

**Tisztelt Olvasónk!**

Idei harmadik számunkat nagy örömmel ajánljuk az olvasóink figyelmébe. A mostani számunk két szempontból is különleges. Egyrészt azért, mert két tanulmány is foglalkozik a határon túli, elsősorban magyarok lakta területek turizmusával, másrészt pedig azért, mert megkezdjük a II. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia legjobb tanulmányainak leközlését is.

Az ország határain kívüli területeket vizsgálva Tózsér Anett a Délvidék/Vajdaság turisztikai keresletét és kínálatát mutatja be, Nagy Benedek pedig a Székelyföld turizmusmarketingjébe nyújt bepillantást.

Az első cikkünkben Gyurkó Ádám és Bujdosó Zoltán a turisztikai versenyképesség és a turisztikai potenciál kapcsolatát járja körül. Tekintettel az új, kiemelt turisztikai fejlesztési térségek lehatárolására fontos és indokolt a kérdéssel foglalkozni.

A turisztikai termékfejlesztés témaköre szerencsére az aktuális számunkból sem hiányzik. Piskóti István és szerzőtársai a hazai borturizmus és borúti gyakorlat eddigi eredményeit felhasználva javaslatot tesznek a borútfejlesztés új, integrált fejlesztési koncepciójára.

Két utolsó tanulmányunk olyan témákat érint, melyek iránt az utóbbi egy-két évben érezhetően megnőtt a figyelem. Guld Ádám az influencerek turizmusmarketingben betöltött szerepével foglalkozik, Ernszt Ildikó és szerzőtársai pedig az akadálymentes turizmus kérdéskörét állítják a tanulmányuk középpontjába.

Örömmel osztjuk meg olvasóinkkal azt a hírt is, hogy a legutolsó próba számunk sikerén (melyet számtalan pozitív visszajelzés is alátámasztott) felbátorodva, úgy döntöttünk, hogy mostantól minden számunk az online változat mellett nyomtatott formátumban is megjelenik. A felsőoktatási szakkönyvtárak és az érdeklődő turizmus kutatók részére kérés esetén ingyenesen megküldjük.

Reméljük, hogy hozzánk hasonlóan, olvasóink is sokszínűnek és szakmai szempontból érdekesnek tartják a TVT mostani számát.

Gonda Tibor

Aubert Antal