

Szegedi Tudományegyetem
Természettudományi és Informatikai Kar
Földtudományok Doktori Iskola
Gazdaság- és Társadalomföldrajz Tanszék

AZ ALFÖLD VIDÉKTURIZMUSÁNAK FÖLDRAJZI JELLEMZŐI

Doktori (Ph.D.) értekezés tézisei

Gulyás Péter

Témavezető:

Dr. Csatári Bálint
egyetemi docens

Szeged
2016.

I. Bevezetés

A turizmus mára a világ egyik vezető és legdinamikusabban fejlődő ágazatává vált. Multiszektorális kapcsolódásai révén a földrajzi környezet valamennyi elemével kölcsönkapcsolatban áll. A tömeges elterjedése a geográfusokon kívül számos más tudományág (közgazdaságtan, szociológia, történelem, jog, pszichológia, stb.) művelőinek érdeklődését is felkeltette. Noha jellegénél fogva inkább városias jelenség, az utóbbi évtizedekben egyre nagyobb jelentőségre tett szert az átalakuló vidéki térségekben is. Napjainkra a posztmodern fejlődési szakaszba jutott vidéki területeken már nem csak az élelmiszer-alapanyag termelés jellemző, hanem sokkal inkább az új vidéki funkciók aránynövekedése, a lakó-, a tájmegőrző és a turisztikai funkciók megerősödése. Számos fejlett országban a „vidékgazdaság” meghatározó ágazatává és a vidékfejlesztés egyik kulcstényezőjévé vált a helyi, belső erőforrások fenntartható hasznosítására épülő turizmus. Hazánkban az 1990-es években bekövetkező gazdasági visszaesés az Alföldet fokozottan sújtotta, s a problémákra máig nem sikerült hathatós válaszokat adni. Sok település és kistáj ebben a régióban is a turizmusban látta a válságból való kilábalás viszonylag gyors lehetőségét. Noha az Alföld turizmusa mennyiségi és minőségi tekintetben is jelentős fejlődésen ment keresztül az utóbbi bő két évtizedben, számos megoldásra váró problémával küzd, melyeket csak alapos kutatásokra épülő tervezéssel és fejlesztéssel lehetne megoldani. E téma relevanciájához képest viszonylag kevés földrajzi szempontú tudományos kutatás látott napvilágot az elmúlt évtizedekben az Alföld turizmusáról. Ezek közül a legjelentősebbek és legátfogóbbak az Alföld kutatási programok részeként, Csordás László vezetésével készültek még az 1990-es években. Szintén fontos mérföldkövet jelentettek Hanusz Árpád falusi turizmusra, Szabolcs-Szatmár-Bereg megye turizmusára és a Turisztikai Desztináció Menedzsment Szervezetek működésére vonatkozó kutatásai.

Ezért úgy vélem indokolt lehet az Alföld turizmusának új, módszeres és átfogó vidék-, illetve turizmusföldrajzi elemzése, a vonzerők és a vendégforgalom különböző szempontú kapcsolatrendszerének feltárása, a turizmus adta lehetőségek különböző geográfiai és vidékgazdasági vizsgálata. Témaválasztásomnak személyes oka, hogy sokakhoz, költőkhöz, kutatókhoz hasonlóan jómagam is erőteljes érzelmi szálakkal kötődöm e tájhoz, s több mint egy évtizednyi turizmusban szerzett gyakorlati tapasztalataimat e módon is hasznosítani szerettem volna a régió érdeklődő közönsége számára.

II. Az értekezés koncepcionális alapjai

Az értekezés felépítése, a vizsgálatok időintervalluma

Doktori dolgozatomban arra törekszem, hogy a választott témát európai szakirodalmi kitékintéssel, az általánostól az egyedi felé haladva mutassam be. Ennek jegyében munkám során elsőként a vidék fogalmának nemzetközi és hazai értelmezéseit és a legújabb hazai vidékkutatási eredményeket mutatom be. Ezt követően feltárom a vidékföldrajz és turizmusföldrajz kapcsolatrendszerének főbb jellemzőit, valamint a vidéki területek turizmusával kapcsolatos különböző európai és hazai fogalmi megközelítéseket. Az elméleti megfontolások végén felvázolom a vidékturizmus általam használt és követett koncepcióját. A nemzetközi és hazai szakirodalom alapján értelmezem az ún. belső-, és a turisztikai erőforrásokat a vidéki területek, illetve a vidékgazdaság szempontjából. Ezután az Alföld turisztikai kínálatát és annak speciális, e régióra jellemző geográfiai elemeit mutatom be, majd szekunder kutatásaim keretében a meglévő turisztikai adatbázisokra alapozva elemzem a térség turizmusának főbb adatait, időbeli és térbeli folyamatait. Primer kutatásaim során vizsgáltam az alföldi turisztikai szakmai szereplők véleményét és hozzáállását a témához célzott, on-line kérdőíves felméréssel, valamint interneten történő megjelenésük, turisztikai kínálatuk főbb földrajzi sajátosságait.

