

## A MOTORKERÉKPÁROS TURIZMUS ELMÉLETI ALAPJAI

Csapó János

Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, csapo.janos@tkk.pte.hu

### Absztrakt

A közlekedés és a turizmus komplex kapcsolatrendszerének egyik kiemelt vizsgálati tárgya az egyes közlekedési eszközök turizmusban betöltött szerepének kutatása. Mivel közlekedés nélkül nem beszélhetünk turizmusról (ezt az állítást talán a kiterjesztett valóság és a digitális fejlődés további elterjedése sem fogja gyökerestül megcáfolni), a közlekedés módjai, eszközei pedig különböző motivációs tényezőkként is megjelenhetnek a turisztikai célú utazások folyamán, így adottá válik a különböző közlekedési módok tudományos kutatásának az igénye.

A nyugati országokban már igen népszerű motorkerékpáros turizmus az utóbbi években, évtizedekben hazánkban is egyre több követőre talál, a témakör tudományos feldolgozása véleményünk szerint azonban még várat magára. A kérdéskör tárgyalása kapcsán leszögezhető, hogy a publikált tudományos kutatások jellemzően a nyugat-európai, észak-amerikai és az egykori angol érdekszférához (Dél-Afrika, Ausztrália) tartozó országokhoz köthetőek leginkább, aminek társadalmi-gazdasági, de akár természetföldrajzi okai is lehetnek.

Fenti gondolatok alapján jelen tanulmány a motorkerékpáros turizmus elméleti alapjait kívánja meghatározni.

**Kulcsszavak:** motorkerékpáros turizmus, közlekedés, utazási motiváció, elméleti alapok

### Abstract

One of the highlighted aspects of the research of the complex relationship between tourism and transport is the survey of the role and importance of the certain modes of transport in tourism. Motorcycle tourism, already being popular in the western countries, becomes more and more attractive and popular in Hungary as well but its scientific research is lacking in the domestic literature. Additionally the international literature is also in its initial phase with limited number of contributions. Based on the upper mentioned ideas the present paper intends to determine the theoretical basis for motorcycle tourism.

**Keywords:** motorcycle tourism, transport, travel motivation, theoretical base

## Bevezetés

Lényegében az első robbanómotoros motorkerékpár (1885) megépítése óta – de különösen a technikai fejlődésnek köszönhetően az 1960-as évektől kezdve – a motor és a motorozás egyrészt egy speciális közlekedési eszköz, másrészt pedig egy új életforma részévé vált. Ennek a szociológia, pszichológia, közlekedéssel kapcsolatos tudományok, vagy éppen a turisztikai témájú kutatások által is vizsgált komplex társadalmi folyamatnak az egyik vetülete a rekreációs célú motoros turizmus kialakulása.

A motorkerékpárt az elmúlt évtizedekben a konkrét helyváltoztatásra alkalmas közlekedési eszköz jellege mellett, egyre inkább turisztikai célokra is használják (SYKES – KELLY 2011, WALKER 2011), jellemzően a világ fejlett térségeiben, hiszen a fejlődő országokban még mindig inkább, mint fontos közlekedési eszköz jelennek meg.

A közúti közlekedés részeként a motorkerékpárral történő közlekedés legfontosabb helyzetelőnye, hogy igen mobilisak lehetünk, „háztól-házig” közlekedhetünk, igaz maga az úthálózat – a legtöbb motorkerékpár típus esetében – természetesen megköti az út irányát. Ki kell azonban emelnünk, hogy az aszfaltozott utak mellett a terepmotorozás különböző válfajaival a mobilitás tovább távol a földutak használatától akár a sziklamászásig (triál motorozás).

A klasszikus megközelítés szerint a legkomolyabb hátrányához az esetlegesen fellépő feltorlódó, besűrűsödő forgalmi szituációk és a balesetveszély számítanak, amely utóbbi a hivatalos statisztikák alapján a motorozás kapcsán is fontos tényezőnek számít, bár a statisztikák messze nem olyan rosszak, mint amit a közvélemény tudni vél a motoros balesetek kapcsán. 2016-ban például az összes közúti baleset (16627 db) mindössze 3.84%-át okozták motorkerékpárral (639 eset) és – bár ez a kategória nem ide tartozik – 3.93%-át (655 eset) segédmotor-kerékpárral (KSH, 2017).

