

DOI: 10.21862/2024.SPRT.08

Hivatkozás: Béki, P., & Magyar, M. (2024). Új paradigmák: versenyképességi elemzés és diszciplináris modellezés a sportturizmus kontextusában. In Magyar, M., Patakiné Bősze, J., & Gósi, Zs. (Szerk.), *A sport határvonalai: A teljesítménytől a társadalmi hatásokig* (pp. 77–91). ELTE PPK Sport- és rekreációmenedzsment kutatócsoport. <https://doi.org/10.21862/2024.SPRT.08>

Új paradigmák: versenyképességi elemzés és diszciplináris modellezés a sportturizmus kontextusában (*New paradigms: competitiveness analysis and disciplinary modelling in the context of sports tourism*)

Béki Piroska, Magyar Márton

ELTE Eötvös Loránd Tudományegyetem Egészségfejlesztési és Sporttudományi Intézet

ABSZTRAKT

A sportturizmus dinamikus változásai és a turizmus versenyképességének fenntartása kulcsfontosságú a turisztikai ágazat sikere szempontjából. Ez a kutatás egy diszciplináris modell létrehozására összpontosít, amely összekapcsolja a versenyképességi modellek elemzését és a sportturizmus változásainak vizsgálatát. A szakirodalmi bázisban támaszkodunk a versenyképességi modellek elméleti kereteire és a sportturizmus trendjeinek megértésére. A kutatás módszertana szekunder kutatáson és szakirodalmi másodelemzésen alapul, amelyek segítségével átfogó képet kaphatunk az aktuális kihívásokról és lehetőségekről. Az eredmény egy új modell kialakítása lesz, amely integrálja a versenyképesség és a sportturizmus összefüggéseit, hozzájárulva ezzel a turisztikai ágazat versenyképességének fenntartásához és fejlesztéséhez. A modell lehetővé teszi a turisztikai szereplők számára, hogy hatékonyabban reagáljanak az ágazatban zajló változásokra, és növeljék a sportturizmus által nyújtott lehetőségek kiaknázását.

KULCSSZAVAK: sportturizmus, versenyképesség, paradigmák, modell

ABSTRACT

Dynamic changes in sports tourism and maintaining the competitiveness of tourism are key to the success of the tourism industry. This research focuses on the creation of a disciplinary model that links the analysis of competitiveness models and the study of changes in sports tourism. In the literature base, we rely on the theoretical framework of competitiveness models and the understanding of sports tourism trends. The methodology of the research is based on secondary research and secondary literature analysis, with the help of which we can get a comprehensive picture of the current challenges and opportunities. The result will be the creation of a new model that integrates the links between competitiveness and sports tourism, supporting the maintenance and development of the competitiveness of the tourism sector. The model enables tourism players to react more effectively to the changes taking place in the sector and to increase the exploitation of the opportunities provided by sports tourism.

KEYWORDS: sports tourism, competitiveness, paradigms, model

1. Bevezetés

A sportot meghatározni ugyanolyan nehéz, mint a turizmust, mégis a közös dimenziók nyilvánvalóan léteznek, számos szakirodalom foglalkozik a sport és a turizmus kapcsolatának feltárásával hazai és nemzetközi környezetben egyaránt, már közel négy évtizede (Ruskin, 1987; Hall, 1992; Nogawa et al, 1996; Gammon és Robinson, 1997; Gibson, 1998; Weed és Bull, 1997; Gibson, 2002; Turco et al., 2002; Gammon és Robinson, 2003; Bokor, 2004; Ritchie és Adair, 2004; Zauhar, 2004; Kurtzman, 2005; Dávid et al., 2006; Bánhidi, 2007; Dobay és Bánhidi, 2008; Gibson és Fairley, 2011; Bull és Weed, 2012; Bánhidi, 2015; Borbély és Müller,

2015; Lasztovicza és Béki, 2016; Higham és Hinch, 2018; Csóka és Németh, 2019; Kökény, 2019; Irimiás, 2022; Kökény, 2022a; Kökény, 2022b; Kiss és Máté, 2024).

A sport versenyképességének városi vonatkozásában is születtek tanulmányok, amelyek hasonlóképpen vizsgálják a sportturizmus fejlődését és viszonyrendszerét is (Faragó, 2024). Optimális esetben a sportolás, így a sportturizmus is fontos szerepet játszik a fizikai és mentális egészség megőrzésében (Faragó et al., 2020), az olyan válságidőszakokban is, mint a Covid19-pandémia (Gósi, 2020), az egészségtudatos magatartás kialakításában és fenntartásában, az egészségnevelésben, amely már a sport társadalmi felelősségvállalást (CSR) célzó akciókban is kiemelten fontos terület (Gósi és Bukta, 2020; Zsembery és Gósi, 2024a; Zsembery és Gósi, 2024b). A sport, a természeti környezetben történő időtöltés egyik formájaként, nélkülözhetetlen szerepet játszik a környezetvédő magatartásforma elsajátításában. A kiemelkedő sporteredmények erősítik a nemzeti önbecsülést, ami növeli a társadalmi kohéziót. (65/2007. (VI. 27.) OGY határozat a Sport XXI. Nemzeti Sportstratégiáról).

A legtágabban értelmezett definíció szerint sportturizmus alatt érthetjük azokat az állandó lakóhelytől való elutazásokat, amelyek célja 1) versenysportban vagy 2) rekreációs sportban való részvétel vagy 3) azok megtekintése (grassroots vagy elit szinten), illetve 4) valamely sporttal kapcsolatos helyi vonzerő megtekintése, mint például sportstadion, vízpark stb.” (Gibson, Attle és Yiannakis, 1997; idézi Neirotti, 2003, 2. o.).

A leginkább kutatott területnek számít a **sportrendezvények, sportversenyek** turisztikai aspektusai – mind hazánkban (Laczkó és Stocker, 2018; Molnár és Remenyik, 2019; Szerényi és Michalkó, 2019; Laczkó és Bátor, 2020; Laczkó és Stocker, 2020), mind pedig külföldön (például Mallen és Adams, 2017; Newland és Aicher, 2020; Mascarenhas et al., 2024; Supovitz és Goldwater, 2024). Elsődlegesen a **football** (például Oliveira et al., 2021; Carvache-Franco et al., 2024) és a **Forma-1** (például Verebélyi és Bagdi, 2012; Remenyik et al., 2018; Remenyik et al., 2022), ám a kisebb látogatószámmal és vonzerővel bíró, atipikus sportági versenyek is bekerülnek a vizsgálatok fókuszába, mint például a **Spartan Race** (Marton et al., 2019; Marton et al., 2023) és a **városi futóversenyek** (Czeglédi et al., 2018; Laczkó et al., 2020), ahol a társadalmi felelősségvállalás is előtérbe kerül (Gósi és Magyar, 2019). A sportrendezvényen való részvételnek jelentős közvetlen és közvetett gazdasági hatási is van (Gósi, 2019).

A legkevésbé kutatott sportturizmus-területek egyike az **edzőtábor-turizmus**, amelyet Kurtzman (2005) a resort-kategóriába sorol, bár turisztikai jelentősége vitathatatlan, ezt mutatják a magyar és a külföldi publikációk (Karadaghy, 2013; Dobay és Banhidi, 2012; Dobay és Banhidi, 2014; Koday és Erhan, 2018; Laczkó, 2021; Preljević et al., 2023).

A kulturális turizmushoz is köthető **stadiontúrák** turisztikai szempontú kutatása szintén ritkábban fordul elő a szakirodalomban. Ide kapcsolódó példa Edensor és munkatársai (2021) publikációja, valamint Brochado és kollégái (2021) munkája.

A Neirotti (2003) által is ajánlott **rekreációs célú utazások** a kaland-, extrém- és aktív sportturizmus kifejezéssel is illelhetők. (Az aktív sportturizmus nem leszűkítendő az aktívan versenyző sportolókra.) Ennek is viszonylag széleskörű magyar és angol nyelvű szakirodalma létezik már (Buckley, 2011; Veal, 2017; Araújo Vila et al., 2019; Csapó és Gonda, 2019; Wicker, 2020; B. Pawid, 2023), amelybe például a horgász- és vadászturizmus is beletartozik (Csapó és Remenyik, 2011).

