



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

GYŐR EGYIK LEHETSÉGES ÚJ FEJLŐDÉSI IRÁNYA: A TURIZMUS

One of the Possible Direction for Development in Győr is: Tourism

TÓTHNÉ KARDOS Krisztina

Összefoglalás

Hazánkban a városi turizmus csak az elmúlt évtizedekben indult erőteljes fejlődésnek, de mára a városok kiélezett versenybe szálltak a látogatók kegyeiért. Győr erős gazdaságú, innovatív nagyváros, ahol az iparnak köszönhetően jelenleg az üzleti turizmus a domináns. Győrben az ipar és a turizmus szoros szinergiában állnak, az üzleti turizmus ösztönzi az új attrakciók-, és új turisztikai szuprastruktúra kialakítását, mely újabb lökést ad a helyi gazdaságnak. Győr turisztikai termék kialakítása során cél az üzletemberek mellett a belföldi és külföldi leisure turisták térségbe csábítása, és minél hosszabb ideig történő megtartása vonzerőkön, attrakciókon, programokon keresztül. A dolgozatban leírt várostermék, a „Győrikum” egy egyedi, csak Győrben megtalálható gazdag történelmi régműltra visszatekintő, régi hagyományokat tisztelő, ugyanakkor jövőbeni célokat szem előtt tartó győri érték. A hazai turisztikai palettán a fejlesztések révén és az új várostermék kialakításával Győr az üzleti turisták mellett a leisure látogatók számára is egyre inkább ideális city desztinációvá válik. A cikk írásának célja, hogy Győr, az egykori iparváros, milyen módon erősítheti turisztikai szerepvállalását, és válhat több lábbon álló gazdasági egységgé. A cikkhez primer és szekunder adatforrások kerültek felhasználásra, a kvantitatív módszereken túl kvalitatív jellegű adatgyűjtések eredményei teszik árnyaltabbá a kapott képet.

Kulcsszavak: turizmus, gazdaság, városi turizmus, Győr, „Győrikum”,

JEL code: L83, Q01, Q56, R10, R11

Abstract

Even though urban tourism only started to develop vigorously in the past decades in Hungary by now towns have entered a fierce battle for the visitors' favours. Győr is an innovative city with strong economy where currently business tourism is dominant due to the industry. In Győr industry and tourism is in close synergy, business tourism facilitates the establishment of new attractions and touristic suprastructure which further invigorates local economy. In the course of setting Győr as a touristic product the main objective is to attract both domestic and foreign leisure tourists into the area and make them stay as long as possible through various attractions and programmes. The town product „Győrikum” described in the thesis is a unique value to be found exclusively in Győr with a rich historical background, respecting old traditions, still keeping future goals in mind. Via developments and the establishment of a new town-product, Győr has turned into an ideal city destination in the national touristic scale for leisure visitors besides business tourists. The aim of writing this paper was to highlight how Győr, the former industrial city can strengthen its

touristic role and turn into a multifaceted economic unit. Multifarious primary and secondary data sources were used to compile the paper, beyond quantitative methods, findings of qualitative data

collections make the image even more subtle.

Keywords: tourism, economy, urban tourism, Győr „Győrikum”

Bevezetés

Jelen tanulmányban a témához kapcsolódó szakirodalom rövid bemutatása után, Győrt, az egykori iparvárost olyan szinergiákon keresztül vizsgálom, melyek rámutatnak és segítik a győri turizmus fellendülését és az esetleges kitörési lehetőségeit.

Anyag és módszer

A város, mint turisztikai desztináció

A turizmus fejlesztése a települések gazdasági fejlesztésének egyik kiemelt szegmense. Hazánkban jelentős, eddig még kihasználatlan potenciálok rejlenek az idegenforgalmi szektorban, ugyanakkor az elmúlt években történt fejlesztéseknek köszönhetően hazánk gazdaságában is egyre nagyobb szerepet tölt be az idegenforgalom. A magyarországi belföldi és beutazó turizmus élénkítésére történt kezdeményezések (pl. a SZÉP-kártya) hozzájárulnak a városi turizmus fejlesztéséhez. A Megyei Jogú Városok Szövetségének adatai alapján elmondható, hogy a 23 város adóbevételei között 2014. évben a legnagyobb növekedésszázalék az idegenforgalmi adóbevételekben mutatkozott (18%).

