalmi áttekintése kiemeli, hogy a kutatások három fő irányba koncentrálnak: a gazdasági hatásokra (helyi bevétel, szezonkiterjesztés), a környezeti és társadalmi aspektusokra (ökológiai lábnyom, közösségi integráció), valamint a felhasználói motivációkra és élménydimenziókra. A tanulmány hangsúlyozza, hogy a fenntartható kerékpáros turizmus alapfeltétele az integrált tervezés, amely ötvözi a közlekedési, rekreációs és turisztikai szempontokat. Az Európai Unió turizmusfejlesztési stratégiái is külön hangsúlyozzák a kerékpározás szerepét, amely támogatja az egészséges életmódot, elősegíti a fenntartható közlekedést, és hozzájárul a helyi gazdaság élénkítéséhez.

A motivációs és élményalapú kutatások közül kiemelkedik Chen (2023) taiwani vizsgálata, amely 428 kerékpáros turista tapasztalatát elemezte. Az eredmények szerint a szabadidős tevékenységhez való személyes kötődés és a környezeti tudatosság szoros kapcsolatban áll a pozitív desztinációészleléssel és a visszatérési szándékkal. Ez a kutatás alátámasztja, hogy a kerékpáros turizmus nem pusztán közlekedési forma, hanem identitáshoz és életstílushoz

kapcsolódó aktivitás, amely erősíti a helyi turisztikai márkákat is. Ezzel a nézettel van összhangban Bundság és munkatársainak kutatása, melyben különböző kerékpáros profilokat azonosítottak, és felhívták arra a figyelmet, hogy a desztinációk eltérő marketing- és szolgáltatási stratégiákkal célozzák meg ezeket, mert a kerékpáros turizmus sikeressége erősen függ a személyre szabott élményajánlatokkal (Bundság É., 2023).

A KUTATÁS MÓDSZERTANA

A Kodolányi János Egyetem Alkalmazott Kutatási és Innovációs Központjának Aktív- és Ökoturisztikai Kutatóintézete a BalatonBike365 szolgáltató együttműködésével 2024 nyarán és őszén kutatást végzett a Balaton körüli kerékpáros turisták körében. A felmérés során standard kérdőívet használtunk, a kérdések előre meghatározottak voltak, mindenkitől ugyanazt kérdeztük, ezzel elősegítve a könnyebb elemezhetőséget. A kérdőív egyrészt a Balaton mentén kerékpározók körében került lekérdezésre (567 fő), másrészt online (266 fő), a legjelentősebb kerékpáros szervezetek – BalatonBike365, a Balaton Bike Tour, az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ (AÖFK) és a Magyar Kerékpáros Turisztikai Szövetség (MAKETUSZ) – adatbázisán keresztül jutott el a célcsoporthoz. Az online adatfelvételt a Survey Monkey program bonyolította le, s az adatbázis Excel és IBM SPSS formátumokban vált elérhetővé. Az összes megkérdezett, tehát a minta nagysága 833 fő volt. A feldolgozás az IBM SPSS 27 programmal történt.

A kérdőíves kérdezést Balatonfüreden (87,7%) és Tihanyban (12,3%) bonyolítottuk le. A kérdezés egyik fele (46%) a nyári hónapok hétvégéire esett, beleértve szeptembert is, a másik fele (54%) pedig októberre. Ebben a hónapban az időjárás kedvezett a kérdezés lebonyolítására. A személyes kérdezésre összesen 11 alkalommal került sor Balatonfüreden és Tihanyban. Az adatfelvétel korlátai miatt – csak az említett két település útvonalán került sor a lekérdezésre, és ezen alkalmakkor nem minden kerékpározót kérdeztünk meg – nem tekinthető reprezentatívnak a kutatás. Ugyanakkor a társadalmi összetétel vizsgálata több szempontból is igen fontos információkkal szolgálhat. Nem mindegy ugyanis, hogy a kerékpározók milyen társadalmi rétegből tevődnek össze, hiszen a kapcsolódó szolgáltatások típusa, színvonala, a marketingmunka jellege és hatékonysága függ társadalmi összetételtől (pl. nem, életkor, iskolai végzettség). A két módszer, a személyes és online kérdőív együttes alkalmazása egyrészt lehetővé tette, hogy a Balaton körüli kerékpáros turizmusnak dinamikájáról alkossunk képet, megmutatva, hogy évente hogyan változott a kerékpárosok száma, társadalmi összetétele. Másfelől a két kérdőív eredményeinek összevetése megerősítheti azok érvényességét.

