



Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

2025. június

X. évfolyam II. szám

Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

Tartalom

Áder Márton Áron – Keller Krisztina:

*A SZIGETKÖZ MINT AKTÍV TURISZTIKAI
DESZTINÁCIÓ: FEJLESZTÉSI IRÁNYOK ÉS
LEHETŐSÉGEK*

Horeczki Barbara – Póla Péter – Horeczki
Réka:

*A VEGYES PROFILÚ KISGAZDASÁGOK
HATÁSA A BIODIVERZITÁSRA*

Nagy Zoltán – Bujdosó Zoltán – Kovács
Gyöngyi:

*A VADHÚS HELYE A HAZAI
GASZTRONÓMIÁBAN ÉS OKTATÁSBAN:
INTERDISZCIPLINÁRIS ELEMZÉS A
KERESLET, KÍNÁLAT ÉS
TUDÁSTRANSZFER METSZÉSPONTJÁBAN*

Neşe Yılmaz – Aybüke Özsoy – Filiz
Dalkılıç:

*STRATEGIC ANALYSIS OF YOGA TOURISM
IN CAPPADOCIA: A SWOT-TOWS APPROACH*

Maureen Mpho Siwelani – Siyabulela
Nyikana:

*FACTORS INFLUENCING COLLABORATIVE
GOVERNANCE IN THE TOURISM SECTOR:
STAKEHOLDER REFLECTIONS*

Ferenc Szilágyi – Alpár Horváth:

*THE PROBLEM OF TERRITORIALITY IN
TOURISM IN ROMANIA*

FOLYÓIRATUNKKAL KAPCSOLATOS FONTOS INFORMÁCIÓK

1. Folyóiratunk lektorált folyóirat. Valamennyi közlésre benyújtott tanulmányt két, PhD vagy DSc fokozattal rendelkező kollégával lektoráltat a Szerkesztőbizottság. A tanulmányok csak támogató, pozitív lektori vélemények esetén kerülnek publikálásra. A lektorálás ún. dupla vak lektorálás!
2. Folyóiratunkat az alábbi hazai szakirodalmi adatbázisok referálják:
 - MATARKA (Magyar folyóiratok tartalomjegyzékeinek kereshető adatbázisa)
 - EPA (Elektronikus Periodika Archívum és Adatbázis)
3. Folyóiratunkat az alábbi nemzetközi adatbázisok referálják:



EBSCO



4. Folyóiratunk korábbi számai elektronikus formában, teljes terjedelemben az alábbi helyeken érhetők el:
 - <https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/>
 - <https://pea.lib.pte.hu/handle/pea/23501/>
5. Folyóiratunk az OJS rendszerét használja, ahol a korábbi számok is elérhetőek:
 - <https://journals.lib.pte.hu/index.php/tvt/issue/archive>
6. Folyóiratunk évente négyszer jelenik meg.

IMPRESSZUM

A szerkesztőbizottság elnöke:

Aubert Antal – egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet (ORCID: 0000-0002-3814-8452)

Főszerkesztő:

Gonda Tibor – habilitált egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet (ORCID: 0000-0002-9514-2268)

A szerkesztőbizottság tagjai:

Avraham, Eli – egyetemi tanár, Haifai Egyetem, Társadalomtudományi Kar, Kommunikáció Tanszék, Izrael (ORCID: 0000-0003-2719-8144)

Beták Norbert – tanszékvezető egyetemi docens, Nyitrai Konstantin Filozófus Egyetem, Közép-európai Tanulmányok Kara, Idegenforgalmi Tanszék, Szlovákia (ORCID: 0000-0002-1781-4401)

Buhalis, Dimitrios – igazgató, eTourismLab, igazgatóhelyettes, Nemzetközi Turizmus és Vendéglátás Kutatóközpont, Bournemouth Egyetem, Egyesült Királyság, a Tourism Review c. folyóirat főszerkesztője (ORCID: 0000-0001-9148-6090)

Bujdosó Zoltán – egyetemi tanár, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, a Károly Róbert Campus főigazgatója (ORCID: 0000-0002-5023-074X)

Čavlek, Nevenka – egyetemi tanár, Zágrábi Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Turizmus Tanszék, Horvátország, az Acta Turistica c. folyóirat főszerkesztője (ORCID: 0000-0002-6935-7361)

Costa, Carlos – tanszékvezető egyetemi tanár, Aveiroi Egyetem, Portugália, a Journal of Tourism and Development c. folyóirat főszerkesztője (ORCID: 0000-0002-0089-6930)

Csapó János – egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet (ORCID: 0000-0001-6645-8629)

Fennell, David – egyetemi tanár, Brock Egyetem, Társadalomtudományi Kar, Kanada, a Journal of Ecotourism c. folyóirat főszerkesztője (ORCID: 0000-0002-7256-1152)

Gačnik, Aleš – egyetemi docens, tanszékvezető, Primorska Egyetem, Turizmus Kar, Kulturális Turizmus és Kulturális Örökség Tanszék, Szlovénia (ORCID: 0009-0004-1597-3988)

Günaydin, Yusuf – egyetemi docens, Fınal Nemzetközi Egyetem, Turizmus és Kulinária Iskola, Észak-ciprusi Török Köztársaság (ORCID: 0000-0002-0638-5621)

Hall, C. Michael – egyetemi tanár, Canterbury Egyetem, Új-Zéland, a Current Issues in Tourism c. folyóirat társszerkesztője (ORCID: 0000-0002-7734-4587)

Herntrei, Marcus – egyetemi tanár, Deggendorfi Műszaki Főiskola, Németország (ORCID: 0000-0003-1733-0957)

Hinek Mátyás – főiskolai tanár, Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék (ORCID: 0000-0002-8838-2204)

Ilieș, Dorina Camelia – egyetemi tanár, Nagyváradi Egyetem, Földrajzi, Turisztikai és Sporttudományi Kar, Földrajz, Turizmus és Területi Tervezés Tanszék, Románia, a Geojournal of Tourism and Geosites c. folyóirat főszerkesztője (ORCID: 0000-0002-1381-7146)

Ivanov, Stanislav – egyetemi tanár, kutatási rektorhelyettes, Várnai Vezetéstudományi Egyetem, Bulgária, a Zangador Kutatóintézet igazgatója, a European Journal of Tourism Research c. folyóirat főszerkesztője (ORCID: 0000-0002-6851-5823)

Ivić, Mladen – egyetemi tanár, PIM Egyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Bosznia-Hercegovina

Jarjabka Ákos – habilitált egyetemi docens, intézetigazgató, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Vezetés- és Szervezéstudományi Intézet (ORCID: 0000-0002-3691-4715)

Kaposi Zoltán – egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet (ORCID: 0009-0002-7328-7383)

Karancsi Zoltán – egyetemi docens, Szegedi Tudományegyetem, Juhász Gyula Pedagógusképző Kar, Testnevelési és Sporttudományi Intézet (ORCID: 0000-0001-7107-6895)

Kerekes Kinga – egyetemi docens, Babeș-Bolyai Tudományegyetem, Közgazdaság- és Gazdálkodástudományi Magyar Intézet, Románia (ORCID: 0000-0001-6092-4035)

Kiss Róbert – egyetemi adjunktus, I-Shou Egyetem, Turizmus és Vendéglátás Tanszék, Tajvan (ORCID: 0000-0003-0209-3004)

Koltai Zoltán – habilitált egyetemi docens, tanszékvezető, Pécsi Tudományegyetem, Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Vidékfejlesztési Tanszék (ORCID: 0000-0002-7101-4245)

Konu, Henna – egyetemi docens, Kelet-finnországi Egyetem, Társadalomtudományi és Üzleti Tanulmányok Kar, Finnország (ORCID: 0000-0002-7886-0268)

Kozak, Metin – egyetemi tanár, dékán, Kadir Has Egyetem, Kommunikáció Kar, Törökország (ORCID: 0000-0002-9866-7529)

Marton Gergely – egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Sporttudományi és Testnevelési Intézet, Sportelméleti és Sportszervezési Tanszék (ORCID: 0000-0002-4848-242X)

Mustafić, Ermina – egyetemi tanár, Tuzlai Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Bosznia-Hercegovina (ORCID: 0000-0002-6696-481X)

Pap Norbert – egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet (ORCID: 0000-0001-8243-4213)

Pinke-Sziva Ivett – egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, Fenntartható Fejlődés Intézet, Turizmus Tanszék (ORCID: 0000-0001-8960-3833)

Piskóti István – tanszékvezető egyetemi tanár, intézetigazgató, Miskolci Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet (ORCID: 0009-0009-1789-3048)

Póla Péter – tudományos munkatárs, Magyar Kutatási Hálózat, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete (ORCID: 0000-0003-3169-2874)

Raffay Zoltán – habilitált egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet (ORCID: 0000-0001-6546-9633)

Raffay-Danyi Ágnes Nóra – egyetemi docens, Pannon Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Turizmus Intézeti Tanszék (ORCID: 0000-0003-1559-8503)

Rátz Tamara – tanszékvezető főiskolai tanár, Kodolányi János Egyetem, Fenntartható Gazdaság Intézet, Turizmus Tanszék, a Turizmusföldrajz Kutatási Hálózat vezetője (ORCID: 0000-0002-1500-6785)

Richards, Greg – egyetemi tanár, Bredai Alkalmazott Tudományok Egyeteme, Tilburgi Egyetem, Hollandia (ORCID: 0000-0002-5903-6310)

Szlávicz Ágnes – egyetemi tanár, Újvidéki Egyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Szabadka, Menedzsment Tanszék, Szerbia (ORCID: 0000-0001-8730-9884)

Timothy, Dallen – egyetemi tanár, Arizonai Állami Egyetem, Közösségi Erőforrások és Fejlesztés Iskola, Amerikai Egyesült Államok, (ORCID: 0000-0003-1373-1251)

Törőcsik Mária – egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet (ORCID: 0000-0002-0923-1396)

Zajadacz, Alina – egyetemi tanár, oktatási dékánhelyettes, Adam Mickiewicz Egyetem, Földrajzi és Geológiai Tudományok Kara, Idegenforgalmi és Rekreációs Tanszék, Lengyelország (ORCID: 0000-0002-6743-8192)

Menedzser szerkesztő:

Zagyi Nándor – tudományos munkatárs, Pécsi Tudományegyetem, Szentágotthai János Kutatóközpont, Történeti és Politikai Földrajzi Kutatási Centrum

Technikai szerkesztő:

Mészáros Boglárka Ágnes – PhD-hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar

A folyóirat neve: Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok (TVT)

Kiadó: CampInvest Kft.

Székhely címe: 7623 Pécs, Petőfi Sándor u. 29/1.

ISSN 2498-6984 (Online)

DOI prefix: 10.15170

E-mail cím: szerkesztoseg@turisztikaitanulmanyok.hu

Online elérhetőség: www.turisztikaitanulmanyok.hu

IMPRESSUM

Head of the Editorial Board:

Aubert, Antal – Professor, University of Pécs, Faculty of Sciences, Institute of Geography and Earth Sciences (ORCID: 0000-0002-3814-8452)

Editor-in-Chief:

Gonda, Tibor – Associate Professor with habilitation, University of Pécs, Faculty of Business and Economics, Institute of Marketing and Tourism (ORCID: 0000-0002-9514-2268)

Members of the Editorial Board:

Avraham, Eli – Professor, University of Haifa, Faculty of Social Sciences, Department of Communication, Israel (ORCID: 0000-0003-2719-8144)

Beták, Norbert – Associate Professor, Head of Department, Constantine the Philosopher University in Nitra, Faculty of Central European Studies, Department of Tourism, Slovakia (ORCID: 0000-0002-1781-4401)

Buhalis, Dimitrios – Director, eTourismLab, Deputy director, International Centre for Tourism and Hospitality Research, Bournemouth University, Business School, United Kingdom, Editor in Chief of the Tourism Review (ORCID: 0000-0001-9148-6090)

Bujdosó, Zoltán – Professor, Hungarian University of Agriculture and Life Sciences, Director general of the Károly Róbert Campus (ORCID: 0000-0002-5023-074X)

Čavlek, Nevenka – Professor, University of Zagreb, Faculty of Economics and Business, Department of Tourism, Croatia, Editor-in-Chief of the Acta Turistica (ORCID: 0000-0002-6935-7361)

Costa, Carlos – Professor, Head of Department, University of Aveiro, Department of Economics, Management Industrial Engineering and Tourism, Portugal, Editor-in-Chief of the Journal of Tourism and Development (ORCID: 0000-0002-0089-6930)