Christaller már 1930-ban a városokat „központi hely”-nek nevezte, mert szűkebb, tágabb környezetének különféle szolgáltatásokat, illetve javakat kínál [Christaller 1933]. Beluszky és Győri azt a földrajzi munkamegosztásban központi szerepkört betöltő települést nevezi városnak, ahol a városi funkciók megfelelő mennyisége és sokfélesége tömörült, ahol a lakosság nem mindennapi igényeit kielégítő tevékenységek és intézmények koncentrálnak [Illés 2008; Beluszky – Győri, 2003]. Nemes Nagy részletesen foglalkozik a differenciált tér elemekkel, tér osztályozásokkal, meglátása szerint a mentális térből minden ember más és mást értelmez, vagyis „ahány ember, annyi tér” [Nemes Nagy 1998].

A városok lakosainak fokozatosan megnövekedett a diszkrécionális jövedeleme és az igénye a szabadidő hasznos és színvonalas eltöltésére. A megnövekedett szabadidős tevékenységekhez kapcsolódó fejlesztések adják a turisztikai infrastruktúra egyik alapját. A városok urbanizált idegenforgalmi helyeknek [Michalkó 1999], az egyik legkomfortosabb és legkényelmesebb desztinációk egyike. A városi turizmus élménye szorosan összefügg a fogyasztói elégedettséggel és a fogyasztói igényeken alapuló szolgáltatások színvonalával [Page 1995]. Hegyi a várost különleges árucikknek nevezi, melynek értékesítése a települések piacán történik. A termék maga a település, a település által kínált szolgáltatások, egyéb turisztikai lehetőségek (komplex szolgáltatáscsomag), a helyi turisztikai értékek összességét jelenti [Hegyi 2007]. A városi turizmus a turizmus egyik formája, emellett a helyiek életébe betekintést engedő, ottani hagyományokra épülő szerves rendszer [Howie, 2003]. A városi turizmushoz kapcsolódó idegenforgalmi létesítmények, attrakciók és elemek fejlesztése mind a látogatók, mind a helyi lakosok számára kedvező, hosszú távon hozzájárul a városi területek újjáélesztéséhez, fejlődéséhez egyaránt [Gârbea, 2013].

A várost, mint turisztikai desztinációt a szakirodalmak alapján a következőképpen definiálom: *a város olyan helyhez kötött, ugyanakkor eladható, rugalmatlan, egyedi, több csoport (lakosok, befektetők, turisták) megszólítására alkalmas turisztikai árucikk, ahol kiemelt szerepet kap a fejlesztések mellett a település marketing. A városokban koncentráltan jelen van minden olyan attrakció és turisztikai szuprastruktúra, ami a városba érkező látogatók igényeinek kielégítésére alkalmas. A városi turizmus jelentős előnye, hogy az utazási döntést az időjárás kevésbé befolyásolja, tehát szezonális jelentősen csökkenthető, vagy ki is küszöbölhető.*

A turizmus rendszerében a látogató térhasználata alapján, és a motivációja (szabadidős és/vagy hivatáshoz kapcsolódó) alapján is beszélhetünk városi turizmusról. A hivatásturizmushoz a konferenciaturizmus, és az üzleti vagy egyéb tudás megszerzéséhez köthető utazás sorolható. A szabadidős turizmus, látogatóturizmus kategóriájába beletartozik, amelynek motivációja elsősorban a város által nyújtott termékelemeket „igénybe vétele” és /vagy a helyi turisztikai látványosságokon és eseményeken, programokon (bevásárló-, egészség-, kulturális-, aktív turizmus) való részvétel. Amennyiben a látogatók utazási célpontja egy város, így térhasználat alapján is városi turizmusról beszélünk.

Általánosan elmondható, hogy a hazai city desztinációk az elmúlt évtizedekben felismerték a városi turizmusban rejlő gazdasági potenciált. Azok a magyar városok versenyképesek a turizmus területén, melyek rendelkeznek a vendégek fogadására alkalmas szuprastruktúrával, egyedi attrakcióval és/vagy programmal (fesztivállal, rendezvénnyel, társulattal, stb.) és képesek a lakosok igényein túl, magas színvonalon a helyi magyar értékeket bemutatni és azt a dinamikus változó turisztikai-, kommunikációs- és marketingtrendekkel lépést tartva kommunikálni.