A sport célú utazás lehet üzleti (hivatás) vagy nem üzleti (szabadidős) célú, ahogyan már két és fél évtizede Standeven és De Knop (1999) is kiemelte. Így a sportdiplomáciai, sporttudományi konferenciákon és workshopokon, illetve továbbképzéseken (előadóként vagy hallgatósággént történő) részvétel céljából történő utazások is jelentős szegmensét jelentik a sportturizmusnak. A sporttevékenységeket vizsgálva, egy folyamatosan bővülő halmazról beszélhetünk, mivel annyiféle lehet a sportturizmus, ahányféle sportág létezik. Mivel ez a terület dinamikusan fejlődik, egyre nagyobb a verseny a többi turizmus ágazattal. Ezért érdemes vizsgálni a versenyképesség és a sportturizmus kapcsolatát.

2. Anyag és módszer

A vizsgálat során szekunder kutatási módszereket alkalmaztunk, amelyek lehetővé teszik a meglévő szakirodalom átfogó elemzését és értelmezését a sportturizmus tendenciái és a versenyképesség mutatóinak vonatkozásában.

A szakirodalmi másodelemzés módszerét annak érdekében használtuk, hogy az ismert kutatási eredményekből és elméleti keretkből egy multidimenzionális modell készüljön, amely átfogóan leírja a sportturizmus jelenkori összetettségét. Ez a módszer lehetővé teszi, hogy a korábbi kutatások eredményeire építve új összefüggéseket és felismeréseket fedezzünk fel.

3. Eredmények

A sportturizmus jelentéstartalma általánosságban olyan utazásokra utal, amelyeknek elsődlegesen sport célú indítékai vannak: sportolni, versenyezni, szurkolni, sportlátványosságot megtekinteni (Földesiné Szabó, 2005).

A sportturizmus olyan turisztikai ágazat elmélete és gyakorlata, amelyben az utazó fő célja egy sporttevékenység élményének az átélése, ugyanakkor turisztikai szolgáltatást vásárol meg.

3.1. *Értelmezések a tartalom, motiváció és döntés aspektusában*

Valójában a sportturisztikai termék egy összetett kínálatként is értelmezhető, amely több szolgáltatást tartalmaz, és komplex attrakcióval rendelkezik. Legfontosabb összetevője a vonzerő, ebben az esetben maga a sport. A közlekedés rohamos fejlődésével a világ kitágult, így a földrajzi környezet nyújtotta egyedülálló sportturisztikai szolgáltatások is elérhetővé váltak. Az infrastruktúra megléte, minősége is befolyásolja a sportturisztikai termék minőségét. Vannak olyan turisták, akik a sporttevékenység mellett a jól felszerelt, modern infrastruktúrával rendelkező helyszíneket részesítik előnyben a desztináció kiválasztásakor (pl. a golfturisták), de vannak olyan utazók (pl. a túrázók egy szegmense), akik pont az infrastruktúrától mentes övezeteket keresik. A társadalmi rétegződésben elfoglalt hely meghatározza a sportturisztikai szolgáltatások keresletét és kínálatát. Egy hasonló témájú sportturisztikai termék a különböző társadalmi rétegek eltérő igényeinek megfelelően különböző minőségű lehet. Az ár a turisztikai terméknek egyik legfontosabb része. A jól pozicionált ár a turista döntését nagymértékben befolyásolja. A sportolással összekötött turizmus szolgáltatásai általában a jóléti államok közép- és felső rétegei számára a legelérhetőbbek (Gáldi, 2011).

András (2003) szerint az esemény látogatásakor a csere tárgya a szabadidő olyan eltöltésének formája, ahol a szolgáltatás igénybevétele jellemzően valamilyen élménnyel, szórakozással párosul. A sport tekinthető tehát elsődleges utazási motivációnak is, ám másodlagos vagy az utóbbi években néha mellékes motivációs tényezőként is említik a szakemberek. Szinte az összes definíció sportturistának tekinti a nézőket, a látogatókat, a rekreációs szabadidő sportolókat éppúgy, mint a versenysportolókat – már a tizenöt-huszonöt évvel ezelőtti publikációkban is (Standeven és De Knop, 1999; Weed, 2009a; Weed, 2009b).

Az utazási döntést a megfelelő marketingtevékenység váltja ki, amelyben fontos motivációs faktorok jelennek meg (Lasztovicza és Béki, 2016):

- Az emberi tényező, amely a sportturizmus területén megjelenik (egészség, munkaképesség visszaszerzése, megtartása vagy fejlesztése, és napjaink rohanó világában a kíváncsiság, a tanulásvágy, egy új, eddig idegen mozgásforma elsajátítása, eredeti autentikus környezetben való kipróbálása).
- A természeti táj szépsége.
- A társadalmi - gazdasági értékek, mint a sporttal kapcsolatos művelődési- történelmi értékek, műemlékek, sportlátványosságok is szolgálhatják a sportturizmus motivációs alapját.
- A szubjektív tényezők, például a menekülés, kikapcsolódás, környezetváltásra való igény.

Joy Standeven és Paul De Knop (1999, 12. o.) meghatározása szerint a sportturizmus felöleli a sporttevékenységben való aktív és passzív részvétel minden formáját, akár egyénileg vagy szervezeten, szabadidős vagy üzleti/gazdasági céllal veszik azt igénybe elhagyva az utazó saját otthoni lakó- és munkakörnyezetét.

A szerzőpáros gondolatai (Standeven és De Knop, 1999, 88. o.) alapján a sportturizmus az alábbi formákra osztható fel:

1. Aktív sportturizmuságak
 - 1.1. Sportüdülések
 - 1.2. Üdülés alatt végzett sporttevékenységek
 - 1.3. Aktív sportolás nem üdülés alkalmával
2. Passzív sportturizmuságak
 - 2.1. Passzív sporttevékenységek az üdülés során
 - 2.2. Passzív sportolás nem üdülés alkalmával

Ezeket részletezzük az alábbiakban.

1. Aktív sportturizmuságak

Az ún. *elsődleges motivációjú* sport célú üdüléseket jelentik a sportüdülések és az üdülési célú sportutak. Az üdülés vagy az üzleti célú ott-tartózkodás alatt végzett sporttevékenységekre az jellemző, hogy az utazás elsődleges motivációja nem a sporttevékenység végzése, az csak „véletlenül” jelenik meg az utazási döntésekben, már a desztináción, a szállodában tartózkodva (*szekunder motiváció*). Nem feltétlenül a szálloda saját szervezésű programjai formájában jelennek meg ezek, hanem desztinációs sportkínálatot jelentenek többnyire.

1.1. Sportüdülések

1.1.1. Egyfajta sporttevékenység végzése céljából történő üdülések
Például sítutak, kerékpártúrák, utazások természeti túrázás céljából.

1.1.2. Többféle sporttevékenységet ötvöző utazások

Például sporttáborokban részvétel, üdülőklubokban történő nyaralás.

Ez utóbbi alcsoport elemei közé tartoznak például a Club Méditerranée vagy a TUI Magic Life sokrétű sportanimációs / moderátori, instruktori tevékenységei is, amennyiben azok fő motivációs faktorként jelennek meg a vendégek döntéseiben.

1.2. Üdülés alatt végzett sporttevékenységek

1.2.1. Szervezett sporttevékenységek az üdülésen

Például golf, rafting, sétahajózás.

Ám a szerzők tapasztalatai szerint ide sorolandók a – nem üdülőklub-profillal rendelkező – szállodák sportanimációs programjai is, mint például a szállodai animáció keretében megszervezett foci, strandröplabda vagy akár pétanque bajnokságok is.

