

KILÁTÁSOK ÉS KIHÍVÁSOK DÉL-ZALA TURIZMUSÁBAN – ESETTANULMÁNY MURAFÖLDE TURISZTIKAI HELYZETKÉPÉRŐL ÉS PERSPEKTÍVÁIRÓL

Cseke Bence¹ – Marton Zsuzsanna² – Keller Krisztina³ – Birkner Zoltán⁴

¹Pannon Egyetem Nagykanizsai Kampusz, csekebence@gmail.com

²Pannon Egyetem Nagykanizsai Kampusz, marton.zsuzsanna@uni-pen.hu

³Pannon Egyetem Nagykanizsai Kampusz, keller.krisztina@uni-pen.hu

⁴Pannon Egyetem Nagykanizsai Kampusz, birkner.zoltan@uni-pen.hu

DOI: 10.33538/TVT.190401.4

Absztrakt

A tanulmány célja egy új turisztikai desztinációban, a Mura Nemzeti Program keretében 2015-ben létrejött Muraföldében rejlő lehetőségek elemzése. A 83 települést magában foglaló dél-zalai térség turisztikai potenciálja meghatározásának módszertani keretét Buhalis 6A modellje adja. A térség turisztikai kínálatát meghatározó elemek, mint a vonzerők, az elérhetőség, a turisztikai infrastruktúra, az elérhető utazási csomagok, a tevékenységek és a kiegészítő szolgáltatások helyi turisztikai szolgáltatókkal készített strukturált interjúk alapján kerülnek vizsgálatra. A térség kínálati elemeire vonatkozó elemzés eredményeként megállapítható, hogy a főként természeti értékekre építő térség egyelőre nem tudott élni a benne rejlő potenciálokkal, elsődleges jövőbeli feladatának egy turisztikai desztináció menedzsment szervezet létrehozása, a márkaépítés, a térségi marketing erősítése, a határon átvélő kapcsolatok kiépítése, valamint a szolgáltatások színvonalának emelése tekinthető.

Kulcsszavak: Murafölde, Dél-Zala, Buhalis 6A modell

Abstract

The study aims to analyse the unexploited opportunities at a new tourist destination named Murafölde, which emerged in 2015 in the frame of Mura National Program. In order to define the set of potentials of the South Zala region including 83 settlements, the 6A model by Buhalis will be applied as a research method framework. The supply elements of the region such as attractions, accessibility, amenities, available packages, activities and ancillary services are investigated based on structural interviews with the local tourist service providers. According to the results of the survey, the region being rich in natural resources cannot benefit enough from their potentials. Therefore, the primary task is to establish a destination management organization, to focus on brand-building, to strengthen the regional marketing, to build up cross-border relationships, as well as, to enhance the service quality.

Keywords: Murafölde, South Zala, Buhalis 6A modell

Bevezetés

A turizmus évről évre egyre több turistát szolgál ki, akiknek a kegyeiért a desztinációk és szolgáltatók heves küzdelmet folytatnak az évtizedek óta zajló kiélezett piaci versenyben. A versenyképesség megteremtése a siker előfeltétele, de önmagában nem elég. Mitől sikeres egy desztináció? – gyakran hangzik el a kérdés, melynek megválaszolására számos kutatás született, viszont a desztinációk egyedisége miatt nehéz az általánosítás.

A fejlődés, és a fenntarthatóság motorjává napjainkban az innovatív megoldások gyakorlatban való alkalmazását, a helyi gazdaság és a társadalom együttműködését kell tenni (NÉMETH et al. 2018 a, b; PÉTER et al. 2018).

Jelen tanulmány a Dél-Zala régióban, azon belül is a 83 települést magába foglaló Muraföldén rejlő turisztikai potenciál bemutatására irányul, melyet a térség turisztikai szolgáltatóinak körében végzett kutatás előzött meg. A kutatás elsődleges célja, hogy feltárja a térségben rejlő turisztikai potenciál kihasználtságát és azonosítsa azokat a tényezőket, melyek a turizmus fejlődését gátolják vagy támogatják. Az elérhető kínálati elemek összegzését és áttekintését Buhalis 6A modellje, mint elméleti keretrendszer segíti. A primer és szekunder adatok alapján a tanulmány a vizsgált turisztikai kínálatot tekintve fejlesztési irányok megfogalmazását tűzte ki célul.

1. Szakirodalmi áttekintés és módszertan

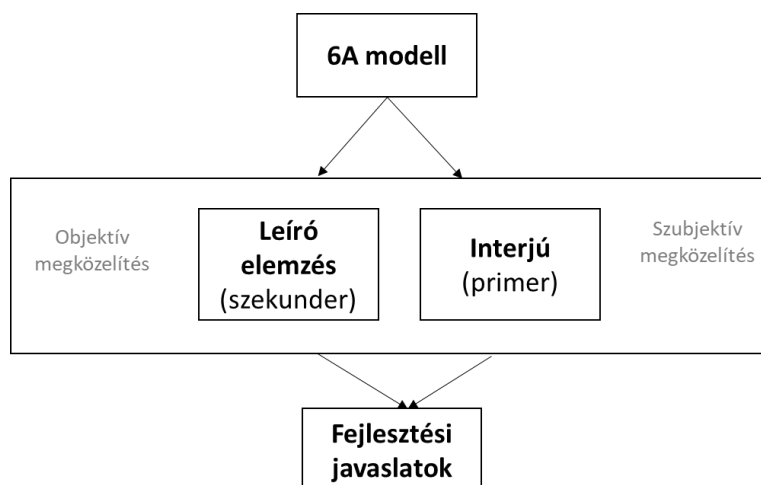
A desztinációk mint a turisztikai tevékenységek szinterei csak bizonyos feltételrendszer mellett működnek hatékonyan és eredményesen. Egy fogadóterület versenyképességéhez az általános feltételek mellett (például közbiztonság, közegészségügyi állapot) a desztináció által kínált turisztikai termékek és szolgáltatások köre, illetve spektruma, minősége és ár-érték aránya bír meghatározó jelleggel a turisták utazási döntéseinél. (MICHALKÓ 2012, MILOHNIC – SMOLCIC JURDANA 2008, ZSARNÓCZKY 2017).

A legújabb turisztikai trendek olyan követelményeket állítanak a desztinációkkal szemben, melyek túlmutatnak a természeti és ember alkotta vonzerők „csokorba szedésén” és kijánlásán. A szolgáltatások és attrakciók komplex és integrált portfólióba rendezése, majd személyre szabása az a kulcstényező, mely a piaci versenybe való belépést elősegíti. A 2018-as turisztikai irányvonalak és fogyasztói szokások elemzése szerint olyan európai régiók kerülnek fel mind a turisták, mind az utazásszervezők, utazásközvetítők térképére, melyeknek egyedisége az „ismeretlenség”. Ez a fajta ismeretlenség a turisták felfedezés iránti vágyának kielégítéséhez, a turisták tömegeitől való meneküléshez járul hozzá. (SHABADA é.n.) Ebbe a gondolatba kitűnően beleillik a slow filozófia által áthatott „slow” turizmus is, ami szembeállítható a tömegturizmussal. „A lassú turista messziről elkerüli a tömegek által látogatott desztinációkat, eredeti, autentikus élményekre vágyik.” (ERNSZT 2016:332, ERNSZT-LŐRINCZ 2017).