Győr fejlődési irányai napjainkig

Győr gazdasági fejlődése, az ott fellelhető emberi erőforrások minél jobb kiaknázása szempontjából alapvető jelentőséggel bírt és bír kedvező földrajzi fekvése. A XVII. században Győr gazdaságát már egyértelműen az ipar és a kereskedelem határozta meg. A közlekedési hálózat folyamatos fejlődése mind a kereskedelemre, mind az iparra nagyon kedvező hatású volt. A város eleinte folyami átkelő település volt, majd hídváros, mezőgazdasági város, később kereskedő- és iparvárossá fejlődött [Tóthné 2013].

A folyamatos innovációnak köszönhetően Győr modernizálta gazdasági szerkezetét, a korábbi járműipari központ mára nagymértékben megújult [Rechnitzer 2014]. A múltira épülő tradicionális járműipar ma is stabil gazdaságot biztosít szűkebb értelemben a város, tágabb értelemben a térség, az ország számára [Tóthné 2013]. Győr innovatív képességét bizonyítja, hogy az egykori iparstruktúra átforgatását felismerve időben tudott reagálni és új fejlődési pályára állni, mellyel elindult a megyeszékhely gazdasági fellendülése. Ma az erős járműipari arculat mellett egyre nagyobb szerepet kap az idegenforgalom, a kultúra és a sport is a város életében.

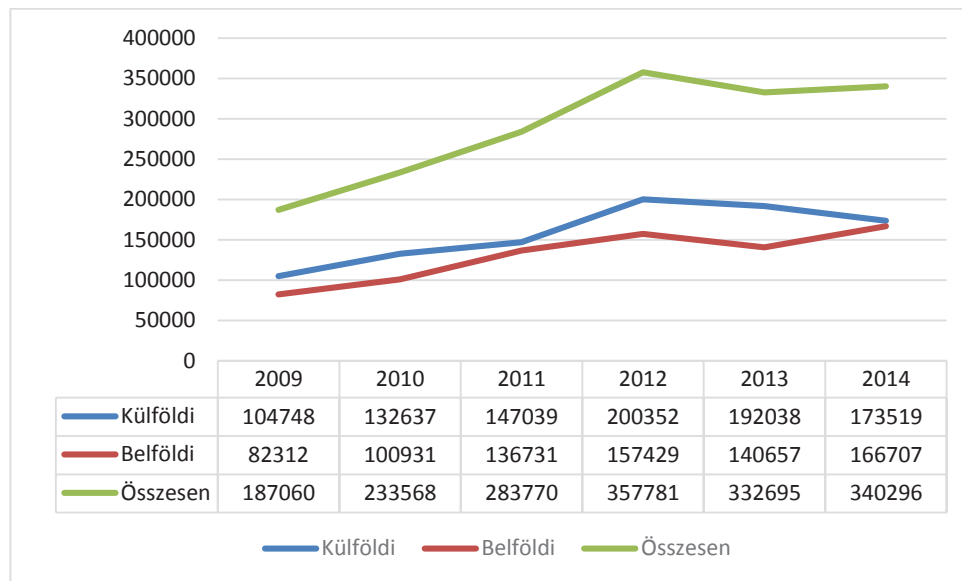
Eredmények

Győr, mint turisztikai célpont

Az elmúlt évtizedben Győr fejlődési pályáján a kedvező gazdasági adottsága mellett elindult a gazdaság diverzifikálódása. A folyamatos fejlesztések (infrastrukturális, turizmus intézményi, attrakció, programok, stb.) révén, Győr nem csak üzleti, hanem turisztikai szempontból is egyre inkább potenciális utazási célponttá vált a hazai városi turisztikai palettáján. A tudatos

turizmusfejlesztés eszközeként megépült a Látogatóközpont [Tóthné 2014], számos attrakcióval (Mobilis, Fülel Bástya, Xantus János Állatkert, stb.) bővült a város. A turizmusért felelős önkormányzati intézményrendszer átalakult, a győri városmárka és várostermék építés továbbra is az önkormányzat, 2014-től a Városmarketing és Programszervezési Főosztályának feladata. Célja, hogy a győri vonzerők, programok, fesztiválok híre eljusson minden potenciális város látogatóhoz. Az önkormányzat munkáját segíti a Látogatóközpont/Tourinform iroda, mely egy fontos visszacsatolási pont a mind a győriek, mind a turisták részéről [Tóthné 2015/a].