EREDMÉNYEK

A vizsgálat demográfiai adatai alapján egyértelműen megállapítható, hogy a Balaton térségében kerékpározó turisták körében jelentős férfi túlsúly figyelhető meg. Az életkori megoszlást tekintve a kerékpáros turisták túlnyomó többsége a negyven év feletti korosztályhoz tartozik, családi állapotukat tekintve házas, vagy élettársi kapcsolatban él. Az iskolai végzettség vizsgálata pedig azt mutatja, hogy a legmagasabb végzettséggel rendelkező csoport alkotja a minta többségét.

1. táblázat: A megkérdezett kerékpáros turisták társadalmi összetétele

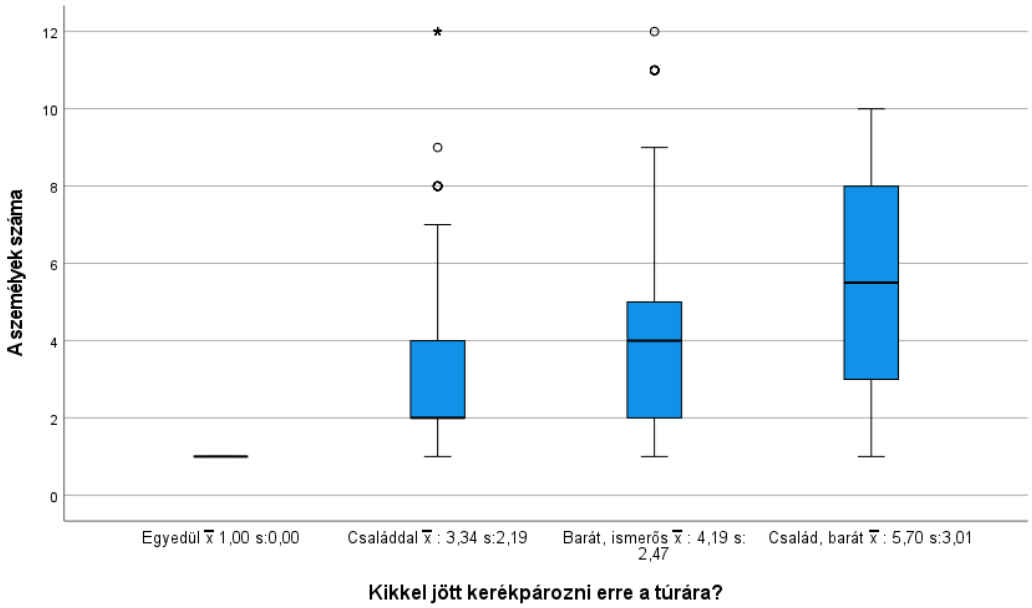
Társadalmi jellemző	Kategóriák	Százalékos arány
Nem	Férfi	65,5
	Nő	34,5
	Összesen	*100,0*
Életkor	30 év alatt	11,3
	30-39 év	21,2
	40-49 év	33,2
	50-59 év	25,3
	60 és idősebb	9,0
	Összesen	*100,0*
Iskolai végzettség	Általános iskola	5,1
	Középiskola	41,2
	Főiskola, egyetem	53,7
	Összesen	*100,0*
Családi állapot	Házas, élettársi viszony	64,3
	Nőtlen hajadon	23,9
	Elvált	10,6
	Özvegy	1,2
	Összesen	*100,0*