Jelen tanulmány középpontjában egy olyan turisztikai régió – Dél-Zala – áll, mely turisztikai szempontból kiaknázatlan desztinációnak számít. A dél-zalai turizmus működéséhez elengedhetetlen általános feltételek bemutatásához és versenyképességi tényezők feltárásához BUHALIS (2000) 6A modellje szolgál alapul. A versenyképesség különféle befolyásoló tényezői között szerepelhetnek a külső környezethez és az adott turisztikai szolgáltató szervezeti kultúrájához kapcsolódó tényezők, amelyek együttesen határozzák meg a dél-zalai turizmus működését (GÁTI – KOLOS 2012).

A térség turisztikai kínálati elemeinek vizsgálata két lépcsőben zajlott: egyrészt szekunder forrásokból származó adatok, információk alapján Dél-Zala turisztikai adottságainak a bemutatása volt az elsődleges cél, melyet primer kutatása keretében végzett interjúelemzés egészített ki. (1. ábra)

1. ábra: A kutatás módszertani struktúrája



Forrás: saját szerkesztés

A kvalitatív kutatás során 13 strukturált interjú készült a térségben működő turisztikai szolgáltatókkal és egyéb érintettekkel. Az alábbi táblázat foglalja össze a megkérdezettek összetételét és érdekeltségi területét:

1. táblázat: Az interjúalanyok megoszlása szolgáltatási területenként

Szolgáltatási terület/ egyéb kapcsolódás	Érintettség	Interjúalanyok száma összesen (fő)
Szállás- és vendéglátóhely	tulajdonos üzgyvezető üzemeltető	5
Termál- és strandfürdő	üzemeltető	2
Idegenvezetés	tulajdonos	1
Szabadidős (sport, falusi turizmus) programok szolgáltatása	tulajdonos üzemeltető	4
Turisztikai fejlesztés	projektvezető	1

Forrás: saját szerkesztés

A megkérdezett interjúalanyok körét tekintve a szolgáltatások széles spektrumban történő vizsgálatára adódott lehetőség; a szállodák, éttermek, termálfürdők tulajdonosai/üzemeltetői és egyéb aktív szabadidős programokat kínáló szolgáltatók válaszaikkal és javaslataikkal mind hozzájárultak Dél-Zala fejlesztési irányainak körvonalazásához. Az interjúalanyok egy része (három fő) nemcsak mint turisztikai szolgáltatók ismertették álláspontjukat, hanem mint községi polgármester vagy egyéb egyesületi tag (Skanzen Közhasznú Egyesület).

A kérdéskörök középpontjában az attrakciók, illetve azok „kihasználtsága” és ismertsége, továbbá a térség arculatának meghatározásában szerepet játszó tényezők álltak.

1.1. A 6A modell áttekintése

Buhalis szerint egy desztináció fejlesztési lehetőségeinek és növekedési irányának meghatározásakor az első lépés a desztináció főbb kínálati elemeinek azonosítása, melynek a desztinációs mix – „6A” ad keretet:

1. Attractions – vonzerők
2. Accessibility – elérhetőség
3. Amenities – turisztikai infrastruktúra
4. Available packages – elérhető utazási csomagok
5. Activities – tevékenységek
6. Ancillary services – kiegészítő szolgáltatások

A desztinációk vonzerejét növeli a pozitív kultúraszemélyiség (MALOTA – GYULAVÁRI 2018, GYULAVÁRI – MALOTA 2018), és azok az elemek, melyek pozitív kultúrsökként jelennek meg a turisták percepciójában (MALOTA – MUCSI 2018).

1.2. Térségi interjúk elemzése

Vonzerők és elérhető utazási csomagok

A térség különösen a természeti vonzerők tekintetében változatos képet mutat, melyek főként a belföldi turistákat vonzzák az ország különböző pontjairól. A megkérdezettek kivétel nélkül rendkívül színesnek jellemezték a turisztikai attrakciók kínálatát (pl. gyalogos és kerékpáros túraútvonalak, „Szedd magad” ültetvények, kulturális-történelmi attrakciók, termálvíz), illetve fontosságukat kihangsúlyozták, azonban a kihasználtságukat tekintve nem voltak pozitívak. Több interjúalany beszámolt arról, hogy a térségben a kerékpáros, bakancsos turizmus egyre inkább felértékelődik.

Mind a szállás-és vendéglátóhelyek, mind a szabadidős programok szervezésében érdekelt szolgáltatók felismerték, hogy a célcsoportjuk körét eddiginél jobban ki kell terjeszteni és egészen a fiatal iskolás csoportoktól, fiatalpároktól, a családokon keresztül a hivatásturistákig és szeniorokig megfelelő kínálatot biztosítani.

A szálláshelyszolgáltatók többsége az aktív marketingtevékenység hiánya mellett az alapvető problémát a szolgáltatók közötti együttműködés és annak keretében készülő szolgáltatáscsomagok hiányában látják. A szabadidős tevékenységet nyújtó szolgáltatók

A szolgáltatáscsomagok kialakításánál a horvát szolgáltatókkal való kooperációban kiugrási lehetőséget látnak a megkérdezett szolgáltatók. A szolgáltatáscsomagok kialakításánál a szenior látogatók azok, akik számára jelenleg nincs pozícionálva termék/ szolgáltatás.

A szolgáltatók az eddig nagyobb súllyal jelentkező belföldi kereslet mellett a külföldi küldőpiacok (Horvátország, Szlovénia és Ausztria) felé is nyitnának.

Turisztikai infrastruktúra

A megkérdezett szolgáltatók a térség turisztikai infrastruktúrájának hiányosságaira hívták fel a figyelmet. A komplex utazási csomagok kiajánlásánál nem csak a szolgáltatók közötti együttműködés elmaradása jelent problémát, hanem a szolgáltatáscsomagok összeállításához szükséges kínálati elemek hiánya is, úgymint a megfelelő színvonalú szálláshelyek és éttermek köre. A megkérdezett szálláshelyszolgáltatók közül csak kettőben van étterem, így a többi szálláshely külső éttermekkel áll kapcsolatban, akik a vendégek helyszíni, szálláshelyen történő étkeztetésében partnerek. Ez a szolgáltatás, együttműködés azonban csak nagyobb csoportok esetében lehetséges, néhány fő esetén nem, mely az észlelt szolgáltatási színvonalat csorbítja.

A megkérdezett szolgáltatók egy látogatóközpont létrehozásának szükségességét is kihangsúlyozták, mely a térségben információs központként, együttműködést koordináló egységként, kulturális programokat kínáló intézményként vizionálnak.

Mivel a természeti, kulturális erőforrások sincsenek egyértelműen attrakcióként definiálva a célcsoportok felé, így a magasabb minőségű szolgáltatást nyújtó szállás- és vendéglátóhelyek sem épültek még ki.

A megkérdezett interjúalanyok a tavak, folyók fontosságát és bennük rejlő turisztikai potenciált hangsúlyozták, melyek a szabadidős tevékenységekhez kitűnő alapul szolgálnak. A magas színvonalon való működéshez azonban a megfelelően képzett szakemberek (pl. vízi sportoknál) elengedhetetlenek, melyben a térség egyelőre nem jár az élen.