A rekreációs sportturizmusba tartozik nem csak a hétközbenei és hétvégi rekreáció során, hanem a hosszabb időtartamú nyaraláson végzett sporttevékenységek rendszere is (Sentuna et al., 2015), ahol több esetben szakképzett animátorok segítségével szállodán belüli sportprogramokon is részt vehetnek a vendégek hazánkban is (Cselik et al., 2021), nem csak külföldön (Magyar, 2019a; Oktyamovna et al., 2020; Magyar, 2023). Szállodán kívül is, a modernkori turizmus más színterein is találkozhatunk az aktív rekreáció előmozdítójaként az animációval (Chernysh és Makhovka, 2020; Angelov,2023).

1.2.2. Egyénileg szervezett sporttevékenységek az üdülés során

Például kalandsportok, mint a bungee jumping programra befizetés és részvétel.

1.3. Aktív sportolás nem üdülés alkalmával

Ide tartoznak az edzőtáborok, valamint a rekreációs céllal végzett sporttevékenységek üzleti/business és konferencia-típusú utazások alkalmával.

Megfigyelhető már Magyarországon is, hogy ma már számos városi és konferenciaszálloda nem csak medenceteret, hanem (kisebb) fitnesstermet vagy (jellemzőbben beltéri) sportpályát alakít ki a tudományos vagy üzleti céllal érkező és ott-tartózkodó vendégek mindennapi rekreációs igényeit kielégítve.

2. Passzív sportturizmuságak

Az üzleti / tudományos célú ott-tartózkodás vagy a nem kifejezetten sportolási célú üdülés során az utazás olyan motivációja is megjelenhet, amely szerint nem a sporttevékenység végzése, hanem annak megtekintése (néző, szurkoló, fan) szerepel a turista szándékában.

2.1. Passzív sporttevékenységek az üdülés során

2.1.1. Szakértői megfigyelő tevékenységek professzionális mérkőzéseken

Például olimpián, kontinensviadalokon, sportmúzeumokban, sporthírességek csarnokában, stadiontúrákon.

Ezek is *elsődleges motivációnak* minősülnek ezen a csoporton belül. E tanulmány szerzőinek gondolata szerint a Grand Slam-tornák (pl. Wimbledon a teniszben) vagy a Világjátékok is ide sorolandók, ahol a nézők követik a versenypályán zajló eseményeket, kedvenc sportolójuknak, csapatuknak szurkolnak, mint nézők vagy családtagok, hozzátartozók.

2.1.2. Alkalmi passzív sportturizmus = Sportszemlélők üdüléseik során

Alkalomszerűen nézőként, másodlagos motivációval részvétel sporteseményeken, amelyek az üdülés során kiegészítő attrakcióként található meg a turisták programjai között. Például Forma1-es futamok vagy más sportmérkőzések helyszíni megtekintése.

Ide sorolható például a bikaviadal megtekintése is Standeven és De Knop (1999) szerint, amely ugyan megosztó az emberek körében. Bikaviadalokat ma is legálisan tartanak Spanyolországban, Franciaországban, Portugáliában, Mexikóban, Kolumbiában, Venezuelában, Peruban és Ecuadorban. Bár Portugáliában ma már csak lóháton küzdenek, és a bikát nem ölik meg. Az Egyesült Államokban is módosították a spanyol stílusú bikaviadalokat, hogy elkerüljék a bika sérülését. Viszont betiltották Argentínában, Kanadában, Kubában, Dániában, Olaszországban és az Egyesült Királyságban (Madrid Bullfighting, 2022).

2.2. Passzív sportolás nem üdülés alkalmával

Például egy verseny megtekintése, miközben üzleti ügyben vagy tudományos céllal valamely településen tartózkodik az illető turista.

Sajátos típusa a sportturizmusnak a sportörökség turisztikai attrakcióként való hasznosítása (például a Báró Eötvös Loránd Menedékházban lévő turista kiállítás, a SportAgora kiállítóhely, az egrí Sportmúzeum, a Ceglédi Sportmúzeum, a Magyar Virtuális Sportmúzeum a hajramagyarok.hu weboldalon, Svájcban az Olimpiai Múzeum Lausanne-ban vagy a FIFA World Football Museum Zürichben, a Naismith Memorial Basketball Hall of Fame Springfieldben, az USA Massachusetts államában, a bostoni Fenway Park Nemzeti Baseball Múzeuma, az FC Barcelona Museum vagy a Joan Antoni Samaranch Olympic and Sports Museum Barcelonában, a manchesteri National Football Museum stb.), amely mindhárom fenti területhez kapcsolható. Ez a sportturisztikai attrakció a turizmus termékszemléletű rendszerében egyúttal átmenetnek tekinthető az örökségturizmus felé (Puczkó és Rázt, 2002), amelyet Gibson (1998) nosztalgia sportturizmusnak, Ramshaw és Gammon (2005) pedig sportörökségturizmusnak nevezett.

Szükséges megemlíteni, hogy a passzív sportturisztikai tevékenységek közé sorolt programok csak a mozgás, fizikai aktivitás végzése szempontjából számítanak passzívnak. A szellemi vagy nem-mozgás-domináns rekreáció komplex értelmezése (Magyar, 2019b) szerint ezek is aktív tevékenységek, a kognitív képességeket aktivizáló programok.

Talán kijelenthető, hogy a sportturizmus a leggyorsabban növekvő és bővülő turisztikai ágazat, termékei pedig egyre szélesebb körben jelennek meg az idegenforgalomban, ahogyan Bánhidi (2007) már közel 20 éve is állította. Ezt támasztja alá, illetve egészíti ki az is, hogy nem csak Gibson és munkatársai (1997, idézi Neirotti, 2003) már közel három évtizede említik az egészségturizmust a sportturizmushoz szorosan kapcsolódó ágazatként, hanem Bortolotti és munkatársai (2024) is az egészség-sport-wellness szinergiáját hangsúlyozzák. Tehát a sportturizmus elválaszthatatlan attól az egészségturizmustól, amely szintén dinamikus expanziót mutat napjainkban nem csak nemzetközi színtereken, hanem Magyarországon is (Hojcska, 2023b), nem kizárólag a klasszikus wellnesskezelések (Szevári et al., 2023), köztük a jóga (Boros et al., 2017), hanem a gyógy- és balneoterápiás szolgáltatások területén (Hojcska és Szabó, 2019; Hojcska és Szabó, 2021; Hojcska, 2023a; Hojcska et al., 2024), illetve az ún. spa- és medicalspa-létesítményekben is (Szabó, 2020; Szabó és Bujdosó, 2022). Az egészségturizmus intézményrendszere mind a rekreációs, mind a versenysportoló turisták sportági tevékenységét kiegészítő lehetőségeket kínálja.

3.2. Új értelmezések a kereslet aspektusában

A legtöbb definíció tartalmazza a nézőket és a versenyzőket is, valamint a rekreációs és versenysportot is, ahogyan ez Standeven és De Knop (1999) rendszertanában is látható. A sportturisták számára tehát többféle lehetőség van a sportba való bekapcsolódásra. A szubjektív hatás és kapcsolat, amit a helyek gyakorolnak egymásra, attól a megszokástól függenek, amelyeket a látogató tulajdonít nekik. Az ismert és ismeretlen helyek egymás mellé helyezése kritikus tényező lehet a sportturisztikai élményben.

A szabadidős/rekreációs célzatú sportturizmus során kereső tevékenység nem történik, a kikapcsolódás, szórakozás kap elsődleges szerepet.

Ezzel ellentétben a hivatással összefüggő, nem-szabadidős sportturizmus munkavégzés, kereső tevékenység végzése céljából zajlik. Ezen belül megkülönböztethető a **kereslet** két nagy csoportja: 1) *Aktív* sporttevékenységet végzők (hivatásos versenyző) és 2) Sporttal kapcsolatos *passzív* tevékenységet végzők (a nézők, és a különböző elhivatottsággal rendelkező szurkolók). A szakirodalmi áttekintésből megállapítható, hogy az olyan sajátos, sportversenyekhez kapcsolódó szereplők, mint az edzők, sportorvosok, sportpszichológusok, sportmasszőrök, újságírók, diplomaták nem, vagy esetleg a passzív szereplők körében szerepelnek.