Forrás: saját szerkesztés

A Balatont választó kerékpáros turisták átfogó jellemzéséhez szükséges annak feltárása is, hogy honnan érkeznek, illetve kikkel együtt kerékpároznak, hiszen ezek a tényezők a térség vonzerejét tükrözik. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a Budapest–Balaton kerékpárút által közvetlenül érintett vármegyék – Pest, Fejér és Veszprém – a fővárossal együtt adják a kerékpáros turisták többségét. Ez rímel Michalkó (2012) turizmusföldrajzi megállapításaira, amelyek szerint a turisztikai áramlásokat jelentősen befolyásolja az elérhetőség és a közlekedési infrastruktúra. Ugyanakkor a Balaton vonzereje nem korlátozódik az ország határain belülre. A személyes lekérdezés során összesen 73 külföldi kerékpárost sikerült megkérdezni. Közülük 73,5% szomszédos országból érkezett, 23,2% távolabbi európai országból, míg 4,3% Európán kívüli térségből. Ez a megoszlás jól szemlélteti, hogy a Balaton nem csupán belföldi, hanem nemzetközi szinten is jelentős vonzerővel bír a kerékpáros turizmus számára.

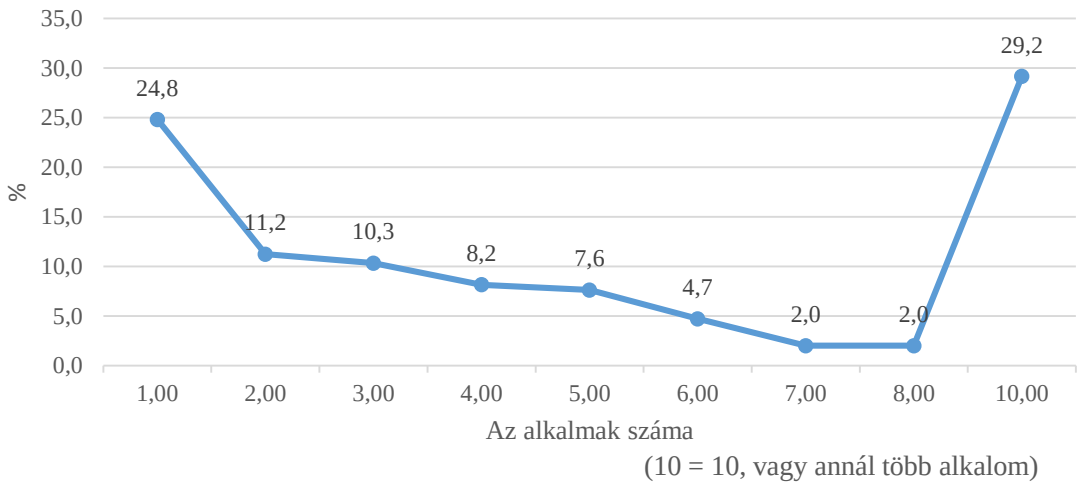
A kutatás eredményei rámutatnak arra is, hogy a Balaton térségébe érkező kerékpáros turisták háromnegyede nem egyedül, hanem társasággal érkezik. Ez az arány jól szemlélteti, hogy a kerékpártúrázás társasági jellegű tevékenység, amely döntően közösségi élményként jelenik meg. Már jóval korábban Lamont (2009) is hangsúlyozta, hogy a kerékpáros turizmus identitásformáló erővel bír: a közös kerékpározás nem csupán rekreáció, hanem közösségi identitásépítő folyamat is. A közös részvétel nemcsak a személyes kapcsolatok erősödését segíti elő, hanem a szolgáltatói szektor számára is sajátos kihívásokat teremt. A kerékpártúrák során a kulturális örökségek megtekintése, a vendéglátóhelyek igénybevétele, illetve egyéb turisztikai szolgáltatások látogatása szintén a program részét képezheti. Az adatok arra utalnak, hogy mindezen élmények elsősorban családi vagy baráti körben valósulnak meg. A közösen átélt

tapasztalatok a mentális egészség szempontjából is kiemelt fontosságúak. Mindez hangsúlyozza annak szükségességét, hogy a térség turisztikai vállalkozásai felkészüljenek a társas formában megvalósuló kerékpáros turizmus sajátosságaira, illetve a kapcsolódó szolgáltatások iránti igényekre.