A térségben a téli időszak alatt a turizmus megtorpanása, visszaesése tapasztalható, melyet a korlátozott nyitva tartás, csökkentett kapacitással való üzemelés is visszavet. Az interjúalanyok közül a két strand-és fürdőszolgáltató is szeptember 1-jével bezár, mely a térség egyik fő vonzerejeként van nyilvántartva.

Tevékenységek

A szolgáltatók egyértelműen az aktív, szabadidős turizmusban látják a térség turisztikai lehetőségeit. A természeti erőforrások a vízi sportok, horgászat, vadászat, bakancsos kirándulások kedvelőinek számos kikapcsolódási lehetőségek kínálnak, melyek mellett a turisztikai kínálat portfóliójában a kerékpáros turizmus az egyik kiemelt helyen szerepel.

A szolgáltatók és egyben a térség még nem pozicionálta magát, így az interjúalanyok bizonyos eseményekre, ünnepekre épülő programok (pl. disznóvágás, adventi vásár) szervezésében látják a keresletingadozások ellensúlyozását. A vendéglátóhelyek és szálláshelyek a téli időszak

Kiegészítő szolgáltatások és elérhetőség

A turisztikai termékek és szolgáltatások tekintetében az interjúalanyok a térség szépségét abban is látják, hogy „40-50 km-t lehet sétálni anélkül, hogy emberrel találkoznánk”, azonban ez gyakran a mindennapi kényelemhez szokott turisták bizonyos szolgáltatások nehezebb elérése miatt negatívumként is megjelenhet. Ezek között szerepelt a kisebb településeken a pénzügyi szolgáltatások (bankfiók, ATM) és a bevásárlási lehetőségek hiánya, így alacsonyabb szolgáltatási színvonalat észlelnek a turisták.

A térség megközelíthetőségét tekintve az M7-es autópálya egyértelműen kapukat nyitott mind a belföldi, mind a külföldi turisták vonzásához, s az utazási idő jelentős csökkenéséhez vezetett. A közúti közlekedés egyik fejlesztendő területként említették a megkérdezett szolgáltatók a menetrend szerinti buszok gyakoriságának javítását.

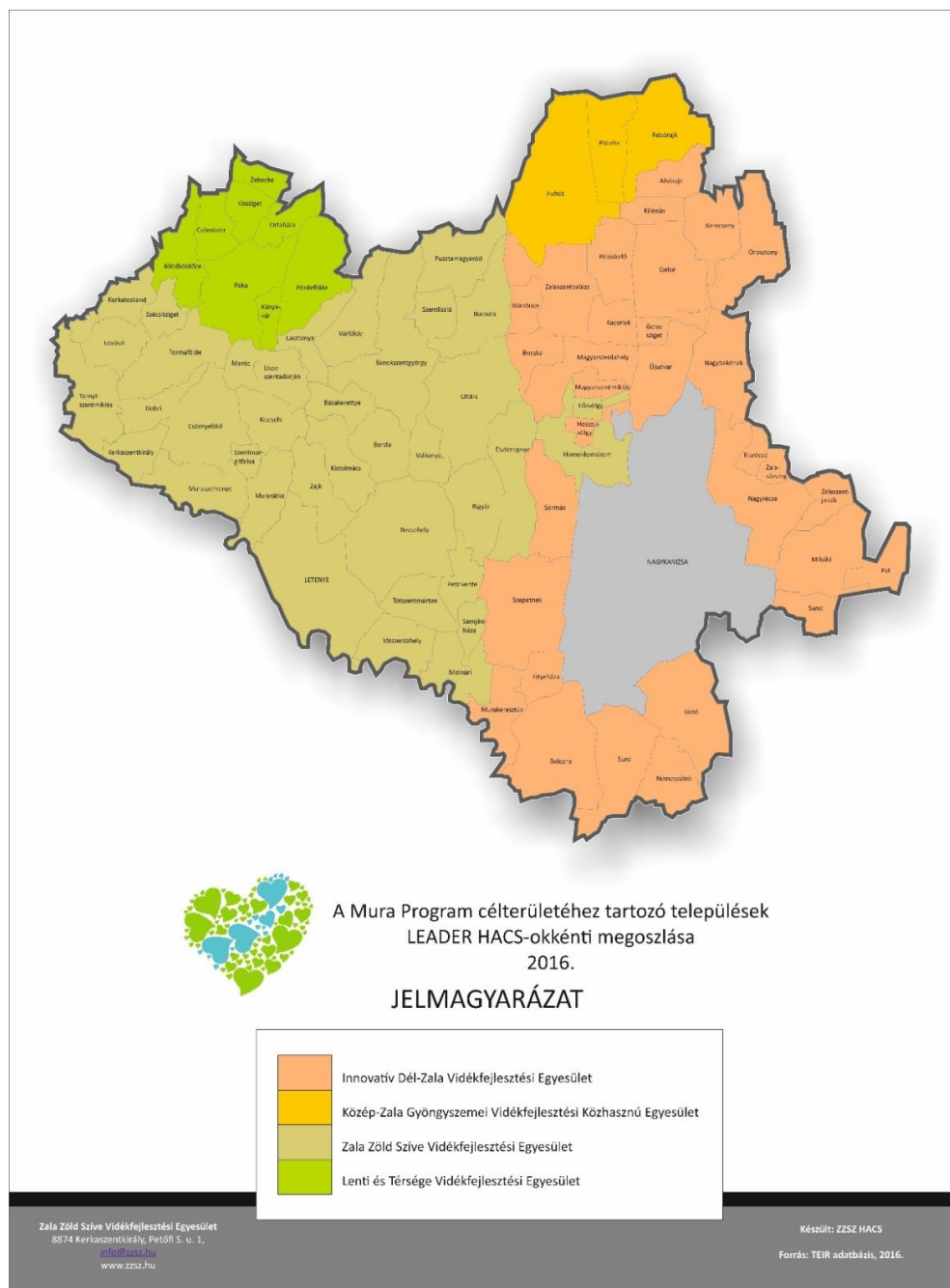
1.3. A 6A modell komponenseinek vizsgálata Muraföldén

A tanulmány módszertani alapját képező Buhalis-féle 6A-modell hozzáadott értéke abban rejlik, hogy az általa kialakított értelmezési keret nem szorítkozik a turisztikai desztinációk egyes elemeinek kizárólagos vizsgálatára, hanem a desztinációk tulajdonságait több komponens együttes bevonásán keresztül komplex megközelítéssel vizsgálja (BUHALIS 2000). Mindez kedvező feltételt teremt ahhoz, hogy az adott turisztikai desztinációban rejlő kihívásokról, sikertényezőkről, valamint fejlődési potenciálokról átfogó és árnyalt képet kapjunk, mely főként a születőfélben lévő desztinációk fejlesztésében kulcsfontosságúnak számít.