Győri (2014) a passzív látogatók egy speciális alcsoportjába sorolta őket, a '*kíséret*' kifejezést használta rájuk, s közéjük sorolta a házasársakat is.

A szerzők javaslata alapján talán egy **új keresleti kategória** bevezethető (1. ábra): a fél-aktív vagy fél-passzív, akik sem nem versenyzők, sem nem nézők/szurkolók, hanem az előző kategória szereplői. Inkább a *fél-aktív sportturista* kifejezés lehet alkalmas rájuk, mivel az aktív körhöz állnak közelebb ők, habár további vizsgálatok szükségesek arra, hogy igazoljuk, a két szélső kategóriára jellemző értékek között található meg a fél-aktív sportturistákra jellemző költési hajlandósága és tartózkodási ideje.



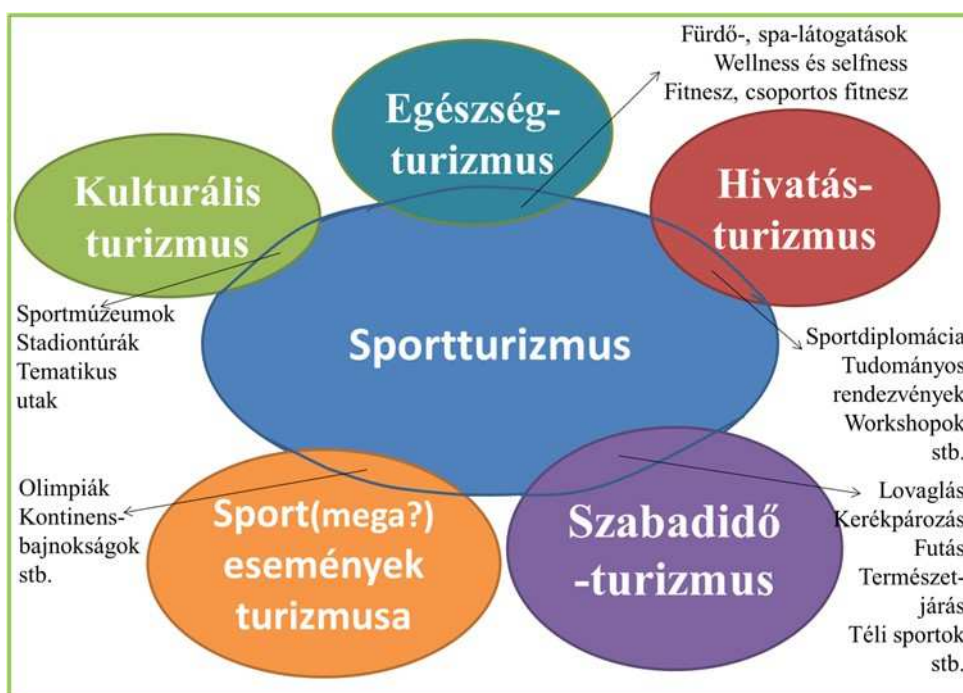
1. ábra: A hivatássport-turizmus (lehetséges) keresleti differenciálása
 Forrás: saját szerkesztés (2024)

A sportturisztikai tevékenységek sajátosságaiból kifolyólag egy sportturista az átlagos turistánál többet költ, habár itt is meghatározó a sportág mellett a tevékenység jellege (sportverseny megtekintése vagy rekreációs sporttevékenység végzése vagy sport attrakció meglátogatása), a részvételi díj és az igénybevétel időtartama tükrében is.

A sport és a turizmus intézményrendszere meghatározza a turisták hozzáállását a termékekhez. Felhívásokkal, kampányokkal, akciókkal, aktív marketingtevékenységgel alakíthatják a társadalom igényeit, mintát adva az egészséges életmód, az aktív szabadidő eltöltés, az utazás iránti igény kialakításához.

3.3. A sportturizmus összetett rendszere

A sportturizmus rendszerét tisztázza az alábbi 2. ábra, amely jól magyarázza azokat a turisztikai ágazatokat, melyek közvetlenül kapcsolódnak a sportturizmus turisztikai kínálatához.



2. ábra: A sportturizmus kapcsolatrendszere egyéb turizmus ágakkal
 Forrás: saját szerkesztés (2024)

Már több mint 20 éve megállapította Malecki (2002), hogy az országon belüli térségek versenyében alapvetően két tényező jelenik meg: az új piaci szegmensekben történő, speciális szakértelmet igénylő befektetések, valamint a tehetséges szakemberek.

S ez napjainkban is realitás. A vállalatok a települések sokaságából választhatnak telephelyet, ezért a városok versenyeznek egymással a szűkösen rendelkezésre álló jövedelmező cégek „odavonzásában”: a versenyben nemcsak pénzügyi kedvezmények (adókedvezmények, támogatások stb.), hanem elsősorban az előnyös üzleti környezet (az infrastruktúra színvonala, az oktatási intézmények rugalmassága és minősége, az átlátható jogi szabályozás stb.) a döntő (Lengyel, 2006).

Egy-egy komolyabb üzleti befektetés esetén a városok tucatjai „licitálnak”, versenyeznek egymással felkínálva kedvezményeket, a szükséges üzleti környezet elemeinek kialakítását stb. „Röviden, a nagyvárosok közötti verseny létezik és egyre fontosabbá válik” (Malecki, 2002). Ebbe a környezetbe tökéletesen beleillik a sportturizmus rendszere. Egy-egy nagyobb verseny rendezési jogáért hasonlóképpen zajlik a verseny. Fontos szempont lesz az infrastruktúra és az intézményi háttér megléte mellett az események odavonzásában a szakértelem jelentős szerepe.

Mindazonáltal, hogy szükséges hazánkban vizsgálni az egyre erősödő sport-, illetve aktív turizmus területeit, meg kell fogalmazni az ex post, ex ante avagy termék-, illetve desztinációsintű versenyképességet is.

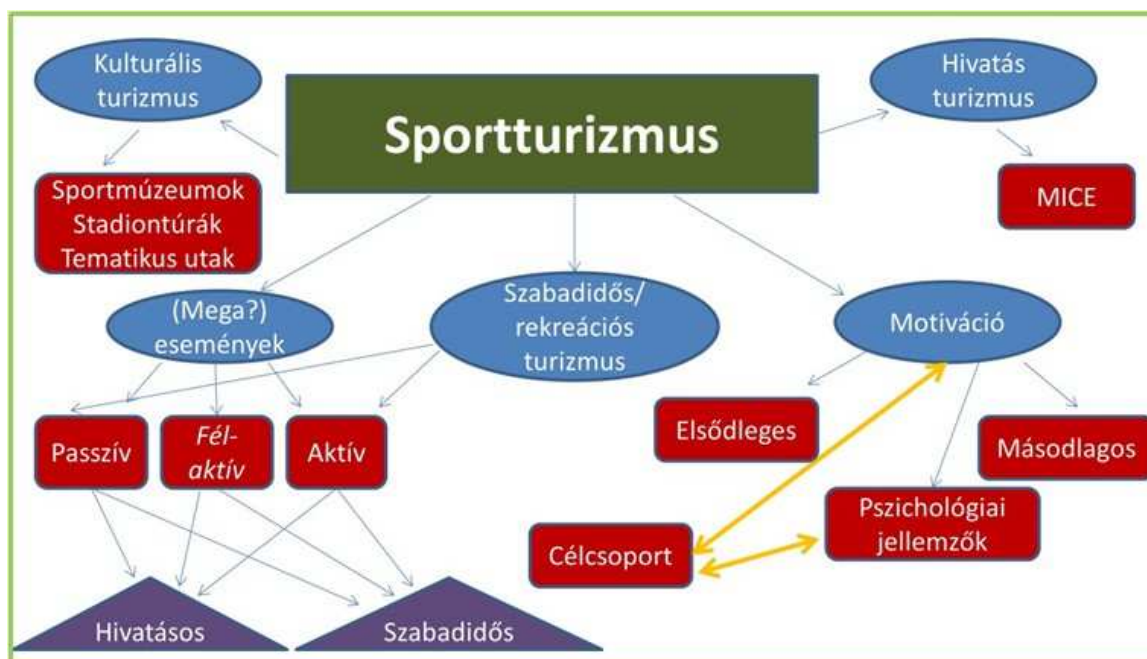
Török (1999) és Sziva (2010) egyaránt megkülönbözteti e két versenyképességi mutatót, akiknek a véleménye megoszlik arról, hogy ezek külön-külön mérési eredményei mennyire esnek egybe. A turizmusban az ex ante versenyképesség tényezőihez sorolhatunk többnyire a különböző támogató tényezők, kompetenciák és erőforrások, a magerőforrások és vonzerők, a szituációs tényezők, s a kínálat minősége és mennyisége. Elemei között megjelennek a természeti vonzerők, a szállás- és vendéglátóhely kínálat, a kapcsolódó szolgáltatások, az elérhetőség, a környezeti minőség, a társadalmi kohézió, a turizmusbarát lakosság, az infrastruktúra állapota, a településkép, a munkaerő felkészültsége, a képzési színvonal, a vállalkozói pozíciók, az innovativitás, a technológiai fejlettség, a kooperáció-készség, a klaszterek, hálózatok léte, a menedzsment képességek, a turizmusbarát közigazgatás, s település-imázs szempontok, azaz a turizmus kínálati rendszerének elemei. Az eredmény (ex post) oldal elemei a turisztikai bevételek mértéke, a látogatószám, a vendégéjszakák száma, a rendezvények köre, a turisztikai helyszínek látogatottsága, a tartózkodási idő, a turisták elégedettsége, a turisztikai beruházások mértéke, a turizmusban foglalkoztatottak száma, a turisztikai vállalkozások száma, a turisztikai adóbevételek mértéke, a desztináció és értékeinek ismertsége, a turisztikai márkák értéke, a desztináció különböző összehasonlításokban elfoglalt helye stb.

