

Kulturális attrakciók és látnivalók a Balaton kiemelt turisztikai térségben

A Balaton Kiemelt Turisztikai Térség fontos szerepet játszik hazánk turizmusában. A térség a kiemelkedő természeti értékei (Balaton-felvidéki Nemzeti Park látogatóhelyei, Hévíz-tó, stb.) mellett kulturális örökségben is igen gazdag. Az épített örökség mellett különböző tematikájú fesztiválok és rendezvények is színesítik a térség kulturális kínálatát, a legkedveltebb és a leglátogatottabb fesztiválok középpontjában általában a zene áll (pl. VeszprémFest, Balaton Sound).

Jelen kutatás célja a Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térségben található, egész évben nyitva tartó kulturális turisztikai attrakciók vendégkörének, fejlesztéseinek és a régió kulturális turizmusában megfigyelhető trendeknek a bemutatása. A cél elérését 36 kulturális turisztikai nevezetesség üzemeltetője által kitöltött online kérdőív, valamint Keszthely, Tihany és Veszprém város négy turisztikai szakemberének körében végzett strukturált interjúk segítették.

Bevezetés

A Balaton Kiemelt Fejlesztési Térség gazdag turisztikai kínálatának köszönhetően hatalmas népszerűségnek örvend a turisták körében. 2019-ben a kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált vendégek 15%-a (1 888 842 fő) ezen a területen szállt meg. A térség a belföldi vendégeket tekintve a Budapest-Közép-Dunavidéki Régió után a második, a külföldi látogatók esetén pedig a Budapest-Közép-Dunavidéki és a Nyugat-Dunántúli Régió utáni harmadik legnépszerűbb te-

riületnek tekinthető az országban. A Balaton régióban a látogatók átlagosan 3,1 vendégéjszakát töltenek el, ami több, mint az országos átlagérték (2,4 éjszaka) (KSH). A régió már évtizedek óta kedvelt úti cél, amely számtalan turisztikai attrakcióval rendelkezik. Elhelyezkedése, vonzó természeti és kulturális környezete, valamint infrastrukturális adottságai révén a nyaralók mellett a második otthonra, pihenésre vágyók (saját vagy befektetési célra) is szívesen vásárolnak ingatlant a térségben.

A Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térségben fontos szerepet játszik a kulturális turizmus, amit a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 is alátámaszt. A dokumentum alapján elmondható, hogy a térségben végrehajtott fejlesztések jelentős részét képezik a kulturális attrakciófejlesztések és az egyedi hálózatos élményelemek megvalósítása, amelyek nagymértékben hozzájárulnak majd egy új, kulturális motivációjú, magas fajlagos költséssel rendelkező célcsoport figyelmének felkeltéséhez (MTÜ 2017).

Jelen kutatás célja a Balaton kiemelt fejlesztési térségben található, egész évben nyitva tartó kulturális attrakciók és látnivalók vendégkörének bemutatása primer kutatás segítségével.

A kulturális turizmus fontosabb jellemzői

Már az emberiség kezdete óta léteznek kulturális indíttatású utazások (MCKERCHER-DU CROS 2002). A kulturális turizmus legfőbb célja az ismeretlen kultúrák felfedezése és az épített örökség megismerése (KROEBER – KLUCKHOHN 1952, LENGYEL 1989, ICOMOS 1997), azonban fontos motivációt jelent az ilyen utazások során az interaktivitás, tanulás és szórakozás iránti igény (SMITH 2003), valamint a hétköznapiakból való kiszakadás (UNWTO 2017, RICHARDS 2018). Tágabban értelmezve a szabadidős utazások számos formája ide sorolható (MCKERCHER ET AL. 2008, RÁTZ 2011). Szűken értelmezve azonban már csak azokat az utazásokat érdemes kulturális jellegűnek tekinteni, ahol a populáris vagy a magaskultúra

különböző elemeinek megismerésére helyeződik a hangsúly (RÁTZ 2011).

A kulturális turizmus attrakciói és látogatói

A desztinációk vonzóvá tételében nagy szerepet játszanak a kulturális jellegű attrakciók (PRENTICE 2001). MOLINILLO és JAPUTRA (2017) szerint minden olyan történelmi, művészeti vagy tudományos jellegű attrakció vagy létesítmény, amely képes a turistákat egy adott területre vonzani, kulturális turisztikai attrakciónak tekinthető. Fontos azonban kiemelni, hogy minden nevezetesség más szöveget tár a kultúrából a látogatók elé (BONN ET AL. 2007).