Az viszont egyértelmű, hogy ha egy motoros baleseti szituációba került sokkal nagyobb a sérülés veszélye, mint például személyautó esetében. A közúti közlekedés egy másik fontos előnye továbbá, hogy az út megtervezhető, ami természetesen a rekreációs-turisztikai célú utazásoknál elengedhetetlen. (VERES szerk. 2011)

Az említett folyamattal párhuzamosan a motorkerékpáros turizmus és a motorkerékpáros turista a turizmus számára, mint speciális célszegmens is megjelenik, amire a világ számos pontján már utazási irodák, tour operátorok vagy éppen szállásadók építik a stratégiáikat. Egyes desztinációkban, vagy országokban olyannyira előrehaladott a motoros turizmusra építő termékfejlesztés, hogy külön stratégiákat is készítenek a motoros turizmus folyamatainak megismerése és megerősítésének igénye kapcsán (WALKER 2011). Így ma már például Ausztrália Viktória állama (Victorian Government, 2013), vagy az USA Ontario állama (MUIR – HOSKIN 2011) is rendelkezik ilyen tervezési-fejlesztési dokumentummal.

A motorkerékpáros turizmus egyrészt növekvő turisztikai piacként értelmezhető, másrészt azt is érdemes szem előtt tartani, hogy a megalapozó kutatások szerint a motorkerékpáros turista, mint célcsoport alapvetően az átlagnál magasabb költségi hajlandósággal bír (WAY et al. 2010). A témakör kutatásának relevanciáját és irányait továbbá a demográfiai viszonyok változása (idősödő motorkerékpár tulajdonosok, nők mind magasabb jelenléte), a gazdasági aspektusok vizsgálata, szociológiai, pszichológiai, vagy piacszegmentálási kérdések is meghatározzák.

## 1. A motorkerékpáros turizmus a turizmus rendszerében

A turizmus rendszerében LENGYEL (2004) a közlekedést alapvetően a turisztikai kínálat alrendszerében jeleníti meg és kiemeli, hogy a közlekedési szolgáltatások a turisztikai termék nélkülözhetetlen elemét képezik. A hazai turizmustudomány megalapítója szerint a következő tényezők játszanak a legnagyobb szerepet a közlekedési eszköz kiválasztásánál: idő és távolság, ár, biztonság, kényelem, járatsűrűség, maga a szituáció, rugalmasság, a közlekedési társaság egyéb szolgáltatásai, ösztönzők, a presztízs, a földi szolgáltatások, az érzelmi-esztétikai szempontok és a kíváncsiság (LENGYEL 2004).

A turizmus rendszerére ható különböző külső környezeti elemek közül a motoros turizmust alapvetően a technikai környezet befolyásolja. A közlekedés és a turizmus komplex kapcsolatrendszerében gyakorlatilag mindegyik közlekedési módnál megjelenik a technika, a technikai környezet és az innováció kérdése is olyan fontos témakörökben, mint elérhetőség, megközelíthetőség, környezetvédelem (hatékonyabb, kevésbé környezetszennyező közlekedési eszközök kifejlesztése) vagy éppen a hatékonyság (LENGYEL 2004, SOMOGYI 2010, JÁSZBERÉNYI – PÁLFALVI (szerk.) 2009).

A közlekedés turizmusban betöltött szerepét a Lengyel-féle modell mellett Leiper (1979) elképzelése szerint lehet talán a legjobban bemutatni (LEIPER 1979). A már a turizmus kutatások korai időszakában is publikáló kutató egyrészt turizmus generáló térségeket és turisztikai desztinációkat különített el, melyek közt értelemszerűen a közlekedési útvonalak jelentették a földrajzi összeköttetést, a közlekedési módok pedig a turisták által választott, preferált közlekedési eszközöket. A két alrendszert jelen esetben tehát alapvetően az oda és a visszaút közlekedési és kommunikációs eszközei és lehetőségei kötik össze.

A technika és a modern közlekedési eszközök robbanásszerű fejlődése azonban az elmúlt évtizedekben egy ellentétes folyamatot is elindított, nevezetesen egyre többen keresnek (akár utazási) motivációt a veterán közlekedési eszközök újrafelfedezése, a turizmusban történő hasznosítása kapcsán (CONLIN – JOLLIFE 2017). Így ma már nem ritka ún. nosztalgiajáratok indítása például a vasúti közlekedés kapcsán, egyre több múzeum, tárlat mutatja be a letűnt korok közlekedési technikáját, illetve ma már szinte minden korosztályt motiválja – főleg Nyugat-Európában és Észak-Amerikában – a youngtimer, oldtimer, veterán, vagy egyéb, régi technikákat és egyben dizájnt is felvonultató közlekedési eszközök használata.

A motorkerékpár tehát mint vonzerő is megjelenik, megjelenhet a turizmus komplex rendszerében, hiszen egyrészt az utazási döntés és az utazás folyamata alatt is az egyes közlekedési eszközök érdekesek, vonzóak, izgalmasak lehetnek a kirándulók számára, másrészt pedig az attrakcióra kialakított motoros turizmusra – tehát a kialakított turisztikai termékre – is fel lehet építeni komplex turisztikai csomagokat, szolgáltatásokat a szállásadástól az étkezésen át egyéb szolgáltatásokig (OLSEN 2002). A tudományrendszerben besorolás kapcsán tehát a motorkerékpár, mint közlekedési eszköz először, mint attrakció jelenik meg, majd a használat és az utazás során kialakul maga a turisztikai termék, a motorkerékpáros turizmus. Véleményünk szerint a motoros turizmus legfontosabb turizmus-rendszerbeni helye is itt keresendő, hiszen alapvetően a motorkerékpárok és a motorozás szeretete, a motorozás kapcsán fellépő érzelmi többlet adja a motoros turizmus alap motivációját.

