

Repülőtér mint vonzerő – az élményközpontú szolgáltatás a repülőtereken

Airport as an attraction – Focus on experience-oriented services at airports

Szerzők: Tóth Dávid¹ – Pfening Ágota²

Jelen tanulmány napjaink közlekedésének egyik aktuális, jelentős hazai és nemzetközi szakirodalmi háttérrel rendelkező témájával, a repülőterek üzemeltetésével foglalkozik. Azokat egy tág fogalmi rendszerbe ágyazva vizsgálja, miközben kissé szakít a repülőterek klasszikus értelmezésének sémájával. A vizsgálat fókuszába a repülőterek élményalapú szolgáltatásainak kínálatában rejlő lehetőségek kerülnek, miközben a versenyképes repülőterek nem utazási célú felkeresésének opciói és azok piaci sajátosságainak elemzése is górcső alá kerül. Az aktuális és előremutató trendeken kívül hangsúlyt kapnak a repülőterek önálló turisztikai vonzerejének aspektusai, miközben az irodalmi áttekintés és a szerzők által lefolytatott kvantitatív kutatás eredményei rávilágítanak napjaink repülőtér-fejlesztési kihívásaira. A tanulmány következtetései a repülőterek jobb társadalmi elfogadottságát szolgáló eszközöket összegzik.

This study deals with one of the current topics of today's transport with a significant domestic and international literature background, the operation of airports. It examines those embedded in a more courageous conceptual system, while slightly breaking with the scheme of classical interpretation of airports. The potential of the experience-based offer of airport services will be the focus of the study, while the options of visiting competitive airports for non-travel purposes and the analysis of their market characteristics will be examined. In addition to current and forward-looking trends, emphasis will be placed on aspects of airports' autonomous tourist attractiveness, while the literature review and the results of quantitative research conducted by the authors will highlight today's airport development challenges. Conclusions summarize the means for better social acceptance of airports.

Kulcsszavak: turizmus, közlekedés, repülőtér, élmény, vonzerő.

Keywords: tourism, transport, airport, experience, attraction.

1. Bevezetés

Az utazó motiváltsága a fogyasztás egyik alapvető feltétele, így a potenciális turisták motivációival, érzéseivel, attitűdjeivel, az azok háttérben rejlő szükségleteikkel, a motivációk megértésével, a ki-elégítetlen szükségletekre adott válaszokkal kapcsolatos vizsgálódások (CROMPTON 1979, DANN 1981, GOOSSENS 2000) a turizmuselmélet gazdagon kutató területének tekinthető. A hazai szakirodalom is alaposan vizsgálta a potenciális turisták motivációit, a turizmusban részt vevő egyén utazási alatti szükségleteit (PUCZKÓ-RÁTZ 1998,

MICHALKÓ 2010, MICHALKÓ 2012, GONDA 2016, HINEK 2017), külön hangsúlyt fektetve az olyan szükségleteket befolyásoló tényezőkre, amelyek képesek közvetlenül hatni a turista turisztikai termékekkel kapcsolatos választására.

Az ezredfordulót követően megváltozott az emberek elsődleges preferenciája az utazásokra vonatkozóan. Az élmény és a boldogság keresése, az egyéni életstílus megtalálásának igénye egyre inkább felértékelődött, az élménykínálatú turizmus vált keresetté (JANDALA 1997). A kilépés a megszokott környezetből, a *megtapasztalni valami különlegeset, valami nem hétköznapit, a látni, kipróbálni, megkóstolni valamit* vált keresetté, ezek mindegyike olyan élményelemeket tartalmaz, amelyek önmagukban is képesek ösztönözni a visszatérésre (JANDALA 1997, KOVÁCS 2014). Élményeket korábban is lehetett vásárolni, sőt az élmények meg-

¹ PhD-hallgató, Pécsi Tudományegyetem; Flughafen München GmbH, david.toth@munich-airport.de

² PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem; Wizz Air Hungary Ltd., apfening@googlemail.com

teremtése része volt a társadalmak életének, így a turizmussal összefüggésben ez nem is tekinthető új keletű gondolatnak. A cirkuszok, a színházak a legkülönbözőbb módokon próbáltak mindig is egyre újabb és újabb élményeket kínálni a fogyasztóknak, ami idővel összefonódott a turizmussal, így jelenleg az utazó már kifejezetten keresi az élményeket az utazásai során. Ez megfigyelhető a turisztikai kereslet és az elérni kívánt célterület összekapcsolásában, a megközelítés, a közlekedés esetében is. Akkor lehet a turizmus rendszerében igazán hatékony és kedvelt egy-egy közlekedési forma, ha a fejlesztésekért felelős menedzsment ezt képes felismerni. Nemcsak képes megérteni az utazók megváltozott motivációit, hanem képes azokra rugalmasan válaszokat is adni. Kutatásunk új keletű vizsgálati iránya ebben ragadható meg. A fejlesztési döntésekben ma már nélkülözhetetlen annak feltérképezése, hogy az utazók a turisztikai tevékenységükre szánt idejüket milyen elfoglaltságokkal töltik szívesen. Meg kell érteni a turisták döntésmechanizmusát: miért és hogyan döntenek az utazásaikról, hogyan választják ki az utazásai eszközét, helyszínét, melyek azok a tényezők, amelyek meghatározó hatással vannak a választási döntésükre. Kutatásunkban ezekre a kérdésekre keressük a válaszokat a repülőterek kontextusában.

2. Elméleti háttér

A nemzetgazdasági szerep erősödése az elmúlt évtizedekben a szolgáltatási szektor látványos növekedését mutatta, a szektoron belül a turizmus megerősödése vitathatatlan (MICHALKÓ 2012, DAVID et al. 2010). A turizmus a maga regionális kötődése, erős lokalitása, az általa is gerjesztett infra- és szuprastruktúra kiépítésének igénye miatt a területi folyamatok egyik alakítójává vált. Képesé vált arra, hogy hatást gyakoroljon a településszerkezetre, az ott lakók mindennapi életére, a foglalkoztatásra, az oktatásra, a természeti környezet formálására (GONDA 2016). A repülőterek e területi folyamatok kiszolgálóivá, közvetlen részeseivé váltak egy olyan környezetben, ahol az utazásokban újfajta igények, az élménykeresés globális jellegűvé válása és az utazni vágyók tömeges megjelenése lett a jellemző.

A helyváltoztatást egy elérni kívánt célterület megléte váltja ki, ahol a közlekedés a turizmus rendszerének olyan integráns részét adja, amely egyben a turizmus létezésének egyik alapfeltétele is (TÓTH et al. 2012). A közlekedés részeként a repülőterek a területükön eltöltött időhöz képest aránytalanul nagy mértékben képesek befolyásol-

ni az utazó fejében kialakított kép milyenségét az adott térségről, mivel az utazóban általában itt alakul ki az első személyes benyomás, itt találkozik először a hely kultúrájával, de itt tölti el tartózkodásának utolsó óráit is.