Csapó, János – Professor, University of Pécs, Faculty of Business and Economics, Institute of Marketing and Tourism (ORCID: 0000-0001-6645-8629)

Fennell, David – Professor, Brock University, Faculty of Social Sciences, Geography and Tourism Studies, Canada, Editor-in-Chief of the Journal of Ecotourism (ORCID: 0000-0002-7256-1152)

Gačnik, Aleš – Associate Professor, Head of Department, University of Primorska, Faculty of Tourism Studies, Department of Cultural Tourism and Cultural Heritage, Slovenia (ORCID: 0009-0004-1597-3988)

Günaydin, Yusuf – Associate Professor, Final International University, School of Tourism and Culinary Art, Turkish Republic of Northern Cyprus (ORCID: 0000-0002-0638-5621)

Hall, C. Michael – Professor, University of Canterbury, Department of Management, Marketing and Entrepreneurship, New Zealand, Co-Editor of the Current Issues in Tourism (ORCID: 0000-0002-7734-4587)

Herntrei, Marcus – Professor, Technische Hochschule Deggendorf, Germany (ORCID: 0000-0003-1733-0957)

Hinek, Mátyás – College Professor, Budapest Business University, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism, Department of Tourism (ORCID: 0000-0002-8838-2204)

Ilies, Dorina Camelia – Professor, University of Oradea, Faculty of Geography, Tourism and Sport, Department of Geography, Tourism and Territorial Planning, Romania, Editor-in-Chief of the GeoJournal of Tourism and Geosites (ORCID: 0000-0002-1381-7146)

Ivanov, Stanislav – Professor, Vice-Rector of Research, Varna University of Management, Bulgaria, Director of the Zangador Research Institute, Editor-in-Chief of the European Journal of Tourism Research (ORCID: 0000-0002-6851-5823)

Ivić, Mladen – Professor, PIM University, Faculty of Economics, Bosnia and Herzegovina

Jarjabka, Ákos – Associate Professor with habilitation, Director of Institute, University of Pécs, Faculty of Business and Economics, Institute of Leadership and Organizational Sciences (ORCID: 0000-0002-3691-4715)

Kaposi, Zoltán – Professor, University of Pécs, Faculty of Business and Economics, Institute of Marketing and Tourism (ORCID: 0009-0002-7328-7383)

Karancsi, Zoltán – Associate Professor, University of Szeged, Juhász Gyula Faculty of Education, Institute of Physical Education and Sports Science (ORCID: 0000-0001-7107-6895)

Kerekes, Kinga – Associate Professor, Babeş-Bolyai University, Institute of Economics and Business Administration in Hungarian, Romania (ORCID: 0000-0001-6092-4035)

Kiss, Róbert – Assistant Professor, I-Shou University, Department of Tourism and Hospitality, Taiwan (ORCID: 0000-0003-0209-3004)

Koltai, Zoltán – Associate Professor with habilitation, Head of Department, University of Pécs, Faculty of Cultural Sciences, Education and Regional Development, Department of Regional Development (ORCID: 0000-0002-7101-4245)

Konu, Henna – Associate Professor, University of Eastern Finland, Faculty of Social Sciences and Business Studies, Business School, Finland (ORCID: 0000-0002-7886-0268)

Kozak, Metin – Professor, Dean, Kadir Has University, Faculty of Communication, Türkiye (ORCID: 0000-0002-9866-7529)

Marton, Gergely – Associate Professor, University of Pécs, Faculty of Sciences, Institute of Sport Science and Physical Education, Department of Sports Theory and Management (ORCID: 0000-0002-4848-242X)

Mustafić, Ermina – Professor, University of Tuzla, Faculty of Economics, Bosnia and Herzegovina (ORCID: 0000-0002-6696-481X)

Pap, Norbert – Professor, University of Pécs, Faculty of Sciences, Institute of Geography and Earth Sciences (ORCID: 0000-0001-8243-4213)

Pinke-Sziva, Ivett – Associate Professor, Corvinus University of Budapest, Institute of Sustainable Development, Department of Tourism (ORCID: 0000-0001-8960-3833)

Piskóti, István – Professor, Director of Institute, Head of Department, University of Miskolc, Faculty of Economics, Institute of Marketing and Tourism (ORCID: 0009-0009-1789-3048)

Póla, Péter – Research Fellow, Hungarian Research Network, Centre for Economic and Regional Studies, Institute for Regional Studies (ORCID: 0000-0003-3169-2874)

Raffay, Zoltán – Associate Professor with habilitation, University of Pécs, Faculty of Business and Economics, Institute of Marketing and Tourism (ORCID: 0000-0001-6546-9633)

Raffay-Danyi, Ágnes Nóra – Associate Professor, University of Pannonia, Faculty of Business and Economics, Department of Tourism (ORCID: 0000-0003-1559-8503)

Rátz, Tamara – College Professor, Head of Department, Kodolányi János University, Institute of Sustainable Economy, Department of Tourism, Network Leader, Research Network for Tourism Geography (ORCID: 0000-0002-1500-6785)

Richards, Greg – Professor, Breda University of Applied Sciences, University of Tilburg, Netherlands (ORCID: 0000-0002-5903-6310)

Slavić, Agneš – Professor, University of Novi Sad, Faculty of Economics in Subotica, Department of Management, Serbia (ORCID: 0000-0001-8730-9884)

Timothy, Dallen – Professor, Arizona State University, School of Community Resources & Development (CRD), United States of America (ORCID: 0000-0003-1373-1251)

Töröcsik, Mária – Professor, University of Pécs, Faculty of Business and Economics, Institute of Marketing and Tourism (ORCID: 0000-0002-0923-1396)

Zajadacz, Alina – Professor, Vice-Dean of Education, Adam Mickiewicz University, Faculty of Geographical and Geological Sciences, Faculty of Tourism and Recreation, Poland (ORCID: 0000-0002-6743-8192)

Managing Editor:

Zagyi, Nándor – Research Fellow, University of Pécs, Szentágotthai Research Centre, Research Centre for Historical and Political Geography

Technical Editor:

Mészáros, Boglárka Ágnes – PhD Student, University of Pécs, Faculty of Business and Economics

Name of the Journal: Tourism and Rural Development Studies (TRDS)

Publisher: CampInvest Kft.

Postal address: 7623 Pécs, Petőfi Sándor str. 29/1.

ISSN 2498-6984 (Online)

DOI prefix: 10.15170

E-mail address: szerkesztoseg@turisztikaitanulmanyok.hu

Available online at: www.turisztikaitanulmanyok.hu

Tartalomjegyzék

Áder Márton Áron – Keller Krisztina: A Szigetköz mint aktív turisztikai desztináció: Fejlesztési irányok és lehetőségek.....	7
Horeczki Barbara – Póla Péter – Horeczki Réka: A vegyes profilú kisgazdaságok hatása a biodiverzitásra	26
Nagy Zoltán – Bujdosó Zoltán – Kovács Gyöngyi: A vadhús helye a hazai gasztronómiában és oktatásban: Interdiszciplináris elemzés a kereslet, kínálat és tudástranszfer metszéspontjában	46
Neşe Yılmaz – Aybüke Özsoy – Filiz Dalkılıç: Strategic analysis of yoga tourism in Cappadocia: A SWOT-TOWS approach	60
Maureen Mpho Siwelani – Siyabulela Nyikana: Factors influencing collaborative governance in the tourism sector: Stakeholder reflections	77
Ferenc Szilágyi – Alpár Horváth: The problem of territoriality in tourism in Romania	100
Felhívás	126
Call for papers	127



A SZIGETKÖZ MINT AKTÍV TURISZTIKAI DESZTINÁCIÓ: FEJLESZTÉSI IRÁNYOK ÉS LEHETŐSÉGEK

¹Áder Márton Áron, ²Keller Krisztina✉

¹BSc hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem, Fenntartható Fejlődés Intézet;
marton.ader@stud.uni-corvinus.hu, ORCID: 0009-0004-1591-5120

²Egyetemi docens, Budapesti Corvinus Egyetem, Fenntartható Fejlődés Intézet;
krisztina.keller@uni-corvinus.hu, ORCID: 0000-0002-4408-7940

ABSZTRAKT

A tanulmány a Szigetköz aktív turisztikai fejlesztési lehetőségeit vizsgálja. Célja, hogy azonosítsa azokat az innovatív, fenntartható és élményalapú fejlesztéseket, amelyek a gyalogos, a kerékpáros és a vízi turizmus fellendítéséhez szükségesek a térségben. A kvalitatív kutatás során hat helyi aktív turisztikai vállalkozóval és hat projektmenedzserrel készült mélyinterjú 2024 júliusa és 2025 márciusa között. Az interjúalanyok a Szigetköz erősségeként nevezték meg többek között a változatos túraútvonalakat, gyengességként azonosították a hiányos szolgáltatói rendszert, lehetőségként fogalmazták meg a pozitív márkaépítés lehetőségét, veszélyként pedig a klímaváltozást említették. Kiemelték, hogy a fejlesztendő területek kiaknázásával a régió aktív turisztikai potenciálja tovább növelhető. Az elemzés rávilágít, hogy az térségi szintű együttműködés fejlesztésre szorul, ez elengedhetetlen a hosszú távú fenntartható fejlődéshez. A tanulmány gyakorlati javaslatként fogalmazza meg egy térségi turisztikai entitás kialakítását, illetve az egyetemekkel történő szoros együttműködést.

Kulcsszavak: aktív turizmus, együttműködés, Szigetköz, termékfejlesztés, turizmusfejlesztés



Benyújtva: 2025. április 11.

Befogadva: 2025. június 14.

Publikálva: 2025. június 27.

THE SZIGETKÖZ AS AN ACTIVE TOURISM DESTINATION: DEVELOPMENT DIRECTIONS AND OPPORTUNITIES

¹Márton Áron Áder, ²Krisztina Keller✉

¹BSc Student, Corvinus University of Budapest, Institute of Sustainable Development;
marton.ader@stud.uni-corvinus.hu, ORCID: 0009-0004-1591-5120

²Associate Professor, Corvinus University of Budapest, Institute of Sustainable Development;
krisztina.keller@uni-corvinus.hu, ORCID: 0000-0002-4408-7940

ABSTRACT

This study examines the development opportunities of active tourism within the Szigetköz region, aiming to identify the necessary innovative, sustainable, and experience-based developments needed to boost hiking, cycling, and water tourism. In this qualitative empirical research, in-depth interviews were conducted with six local entrepreneurs and six project managers between July 2024 and March 2025. The interviewees identified the diverse hiking trails as one of the strengths of the Szigetköz, while the lack of an integrated service provider system as a weakness. They saw the opportunity for positive brand building as a potential, and climate change as a threat. They emphasized that by capitalizing on the areas that need development, the region's active tourism potential could be further enhanced. The analysis highlights that regional-level collaborative efforts need improvement, as these are essential for long-term sustainable development. The paper proposes the establishment of a regional tourism entity and close collaboration with universities as practical recommendations.

Keywords: active tourism, cooperation, Szigetköz; product development, tourism development

Received: 11 April 2025

Accepted: 14 June 2025

Published: 27 June 2025

1. Bevezetés

Az aktív turizmus népszerűsége töretlenül nő Magyarországon. A természeti adottságokra épülő turisztikai termékek a koronavírus-járvány alatt váltak igazán közkedvelté, a bezártságtól való menekülés fő eszközét jelentették (AÖFK, 2023a).

A Győr-Pannonhalma turisztikai térség széles programkínálattal rendelkezik a kulturális, a vallási és az aktív turizmus tekintetében, utóbbit elsősorban a Szigetközben érheti el a turista. Három olyan stratégia jelent meg 2021 óta, amely a vizsgált desztináció aktív turisztikai termékeire fókuszál. A Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia (2023, NATS) az aktív turizmus hazai fejlesztésével kapcsolatos irányokat határozza meg, jogyakorlatként tekint a régióra, emellett azonban fejlesztendő területként is kiemeli a desztinációt. A Nemzeti Kerékpáros Stratégia (2023) „átlag feletti infrastruktúrával rendelkező térségként” (AÖFK, 2023b: 130.) jellemzi a régiót, fejlesztési javaslatokat azonban nem fogalmaz meg a desztináció vonatkozásában. A Nemzeti Vízi Turisztikai Stratégia (AÖFK, 2024) magas prioritású akcióterületként és országos szintű vonzerőként írja le a Szigetközt.