Vizsgálataim időintervalluma a vidék fogalmával és jellemzőivel kapcsolatban, a vidékgazdaságot érintően, majd az Alföldre jellemző turisztikai folyamatok vonatkozásában általában a II. világháborútól napjainkig terjedő időszakot öleli fel. Az Alföld jelenlegi turizmusföldrajzának elemzését ennél rövidebb időtávra, az elmúlt 15 évre vonatkozóan készítettem el.

A vizsgált terület lehatárolása, az értekezés célkitűzései, főbb kérdések

Értekezésemben konkrét elemzéseimet a hat alföldi megyére (Bács-Kiskun, Békés, Csongrád, Jász-Nagykun-Szolnok, Hajdú-Bihar és Szabolcs- Szatmár-Bereg megye), és további 11 alföldi egységre (Pest megyéből: ceglédi, dabasi, monori, nagykáta, nagykőrösi, ráckevei járás; Heves megyéből: füzesabonyi és hevesi járás; Borsod-Abaúj-Zemplén megyéből: mezőcsáti, mezőkövesdi és tiszaujvárosi járás), összesen 70 járásra vonatkozóan végzem el. Alapnak tehát a közigazgatási határokkal leírható természeti földrajzi síkságot tekintetem, ami ebben a régióban a vidékies turisztikai kínálat alapját képezi.

Munkám során fő célkitűzésem volt, hogy elsősorban a tradicionális földrajzi szempontokat megújítva, európai kitekintéssel megvizsgáljam a vidéki tér, a vidékgazdaság és a turizmus kapcsolatrendszerét az Alföldön. Fel kívántam tární a régió turizmusának térfolyamatait és annak változásait az elmúlt 15 évre vonatkozóan. Célom volt továbbá, hogy részletes képet rajzoljak az alföldi turizmus helyzetéről, a táj vidékiségevel összefüggésben, annak speciális vonásairól és problémáiról. Kiemelt jelentőséget tulajdonítok és nagy hangsúlyt fektetek elemzéseim során az alföldi tájakra, azokra a „vidékek”-re, ahol a mérhető és jelentősnek tekinthető turisztikai folyamatok zajlanak. Munkám végén kísérletet teszek néhány javaslat megfogalmazására, amelyek a gyakorlatban is alkalmazhatók lehetnének az Alföld turizmusának jövőbeli fejlődését segítő.

Kutatásaim során az alábbi kérdésekre kerestem a választ:

- Hogyan változott meg a turizmus szerepe a fejlett európai vidéki térségek gazdaságában a II. világháborút követően?
- Adaptálhatók-e az ott érvényes megközelítések és modellek a vidéki területek turizmusát illetően az Alföldre? Felvázolható-e egy alföldi vidékturisztikai modell?
- Melyek a turizmus fontosabb egyedi és vidékies kínálati elemei az Alföldön? Hogyan alakult az Alföld turizmusa az elmúlt 15 évben? Melyek a fő turisztikai magterületek?
- Melyek az Alföld főbb helyi és belső erőforrásai? Megvannak-e azok a társadalmi és humán erőforrások, amelyek e régióban a turizmus jövőbeli fejlődési lehetőségei szempontjából elengedhetetlenül szükségesek?
- Melyek a főbb jellemzői az alföldi turisztikai szektor internetes megjelenéseinek? Felfedezhetők-e benne, ha igen miként a vidékturizmus sajátos jegyei, speciális alföldi szolgáltatások és a vidékiség?

III. Módszerek

Doktori értekezésem elkészítése során primer és szekunder kutatást egyaránt végeztem.