2.1. A REPÜLŐTEREK FOGALMÁNAK TÁGABB ÉRTELMEZÉSE

Új keletű kutatási területen zajlanak azok a vizsgálatok, amelyek az egyének mindennapos térfolyaival a szabadidő aktív eltöltésének kontextusában foglalkoznak. A tér és annak adottságai, az állandó lakóhelytől általában nem távol eső, viszont az egyén számára mégis átmenetileg megváltozott környezetű és élményt biztosító tényezők vizsgálata, az egyén mindennapjainak, boldogsága potenciális forrásainak vizsgálata mind izgalmas kutatási területeknek tekinthető. Ennek egyik kiváló példája a közelmúltban publikált, a regionális turisztikai GDP becslésével kapcsolatos kutatás (TÓTH-TÓTH 2020), amelyben a szerzők – a munkavégzési célú utazásokat leszámítva – az összes olyan utazást a turizmus körébe sorolták, amellyel a szokásos lakókörnyezetünket elhagyjuk. Erre alapozva a repülőterek nem utazási célú felkeresésére jelen kutatásban is – a megközelítéshez használt közlekedési módok, a repülőtereken elérhető gasztronómia, kulturális szolgáltatások, továbbá a sport és szabadidős tevékenységek igénybevétele miatt – mint a regionális turisztikai GDP befolyásoló tényezőjére tekintünk.

A repülőterek alapvetően magas fejlettségi szinttel rendelkező, sajátos, kifejezetten nemzetközi környezet hangulatát biztosítani képes területeknek számítanak, ami sokak fejében már önmagában is látogatásra motiváló erőként hatni. Napjaink versenyképes repülőterei a tradicionális közlekedési tér kereteit kitérítve már egyfajta másodlagos funkciók betöltésének irányába fordultak át. A repülőterek közötti verseny miatt kialakult nyomás, továbbá a rendelkezésre álló erőforrások költségeinek folyamatos növekedése a hatékonyabb és fenntarthatóbb működést helyezte központi szerepbe (THELLE-SONNE 2018, BILOTKACH-BUSH 2020, RAJAPAKSHA-JAYASURIYA 2020, MISKOLCZI et al. 2021). Ennek eredményeként a repülőterek, illetve a repülőterei terminálok működése sokat változott az elmúlt ötven évben (ERDŐSI 1999). A repülőtereken megváltozott a kereslet, és megváltozott a kereslethez alkalmazkodó kínálat is, így az ezekkel összefüggő technikai fejlesztések az utasszám növekedése mellett a repülőterek nem utazási célú felkeresését is egyre inkább ösztönözték.

2.2. A REPÜLŐTEREK NEM UTAZÁSI CÉLÚ KERESLETE ÉS KÍNÁLATA

A turizmus szektor az elmúlt évtizedekben tapasztalható dinamikus növekedésének köszönhetően méltán nevezhető napjaink egyik legerősebb gazdasági hajtómotorjának. Ez nem csupán a jól ismert célterületek (nagyvárosok, nyaralóhelyek) esetében igaz, az utazók érdeklődése olyan, sok esetben távoli területek felé is terelődött, amelyek korábban nem vagy kevésbé voltak a turizmus fókuszában (MICHALKÓ 2008). Ezzel a turisztikai tér és a távolság szimbiózisa elsődleges szerepet kap az utazási döntésekben, amelyekben az idő bősége vagy annak hiánya az egyik leginkább meghatározó tényező (CSAPÓ et al. 2019). Ebből adódóan az utazási idő lerövidítésének, illetve az utazásra szánt idő tartalmas eltöltésének a lehetősége ösztönzően hathat az újabb utazási döntésekre.

A turistaérkezések számával explicit módon növekszik a turizmus kiszolgálására igénybe vett közlekedés leterheltsége (JÁSZBERÉNYI-PÁLFALVI 2009). Az egyre nagyobb távolságok viszonylag rövid időn belüli megtétele napjainkban már általános igény (JÁSZBERÉNYI 2013), ennek pedig szerves részét képezi a légi közlekedés. Világszerte jelenleg nagyjából 40.000 repülőtér kínálja szolgáltatásait (RIPOLL-ZARRAGA-RAYA 2020), melyeket utazók milliárdjai vesznek igénybe. A versenykörnyezetből adódóan az alapvető funkcióikon túl a repülőtér már olyan szolgáltatásokat is kínál, amelyek nem kötődnek szorosan a légi közlekedéshez. Ez figyelhető meg a helyi lakosság igényeinek kiszolgálásában: a mindennapi életet segítő ügyfélszolgálatok, kereskedelmi egységek vagy az egyének szórakozását biztosítani képes szolgáltatások középpontba helyezésében.

A repülőtér termináljai *landside* zónára, illetve *airside* zónára bonthatók. Míg az első bárki számára látogatható, a második csak az utasok és a személyzet számára érhető el az utasbiztonsági átvizsgálás után. Működés szempontjából a két terület eltérő szerepet tölt be. Más az utazók által támasztott igény, eltér a szolgáltatásokra vonatkozó kereslet, és más a kínálat is. Viszont mindkét terület közös jellemzője, hogy az elmúlt évtizedekben az egyének igényeihez jobban alkalmazkodó egyéb, az utazásokhoz szorosan nem feltétlenül kapcsolódó szolgáltatásokat kezdtek elérhetővé tenni az érdeklődők számára. Bevásárlóközpontokhoz hasonló szolgáltatásokat kezdtek el kínálni, ahol az éttermi és bevásárlási lehetőségeken túl napjainkban már az egyéb létesítmények, kulturális programok jelenléte is természetes (FODNESS-MURRAY 2007, MING-KEI-YUI YIP 2016, HALPERN et al. 2020).