## 2. Fogalmi meghatározás

Munkánkban először is le szeretnénk szögezni, hogy annak ellenére, hogy a magyar nyelvben a motorkerékpárral történő közlekedést kicsit egyszerűsítve „motorozásnak” hívjuk, a tárgyalt közlekedési eszköz indukálta turizmus precíz szakmai elnevezése a „motorkerékpáros turizmus” kell(ene), hogy legyen.

A külföldi szakirodalmak alapvetően „drive tourism” elnevezéssel illetik a valamely személyi közúti közlekedés kapcsán igénybe vehető közlekedési eszközök indukálta turisztikai formát, aminek magyar nyelvbe történő átültetése kissé nehézkesnek bizonyul (OLSEN 2002, PEARCE 1999, PRIDEAUX – CARSON 2011). Így az egyszerű fordítás helyett (vezetés turizmus), kicsit elvonatkoztatva javasoljuk inkább a „közúti turizmus” kifejezés használatát. Ezen turisztikai vonzerőnek, illetve egyes esetekben akár turisztikai terméknek legnépszerűbb változata természetesen az autós turizmus, melynek számos példáját találjuk világszerte, így beszélhetünk a német „autobahntourismus”-ról, az Alpok mentén kialakított fizetős panoráma útvonalokról, vagy a már korábban említett veteránózásról is.

A közúti turizmuson belül tehát megkülönböztetjük a motorkerékpárok használata által indukált speciális turisztikai formát, a motoros, vagy motorkerékpáros turizmust, melynek fogalmi meghatározását az alábbiakban adjuk meg:

*A motorkerékpáros turizmus olyan turisztikai forma, amelynek során a turista a mindennapi tevékenységi köreiből kiszakadó mobilitásához a közlekedése folyamán valamilyen motorkerékpárt és az utazás folyamán különböző turisztikai szolgáltatásokat vesz igénybe, melynek során az elsődleges motiváció magának a motorkerékpárnak a használata (CSAPÓ 2017).*

Az elsődleges motiváció mellett természetesen másodlagos motivációk is megjelennek, úgy mint a táji értékek, különböző országok, kultúrák megismerése, a közösségi élmény keresése, vagy a technika iránti érdeklődés (KRUGER 2014).

## 3. Szakirodalmi áttekintés

A témakör szakirodalmának bemutatása kapcsán megalapozó irodalmi forrásként kell kiemelnünk a PRIDEAUX és CARSON (2011) szerkesztésében megjelent kötetet, amelyben a válogatott tanulmányok a közúti turizmus (drive tourism) trendjeit és piaci megjelenését tárgyalják (PRIDEAUX – CARSON 2011a). A kötet szerzői elsősorban meghatározzák a közúti turizmus helyét és szerepét a turizmus rendszerében (CARSON – SCHMALLEGGER 2011, PRIDEAUX – CARSON 2011b.), piacszegmentálást végeznek (SMITH 2011), illetve természetesen regionális megközelítésű munkák is helyet kaptak (TIMOTHY 2011) az alapozó munkában.

A megalapozó irodalmak az utazási motivációk tárgyalása kapcsán magától értetődően a fizikai környezet, a táj értékét és szerepét is elemzik, így a panoráma-útvonalak szerepe, fajtái kerülnek fókuszba HENESSEY et al. (2008) és CARSON és CARTAN (2011) munkáiban, illetve a regionális fókuszú munkák közül kiemelnénk még COMMELL és PAGE 2008-as tanulmányát, ahol egy skót nemzeti park autós turizmusát mutatják be a szakma egyik legnevesebb folyóiratában (Tourism Management) (CONNELL – PAGE 2008).

A hazánkban eddig még publikálatlan motorkerékpáros turizmus természetesen külföldön sem tartozik a kutatások fő vonalához, mindazonáltal az elmúlt évtizedekben egyre több szerző ismeri fel a témakör érdekességét, társadalmi-gazdasági fontosságát. SYKES és KELLY 2011-es munkájában többek közt kiemeli, hogy a motorkerékpáros turizmus egy egyre inkább növekedő turisztikai piac, amely fontos gazdasági értékkel is bír, így annak kutatása egyre inkább indokolt. Szintén SYKES és KELLY elemzésében jelent meg egy 2014-es munka, ahol már a motorkerékpáros turizmus turisztikai keresletét veszik górcső alá (SYKES – KELLY 2014).