1. ábra: A kerékpáros csoportok átlagos nagysága és az átlag szórásának mutatója
Forrás: saját szerkesztés, SPSS

A vizsgálatban megkérdezett kerékpáros turisták nagyjából három csoportba sorolhatók a túra gyakorisága alapján. A válaszadók egynegyede először vett részt kerékpártúrán a Balaton mentén, a második csoportot azok képviselik, akik már többször voltak, de a gyakoriság nem éri el a tíz alkalmat. A harmadik csoport a kiemelkedően gyakran kerékpártúrázók csoportja, akik esetében a Balatoni kerékpártúra alkalmak száma tíz, vagy annál több. Az elsőként túrázók (24,8%) és a nagyon gyakori túrázók (29,2%) aránya nem nagyon különbözik egymástól. A két-három alkalmat már maguk mögött tudók aránya 21,5%. Ami tehát megállapítható, hogy a kerékpározó turisták ebből a szempontból igen fragmentált csoportot alkotnak, feltehetően eltérő ismeretekkel, szükségletekkel, igényekkel és a túrához kapcsolódó elképzelésekkel. (Kulcsár et al., 2024)



2. ábra: A kerékpározás alkalmainak száma a Balaton körül
Forrás: saját szerkesztés

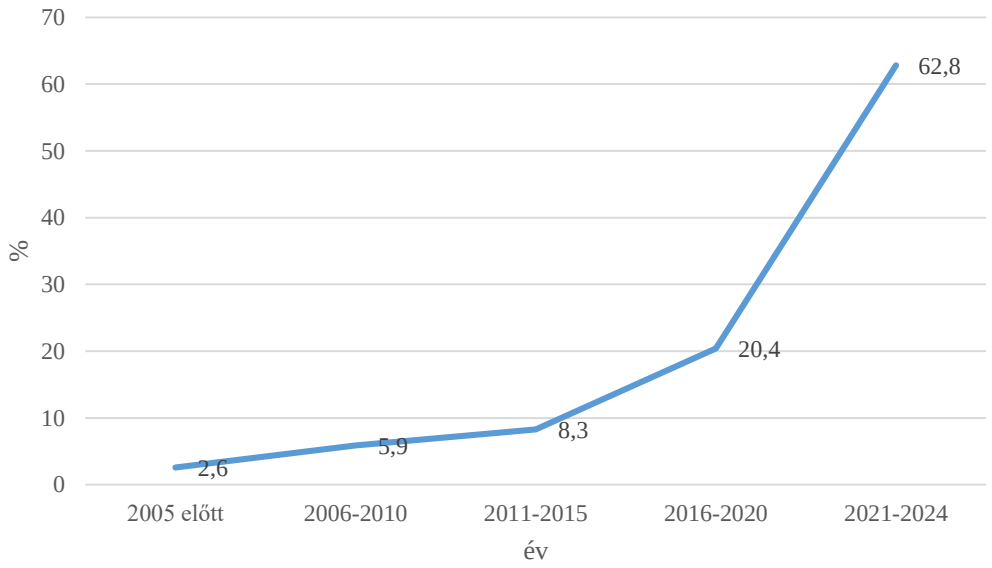
Az online felmérés elsősorban kerékpáros egyesületek és szövetségek tagjaihoz jutott el, akik számára a kerékpározás kiemelt szerepet játszik a mindennapokban. Már az egyesülethez való csatlakozás ténye is erős motivációs háttérről tanúskodik. E csoport tagjai tudatosabban választják a szakmailag kijelölt útvonalakat, és körükben a legnépszerűbb a teljes balatoni kör, amely mintegy 200 kilométer hosszúságú. Hasonlóan kedvelt a „keleti kis kör", míg a „nyugati nagy kör" lényegesen kisebb arányban szerepelt a válaszokban. Az eredmények arra utalnak, hogy e meghatározott útvonalak ismerete és preferálása magasabb a szervezett kerékpáros közösségek körében. Ezzel szemben a személyesen megkérdezett amatőr kerékpáros turisták többsége – akik jellemzően egy napra érkeznek a térségbe – nem tagjai ilyen közösségeknek, és kevésbé ismerik az előre meghatározott körutakat.