2.3. A KULTÚRA MEGJELENÉSE A REPÜLŐTEREKEN

A repülőtérre megjelenő helyi kultúra elsősorban a tágabb környezetet adó fogadóterületek kultúrájára vezethető vissza. A turizmus fejlesztése kapcsán a repülőtér a maguk összetett működéséből adódóan az élettelen kultúra, a mindennapi életben kifejeződő kultúra, de akár a megelevenített kultúra (RÁTZ 2011) fogalmköreihez is egyaránt kapcsolhatóak. Az élményközpontú fejlesztés nem feltétlenül tekintendő nagyberuházások kérdésének (ZÁTORI 2014), azonban a repülőtér épülete, az építészeti stílusok, a művészeti alkotások, a mindennapi élet használati tárgyai mind olyan, a turista tevékenységét közvetlenül befolyásolni képes tényezőnek tekinthető, ami bár sok esetben nem jár jelentős beruházással, az ott-tartózkodás ideje alatt jelentősen befolyásolja a turista átélt élményének minőségét. A különböző szabadidős tevékenységek elérhetősége, a repülőtér környékének megismerhetősége, az adott térség lakosságának szokásai, életmódja, viselkedése, az adott pillanatok átélt élményei ez esetben mind befolyásoló tényezőkként detektálhatóak. Ezek olyan összetevők, amelyeket a turizmus szektor nehezen képes befolyásolni, viszont éppen ezek képesek a leginkább nyomot hagyni a turista élményében. A turizmus növekedésén keresztül olyan rendezvények, felelevenített események segíthetik a repülőtér kedveltségének fokozását, amelyek egyben elősegítik a helyi lakosság kulturális identitásának a megőrzését is.

A XXI. század emberének az élményközpontúság már elsődleges. Az egyén először az élményt keresi, majd ehhez igazítja a helyszínt. A tér korszakát éljük (FÖLDI 2012), amikor az egyediség, a közel és távol, valamint a szétszóródás aspektusai egyre inkább meghatározóak. A fogyasztást szórakozásként, élményszerzéseként, a modern polgári fogyasztási kultúra lényegékként éljük meg (GYÁNI 2007). A kultúra értékesíthetővé válik. A repülőtérre szakmai és szabadidős programok biztosításával, a gasztronómiai kínálat és a helyi termékekben rejlő értékek megismertetésének szándékával eleve adva van egy eszköz, amelyre fel lehet építeni egy olyan, a repülőtér sajátos világát tükröző komplex szolgáltatáscsomagot, ami – a szálláshelyektől, az étkezési lehetőségeken át a programokig – kedvelté, meglátogatásra érdekessé képesek tenni adott helyeket (1. táblázat). Így a repülőtér mint a közlekedést kiszolgáló tér először a közlekedés preferált helyszínékként, később akár attrakcióként is képes lehet magát kínálni. Az egyén adott helyen tartózkodása során a repülőtér hangulata, egyedi környezete, sajátos mivolta

lesz az, ami az érzelmi többletet biztosítja, és ezzel a repülőterek helyszínét adó területek meglátogatásának alapvető motivációját is képes lesz befolyásolni.

hagyható figyelmen kívül. A nyugat-európai országokban az 1980-as évektől indult el az a folyamat, amelynek során megnőtt a helyi termékek, a tradicionálisan előállított, egyes régiókra jel-

1. táblázat

A repülőtér turisztikai keresletéhez köthető tevékenységek és vonzerők csoportosítása

Cél	Vonzerő	Magyarázat
Utazási cél	Utazás, átutazás	Motivációja az utazás teljesítése, miközben a cél az utazás élményének megszerzése (MICHALKÓ 2010, KOVÁCS 2014, KULCSÁR 2015, WATTANACHAROENSIL et al. 2015, KINCSES et al. 2016).
Nem utazási cél	Vásárlás, gasztronómiai kínálat	A repülőtér turisztikai vonzereje a vásárlás lehetőségének biztosításában, illetve a repülőtér gasztronómiai kínálatában detektálható. Az utazókat költésre, a helyi lakosságot (elsősorban) a szabadidejük tartalmas eltöltésére ösztönzi (RÁTZ 2004, PERNG et al. 2010, HAN et al. 2018, CASTILLO-MANZANO et al. 2018).
	Repülőtéri szakmai rendezvények, programok	Bár a látogatás motivációja összeköthető az utazással, alapjaiban nem az utazás a célja, hanem maga a repülőtér, a légi közlekedés megismerésének az igénye (VENTER 2014, MATHUR et al. 2009).
	Egyéb nem szakmai rendezvények	A repülőtér időszakos sport-, gasztró-, kulturális rendezvények helyszínéül az utazókat hosszabb tartózkodásra, a látogatókat szabadidejük tartalmas eltöltésére ösztönzi (ALBANY AIRPORT 2021, MUNICH AIRPORT 2021).
	Családi szabadidős programok	A repülőtér a helyi lakosság mindennapjaiba való beágyazódásával képes jobban elfogadtatni működését a társadalommal, ami nélkülözhetetlen versenyképességének eléréséhez. A lakosságot is érintő egyes döntésekben a konszenzus elérése érdekében meghatározó szerepe lehet a repülőtér és a lakosság viszonyának. A repülőterek területén zajló családi szabadidős programok alatt a kisebb családi kirándulásokat, a repülőjáratok megfigyelésével összekötött természetjárást, a sétálással, a kerékpározással aktívan eltöltött perceket értjük (JIMENEZ et al. 2013).

Forrás: saját adatgyűjtés és szerkesztés

2.4. A REPÜLŐTÉR ÉS A HELYI TERMÉK

A helyi közösségek által előállított termékek szerepe a repülőtér kínálatában alapvetően nem tekinthető gazdagon kutatott területnek sem a hazai, sem a nemzetközi szakirodalomban. Jelen tanulmányban sem tervezzük a helyi termékeknek a térségek versenyképességében játszott szerepének részletes vizsgálatát, inkább a repülőterek működését tanulmányozzuk abból a szempontból, hogy a repülőterek nem utazási célú kereslete mennyire lehet meghatározó a célként kitűzött versenyképesség elérésében, illetve hogy a helyi közösségek érdekeltté tétele hogyan kapcsolható a repülőterek működéséhez.

A repülőterek a régiók gazdasági életében domináns szerepet töltenek be. Hatással vannak a terület gazdasági erejére, a foglalkoztatásra, a lakosság életszínvonalára, a régió lakosságot megtartó erejére, de fontos részét képezik a nemzetgazdasági infrastruktúrájának is (NOVOSZATH 2018). Nyilvánvaló, hogy a repülőterek potenciális célpontjai lehetnek az újabb innovációknak, amiben a helyi termelők érdekeltté tétele nem

lemző élelmiszerek kereslete. Általánossá vált a helyi, falusi, városi, regionális termékek vásárlása és fogyasztása. Kialakult a hétfégi élelmiszerturizmus³ (SZÖLLŐSI et al. 2014). Ma már egyre fontosabb szerepet tölt be az emberek fejében az egészségtudatosság, a fenntarthatóság, így egyre jelentősebb a helyi termékek fogyasztása (TÖRÖCSIK–CSAPÓ 2018), ami pozitívan hat a környék lakosságának foglalkoztatására. A helyi élelmiszerturizmus szokások és hagyományok szerepének kiemelése erősítheti a helyi identitást, illetve segíti a helyi hagyományok megőrzését, az élhető(bb) vidék megteremtését, annak fenntartását (MOLNÁR–FEHÉR 2013, GONDA 2014, SZÖLLŐSI et al. 2014). A helyi termékek beépítése a szállásadásba, a vendéglátásba, a közlekedésbe és a rendezvények szervezésébe újabb lakosokat vonhat be az érdekeltek körébe (G. FEKETE 2011).