Az általános, illetve bevezető, megalapozó irodalmak közül a korábban már említett PRIDEAUX – CARSON kötet motorkerékpáros turizmussal foglalkozó tanulmányát (WALKER 2011) és SYKES és KELLY 2014-es munkáját is érdemes kiemelni (SYKES – KELLY 2014), mely utóbbi már rangos turisztikai folyóiratban jelent meg (International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research), ezzel is alátámasztva a témakör érdekességét, fontosságát.

Az ez irányú kutatások jelentős része természetesen regionális megközelítésben tárgyalja a témakört. A legkorábbi ilyen munkát 1996-ra tehetjük (DZIKOWSKI 1996), de a későbbiekben is találunk lokális témaköröket feldolgozó munkákat, így például CATER (2013) Wales motorkerékpáros turizmusát elemzi. Egyre több olyan tanulmányt, tervet is találunk, amely regionális megközelítésben elemzi a motorkerékpáros turizmus gazdasági hatásait (Economic Impact of Motorcycle Tourism in Port Dover and Norfolk County, 2008, The Economic Significance of the UK Motor Cycle Industry: Final Report, 2010).

A szakirodalmi elemzésben szintén említést érdemel azon kutatási irány, amelynél a motorkerékpáros turizmus egyéb turisztikai termékekkel történő szinergiáit kutatják a szerzők, így jellemzően, mivel a motorkerékpározás folyamán elsődleges motivációnak minősül a táji értékek megismerése, a vidéki turizmus kerül górcső alá (MENG – HUDSON 2012, 2016).

Az alapozó kutatások megjelenése után az ide vonatkozó tanulmányok további fontos ágai már a piaci szegmentálás kapcsán a motorkerékpározás szociológiai (AUSTIN 2009, AUSTIN – GAGNE 2008, AUSTIN et al. 2010, GOODMAN 2014), demográfiai (WAY et al 2010, SMITH 2011), kulturális háttérrel (SCHOUTEN – MCALEXANDAR 1995) és költési hajlandóságával, szokásaival (NALE et al. 2003, BROUGHTON 2007) is foglalkoznak.

#### **4. A motorkerékpáros turizmus típusai, formái, helyszínei**

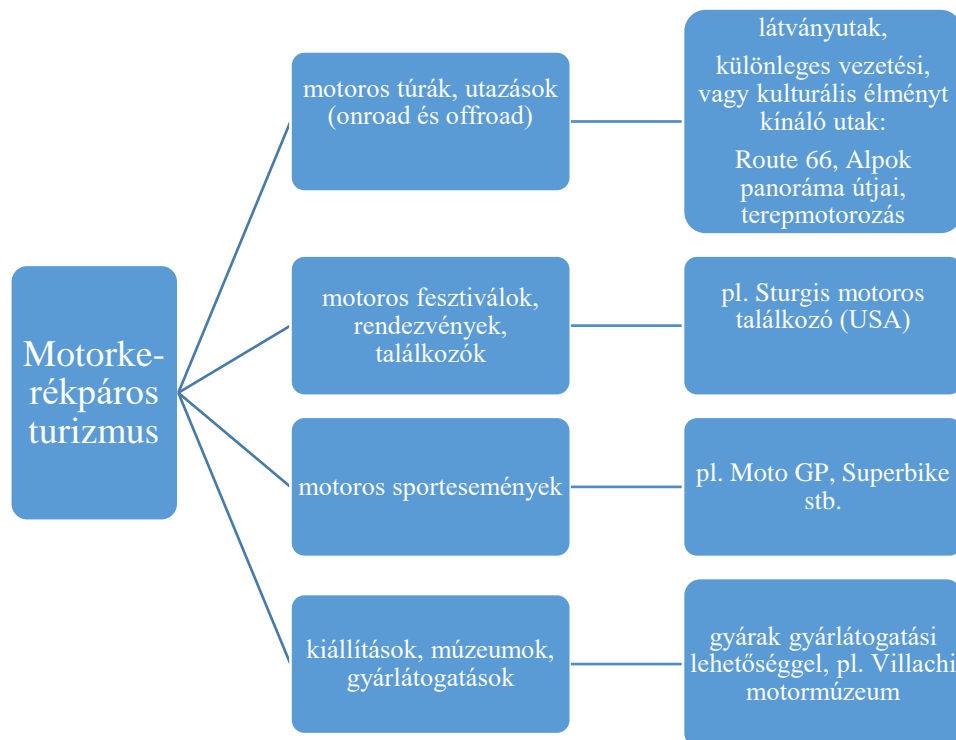
A motorkerékpáros turizmust természetesen több szempont alapján lehet kategorizálni, hiszen beszélhetünk egyéni, utassal vagy csoportos utazókról, saját szervezésű, vagy szervezett utazásokról, az időtartam alapján pedig 1 napos, vagy több napos utakról. Érdemes lehet a kategóriákat tovább bővíteni a megtett út mennyisége alapján is, illetve, hogy belföldi, vagy nemzetközi útról beszélünk, hiszen a felmerülő különböző igények más és más költési hajlandósággal, vagy motivációkkal járhatnak. További szempont lehet a besorolásban az „onroad” és az „offroad” szempontú megközelítés, azaz az aszfaltozott utak és a terepmotorozás különböző formáinak a besorolása.