Győr a magyar turisztikai palettán elfoglalt helyére a vendégéjszaka szám, az idegenforgalmi adó (IFA) és a különböző (KSH, önkormányzati adatok) statisztikai adatai az iránymutatóak.



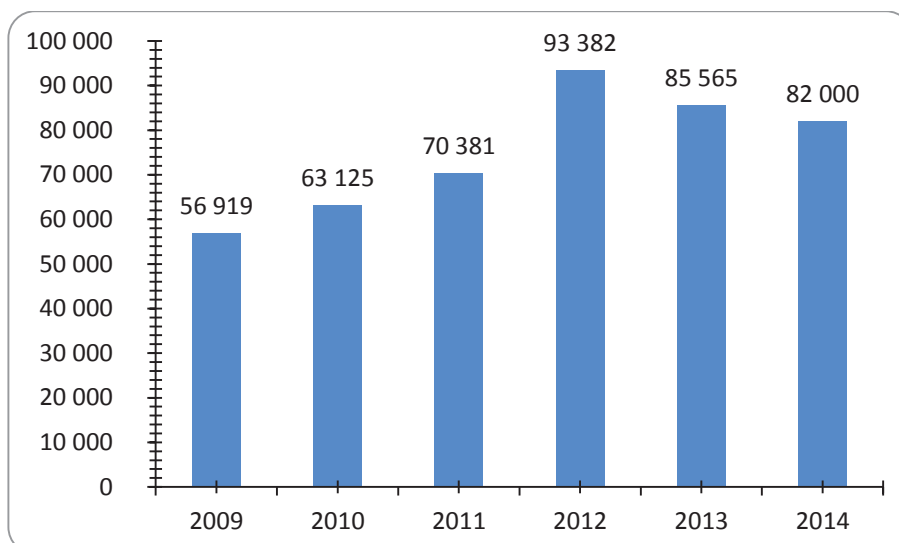
Forrás: saját szerkesztés KSH adatai alapján

1. ábra. Kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma (db), 2009-2014

Győrben 2009-2012-ig dinamikusan növekedett az összes vendégéjszaka-szám. A vendégéjszakák számának emelkedése (25, 21, 26%-os növekedés évről évre) mellett, kiemelendő, hogy a vendégek átlagos tartózkodási ideje is lineárisan emelkedik (2-2,2 nap). Audi motorgyár 2013-as bővítésének befejezése után csökkent az üzleti utasok száma (7,2%), mely magyarázatot ad a 2013-as vendégforgalom csökkenésére [Tóthné 2015/b]. A 2013-as kisebb visszaesés után 2014-ben növekvő mértékűek a vendégéjszaka-számok.

A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák változásának trendjét követi a befolyt idegenforgalmi adóbevételek változása (2. ábra). Az IFÁ-ban 2009 - 2012 között lineáris növekedés figyelhető meg, mely az Audi motorgyár fejlesztésével szorosan összefügg. 2012-től enyhe fokú visszaesés látható, mely a gyár bővítési folyamatainak befejezésével, az üzleti turisták elmaradásával magyarázható. A kapott eredmények alapján is elmondható, hogy Győr turizmusát a jellemzően hétvégi, szezonális un. leisure / szabadidős turizmus mellett, - leginkább a város iparához kapcsolódó autóiipari cégek- az üzleti turizmus határozza meg [Tóthné 2015/a]. A visszajelzések alapján a szállodák hétköznapi magasabb, hétfévente enyhébb forgalmat realizálnak. Az üzleti turisták szabadidős és egyéb (szállás, gasztronómia, szórakozás, stb.) igényei inspirálták a fejlesztéseket (ETO PARK Hotel és Stadium ****, étterem modernizálása, számos borbár, sportlétesítmény, programok, német nyelvű programajánló hetente, stb.), melyek pozitívan hatnak a város turizmusára. Elmondható, hogy

Győr erős ipari hagyományokra épülő múltja ma is hozzásegíti a várost, hogy a jövőben kulturális és turisztikai célponttá váljon.