Ez a megállapítás teljes mértékben helytálló a dél-zalai térség jelentős részét lefedő, 83 települést magába foglaló Murafölde esetében is, melyet a 2016-ban elindított Mura Nemzeti Program – más vidékfejlesztési célok mellett – újonnan létrejövő turisztikai desztinációként kíván fellendíteni (MURA NEMZETI PROGRAM, 2016). A terület fejlesztését azonban a nemzeti program mellett az Európai Parlament és a Tanács 1082/2006/EK rendelete alapján, 2015-ben horvát és magyar önkormányzatok által létrehozott Mura Régió EGTC (*European Grouping for Territorial Cooperation – EGTC*) határon átvéelő területi együttműködés is tovább ösztönözheti, mely elsősorban a horvát-magyar határon átvéelő uniós források koordinált felhasználásával kíván hozzájárulni a terület turisztikai fellendítéséhez (CSAPÓ et al. 2015:58-59). Mindemellett azonban, a hazai és határon átvéelő turisztikai fejlesztések terén Murafölde nem csak Horvátország, hanem Szlovénia irányába is nagyfokú elköteleződést, melynek fejlesztési potenciáljára elsőként a szlovén-magyar projektfinanszírozás keretében, a lendvai és lenti kistérség által 2006-ban létrehozott Muránia Idegenforgalmi Övezet mutatott rá (GYURICZA – GINZER 2009).

Következésképpen, a dél-zalai térségben rejlő fejlesztéspolitikai potenciálok, különös tekintettel a Mura Nemzeti Program által felkarolt legutóbbi aktuális fejlesztési törekvések tükrében a 6A modell alkalmazásával érdemes átfogóan szemügyre vennünk, hogy Murafölde milyen kihívásokkal és potenciálokkal rendelkezik. Ezzel részleteiben tárhatjuk fel azokat a stratégiai tényezőket, melyek kezelésének mikéntje a térség turisztikai kibontakozását rövid- és középtávon alapjaiban befolyásolja.

2. ábra: Murafölde területi lehatárolása



Forrás: ZALA ZÖLD SZÍVE VIDÉKFEJLESZTÉSI EGYESÜLET (2016)

Vonzások

Az attrakció, vagyis a turisztikai desztináció vonzereje terén Muraföldét kettős karakter jellemzi: a természeti értékek, valamint az épített örökség jelentősége között jelentős aránytölődésben nyilvánul meg az előbbi javára (ZZSZ, 2016:15-16).

A muraföldi desztináció legnagyobb erőssége az egyedülálló természeti környezet által nyújtott szabadidős tevékenységekben, valamint az erre épülő szolgáltatások fejlesztésében rejlik. A 120 ezer hektáros zalai erdősség jelentős részét lefedő muraföldei erdőterületek (főként tölgyes és bükkös), illetve számos vízközeli, turisztikailag jól hasznosítható területtel rendelkező Murafölde a környező hazai, valamint horvát és szlovén turisztikai desztinációkhoz viszonyítva rendkívül változatos természeti környezetet biztosít az ide érkező turisták számára (CSERESNYÉS 2017:13). A desztináció kedvező ökoturisztikai adottságait tovább javítja, hogy Murafölde határain belül egymáshoz képest kis földrajzi távolságokban helyezkednek el olyan sík- és dombvidéki, valamint Mura-menti vízközeli turisztikai célterületek, melyek az aktív turizmus, azon belül is kifejezetten a természeti és tradicionális értékekre épülő komplex turisztikai csomagok és szolgáltatások kibontakoztatásához ideális alapokat biztosítanak. Ha alaposabban szemügyre vesszük, azt tapasztaljuk, hogy Nagykanizsától nyugat, dél-nyugat irányba, a horvát-szlovén határvidék felé haladva olyan desztinációk helyezkednek el, ahol a turizmus aktív vagy passzív kikapcsolódási formában már jelentős eredményeket tud felmutatni (pl. kerékpáros turizmus Lisperzentadorjában és környékén), vagy a meglévő potenciálok kiaknázásával könnyen kibontakoztatható (pl. kistolmácsi tó, vétyemi ősbükkös). Mindennek köszönhetően a térség turisztikai húzóerejét elsősorban az itt fellelhető természeti értékek és a hozzájuk kapcsolódó szolgáltatások biztosítják. Közülük - a teljesség igénye nélkül - az alább felsorolt fontosabb célterületeket és szolgáltatókat emelhetjük ki: *nagykanizsai Csónakázó-tó* és térsége (kerékpáros és vízi turizmus), *lisperzentadorjáni Rejtek Kerékpáros Központ* (kerékpáros turizmus), *rafting a Murán* (vízi turizmus), *vétyemi ősbükkös*, *budafai arborétum*, (ökoturizmus), *becsehelyi, csörnyeföldi, tormaföldi családi borászatok* (gasztroturizmus), *újudvari kősziklaszurdok* (ökoturizmus), *bázakerettyei termálfürdő* (fürdő turizmus), *Bonne Chance Restaurant & Hotel*, *Bussay Borászat és kisebb családi pincészetek* (bor- és gasztroturizmus), *hidegháborús bunkerek Lovászi és Páka térségében* (kalandturizmus), *Mura és Mura-menti halastavak* (horgászturizmus)

Ezzel szemben az épített örökség turisztikai kihasználása terén a muraföldi desztináció jelentős hiányosságokkal küzd, így ez a szegmens egyelőre marginális szerepkörrel bír. A XVII. századi török pusztításnak, valamint a határmenti földrajzi és történelmi státuszról (RÁCZ 2017) származó kedvezőtlen fejlesztési helyzetnek köszönhetően ugyanis a térség – néhány helyi jelentőségű műemlék kivételével (pl. a polai román templom, a szécsiszigeti Szapáry-kúria, vagy a letenyei Andrásy-kastély) – nem rendelkezik fenntartható és versenyképes turizmus generálására alkalmas építészeti értékekkel. Ebben a tekintetben tehát Murafölde jelentős versenyhátrányt könyvelhet el a szomszédos őrségi és szlovéniai (Goričko) desztinációkkal szemben, ahol nagyobb számban maradtak fenn a térség turisztikai identitását alapjaiban meghatározó műemlékek (pl. lendvai Bánffy-vár), középkori templomok (pl. Velemér) vagy az archaikus falusi építészet unikális arculatát megőrző települések, skanzenek (pl. Óriszentpéter).

A desztinációfejlesztés terén Murafölde komparatív előnyei tehát egyértelműen az egyedi természeti környezetre épülő ökoturizmusban azonosíthatók, a turisztikai törekvéseket érdemes az ökoturisztikai vezérfonal köré csoportosítani. Pozitív tény, hogy a sajtóban megjelenő releváns fejlesztéspolitikai hírekből, a térségben zajló turisztikai fejlesztésekből (pl. kerékpárutak felújítása és építése, kilátórekonstrukció Nagykanizsán a Csónakázó-tó mellett), valamint a „Murafölde” márkanév kommunikációs kibontakoztatásából egyértelműen kiderül, hogy Murafölde turizmusfejlesztése ezt az irányvonalat követi (KANIZSA ÚJSÁG 2018). Külön megemlíthető, hogy a térségszinten összehangolt fejlesztési törekvéseknek és a megindult széleskörű kommunikációnak köszönhetően Murafölde fokozatosan egységesülő arculatot és egyre inkább kiforrott márkanévet ölt, mely egyfelől nagyban elősegíti a desztináció hatékonyabb promócióját, másfelől pedig teret enged a már meglévő és az újonnan létrejövő attrakciók arculati és funkcionális összehangolásához (a márkanévek márkázási szerepével kapcsolatban vö. KOVÁCS 2017). Mindennek tükrében – az azonosított kihívások ellenére – Murafölde turisztikai vonzerejének növelése kedvező feltételekkel rendelkezik.