Az elméletek vizsgálatával és a korábbi versenyképességi modellek felhasználásával megalkotásra került egy olyan új modell, amely összetettségében leírja azt az összefüggésrendszert, amely a sportturizmusra jellemző.

Első körben a sportturizmus kapcsolódását vizsgálva a turizmuságakkal megállapítható, hogy mind a kulturális, mind a szabadidős és hivatásturizmus területével is szoros kapcsolat figyelhető meg.

Ugyanakkor a megaesemények kapcsán a létesítmények is fontos szempontot jelentenek a passzív és aktív sportturisták vonatkozásában.

A 3. ábrán jól látható a motiváció összetett dimenziója, amely 3 részre oszlik. Így elkülönülnek a sportolás célja szerinti utazások.



3. ábra: A sportturizmus multidimenzionális megközelítése
 Forrás: saját szerkesztés (2024)

4. Következtetések

A turisztikai kereslet fő jellemzői a választás magas szabadságfoka, az utazási döntés nagyfokú kockázata, a turista részvétele a turisztikai termék összeállításában, a kereslet érzékenysége, változékonysága. A turista jól szervezett szolgáltatási láncra vágyik, arra, hogy folyamatosan támogassák szolgáltatásokkal az informálódástól a hazatérésig (Lengyel, 2004), amely végső soron az adott turisztikai térség versenyképességét növelni képes (Gyurkó és Bujdosó, 2019). Ennek érdekében szükséges a sportturizmus piacát is összefüggéseiben, kapcsolatrendszereiben ismerni és átlátni.

A belföldi és külföldi utazások számának jelentős növekedése indukálja a turizmussal kapcsolatos problémák tudományos vizsgálatát, a sportturizmus területén is (ld. kevésbé kutatott területek). Hazánkban egyre inkább jellemző az a tendencia, hogy a jövedelmek csökkenése és a kiadások növekedése ellenére a turisztikai termékek iránti kereslet emelkedik. Adottságaink komplexitása elősegíti a kereslet gerjesztését és a változatosság iránti igényét. Az egészségturizmus kiterjedt intézményrendszere is számos kiegészítő lehetőséget kínál mind a rekreációs, mind a versenysportoló turisták sporttevékenységeihez.

A tanulmány során egy multidimenzionális modell került bemutatásra a sportturizmus változásainak elemzésére és a turizmus versenyképességének megértésére. A célja az volt, hogy összekapcsoljuk a versenyképességi modellek elméletét a sportturizmus dinamikus jelenségeivel, és egy olyan keretet nyújtunk, amely lehetővé teszi a sportturizmus összetettségének és jelenlegi irányainak átfogó megértését.

A szekunder kutatás és szakirodalmi másodelemzés révén átfogó képet kaptunk a sportturizmus területéről és a versenyképességét befolyásoló tényezőkről. Az ezen módszerek alapján létrehozott modell segítséget nyújt a sportturizmus piaci trendjeinek és változásainak megértésében, valamint a turizmuságazat szereplőinek abban, hogy hatékonyabban reagáljanak ezekre a változásokra és kihasználják az aktuális lehetőségeket.

A kialakított modell által felvázolt dimenziók és összefüggések segítenek a turizmuságazat szereplőinek abban, hogy átlátóbbá tegyék a sportturizmus piacát és versenyképességét. Emellett lehetőséget teremt a jövőbeli kutatások számára, hogy tovább mélyüljenek a sportturizmus komplex jelenségeiben és azok hatásában a turizmus versenyképességére.

5. Felhasznált irodalom

- 65/2007. (VI. 27.) OGY határozat a Sport XXI. Nemzeti Sportstratégiáról. <https://mkogy.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a07h0065.OGY>
- András, K. (2003). *Üzleti elemek a sportban, a labdarúgás példáján*. Doktori értekezés. Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem. https://phd.lib.uni-corvinus.hu/150/1/andras_krisztina.pdf
- Angelov, A. (2023). Modern Trends and Challenges in Tourist Animation. *Technical and Natural Sciences, Social Sciences*, 52, 63–68. https://btu.bg/images/Annual/annual_uni_book_vol_LII_2023.pdf#page=65
- Araújo Vila, N., Fraiz Brea, J. A., & de Araújo, A. F. (2019). Health and Sport. Economic and Social Impact of Active Tourism. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 10(1), 70–81. <https://doi.org/10.3390/ejihpe10010007>
- B. Pawid, H. G. (2023). Motivation and Effects of Adventure Sports Tourism in the Cordillera Administrative Region, Philippines. *Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences*, 12(2), 74–89. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/MFUconnexion/article/view/266494/180114>
- Bánhidi, M. (2007). Sporttudomány és turizmus. *Magyar Sporttudományi Szemle*, 8(2), 32–38.
- Bánhidi, M. (2015). Sportturisztikai termékek. In T. Laczkó, & M. Bánhidi (Szerk.), *Sport és egészségturizmus alapjai* (pp. 47–75). PTE ETK. https://www.etk.pte.hu/protected/OktatasiAnyagok/%21Palyazati/sport/SportEgturizmus_elektronikusK3.pdf
- Bokor, J. (2004). Sportturizmus és sportturisták. *Magyar Sporttudományi Szemle*, 5(1), 7–10.
- Borbély, A., & Müller, A. (2015). *Sport és turizmus*. Campus Kiadó.
- Boros, Sz., Magyar, M., Köteles, F., Szemerszky, R., Tihanyi, B., Szabolcs, Zs., Dömötör, Zs., Ferentzi, E., Szabó, A., Bárdos, Gy. & Selmei, J. Cs. (2017). A jóga transzformáló szerepe és helye a posztmodern turizmusban. In T. Régi, T. Rátz, & G. Michalkó (Szerk.), *Turizmus és transzformáció* (pp. 286–297). Kodolányi János Főiskola – Magyar Földrajzi Társaság – MTA CSFK Földrajztudományi Intézet. https://real.mtak.hu/54051/1/Turizmus_es_transzformacio2017.pdf#page=287
- Bortolotti, A., Jreij, A., Mazza, F., & Vecchi, V. (2024). Sports as Well-Being Practice: The Diversification of Tourism Through the Integration of Sport, Wellness, and Health. In A. Arcidiacono, S. Di Vita (Eds.), *Beyond the 2026 Winter Olympic Games* (pp. 63–81). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-99-8092-5_5
- Brochado, A., Brito, C., Bouchet, A., & Oliveira, F. (2021). Dimensions of Football Stadium and Museum Tour Experiences: The Case of Europe’s Most Valuable Brands. *Sustainability*, 13(12), 6602. <https://doi.org/10.3390/su13126602>
- Buckley, R. (2011). *Adventure Tourism Management*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781856178358>
- Bull, C., & Weed, M. (2012). *Sports Tourism*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080474441>
- Carvache-Franco, M., Hassan, T., Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2024). Motivations and satisfaction of sports tourists during the FIFA world cup in Qatar 2022. *Heliyon*, 10(5), e26682. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e26682>
- Chernysh, I., & Makhovka, V. (2020). Анімація як фактор формування конкурентних переваг послуг організованого туризму. *Науковий журнал «Економіка і регіон»*, (3(78), 20–27. [https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2020.3\(78\).1991](https://doi.org/https://doi.org/10.26906/EiR.2020.3(78).1991)
- Csapó, J., & Gonda, T. (2019). A hazai lakosság utazási motivációinak és szokásainak elemzése az aktív turizmus és a fizikai aktivitás tekintetében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(4), 57–70. <https://doi.org/10.15170/tvt.2019.04.04.06>