Forrás: saját szerkesztés, GYMJV Adóügyi Osztály adatai alapján
2. ábra. Befolyt idegenforgalmi adó Győrben (E Ft), 2009-2014

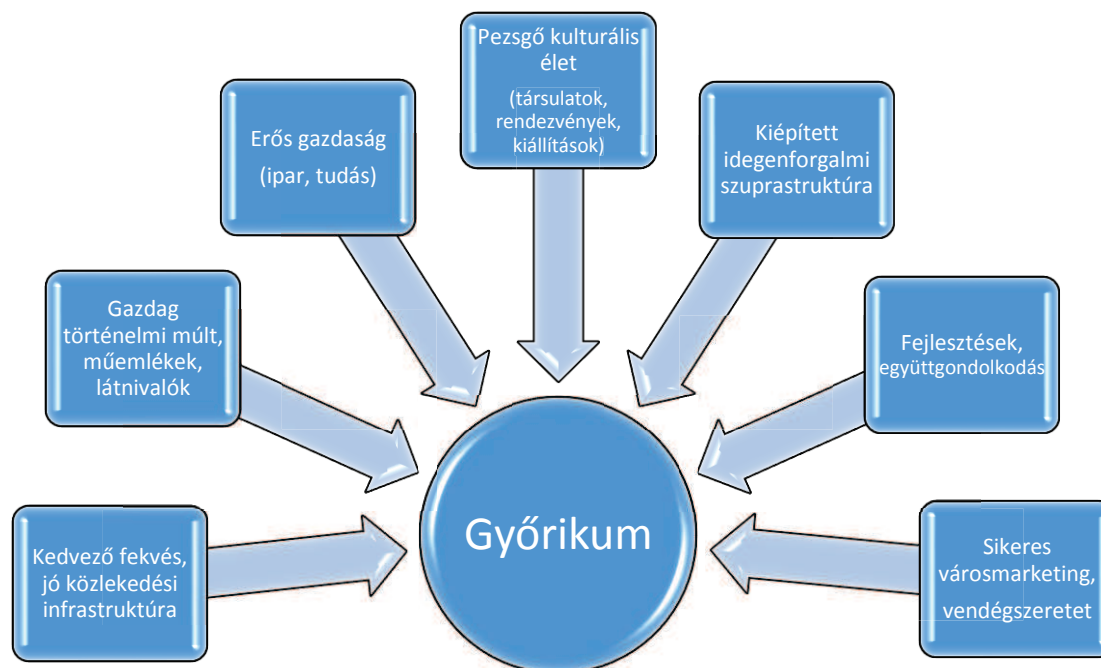
2014-ben az önkormányzat összes adóbevételében az idegenforgalmi adó 0,4%-ot képviselt, mely összességében 82 millió forint [Győr Plusz Online 2015].

Győr turisztikai fejlődési pályája

Győrben az ipar, mára a járműipar megalapozza hosszútávon a dinamikusan fejlődő gazdaságot és városképet, erős járműipara jó hívó szó a hivatásturizmus számára. Ugyanakkor az ipar mellett számos egyéb elem is megjelenik, melynek része mára a turizmus, mint új gazdasági szektor. A 2017-ben megrendezésre kerülő Európai Ifjúsági Olimpiai Fesztivál (EYOF), nemzetközi súlyának köszönhetően kisebb-nagyobb mértékben átértékeli a város turizmusának megítélését. Győr turizmusának eddigi fejlesztései, és jövőbeni új fejlesztési iránya, a „sportos város” célkitűzései lehetővé teszik, hogy az erős járműipar mellett a város turisztikai szerepvállalása erősödjön és kialakuljon egy városra jellemző termék. Jövőbeni cél, hogy a jelenlegi fejlesztések révén egy Győrre jellemző, egyedi kép kialakítása.

A „Györikum” egy olyan unikális várostermék, mely révén kialakul egy vonzó városi turisztikai célpontkép Győrről. A „Györikum” kialakítása egy szisztematikus munkával megvalósuló, kutatáson-, és szakmai tapasztalaton alapuló várostermék. „Györikum” alapja egy részletes, városra és környékére kiterjedő SWOT analízis [Tóthné 2015/b] volt. Az analízis nem csak Győr város, hanem környékének gyengeségeit, erősségeit, lehetőségeit és veszélyeit vizsgálta.