Elérhetőség

Murafölde, mint turisztikai desztináció elérhetőségét szintén kettős arculat jellemzi, mely rámutat a térség közlekedési struktúrájában kialakult erősségekre és hiányosságra. A megközelíthetőség terén Murafölde legnagyobb előnye egyértelműen az M7 autópálya összekötő funkciójában rejlik, mely a térséget mind hazai, mind pedig nemzetközi szinten becsatornázza a korszerűen közlekedhető vonalas infrastruktúrába. Mindennek köszönhetően a desztináció központjaként meghatározható Nagykanizsa mára személygépjárművel 2 óra alatt három fővárosból (Budapest, Ljubljana, Zágráb) vált elérhetővé, így a közúti infrastruktúra szempontjából Murafölde regionális beágyazottsága jelentősen megerősödött, nagymértékben javítva a terület megközelíthetőségét. Ezzel szemben azonban a Muraföldét – főként annak határmenti részét – behálózó három- és négyszámjegyű alsóbbrendű közutak magas amortizációs szintje számos helyen infrastrukturális fejlesztéseket tesz szükségesszerűvé, mely nem csupán a személygépjárművek biztonságosabb közlekedéséhez, hanem a kerékpáros turizmus kibontakoztatása számára is jóval kedvezőbb feltételeket teremtene (ZALA MEGYEI ÖNKORMÁNYZAT 2014:30). Ettől eltekintve pozitívként értékelendő, hogy a Muraföldén fellelhető turisztikai attrakciók kivétel nélkül elérhetők közutakon, így az infrastrukturális alapfeltételek ebben a tekintetben biztosítottak.

A közúti közlekedés mellett a vasúti személyszállítás, mint közlekedési alternatíva – ugyan a közúti közlekedésnél jóval kisebb mértékben – szintén kedvező feltételeket biztosít a terület elérhetőségében. Murafölde területén Nagykanizsa csomóponttal fut össze a Budapestet Horvátországgal és Olaszországgal összekötő déli vasútvonal, valamint a nyugati országrészt összekötő Sopron-Szombathely-Zalaegerszeg-Nagykanizsa nyomvonal, melyek a desztinációt észak-déli, illetve kelet-nyugati irányból vasúton könnyen megközelíthetővé teszik. Fontos ugyanakkor hangsúlyozni, hogy a vasúti személyszállítás – a jelenlegi szolgáltatási feltételek mentén – főként a hosszú menetidőknek és az alacsony komfortfokozatnak köszönhetően versenyképtelen opciónak tekinthető a közúti közlekedéssel szemben. Mindemellett a vasúthálózat Murafölde határmenti részeit teljesen érintetlenül hagyja, így a nyugati területek

megközelíthetőségi feltételeinek javításához a vasút nem képes érdemben hozzájárulni. Következésképpen – erősen korlátozott térbeli kapacitásainak köszönhetően – a muraföldi turizmus fejlesztésében a vasút másodlagos szerepkörrel rendelkezik (NYDRFÜ 2013:43).

A vasút hiányosságait – főként a határmenti térségben – az autóbuszos közlekedés szolgáltatásai ellensúlyozhatják érdemben. Ezt elősegítendő, Nagykanizsa központtal Murafölde egészét átfogó helyközi buszhálózat működik, mely a desztináció minden települése számára rendszeres összeköttetést biztosít. Ugyanakkor szintén a határmenti területek kistelepüléseinek kihívást jelent, hogy a helyközi közlekedés alacsony járatgyakorisággal (pár település esetében csak napi egy járat) üzemel, így az itt elhelyezkedő turisztikai attrakciók helyközi járatokkal naponta csupán néhány alkalommal érhetők el (ZALA MEGYEI ÖNKORMÁNYZAT 2014:16). Mindennek köszönhetően Murafölde turisztikai megközelítésében – a vasúthoz hasonlóan – a helyközi személyszállításnak csupán korlátozott jelentőség tulajdonítható, miközben a személygépkocsival történő közlekedés elsőségének felcserélésére a közeljövőben nem mutatkozik sem komolyabb fejlesztéspolitikai szándék, sem pedig azt elősegítő növekvő kereslet. Ennek megfelelően, a helyközi tömegközlekedési alternatívák versenyképtelensége és magasabb költségigénye miatt Murafölde közlekedési feltételeinek javításában elsősorban azokra a fejlesztésekre érdemes helyezni a hangsúlyt, melyek a személygépjárművek számára korszerűbb feltételeket biztosítva növelik a turisztikai célterületek elérhetőségi színvonalát, s ezzel együtt Murafölde vonzerejét is.

Turisztikai infrastruktúra:

Murafölde, mint turisztikai desztináció legnagyobb gyengesége a turisztikai szolgáltatások relatíve kis számában, illetve a már meglévő szolgáltatások többnyire alacsony színvonalában azonosítható, mely – az eddigiekhez hasonlóan – főként a térség területileg összehangolt turizmusfejlesztésének kezdetleges állapotával indokolható (ZZSZ 2016b:151). Tekintettel arra, hogy a Mura Nemzeti Program 2016-os elfogadásáig Muraföldén egységes koncepció szerint történő turizmusfejlesztés nem, vagy csak korlátozott méretekben öltött testet, ezért a térségben nem alakult ki sem harmonizált szolgáltatásstruktúra, sem pedig egységes arculat és szolgáltatás védjegy/márka (KOVÁCS – MURAI 2011:21). A hazai és európai uniós forrásból finanszírozott fejlesztések ugyanis az esetek túlnyomó többségében az adott fejlesztéseket koordináló önkormányzat/szolgáltató egyéni érdekei szerint valósultak meg, így turisztikailag versenyképtelen, pontszerű, relatíve alacsony színvonalat képviselő, tematikailag rendkívül szegmentált, gyenge belső együttműködési hajlandósággal rendelkező szolgáltatói háló jött létre (ZZSZ 2016b:151).

Ez alól az egyetlen jelentősebb kivételt a LEADER forrásokból finanszírozott turisztikai fejlesztések (pl. térségi identitásfejlesztés, hegyhíti gasztroturisztikai örökség védelme, helyi termelők támogatása, programturisztikai kínálat kialakítása, alapszintű látványosságok – kilátók, kóstoltatóhelyek – kiépítése, stb.) jelentették, ahol a települések közötti fejlesztési kooperációnak köszönhetően területileg kiterjedtebb szinergikus hatások alakulhattak ki, ezzel enyhítve a pontszerű fejlesztések káros hatásait. Ennek ellenére a LEADER program keretében megvalósult beruházások sem voltak elégségesek egy versenyképes turisztikai desztináció létrehozásához, mivel a térségben működő meghatározó LEADER szervezetek (Zala Zöld Szíve Vidékfejlesztési Egyesület, Innovatív Dél-Zala Vidékfejlesztési Egyesület) által koordinált térségek

önmagukban kevés potenciállal (relatíván kevés látványosság és szolgáltatás; turisztikai desztináció menedzsment szervezetek, illetve hatékony marketingtevékenység hiánya), valamint területileg korlátozott méretekkel rendelkeztek egy versenyképes turisztikai desztináció kialakításához.