A térség aktív turisztikai vizsgálata korábban nem épült tudományos kutatásra, melynek szükségességét figyelembe véve az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ (AÖFK) is elkezdte kialakítani a Szigetközi Aktív Turisztikai Stratégiát. Jelen kutatás lezárásakor (2025. május) nem létezik elfogadott aktív turisztikai stratégia a régióban.

A régió növekvő tendenciát mutatott szállóvendégek és eltöltött vendégéjszakák számának tekintetében a Központi Statisztikai Hivatal (KSH, 2025) adatai szerint, mind a belföldi, mind a külföldi vendégéjszakák esetében. Ennek egyik oka, hogy az aktív turizmus összekapcsolása a kulturális-, illetve vallásturizmus termékeivel többféle célcsoport igényeit kielégítő termékkínálat létrehozását teszi lehetővé, amely egy egyedi élményígéret nyújtására képes (Strack, 2022). A szigetközi turisták átlagosan 3-4 napot tartózkodnak a térségben, és fontos számukra a kerékpárbarát szolgáltatások megjelenése (Husz, 2022). Fekete et al. (2023) megállapítása alapján bevonásukat az egységes márkaépítés és marketingstratégia is segítené. Strack (2022) kiemelte, hogy ennek megvalósításához szoros együttműködés szükséges szolgáltatói oldalról.

A tanulmány négy fő részre tagolódik. A szakirodalmi áttekintésben az aktív turizmus típusainak bemutatását a fejlesztési irányok és a trendek ismertetése követi. Ezt követően áttekintésre kerülnek az egyes aktív turisztikai ágak fejlesztési lehetőségei, majd a vizsgált desztináció bemutatása következik. A módszertani fejezetben a fő kutatási kérdés és a két kutatási alkérdés ismertetése mellett a mintaválasztás indoklására és a minta ismertetésére kerül sor. A harmadik részben az empirikus kutatás eredményei szerepelnek, bemutatásra kerülnek a turisztikai szakemberek körében végzett kvalitatív kutatás során megfogalmazott vélemények. Az interjúalanyok ismertették a korábbi termékfejlesztéseikkel és az együttműködési lehetőségekkel kapcsolatos tapasztalataikat. Ezt követően a Szigetköz aktív turisztikai helyzetelemzésére kértük a megkérdezetteket. Az erősségek és a gyengeségek feltárása mellett ismertetésre kerültek a kínálati oldali elvárások a szigetközi fejlesztési lehetőségekkel, továbbá a termékfejlesztést nehezítő

veszélyekkel kapcsolatban. A tanulmány összegzésében a fejlesztési javaslatok, a kutatási korlátok és a jövőbeli kutatási irányok bemutatására kerül sor.

A kutatás célja a Szigetköz aktív turisztikai potenciáljának és termékfejlesztési lehetőségeinek feltárása, továbbá az együttműködési területek azonosítása. A tanulmány iránymutatást kínál a desztináció turisztikai szakemberei, illetve stratégiai döntéshozói számára a termékfejlesztési lehetőségek kapcsán, valamint javaslatokat fogalmaz meg a térségi szintű gondolkodás erősítésére.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1. Az aktív turizmus meghatározása és típusainak bemutatása

Az aktív turizmust olyan turisztikai terméknek értelmezhetjük, amelyet a turista a szabadban vesz igénybe és amely fizikai aktivitással jár együtt. A turisták fő motivációja a környezeti erőforrások igénybevétele és a környezeti vonzerők felkeresésére épül, ez történhet szabadidős, de akár rekreációs tevékenységként is (Jászberényi, 2019). Az Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ által 2023-ban készített kutatás eredményei alapján meghatározásra került az aktív turizmus három legnépszerűbb típusa, a bakancsos, a kerékpáros és a vízi turizmus (1. táblázat).

1. táblázat: Az egyes szabadidős tevékenységeket végzők megoszlása Magyarországon (2019–2020)

Az aktív turizmus típusa	Arány
Bakancsos turizmus	54%
Kerékpáros turizmus	34%
Vízi turizmus	6%
Síturizmus	4%
Vitorlás turizmus	3%
Lovas turizmus	2%

Forrás: saját szerkesztés AÖFK (2023a) alapján.

Magyarország legnépszerűbb aktív turisztikai terméke a bakancsos turizmus, a kutatás eredményei alapján a megkérdezettek 54%-a vett részt gyalogtúrán vagy kiránduláson a kutatást megelőző évben (AÖFK, 2023a). A bakancsos turizmus széleskörű szegmens megszólítására képes, ugyanis nem szükséges hozzá előképzettség és komolyabb technikai felszerelés sem (UNWTO, 2020). Magyarország másik népszerű aktív turisztikai formája a kerékpáros turizmus, mely fizikai erőnlétet igen, különösebb tudást azonban nem igényel, alacsony belépési küszöbvel rendelkezik (AÖFK, 2023b). Az elektromos rásegítésű kerékpárok hozzájárultak a fizikai akadályok csökkentéséhez, ezáltal szélesebb réteg számára tették elérhetővé a kerékpározást, viszont alkalmazásuk magasabb belépési költséggel jár (CBI, 2022). 2010 óta 1500 km hosszú kerékpárút épült Magyarországon, így 2023-ban 9200 km kerékpározásra alkalmas út volt található az országban, ezek nagy része azonban fejlesztésre szorul. Magyarországon keresztül halad négy nemzetközi kerékpáros

túraútvonal (EuroVelo 6, 11, 13, 14), de a tókerülő körök is népszerűek (AÖFK, 2023a, 2023b). A harmadik leggyakrabban választott túratípus országunkban a vízi turizmus, az AÖFK kutatása alapján a megkérdezettek 6%-a vett részt vízi túrán. A vízi turizmusnak számos alfajtája van, jelen tanulmány tárgyát a Szigetközben releváns vízi túrázás képezi. Ebben az esetben az „aktív turista ’testközelben’ találkozik a természettel és a vízzel és lesz élményszerűen részese a vizes közegnek” (Csapó & Darabos, 2011). Magyarország víziturisztikai szempontból kiemelkedő adottságokkal rendelkezik, 3500 km-nyi vízitúraútvonal található az országban, melyek kiépítettsége hiányos. (AÖFK, 2023a, Jászberényi et al., 2022).

Az AÖFK által 2022-ben elvégzett kutatás eredményei szerint Magyarországon a felnőtt lakosság több mint 50%-a potenciálisan aktív turistaként azonosítható. Ennek egyik oka Magyarország kevésbé extrém domborzata, amely minden réteg számára kínálja az aktív kikapcsolódás lehetőségét (AÖFK, 2023a). Ezen turisták alapmotivációja a mozgás, a sportolás, amely mellett a természeti környezet, az ember alkotta vonzerők felkeresése és az élmények gyűjtése is meghatározó jelentőséggel bír (Csapó et al., 2011).

Zátori (2018) szerint az aktív turistát egy turisztikai desztináció felkeresése során a feltételezett és az elvárt élmény motiválja, ezáltal válik az élmény a fő vonzerővé. A kirándulók rendelkezésére álló információk, illetve az ezek megosztását segítő közösségimédia-platformok is számottevő motivációs tényezőként hatnak (Kovács & Kiss, 2018).

Az aktív turisztikai kínálat iránt főként a fejlett országokban nő a kereslet. Népszerűségének egyik oka a közösségi aktivitás nyújtotta fizikai és lelki feltöltődés egy olyan világban, amelyben egyre több a stressz, és amelyben mozgásszegény életmódot élünk (Jászberényi et al., 2022). Mártonné & Császár (2019) kutatása szerint az aktív túrázás közben leggyakrabban igénybe vett szolgáltatások az étkezés, az eszközök kölcsönzése és a túravezetés, amelyek fejlesztése nagyban befolyásolja a turisták utazási döntéseit is.

A NATS átfogó célként kezeli a vonzerők, a szolgáltatások, az útvonalhálózatok, a marketing és a szektor koordinációjáért és menedzsmentjéért felelős szervek fejlesztését. Ennek célja, hogy a magyar lakosságon belül is növekedjen az aktív turisztikai tevékenységet végzők aránya, valamint javuljon az egészségügyi állapot (AÖFK, 2023a).

2.2. Aktív turisztikai termékek fejlesztése

Jelen fejezet három aktív turisztikai termék vonatkozásában vizsgálja a fejlesztési szempontokat.

A bakancsos turizmus esetében kismértékű infrastrukturális beruházás is elegendő az átfogó fejlesztéshez és a profit realizálásához. A fejlesztések során érdemes figyelembe venni például az útvonal egyediségét, biztonságát és hozzáférhetőségét (UNWTO, 2020). A gyalogos turista az élményszerzésre is összpontosít a fizikai aktivitás mellett, ezért az útvonalaknak több esetben önálló vonzerőként kell működniük (UNWTO, 2020).

Milojković et al. (2022) szerint a gyalogos turisták többek között a biztonságot helyezik előtérbe. A NATS biztonsággal kapcsolatos céljai között szerepel az útvonalak

felülvizsgálata és rendszeres karbantartása, melynek kettős célja a veszélyek elkerülése és az élmény javítása (AÖFK, 2023a).

Yang et al. (2020) kutatása szerint a gyalogos turisták kiemelten fontosnak tartják, hogy az adott útvonal tiszta és kevésbé zsúfolt legyen. Lényeges az összeköttetés, továbbá a már létező, beltéri és kültéri programok, illetve a kulturális turizmus vonzerőinek bakancsos turizmushoz történő csatolása (Milojković et al., 2023).

A kerékpáros turizmus iránti kereslet növekedése infrastrukturális beruházásokat is kíván. Ezek helyes kialakításához, továbbá fenntartható működtetéséhez a fogyasztói preferenciák és az utazási motivációk ismerete szükséges (CBI, 2022).

A kerékpáros turisták utazási motivációi között számos tényező megjelenik, Bundság és Huszár (2022) szerint meghatározónak érzik életükben a hobbijukat, fontos számukra a közösséghez tartozás. Molnár et al. (2023) kutatása alapján elsődleges tényező a természetközelség, a kapcsolódás, a kaland és az élményszerzés lehetősége, illetve az egészségi állapot javítása, fenntartása.

A kerékpáros turisták körében a biztonságos közlekedés is alapvető fontosságú elvárás. A karbantartott, összefüggő, illetve egyéb közlekedési módot (például gördeszkázás) is támogató útvonalak kialakítása a biztonságérzet mellett a keresletet is növeli. A szükséges információk biztosítása alapvető elvárás, amely magában foglalja a kitáblázott útvonalak áttekinthető térképen való megjelenítését, valamint az egységes és könnyen értelmezhető jelzések alkalmazását (Lőrincz et al., 2020).

A kerékpáros turisták alapvető elvárása, hogy az általuk igénybe vett szálláshely rendelkezzen fedett, zárható kerékpártárolóval, valamint egy kisebb műhellyel az esetleges javítások elvégzéséhez. A kerékpárutak mentén található infrastruktúra szintén kulcsfontosságú: a turisták fedett pihenőhelyeket, illemhelyeket, illetve ivóvízvételi lehetőséget hiányolnak a kerékpáros útvonalak mellől (Lőrincz et al., 2020, Kóródi et al., 2022). Jelentős kihívást jelent a kerékpárok tömegközlekedési eszközön történő szállítása, ugyanakkor a kerékpáros turizmust támogató közösségi közlekedés hozzájárul a kevésbé terhelt úthálózatokhoz. (Bakogiannis et al., 2020, Ciascai et al., 2022, Bigoy et al. 2022).

A Nemzeti Kerékpáros Stratégia a hazai kerékpáros turizmus gyengeségei között kiemeli a közlekedési kultúra alacsony színvonalát, a közlekedők közötti együttműködés hiányát, továbbá a kerékpárhálózat fejlesztésének lassú ütemét. Magyarország domborzata ideális a kerékpározásra, a stratégia célkitűzése, hogy az ország Kelet-Közép Európa vezető kerékpárosbarát desztinációjává váljon (AÖFK, 2023b).

A fő célok között szerepel a biztonságos tárolás, az útvonaltervezés és a marketing fejlesztése, továbbá támogatási pályázatok és minősítési rendszerek kidolgozását tervezik a szolgáltatói hálózatok fejlesztésére. A megnövekedett igények kiszolgálására könnyítenék a kerékpárok tömegközlekedési eszközökön való szállítását is. A stratégia célkitűzései között szerepel a kerékpáros turizmushoz kapcsolódó csomagajánlatok kialakításának ösztönzése, tematikus turisztikai portálok fejlesztése, valamint promóciós és edukációs kampányok indítása. Emellett kiemelt cél az e-bike hálózat bővítése is (AÖFK, 2023b).