A Györikum pillérének egyik eleme a jó *közlekedési infrastruktúra*. Győr kedvező helyen (Bécs- Budapest-Pozsony) fekvő tranzit város, egy kapu Európában, mely óriási lehetőség, hogy ne csak keresztülvezesse a hazánkba érkezőket, hanem sokszínű kínálatával marasztalja és megállítsa a városon áthaladókat [Tóthné 2015/a] (3. ábra). A másik eleme a gazdag *történelmi múltja* (Szent László herma, bazilika, barokk belvárosa, de emellett a fejlett infrastruktúra, a kedvező éghajlat, a gazdag kulturális programok és a magas színvonalon teljesítő társulatok összessége), harmadik pillére az ismert *ipara* (Audi, Rába- a járműgyártáshoz kapcsolódó cégek) és tudás központja (Széchenyi István Egyetem).



Forrás: saját szerkesztés

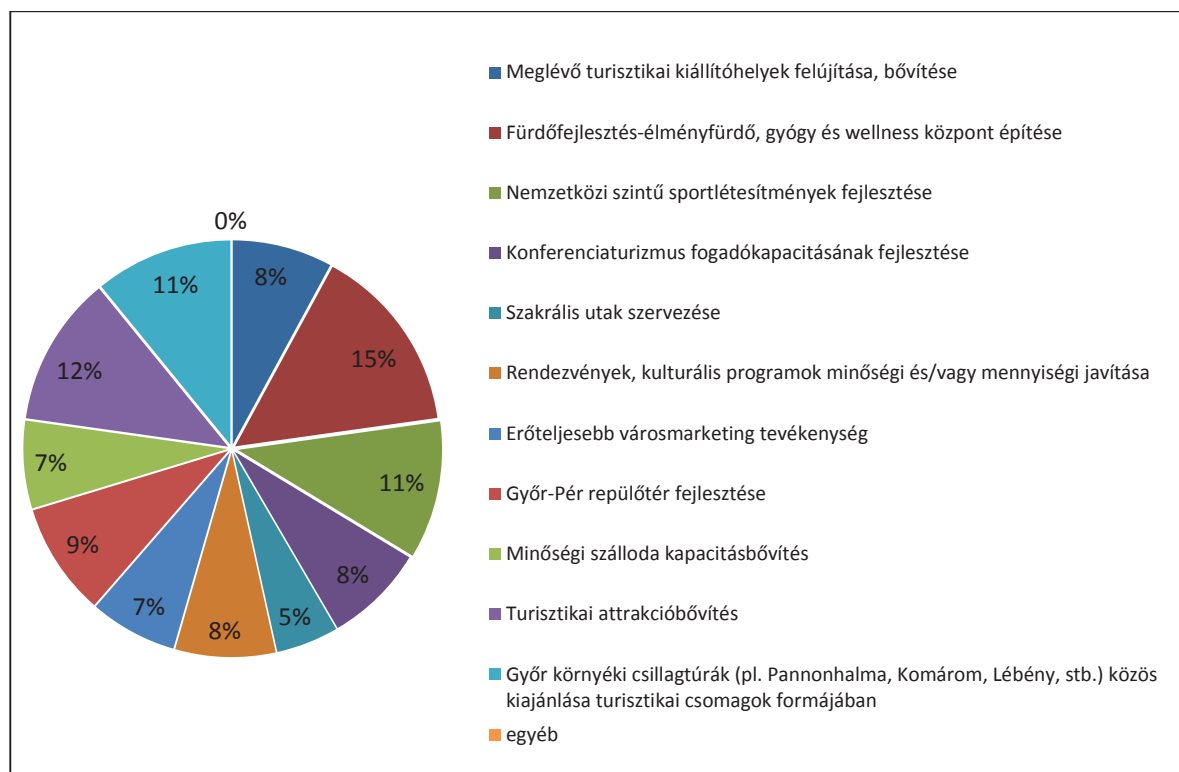
3. ábra. A „Győrikum” fundamentális elemei

A jelenlegi *fejlesztések* jövőre vonatkozóan adnak irányokat a turizmusban. A városban történő nagy horderejű fejlesztések – 2017. EYOF - erős fundamentumot biztosítanak a sportturizmus számára. A fesztivál csak 4 napos, de sikeres lebonyolítása óriási lendületet ad a város ismertségének, és turizmusának. A sportlétesítmények hasznosításával új lehetőségekhez jut (edzőtáborozás, versenyek, stb.) Győr. A 2017-re kialakuló sportipar elemeit tovább érdemes bővíteni az egészségturizmus, orvosi turizmus, és egyéb sport gazdasághoz jól illeszkedő elemekkel is, hiszen a sportgazdaság és az idegenforgalom számos ponton érintkezést, átfedést mutat. A szinergiák (létesítmény használat, programok, marketing, imázs, stb.) jól kiegészítik és kölcsönösen erősítik egymást.