Egy hely egyedi karakterét képes kifejezni a környezetében termelt, illetve az ott előállított termék (MURESAN 2011), ami így a szolgáltatóterek területén átélt élmények minőségét is befolyásolhatja. A turista által előszeretettel fogyasztott

³ A hétfégi élelmiszerturizmus olyan, az utazásokra közvetlenül ható motivációkból adódik, amelyek hátterében a hétköznapi fogyasztáshoz szükséges termékek hagyományos piacokon, gazdaságokból, háztól, közvetlenül a termelőtől történő beszerzése rejlik.

termékek, a helyi, egyedi ízek, a tájételek, a szívesen megvásárolt kézzel előállított ajándéktárgyak mind olyan adottságokkal rendelkeznek, amelyek képesek vonzerőkként funkcionálni, hisz képesek megadni az adott hely jellegét. A kutatásunk kérdőíves megkérdezésében ezért kíváncsiak voltunk arra, hogy a repülőterek kontextusában az utazók milyen fogyasztási és időtöltési tevékenységet folytatnak a tartózkodásuk alatt, és ebben mekkora szerepe van a helyi kultúrának, a helyi termékeknek, a helyi gasztronómiának. Vizsgáltuk továbbá azt is, hogy az utazók között a helyi lakosság mennyire szívesen fogyasztja, illetve vásárolja a helyi termékeket a repülőtereken.

3. Módszertan

3.1. KVALITATÍV FÁZIS

A kutatásunk korábbi adatbázisok felhasználására alapozva szekunder, illetve önálló adatbázis felhasználásán át primer kutatásra épült. A közelmúltban publikált szakcikk irodalmi áttekintése nagy potenciált jelzett a repülőterek szolgáltatásfejlesztésével kapcsolatban. A feltárt kutatási hiányosságok (a repülőterek által biztosított közösségi programok hatása a repülőterek versenyképességére, a repülőtér mint turisztikai vonzerő, a helyi kultúra megjelenése és bemutatása a repülőtereken) alapján feltérképeztük a repülőterek működését vizsgáló újszerű megközelítés feltételeit. A szakirodalmi áttekintésben elemzett cikkek többsége a versenyképes repülőterekkel, illetve a repülőterek fejlesztésével kapcsolatos kutatások dominanciáját mutatja. Kevésbé kutatott területnek tekinthető a repülőterek szolgáltatáskínálatának az élménycentrikussággal összefüggő vizsgálata. A kutatásunk célja így az általános fogyasztói szokások felmérésén túl a repülőterek élményalapú szolgáltatáskeresletének feltárása volt, amely végül megalapozta a kvantitatív kutatásunkat. Alapvetően nem volt célunk a repülőterek utazási céllal történő felkeresésének a vizsgálata, a hangsúlyt a repülőtér mint turisztikai vonzerő megteremtésével összefüggésbe hozható eszközök vizsgálatára helyeztük a hangsúlyt. Górcső alá vettük a gasztronómia szerepét, a helyi termék keresletét, a látogatóknak a városok központjától távolabb eső területeken megjelenő szórakozási igényét, a helyi kultúra repülőterek nemzetközi környezetében való szerepét. Ezek alapján kerültek végül megfogalmazásra a kutatásunk hipotézisei:

- H1: A repülőterek mennyiségi és minőségi szolgáltatások megteremtésével kapcsolatos törekvései képesek befolyásolni a repülőterek nem utazási célú keresletét.

- H2: A repülőtereken a látogatók számára már ismert és keresett szolgáltatásoknak tekinthetők a nem utazási céllal kapcsolatos szolgáltatások, különösen az Y és a Z generáció körében.
- H3: A repülőtereken van igény a helyi kultúra prezentálására, különösen a szolgáltatások kínálatának fejlesztésével nyerhetőek meg újabb potenciális célcsoportok.
- H4: A repülőtereken a régió által termelt helyi termékek kínálata nagymértékben hozzájárulhat a repülőterek vonzerejének növeléséhez.

3.2. KVANTITATÍV FÁZIS

A kvantitatív kutatásunkban két célszegmenst különböztettünk meg. Az utazók képviselik a repülőtereken ideiglenesen ott tartózkodók csoportját, ők azok, akik elsődleges motivációját a repülőterek felkeresésében a repülőjáratokkal való utazás jelenti. A kutatásunkban a második csoportot a repülőtereket nem utazási céllal felkereső látogatók képviselik, számukra a repülőterek által nyújtott egyéb szolgáltatások igénybevétele a legnagyobb vonzerő, a látogatásuk háttérben adott pillanatban nincsen utazási cél. Az irodalmi áttekintésünkre alapozva kérdőívet készítettünk, amelyet statisztikai módszerekkel elemeztünk. Az adatfelvételt 2020. október - november között végeztük a Qualtrics Online Survey szoftver segítségével, amely lehetővé tette különféle kérdések összeállítását. A bemutatott primer kutatás célcsoportját elsősorban a 18 éves vagy annál idősebb felnőttek alkották. A felmérésből kizártuk azokat az alanyokat, akiknek egyáltalán nem volt repülési tapasztalata, továbbá a válaszadóknak legalább egyszer repülniük kellett a Covid19-világjárvány előtt. A kutatásba bevont válaszadókat arra kértük, hogy az etikai szabályok betartása (névtelenség, egyes kérdésekre a válaszadás megtagadásának lehetősége) mellett a Covid19-világjárványtól függetlenül értékeljék repülési tapasztalataikat, a repülőtereken átélt élményeiket.