A kérdéskör technikai háttérét vizsgálva pedig a motorkerékpárok típusait is érdemes górcső alá venni, hiszen ma már számos, kifejezetten túrázásra használt típustól elkezdve a veteránon át a sportmotorokig széles paletta áll az utazók rendelkezésére.

Beszélhetünk továbbá motorbérlelésről is, de jellemzően a motorkerékpáros turisták döntő többségben saját járművet használnak az útjaik folyamán. Ez alól képez kivételt, amikor az utazók otthonuktól távoli desztinációban döntenek a motoros turizmus mellett, hiszen ez esetben természetesen szükséges bérelni a járműveket.

A motoros turizmushoz köthető tevékenységeket és vonzerőket az 1. ábra szemlélteti.

### 1. ábra: A motorkerékpáros turizmushoz köthető tevékenységek és vonzerők csoportosítása



*Forrás: Saját szerkesztés, 2017*

A főbb tevékenységeket, amelyek egyben primer vonzerőt is jelentenek 4 fő kategóriába osztottuk. Az első kategóriába tartozó motoros túrák és utazások a legjellemzőbbnek tekinthetők. Beszélhetünk 1 napos, vagy több napos utakról, amelyek jellemzően egyénileg szervezettek, de ma már nem ritka Magyarországon sem olyan utazási irodák jelenléte, amelyek professzionális háttérrel szerveznek motoros utakat akár külföldön is, jellemzően Nyugat-Európában, vagy az USA-ban (Rhino Tours, Fly and Ride Travel). Az egyéni szervezés kapcsán érdemes kiemelni a szociális média szerepét, hiszen számtalan motoros klub, baráti társaság alakul a Facebookon, akik rendszeresen kapcsolatot tartva egymással szervezik programjaikat, útjaikat is.

Ugyan jelen tanulmány még nem kíván foglalkozni a motorkerékpáros turisták pontos és szakmai szempontok alapján lekutatott motivációival, de a Szerző saját élményei, motivációi, és a szakirodalom által is említett szempontjai alapján kijelenthetjük, hogy a motoros túrák alkalmával a vezetés élvezete mellett a táji értékek is nagymértékben felértékelődnek. Így a különleges vezetés(technika)i, vagy/és látványértékű,

vagy/és kulturális értékkel bíró utak, mint például az USA-beli Route66, vagy az Alpok országainak panorámaújtjai (Großglockner Hochalpenstraße – Ausztria, Passo Stelvio – Olaszország), illetve az egyre népszerűbb terepmotorozás (különösen az on és offroad célokra egyaránt alkalmas motorkerékpárok megjelenésével) kiemelkedő jelentőségűek a motorkerékpáros turizmus tekintetében. A turizmusban szokásos legek és különlegességek keresése a motorkerékpáros turizmusban is tetten érhető, hiszen sokan indulnak el például Európa legészakibb pontjára motorkerékpárral, vagy utazzák keresztül az Egyesült Államokat a nyugati parttól a keleti partig.

A motoros turizmus legfőbb célpontjai, desztinációi tehát természetesen azok a területek, ahol egyrészt az utak adta kihívások és élmények, másrészt pedig a táji értékek fogják meg az utazót. Így világszerte is a legkiemelkedőbb és leginkább látogatott ilyen területek az Alpok országai, ahol egyszerre vannak jelen a jó minőségű és izgalmas vonalvezetésű utak, illetve a táji értékek, panorama utak.

A motorkerékpáros turizmus másik fontos bázisát a motoros rendezvények, fesztiválok adják, melyek már évtizedek óta hazánkban is fontos programokat biztosítanak ezen szubkultúra számára (KRUGER 2014, NALE 2003). A világ legjelentősebb ilyen rendezvénye az USA-ban található Sturgis Motorcycle Rallye (Dél-Dakota), amelyet már 1938 óta szerveznek és tartanak meg, és évente mintegy 500 000 látogatót vonz (<http://sturgismotorcyclerrally.com/>). A hazai legnagyobb ilyen rendezvény az Alsóörsi Harley-Davidson Open Road Fest, ami 2017-ben már 18. alkalommal került megrendezésre és a látogatóinak száma jellemzően 30-40 000 fő. A hazai motoros rendezvények mára már százas nagyságrendben jelentenek programokat az érdeklődők számára.