A hazai turisztikai palettán egyre nagyobb a turisták kegyeiért folytatott verseny a city desztinációk között, Győr számára a „Győrikum” tudatos alakítása és átgondolása egyre nagyobb fontossággal bír (3. ábra).

Az új várostermék kialakításának célja, hogy a város a hazai turisztikai palettán keresettebb termékké váljon, melyhez szükség további célzott marketing munkára és további létesítmény-, attrakciófejlesztésre. A témában 2014-ben kutatást végeztem, kérdőívemben kíváncsi voltam, hogy a ténylegesen, évek óta a szakmában dolgozók milyen fejlesztési irányokat jelölnek meg [Tóthné 2015/b]. A 2014. március és június között történt megkérdezés során kérdőívemet 63 turisztikai szereplő (43% férfi és 57% nő) töltötte ki. Elmondható, hogy a válaszadó idegenforgalmi felsővezetők (szállodavezetők, idegenvezetők, kulturális intézményvezetők, étterem vezetők, utazási irodavezetők, stb.) az eddigi turisztikai szuprastruktúra (turisztikai kiállítóhelyek, fürdőfejlesztés, minőségi -5*- szállodakapacitás bővítése) felújításán és bővítésén kívül, a vallási-, az egészség-, a konferencia- és a sportturizmus fejlesztésében látja a kitörési pontokat (4. ábra). A válaszokból kiderül, hogy a kislétföldi megyeszékhely jövőbeni turizmus fejlesztésének legfőbb prioritása a fürdő fejlesztése (válaszadók 15%-a jelölte), illetve a gyógy- és wellness központ építése. A városban működik gyógyvizes fürdő, de annak további fejlesztése és bővítése időszerűvé vált. A győri idegenforgalmi kínálati palettáról hiányzik egy

magas színvonalú szolgáltatást nyújtó wellness és gyógyszálloda, melyre továbbra is erős a fizetőképes kereslet.



Forrás: saját kutatás (szakmai megkérdezés, 2014, N=63)

4.ábra. Ön szerint mi Győr jövőbeni turizmusfejlesztésének a kulcsa?

Második helyen szerepel (12%-al) az eddigi turisztikai attrakciók bővítése, vagyis az eddigi fejlesztések mellett szükség van további attrakcióbővítésre, mely az városban eltöltött átlagos tartózkodási időt is hosszabbítja. A szakmabeliek 11%-a jelölte meg a „Győr környéki csillagtúrák (pl. Pannonhalma, Komárom, Lébény, stb.) közös kiajánlása turisztikai csomagok formájában” választ. A városban több utazási iroda működik, de jobbára csak kiutaztatással foglalkoznak. Az utazási irodákkal történő együttműködés és összefogás a közös győri és Győr környéki programok kiajánlására további sikereket hozhat a város idegenforgalmában. A válaszadók 11%-a jelölte meg a nemzetközi sportlétesítmények fejlesztését. Az idegenforgalomban dolgozók véleménye szerint is a város és régió turizmusa számára legnagyobb kitörési pontja a 2017-es EYOF megrendezésével kapcsolatos sportinfrastruktúra fejlesztések lehetnek, hiszen a sportinfrastruktúrák alkalmasak lesznek nagy nemzetközi versenyek, edzőtáborok (hazai, külföldi), versenyek lebonyolítására. A komplexum megteremti a város jövőbeni turisztikai fejlesztési irányát, mely a „sportipar”. Az általam turisztikai vonzerőfejlesztésnek jelölt vallási- és zarándokturizmus fejlesztést, és szervezést a válaszadók 5%-a javasolja. A győri szakemberek válaszaik alátámasztják, hogy széles spektrumú fejlesztésre (infrastruktúra, repülőtér, attrakció, rendezvények, kulturális programok) van szükség. Addig is a szakma az erőteljesebb városmarketing tevékenységet (7%) tartja fontosnak annak érdekében, hogy a városban meglévő értékek, attrakciók és programok eljussanak minden potenciális látogatóhoz.