Primer kutatásaim keretében nem valószínűségi mintavételi eljárással, on-line kérdőíves felmérést végeztem az alföldi turizmust működtető szakmai szereplők (falusi szállásadók, egyéb szállásadók, kereskedelmi szálláshelyek, turisztikai szolgáltatók, turisztikai szervezetek és LEADER Helyi Akciócsoportok) körében. Az e célcsoportokra specializált kérdőíveket Google űrlapokként készítettem el és küldtem szét a fentiekben felsorolt, közel 2500 szakmai szereplő e-mail címére. A beérkező válaszokat a Google alkalmazás táblázatos formában rögzítette. A Microsoft Excel formátumban kiexportált válaszokat SPSS szoftverrel rendeztem és értékeltem ki.

Kutatásaim során a tartalomelemzés módszerét alkalmazva az alföldi turisztikai szektort működtető szakmai szereplők honlapjainak elemzését végeztem el. Összesen 294 alföldi turisztikai szolgáltató (szálláshelyek, fürdők, lovas tanyák, vendéglátóhelyek, programszervezők) honlapját tekintetem át, továbbá a vizsgált 70 járás térségi szintű interneten történő megjelenését elemeztem a kínált szolgáltatások egyedisége, vidékisége, „alföldisége” mentén; a szakmai szereplőkkel való együttműködésüket értékelve, továbbá a külső megjelenésük, komplexitásuk, rendezettségük, valamint földrajzi tartalmuk tekintetében. A honlapokat ezen szempontok szerint 10-es skálán pontoztam, majd objektumonként és szolgáltatói típusonként összesítettem a kapott értékeket. Értékelésüket Microsoft Excel és SPSS Statistics 22 szoftverekkel végeztem.

Szekunder kutatásaim egyrészt a témám szempontjából releváns hazai és nemzetközi szakirodalmak feldolgozására terjedtek ki, melynek során a forrásértékelés és az összehasonlító elemzés módszerét alkalmaztam. Ezen túlmenően a hivatalos statisztikai adatközlésekben elérhető területi és települési adatbázisokat matematika-statisztikai módszerekkel (viszonszám- és korreláció számítás, keresztábra elemzések), Microsoft Excel 2007 és a SPSS Statistics 22 szoftverek felhasználásával elemeztem.

Az elemi és számított adatok szemléletesebb bemutatására térinformatikai módszerekkel, az ArcGIS/ArcMAP 10.2 szoftver segítségével tematikus térképeket készítettem. Az kategóriahatárok beállításait és az osztályozásokat a „Natural Breaks (Jenks) féle természetes törés, továbbá kvantilisek szerinti beosztás alapján, illetve az osztályközök manuális beállításával végeztem.

Az adatok területi szintenként történő leválogatásukhoz az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TeIR) „Interaktív elemző” alkalmazását használtam. A Központi Statisztikai Hivatal által gyűjtött turisztikai adatokkal kapcsolatban több korlátozó tényezővel és problémával szembesültem. Egyrészt a KSH nem közöl kereskedelmi és egyéb szálláshelyre vonatkozó vendégforgalmi adatot, ha az adott területi szinten háromnál kevesebb szálláshely működik. Ez leggyakrabban települési szintű adatok esetén jelentett problémát, de a „Nem üzleti célú egyéb szálláshelyek” járási adatainál is megjelent. Témám kifejtése során gátló tényező volt, hogy a KSH nem végez adatgyűjtést a vidékturizmussal kapcsolatban, így annak teljesítménye csak közelítőleg, a meglévő adatokból számítva határozható meg.

Munkám során többször bebizonyosodott, hogy a KSH hivatalosnak tekintett adatai nem mutatnak egyezőséget, sőt bizonyos esetekben éles ellentmondásban állnak más adatbázisokkal, közte a szakmai szervezetek nyilvántartásaival. Ennek legekleatásabb példája, hogy a KSH 2014-es adatai szerint egyes járásokban nem regisztráltak falusi szálláshelyet és vendégéjszakát, viszont a Falusi Turizmus Országos Szövetsége adatai szerint volt az adott térségben napraforgós „Nemzeti Tanúsító Védjeggyel” rendelkező szálláshely.