A motorkerékpáros turizmus következő fontos kategóriája a motorsportokhoz, motoros sporteseményekhez köthető turisztikai folyamatok vizsgálata. Itt már megjelenik a turisták azon szegmense is, akik nem feltétlenül motorkerékpárosok, de érdeklik őket a motorok, vagy a motorkerékpárokhoz köthető sportágak, sportesemények. A legismertebb ilyen sorozatok a gyorsasági motorozáshoz köthető MotoGP, illetve a Superbike futamai, amelyek mind a helyszínen, mind a televízió és az online média előtt hatalmas tömegeket vonzanak és ebből is adódóan komoly bevételeket generálnak a résztvevők számára. A motorkerékpározáshoz köthető sportágak rendkívül széles palettát fednek le, a Nemzetközi Motorsport Szövetség (FIM) például 59 különböző trófeát oszt ki évente.

A motorkerékpáros turizmus megjelenési formáinak utolsó fontos egysége szintén nem feltétlenül csak a motorkerékpárok aktív használatához köthető. A motorokhoz, motorozáshoz köthető kiállítások, múzeumok és a motorkerékpár gyárak kiállítóterei, múzeumai, illetve gyárlátogatási lehetőségei szintén népes látogatószámot produkálhatnak. Múzeumok és kiállítások jellemzően a nagy motorkerékpár gyártással bíró nemzeteknél találhatóak (a teljesség igénye nélkül a legnagyobbak és legismertebbek: BMW – Németország, Ducati, Aprilia – Olaszország, Harley-Davidson – USA, Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki – Japán), de egyes magángyűjtők múzeumai is színesíthetik a palettát (Vransko – Szlovénia: Muzej Motociklov Grom, Villach – Ausztria: Villacher Fahrzeugmuseum). Érdemes megjegyezni, hogy például a villachi magángyűjtemény a térség összes turisztikai promóciós anyagában is szerepel, ezzel is erősítve a tárgyalt témakör szerepét a turisztikai folyamatokban.

## 5. A motorkerékpáros turizmus turisztikai infra- és szuprastruktúrája

A LENGYEL (1992) féle szűkebben értelmezett turisztikai infrastruktúra értelmezés legfontosabb idevonatkozó eleme maga az úthálózat, amelyet – az esetek döntő többségében, kivéve pl. a terepmotorozás különböző formái esetén – természetesen a motorkerékpáros turizmus is igénybe vesz. Maga az úthálózat minősége a motorkerékpározás folyamán hatványozottan fontos szerepet játszik, hiszen az egy nyomtávú járműveknél a biztonságos vezetés fontos részét képezi a minőségi utak jelenléte. Ennek köszönhetően sem véletlen, hogy a világ fejlettebb régióiban – a magasabb költségi hajlandóság és anyagi lehetőségek mellett – terjedt el jobban ez a turisztikai forma.

A turisztikai szuprastruktúra esetében fontos kiemelni, hogy – felismerve a keresletben rejlő potenciált – nemcsak külföldön, hanem már hazánkban is mind több szállás, étterem és vendéglátó-egység hirdeti magát „motorosbarátnak”, így például az adott helyeken megfelelő parkolók, motormosási lehetőségek, ruha- és felszerelések tárolására, lerakására, szárítására alkalmas egységek kerülnek kialakításra. Ilyen szálláshelyek jelenléte az Alpok országaiban évtizedek óta természetes, hazánkban pedig egyelőre jellemzően a Balaton mentén alakultak ki.

### Összefoglalás, a kutatás további irányai

Jelen tanulmány egy Magyarországon még nem kutatott és ennek köszönhetően nem publikált turisztikai vonzerő és az arra épülő termék elméleti alapjait kívánta bemutatni. Ennek köszönhetően először a motorkerékpáros turizmus helyét és szerepét határoztuk meg a turizmus rendszerében, majd az ilyenkor szintén elengedhetetlen fogalom meghatározás került sorra. Ezek után tipizáltuk a motorkerékpáros turizmus jellemző formáit, alapvető vonzerőit, végül a motorkerékpáros turizmus turisztikai infra- és szuprastruktúrájának elemzése került górcső alá.

A tanulmány szerzője úgy véli, hogy nemcsak a bemutatott külföldi helyszíneken, hanem Magyarországon is egyre fontosabb, és nemcsak potenciális, turisztikai szegmensről beszélhetünk a motorkerékpározás és a motorkerékpáros turizmus kapcsán. Ezt a már számos helyen megírt és gyakorlatba is átültetett motorkerékpáros tervezési dokumentumok, stratégiák is alátámasztják.