- Csapó, J., & Remenyik, B. (2011). Aktív turizmus. In G. Michalkó (Szerk.), *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés* (pp. 91–110). Pécsi Tudományegyetem. https://oszkdk.oszk.hu/storage/00/01/26/42/dd/1/Turisztikai_term_ktervez_s_s_fejleszt_s.pdf
- Cselik, B., Barna, N., Laczkó, T. (2021). A szállodai animáció helyzete a balatoni régióban. In T. Csákvári, I. Ágoston, & Z. Varga (Szerk.), *IV. Zalaegerszegi Egészségturizmus Konferencia & Uazás Kiállítás Tanulmánykötet* (pp. 25-36). Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar. <https://etk.pte.hu/public/upload/files/IVEgeszsegturizmusKonferencia-Tanulmanykotet-K6.pdf>
- Csóka, L., & Németh, P. (2019). A sportágak sportturizmust generáló hatása. In J. Csapó, T. Gonda, & Z. Raffay (Szerk.), *Turizmus, fogyasztás, generációk. II. Nemzetközi Turizmus Konferencia: Tanulmánykötet* (pp. 420-432). Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar. https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/news/2019/06/Tan_kotet_Nemz_Turizmus_Konf_II.pdf
- Czeplédi, O., Sipos-Onyestyák, N., Mischler, S., Cernaianu, S., Tóth, Cs., & Melo, R. (2018). Városi futóversenyek hatásai a helyi turizmusra és területfejlesztésre. In T. Szabó, M. Bánhidi, & G. Szóts (Szerk.), *A sportturizmus gazdasági és társadalmi kérdései Magyarországon* (pp. 127–158). Magyar Sporttudományi Társaság. <https://mstt.hu/wp-content/uploads/2019/10/MSTFXVII-Sportturizmus-2018-1212.pdf>
- Dávid, L., Baros, Z., & Szilágyi, Zs. (2006). A sportturizmus dimenziói és környezeti problémái. *Tájökológiai Lapok*, 4(2), 395-405. <https://doi.org/10.56617/tl.4476>
- Dobay, B., & Bánhidi, M. (2008). Sportturizmus kutatásában alkalmazott módszerek. In Stoffová, V. (Szerk.), *XXI. DIDMATTECH 2008, 2nd part : III Information and Communication Technologies in Education. IV Common Problems of Education* (pp. 259-269). <https://doi.org/10.1002/ace.286>
- Dobay, B., & Banhidi, M. (2012). Sport tourism development in Slovakia. *Palestrica of the third millennium – Civilization and Sport*, 13(1), 19-22.
- Dobay, B., & Banhidi, M. (2014). Effects of sport camps on traveling habits of adults in Slovakia and Hungary. *Asian Journal of Exercise & Sports Science*, 11(1), 16–26.
- Edensor, T., Millington, S., Steadman, C., & Taecharunroj, V. (2021). Towards a comprehensive understanding of football stadium tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 25(3), 217–235. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1884589>
- Faragó, B. (2024). Competitiveness indicators of sports cities in Central-Eastern Europe. *Theoretical and empirical researches in urban management*, 19(1), 30-53.
- Faragó, B., Szakály, Zs., Kovácsné Tóth, Á., Konczos, Cs., Kovács, N., Pápai, Zs., & Kertész, T. (2020). Development of Sports Nation on the Way of Health Management. In *Conference Proceedings, Madrid Spain Mar 26-27, 2020, Part XV* (pp. 1892-1898).
- Földesiné Szabó, Gy. (2005). Sportturizmus: új kihívások és stratégiák. *Kalokagathia*, 43(1-2), 92-113.
- Gáldi, G. (2011). A rekreáció elmélete és gyakorlata. In E. Rétsági, J. H. Ekler, L. Nádori, P. Woth, M. Gáspár, G. Gáldi, & H. Dancs Szegerné (Szerk.), *Sportelméleti ismeretek* (pp. 134–195). Dialóg Campus Kiadó. https://dtk.tankonyvtar.hu/bitstream/handle/123456789/7893/0025_Nadori-Dancs-Retsagi-Ekler-Gaspar-Sportelméleti_ismeretek.pdf
- Gammon, S., & Robinson, T. (1997). Sport and tourism: a conceptual framework. *Journal of Sport & Tourism*, 4(3), 11-18. <https://doi.org/10.1080/10295399708718632>
- Gammon, S., & Robinson, T. (2003). Sport and Tourism: A Conceptual Framework. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 21-26. <https://doi.org/10.1080/14775080306236>
- Gibson, H. (2002). Sport tourism at a crossroad? Considerations for the future. In S. Gammon, & J. Kurtzman (Eds.), *Sport Tourism: Principles and Practice* (pp. 111-128). Leisure Studies Association.
- Gibson, H. J. (1998). Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. *Sport Management Review*, 1(1) 45-76. [https://doi.org/10.1016/S1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/10.1016/S1441-3523(98)70099-3)