A vízi turizmusban rejlő lehetőségek kiaknázása olyan fejlesztéseket kíván, amelyek során a hálózatok, a folyószakaszok és az útvonalak is megújulnak (AÖFK, 2024). A természeti vonzerők változatossága és egyedisége meghatározó keresleti tényezők: az egyes folyószakaszok eltérő kínálatot biztosítanak a fogyasztóknak (Jászberényi et al., 2022). A vízi turizmusban részt vevők számára a fizikai aktivitás mellett a mentális rekreáció is kiemelt motivációs elem (Folgado-Fernández et al., 2019).

A vízi turizmusban kiemelten fontos a biztonság. A vízitúra-vezetőknek felkészültnek kell lenniük, ami helyismeretet és szakmai tudást egyaránt magában foglal. Mindemelllett a résztvevők fegyelmezettsége és úszástudása is elengedhetetlen a biztonságos túrázáshoz. Lényeges szempont, hogy a használt vízi járművek megfeleljenek az adott időjárási és vízrajzi viszonyoknak, vagyis a környezeti tényezőkhez igazodó eszközválasztás kiemelt jelentőséggel bír (Péter et al., 2023).

A vízi turisták részére számos szolgáltatás nyújtása szükséges, melyek Kóródi et al. (2022) kutatása alapján a következők: kikötési lehetőségek, partközeli mosdóblokkok, hajóbérlési, illetve szállítási lehetőségek, valamint felszerelések biztosítása. Kiemelendő továbbá a főzési lehetőség, a csomagtranszfer, a térképes tájékoztatás és a túravezetői szolgáltatások elérhetősége is.

A 2024-ben közzétett Nemzeti Vízi Turisztikai Stratégia gyengeségként azonosítja az együttműködés és az egységes arculat hiányát, továbbá a túratérképek és a szakképzett munkaerő alacsony számát. A stratégia átfogó célja, hogy a vízitúrázás széles célközönség számára elérhető, magas színvonalú szolgáltatásokat kínáló tevékenységgé váljon (AÖFK, 2024).

Jászberényi et al. (2022) a különböző túratípusokkal történő összehangolást javasolják. Az infrastrukturális igények hasonlóak (például mosdó, csomagmegőrzés esetében), ezért a vízitúra-megálló kialakítását gyalogos és kerékpáros túraútvonalak mellett ajánlják.

2.3. A Szigetköz bemutatása

A Szigetköz a Győr-Pannonhalma turisztikai régióban, a Duna és a Mosoni-Duna ölelésében fekszik 375 km² kiterjedésű területen (MTÜ, 2020). A régió belföldről jól megközelíthető, a szomszédos országok és fővárosok közelsége miatt pedig a külföldi turisták számára is kedvező a régió fekvése (Strack, 2022). A Szigetköz a Fertő-Hanság Nemzeti Park Igazgatóságához tartozik, területe a Natura 2000 kategóriába sorolható (Fertő-Hanság Nemzeti Park, é. n.).

A Szigetközben népszerű gyalogtúraútvonalak, tanösvények állnak a túrázók rendelkezésére, amelyek zömében sík terepen találhatóak (Aktív Magyarország, é. n.). A régióban megtalálható az El Camino zarándokútvonal egy szakasza, amely a zarándokturizmust is erősíti (24.hu, 2023).

A Szigetközön áthalad az EuroVelo 6 nemzetközi kerékpárút, amely Rajkától indul, Mosonmagyaróváron át, kisebb településeken keresztül vezet a túrázót Győrig. A számos kulturális örökséget is érintő útvonal az alacsony szintemelkedés és a zömében

aszfaltburkolatú szakaszok kiépítése miatt családok számára ideális (EuroVelo.hu, é. n.). Az EuroVelo 6 mellett számos bicikliút és túrázásra alkalmas út található a térségben, amelyek többségében könnyen teljesíthető útvonalak (Aktív Magyarország, é. n.).

A Szigetközben közel 400 km vízitúrázásra alkalmas szakasz áll a túrázók rendelkezésére. A kiterjedtség miatt gyakorlott vízitúrázóknak ajánlott az önálló túrázás, egyéb esetben túravezető bevonása szükséges. A túraútvonalakon több műtárgy is található, ami a túrázás gördülékenységét nehezítheti (Magyar Vízitúra, 2023). A Szigetközben 11 vízitúra-szervező vállalkozást ajánl az AÖFK, amelyek különböző nehézségű, hosszúságú és időtartamú túrákat kínálnak (Aktív Magyarország, é. n.). A szigetközi turisták utazási szokásait Husz (2022) vizsgálta. Eredményei alapján egy szigetközi kerékpáros turista többségében falusi szálláshelyen száll meg, átlagos tartózkodási ideje 3-4 nap, a hosszabb ideig tartózkodók egyéb aktív turisztikai termékeket is kipróbálnak. A kerékpárbarát szolgáltatások megjelenése kifejezetten fontos számukra. A régióban számos szálláshely található, amelyek megközelítése gyakran csak autóval lehetséges: a turisták 75%-a személygépjárművel érkezik a térségbe.

A belföldi és külföldi vendégkört színes programlehetőségeivel egyaránt vonzó turisztikai régió 2021 és 2024 között növekvő tendenciát mutatott szállóvendégek és eltöltött vendégéjszakák számának tekintetében a Központi Statisztikai Hivatal (KSH, 2025) adatai szerint (2. táblázat).

2. táblázat: Vendégek és vendégéjszakák száma a Győr-Pannonhalma turisztikai régióban, (2021–2024), ezer főben megadva

Győr-Pannonhalma turisztikai régió	Összes vendég		Összes vendégéjszaka	
	ebből belföldi	ebből külföldi	ebből belföldi	ebből külföldi
2021	243		615	
	127	116	341	274
2022	397		843	
	173	224	397	446
2023	436		904	
	174	262	394	511
2024	467		912	
	184	283	395	517

Forrás: saját szerkesztés KSH (2025) alapján.

A statisztika alapján kijelenthető, hogy a Szigetköz a külföldiek körében is népszerű, a könnyű elérhetőséget a régió osztrák, illetve a szlovák határhoz való közelsége teszi lehetővé. A Magyarországon egyedülálló kulturális és vízi turisztikai termékeket kínáló térség a belföldi turisták számára is vonzó.

Mindezek alapján kijelenthető, hogy a turisztikai desztinációk életciklus-modelljét (Butler, 2008) figyelembe véve a Szigetköz a növekedés fázisába helyezhető. A

megnevezett stratégiák fejlesztéseket javasolnak a térség vonatkozásában, továbbá a desztináció látogatottsága is egyre növekszik.

3. Vizsgálati módszerek

Az empirikus kutatás során a Szigetköz fejlesztési lehetőségeinek vizsgálatára kerül sor, kiemelt szerepet kap a bakancsos, a kerékpáros és a vízi turizmus fejlesztése mellett a térségben történő együttműködési lehetőségek feltárása is. A vizsgálat során az érintettek innovatív, fenntartható fejlődéshez kapcsolódó elképzelései is bemutatásra kerülnek.

A fő kutatási kérdés és alkérdések a következők:

K: Milyen innovatív, fenntartható és élményalapú fejlesztésekre van szükség a bakancsos, kerékpáros és vízi turizmus fellendítéséhez a Szigetközben?

K1: Melyek a szigetközi aktív turizmus erősségei és gyengeségei, milyen lehetőségek és veszélyek azonosíthatók a régióban?

K2: Kikkel és milyen területeken nyitottak együttműködési lehetőségekre a régió turisztikai szereplői?

A kutatási kérdések megválaszolása érdekében egyéni mélyinterjúk készítésére került sor helyi szolgáltatókkal, valamint turisztikai egyesületek képviselőivel.

Az interjúalanyok elbírálásos mintavétel alapján kerültek kiválasztásra, keresztmetszeti vizsgálat során. A mintába olyan szakemberek kerültek, akik a szigetközi turizmus aktív résztvevői, szálláshely-, és/vagy vízitúra-szolgáltatás üzemeltetésével (Orchidea Hotel Lipót (Orchidea Hotel), Szürkehód Bt., Aranykert Apartmanok, Bárka Bisztró & Grill Étterem (Bárka Étterem), Party Csárda és Szabadidőpark (Party Csárda)), érdekképviseléssel, turizmusirányítással, projektmenedzsment szervezet vezetésével (Szigetköz Turizmusáért Egyesület (Szigetköz TDM), Magyar Vízitúra Szövetség (MAVITUSZ), Arrabona EGTC, Szigetköz Natúrpark Egyesület, Szigetköz-Mosoni-sík Leader Egyesület), illetve városüzemeltetéssel (Győr Projekt Kft.) és szabadidőpark-üzemeltetéssel (Dodó Vadfarm és Szabadidőpark (Dodó Vadfarm)) foglalkoznak. Fontos kiemelni, hogy a szolgáltatók és a projektmenedzserek eltérő perspektívából közelítik meg a térségi fejlesztéseket. A szolgáltatók a kínálati oldal operatív tapasztalatait mutatják be, míg a projektmenedzserek inkább a stratégiai és koordinációs szintre koncentrálnak, távolabb a közvetlen vendégfogadástól. Ez a különbség árnyaltabbá teszi a mintaelemzés során szerzett eredményeket. Az interjúk lebonyolítására 2024. július 10. és 2025. március 31. között került sor videóhívás és személyes találkozás keretében.

4. Eredmények

4.1. Turisztikai termékfejlesztés

A kutatás első szakaszában a vállalkozások által végrehajtott, korábbi turisztikai termékfejlesztések vizsgálatára került sor, melynek célja a fejlesztések megalapozottságának, kivitelezésének – különös tekintettel az együttműködési és finanszírozási aspektusokra – valamint eredményességének feltárása volt.

A megkérdezettek véleménye egybehangzó volt a fejlesztésekkel elérni kívánt célok tekintetében, miszerint az aktív turisták kényelmét és élményét szolgáló, minőségi fejlesztésekre van szükség. Egy példa erre az Ökomobil-flotta, amely a kerékpáros és a vízi turizmust ötvözi és az aktív turisták mobilitásában játszik nagy szerepet a Szigetközben. *„A jármódok összekapcsolásával több turistát tudtunk ösztönözni az aktív életmódra, a különböző turisztikai termékek kipróbálására”* (Szigetköz Natúrpark Egyesület).

A Szigetköz-Mosoni-sík Leader Egyesület térségi tananyagot fejlesztett, amelyet számos iskola bevezetett a tananyagába, ezzel a Szigetköz ökológiai és kulturális értékeit ismertetve. *„Célunk ezzel, hogy mindenki legyen büszke arra, hogy itt él. A gyermekek megismerik a környezetüket, ezáltal büszkébbek rá, jobban is óvják azt”* (Szigetköz-Mosoni-sík Leader Egyesület). Emellett a 2023-ban megnyílt Szigetköz Élményközpont a régió ökológiai rendszerét interaktívan mutatja be a látogatóinak, ezzel is előtérbe helyezve a térségi edukációt.

A turisták igényeinek változását nem méri empirikus vizsgálattal az interjúalanyok által képviselt szolgáltatók és szervezetek. Fontos azonban ezen trendek felismerése, a lipóti Orchidea Hotel is ezekre épít: *„Az egyéni visszajelzésekből láttuk, hogy jól tettük, hogy bevezettük az all inclusive étkezést. Már nem hagyják el a vendégek a szállodát, mindent házon belül csinálnak”* (Orchidea Hotel). A Szigetköz TDM, mint szigetközi szolgáltatókat felölelő egyesület a tagok szóbeli beszámolóinak alapján állapítja meg, hogy melyek az aktuális utazási trendek. A mérések hiánya ellenére a megkérdezettek felismerik a változásokat: *„A turisták a rövid, instant élményeket keresik”* (MAVITUSZ). A fejlesztések pénzügyi háttere is vizsgálatra került. A helyi mikrovállalkozások többnyire önerőből, kisebb részben hitelből fejlesztenek, bár bizonyos fejlesztésekhez, például egy új vízitúra-útvonal kialakításához nem szükséges forrás. A pályázati dokumentációk elkészítésének nehézsége, illetve a támogatások igazságtalan elosztása miatt sokszor nem látnak más megoldást a vállalkozások: *„Önerőből fejlesztünk, visszaforgatjuk a tőkét, nem veszünk ki osztalékot, máshogy nem tudunk fejleszteni és fejlődni”* (Szürkehód Bt.).