4. Eredmények

4.1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

Az irodalmi áttekintés egy feltáró kutatási folyamat, amely során az adott témával kapcsolatos kérdések szintetizálására kerül sor (DENNEY-TEWKSURY 2013). A meglévő kutatási eredményeket összegyűjtöttük, és beépítettük a primer kutatásunk folyamatába. Az irodalmi áttekintés folyamata három lépést tartalmazott. Elsősorban

online tudományos folyóirat-adatbázisok (ScienceDirect, ResearchGate) és kulcsfogalmak alkalmazásával feldolgoztuk a repülőterek és az élményközpontú szolgáltatásérték-teremtés szimbiózisát tárgyaló hazai és nemzetközi folyóiratcikkeket, továbbá elemeztük a helyi társadalom repülőterek működésével kapcsolatos érdekviszonyait. Az elemzés első részében a kutatási terv kritériumainak meghatározása történt meg. A feldolgozandó tanulmányoknak a repülőterek versenyképes üzemeltetésére, azok alapvető jellemzőire, a repülőtéri vonzerőkre és az élményközpontúsággal kapcsolatos kérdésekre kellett összpontosítaniuk. Így választottuk ki az alábbi kulcsfogalmakat (n=5): repülőtéri szolgáltatások, versenyképes repülőter, repülőter fejlesztése, turizmus és kultúra, turizmus és helyi termék. A fenti kritériumok alapján magyar, angol és német nyelven megjelent tanulmányokat vizsgáltunk. Feltétel volt továbbá, hogy a kéziratoknak lektorált tanulmányoknak kellett lenniük, illetve az elmúlt tíz év távlatában vizsgáltuk őket (indokolt esetben azonban a 2011 előtt publikált releváns kutatásokat sem zártuk ki a kutatásunkból) (2. táblázat).

tingkutatásban elvárt értéket (200) (MALHOTRA-DASH 2016), így a következtetések érvényesek és alkalmazhatóak akár további, részletesebb kutatásokra is. A mintában a nemek szerinti megoszlás alapján a válaszadók többsége nő (a teljes minta 59,36%-a), ugyanakkor a minta viszonylag kiegyensúlyozottnak tekinthető. A válaszadók életkor szerinti megoszlását a generációs marketingelméletek (PRENSKY 2001, TÖRŐCSIK 2009) alapján határoztuk meg. A korcsoportok alapján az Y és a Z generáció egyértelmű dominanciája látható a megkérdezésünkben, így a megállapításaink is elsősorban ezekre a korcsoportokra érvényesek (3. táblázat).

A válaszadók döntő többsége középiskolai végzettséggel (46,07%), illetve főiskolai vagy egyetemi végzettséggel (37,82%) rendelkezik. A kérdés érzékenysége miatt a válaszadók pénzügyi helyzetét nem a fizetési tartomány alapján határoztuk meg, hanem arra kértük a válaszadókat, hogy önértékelés alapján sorolják be magukat abba a társadalmi osztályba, amellyel a leginkább azonosulni tudnak. Következésképpen a középosztály felül van reprezentálva (50,82%) a megkérdezésünkben.

2. táblázat

Irodalmi áttekintés a meghatározott kulcsfogalmak alapján

Kulcsfogalom	Keresési eredmények (db tanulmány)
Repülőtéri szolgáltatások / Airport services / Flughafenservices	15
Versenyképes repülőter / Competitive airport / Wettbewerbsfähiger Flughafen	28
Repülőter fejlesztése / Development of airport / Flughafenentwicklung	22
Turizmus és kultúra / Tourism and culture / Tourismus und Kultur	17
Turizmus és helyi termék / Tourism and local product / Tourismus und lokale Produkte	10
Összesen	92

Forrás: saját adatgyűjtés és szerkesztés

A kulcsfogalmakkal történő keresés 92 kéziratot eredményezett, amely a második szakaszban a kéziratok címeinek és absztraktjainak az elolvasása után további szűkítésre került. Itt már kizártuk a Q4 minősítésnél alacsonyabb besorolású folyóiratokban megjelent szakcikkeket, továbbá minden olyan tanulmányt, amely az absztrakt elolvasása után nem volt relevánsnak tekinthető a kutatási kérdéseinkkel kapcsolatban. Végül a harmadik szakaszban 27 releváns forrást azonosítottunk és kvalitatívan elemeztünk.

4.2. MINTAVÉTEL ÉS ELEMZÉS

Megkérdezésünkre összesen 817 válasz érkezett. A kutatás mintaszáma meghaladja a feltáró marke-

3. táblázat

A válaszadók generációk szerinti megoszlása (n=789)

Generáció	Megoszlás (%)
Veteránok generáció (1925-1945)	0,89
Baby boom generáció (1946-1964)	13,69
X generáció (1965-1979)	14,32
Y generáció (1980-1995)	12,17
Z generáció (1996-2010)	58,93

Forrás: saját adatgyűjtés és szerkesztés

Megjegyzés: 28 fő nem válaszolt a kérdésre

4.3. A REPÜLŐTEREK SZOLGÁLTATÁSAINAK FOGYASZTHATÓSÁGA

Az adatgyűjtés során törekedtünk arra, hogy a válaszadók olyan kiértékelhető adatokat biztosítsanak számunkra, amelyekkel megismerjük a repülőterek által az utasoknak biztosított szolgáltatások fogyaszthatóságát, és feltáráshatóvá válnak a repülőterek nem utazási célú keresletének elemei is. Kutatásunkban abból indultunk ki, hogy a repülőterek akkor képesek a hatékony működésre, ha megfelelően ismerik a keresletüket. A turistát, az utazót, a fogyasztót jobban meg kell ismernünk ahhoz, hogy megértsük a gondolkodását, a motivációját, az igényeit. Ismernünk kell, hogy az egyén mit vesz, és mit fogyaszt, továbbá mennyire megfelelő számára az, amit élményekben kap. Így nélkülözhetetlenné vált az egyének repülőtéri magatartásának elemzése (különösen a repülőtéri időtöltés formáinak feltárása), a helyi kultúra megjelenési aspektusainak, illetve a helyi termék repülőterek szolgáltatáskínálatában való megjelenési lehetőségének és ezek együttes keresletének vizsgálata. A válaszadóknak értékelniük kellett, hogy melyek azok a fő tevékenységek, amelyek meghatározzák a repülőtéri tartózkodásukat. Ezzel az ott-tartózkodásuk alatti fogyasztásuk szerkezete megismerhetővé vált, amelyben már a helyi kultúra, a helyi termékek iránti igény mértéke is detektálható. A válaszadók a repülőtéri tartózkodásuk idejének nagy részét passzív tevékenységekkel, többnyire pihenéssel, szórakozással töltik (36,12%). A gasztronómia iránti kereslet (35,89%) és a vásárlás (22,13%) jelentősége szintén mérvadó (4. táblázat).

4. táblázat

Az utazók fő tevékenységei a repülőtéri tartózkodás során (n=817)

A tevékenység típusai	Megoszlás (%)	Helyezés
Pihenés, szórakozás	36,12	1.
Étkezés	35,89	2.
Vásárlás	22,13	3.
Munkavégzés	4,01	4.
Egyéb: olvasás, nézelődés	1,85	5.

Forrás: saját adatgyűjtés és szerkesztés

Beigazolódni látszik, hogy a repülőtereken megjelenő kereslet közvetlenül érdekli a helyi kultúra iránt, a tartózkodása alatt pedig egyértelműen szórakozás iránti vágya keletkezik. Előszertettel

fogyasztja a repülőterek gasztronómia kínálatát, így a repülőterek a helyi kultúra bemutatását szolgáló egyedi ízek, tájételek, az utazók által szívesen vásárolt kézzel előállított helyi ajándéktárgyak megvásárolhatóságának biztosításával potenciális eszközöket képesek teremteni egy versenyképes és az utazók által kedvelt repülőter kialakításához.