Az elmúlt évtizedekben számos tanulmány született a különböző kulturális turisztikai helyszínek látogatóival kapcsolatban (HALL-ZEPPEL 1990, HERBERT 2001, CHHABRA ET AL. 2003). A korai vizsgálatok kimutatták, hogy a kulturális turizmusban résztvevők általában magasabb kulturális tőkével rendelkező személyek, akik magasabb társadalmi-gazdasági csoportokba tartoznak (HUGHES 1987), valamint az ATLAS 2007-es felmérése szerint magasabb végzettséggel is rendelkeznek (RICHARDS 2007). A mai változó világban ezek a leegyszerűsített jellemzések nem minden esetben tekinthetők igaznak, hiszen a látnivalók természete és jellemzői egyre nagyobb változatosságot mutatnak (KIM ET AL. 2007).

NYAUPANE és ANDERECK (2016) munkája alapján a kulturális örökség turisták két nagyobb csoportra, a valós kulturális turistákra és az ál kulturális turistákra bontható. Az előbbieket elsődleges utazási motivációja kulturális jellegű, míg az utóbbiakat kevésbé befolyásolja a kulturális indíttatás utazási döntéseikben. A kulturális turisták tovább bonthatóak helyszínek és események iránt érdeklődőkre, az ál kulturális turisták pedig természet, sport és üzleti turistákra.

A Balaton: úti cél és élettér

A magyarországi turizmus területi mintájának átalakítását célozta meg a 2016. évi CLVI. a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló törvény és az ehhez kapcsolódó kormányhatározatok, amelyek jelentős változásokat eredményeztek a belföldi turizmus működésének rendszerében (AUBERT ET AL. 2017, HORVÁTH ET AL. 2018). A Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térség lehatárolását és nevesítését

pontosan az 1861/2016. (XII. 27.) számú kormányhatározat tartalmazza, ami jelen tanulmány térbeli kereteit is megadja egyben.

A Balaton kiemelt fejlesztési térség Magyarország egyik legkedveltebb turisztikai desztinációja a belföldi utazók és a külföldi vendégek körében. Közép-Európa legnagyobb tava egész évben, az egyes évszakokhoz igazodó turisztikai kínálat, páratlan természeti látványosságokkal és kulturális attrakciókkal, programokkal várja az ide érkezőket. A térség természeti attrakciója maga az édesvízi tó, a Balaton, ahol a vizes aktív programok (pl. hajózás, vitorlázás, fürdés, vízi sport, stb.) és a nyári vízparti üdülés, strandolás lehetősége kiemelt kínálati elem. A Balaton körül több mint 100 kiváló strand található, amelyek több esetben Kék Hullám Zászló minősítéssel rendelkeznek. A kiváló vízminőség, a lassan mélyülő déli part vagy az úszásra alkalmas északi partszakasz révén a desztináció kifejezetten család- és aktív turizmus orientált úti cél.

A térség számos épített örökséggel és kulturális vonzerővel rendelkezik. A leglátogatottabb épületek közé tartozik a Tihanyi Bencés Apátság, a keszthelyi Festetics kastély, a Veszprémi Vár, a Szigligeti Vár és a Sümegi Vár. A balatoni borok iránt érdeklődők a nyitott pincek és a balatoni borutak (pl. Badacsony, Csopak, Balatonlelle) által lehetőséget kapnak a kóstolásra, vásárlásra. A 21. században egyértelműen felértékelődött és keresettebbé vált a gasztronómia, a helyi termékek és újdonságok, amelyek közül kiemelkedően vonzó trend a balatoni beach-food, a helyi piac (például Káptalantóti), a „slow living, slow life style” életérzés és a levendula. A gyerekekkel utazók több kaland- és élményparkot (például Zalasza-bar, Balatonboglár, Balatonfüzfő), míg a fesztiválrajongók a régió nagyrendezvényeit (például Nagyon Balaton fesztiválsorozat, VeszpremiFest, Jazz Piknik, BalatonSound, Művészetek Völgye, Anna-bál, Kékszalag) keresik fel.