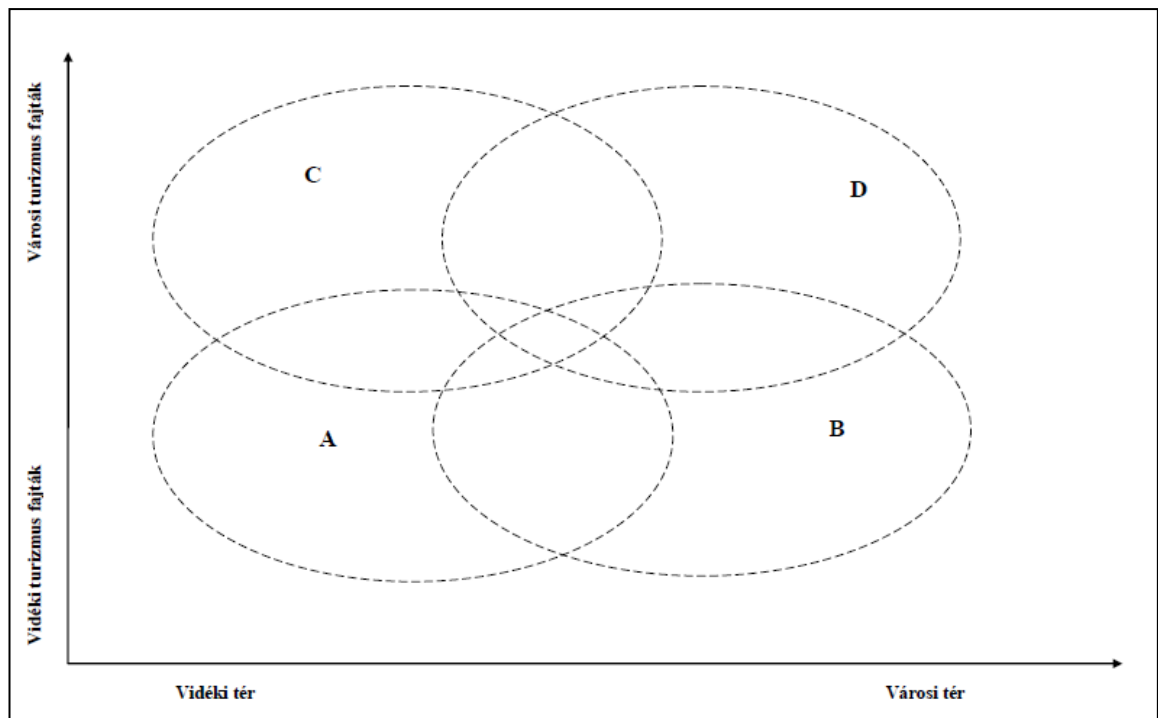
Értekezésem mellékletei között helyeztem el az Alföld turizmusának legfőbb jellemzőit bemutató fotóadatbázist: a jellegzetes és kevésbé ismert turisztikai látnivalókról, valamint a turisztikai szolgáltatókról. A fényképek jó részét magam készítettem, a többi felvételt pedig a Magyar Turizmus ZRt.-től, valamint az alföldi Tourinform Irodák hálózatától, illetve a szakmai szereplők honlapjairól gyűjtöttem össze.

IV. Kutatási eredmények

Az értekezés eredményei az alábbiakban foglalhatók össze:

- A nemzetközi kutatási eredményeket is felhasználó hazai térségtipizálások alapján az Alföld tipikus magyar vidékies régió. A megyeszékhelyeket magukban foglaló és néhány speciális adottságú járástól eltekintve szinte teljes területe vidékiesnek tekinthető, így alkalmas a vidékturizmus szempontjai alapján különböző társadalomföldrajzi vizsgálatok elvégzésére.
- A fejlett európai vidéki térségekben mára a vidékgazdaság integráns részévé vált a turizmus, sőt bizonyos régiókban a turisztikai ágazat ma már a gazdaság legfőbb pillére. Hazánkban ez a folyamat még a kezdeténél tart, ha késéssel is, de elkezdődött.
- A regionális fejlődési elméletek ún. vegyes (endogén/exogén) modelljét tekintve a vidéki régiókban fejlődést a globális erők és a helyi folyamatok szoros kölcsönkapcsolata alakítja.
- Az utóbbi évtizedekben szinte mindenhol felértékelődtek a belső erőforrások, különösképpen a helyi tudás, a hagyományok és a lokális kultúra.
- A rurális turizmust Bernard Lane komplex, sokrétű tevékenységként értelmezte.
- Elmélete szerint a vidéki területek turizmusa nem tisztán vidékies elemekből áll, benne erősen keverednek a vidékies és a városias elemek, sőt jelen van a két fő típus közötti átmenetet képező „köztes” kategória is.
- Az Alföld turizmusában Lane modellje jól alkalmazható volt, az általa felvázolt keveredés itt is jellemző. A városias, a köztes és a vidékies turizmusfajták egy-egy térségben együttesen, de eltérő intenzitással és arányban vannak jelen, s együtt alkotják az adott térség vagy esetünkben járás turisztikai kínálatát.
- A „vidékturizmus” a falusi és vidéki turizmusnál jóval bővebb és tágabb fogalom, értelmezése során meghatározó a földrajzi tér, amelyben a turizmusfajták elérhetők.
- A vidéki tér, az Alföld jellegzetes vidékisége erősen meghatározza a régió turisztikai kínálatának legjellemzőbb vonásait.
- Az alföldi falusi-városi térségek és a különböző turizmusfajták lehetséges kombinációi négy nagyobb csoportba, típusba sorolhatók: 1. vidéki térben – vidékies turizmusfajták (A), 2. városi térben – vidékies turizmusfajták (B), 3. vidéki térben – városias turizmusfajták (C), 4. városi térben - városias turizmusfajták (D).

- Az alföldi „vidékturizmus” tágan vett értelmezésébe tehát a 4. típust kivéve valamennyi fentebb felsorolt kategória beletartozhat, s együttesen képezi az Alföld anagy régió rendkívül változatos, összetett turizmusának lényegét.