Külön említést érdemel vizsgálatunk azon eredménye, hogy a Kis-Balaton, mint turisztikai desztináció, a válaszadók döntő többsége (75%) számára nem tekinthető tényleges úti célnak kerékpározásuk során.

A túrák időtartamát vizsgálva megállapítható, hogy a kerékpártúrák döntő többsége egynapos. A kétnapos utak aránya alacsonyabb, ugyanakkor a háromnapos túrák részesedése viszonylag magas, megközelíti a 23%-ot. Ennél hosszabb utak aránya csökkenő tendenciát mutat. Összességében a válaszadók mintegy háromnegyede legfeljebb egy hétvégét szán kerékpáros turizmusra. A személyes lekérdezés adatai között az egynapos túrák dominanciája különösen hangsúlyos. A kerékpárosok többségének maga a kerékpározás jelenti a fő programot. Ennek következménye, hogy az egynapos túrák esetében jellemzően nem történik szállásfoglalás: a résztvevők napközben kerékpároznak, majd hazatérnek. Ennek megfelelően szállóvendégként csak korlátozott mértékben tekinthetünk rájuk. Azok körében, akik mégis megszálltak, kétharmaduk számára szintén a kerékpározás volt a fő motiváció.

A kerékpártúrákon való részvétel időbeli alakulása is figyelemre méltó. A válaszadók kevesebb mint 3%-a jelölt 2005 előtti időpontot. A következő tíz évben ez az arány

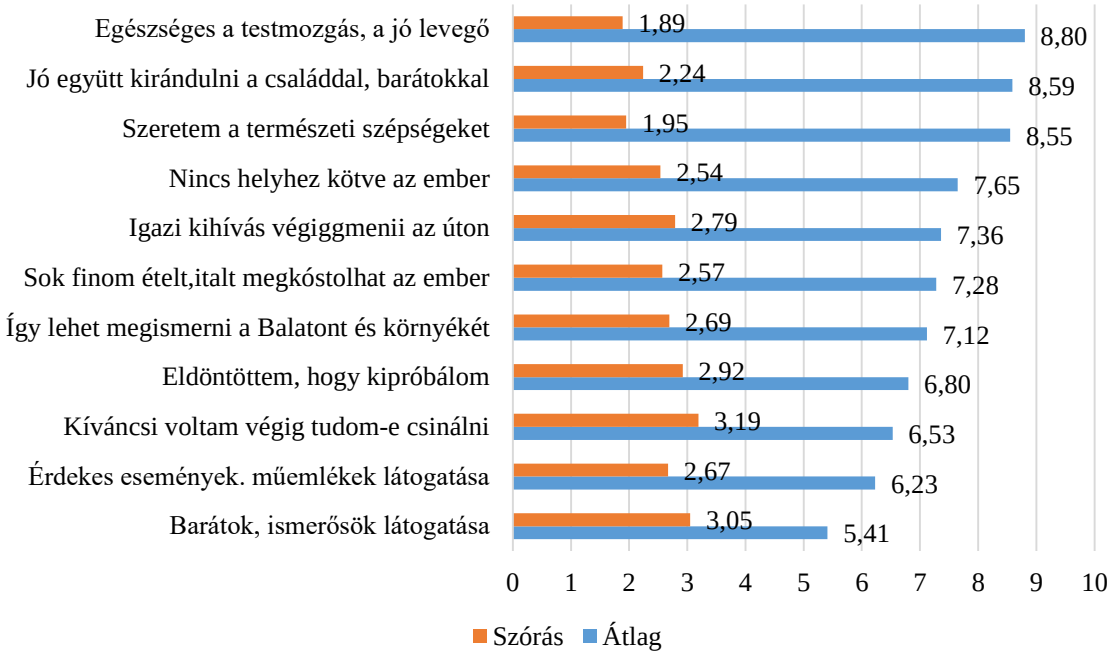
megduplázódott. A 2020-as évek elején, a COVID–19 világjárvány idején kisebb visszaesés tapasztalható az addig folyamatosan növekvő trendben, ugyanakkor a járványt követően meredek emelkedés figyelhető meg a túraútvonalakat használók arányában. Bár ezen adatok elsősorban a magasabb motivációval rendelkező, szervezett kerékpárosok körében gyűjtött információkra épülnek, így nem tekinthetők teljes körűnek, a tendencia mégis egyértelmű. A növekvő részvétel egyrészt új kihívásokat, másrészt jelentős turisztikai lehetőségeket hordoz magában, mivel a kerékpáros turizmus növekedésével párhuzamosan emelkednek az infrastrukturális és szolgáltatási elvárások.