A Balaton turizmusát időbeni (szezonalitás) és térbeli (partmenti és háttértelepülés) kettősség jellemzi: vagyis a nyári időszak és a fesztiválok, csomópontok (például helyi termelői piac, strand) zsúfoltsága mellett jelen van az elsősorban a téli időszakban jellemző „kihalt” környezet (például kevés nyitva tartó szolgáltató).

És bár az elmúlt években a térség nagyon sokat tett – nem is eredménytelenül – annak érdekében, hogy egész évben vonzó legyen, az éghajlati adottságokból is adódó koncentráció máig számottevő (FEHÉRVÖLGYI – SÜLYOK 2017).

Napjainkban a lakóhelyválasztás, ingatlan vagy második otthon vásárlás kapcsán egyre inkább előtérbe került az életminőség. Magyarországon a Balaton és környéke az egyik kedvelt desztináció egy ilyen életforma kialakításához (LŐRINCZ ET AL. 2019). A tó és környékének sokszínű társadalma (öslakosok, helyi lakosok, második otthonnal rendelkezők és turisták, kirándulók) eltérő elvárásokat, igényeket támaszt, és egyúttal eltérő mértékben alakítja a környezetet (SCHLEICHER 2018), a helyiek kultúrája ugyanakkor fontos szerepet tölt be a térség turizmusában, hiszen a látnivalók ennek is reprezentánsai.

A térségben is megfigyelhető mind a helyi lakosság előregedése és a fiatalok elvándorlása, mind az a tendencia is, hogy a nagyvárosi életből „kiszakadni” vágyók itt képzelik el jövőjüket. A 2018 évi adatok alapján a kiemelt üdülőkörzet állandó népessége 271 117 fő, a lakónépesség száma pedig 256 386 fő. 2010 óta a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet területén mintegy 6800 lakás és üdülőegység épült. A parti településekre koncentrálódik az építések 90%-a, azon belül Siófokra a beruházások közel 30%-a (DOMBI ET AL. 2020).

Módszertan

A kutatás célja a Balaton kiemelt fejlesztési térség kulturális turizmusának bemutatása. Ehhez a szerzők egy olyan adatbázist állítottak össze a térségbe tartozó 174 település honlapjai és turisztikai weboldalainak áttekintésével, amelyben listázásra kerültek az itt megtalálható kulturális jellegű turisztikai attrakciók. Ezek közül az egész évben nyitva tartókat képezzik az elemzés célcsoportját. Összesen 53 ilyen attrakció található a térségben, amelyek üzemeltetői számára egy online kérdőív került kiküldésre, ebből 36 kitöltés érkezett. A kérdőív 28 kérdést tartalmazott az alábbi három fő témakör mentén:

vendégkör (vendégek száma, nemzetisége, életkora, életciklusa, csoportmérete),

a létesítmények által megvalósított vagy megvalósítani tervezett fejlesztések,

kulturális turizmusban megfigyelhető trendek.

Kvalitatív vizsgálat is történt, strukturált interjúk zajlottak a Balaton térség kulturális turizmusában meghatározó településeken. Összesen négy interjú készült, egy-egy Keszthely és Veszprém, kettő Tihany város turisztikai szakembereinek körében. A kérdések a települések turisztikai kínálatára, a kulturális turizmus fontosságára és az ebben megfigyelhető trendekre, a kultúrával és kulturális turizmussal kapcsolatos városi fejlesztésekre, valamint az érkező vendégek sajátosságaira irányultak.

A kutatás eredményei

A kvantitatív kutatásra kiválasztott attrakciók képviselői, valamint a kvalitatív kutatásra felkért turisztikai szakemberek kiválasztása a Balaton kiemelt fejlesztési térségben (174 település), a szerzők által készített vonzerőleltáron lapult. A leltár összeállításának keretein belül listázásra kerültek azok a kulturális jellegű, épített turisztikai nevezetességek, amelyek a térség valamely településén találhatóak meg. Az ide tartozó 174 településből 154-ben található ilyen jellegű nevezetesség. Az attrakciók 5 főbb kategóriába kerültek besorolásra (1. ábra)