Ennek értelmében jelentős előrelépésként értékelendő, hogy a Mura Nemzeti Program hatására az utóbbi évek során elindult egy egész Muraföldét átfogó koncepcionális, összehangolt keretek kialakítása, ahol a fejlesztések középpontjában a desztináció egészére kiterjedő, harmonikus szolgáltatásstruktúra, valamint közös márka- és védjegyzstratégia kialakítása szerepel. Ahogy a Mura Nemzeti Program kapcsán sajtónyilvánosságot kapott közlemények (DÉL-ZALA MURAHÍD 2018:1-2) is megerősítik, a harmonizált turisztikai szolgáltatásfejlesztés legnagyobb mértékben a fentiekben már bemutatott egyedülálló muraföldi természeti értékekre alapoz, így olyan természetközeli, tematikusan koherens szolgáltatásstruktúra jön majd létre, mely Muraföldét a vidéki ökoturizmus egyik meghatározó desztinációjává emeli. Mindez helyes szakpolitikai felismerésnek ítéhető, hiszen az ökoturisztikai potenciálok – a már működő, fentebb említett turisztikai célterületekkel kiegészítve – valóban adottak.

A természeti környezet és az aprófalvas településstruktúra az olasz mintájú agrárturizmus (agroturismo) meghonosításához is kedvező feltételeket kínál (pl. becsehelyi kiviültetvény, nagyrecsei Hivekovics Családi Gazdaság), ugyanakkor ez a speciális turisztikai ágazat a szolgáltatások további fejlesztését, cizelláltabb és stabilabb kínálat biztosítását teszi szükségessé. A multifunkcionális agrárium (PERPAR-UDOVC 2012:290) által biztosított turisztikai szolgáltatások ugyanis csak akkor lehetnek hosszú távon versenyképesek, ha a szolgáltatók egyrészt többnyelvű környezetet alakítanak ki, kedvezőbb feltételeket kínálva a külföldi turisták számára, másrészt pedig a kínálati portfóliójukba a magasabb színvonalat képviselő prémium helyi termékeket, illetve a kreatív időtöltést lehetővé tevő kiegészítő szolgáltatásokat (pl. kézműves foglalkozások, főzőtanfolyamok, szervezett túrák, kulturális előadások, borkóstolók) is integrálják, ezzel kellő vonzerőt biztosítva az agrárturizmus fellendítéséhez (ZZSZ 2016b:114-115). Ehhez olyan termelői és szolgáltatói klaszterek kialakítása szükséges, melynek keretében a helyi termelők prémium termékeiket a szolgáltató elvárásainak megfelelően, hosszú távon kiszámítható minőségben és mennyiségben értékesíthetik a szolgáltatók számára. Ilyen hálózati struktúra – néhány kisebb, helyi jellegű példától eltekintve – azonban a desztináció területén még nem működik.

Éppen ezért a jelenlegi törekvések, vagyis a területileg egységes szolgáltatásstruktúra, valamint az ezt egybefogó Murafölde márka és védjegy alapjainak megszilárdítását követően szükségszerűen a szolgáltatások további színvonalának emelésére (pl. idegennyelvi kurzusok és turisztikai tanfolyamok szervezése, szálláshelyfejlesztés, meglévő látványosságok jobb infrastrukturális kiépítése, vagy a meglévő adottságokra alapuló új látványosságok létrehozása), valamint a termelői-szolgáltatói klaszterek kialakítására szükséges helyezni a hangsúlyt, hogy a desztinációban rejlő potenciálok és a megkezdett fejlesztések szinergikus hatásai a lehető legszélesebb körben teljeshessenek ki.

Elérhető utazási csomagok

A turisztikai csomagok terén jelentős előrelépésnek ítéltető, hogy a 2007-2013-as, valamint a jelenlegi 2014-2020-as európai uniós költségvetési ciklus keretében finanszírozott – többségében határon átívelő – projektek (pl. 5 Postakocsi², Four Towers³, Cycle in a Network⁴) során helyi, valamint horvát és szlovén partnerekkel együttműködve számos turisztikai csomagkínálat került kialakításra, melyekhez több esetben interaktív térképmelléklet, valamint részletes desztináció ismertető is társult. Igaz, a kidolgozott csomagajánlatok téli kínálati palettát csak rendkívül korlátozott mértékben tartalmaznak, de a szezonális ellenére legnagyobb előnyük, hogy holisztikus módon, a térség számottevő turisztikai attrakcióit, értékeit, szolgáltatásait és szolgáltatóit szektorokon és határokon átívelő jelleggel magukba foglalják, így átfogó kínálatot biztosítanak az ide érkező turisták számára. Mindemellett a kínálati oldalon tematikus csomagok is megjelennek, így a speciális igényekkel rendelkező turisták (pl. kerékpárosok, fiatalok, aktív turisták, gourmet fogyasztók) fókuszáltnak, a releváns desztinációk bevonásával alakíthatják programjukat.

A térségi csomagajánlatok helyes koncepciót tükröző kidolgozásának ellenére a csomagok kihasználtsága terén a tapasztalatok tükrében jelentős elmaradás mutatkozik (ATTRACTOUR 2017). A muraföldi térséget teljes egészében lefedő, valamint a meghatározó szolgáltatókat magába foglaló turisztikai desztináció menedzsment (TDM) szervezet hiányában a létrehozott csomagajánlatok a szükséges marketing háttér nélkül többnyire kihasználatlanok maradnak, a turistákhoz nem, vagy csak korlátozott mértékben jutnak el. Mindennek köszönhetően a térségben megvalósuló turisztikai soft fejlesztések (pl. csomagajánlatok és szolgáltatói hálózatok kialakítása, marketingstratégia létrehozása, márképítés, applikációfejlesztés) csupán részleges eredményeket tudnak felmutatni, mivel a fejlesztési elemeket jelen feltételek között egyetlen térségszintű turisztikai szervezet sem tudja felkarolni, mely Murafölde – helyes koncepcionális alapokon álló – turisztikai fejlesztésének hatásfokát jelentősen visszafogja. Éppen ezért a csomagajánlatokban és a további soft fejlesztésekben rejlő potenciálok teljeskörű kiaknázása végett egy térségszintű, TDM funkciókat ellátó szervezet létrehozása szükségszerűnek tekinthető. Ezzel biztosítottá válna a soft kínálati elemek marketing háttere, így a szolgáltatók hatékonyabb keretek között kapcsolódhatnak be a térség turisztikai vérkeringésébe.

Tevékenységek

A turisztikai tevékenységek (pl. a látogatás alatt végezhető speciális tevékenységek, tematikus programok, szórakoztató rendezvények) kapcsán megfogalmazható megállapításaink szoros összefüggésben állnak a turisztikai szolgáltatások színvonalával kapcsolatos korábbi következtetéseinkkel, mivel a tevékenységek nivója és komplexitása nagyban függ a turisztikai szolgáltatások fejlettségi szintjétől. Mindennek megfelelően, a korábbi évek során végrehajtott pontszerű, szegmentált fejlesztések miatt a Murafölde területén kialakult turisztikai tevékenységek – a szolgáltatásokhoz hasonlóan – nem tudtak térségszinten harmonizált hálózatba szerveződni, vagyis az egyes tevékenységek közötti tematikus és intézményi koherencia gyengének ítéltető. Ez azt jelenti, hogy a szolgáltatásokhoz kapcsolódó turisztikai tevékenységek jelen állapotukban csakis korlátozott mértékben képesek növelni a muraföldi desztináció

² 5 Postakocsi weblap: <http://5postakocsi.eu/hirek/> (letöltés ideje: 2018.12.02.)