A válaszadókat arra kértük, értékeljék a repülőtereknek a helyi lakosság életében betölthető szerepét, illetve kíváncsiak voltunk arra is, hogy ha a válaszadók lakóhelyének közelében lenne egy repülőter, az mennyire befolyásolná az életüket. A beérkezett adatokat (feleletválasztós kérdések, 5 fokozatú Likert-típusú skála alapján) a jobb összehasonlíthatóság érdekében standardizálás⁴ alá vontuk. Az értékelésnél nem vettük figyelembe a hiányos válaszokat, illetve azokat, ahol a válaszadó nem tudta vagy nem szerette volna elmondani a véleményét.

A repülőtereken értékesíthető helyi kultúra, a szórakozás és a kikapcsolódás igénye – hasonlóan az utazók igényeihez – a repülőterek nem utazási célú meglátogatása esetében is kiemelkedő. Az ingyenes programok, rendezvények potenciális szolgáltatási elemként jelenhetnek meg a repülőtereken, amelyeknek a középkorúak (elsősorban 30–50 éves korosztály) körében legnagyobb az elfogadottsága (átlag: 3,81). A repülőterek által biztosított, szabadidő eltöltésével kapcsolatos szolgáltatások iránti érdeklődés azonban a válaszadók lakóhelyét adó települések méretének növekedésével egyértelműen csökkenést mutat, tehát minél nagyobb településen él a válaszadó, annál kevésbé mutat érdeklődést a repülőterek nem utazási célú felkeresése iránt. A repülőterek nem utazási célú felkeresésében a gasztronómia az Y generáció tagjai esetében jelent igazán vonzerőt (átlag: 3,74). A válaszadók lakóhelye tekintetében inkább a községekben élők keresik a repülőterek gasztronómiai kínálatát, és tekintik a helyi termékek megjelenését fontos tényezőnek.

A repülőterek szabadidő-eltöltéssel kapcsolatos létesítményeinek szolgáltatási kínálatát közepesen erősebb kapcsolatot mutat a repülőterek gasztronómiai kínálatával összefüggésben. Közepes kapcsolat figyelhető meg a repülőtereken megtalálható közszolgáltatók ügyfélszolgálati irodái, illetve a repülőter által biztosított ingyenes programok és rendezvények kereslete között, de hasonló a kapcsolat a gasztronómiai kínálat és a repülőterek által biztosított ingyenes programok, rendezvények között is (5. táblázat). Kérdőív megkérdezésünk alapján közepesen határozottan erősebb kapcsolata-

⁴ A standardizálás képlete: $(x-x')/\sigma$, ahol: x: a mért érték; x': a minta átlaga; σ : a minta szórása. Így minden mintára igaz, hogy $x' = 0$; $\sigma = 1$.

tot nem tudunk bizonyítani a repülőterek általunk vizsgált szolgáltatásai között. Az viszont egyértelműen látszik, ha a repülőterek a fejlesztéseikben mindenképp a közszolgáltatók ügyfélszolgálati irodáinak repülőtéren való megjelenését tűzik ki célul (és így például a helyi lakosok érdekeit is tervezik szolgáltni), akkor előnyös a repülőterek szabadidős szolgáltatásokat biztosító létesítményeinek ezzel egy időben történő fejlesztése. A gasztronómia és az ingyenes programok esetében a szabadidős szolgáltatások kínálatát mindenki számára vonzó, elérhető programokkal szükségessé kiegészíteni.

5. táblázat

A repülőterek által az utasok számára biztosított szolgáltatások közötti korrelációs kapcsolat (n=817)

Kapcsolat	Korreláció mértéke
A repülőterek szabadidő-eltöltéssel kapcsolatos létesítményei együttes szolgáltatásainak és a repülőterek gasztronómiai kínálatának kapcsolata	0,62
A repülőtereken megtalálható közszolgáltatók ügyfélszolgálati irodáinak jelentősége és a repülőterek által biztosított ingyenes programok, rendezvények kapcsolata	0,53
A repülőterek gasztronómiai kínálatát és a repülőterek által biztosított ingyenes programok, rendezvények kapcsolata	0,49

Forrás: saját adatgyűjtés és szerkesztés

Kutatásunk kevésbé várt eredményének tekinthető, hogy a repülőterek, illetve azok legfőbb partnerei, a légitársaságok, preferálásával kapcsolatban az utazási döntések abszolút döntő tényezőjeként a válaszok nem az elérhető szolgáltatások mennyiségének és minőségének elsődlegességét mutatják, inkább a szolgáltatások ára a meghatározó. A demográfiai tényezőket figyelembe véve – amellett, hogy a repülőjegy ára a legfontosabb minden vizsgálati szegmensnél – a férfiak számára meghatározóak a légitársaságok szolgáltatásai (átlag: 4,25), míg a nők döntéseiben inkább a különböző városokba való egyszerűbb eljutás lehetősége dominál (átlag: 4,46). A fiatalabb korosztályok, így az Y és a Z generációk esetében, a repülőtér és város közötti egyszerű közlekedés (átlag: 4,31) tekinthető meghatározó szempontnak, miközben a kor előrehaladtával egyre inkább az igénybe vehető szolgáltatások mennyisége és minősége felé terelődik a hangsúly. Általános érvényű megállapítás, hogy minél kisebb település a válaszadó állandó lakóhelye, számára annál fontosabb a repülőtér szolgáltatásainak kínálatát, ezen kívül az alacsonyabb egzisztenciával rendelkezők fejében a repülőtéri tartózkodás egyfajta általánosan magas költségekkel társul.

5. Összefoglalás, a kutatás korlátai és a további kutatási irányok

A publikált cikkek áttekintése (n=27) rámutatott a versenyképességi szempontok fontosságára a repülőtéri szolgáltatások fejlesztésében. A komplex, élményeket biztosítani képes repülőtéri szolgáltatások magas potenciálja került előtérbe, ahol a feltárt kutatási hiányosságok (repülőterek vizsgálata turisztikai vonzerőként, a helyi kultúra, a helyi termékek szerepe a repülőterek kedveltségében) új irányokat adtak a kutatásunknak. A szakirodalmi áttekintés során feltárt hiányosságok alapján az volt a célunk, hogy megvizsgáljuk az utazók nyitottságát új szolgáltatások bevezetésére a repülőtereken, ami magában foglalta a repülőterek mint önálló turisztikai vonzerő értelmezhetőségének vizsgálatát is.