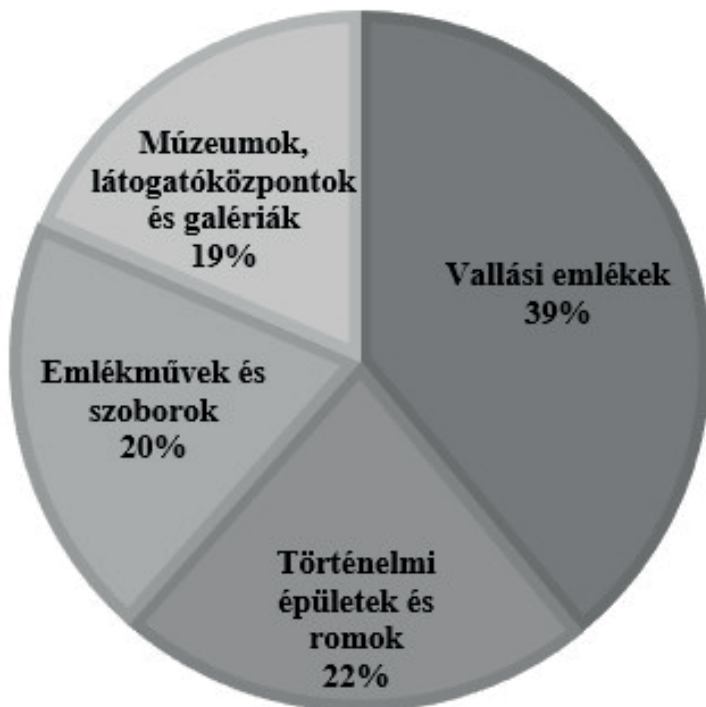
Az online kérdőív eredményei

Az online kérdőív a térségben működő, egész éves nyitva tartással rendelkező kulturális turisztikai attrakciók vezetői számára került kiküldésre (1. táblázat). A nyitva tartás kérdése fontos szempontot volt az alanyok kiválasztása során, hiszen a Balaton körül működő attrakciók jelentős többsége kizárólag a főszezonban (május-augusztus) fogad vendégeket. Ezek az intézmények azonban vélhetően más jellegű információval rendelkeznek a térségbe érkező látogatókról. A vizsgálatba bevont attrakciók a 424%-át teszik ki a térségben található vendégeket fogadó látnivalóknak.

A válaszadó 36 attrakció a térség 12 településének (Balatonboglár, Balatonfüred, Balatonyörök, Hévíz, Kehidakustány, Keszthely, Nagyvácszony, Nikla, Siófok, Sümeg, Tihany, Veszprém) valamelyikén található meg.

A kérdőív kitöltői a vendégkörüket illetően először a náluk megforduló látogatók számáról nyilatkoztak. Ez széles skálán ingadozott, hiszen voltak olyan üzemeltetők, akik egyszerre több attrakciót is irányítottak. A legkisebb forgalmú

1. ábra: A Balaton kiemelt fejlesztési térségben található attrakciók csoportosítása



Forrás: saját szerkesztés

1. táblázat: A kérdőíves megkérdezésbe bevont és a választ beküldő attrakciók

A kérdőíves megkérdezésbe bevont attrakciók típusa	A vizsgálatba bevont attrakciók száma összesen (db)	Válaszadó attrakciók száma (db)
Múzeum, látogatóközpont	33	24
Vár	3	2
Galéria	7	3
Emlékház	6	3
Tájház	3	2
Kézművesműhely	1	1
Összesen	53	36

Forrás: saját szerkesztés

attrakciót évente átlagosan 2000 ember, a legnagyobb vendégszámút pedig körülbelül 300 ezer vendég tekintette meg. Mindegyik kitöltő esetében jelentősen több a hazai vendég (átlagosan 82,6%), egyedüli kivételt Hévíz attrakciója jelentette, ahol a látogatók 60,0% volt magyar. A külföldiek leginkább Európából, főként a szomszédos országokból keresték fel. Európán kívül a második legtöbb látogató Ázsiából érkezik hozzájuk. Amerikából, Afrikából és Ausztráliából pedig szinte csak elvétve fogadnak vendégeket. A válaszadók vendégeinek többsége a 65 évnél idősebb korosztályhoz tartozik (átlagosan 26%), legkevesebben pedig a 18-30 és az 50-65 év közötti korcsoportokból látogatják őket (átlagosan 20%-20%). A 31-49 év közöttiek és a 18 év alattiak pedig egyaránt átlagosan 23%-ot tesznek ki a vendégszámból. Elenyésző az egyéni vendégek (átlagosan 11%) és a párban érkezők száma (átlagosan 16%). A legtöbbben családdal (átlagosan 42%) vagy 10 főnél nagyobb, szervezett csoporttal (átlagosan 27%) látogatják meg őket.