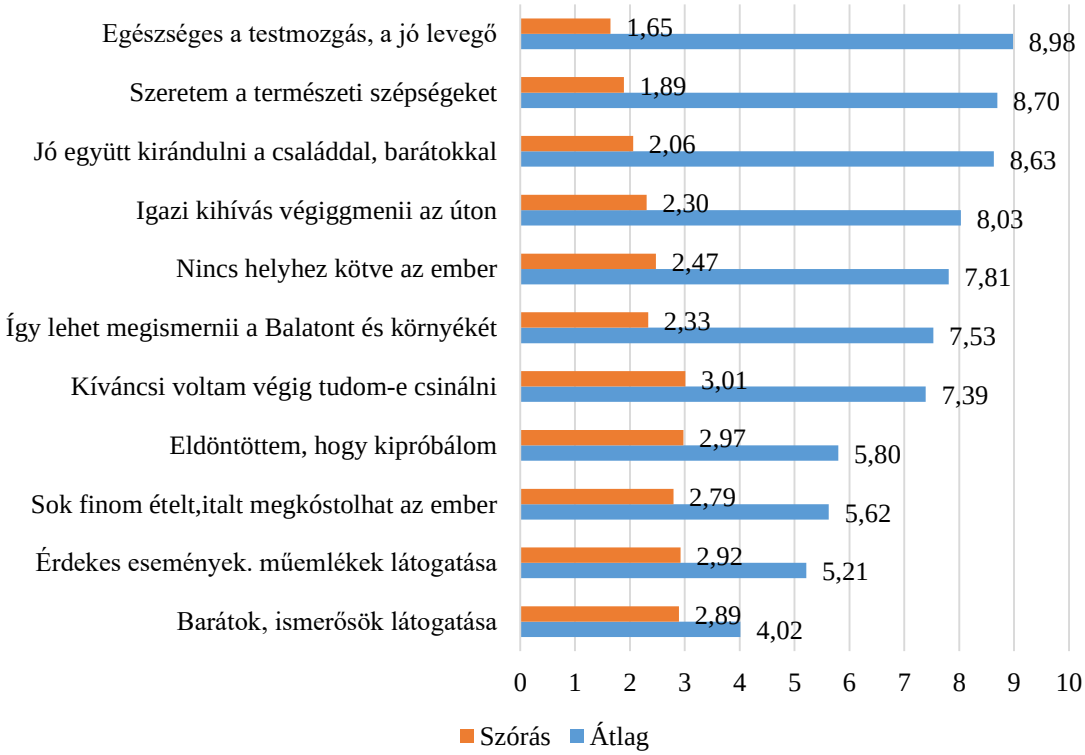
3. ábra: Melyik évben vett részt kerékpártúrán a Balaton körül?
Forrás: saját szerkesztés