Empirikus kutatásunk során (online kérdőív 817 válaszadó bevonásával) feltártuk az Y és a Z generáció hozzáállását a repülőterek nem utazási célú felkereséséhez és a viselkedésüket a repülőtéri tartózkodás során. Az eredmények alapján látható, hogy a repülőterek utasok általi kedveltségét elsősorban a pihenés, a szórakozás és a gasztronómiai kínálat adta lehetőségekkel lehet a legjobban fokozni, viszont az is megállapítható, hogy az egyes társadalmi csoportok másképp reagálnak a repülőterek szolgáltatásainak kínálatára. Az eredmények alapján látható, hogy jelentős a szórakozási és az étkezési lehetőségek bővítése iránti érdeklődés. A repülőterek önálló vonzerőként is képesek lehetnek a működésre, mivel jelentős számú alany látogatni el a repülőterekre úgy, hogy nem utazási szándékkal tervezni igénybe venni a repülőtéri szolgáltatásokat.

Eredményeink alapján a hipotéziseink értékelhetővé váltak. Beigazolódtott, hogy növekvő szolgáltatásmennyiség biztosításával egyértelműen növekszik a repülőterek kereslete, ami elsősorban a fiatalabb korosztályokba tartozó fogyasztók döntéseit befolyásolja jelentősen. A fogyasztók nyitottak a repülőtéri szolgáltatások iránt, és hajlandóak a repülőtereket meglátogatni akár nem utazási céllal is. Bebizonyosodott, hogy a helyi gazdaságok termékeinek jelenléte a repülőterek gasztronómiai kínálatban pozitívan hat a fogyasztók repülőterekkel kapcsolatos attitűdjére, továbbá a repülőterek megítélése jelentősen javulhat a helyi gasztronómiai kínálat biztosításával.

A kutatás eredményei hasznosak lehetnek a repülőterek versenyképességi és hatékonysági erőfeszítéseinek továbbfejlesztéséhez, az utazók tényleges igényeinek jobb megértéséhez. Kutatásunk kiterjesztette a repülőterek versenyképességi törekvéseinek tanulmányozását a repülőterek önálló

turisztikai vonzerőként való értelmezésére, ami újszerű megközelítés a korábbi kutatásokhoz képest.

A kutatás eredményei elsősorban a 18-40 éves korosztályra korlátozódnak, ezért a megállapításaink elsősorban az Y és a Z generációk attitűdjeivel kapcsolatosak. A Covid19-járvány utazási szokásokra gyakorolt hatása miatt a repülőterek versenyképességéhez és szolgáltatásainak fejlesztéséhez való hozzáállás mindenképp további vizsgálatokat igényel.

Felhasznált irodalom

- BILOTKACH, V. – BUSH, H. (2020): Airport competition from airports' perspective: Evidence from a survey of European airports. *Competition and Regulation in Network Industries*. 21(3). pp. 275–296.
<https://doi.org/10.1177/1783591720937876>
- CASTILLO-MANZANO, J. I. – LÓPEZ-VALPUESTA, L. – SÁNCHEZ-BRAZA, A. (2018): When the mall is in the airport: Measuring the effect of the airport mall on passengers' consumer behavior. *Journal of Air Transport Management*. 72. pp. 32–38.
<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2018.07.003>
- CROMPTON, J. L. (1979): Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*. 6(4). pp. 408–424.
- CSAPÓ J. – TÖRŐCSIK M. – NAGY Á. (2019): Nemturizmus és életstílus összefüggések. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 4(2). pp. 6–17.
 DOI: 10.15170/TVT.2019.04.02.01
- DANN, G. M. S. (1981): Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research*. 8(2). pp. 187–219.
<https://doi.org/10.1177/004728758202100282>
- DÁVID L. – KOVÁCS T. – TÓTH G. – BUJDOSÓ Z. – PATKÓS CS. (2010): A turizmus hatásai és jelentősége a területfejlesztésben. In: Süli-Zakar I. (szerk.): *A terület- és településfejlesztés alapjai II*. Dialóg Campus Kiadó, Pécs. pp. 447–466.
- DENNEY, A. S. – TEWKSBURY, R. (2013): How to write a literature review. *Journal of Criminal Justice Education*. 24(2). pp. 218–234.
<https://doi.org/10.1080/10511253.2012.730617>
- ERDŐSI F. (1999): Légi közlekedés és területi fejlődés (Air Transportation and Spatial Development). *Tér és Társadalom*. 13(4). pp. 45–76.
- FODNESS, D. – MURRAY, B. (2007): Passengers' expectations of airport service quality. *Journal of Services Marketing*. 21(7). pp. 492–506.
 DOI: 10.1108/08876040710824852
- FÖLDI K. (2012): *A fogyasztói üzletválasztási döntések az élelmiszerorientált kiskereskedelemben*. Doktori értekezés. Pécsi Tudományegyetem.
- G. FEKETE É. (2011): Helyi termékek előállításának és értékesítésének kistérségi koordinációja. *A Falu*. 26(1-2). pp. 47–56.
- GONDA T. (2014): A helyi termék turisztikai hasznosítása – a vidékfejlesztés új lehetősége. *A Falu*. 29(1). pp. 17–23.
- GONDA T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. PTE Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Szekszárd.
- GOOSSENS, C. (2000): Tourism introduction and pleasure motivation. *Annals of Tourism Research*. 27(2). pp. 301–321.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00067-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00067-5)
- GYÁNI G. (2007): „Térbeli fordulat” és várostörténet. *Korunk*. 18(7). pp. 4–14.
- HALPERN, N. – MWESIUMO, D. – SUAUSANCHEZ, P. – BUDD, T. – BRÄTHEN, S. (2020): Ready for digital transformation? The effect of organisational readiness, innovation, airport size and ownership on digital change at airports. *Journal of Air Transport Management*. 90. 101949.
<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2020.101949>
- HAN, H. – YU, J. – KIM, W. (2018): Airport shopping – an emerging non-aviation business: triggers of traveler loyalty. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 35(7). pp. 835–845.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1422454>
- HINEK M. (2017): A push és a pull motivációk szerepe a magyarok szabadidős utazásai során. *Turizmus Bulletin*. 17(1-2). pp. 5–14.
- JANDALA CS. (1997): Az európai utazási szokások alakulása. *Turizmus Bulletin*. 1(2). pp. 10–15.
- JÁSZBERÉNYI M. – PÁLFALVI J. (2009): *Nemzetközi közlekedés és turizmus: Közlekedési ágak, fenntartható mobilitás, turisztikai trendek*. Aula Kiadó, Budapest.
- JÁSZBERÉNYI M. (2013): A közlekedés földrajza. In: Jeney L. – Kulcsár D. – Tózsá I. (szerk.): *Gazdaságföldrajzi tanulmányok közgazdászoknak*. BCE Gazdaságföldrajzi és Jövőkutató Tanszék, Budapest. pp. 215–238.
- JIMENEZ, E. R. – CLARO, J. – PINHO DE SOUSA, J. (2013): The airport business in a competitive environment. *European Journal of Transport and Infrastructure Research*. 13(4). pp. 315–335.
- KINCSES Á. – TÓTH G. – TÖMÖRI M. – MICHALKÓ G. (2016): Az átutazó turizmus magyarországi sajátosságai, különös tekintettel a költségre. *Területi Statisztika*. 56(4). pp. 455–476.
<https://doi.org/10.15196/TS560404>
- KOVÁCS D. (2014): Élmény, élménygazdaság, élménytársadalom és turizmus. *Turizmus Bulletin*. 16(3-4). pp. 40–48.