A megkérdezett intézmények fejlesztéseikről is beszámoltak. A válaszadók fő területen végeztek vagy terveznek fejlesztéseket:

technikai jellegű fejlesztések (elektromos hálózat, légkondicionálás, épület felújítása, vízszelvény, akadálymentesítés, géppark bővítés, folyamatos állagmegóvás);

tartalmi jellegű fejlesztések (tárlatok, állandó kiállítások tartalmának fejlesztése, múzeumpedagógia, kétnyelvű tárlatok, interaktív eszközök beszerzése, digitális múzeum létrehozása, mobil alkalmazások);

marketingkommunikáció jellegű fejlesztések (erősebb marketingkommunikáció, weboldal fejlesztés).

A megfigyelhető trendeket illetően elmondták, hogy a turisták részéről egyre nagyobb az igény az interaktív, valamint az interneten elérhető bőséges információs tartalmak iránt. Mindezek mellett egyre inkább előtérbe kerülnek az aktív élményszerzéshez és a tanulásához köthető motívációk is. A vendégek számára már nem elegendő a statikus nézelődő szerepe, sokan keresik a bevonódás érzését adó játékos feladatokat.

A strukturált interjúk eredményei

A vélemények alapján elmondható, hogy Keszthelyen, Tihanyban és Veszprémben fontos szerepet játszik a kulturális turizmus. Tihany esetén kiemelkedőek a vallási turizmusra, valamint a levendula termesztésre és történelmi múltra épülő rendezvények és kiállítások. Keszthelyen és a Nyugat-Balaton térségében a bor és a gasztronómia, illetve a Fesztetics-örökség a legmeghatározóbb. Veszprémben pedig a történelmi múltat és a vallást bemutató múzeumok és kiállítások mellett a nemrégiben elnyert, 2023-as évre vonatkozó Európa Kulturális Fővárosa (EKF) cím teszi egyedülállóvá a turisztikai kínálatot a látogatók számára.

A válaszok alapján megállapítható, hogy folyamatosan nő a térségbe érkező turisták, valamint a rövidebb utazások száma. A legnépszerűbb időszak késő tavasztól nyár végéig tart. A kulturális céllal érkező látogatók általában 40 év körüliek, magasabb végzettséggel és jövedelemmel rendelkeznek. Összességében növekszik az egyéni utazások száma is, de bizonyos településeken (pl. Tihany) még mindig nagy számban érkeznek 10 fő feletti buszos csoportok.

A kulturális turizmus fejlesztésében mindhárom város vezetése kiveszi a részét. A rendezvények és az attrakciók anyagi támogatása, valamint az épített örökség állagmegóvása mellett az önkormányzatok a helyi lakosság kultúrafogyasztását is igyekeznek támogatni. A közelmúltban megvalósult projekteknek a válaszadók alapvetően pozitív hatást tulajdonítanak, azonban Tihany esetén a folyamatos fejlesztések és a turisztikai kínálat látogatókra szabásának köszönhetően a település főként a nyári szezonban nem igazán bír el több turistát.

A trendeket illetően Tihany esetén a válaszadók úgy vélik, hogy érdemes lenne a minőségi rendezvények irányába elmozdulni a tömegkultúra helyett. Fontos kiemelni, hogy a tervek szerint az EKF cím elnyerése változást hozhat a térség turizmusában. Kibontakozóban van a desztináció alapú marketing, amelynek középpontjában a négyévszakos kínálat kialakítása áll. Természetesen szükséges a rendezvények, események időben való egymáshoz hangolása is, ami még inkább egységessé teszi majd a Balaton térség turisztikai kínálatát.