Az ágazat innovatív fejlesztéséhez elengedhetetlen a különböző szereplők közötti szoros együttműködés, melyet a turisztikai stratégiák is tárgyalnak (AÖFK, 2023a; AÖFK, 2023b; AÖFK, 2024; UNWTO, 2020). A térségi Tourinform irodákkal nincs kapcsolata a szolgáltatóknak, úgy látják, hogy az irodák a sikeres szervezeteket akarják megszólítani, de a fejlődésben nem segítenek, a mikro-, és kisvállalkozások érdekképviselőjét nem látják el. A fő problémát a felek közötti információáramlásban látják. A hat megkérdezett szolgáltatóból öt nem is szeretne együttműködni, ennek okaként a Tourinform irodákkal kapcsolatos szkepticizmus és a befektetett energia kétséges megtérülése jelenik meg. A TDM-szervezetekkel való kapcsolat a legtöbb esetben csak a marketing területén létezik a vállalkozások között, azonban ez is forráshiányos.

A megkérdezett projektmenedzserek szerint a térségi együttműködés megfelelő mértékű, azonban a szolgáltatók hiányosnak vélik azt, ennek intenzitását nem tartják elégségesnek: *„Mindenki csak magának akarja a jót, azt is minél szűkebb körben elintézni”*

(Szürkehód Bt.). A térség vállalkozói nem partnerként, hanem versenytársként tekintenek egymásra, így „nem tud kialakulni a közös gondolkodás kultúrája”.

A lakosság megszólításával kapcsolatban különböztek a vélemények: a megkérdezettek többsége fontosnak tartja a lakosság véleményét egy adott beruházásról. „Amikor valaki a közösséget szolgálja, aktív résztvevője annak, akkor akarva-akaratlanul meghallgatja a véleményeket, és érdeke is, hogy elmondják neki” (Dodó Vadfarm). Két válaszadó egyáltalán nem tartja szükségesnek a lakosság bevonását, ennek okaként az idő hiányát és a lakosság köreiben megtalálható passzivitást emelték ki az interjúalanyok.

A megkérdezettek kiemelték azonban, hogy a helyi lakosok és vállalkozók sokat segítenek egy-egy projekt megvalósítása kapcsán. „Elég csak egy mondatot kiejtenem, hogy például le akarom festeni a kerítést, és holnap már tucatnyian jönnek is segíteni” (Dodó Vadfarm). Az interjúalanyok kifejtették, hogy bár fontos tényező a pénzügyi támogatás, lényegesebb az erkölcsi. „Sokszor még csak lelkileg sem támogatnak minket, ezért értékeljük ilyen nagyra a lakosság segítségét” (Party Csárda).

4.2. Helyzetelemzés

A második kérdésblokk célja, hogy azonosításra kerüljenek a térség infrastrukturális és turisztikai adottságai, majd ezekre építve meghatározzuk a Szigetköz erősségeit és gyengeségeit.

A megkérdezettek között összhang volt abban, hogy a Szigetköz turisztikai szempontból egy sokoldalú, jó természeti adottságokkal és megközelíthetőséggel rendelkező régió. Az interjúalanyok megemlézték a két nagyváros (Győr, Mosonmagyaróvár) és a két kisváros (Lébény, Lipót) fontosságát és közelségét, amelyek esetében a kulturális, a zárandok- és a gyógyturizmus a fő turisztikai termék, kiemelve, hogy a Szigetköz Bécs és Pozsony rekreációs övezetűl is szolgál. Gyengeséggként említették meg a szolgáltatók a vízüggyel való kapcsolatukat, illetve azok túl szigorú szabályrendszerét. További nehézséget okoz a nyelvtudás és az alulképzettség problémája is. „Ausztriának és Szlovákiának nagy elszívó ereje van, generációk költöznek ki, ezért nincs munkaerő a térségben” (Party Csárda). Ezen problémák miatt a szolgáltatói szektor nem kellően felkészült a külföldi turisták fogadására.

A térségben található kerékpárútvonalakat jónak ítélik a megkérdezettek, azonban hiányolják a leágazásokat az EuroVelo 6-ról, illetve a töltések aszfaltozását is indokoltnak tartják. A régió gyalogtúra útvonalai kevésbé kiépítettek, minőségi és mennyiségi szempontból is szükség van fejlesztésekre.

A térség szuprastruktúrájának vizsgálata során egybehangzó vélemények születtek. A megkérdezettek egyetértettek abban, hogy a szálláshelyek minősége alulmarad az elvárásokhoz képest, nagyobb csoport befogadására pedig alkalmatlanok, hiába van számos, különböző árkategóriájú szállás a térségben, amely széles célcsoportnak megfelelő. A szálláshelyek elhelyezkedése egyesek szerint „diaszpórikus”, továbbá mivel szezonálisan működnek, ennek következményeképpen töredezettség, amely a szolgáltatói színvonal csökkenésével jár.

A vendéglátóegységeket érintve hasonló problémákat tártak fel az interjúalanyok: számuk kevés, minőségük változó. *„Jelenleg három olyan étterem van a Szigetközben, amely hétvégén is nyitva tart, a boltok szombaton délből bezárnak, vasárnap ki sem nyitnak”* (Bárka Étterem). Az éttermek zömében családi vállalkozások, és az őket sújtó adminisztratív terhek növekedése, illetve a fizetőképes kereslet csökkenése miatt számos vendéglátóhely zárt be az utóbbi időben. A turisztikai háttérinfrastruktúra nagy hiányosságaként nevezték meg az interjúalanyok a tömegközlekedés gyengeségeit, mint például a falvak közti hiányos összeköttetést, a kevés buszjáratot, illetve azok alacsony minőségét. Ezzel ellentétben a két nagyváros közötti és a határokon fekvő vasutat jónak értékelik a megkérdezettek, Ausztriából és Szlovákiából is könnyen el lehet jutni a régióba.

A Szigetköz aktív turisztikai versenytársát az interjúalanyok egybehangzóan a Tiszában látják. A megkérdezettek az infrastrukturális fejlettségben (kiépítettség, szolgáltatások minősége), a gasztronómiai kínálatban, a vízparti életben, a hajózhatóságban és a vezérprojektben látják a Tisza-tó előnyét.

A Szigetköz turisztikai erősségeit és gyengeségeit bemutató értékelés (3. táblázat) elemeit megvizsgálva lehetőség nyílik a fejlesztési lehetőségek meghatározására.

3. táblázat: Erősségek és gyengeségek a Szigetközben a kvalitatív kutatás eredményei alapján

Erősségek	Gyengeségek
- változatos túraútvonalak - sokszínű vad- és madárvilág - széles célcsoportnak megfelelő régió - ideális kerékpáros infrastruktúra - két turisztikailag és gazdaságilag jelentős nagyváros - kiegészítő turisztikai termékek jelenléte	- vízparti élet hiánya - alulképzett turisztikai munkaerő - hiányos és nem integrált szolgáltatói rendszer - tömegközlekedés hibái - fejlesztendő infra-, és szuprastruktúra - együttműködés hiánya - útvonalak tisztázatlan jogi helyzete

Forrás: saját kutatás, 2025.

4.3. Fejlesztési lehetőségek

A térségi fejlesztési lehetőségeket tárgyalva egy olyan turisztikai koncepciót képzelnek el a kutatásba bevont szervezetek és szolgáltatók, amely szisztematikus irányelvek mentén történő építkezést ír le. A Schwechat-Mosonmagyaróvár vonalon vasúti fejlesztésekre számítanak, de egy menetrendszerű buszjáratnak is szükségét látják. Kerékpáros összeköttetésre számítanak a Pannonthalmi-dombság és a Szigetköz között, Győr kihagyásával, ezzel a Felső-Pannon Borvidék turizmusa is fellendülne. A szálláshelyek mennyiségi, minőségi és célcsoport-specifikus fejlesztését is indokoltnak tartják: *„Érdemes lenne megszólítani a magasabb költési hajlandóságú turistákat, számukra 4-5 csillagos szállodát építeni és a fine dining vonalat erősíteni”* (Szigetköz TDM). Az infrastruktúra erősítésére is szükség van. *„Olyan kiszállók, pihenők kellene, amelyek hasonló arculattal, kiszámíthatósággal és megbízhatósággal működne, mintegy franchise jelleggel”* (Győr Projekt Kft.). Ezek mellett a folyóparti turizmus fellendítése is célként fogalmazódik meg.

„Élhető folyópartok, strandok kialakítását látom célszerűnek. Kevés a strand a térségben, a fürdőzhetőségben pedig nagy potenciál van” (Aranykert Apartmanok).

Az interjúalanyok tudtak arról, hogy kezdeményezés indult a Szigetköz Kiemelt Fejlesztési Térséggé nyilvánításának érdekében. Amennyiben megvalósul az elképzelés, számos nagyobb volumenű beruházás is megvalósulhat a Szigetközben. „Tartok attól, hogy egy túlzott nagy beruházás elveszi a térség varázsát. Ennek ellenére ez egy nagy lehetőség is, hiszen a kisebb fejlesztések végrehajtása is egyszerűsödik” (Szigetköz-Mosoni-sík Leader Egyesület). A megkérdezettek főleg olyan beruházásokat szeretnének, amelyek a téli időszakban is vonzóvá tennék a Szigetközt, ezzel csökkentve a szezonalitást. A fejlesztések szükségességében egyetértés tapasztalható a térségbeli szolgáltatók között, annak ellenére, hogy ezek több turistát vonzanának a térségbe, amitől pedig tartanak, és amely a térség hanyatlásához is vezethet. A helyi lakosok is megfogalmazták ezzel kapcsolatos aggályaikat. „A Felső ágrendszerben rendkívül zsúfolt a nyári szezon, a helyiek nem férnek hozzá a saját folyópartjukhoz. Ez több szemetet és zajterhelést is jelent. Megfogalmazódott az igény, hogy a lakosok nem több, hanem jobban koordinált turistákat szeretnének” (Szigetköz Natúrpark Egyesület). Négy interjúalany szerint szükség van a turisztikai régió határainak újragondolására is. „Egy tájegység lehetne a Szigetköz, a Csallóköz és a Duna által lehatárolt terület, ezáltal egyszerűbb lenne az élővilág és a tisztaság fenntartása is” (Szürkehód Bt.). Az erre irányuló törekvéseket az INTERREG-pályázatok sikeressége is alátámasztja. „Jó irányba haladnak a tárgyalások, a Csallóközzel együtt egy jelentős horgászturisztikai térséggé is válhatunk” (Szigetköz Natúrpark Egyesület).

A térség szolgáltatóit aggodalommal tölti el a nemrégiben elfogadott turisztikai stratégiák (Turizmus 2.0, Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia) tartalma is, amelyek kapcsán alulreprezentálnak vélik a régiót. Állításuk szerint őket nem keresték fel ezek kialakításakor, amelyet hiányosságnak vélnek. Bár a projektmenedzserek részt vettek a stratégiaalkotásban, ők sem mérték fel a helyi turisztikai szolgáltatók igényeit.

A szigetközi szolgáltatók törekednek a fenntarthatóságra a Szigetköz TDM vezetője szerint, hiszen „a régió a Danube Pearls tagja, amely sok olyan kötelezettséggel jár, ami előrelendíti a fenntarthatóságot a térségben”. A turisták részéről azonban ez már nem mondható el. „Értékelik, ha egy szállás természetközeli, azonban a vízen rosszul közlekednek, hangoskodnak, szemetelnek” (Orchidea Hotel).

A turisztikai ágak összekapcsolásában rejlő lehetőségeket ismerik a megkérdezettek, de három válaszó szerint nem lenne rá igény, hiszen „kicsi a szegmens, amely mindenre fogékony” (Szigetköz TDM). „Mi kínálunk csomagajánlatokat, de ha esik az eső, úgy egyiket sem tudják igénybe venni a vendégeink. Eső esetére is szükséges lenne programokat kínálni” (Orchidea Hotel).

A Szigetköz veszélyeinek egy része a természetközelségből eredeztethető, a szolgáltatók kiszámíthatatlannak találják a régió időjárását: „A 2024-es szezon három árvízből, nyolc hét szúnyoghelyzetből, és négy esős hétvégeből állt” (MAVITUSZ). A negatív események a turisták egy részét visszatartják, a bekövetkezésüktől kezdve hetekig alacsonyabb vendégszám tapasztalható.

A környezeti és egyéb külső veszélyek ellen fontos, hogy a vállalkozók reziliensek maradjanak. A szolgáltatók egybehangzóan szükségesnek ítélik a felkészülést egy esetleges vis maior helyzetre, azonban kiemelték, hogy ennek megvalósítása nehéz. Egy interjúalany rendelkezik csak válságtervvel, egy esetlegesen újra bekövetkező pandémia esetén a munkavállalóit „ki tudja menteni” egy másik vállalkozásába.