- Gibson, H., & Fairley, S. (2011). Sport Tourism. In P. M. Pedersen, J. B. Parks, J. Quarterman, & L. Thibault (Eds.), *Contemporary Sport Management* (4th Ed., pp. 226-246. o.). Human Kinetics.
- Gösi, Zs. (2019). A szabadidősport néhány gazdasági hatása. In Gösi, Zs., Boros, Sz. & Patakiné Bősze, J. (Szerk.) *Sokszínű Rekreáció: Tanulmányok a rekreáció témaköréből*. Budapest, Magyarország, ELTE Pedagógiai és Pszichológiai Kar 69-85. https://esi.ppk.elte.hu/media/42/df/72da1729016e69cf9df9c6240a6855e8781b8acf5e217e3171292b86b304/ESI_SokszinuRekreacio201905.pdf
- Gösi, Zs. (2020). Futunk a járvány előtt: Sportolási szokások a tavaszi korlátozások alatt. *Magyar Sporttudományi Szemle*, 21(4), 18-21.
- Gösi, Zs., & Bukta, Zs. (2020). Mozgással a társadalomért; Sport és az egyéni társadalmi felelősségvállalás. *Közép-Európai Közlemények*, 13(4), 115-131.
- Gösi, Zs., & Magyar, M. (2019). Jótekyon futás : A társadalmi felelősségvállalás megjelenése futó sporteseményeken. *Recreation*, 9(1), 28–30. <https://doi.org/10.21486/recreation.2019.9.1.4>
- Györi, F. (2014). Sportturizmus. In G. Kiss, F. Györi, P. Dorka, & M. Domokos (Szerk.), *Rekreáció I. A rekreáció és turizmus néhány elméleti kérdése és gyakorlata* (pp. 31–45). SZTE JGYPK.
- Gyurkó, Á., & Bujdosó, Z. (2019). Turisztikai versenyképesség és potenciál kapcsolata az Észak-Magyarország régióban. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(3), 4–20. <https://doi.org/10.15170/TVT.2019.04.03.01>
- Hall, C. M. (1992). Adventure, Sport and Health tourism. In B. Weiler, B., & C. M. Hall, C.M. (Eds.), *Special Interest Tourism* (pp. 141-158). Belhaven Press.
- Higham, J., & Hinch, T. (2018). *Sport and Tourism* (3. kiadás). Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/higham6553>
- Hojcska, Á. E. (2023a). Fürdőgyógyászati ellátások helye és szerepe az egészségturizmusban. In T. Csákvári, & Z. Varga (Szerk.), *VI. Zalaegerszegi Nemzetközi Egészségturizmus Konferencia : Tanulmánykötet* (pp. 49–61). Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar.
- Hojcska, Á. E. (2023b). Tudástranszfer a fürdővárosokban. In Z. Szabó (Szerk.), *Fürdővárosok kooperációja Magyarországon* (pp. 156-159). Magyar Fürdővárosok Szövetsége.
- Hojcska, Á. E., & Szabó, Z. (2019). Fürdő-gyógykezelések igénybevételének fogyasztói magatartás-vizsgálata gyógyszállodában. In I. R. Kőszegi (Szerk.), *III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia: Versenyképesség és innováció* (pp. 542–548). Neumann János Egyetem Kertészeti és Vidékfejlesztési Kar.
- Hojcska, Á. E., & Szabó, Z. (2021). Investigating Natural Treatment Factors and Inequalities of Medicinal Water Institutions in the Aspect of Tourism in Hungary. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 36(2spl), 555–562). <https://doi.org/10.30892/gtg.362spl01-683>
- Hojcska, Á. E., Bujdosó, Z., & Szabó, Z. (2024). Gyógyturisztikai attitűd 2020 után Magyarországon. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 9(1), 23–39. <https://doi.org/10.15170/tvt.2024.09.01.02>
- Irimiás, A. (2022). Evolutionary trends in sports tourism. In M. Jászberényi (Szerk.), *Mobility and active lifestyle in tourism* (Chapter VII.). Akadémiai Kiadó. https://mersz.hu/hivatkozas/m959tat_60/#m959tat_60
- Karadaghy, J. A. (2013). Establishment of a national sports training camp in Koya *WIT Transactions on State-of-the-art in Science and Engineering*, 77(6), 281–286. <https://doi.org/10.2495/isud130361>
- Kiss, K., & Máté, T. (2024). Sportturizmus – szabadidősport-turizmus. In Á. Szabó (Szerk.), *A szabadidősport üzleti kérdései* (235–257). Akadémiai Kiadó.
- Koday, S., & Erhan, K. (2018). The importance of Gerede for sports-camping tourism. In A. Drujinin, Z. Kostova, I. Sharuho, & E. Atasoy (Eds.), *The science and education at the beginning of the 21st century in Turkey* (pp. 164–173).
- Kökény, L. (2019). Sportturizmus. In A. Irimiás, M. Jászberényi, & G. Michalkó (Szerk.), *A turisztikai termékek innovatív fejlesztése* (pp. 87-99). Akadémiai Kiadó.

- Kökény, L. (2022a). The basics of sports tourism: definitions, operation and trends. In M. Jászberényi (Szerk.), *Mobility and active lifestyle in tourism* (Chapter IV.). Akadémiai Kiadó. https://mersz.hu/hivatkozas/m959tat_40/#m959tat_40
- Kökény, L. (2022b). The Supply and demand side of sports tourism. In M. Jászberényi (Szerk.), *Mobility and active lifestyle in tourism* (Chapter V.). Akadémiai Kiadó. https://mersz.hu/hivatkozas/m959tat_45/#m959tat_45
- Kurtzman, J. (2005). Sports tourism categories. *Journal of Sport & Tourism*, 10(1), 15–20. <https://doi.org/10.1080/14775080500101502>
- Laczkó, T. (2021). A nem versenysportoló asztaliteniszezőknek szervezett nemzetközi edzőtáborok turisztikai jellemzői Európában. In G. Szabó (Főszerk.), „Szubjektív élményföldrajz”: *Tanulmánykötet Aubert Antal professzor tiszteletére* (pp. 55-61). Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földrajzi és Földtudományi Intézet.
- Laczkó, T., & Bátor, G. L. (2020). Magyarországi sporteseményekre érkező külföldi turisták fogyasztásának nemzetgazdasági hatásai 2019-ben. *Sport- és egészségtudományi füzetek*, 4(4), 80–95.
- Laczkó, T., & Stocker, M. (2018). 2018. évi hazai rendezésű nemzetközi sportesemények gazdasági és turisztikai hatásainak vizsgálata. In T. Szabó, M. Bánhidi, & G. Szóts (Szerk.), *A sportturizmus gazdasági és társadalmi kérdései Magyarországon* (pp. 37–76). Magyar Sporttudományi Társaság. <https://mstt.hu/wp-content/uploads/2019/10/MSTFXVII-Sportturizmus-2018-1212.pdf>
- Laczkó, T., & Stocker, M. (2020). A 2017. évi hazai rendezésű nemzetközi sporteseményekre érkező külföldi turisták fogyasztásának nemzetgazdasági hatásai. *Turizmus Bulletin*, 20(2), 22–32. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2020v20n2.3>
- Laczkó, T., Bátor, G. L., & Paár, D. (2020). 2018 és 2019 évi várpalotai félmaraton futóversenyek gazdasági hatásai. *Sport- és egészségtudományi füzetek*, 4(4), 53–68.
- Lasztovicza, D., & Béki, P. (2016). A sport és a turizmus kapcsolata, a sportturizmus fogalmi rendszere. *Testnevelés, sport, tudomány*, 1(1), 39-50. <https://doi.org/10.21846/tst.2016.1.4>
- Lengyel, I. (2006). A regionális versenyképesség értelmezése és piramismodellje. *Területi Statisztika*, 46(2), 131-147. https://www.ksh.hu/statszemle_archive/terstat/2006/2006_02/ts2006_02_03.pdf
- Lengyel, M. (2004). *A turizmus általános elmélete*. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája.
- Madrid Bullfighting. (2022). *Bullfighting experience like never before*. <https://madridbullfighting.com/blog/is-bullfighting-still-legal-in-spain/>
- Magyar, M. (2019a). Az animáció és az animátor vetületei napjainkban. In P. Fritz (Szerk.), *Alapfogalmak és jelentései a rekreáció területén: Rekreáció mindenkinek III.* (pp. 101-124). Miskolci Egyetemi Kiadó.
- Magyar, M. (2019b). Nem-mozgás-dominanciájú rekreáció értelmezései nemzetközi és hazai környezetben. In Zs. Gösi, Sz. Boros, & J. Patakiné Bösze (Szerk.), *SOKSZÍNŰ REKREÁCIÓ: Tanulmányok a rekreáció témaköréből* (pp. 97–122). ELTE Pedagógiai és Pszichológiai Kar.
- Magyar, M. (2023). *Animáció a turizmusban: Elmélet és módszertan*. ELTE Eötvös Kiadó.
- Malecki, E. J. (2002). Hard and Soft Networks for Urban Competitiveness. *Urban Studies*, 39(5-6), 929–945. <https://doi.org/10.1080/00420980220128381>
- Mallen, C., & Adams, L. J. (2017). Traditional and niche events in sport, recreation and tourism. In Mallen, C., & Adams, L. J. (Eds.), *Event Management in Sport, Recreation and Tourism: Theoretical and Practical Dimensions* (3rd ed., pp. 1–10). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315306155>
- Marton, G., Cári, B., Szalai, K., & Prisztóka, Gy. (2019). A Spartan Race, mint atipikus, piacvezető sportturisztikai vonzerő komplex elemzése. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4(2), 82–96. <https://doi.org/10.15170/tvt.2019.04.02.05>