Összegzés

Az Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 alapján elmondható, hogy a Balaton térségében egyre nagyobb szerep jut a kulturális turizmusnak, hogy az ezen a téren végzett és tervezett fejlesztések nagymértékben hozzájárulnak a négyévszakos kínálat kialakításához és újabb célcsoportok figyelmének felkeltéséhez.

A Balaton régióba érkező kulturális érdeklődéssel bíró turisták profilja összecseng a szakirodalommal, hiszen az interjúalanyok elmondása szerint a Balaton térségét a magasan képzett, magasabb jövedelemmel rendelkező kulturális turisták látogatják nagy számban. Az online kérdőív eredményei alapján elmondható, hogy a látogatók többsége belföldről, vagy kisebb arányban a szomszédos országok valamelyikéből érkezik a Balaton régióba. Az életkort tekintve egyre több a középkorú (40 év körüli), és a 65 évnél idősebb vendég. A turisták jelentős része családdal, kisebb arányban szervezett csoporttal érkezik az attrakciókhoz. A látogatók motivációjára vonatkozóan elmondható, hogy egyre nő az igény az interaktív, bevonódást segítő játékos feladatok iránt. Ennek megfelelően a megkérdezett attrakciók üzemeltetői a technikai jellegű fejlesztések mellett igyekeznek nagyobb hangsúlyt fektetni tárlataik, kiállításaik fejlesztésére, modernizálásra. Említsre került az interaktív szórakoztató, valamint a modern kor igényeinek megfelelő marketingkommunikációs eszközök használatának és a naprakész online tartalmak előállításának fontossága, hiszen a változó fogyasztói igényeknek ezek nélkül nehéz megfelelniük a szolgáltatóknak.

**KÁNTOR SZILVIA¹-
LŐRINCZ KATALIN²**

A szerzők és elérhetőségük

1 PhD hallgató, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Gazdálkodási Intézet, Turizmus Intézeti Tanszék; e-mail: kantor.szilvia@gtk.uni-pannon.hu

2 intézetigazgató egyetemi docens, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Gazdálkodási Intézet; Turizmus Intézeti Tanszék, e-mail: lorincz.katalin@gtk.uni-pannon.hu

Abstract

Lake Balaton area plays an important role in the tourism of Hungary. In addition to its outstanding natural values (Balaton Uplands National Park, Thermal Lake Hévíz, etc.), the area is also very rich in cultural heritages. Beside the built heritage, festivals and events with various themes also add colour to the cultural offer, the most popular and the most visited festivals usually focus on music (e.g. VeszprémFest, Balaton Sound).

The aim of this research is to give information about the clientele and development projects of the all year around opened cultural tourism attractions of the region and to present the trends of cultural tourism regarding the Lake Balaton area. The achievement of the goal was supported by the online questionnaire filled in by the operators of 36 cultural tourism attractions, as well as by the structured interviews conducted among four tourism professionals in Keszthely, Tihany and Veszprém.

Köszönetnyilvánítás: Jelen publikáció/kutatás az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú „Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek” című projekt keretében jött létre.

Irodalomjegyzék

AUBERT Antal – BARCZA Attila – GONDA Tibor – HORVÁTH Zoltán – PÁLFI Andrea: Paradigmaváltás(ok) a magyarországi turisztikai desztinációk fejlesztésében és menedzselésében. = Turizmus Bulletin, (2017) 17. 1-2, 15-25.

BONN Mark A. – JOSEPH-MATHEWS Sacha M. – DAI Mo – HAYES Steve. – CAVE Jenny: Heritage/Cultural Attraction Atmospherics: Creating the Right Environment for the Heritage/Cultural Visitor. = Journal of Travel Research, (2007) 45(3), 345–354.

CHHABRA Deepak – HEALY Robbert – SILLS Erin: Staged authenticity and heritage tourism. = Annals of Tourism Research, (2003) 30(3), 702–719.

DOMBI Gábor – FEKETE Károly – OLÁH Miklós – KULICS Beatrix: Balaton Kiemelt Üdülőkörzet 2019. évi területi monitoring jelentése. 2020

FEHÉRVÖLGYI Beáta – SULYOK Judit: Nyitott Balaton – A turisztikai vendégforgalom szezonálisának enyhítése a Balatonnál. = Turizmusmarketing esettanulmányok II. Szerk. Árva László – Deli-Gray Zsuzsanna. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2017, 82–90.