A 4. táblázat a kvalitatív interjúk során feltárt tapasztalatok alapján mutatja be a Szigetköz turizmusát érintő legfontosabb lehetőségeket és veszélyforrásokat.

4. táblázat: Lehetőségek és veszélyek a Szigetköz turizmusában a kvalitatív kutatás eredményei alapján

Lehetőségek	Veszélyek
- turisztikai koncepció létrehozása - tömegközlekedés fejlesztése - új turisztikai régió kialakítása - hálózatépítés, szálláshelyfejlesztés, közös arculat kialakítása - horgászturizmus erősödése	- elnagyolt beruházások - túlturizmus - alulreprezentált térség - klímaváltozás - forráshiány

Forrás: saját kutatás, 2025.

5. Következtetések

A kutatás alapkérdése, hogy a Szigetköz Tájvédelmi Körzet turisztikai szolgáltatói és szervezetei milyen fejlesztéseket tartanak szükségesnek a bakancsos, a kerékpáros és a vízi turizmust érintően. A primer kutatás eredményei rámutattak, hogy a szigetközi turisztikai szolgáltatók minőségi és mennyiségi fejlesztéseket tartanak elsődlegesnek, melyek során kiemelten kezelnék a kerékpáros és a vízi turizmus fenntartható és élményalapú fejlesztését. Az aktív turizmus népszerűsítése közös érdekként jelenik meg, a turisták mellett a helyi lakosok figyelmét is fel szeretnék hívni, hiszen a régió kiaknázatlan turisztikai potenciállal rendelkezik.

A primer kutatás keretein belül készített mélyinterjúk első szakasza az első („Melyek a szigetközi aktív turizmus erősségei és gyengeségei, milyen lehetőségek és veszélyek azonosíthatók a régióban?”) és a második („Kikkel, és milyen területeken nyitott együttműködési lehetőségekre nyitott a régió?”) kutatási alkérdésre fókuszált.

Az első kutatási alkérdés során a válaszadók rámutattak arra, hogy bár a régió jól teljesít aktív turisztikai szempontból és széles programkínálata nagy célcsoport lefedésére alkalmas, vannak fejlesztendő célterületek. Az infrastrukturális javaslatok a busz- és a vonatközlekedésre egyaránt kitérnek, a nem integrált szolgáltatói hálót is fejlesztendőnek tartják. Célzott fejlesztéseket szeretnének a szezonális elkerülése végett, ezzel elkerülve a túlturizmust. Az interjúalanyok kiemelték, hogy a környezeti változások nagy hatással vannak a térség turizmusára, amely a turistákat negatívan befolyásolja.

A második kutatási alkérdés során feltárássra került, hogy a megkérdezett szolgáltatók nem állnak kapcsolatban egy TDM-szervezettel és Tourinform irodával sem. A kapcsolatukban rejlő hibát az érdemi kommunikáció hiányában látják. Az együttműködési

lehetőségeket vizsgálva ismertetésre került, hogy a térségi turisztikai szervezetek és szolgáltatók közötti kommunikáció nem megfelelő, egyoldalú, így az hiányos és fejlesztésre szorul. A régió szereplőinek nyitottaknak kell lennie a közös munkára a hosszútávú és a fenntartható fejlődés érdekében. Ennek egyik lehetséges megoldása a jó gyakorlatok megosztása (Huszák, 2005).

Az ismertetett eredmények összhangban vannak Strack (2022) kutatási eredményeivel, miszerint hiányzik az együttes és a térségi szintű gondolkodásmód a Szigetközben. Kiemelendő, hogy a kutatás során feltárt különbségek a turizmust irányítók (projektmenedzserek) és a piaci szereplők (szolgáltatók) álláspontja között a konfliktushelyzetek potenciális forrásaként azonosíthatók.

A szinergiák erősítését célzó javaslatunk egy olyan helyi turisztikai érdekképviselői entitás létrehozása, amely képes hatékonyan ösztönözni a térségi turisztikai szolgáltatók közötti együttműködést. Javaslatunk célja a párbeszéd ösztönzése a mikro- és kisvállalkozások, továbbá a nagyvállalkozások és a hivatalos turisztikai szervezetek, önkormányzatok között, az érdekképviselő megfelelő működése és a marketingtevékenység egységesítése.

További javaslatunk egy, a helyi felsőoktatási intézménnyel történő szoros együttműködés kialakítása. Az egyetemi oktatók és hallgatók bevonása katalizátorként szolgálhat egy ötletgenerálási folyamat (brainstorming) keretében, amelynek fókuszában a turizmus szakos hallgatók által kidolgozott fejlesztési javaslatok állnak a Szigetköz aktív turizmusának vonatkozásában. Ezen folyamat során lehetőség nyílik számukra a kompetenciák megszerzésére a turisztikai termékfejlesztés terén, együttműködési modellek kidolgozására, valamint az aktív turisztikai élménylánc fenntartható, célcsoport-orientált fejlesztésére. A bemutatott javaslatok a szolgáltatásfejlesztéshez, a stratégiai tervezés hatékonyságának növeléséhez és a versenyképesség növekedéséhez járulhatnak hozzá, a proaktív együttműködés és a célzott érdekképviselő a helyi turisztikai ökoszisztémát erősíti.

A kutatást akadályozó tényezőként meg kell említeni, hogy az interjúalanyok között hat projektmenedzser és hat turisztikai szolgáltató volt, mivel az interjúk nagy része a főszezon, illetve a szigetközi árvíz idején zajlott, mely okok miatt alacsonyabb lett a minta elemszáma. Több szolgáltató bevonásával átfogóbb és megbízhatóbb eredmények gyűjtése válna lehetővé.

Jelen kutatás a szolgáltatói, a kínálati oldalról vizsgálta meg a Szigetközben rejlő lehetőségeket. A régió szolgáltatói nem mérik az érkező turisták utazási szokásait, és a helyi lakosok igényeinek felmérésére sem fordítanak kellő figyelmet. A lakosság és a turisták kvantitatív módszerrel való megkérdezésével képet kaphatunk a régióról alkotott véleményükről, a helyi turizmussal kapcsolatos elvárásaikról, a javaslataikról és bevonási lehetőségeikről, motivációjukról.

Irodalomjegyzék

- Bakogiannis, E., Vlastos, T., Athanasopoulos, K., Christodouloupoulou, G., Karolemeas, C., Kyriakidis, C., Noutsou, M. S., Papagerasimou-Klironomou, T., Siti, M., Stroumpou, I., Vassi, A., Tsigdinos, S. & Tzika, E. (2020). Development of a Cycle-Tourism Strategy in Greece Based on the Preferences of Potential Cycle-Tourists. *Sustainability*, 12: 2415. DOI: 10.3390/su12062415
- Bigoy, E. R., Jogno, J. J. G., Joson, E. J. S., Monterola, M. A., Santos, S. J. T. & Dellova, R. I. (2022). Bicycle as a New Tourism Trend and Transportation in the New Normal. *International Journal of Applied Research in Tourism and Hospitality*, 1(1): 57–72. DOI: 10.52352/jarthy.v1i1.807
- Bundság, É. Sz. & Huszár, S. (2022). Közösségérzet vizsgálata hazai kerékpározók körében. *Marketing & Menedzsment*, 56 (EMOK Különszám): 45–56. DOI: 10.15170/MM.2022.56.KSZ.01.04
- Butler, R., W. (2008). The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer / Le Géographe canadien*, 24 (1): 5–12. DOI: 10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x
- Ciascai, O. R., Dezsi, S. & Rus, K. A. (2022). Cycling Tourism: A Literature Review to Assess Implications, Multiple Impacts, Vulnerabilities, and Future Perspectives. *Sustainability*, 14: 8983. DOI: 10.3390/su14158983
- Csapó, J. & Darabos, F. (2011). A vízi turizmus fajtái. In: Veres L. (szerk.) *Turizmus és közlekedés*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem. <https://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turizmus%20%C3%A9s%20k%C3%B6zleked%C3%A9s/book.html#d6e2512/>
- Csapó, J., Savella, O. & Remenyik, B. (2011). Az aktív turizmus keresletének jellemzői. In: Michalkó, G. (szerk.). *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem. <https://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turisztikai%20term%C3%A9ktervez%C3%A9s%20%C3%A9s%20fejleszt%C3%A9s/book.html#d6e1528/>
- Fekete, D., Kézai, P. K. & Dömötör, M. (2023). Merre tovább a vízszintszabályozás után? – Gazdaságfejlesztési lehetőségek a Szigetközben. *Földrajzi Közlemények*, 147 (1): 24–39. DOI: 10.32643/fk.147.1.2
- Folgado-Fernández, J. A., Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J. M. & Campón-Cerro, A. M. (2019). Water Tourism: A New Strategy for the Sustainable Management of Water-Based Ecosystems and Landscapes in Extremadura (Spain). *Land*, 8 (2): 1–18. DOI: 10.3390/land8010002
- Husz, A. (2022). A kerékpáros turizmus keresleti oldalának vizsgálata a Szigetközben. In: Jászberényi, M., Boros, K., Miskolczi M. (szerk.) *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789634548041

- Huszák, L. (2005). EU-induzierter politischer Wandel in den neuen Mitgliedstaaten. In: Salim-Asl, C., Wrasse, E. Schuch, G. (Hrsg.) *Die Transformation nationaler Politik: Europäisierungsprozesse in Mitteleuropa*. Berlin: Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik, pp. 13–38.
- Jászberényi, M. (2019). *Vízi turizmus és közlekedés: termékek, trendek, regionalitás*. Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789634544067
- Jászberényi, M., Boros, K. & Miskolczi, M. (szerk.) (2022). *Vonzerőfejlesztés a kulturális és aktív turizmusban*. Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789634548041
- Kóródi, M., Mondok, A. & Sánta, Á. K. (2022). A térségi turizmusfejlesztés szervezeti- és fogyasztói piaci aspektusai az Alsó-Ipoly mentén. *Régiókutatás Szemle*, 7 (1): 8–19. DOI: 10.30716/RSZ/22/1/1
- Kovács E. & Kiss K. (2018). *Turisztikai trendek*. Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789634542315
- Lőrincz, K., Banász, Zs., Vizi, I. Gy. & Princzinger, P. (2020). Kerékpáros turizmus újragondolva – a kerékpáros túraútvonalak és -szolgáltatások iránti kereslet felmérése a Balaton kiemelt turisztikai fejlesztési térségben. *Turizmus Bulletin*, 20 (4): 4–14. DOI: 10.14267/TURBULL.2020v20n5.1
- Mártonné Máthé K. & Császár Zs. (2019). Valóban aktív a magyar lakosság? Aktív és ökoturisztikai keresletet és motivációt felmérő kutatás. *Turizmus Bulletin*, 19 (1): 45–57. DOI: 10.14267/TURBULL.2019v19n1.5
- Milojković, D., Nikolić, M. & Milojković, K. (2022). The Development Of Countryside Walking Tourism In The Time Of The Post-Covid Crisis. *Economics of Agriculture*, 70 (1): 131–144. <https://doi.org/10.59267/ekoPolj2301131M>
- Milojković, D., Nikolić, M. & Milojković, K. (2023). Walking tourism management based on tourists' needs for indoor and outdoor activities in the function of sustainable local economic development. *Review of Socio-Economic Perspectives*, 8 (2): 1–18. DOI: 10.19275/RSEP152
- Molnár, B., Munkácsy, A. & Jászberényi M. (2023). Budapest vizsgálata belföldi kerékpáros turisztikai desztinációként. *Turizmus Bulletin*, 23 (4): 5–14. DOI: 10.14267/TURBULL.2023v23n4.1
- Péter, E., Ilyés, N. & Ritecz, Gy. (2023). Az aktív- és ökoturizmusban rejlő lehetőségek és veszélyek földön, vízen és a felhőben. In: Michalkó, G., Németh, J. & Birkner, Z. (szerk.) *A biztonság szerepe a turisztikai termékfejlesztésben és -menedzsmentben*. Budapest: Bay Zoltán Alkalmazott Kutatási Közhasznú Nonprofit Kft., pp. 87–100. https://real.mtak.hu/172303/1/biztonsag_szerepe.pdf
- Strack, F. (2022). A Szigetköz turizmusának helyzete és lehetséges fejlesztési irányai. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 7 (4): 46–62. DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.04
- Yang, L., Wang, X., Sun, G. & Li, Y. (2020). Modeling the perception of walking environmental quality in a traffic-free tourist destination. *Journal of Travel & Tourism*, 37 (5): 608–623. DOI: 10.1080/10548408.2019.1598534

Zátori, A. (2018). *Élménymenedzsment a turizmusban*. Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789634542322

Online források

24.hu (2023). *Kalandtérkép segít a Szigetköz felfedezésében*.