A motivációs tényezők vizsgálata szintén mindkét kérdezési formában megtörtént. A válaszadóknak 1-től 10-ig terjedő skálán kellett értékelniük a különböző indítékok fontosságát. Az eredmények alapján a két csoport véleménye között jelentős eltérések nem mutathatók ki. A legfontosabb motivációs tényező egyértelműen a testmozgás és a friss levegőn való tartózkodás. Ezt követi a természeti szépségek iránti igény, valamint a családdal és barátokkal való közös élmény. Bár a sorrend kisebb mértékben eltér a két csoport között, a különbségek nem számottevőek. Szintén meghatározó tényezőként jelent meg a teljesítmény jellegű kihívás: pozitív élményt jelent a kerékpárosoknak, ha képesek teljesíteni egy-egy útvonalat.

Fontos ugyanakkor kiemelni, hogy a kulturális és gasztronómiai élmények a motivációs tényezők között háttérbe szorultak. Ez a megállapítás erős jelzést ad a turisztikai szolgáltatóknak és vállalkozóknak, hiszen arra utal, hogy e területeken további fejlesztési lehetőségek kínálkoznak. Az eredmények szórása azt is mutatja, hogy a kerékpárosok nem alkotnak homogén csoportot, így marketingtevékenységük során sem kezelhetők egységes célcsoportként.



4. ábra: A motivációk értékelése személyes kérdezés alapján
Forrás: saját szerkesztés



5. ábra: A motivációk értékelése online felmérés keretén belül
Forrás: saját szerkesztés

ÖSSZEFOGLALÁS

Az aktív turizmus, és azon belül a kerékpáros turizmus, jelentős multiplikátor hatással bír a gazdaságban, miközben pozitív társadalmi és környezeti hatásokat is generál. A fenntartható fejlődés elvei mentén fejlesztett aktív turisztikai formák hozzájárulhatnak a vidéki területek felzárkóztatásához, az életminőség javításához és a természetbarát szemlélet elterjesztéséhez, amely szempontok hosszú távon a turisztikai ágazat fenntartható működésének alapfeltételeit képezik.

A Balaton térsége kiemelkedő szerepet tölt be a magyar turizmus rendszerében, mint az ország egyik legjelentősebb és legsokoldalúbb turisztikai desztinációja. A BalatonBike365 program fejlesztései révén olyan korszerű, összefüggő infrastrukturális hálózat jött létre, amely nemcsak a kerékpáros közlekedés biztonságát és kényelmét növeli, hanem lehetővé teszi a régió négyévszakos aktív turisztikai hasznosítását is. A bemutatott kutatás eredményei hozzájárulhatnak a térség aktív turisztikai potenciáljának mélyebb, komplexebb értelmezéséhez, valamint iránymutatást adhatnak a jövőbeli fejlesztési irányok meghatározásához.

A kutatás során markáns férfi dominancia rajzolódott ki, a válaszadók többsége 40 év feletti és magas iskolai végzettséggel rendelkezik. A Balaton-kutatás adatai alátámasztják, hogy a kerékpáros turizmus elsősorban a kulturális tőkével rendelkező középkorú és idősebb rétegek körében népszerű. Ez azért fontos eredmény, mert ahogy Puczkó és Rátz (2005) szerint a turizmus résztvevőinek társadalmi összetétele közvetlen hatással van a szolgáltatások iránti keresletre és a közösségi élmények minőségére. A legtöbben egynapos túrákat választottak, míg a 2–3 napos utak aránya mindössze 17,3%. Ez a jelenség gazdasági szempontból korlátozó tényező, hiszen a többnapos tartózkodások nagyobb fogyasztást generálnának. Ritchie (1998) új-zélandi kutatása már több mint két évtizeddel ezelőtt rámutatott arra, hogy a többnapos kerékpártúrák jelentős szerepet töltenek be a helyi gazdaság élénkítésében, elsősorban a szállás-, vendéglátó- és kiegészítő szolgáltatások igénybevételén keresztül. E megállapítás napjainkban is érvényes, sőt aktualitása tovább erősödött: a Balaton térségében a rövidebb, egynapos túrák dominanciája következtében a kerékpáros turizmus gazdasági haszna jelenleg még korlátozott, ami a többnapos túrák ösztönzésének szükségességét hangsúlyozza.