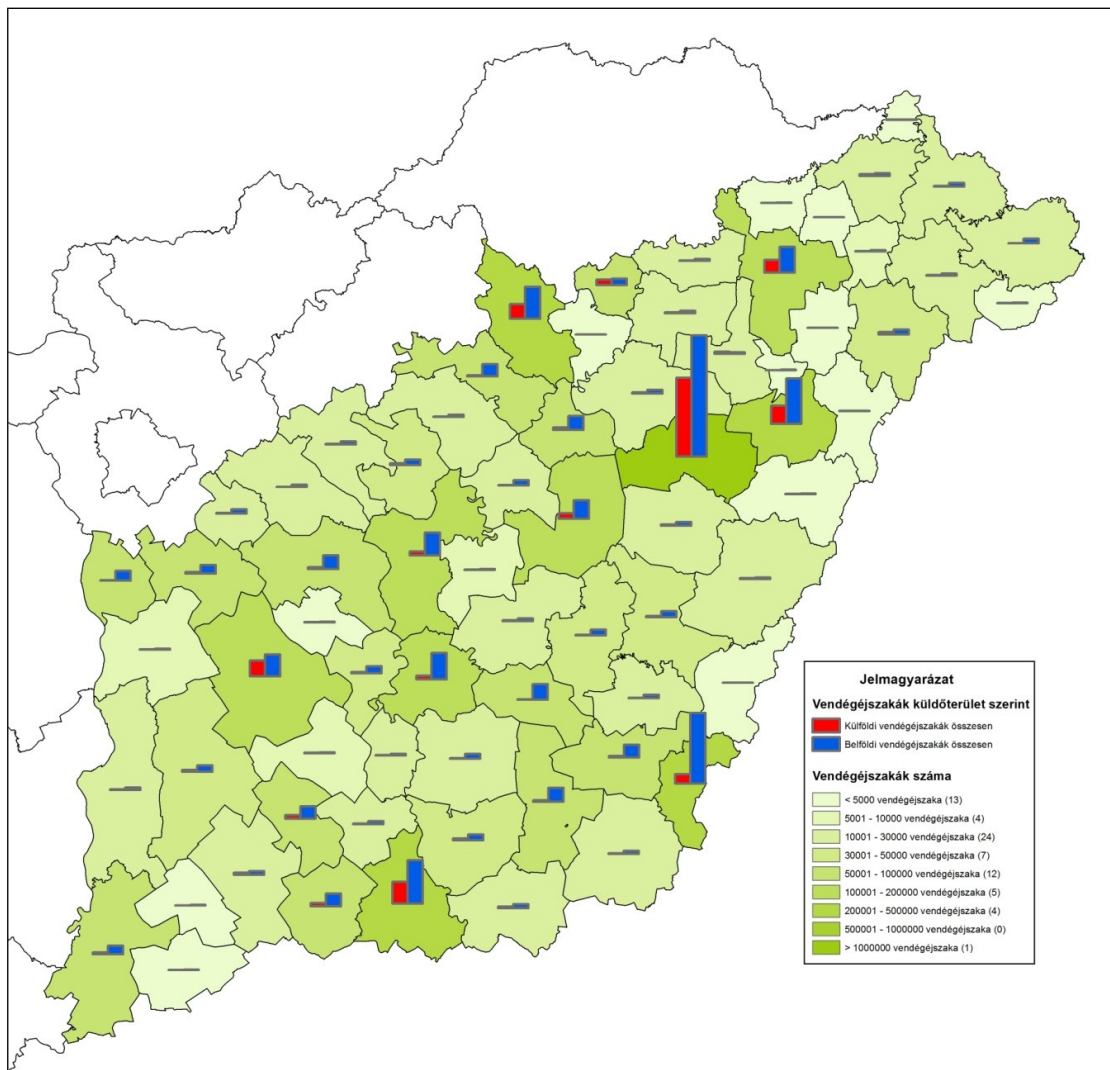
A „vidékturizmus” értelmezése

Forrás: saját szerkesztés

- Az Alföld belső (természeti-táji, valamint társadalmi) erőforrásai nagyon sokszínűek és változatosak, tájegységenként eltérőek. Ezek többsége turisztikai erőforrás is (tájkép, növény- és állatvilág, épített örökség, hagyományok, népszokások), s egyedi kombinációik adják az e térségre jellemző, egyedi turisztikai vonzerők és termékek alapját.
- Az alföld természeti földrajzi viszonyai, a természet alkotta erőforrások dominánsan meghatározzák egy-egy tájegység arculatát, de hatással vannak a sok évszázad alatt kialakult települési és társadalmi viszonyaira, hagyományrendszerére, s ezek révén a turizmusra is.
- Az Alföldön kiemelkedő vonzerővel és önálló desztináció szervező erővel bírnak a termálvizek. Hazánk kiváló geotermikus adottságai révén termál- és gyógyvizekben a világ ötödik leggazdagabb területe.
- Az alföldön található a 236 hazai gyógyvízkút több mint fele, melyre több mint 80 fürdő épült, melyek közül 11 rendelkezik a „Fürdők Nemzeti Tanúsító Védjegye” minősítéssel.

- A fürdővel rendelkező alföldi települések vendégfogadó kapacitása, vendégvonzó képessége és vendégforgalma kiemelkedő. Itt található a kereskedelmi szállásférőhelyek 71%-a, az egyéb szálláshelyek 78%-a, továbbá itt realizálódik az összes alföldi vendégéjszaka 93%-a.
- Számottevőek az Alföld természeti értékei, amit az is jelez, hogy itt alapították az ország első két nemzeti parkját (a Hortobágyi Nemzeti Parkot 1973-ban, a Kiskunsági Nemzeti Parkot 1975-ben). Napjainkban már négyre bővült számuk, s az elmúlt két évtizedben jelentős idegenforgalmat generáló beruházásokat (pl. látogatóközpontok) hajtottak végre területükön.
- Igen markánsak a térség kulturális értékekre és hagyományokra épülő ember alkotta vonzerői, különösen a mezőgazdasághoz, az élelmiszer előállításához és gasztronómiához kapcsolódó tradíciók (közte a műemlékek, a tájházak, a helyi élelmiszerek, hungarikumok, stb.).
- A helyi élelmiszerek és az azokon alapuló gasztronómia karakteres kínálati eleme az Alföldnek. E térséghez köthető az agrár-élelmiszergazdasági hungarikumok 2/3-a, és a „Hagyományok-Ízek-Régiók” védjeggyel rendelkező termékek közel fele.
- Kifejezetten Alföld-specifikus vonzerőt jelentenek a lovas hagyományok.
- Az alföldi lovas tanyák legnagyobb számban a nagyvárosok szuburbán régióiban helyezkednek el.
- Az Alföld régió szálláshely kapacitásai térben meglehetősen egyenlőtlenül helyezkednek el és kapacitásukban is rendkívül nagy szóródást mutatnak. A járások egy részében az 50-et sem éri el a szállásférőhelyek száma, viszont 17.000 feletti érték (hajdúszoboszlói járás) is előfordul.
- Vizsgálataim alapján a régió turizmusa térben erősen koncentrált. Öt járásban (hajdúszoboszlói, debreceni, gyulai, mezőkövesdi, szegedi) jelenik meg, illetve realizálódik a vendégéjszakák közel fele. Így a két regionális központot kivéve (jóllehet ott is megtalálható) erőteljes a gyógyvízre épülő turizmus dominanciája.
- A koncentráltság települési szinten is jellemző. A 20 legnagyobb vendégéjszaka számmal rendelkező település a teljes vendégforgalom $\frac{3}{4}$ -ét, az első 10 település pedig a vendégéjszakák közel 60%-át tudhatja magáénak.
- A rendszerváltás után folyamatos visszaesés jellemezte a régió külföldi vendégforgalmát, olyannyira, hogy jelenleg az Alföldön eltöltött vendégéjszakák $\frac{3}{4}$ -e már belföldi relációból származik.