<https://sokszinuvidek.24.hu/viragzo-videkunk/2023/07/25/szigetkozi-kalandterkep/>

Letöltve: 2024. 04. 27.

Aktív Magyarország (é. n.). *Szigetköz és Pannonhalma: a szigetvilág öröksége és világörökség „szigete”*.

<https://aktivmagyarorszag.hu/tajegysegek-kirandulasok/eszak-dunantol/szigetkoz-es-pannonhalma/> Letöltve: 2024. 03. 23.

AÖFK (2023a). *Nemzeti Aktív Turisztikai Stratégia 2030*. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ.

<https://aofk.hu/wp-content/uploads/2024/01/nemzeti-aktiv-turisztikai-strategia-2030-fin.pdf/> Letöltve: 2024. 02. 08.

AÖFK (2023b). *Nemzeti Kerékpáros Stratégia 2030*. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ. <https://aofk.hu/wp-content/uploads/2023/12/nemzeti-kerekparos-strategia-2030.pdf/> Letöltve: 2024. 02. 12.

AÖFK (2024). *Nemzeti Vízi Turisztikai Stratégia*. Aktív- és Ökoturisztikai Fejlesztési Központ.

<https://aofk.hu/wp-content/uploads/2024/07/nemzeti-viziturisztikai-strategia.pdf/>

Letöltve: 2024. 10. 08.

CBI (2022). *E-bikes and mobile apps. The European market potential for cycling tourism*. Centre for the Promotion of Imports.

<https://www.cbi.eu/market-information/tourism/cycling-tourism/market-potential/>

Letöltve: 2024. 03. 23.

EuroVelo.hu (é. n.). *Keresztül a Szigetközön*. <https://eurovelo.hu/ev6/daily-section/rajka-gyor/> Letöltve: 2024. 03. 23.

Fertő-Hanság Nemzeti Park (é. n.). *A Fertő-Hanság Nemzeti Park Igazgatóság Működési Területén Található Natura 2000 Területek Összefoglaló Adatai. Természetvédelmi Területek - Natura 2000 Hálózat*.

<https://www.ferto-hansag.hu/hu/termeszetvedelem/termeszetvedelmi-teruletek/natura-2000-halozat.html/> Letöltve: 2024. 03. 29.

KSH (2025). 27.1.1.20. *A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Budapesten és turisztikai térségként*. Központi Statisztikai Hivatal.

https://www.ksh.hu/stadat_files/tur/hu/turoo86.html/ Letöltve: 2025. 05. 02.

MTÜ (é. n.). *Győr-Pannonhalma turisztikai térség*. Magyar Turisztikai Ügynökség.

<https://mtu.gov.hu/cikkek/gy-r-pannonhalma-turisztikai-terseg-1924/>

Letöltve: 2024. 04. 02.

Magyar Vízitúra (2023). *Szigetközi-ágrendszer általános túraismertető*.

<https://www.magyar-vizitura.hu/szigetkozi-agrendszer-altalanos-turaismerteto/>

Letöltve: 2024. 04. 02.

UNWTO (2020). *Benefits of walking tourism, Walking Tourism -Promoting Regional Development- Executive Summary*. World Tourism Organization.
https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7980838/mod_resource/content/1/WALKING_TOURISM_OMT.pdf/ Letöltve: 2024. 04. 05.



A VEGYES PROFILÚ KISGAZDASÁGOK HATÁSA A BIODIVERZITÁSRA

¹Horeczki Barbara, ²Póla Péter, ³Horeczki Réka ✉

¹ Főiskolai hallgató, Eötvös József Főiskola, Baja; horeczkibarbara@gmail.com,

ORCID: 0009-0008-6623-9547

²Tudományos főmunkatárs, HUN-REN Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont,
Regionális Kutatások Intézete; pola.peter@krtk.hun-ren.hu,

ORCID: 0000-0003-3169-2874

³Tudományos főmunkatárs, HUN-REN Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont,
Regionális Kutatások Intézete; horeczki.reka@krtk.hun-ren.hu,

ORCID: 0000-0003-3131-681X

ABSZTRAKT

Tanulmányunkban a vegyes profilú kisgazdaságoknak a biológiai sokféleség növelésében játszott szerepét kísérjük figyelemmel területi szemlélet alapján, amely egyszerre kíván a hatékonysági, méltányossági és ökológiai követelményeknek is megfelelni. Ezen kisgazdaságok a nagy táblákra és monokultúrára, vagyis a mérethatékonyságra összpontosító mezőgazdasági gyakorlatok és birtokkoncentráció mellett megmutathatják, hogy az ökoszisztéma megújulása, a mezőgazdaságban működő regeneratív gondolkodás szélesebb körben való alkalmazása hozzájárulhat a környezeti állapot javításához. Ezen túl, a lokális jövedelemtermelés lehetőségének javításán keresztül a méltányossági szempontoknak való megfelelést, de akár a mentális egészség megőrzését is segíthetik a vidéki térségekben, továbbá elősegíthetik az adott település ellenállóképességének erősítését, a népesség megtartását is.

Kulcsszavak: állattenyésztés, biodiverzitás, helyi gazdaságfejlesztés, mezőgazdaság, vidékfejlesztés



Benyújtva: 2025. március 26.

Befogadva: 2025. június 4.

Publikálva: 2025. június 27.

THE IMPACT OF MIXED-PROFILE SMALLHOLDER FARMS ON BIODIVERSITY

¹Barbara Horeczki, ²Péter Póla, ³Réka Horeczki✉

¹College student, Eötvös József College of Baja, Hungary; horeczkibarbara@gmail.com,
ORCID: 0009-0008-6623-9547

²Senior research fellow, HUN-REN Centre for Economics and Regional Studies, Institute for Regional Studies, Hungary; pola.peter@krtk.hun-ren.hu, ORCID: 0000-0003-3169-2874

³Senior research fellow, HUN-REN Centre for Economics and Regional Studies, Institute for Regional Studies, Hungary; horeczki.reka@krtk.hun-ren.hu, ORCID: 0000-0003-3131-681X

ABSTRACT

This study analyzes, from a territorial perspective, the role of mixed-profile smallholdings in biodiversity enhancement that aim to meet efficiency, equity, and ecological requirements at the same time. These smallholdings can demonstrate alternatives to farming practices and land concentration that focus on large fields and monocultures in that ecosystem regeneration and the wider agricultural application of regenerative principles can help improve the state of the environment. In addition, by improving the potential of local income generation, they can support compliance with equity criteria as well as the maintenance of mental health in rural areas, also boosting the resilience of settlements and retaining their population.

Keywords: animal husbandry, biodiversity, local economic development, agriculture, rural development

Received: 26 March 2025

Accepted: 4 June 2025

Published: 27 June 2025

1. Bevezetés: a biodiverzitás jelentősége

A biodiverzitás az élőlények különböző fajainak, genetikai változatosságuknak és az ökoszisztémák sokféleségének összessége. Az Európai Unió Környezeti Ügynöksége által használt meghatározás szerint (EEA, 2020) a biodiverzitás (vagy biológiai sokféleség) az ökoszisztémák (természeti tőke), fajok és gének változatossága világszerte vagy egy bizonyos élőhelyen. A megfelelő szintű diverzitás nélkülözhetetlen a jóléthez és a jólléthez egyaránt, hiszen olyan szolgáltatásokat biztosít, amelyek a környezeti, a társadalmi és a gazdasági fenntarthatósághoz is szükségesek. A biodiverzitás kritikus fontosságú a különböző ökoszisztéma-szolgáltatások számára. Napjainkban a biodiverzitás folyamatos csökkenése jellemző, melynek háttérében a természetes élőhelyek visszaszorulása, az intenzív mezőgazdasági termelés térhódítása, a hagyományos (kisüzemi) mezőgazdasági módszerek visszaszorulása és egyre inkább a globális klímaváltozás áll. Ha értjük a biodiverzitás fontosságát, értjük azt is, hogy csökkenése miért jelent rendkívül súlyos és komplex problémát.

A biodiverzitás szerepe az éghajlatszabályozásban, árvízvédelemben, a talajok termékenységében is fontos szerepet játszik, emiatt az Európai Unióban már a 2000-es évek eleje óta cselekvési tervet és biodiverzitási stratégiát dolgoznak ki. A jelenleg érvényben lévő 2030-ig tartó időszakra kidolgozott stratégia a helyreállítást tűzte ki fő célként. Számos kötelezettségvállalást és célkitűzést tartalmaz, többek között a területhasználat változására (92/43 EKG Irányelv, 1992), a biológiai erőforrások túlzott kihasználására (2000/60 EK Irányelv, 2000), illetve az éghajlatváltozásra vonatkozóan. A biológiai sokféleség védelmének egyik kiemelt feladatáént jelölte meg az EU a 2030-ig tartó stratégiában a hanyatlást előidéző tényezők kiküszöbölését (EU Biodiverzitás Stratégia, 2020). A Világgaazdasági Fórum adatai alapján a globális GDP közel fele származik a természeti környezet és annak erőforrásainak felhasználásából; illetve a termelő ágazatok legnagyobb része kiemelten támaszkodik a környezeti tényezőkre – mezőgazdaság, élelmiszeripar, építőipar stb. (EU Biodiverzitás Stratégia, 2020). A legfrissebb statisztikai adatok alapján a naponta eltűnő fajok száma meghaladja a százat, ez pedig megfelelő gazdálkodási módokkal megelőzhető, illetve lassítható lenne. A vegyes profilú kisgazdaságok pozitív hatást gyakorolhatnak a környezetükre és az élővilágra, mivel egyfajta körforgásos szemléletben gazdálkodnak, az itt dolgozók munkakörnyezete és élettere is a természet maga.

Ahogy Ángyán (1995: 197.) fogalmaz, „a vidéki térség nem csupán a mezőgazdasági termelés színtere, hanem egyben biológiai és társadalmi élettér is”. A mezőgazdaság hatása a jövedelmezőségben, a népesség megtartó képességében és a környezeti fenntarthatóságban is észrevehető. A gazdasági fenntarthatóság új, innovatív útjai lehetőséget biztosíthatnak a környezet állapotának fenntartására és javítására. A környezet fenntartható használata a földi élet alapvető eleme, a biológiai sokféleség védelme hozzájárul egy helyi ökoszisztéma, egy adott térség, régió élővilágának megőrzéséhez. A vidéki térségekben fellelhető erőforrások feltárását és felhasználását a társadalmi kontextus is befolyásolja (erőforrások felhasználása vagy éppen elutasítása is

lehet konfliktusok forrása). Az alábbiakban elsősorban az állattenyésztéssel foglalkozó kisgazdaságok vizsgálatán keresztül mutatjuk be, hogy ez, a hagyományoshoz közelebb álló gazdálkodási forma hogyan képes támogatni a biodiverzitás megőrzését, s általában a kapcsolatot a biodiverzitás és a mezőgazdaság, vagy tágabb értelemben a vidékfejlesztés, a helyi gazdaságfejlesztés között.

2. A mezőgazdaság és vidékfejlesztés eltérő viszonyulása a biodiverzitáshoz

2.1. A multifunkciós mezőgazdaság

Az agrárgazdaság, illetve a vidék multifunkciós jellege jól megvilágítja az ágazati és a területi szemléletű fejlesztés közötti különbséget. A mezőgazdasági termelés sajátosságai, az agrárium statisztikai adatokon túlmutató társadalmi, gazdasági, politikai súlya, az agrárpolitika összetett célrendszere, több funkciója miatt az agrárgazdasággal szemben támasztott követelmények miatt egy *komplex vidékpolitika* jelenítheti meg eredményesen az ágazat multifunkcionális karakterét. A mezőgazdaság multifunkcionálissá válásáról jellemzően az agrárszakemberek, a vidék multifunkcionális jellegéről inkább a vidékfejlesztők beszélnek (Póla, 2019). Úgy véljük, a vidék tradicionális sokoldalúsága éppen a termelési funkció uralkodása miatt szorult háttérbe, most pedig – kényszerű – lehetőség mutatkozik ennek a komplexitásnak a visszaépítésére (Horeczki & Póla, 2022). E dilemma egyszerűen oldható azzal, ha különbséget teszünk a mezőgazdaság és a vidék funkciói között. A mezőgazdaság multifunkciós jellege is egyértelmű, de más jellegű funkciók teszik komplexszé, mint a vidéki teret, amelyben működik – bizonyos átfedések elkerülhetetlenek. A mezőgazdaság funkciói közé Gazdag (2009) szerint az alábbiak sorolhatók:

- biztonságos, egyenletes minőségű élelmiszerelőállítás belföldön,
- megfelelő exportáru alap biztosítása,
- a vidéki lakosság megélhetésének biztosítása,
- a termőföld minőségének és mennyiségének, a táj kultúrállapotának megőrzése.