- KULCSÁR N. (2015): A fogyasztói érték és az élmény kontextusa a turisztikai szakirodalomban. *Vezetéstudomány*, 46(3), pp. 18–25.
- MALHOTRA, N. K. – DASH, S. (2016): *Marketing research: An applied orientation*. Pearson.
- MATHUR, A. – NINAN, D. – WARNICK, R. – SHEEL, A. (2009): *Assessing the Impact of Public Events on Local Economies – The Case of the Great New England Air Show*. University of Massachusetts, Amherst.
- MICHALKÓ G. (2008): *A turisztikai tér társadalomföldrajzi értelmezésének új dimenziói*. Akadémiai nagydoktori thesis, MTA Földrajztudományi Kutatóintézet.
- MICHALKÓ G. (2010): *Boldogító utazás: a turizmus és az életminőség kapcsolatának magyarországi vonatkozásai*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest.
- MING-KEI, C. – YUI YIP, L. (2016): Travelers' perception on airport satisfaction. *Journal of Business & Economic Policy*, 3(2), pp. 55–60.
- MISKOLCZI, M. – JÁSZBERÉNYI, M. – TÓTH, D. (2021): Technology-Enhanced Airport Services – Attractiveness from the Travelers' Perspective. *Sustainability*, 13(2), 705. <https://doi.org/10.3390/su13020705>
- MOLNÁR E. – FEHÉR A. (2013): Tamási leghátrányosabb helyzetű kistérség jelene és kitérés lehetőségei. *Acta Scientiarum Socialium*, 38, pp. 239–254.
- NOVOSZATH P. (2018): A regionális repülőterek szerepe és fejlődése Magyarországon. *Repüléstudományi Közlemények*, 30, pp. 1–42.
- PERNG, S.-W. – CHOW, C.-C. – LIAO, W.-C. (2010): Analysis of shopping preference and satisfaction with airport retailing products. *Journal of Air Transport Management*, 16(5), pp. 279–283. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2010.02.002>
- PRENSKY, M. (2001): Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), pp. 1–6.
- PUCZKÓ L. – RÁTZ T. (1998): *A turizmus hatásai*. Aula – Kodolányi János Főiskola, Budapest.
- RAJAPAKSHA, A. – JAYASURIYA, N. (2020): Smart Airport: A Review on Future of the Airport Operation. *Global Journal of Management and Business Research*, 20(3), pp. 25–34. <https://doi.org/10.34257/GJMBRAVOL20IS3PG25>
- RÁTZ T. (2004): *European tourism*. Kodolányi János Főiskola, Székesfehérvár.
- RÁTZ T. (2011): Kulturális turizmus. In: Michalkó G. (szerk.): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs.
- RIPOLL-ZARRAGA, A. E. – RAYA, J. M. (2020): Tourism indicators and airports' technical efficiency. *Annals of Tourism Research*, 80(C), 102819. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102819>
- SZŐLLŐSI L. – SZÚCSI. – MOLNÁRSZ. – LADÁNYI K. (2014): A helyi kézműves termék-előállítás és -forgalmazás során felmerülő együttműködés lehetőségei egyes kiemelt turisztikai vonzerővel rendelkező erdélyi településeken. *Journal of Central European Green Innovation*, 2(3), pp. 111–134.
- THELLE, M. H. – SONNE, M. L. C. (2018): Airport competition in Europe. *Journal of Air Transport Management*, 67(C), pp. 232–240. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.03.005>
- TÓTH G. – DÁVID L. – VASA L. (2012): A közlekedés szerepe az európai turisztikai áramlásokban. *Területi Statisztika*, 52(2), pp. 160–176.
- TÓTH T. – TÓTH G. (2020): A hazai turizmus néhány feltáratlan területe. *Turizmus Bulletin*, 20. Különszám, pp. 53–63. DOI: 10.14267/TURBULL.2020v20n4.5
- TÖRŐCSIK M. (2009): Generációs Marketing. In: Bugár Gy. – Farkas F. (szerk.): *Elkötelezettség és Sokoldalúság. Tanulmánykötet Barakonyi Károly Tiszteletére*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs, pp. 221–228.
- TÖRŐCSIK M. – CSAPÓ J. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. In: Csapó J. – Gerdesics V. – Törőcsik M. (szerk.): *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia*. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs, pp. 8–22.
- VENTER, D. (2014): Implications of the Goal Theory on air show programs planning. *African Journal of Hospitality Tourism and Leisure*, 3(2), pp. 1–10.
- WATTANACHAROENSIL, W. – SCHUCKERT, M. – GRAHAM, A. (2015): An Airport Experience Framework from a Tourism Perspective. *Transport Reviews*, 36(3), pp. 318–340. DOI: 10.1080/01441647.2015.1077287
- ZÁTORI A. (2014): Élményszemlélet a turizmusban – A turisztikai élményteremtés koncepciói. *Turizmus Bulletin*, 16(2), pp. 54–60.

Internetes források

- ALBANY AIRPORT (2021): *Art and Culture Program*. www.albanyairport.com, Letöltve: 2021. június 10.
- MICHALKÓ G. (2012): *Városimázs és versenyképesség: a turizmusorientált településmarketing néhány aspektusa*. www.unipub.lib.uni-corvinus.hu/1608/1/Turizmus_es_telepulesmarketing_p36_Michalko.pdf, Letöltve: 2020. február 1.
- MUNICH AIRPORT (2021): *Events*. www.munich-airport.de, Letöltve: 2021. június 10.
- MURESAN, F. (2011): Cultural Tourism and Rural Regeneration in Sibiu County, Romania – Case Study: Alțâna – The Tourist Village of Hârtibaciu Valley. *ASTRA*, pp. 339–344. www.wseas.us/e-library/conferences/2011/Drobeta/TED/TED-57.pdf, Letöltve: 2021. április 20.