³ Four Towers weblap: <http://4towers.uni-pen.hu/en/four-towers> (letöltés ideje: 2018.12.02.)

⁴ Cycle in a Network weblap: <http://cycleinanetwork.eu/hu/projekt/> (letöltés ideje: 2018.12.02.)

vonzerejét.

Ennek ellenére Muraföldén több olyan turisztikai tevékenység, jó gyakorlat azonosítható, melyek a fokozatosan kialakuló muraföldi arculat központi elemeiként és húzóerőszerezőiként tudnak megjelenni. A térségben ilyen stratégiai potenciállal és élénk hagyományokkal bír a kerékpáros turizmus, az ökoturizmus, valamint az utóbbi években egyre népszerűbbé és professzionálisabbá váló bor- és gasztroturizmus is (ZZSZ 2016b:80-99). A potenciálok lehető legteljesebb kiaknázásához azonban elengedhetetlen, hogy a Mura Nemzeti Program törekvéseivel összhangban a turisztikai tevékenységek körét és színvonalát – a szolgáltatások fejlesztésével együtt – az érintett szervezetek bővítsék és növeljék (pl. tematikus gasztroestek, borkóstolók, pincelátogatások, vezetett túrák, kalandprogramok, kulturális programok stb. szervezésével). Mindennek megfelelően a turisztikai ajánlatokban komplexebb és minőségibb kínálati struktúra tud megjelenni, mely Murafölde turisztikai vonzerejének erősítéséhez, illetve a desztináció egyedi arculatához jelentős mértékben járulna hozzá.

Kiegészítő szolgáltatások

A 6A modell értelmében minden olyan szolgáltatást kiegészítő szolgáltatásnak tekintünk, melyek természetüket illetően nem értékelhetők turisztikai jellegűnek, de kínálatuk nagyban hozzájárul a turisták komfortérzetének kialakulásához, a desztináció vonzerejének növeléséhez. Ilyen szolgáltatást biztosítanak például – a teljesség igénye nélkül – a kiskereskedelmi egységek, bankfiókok, postahivatalok, kórházak, gyógyszertárak, melyek nélkül nem valósítható meg versenyképes turisztikai környezet.

Murafölde tekintetében elmondható, hogy az említett kiegészítő szolgáltatások a városokban (Nagykanizsa, Letenye) a turisták számára megfelelő minőségben rendelkezésre állnak. Ezzel szemben a súlyos demográfiai válsággal küzdő falusi területek esetében jelentős hiányosságok azonosíthatók a kiegészítő szolgáltatások terén, mindez a falvak turisztikai vonzerejére kedvezőtlen hatást gyakorol (ZZSZ 2016a:20-21). Számos esetben, még a meghatározóbb turisztikai potenciálokkal rendelkező kistéleplések tekintetében is elmondható, hogy a meglévő szolgáltatások csupán egy rendkívül korlátozott kört fednek le (pl. postahivatal, kisbolt, szélessávú internetkapcsolat), illetve a színvonaluk többnyire alacsonynak mondható (pl. szűk és relatíve drága kínálattal működő élelmiszerboltok, rövid nyitvatartási idők, személyzet idegennyelvi tudásának hiánya stb.). Vagyis a muraföldi falvak többségükben olyan turisztikai környezetet nyújtanak, melyben nem, vagy csak hiányosan található meg az alapvető pénzügyi szolgáltatások (ATM, illetve bankkártyás fizetés), a gyógyszertári/egészségügyi szolgáltatások, vagy éppen a benzinkutak által nyújtott közúti szolgáltatások.

Éppen ezért a térség vonzerejének, valamint a turisztikai komfort növeléséhez a kiegészítő szolgáltatások fejlesztése elengedhetetlennek tekinthető. Mindennek már mutatkoznak biztató előjelei, ugyanis különböző fejlesztési projektek keretében több olyan kiegészítő szolgáltatások (pl. határon átívelő horvát-magyar kerékpáros segélyszám kialakítása, illetve horvát-magyar határon átívelő kerékpáros turisztikai szolgáltatóklastter) bevezetését irányozták elő, melyek Murafölde turisztikai vonzerejének, illetve a turisták komfortérzetének növeléséhez hatékonyan járulhatnak hozzá (NEMES 2018).

Következtetések

Vizsgálatunk fő konklúziójaként megállapíthatjuk, hogy a 6A modell alapján végzett térségi elemzésünk, illetve a strukturált interjúk interjúalanyai által adott válaszokból levont következtetések több esetben egyezést mutatnak. Mindebből kiderül, hogy a jelenlegi állapotában Murafölde – a benne rejlő potenciálok ellenére – a térségi turizmus kibontakoztatásában számos kihívással szembesül, főként a térségmarketing, a márkaépítés, a szolgáltatások színvonala, illetve a határon átívelő együttműködés terén.

Fontos azonban elismernünk, hogy a térségi szintű tervezés és fejlesztéspolitika alapjainak megteremtésével a Mura Nemzeti Program 2016 óta létrehozta azokat stratégiai kereteket és törekvési irányokat, melyek lehetőséget biztosítanak a kiemelkedő muraföldei jó gyakorlatok és potenciálok kiaknázására. Ennek megfelelően a program turisztikai fejlesztési célkitűzései egytől-egyig az azonosított kihívások kezelésére irányulnak, így a közeljövőben a szolgáltatások fejlesztésére vagy a térségi marketing erősítésére nagyobb hangsúly kerülhet. Ugyanakkor a helyes szakpolitikai felismerések ellenére szükséges hangsúlyoznunk, hogy a turisztikai fejlesztések csakis akkor lehetnek hosszú távon fenntarthatóak, ha a projektek és irányelvek fejlesztését, az implementációt, valamint a térségmarketinghez kapcsolódó feladatokat egy Murafölde egészét lefedő turisztikai desztináció menedzsment szervezet látja el, melyben a szakpolitikai döntéshozatalért felelős szereplők mellett a területen meghatározó szerepet játszó szolgáltatók és szakértők is aktívan együttműködnek. Egy ilyen szervezet létrehozása azonban még várat magára, mely minden bizonnyal a szakpolitikai döntéshozatal egyik legfontosabb feladata lesz az előttünk álló időszakban.