HALL Michael – ZEPPEL Heather: Cultural and heritage tourism: The new Grand Tour? = Historic Environment, (1990) 7, 86–98.

HERBERT David: Literay places, tourism and the heritage experience. = Annals of Tourism Research, (2001) 28(2), 312–333.

HORVÁTH Zoltán – PÁLFI Andrea – AUBERT Antal: A desztinációfejlesztés hangsúlyainak változása a Balaton turisztikai régióban. = Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok, (2018) 3. 3. 44–56.

HUGHES Howard L.: Culture as a tourist resource — a theoretical consideration. = Tourism Management, (1987) 8(3), 205–216.

ICOMOS Charter for Cultural Tourism (1997). <http://www.icomos.org/tourism/> (letöltve: 2017. 09.15.)

KIM Hyounggon – CHENG Chia-Kuen – O’LEARY Joseph T.: Understanding participation patterns and trends in tourism cultural attractions. = Tourism Management, (2007) 28(5), 1366–1371.

KÖZPONTI STATISZTIKAI HIVATAL (KSH): Elérhető: <http://www.ksh.hu/> (letöltve: 2020.05.12.)

KROEBER Alfred Louise – KLUCKHOHN Clyde: Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions. Peabody Museum, Cambridge, 1952

LENGYEL Márton: A kultúra és a turizmus együttműködési lehetőségei. Közművelődési Információs Intézet, Budapest, 1989

LŐRINCZ Katalin – BANÁSZ Zsuzsanna – HORVÁTH Bianka – SCHULCZ Annamária: A Balaton térsége mint élettér. = URBAN21 Város, Kultúra, Gazdaság: Konferencia Tanulmánykötet Budapest, Magyarország. Szerk. Erdélyi Dániel: Hárfá Alapítvány, Budapest, 2019 61–72.

MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG (MTÜ) (2017): Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia (2030). Elérhető: https://www.kormany.hu/download/8/19/31000/mtu_kiadvany_EPUB_297x210mm%20-%20preview.pdf (letöltve: 2020.06.15.)

MCKERCHER Bob – DU CROS Hilary: Cultural Tourism: The partnerships between tourism and cultural heritage management. Haworth Press, Binghamton, 2002

MCKERCHER Bob – HO, Pamela S. Y. – DU CROS Hilary – SO-MING Billie Chow: Activities-Based Segmentation of the Cultural Tourism Market. = Journal of Travel & Tourism Marketing, (2008) 12:1, 23–46.

MOLINILLO Sebastian – JAPUTRA Arnold: Factors influencing domestic tourist attendance at cultural attractions in Andalusia, Spain. = Journal of Destination Marketing & Management, (2017) 6(4), 456–464.

NYAUPANE, Gyan P. – ANDERHECK, Kathleen L.: A Typology Of Cultural Heritage Attraction Visitors. Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally. 63, 2016

PRENTICE Richard: Experiential Cultural Tourism: Museums & the Marketing of the New Romanticism of Evoked Authenticity. = Museum Management and Curatorship, (2001) 19(1), 5–26.

RÁTZ Tamara: Kulturális turizmus. Turisztikai terméktervezés és fejlesztés Szerk. Michalkó Gábor, Pécsi Tudományegyetem, Pécs, 2011

RICHARDS Greg: Atlas Cultural Tourism Survey – Summary Report 2007. Elérhető: <http://www.tram-research.com/atlas/ATLAS%20Cultural%20Tourism%20Survey%202007.PDF> (letöltve: 2020.06.15.)

RICHARDS Greg: Cultural tourism: A review of recent research and trends. = Journal of Hospitality and Tourism Management, (2018) 36, 12–21.

SCHLEICHER Vera: Kultúrfürdő – Kulturális kölcsönhatások a Balaton térségében 1822–1960 között. L’Harmattan Kiadó, Budapest, 2018

SMITH Melanie. K: Issues in Cultural Tourism Studies. Routledge, London, 2003

UNWTO (2017): Definitions Committee on Tourism and Competitiveness (CTC). Elérhető: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ctcdefinitionsenweb.pdf> (letöltve: 2018.07.21.)