- A külföldi vendégek szinte kizárólag csak a régió nagyvárosait és fürdőhelyeit keresik fel.
- A külföldi küldő országok is jelentősen átstrukturálódtak a 2008-ban kezdődő gazdasági-pénzügyi válság hatására. Növekedett a közeli, szomszédos országokból (Lengyelország, Románia, Szlovákia, Ukrajna, Szerbia) érkező vendégforgalom aránya.
- Jellemzően a fürdőhelyeken, nagyvárosokban és megyeszékhelyeken produkál a turizmus olyan volumenű forgalmat és bevételi forrást, amely számottevő és érzékelhető hatást tud kifejteni.



Vendégéjszakák száma kereskedelmi és egyéb szálláshelyeken az alföldi járásokban (2014)

Forrás: KSH TSTAR, saját szerkesztés

- A falusi turizmus jogszabályi-statisztikai fogalmának 2009-ben történt – megítélésem szerint indokolatlan - változása következtében a szállásadók fele az Alföldön is

kikerült ebből a kategóriából, s jórészt nem falusi vendégfogadóként, hanem „egyéb” szállásadóként végzi tevékenységét. Ez a probléma nagyon megnehezíti a téma valós szakmai és tudományos elemzését.

- Az inkább vidékies kínálattal rendelkező turisztikai térségek a statisztikai adatközlés szerint jóval kisebb vendégforgalmat realizálnak az Alföldön, mint az intenzívebb, városiasabb szolgáltatásokkal rendelkező területek.
- A falusi turizmus keretében 2010-től érvényes fogalmi keretei között regisztrált vendégéjszakák 2014-ben az összes alföldi vendégéjszaka alig több mint 1,6%-át tették ki, ami egészen minimális érték.
- A falusi turizmus alapján vonzó területek sűrűsödései közül kiemelkedik Szatmár és Bereg, ahol a legteljesebben és legautentikusabban fejlődött ki ez a tevékenység.
- További térbeli gócpontok találhatóak a Hortobágy (Hortobágy község) területén, valamint a közeli Tisza-tó közelében (Tiszabólna, Tiszadorogma, Tiszavalk), a Hajdúságban (Ebes, Derecske, Hajdúszovát), a Nagy-Sárrét vidékén (Báránd, Sárrétudvardi), illetve a Duna mentén (Harta, Dunafalva), valamint a Duna-Tisza-közén (Akasztó, Bugac, Csólyospálos, Felsőlajos, Jászszentlászló, Ópusztaszer, Pusztaszer, Üllés).
- Az átfogóbb fogalomnak tekinthető vidékturizmus számszerű teljesítményének mérésére a KSH közvetlenül nem gyűjt adatot, az csak más statisztikai adatokból vezethető le.
- A vidékturizmus általam használt fogalmi koncepciója szerint az Alföldön - vidéki terek magas aránya miatt – az eltöltött vendégéjszakák 70%-a köthető hozzá.
- Az alföldi turizmust működtető szereplők megkérdezésével végzett primer kutatás visszaigazolta feltételezésemet, mely szerint a legfontosabb belső erőforrások a természet alkotta tényezők. A válaszadók több mint felénél „Inkább jelentős” vagy „Nagyon jelentős” minősítést kaptak.
- Az ember alkotta erőforrások közül az agráriumhoz kötődőek (pl. helyi élelmiszertermelés hagyományai) és a kulturális örökséghez kapcsolhatóak jelentek meg markánsan a kérdőívet kitöltők válaszaiban. Közel felük (40-50%) ítélte ezen tényezőket inkább vagy nagyon jelentősnek.
- Az alföldi turisztikai szakma szereplői a belső erőforrások közül a humán tényezők állapotát ítélik az egyik legkedvezőtlenebbnek. Több mint harmaduk ítélte gyengének