Következtetések

Győr jelenleg nem tartozik a hazai kiemelt turisztikai desztinációk közé, ugyanakkor a város felismerte a turizmusban rejlő további lehetőségeket és keresi a fejlesztési irányokat. Győr történelmi múltja, barokk belvárosa, számos attrakciója, kulturális társulatai és a városban megrendezésre kerülő rendezvények összességében alkalmasak arra, hogy felkeltsék a látogatók érdeklődését. A győri idegenforgalomban érdekelt szakma képviselői szerint Győr, mint city desztináció, sikeresebbé válik egy erőteljesebb marketing kommunikáció és fejlesztések által. Ahhoz, hogy a városba több turista érkezzen és növekedjen az átlagos tartózkodási idő egy új várostermék kialakítására szükség van. Az új városterméket „Győrikumnak” neveztem el, mely egy egyedi, csak Győrben megtalálható gazdag történelmi régmúlta visszatekintő, régi hagyományokat tisztelő, ugyanakkor jövőbeni célokat szem előtt tartó győri érték. A kínálati alapja a meglévő kedvező adottságok, a műemlékek, egyéb épített és természeti környezet mellett a pezsgő gazdasági és kulturális élet, a vendégszeretet és a jövőbeni fejlesztések. Az elmúlt pár évben elkezdődött paradigmaváltás, a turizmus gazdasági hatásának felértékelődése fontos mérföldköve Győr jövőbeni gazdasági szerkezetének.

Forrásjegyzék

- BELUSZKY P.-GYŐRI R. [2003]: A város a láz, a nyugtalanság, a munka és a fejlődés. In Magyarország városhálózata a 20. század elején. Korall, 11-12., pp. 199-238.
- CHRISTALLER W. [1933]: Die Zentralen Orten in Süddeutschland. Jena
- GÁRBEA R. V. [2013]: Urban Tourism Between Content and Aspiration for Urban Development, Management&Marketing, volume XI, issue 1/2013., pp. 193-201.
- Győr Megyei Jogú Város Önkormányzatának Gazdasági programja, 2011-2014. 2011.
- Győr Plusz Online, 2015. 01. 10. letöltve: 2015. 10. 07.
http://gyorplusz.hu/cikk/adobeveteli_rekord_az_onkormanyzatnal.html
- HEGYI F. B. [2008]: Marketingorientált településfejlesztés, In. Település és fejlesztés, A közszolgáltatások hatékonyságának növelése a településfejlesztésben, KSZK ROP 3.11. Programigazgatóság Budapest. pp.129-138.
- HOWIE F. [2003]: Managing Tourist Destination, EMEA: Thomson Learning. London
- ILLÉS I. [2008]: Regionális gazdaságtan-Területfejlesztés, Typotex, Bp, pp. 138-145.
- MICHALKÓ G. [1999]: A városi turizmus: MTA FKI, Budapest. pp. 168.
- NEMES NAGY J. [1998a]: Az ország térszerkezete, területi folyamatok. In: Területfejlesztés Magyarországon. Környezetvédelmi és Területfejlesztési Minisztérium, Budapest, 1998. pp.15-26.
- PAGE, S. J. [1995]: Urban Tourism. London Routledge. pp. 66-96, 269.
- RECHNITZER J. [2014]: A győri járműipari körzetről szóló kutatási program. Tér és Társadalom XXVIII. évf. 2014. Külön szám pp. 3-10.
- TÓTHNÉ KARDOS K. [2013]: Turizmus Győrben. Múlt-jelen-jövő. XVII. Apáczai-napok Tudományos Konferencia 2013. In. pp. 63-71.
- TÓTHNÉ KARDOS K. [2014]: A Látogatóközpont / Tourinform Győr szerepe a város idegenforgalmában. In: „Nemzetek Turizmusa” VI. Nemzetközi Turizmus Konferencia 2014. Tanulmányok pp. 259-378.
- TÓTHNÉ KARDOS K. [2015/a]: Győr turizmusa számokban. In: „Nemzetek Turizmusa” VII. Nemzetközi Turizmus Konferencia 2015. Tanulmányok pp. 326-341.
- TÓTHNÉ KARDOS K. [2015/b]: Győr helye a magyar turisztikai palettán. Sugoszemle 2.(1): pp. 60-72.

Szerző:

TÓTHNÉ KARDOS Krisztina, Doktorjelölt
Széchenyi István Egyetem
Regionális- és Gazdaságtudományi Doktori Iskola
tthkardoskrisztina@yahoo.com