Irodalomjegyzék

- ATTRACTOUR (2017): *A Letenyei járás és Muraköz megye turisztikai helyzetének és potenciáljának elemzése*, Készült a Magyarország-Horvátország Határon Átnyúló Együttműködési Program 2014-2020 keretében megvalósuló „Attractour” című HUHR/1601/2.1.2/0010 azonosítószámú projektben. Készítették: a Pannon Egyetem Nagykanizsai Kampuszának munkatársai és a REDEA Ltd. munkatársai
- BUHALIS, D. (2000): *Tourism on the Greek Islands: Issues of Peripherality, Competitiveness and Development. International Journal of Tourism Research* 1: pp. 341-358.
- CSAPÓ, J. – BALI, L. – MÉREI, A. (2015): *The role of the regional development association of nationalities along the Mura (muramenti nemzetiségi területfejlesztési társulás) in the Croatian- Hungarian cross border cooperation with a special attention on tourism International Journal For Responsible Tourism* 4 (2): pp. 53-72.
- CSERESNYÉS, P. (2017): *Vallási turizmus Muraföldén, Új utak az egyházban*, konferenciakötet, Pannon Egyetem Nagykanizsai Kampusz.
- DÉL-ZALA MURAHÍD (2018): *Céлом, hogy Murafölde mihamarabb kiemelt turisztikai térség legyen, Dél-Zala Murahíd VIII*. 2018. március
- ERNSZT, I. – LŐRINCZ, K. (2017): *A lassú turizmus, mint termékfejlesztési irány – Kőszeg esettanulmánya. Comitatus Önkormányzati Szemle* 27 (3) (Különszám) pp. 54-59.

- ERNSZT, I. (2016): Kőszeg „slow turizmusban” rejlő lehetőségei. In: *Miszlivetz F. (szerk.): Kisvárosok reneszánsza: A kőszegi példa*. Savaria University Press, Szombathely – Kőszeg. pp. 331-363
- GÁTI, M. – KOLOS, K. (2012): Az elektronikus kereskedelem alkalmazása a hazai vállalatok körében - a piacorientáció és a marketingkörnyezet szerepe. *Vezetéstudomány* 43 (Különszám): pp. 91-97.
- GYULAVÁRI, T. – MALOTA, E. (2018): Do Perceived Culture Personality Traits Lead to a More Favourable Rating of Countries as Tourist Destinations? *Trziste / Market* 30 (1): pp. 77-91.
- GYURICZA, L. – GINZER, M. (2009): A Muravidék elcsatolásától a Schengeni-övezetig – A szlovén-magyar határ menti kapcsolatok kilencven éve, különös tekintettel a turizmusra. In: Tóth, J. – Aubert, A (szerk.): *A Kárpát-medence és etnikumai: Tanulmánykötet Pozsár Vilmos tiszteletére*. IDRResearch Kft., Publikon Kiadó, Pécs. pp. 165-179.
- HARRIS, R. – HOWARD, J. (1996): *Dictionary of Travel Tourism and Hospitality Terms*. Hospitality Press.
- INSKEEP, E. (2001): *A fenntartható turizmus fejlesztése*. Geomedia Kiadói Rt., Budapest.
- KASPAR, C. (1999): *Turisztikai alapismeretek*. KIT Kft., Budapest.
- KOVÁCS, I. – MURAI, SZ. (2011): *Térségi marketingstratégia, egységes arculati és védjegyprogram kidolgozása és népszerűsítése Dél-Zalában*. Innovatív Dél-Zala Vidékfejlesztési Egyesület
- KOVÁCS, L. (2017): *Márka és márkanev*. Tinta Kiadó, Budapest.
- MALOTA, E. – GYULAVÁRI, T. (2018): A magyar kultúraszemélyiség észlelésének különbségei a magyarok és a külföldiek között. *Turizmus Bulletin* 18 (2): pp. 4-11.
- MICHALKÓ, G. (2012): *Turizmológia*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- MILOHNIC, I. – SMOLCIC JURDANA, D. (2008): *Tourist Destination competitiveness: market challenges and evaluation systems*. 27th International Conference on Organizational Science Development. Knowledge for Sustainable Development. Conference Paper. pp. 1709-1718
- MUCSI, A. – MALOTA, E. (2018): Szépség és a szörny - turizmus és kultúrsokk Budapesten magyar és külföldi szemmel. In: Józsa, L. – Korcsmáros E. – Seres, Huszárík E. (szerk.): *A hatékony marketing: EMOK 2018 Nemzetközi Tudományos Konferencia konferenciakötete*. Selye János Egyetem, Komárno. pp. 678-688.
- NÉMETH, K. – PÉTER, E. – SZABÓ, P. – PINTÉR, G. (2018 a): Renewable energy alternatives in central and Eastern European countries – through the example of Hungary. *Georgikon for Agriculture: a Multidisciplinary Journal in Agricultural Sciences* 24 (3): pp. 72-88.
- NÉMETH, K. – PÉTER, E. – PINTÉR, G. (2018 b): Megújuló energiaforrások szerepe és jelentősége a hazai turisztikai szektorban – az energia, mint „helyi termék”. *Turizmus Bulletin* 18 (1): pp. 37-44.
- NYDRFÜ – NYUGAT-DUNÁNTÚLI FEJLESZTÉSI ÜGYNÖKSÉG (2013): *Nyugat-Dunántúl 2014-2020. évi Regionális Fejlesztési Stratégia*. Készítette: Nyugat-Pannon Terület- és Gazdaságfejlesztési Szolgáltató Közhasznú Nonprofit Kft.
- PERPAR, A. – UDOVC, A. (2012): Development Potentials of Rural Areas – The Case of Slovenia. In: *Rashid Solagberu Adisa (Ed.): Rural Development - Contemporary Issues and Practices*

- PÉTER, E. – NÉMETH, K. – LELKÓNÉ, TOLLÁR I. (2018): Turizmusbiztonság, mint újonnan felmerülő fogyasztói igény. *Turizmus Bulletin* 18 (2): pp. 30-37.
- PUCZKÓ, L. – RÁTZ, T. (2000): *Az attrakciótól az élményig*. Geomédia Szakkönyvek, Budapest. pp. 32-33.
- RÁCZ, SZ. (2017): Main characteristics of Hungarian-Croatian political relations and Cross-Border Co-operations. *Geographica Pannonica* 1: pp. 54–67.
- ZALA MEGYEI ÖNKORMÁNYZAT (2014): *Zala Megyei Integrált Területi Program és Fejlesztési Terv (2014-2020)*
- ZSARNÓCZKY, M. (2017): Turizmustervezés az Egészségturizmusban. *Acta Carolus Robertus* 7 (2): pp. 235-254.
- ZZSZ – ZALA ZÖLD SZÍVE VIDÉKFEJLESZTÉSI EGYESÜLET (2016 a): *Helyi Fejlesztési Stratégia 2014-2020*
- ZZSZ – ZALA ZÖLD SZÍVE VIDÉKFEJLESZTÉSI EGYESÜLET (2016 b): *A „Zala Zöld Szíve” Helyi Akciócsoport Térségi Turizmusfejlesztési Akcióterve*

Egyéb források

- KANIZSA ÚJSÁG (2018): *Murafölde bringás szemmel*, <https://kanizsaujsag.hu/hir/201806/murafolde-bringas-szemmel> (letöltés ideje: 2018.11.02.)
- NEMES, D. (2018): *Biciklizni jó, Muraföldén még jobb*, <https://kanizsaujsag.hu/hir/201809/biciklizni-jo-murafolden-meg-jobb> (letöltés ideje: 2018.11.03.)
- SHABADA, L. (é.n.): *10 Travel Trends for 2018*. Elérhető: <https://www.intrepidtravel.com/travel-trends-2018/> (letöltés dátuma: 2018.09.29.)