- Marton, G., Csóka, L., Varga, T., & Szalai, K. (2023). A modern sportturisztikai utazási trendek a Spartan Race példáján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 8(4), 9–26. <https://doi.org/10.15170/tvt.2023.08.04.01>
- Mascarenhas, M., Alves, J., Pereira, E., & Martins, R. (2024). Co-Creation of The Tourism Experience at International Sport Tourism Events. *Event Management*, 28(2), 229–244. <https://doi.org/10.3727/152599523X16957834460303>
- Molnár, Cs., & Remenyik, B. (2019). A megasportesemények turisztikai hatásai Magyarországon. *Területi Statisztika*, 59(3), 300–327. <https://doi.org/10.15196/ts590303>
- Neirotti, L. D. (2003). An Introduction to Sport and Adventure Tourism. In S. Hudson (Ed.), *Sport and Adventure Tourism* (pp. 1-26. o.). The Haworth Hospitality Press.
- Newland, B. L., & Aicher, T. (2020). Exploring sport participants' event and destination choices. In H. J. Gibson, M. Lamont, M. Kennelly, & R. J. Buning (Eds.), *Active Sport Tourism* (pp. 26–47). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429199578-4>
- Nogawa, H., Yamaguchi, Y., & Hagi, Y. (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism in sport-for-all events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event. *Journal of travel research*, 35(2), 46-54. <https://doi.org/10.1177/004728759603500208>
- Oktyamovna, A. S., Atoevna, T. S., & Kodirovna, B. S. (2020). The role of animator to the development of tourism animation activities. *Academy*, 12(63), 45–48.
- Oliveira, J. R. D., Tobar, F. B., & Capraro, A. M. (2021). Football tourism: A bibliometric analysis of published works in the tourism-based journals (2003–2019). *Journal of Sport & Tourism*, 25(4), 317–335. <https://doi.org/10.1080/14775085.2021.1965010>
- Preljević, A., Murić, B., Kahrović, I., Radenković, O., Mekić, R., Čaprić, I., & Azemović, E. (2023). Football Camps as a Contribution to the Development of Sports Tourism. In J. Premović (Ed.), *International Scientific Conference: „Challenges of Modern Economy and Society Through the Prism of Green Economy and Sustainable Development” – CESGED2023. Proceedings* (pp. 470–475). State University of Novi Pazar, & Educational and Business Center for Development of Human Resources, Management and Sustainable Development.
- Puczko, L., & Rátz, T. (2002). *A turizmus hatásai (2. kiadás)*. Aula Kiadó.
- Ramshaw, G. & Gammon, S. (2005). More than just nostalgia? Exploring the heritage/sport tourism nexus. *Journal of Sport & Tourism*, 10(4), 229–241. <https://doi.org/10.1080/14775080600805416>
- Remenyik, B., Bene, Zs., Horváth, Á., Balogh, A., & Vetró, R. (2022). Megarendezvények szerepe a fenntartható turizmusban. *Gazdaság és Társadalom*, 15(1), 61–79. <https://doi.org/10.21637/gt.2022.1.04>
- Remenyik, B., Molnár, Cs., & Sikó B. (2018). A nemzetközi sportrendezvények és a Forma-1 Magyar Nagydíj hatása Magyarország turizmusára. In T. Szabó, M. Bánhidi, & G. Szóts (Szerk.), *A sportturizmus gazdasági és társadalmi kérdései Magyarországon* (pp. 159–180). Magyar Sporttudományi Társaság. <https://mstt.hu/wp-content/uploads/2019/10/MSTFXVII-Sportturizmus-2018-1212.pdf>
- Ritchie, B.W., & Adair, D. (2004). Sport Tourism. An introduction and Overview. In B.W. Ritchie, & D. Adair, D. (Eds.), *Sport Tourism. Interrelationships, Impacts and Issues* (pp. 1-29.). Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781873150672>
- Ruskin, H. (1987). Selected views on socio-economic aspects of outdoor recreation, outdoor education and sport tourism. In M. Garmise (Ed.), *Proceedings of the International Seminar and Workshop on Outdoor Education, Recreation and Sport Tourism* (pp. 18-37). Emmanuel Gill Publishing.
- Sentuna, M., Balci, V., & Temel, C. (2015). Among the reasons for the importance of sports on holiday. *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 17(1), 1–5. <https://doi.org/10.15314/tjse.2015112530>
- Standeven, J., & De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Human Kinetics.
- Supovitz, F., & Goldwater, R. (2024). *The Sports Event Management and Marketing Playbook* (3rd Ed.). Wiley.

- Szabó, Z. (2020). Investigation Correlation Study of the Touristic Use of Medical Spa Services in a Hungarian Spa Town. *Selye E-Studies*, 11(2), 59–72.
- Szabó, Z., & Bujdosó, Z. (2022). A magyar fürdők mintázata és idősoros modellezése. In Z. Szabó, Á. E. Hojcska, B. Muhi, & Z. Bujdosó (Szerk.), *Fürdővárosok kihívásai* (pp. 15-31). Magyar Fürdővárosok Szövetsége.
- Szegvári, G. E., Boros, Sz., & Magyar, M. (2023). A gümnaszontól a szaunáig: Történeti morzsák a wellness- és fürdővilágból. In M. Magyar, & Zs. Gósi (Szerk.), *Életmód, menedzsment és módszertani kérdések a sport és rekreáció világában* (pp. 128–144). Akadémiai Kiadó. https://mersz.hu/hivatkozas/m1144emmsrv_73/#m1144emmsrv_73
- Szerényi, V., & Michalkó, G. (2019). The Role of the FINA Championships' Volunteers in the Sport Tourism of Budapest: Aspects of Their Expenditures During the Event. *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 12(1), 67–83. <https://journaltct.wordpress.com/wp-content/uploads/2019/12/jtct-vol-12-active-sports-tourism.pdf>
- Sziva, I. (2010). A turisztikai desztinációk versenyképessége. Egyedül miért nem, együtt mikor és meddig? *Turizmus Bulletin*, 14(3), 40-49.
- Török, Á. (1999). A versenyképesség és a technológiamenedzsment. In A. Inzelt (Szerk.), *Bevezetés az innováció-menedzsmentbe* (pp. 74–95). Műszaki Könyvkiadó.
- Turco, D. M., Riley, R., & Swart, K. (2002). *Sport tourism*. Fitness Information Technology.
- Veal, A.J. (2017). *Leisure, Sport and Tourism, Politics, Policy and Planning* (4th Ed.). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781780648033.0000>
- Verebélyi, A., & Bagdi, R. (2012). Passzív sportturizmus – A Forma-1 turisztikai szerepe Magyarországon. *Acta Carolus Robertus*, 2(2), 125–131. <https://doi.org/10.22004/AG.ECON.174089>
- Weed, M. E. (2009a). Global trends and sport tourism. *Journal of Sport and Tourism*, 14(1), 1-4. <https://doi.org/10.1080/14775080902875562>
- Weed, M. E. (2009b). Progress in Sport tourism research? A meta review and exploration of futures. *Tourism Management*, 30(5), 615-628. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.002>
- Weed, M. E., & Bull, C. J. (1997). Influences on sport tourism relations in Britain: the effects of government policy. *Tourism Recreation Research* 22(2), 5-12. <https://doi.org/10.1177/0047287598036004121>
- Wicker, P. (2020). The carbon footprint of active sport tourists: an empirical analysis of skiers and boarders. In H. J. Gibson, M. Lamont, M. Kennelly, & R. J. Buning (Eds.), *Active Sport Tourism* (1st Edition; pp. 67–87). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429199578-5>
- Zauhar, J. (2004). Historical perspectives of sports tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 9(1), 5–101. <https://doi.org/10.1080/1477508042000179348>
- Zsembery, N. Á., & Gósi, Zs. (2024a). A munkavállalói elégedettség és a sport-, egészségnevelést célzó belső CSR akciók kapcsolata. *TAYLOR: Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Folyóirat: A Virtuális Intézet Közép-Európa Kutatására Közleményei*, 14(1), 72-82.
- Zsembery, N. Á., & Gósi, Zs. (2024b). A sportfókuszú CSR szerepe a vállalati kommunikációban. *Gradus*, 11(1), 007. <https://doi.org/10.47833/2024.1.eco.007>