A kutatás további fontos iránya lesz a hazai viszonyok szakmai igényű kutatása, így érdemes meghatározni a motoros turizmus legfontosabb magyarországi helyszíneit, továbbá fontos témakör lesz a motoros turista megismerése, piaci szegmentálása is, így a motivációk, a demográfiai és gazdasági háttér, a költségi hajlandóság kutatása elengedhetetlen. Mivel már hazánkban is találunk a motorkerékpáros turizmusra (is) koncentrált utazásszervezőket, így ez is izgalmas iránya lehet a további kutatásoknak. Egy újabb irány pedig a speciális igényeket kielégítő turisztikai infra- és szuprastruktúra kutatása lehetne.

A témakör nemcsak hazánkban, hanem külföldön is gyerekcipőben jár még, így a Szerző véleménye szerint a nemzetközi tematikájú kutatások is adhatnak további irányokat a motorkerékpáros turizmus és a motorkerékpáros turista pontosabb megismerése kapcsán.



## Irodalomjegyzék

- AUSTIN, D.M. (2009): Ritual and boundary distinction in a recreational community: a case study of motorcycle rallies and riders. *Qualitative Sociology Review* 5. pp. 71–93.
- AUSTIN, D. M. – GAGNE, P. (2008): Community in a mobile subculture: the world of the touring motorcyclist. *Studies in Symbolic Interaction*, 30. pp. 411–437.
- AUSTIN, D. – GAGNE, P. – OREND, A. (2010): Commodification and popular imagery of the biker in American culture. *Journal of Popular Culture* 43(5). pp. 942–963.
- BROUGHTON, P. S. (2007): Risk and enjoyment in powered two wheeler use. PhD disszertáció. Transport Research Institute, Napier University, Edinburgh. [www.academia.edu/152978/Risk\\_and\\_enjoyment\\_in\\_powered\\_two\\_wheeler\\_use](http://www.academia.edu/152978/Risk_and_enjoyment_in_powered_two_wheeler_use)
- CARSON, D. – CARTAN, G. (2011): Touring routes – types, successes and failures: an international review. In: Prideaux B. – Carson D. (Eds.) *Drive Tourism: Trends and Emerging Markets*. Oxon: Routledge. pp. 296–310.
- CARSON, D. – SCHMALLEGGER, D. (2011): Drive tourism: a view from the road. In: Prideaux, B. – Carson, D. (eds) *Drive Tourism: Trends and Emerging Markets*. Oxon: Routledge. pp. 358–368.
- CATER, C. (2013): *Motorcycle Tourism in Ceredigion*. A report presented at the Motorcycle Tourism Forum for the Tourism Society of Wales hosted by the Aberystwyth Motorcycle Action Group.
- CONLIN, M. V. – JOLLIFE, L. (2017): *Automobile heritage and tourism*. Routledge Advances in Tourism, 266 p.
- CONNELL, J. – PAGE, S. (2008): Exploring the spatial patterns of car-based tourism travel in Loch Lomond and Trossachs National Park, Scotland. *Tourism Management* 29(3). pp. 561–580.
- DZIKOWSKI, D. (1996): Easy riders. *Fairfield County Business Journal* 35(26). pp. 1–10.
- Economic Impact of Motorcycle Tourism in Port Dover and Norfolk County (2008): Ontario, prepared by: Norfolk County – Tourism & Economic Development Division, August 25, 2008.
- GOODMANN, T. (2014): Riding a straight line between the wild one and wild hogs. *International Journal of Motorcycle Studies* 10(1). [http://ijms.nova.edu/Spring2014/IJMS\\_Artcl.Goodmann.html](http://ijms.nova.edu/Spring2014/IJMS_Artcl.Goodmann.html)
- HENNESSEY, S. – YUN, D. – MACEACHERN, M. (2008): *The importance of scenic drive tourism: an exploratory study*. Paper presented at the 39th Annual Travel and Tourism Research Association (TTRA) Conference, Philadelphia, PA, June 15–17, 2008.
- JÁSZBERÉNYI, M. – PÁLFALVI, J. (szerk.) (2009): *Nemzetközi közlekedés és turizmus: Közlekedési ágak, fenntartható mobilitás, turisztikai trendek*. Budapest: Aula Kiadó, 469 p.
- KRUGER, M. (2014): What drives bikers to attend a motorcycling event? *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 3(1). pp. 1–21.
- KSH 2017: Személyesüléses közúti közlekedési balesetek az okozók szerint (eset) [https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat\\_evkozi/e\\_ods003.html](https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_evkozi/e_ods003.html)
- LEIPER, N. (1979): The Framework of Tourism. Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourism Industry. *Annals of Tourism Research* 6(4). pp. 390–407.
- LENGYEL, M. (2004): *A turizmus általános elmélete*. KIT-HFF, Budapest, 524 p.