vagy rossznak, illetve csak ötödük inkább vagy nagyon jelentősnek. Ez akár kijelölhetné a régió turizmusához kapcsolódó jövőbeli fejlesztések fő irányvonalát.

- A turisztikai szektoron belüli és az ahhoz kapcsolódó szereplőkkel való együttműködések ugyan biztos alapot adnak az ágazat működtetéséhez, de multiplikátor hatással bírna az eredményességre az érdekelt felek (szállásadók, programszervezők, helyi termék előállítók, turisztikai szervezetek, önkormányzatok) jelenleg többségében közepesre értékelnél magasabb szintű és elmélyültebb kooperációja.
- Az alföldi turisztikai szereplők interneten történő jelenléte elmarad az országos átlagtól valamennyi szolgáltatói és szállásadói kategória esetén.
- Az alföldi turisztikai szektort működtető szolgáltatók és az azokat részben összefogó térségek honlapjai alapján kiemelhetően jelen vannak a turizmus vidékies vonásai, szinte valamennyi település és szolgáltató típus esetén.
- Az alföldi turisztikai szektor szereplői és a szélesebb kínálatot ajánló területi (térségi) szint közötti együttműködések intenzitása elmarad az elvárható szinttől, azt növelni kellene. A honlapokon átlagosan 50-60%-ban hivatkozzák meg egymás kínálatait.
- Az alföldi turizmus jövőbeli fejlesztésének egyik hatékony módja lehet a belső erőforrások bevonására, valamint a köz- és magánszféra szoros együttműködésére épülő LEADER modell, sőt éppen a városok és vidékeik együttműködését szorgalmazó újabb CLLD együttműködés.
- További új lehetőségekkel szolgálna az Alföld, de akár egész Magyarország turizmusára nézve a Saxena-Ilbery által meghatározott Integrált Vidéki Turizmus (Integrated Rural Tourism = IRT) modell alkalmazása.

V. Az értekezés témakörében megjelent publikációk

- Gulyás Péter: Az Alföld turizmusa a statisztikai adatok tükrében. in: A társadalmi földrajz világi pp. 165-172. Szeged, 2007.
- Albel Andor-Gulyás Péter: Helyünk a világban – Turizmus a Dél-alföldi régióban. in: Helyünk a világban – alföldi válaszok a globalizáció folyamataira. IV. Alföld kongresszus Békéscsaba, 2008. november 27-28. MTA RKK Békéscsaba, 2009. november 16.
- Gulyás Péter: A Dél-Alföld turizmusának főbb jellemzői. in: Kárpát-medence régiói – Dél-Alföld. pp- 263-273. Dialóg Campus kiadó, Pécs, 2010.
- Gulyás Péter: A Dél-alföldi régió határmenti turisztikai kapcsolatai. Turizmus Bulletin 2010/2. pp. 37-43. , Budapest, 2010.
- Gulyás Péter: A turisztikai kapcsolatok fejlődése a gazdasági válság idején a Dél-alföldi régió és Szerbia példáján. V. Alföld Kongresszus tanulmánykötete, MTA KRTK ATO Békéscsaba, 2014.
- Gulyás Péter: Helyzetkép az Alföld falusi turizmusáról. In: A falusi turizmus múltja, jelene és jövője. Falusi Turizmus Tájékoztató 2015/1. Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége. pp. 20-21.
- Peter Gulyas: The development of tourist relations during of economic crisis through the example of Southern Great Plain Region and Serbia. Romanian Review of Regional Studies, Vol. 12, No. 1, June 2016. Centre for Regional Geography. Babes-Bolyai University Faculty of Georgraphy. (megjelenés alatt)
- Gulyás Péter: A vidékturizmus alföldi sajátosságainak megjelenése turisztikai témájú weboldalon. A Falu XXXI. évf. 3. sz. 2016/ősz. (megjelenés alatt)