A jelen kutatás célja az volt, hogy feltárja a Balaton környékén kerékpározó turisták társadalmi profilját, demográfiai jellemzőit, valamint motivációit, ezáltal információkat nyújtson a kerékpáros turistákkal kapcsolatba kerülő vállalkozások, szolgáltatók számára. A Balaton körüli kerékpáros turizmus társadalmi profilja világosan kirajzolódott. A társasági élményre épülő motiváció erősen jelen van, ugyanakkor a többnapos tartózkodás ösztönzésével növelhető a gazdasági haszon. Ahogy azt a tanulmányban többször kihangsúlyoztuk, a kerékpáros turizmus nem csupán rekreáció, hanem közösségi identitásépítő folyamat, amely fenntartható turisztikai irányként hosszú távon is versenyképessé teheti a Balatont.

FELHASZNÁLT IRODALOM

Bundság É. (2023): Sajátos szegmensek meghatározása a szabadidős kerékpározók körében. *Turizmus Bulletin* XXIII. évfolyam 2. szám. (2023)
https://journals.lib.uni-corvinus.hu/index.php/turizmusbulletin/article/view/1382

Chen, L. H. et al. (2023): Multifaceted examination of bicycle-tourism experiences: Theoretical integration, non-linear dynamics, and segment heterogeneity. *Journal of Destination Marketing & Management, 30*

Ciascai, O.R.; Dezsi,S,.; Rus, K.A. (2022): Cycling Tourism: A Literature Review to Assess Implications, Multiple Impacts, Vulnerabilities, and Future Perspectives. *Sustainability* 2022, 14, 8983.

Kulcsár, L., & Bodrogai, L. & Domokos, T. & Turzó-Németh.,V. (2024). Kerékpáros turisták a Balaton körül. Kerékpáros turisták számlálása és demográfiai összetételének vizsgálata. Turisztikai és szociológiai felmérés a kerékpáros turisták demográfiai-társadalmi összetételéről és a szolgáltatások igénybevételéről. *Kutatási jelentés, Kodolányi János Egyetem Alkalmazott Kutatási és Innovációs központ, Aktív-, és Ökoturisztikai Kutatóintézet*. 65 p.

Kovács, Á.-Michalkó, G. (2020): Az aktív turizmus térbeli aspektusai. *Tér és Társadalom*, 34 (1), 3-20

Lamont, M. (2009): Reinventing the Wheel: A Definitional Discussion of Bicycle Tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 14(1), 5–23.

Marton, G., & Jónás-Berki, M. (2013): Aktív turizmus pozíciója a Balaton térségében. *Modern geográfia Vol. 8, Issue 1*. (2013.)
https://epa.oszk.hu/04300/04333/00033/pdf/EPA04333_modern_geografia_2013_01_013-022.pdf

Michalkó, G. (2012): *Turizmusföldrajz*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

Puczkó, L., Rátz, T. (2005): *A turizmus hatásai*. Aula Kiadó, Budapest.

Ritchie, B. W. (1998): Bicycle tourism in the South Island of New Zealand: Planning and management issues. *Tourism Management*, 19(6), 567–582.

Wassler, P. & Bitzer, V. (2021): A tale of four futures: Tourism academia and COVID-19. Tourism Management Perspectives, 2021. 38, 100818