- MENG, F. – HUDSON, S. (2012): *Drive tourism and rural tourism development: dual perspectives from industry stakeholders and potential visitors*. Presented at The 42nd Annual Conference of Travel and Tourism Research Association, June 16–19.
- MENG, F. – HUDSON, S. (2016): *Drive Tourism in Rural Destination Development: Dual Perspectives from Industry Stakeholders and Potential Visitors*. Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally. 48.
- MUIR, K. – HOSKIN, C. (2011): *Ontario's Southwest Motorcycle Tourism Report*. 45 p. <http://swotc.ca/wp-content/uploads/Motorcycle-Tourism-Project.pdf>
- NALE, R.D. – RAUCH, D.A. – BARR, P.B. (2003): A Note on the Economic Implications of a Focused Tourism Event: Bikers in Myrtle Beach. *The Coastal Business Journal* 2(1). pp. 38–44.
- OLSEN, M. (2002): Keeping track of the self drive market. In: Carson, D. – Waller, I. – Scott, N. (Eds.): *Drive Tourism: Up the wall and around the bend*. Brisbane: Common Ground Publishing. pp. 11-24.
- PEARCE, P. (1999): Touring for pleasure: Studies of the senior self-drive travel market. *Tourism Recreation Research* 24(1). pp. 35-42.
- PRIDEAUX, B. – CARSON, D. (eds.) (2011a): *Drive tourism: trends and emerging markets*. Oxon: Routledge. pp. 385 pp.
- PRIDEAUX, B. – CARSON, D. (2011b): The structure and role of drive tourism. In: Prideaux, B – Carson, D. (Eds.): *Drive Tourism: Trends and Emerging Markets*. Oxon: Routledge. pp. 3-13.
- SCHOUTEN, J. – MCALEXANDAR, J. (1995): Subcultures of consumption: an ethnography of the new bikers. *Journal of Consumer Research*, 22(3). pp. 43-61.
- SMITH, N. (2011): Barriers to and benefits of clustering in drive tourism markets: the case of the Rainforest Way. In: Prideaux, B. – Carson, D. (Eds.): *Drive Tourism: Trends and Emerging Markets*. New York: Routledge. pp. 146–158.
- SOMOGYI, B. (2010): A vasúti közlekedés és a turisztikai termékfejlesztés kapcsolata, valamint a területi fejlődésre gyakorolt hatásmechanizmusa. *Turizmus Bulletin* 14(3). pp. 17-25.
- SYKES, D. – KELLY, K. (2011): *Mapping the Study of Motorcycle Tourism: Impacts and Opportunities*. <https://www.allied.edu/docs/pdf/Business/Sykes-D-Mapping-Motorcycle-Tourism-Conference-Final-for-AAU-journal.pdf>
- SYKES, D. – KELLY, K. (2014): Motorcycle tourism demand generators and dynamic interaction leisure. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* 8(1). pp. 92–102.
- THE ECONOMIC SIGNIFICANCE OF THE UK MOTOR CYCLE INDUSTRY: FINAL REPORT (2010): GHK Consulting Ltd. [http://www.mcia.co.uk/downloads\\_temp/f1723bf9-dfe5-4649-89db-8cefc7d77ec4\\_Imported\\_File.PDF](http://www.mcia.co.uk/downloads_temp/f1723bf9-dfe5-4649-89db-8cefc7d77ec4_Imported_File.PDF)
- TIMOTHY, D. (2011): Highways and byways: Car-based tourism in the U.S. In: Prideaux, B. – Carson, D. (Eds.): *Drive Tourism: Trends and Emerging Markets*. Oxon: Routledge. pp. 172-193.
- VERES, L. (2011): A turizmus és közlekedés összefüggései. In: Veres, L. (szerk.): *Turizmus és közlekedés*. Pécsi Tudományegyetem, 2011. <http://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turizmus%20%C3%A9s%20k%C3%B6zleked%C3%A9s/book.html>
- VICTORIAN GOVERNMENT (2013): *MOTORCYCLE TOURISM STRATEGY 2013-2016*. 16 p. [http://www.tourism.vic.gov.au/images/stories/TV\\_Motocycle-Tourism-Strategy.pdf](http://www.tourism.vic.gov.au/images/stories/TV_Motocycle-Tourism-Strategy.pdf)



Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

2017. december

II. évfolyam IV. szám

ISSN 2498-6984

WALKER, L. (2011): Tourism and leisure motorcycle riding. In: Pideaux, B. – Carson, D. (Eds.): *Drive Tourism. Trends and emerging markets*. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group. pp.146–158.

WAY, K. A. – ROBERTS, L. J. – TURNER, J. (2010): *Travel and spending characteristics of the mature biker: An exploratory study*. Caesars Hospitality Research Summit. Paper 12. p. 14. <http://digitalscholarship.unlv.edu/hhrc/2010/june2010/12>