Mindezeknek a funkcióinak akkor felelhet meg az ágazat, ha megfelelő tulajdonviszonyok, üzemi- és szervezeti struktúrák, méretek biztosítják a működés gazdasági hatékonyságát (Gazdag, 2009).

A rurális térségekre azonban nagymértékben hatnak olyan erők, amelyek törékeny társadalmi-gazdasági egyensúlyukat veszélyeztetik (Mezei, 2006). A gyengülő gazdasági teljesítmény nagyrészt a mezőgazdasági tevékenység csökkenéséhez köthető, ez a fiatalok elvándorlását, a népesség előregedését és fogyását eredményezi, mindez pedig a megfelelő életszínvonal megőrzéséhez nélkülözhetetlen szolgáltatások leépüléséhez vezet. Ezek a változások nem maradhattak komoly társadalmi és gazdasági következmények nélkül. Veszélybe kerültek vidéki értékek, az élő és épített környezet. Megbomlottak a kulturális és társadalmi értékeket őrző közösségek. Az elnéptelenedő települések képe előrevetítette a vidék társadalmának hanyatlását.

Ezzel együtt erősödni kezdtek azok a nézetek és mozgalmak, amelyek felismerték, hogy még ha indokolt is a mezőgazdasági termelés támogatása (egyebek mellett az említett termelési sajátosságok miatt), alig valószínű, hogy a vidéki területek társadalmi-gazdasági problémáira a mezőgazdaság támogatása jelenti a megoldást. A vidék nem mezőgazdasági tevékenységgel kapcsolatos funkciói éppen abból adódnak és élednek újjá, hogy a mezőgazdaság, kiváltképp a tisztán közgazdasági értelemben versenyképes nagyüzemi mezőgazdaság önmagában nem képes felvállalni a vidéki egyenlőtlenségek csökkentését, sőt adott esetben ennek növekedéséhez vezethet.

2.2. A multifunkciós rurális terek

A vidéki térségekben az egyik legfontosabb aktivitási terület a mezőgazdaság. A vidék azonban természeténél fogva multifunkcionális, vagyis a gazdaságnak a mezőgazdasági termelés mellett az ökológiai és társadalmi-kulturális funkciója is ismert és elismert. A vidék sokrétű adottságainak kihasználása nemcsak a mezőgazdaságból élők, nem is csak a vidéken élők, hanem az egész társadalom érdeke. Az előzőekből kitűnik, hogy a mezőgazdaságtól nehezen választhatók le a társadalom számára végzett természetvédelmi szolgáltatások sem (Sarudi, 2003). Ennek az a feltétele, hogy a társadalom az ágazat többletszolgáltatásait honorálja, ezért a gazdaságilag kevésbé hatékony kisgazdaságok sajátos és szigorú feltételekhez kötött és átlátható támogatása indokolható.

A vidéki térségek funkciói Buday-Sántha (2011) szerint az alábbiak:

- *Gazdasági (termelési) funkció:* piacképes, jövedelmező mezőgazdasági termelés (élelmiszer, ipari alapanyag) biztosítása, megfelelő jövedelem biztosítása a gazdálkodóknak, a termelékenység növelése, műszaki fejlesztés, innováció.
- *Ökológiai funkció,* amely magába foglalja: a természeti elemek védelmét (víz, föld, levegő); a vadon élő növény- és állatvilág védelmét; a biodiverzitás megőrzését, különös tekintettel a genetikai sokféleségre, az ökoszisztémák működésére; a táj kultúrállapotának fenntartását.
- *Társadalmi-kulturális funkció:* Megfelelő életszínvonal biztosításával a vidéki közösségek, a vidéken élők segítése annak érdekében, hogy értékeiket, lehetőségeiket felismerve maguk vegyék kézbe saját sorsuk irányítását. Készek és képesek legyenek a nemzeti, kulturális értékek, hagyományok megőrzésére.

Ezek alapján tovább gondolkodva is világos, hogy a biodiverzitás megőrzése érdekében a mezőgazdasági struktúra és a vidékfejlesztési politika is megújításra szorul. Az agrárium és a biodiverzitás között erőteljes a kapcsolat. Érinti a flóra és a fauna változatosságát, értelmezhető a talajdiverzitás fogalma is (a talaj mikroorganizmusainak sokfélesége alapvető szerepet játszik a talaj egészségének fenntartásában). Az ökoszisztémákban a különböző élőlények kölcsönhatásai és szerepeik segíthetnek abban, hogy egy gazdaság természetes védekezési rendszereket építsen ki. A biodiverzitást is szem előtt tartó gazdálkodás segít csökkenteni a termelés kockázatait.

2.3. Komplex vidékfejlesztés és a biodiverzitás

A komplex vidékfejlesztés olyan helyi (természeti) erőforrásokra is alapoz, amelyek nem csupán és nem is elsősorban a szűken vett agrártermeléshez kapcsolódnak. Említést érdemel a helyi turizmus és gasztronómia, a helyi termékek előállítása, a helyi piacok működtetésének biztosítása, akár a gyógynövénygyűjtés és -feldolgozás is. Az ökoturizmus különösen fontos a biodiverzitás szempontjából. Több kutatás is igazolja, hogy az emberek jobban szeretnek olyan helyen lenni, ahol magasabb szintű a biodiverzitás, és ahol javul a mentális és a fizikális egészség (Barton & Pretty, 2010; Gascoigne & Polsky, 2019). Azok a térségek, települések, amelyek természeti értékekben gazdagok, és magasabb fokú a biodiverzitás (pl. nemzeti parkok, tájvédelmi körzetek), a turizmus egyedi (szelíd) formáján keresztül is bevételekhez juthatnak. Az innovatív vidékfejlesztési módszerek megerősítették a falusi turizmus pozícióját (Spiegler et al., 2023), amely segítheti a kapcsolódó tevékenységek megerősödését. Az ökoturizmus támogatja a helyi közösségek sokoldalú aktivizálódását (szálláshely-szolgáltatás, hagyományőrzés, gasztrokultúra stb.). A turizmus képes külső jövedelmeket is helybe vonzani (Gonda et al., 2016), és még alacsony bevételtermelő képessége ellenére is jelentős szerepe lehet a helyi gazdaság szövetében, de ahogy erre Zsibók & Egyed (2024) is figyelmeztet, a turisztikai szektor csak a helyi gazdaság jövedelemtermelő képességével párhuzamosan tud fejlődni.

A helyi fejlesztési stratégiák kiemelt szerepet játszanak a vidéki térségek fenntartható fejlődésében, különösen a mezőgazdaság dominálta régiókban. E stratégiák célja, hogy ösztönözzék a gazdasági tevékenységek diverzifikációját, támogassák a helyi termelők versenyképességét, valamint elősegítsék a helyi erőforrások fenntartható hasznosítását. A mezőgazdaságban dolgozók számára ezek a stratégiák különösen döntő súlyúak, hiszen közvetlen hatással vannak a megélhetési lehetőségeikre, jövedelemtermelő képességükre és életminőségükre. Az intézkedések közé tartozhatnak az agrárdigitalizáció támogatása, a rövid ellátási láncok kialakítása, a helyi termékek piacra jutásának elősegítése, valamint az oktatási és képzési programok bevezetése, amelyek célja a termelők szakmai fejlődése. Fontos szem előtt tartani, hogy a helyi termékek fogyasztói körében a turisták egyre jelentősebb szegmenst képezzenek (Gonda et al., 2021; Kovács & Horeczki, 2023), így a már említett turisztikai ágazatot is tudják erősíteni a kistermelők a helyi élelmiszerek kínálatának növelésével. Mindezt igényes helyi piacok kialakításával, amelyre egyre több jó példát is találunk (Nezdei, 2016; Póla, 2016).

Ezek az aktivitásokon keresztül erősödhet a helyi tudás, a tudásmegosztás (pl. ökogazdálkodási ismeretek, módszerek). Ha tehát a biodiverzitás védelme érdekében ilyen komplex, lokális programokat indítunk és támogatunk, az a helyi erőforrásokat mobilizálja, segíti a helyi jövedelemtermelést (kiegészítést), rövidíti az ellátási láncokat, fokozza a helyi termékek, helyi élelmiszerek előállításának és értékesítésének lehetőségeit, aktivizálhatja a helyi közösségeket is. Az ilyen programok sikere szorosan összefügg a helyi közösségek együttműködésével, a helyi adottságokra építő fejlesztési elképzelésekkel, valamint az állami és önkormányzati támogatások hatékonyságával. A mezőgazdaságban dolgozók szemszögéből nézve a vidékfejlesztés nemcsak gazdasági kérdés (éppen ettől komplex),

hanem társadalmi és kulturális szempontból is meghatározó. Az ilyen stratégiák hosszú távon hozzájárulhatnak a vidéki térségek népességmegtartó képességének növeléséhez, a generációváltás elősegítéséhez, valamint a helyi közösségek identitásának megerősítéséhez.

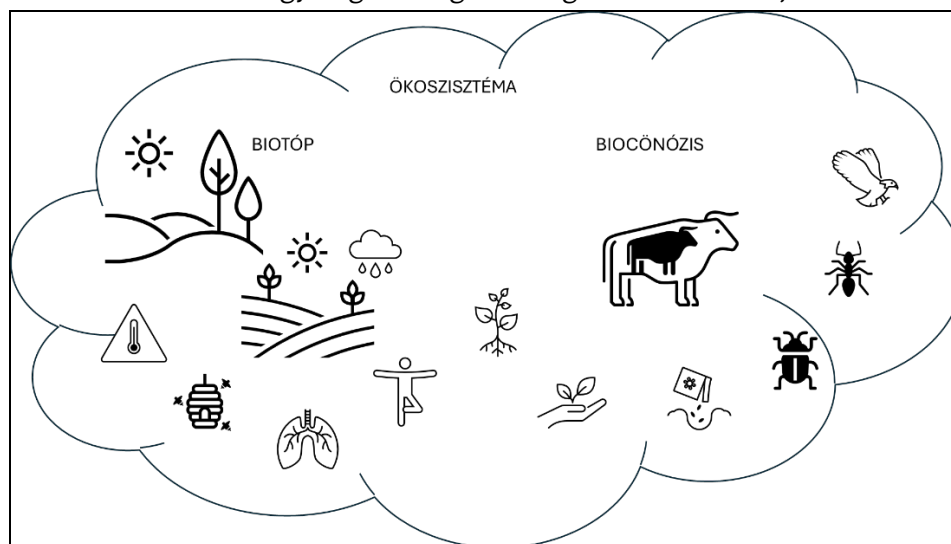
3. A biodiverzitást támogató kisüzemi mezőgazdaság

Rengeteg ismeretet szerezhethetünk a természetről, a természetközeli gazdálkodási formákról (Ángyán, 2010; Szabó-Zimmermann, 2016), azonban még mindig nem tanulunk a természettől, pazarló módon használjuk a Föld erőforrásait (Lennert et al., 2024; WWF, 2024). Az Európai Unióban és Magyarországon is ösztönözték az élelmiszer- és nyersanyagelőállítás növekedését, ennek érdekében a gépesítés megerősítését a szántóföldi kultúrákban, a műtrágya és gyomirtó szerek használatát (EB, 2017; KSH, 2020). Azonban érdemes figyelembe venni, hogy a mindenáron való növekedés a hozam- és árbevételcentralizált termelés egyik fő dilemmája. A költségek csökkentésében érdekelt vállalkozások a műtrágya drágulása miatt fokozottan ügyelnek az optimális felhasználásra, ami a nagyüzemi mezőgazdaság esetén is csökkenti a környezeti károkat. A környezet fenntartható használata a földi élet alapvető faktora, a biológiai sokféleség védelme hozzájárul egy adott ökoszisztéma, egy adott térség, régió élővilágának túléléséhez (NFFT, 2013).

A kisgazdaságok az újonnan kialakuló versenyfeltételekben általában alulmaradtak, jövedelmezőségük csökkent. A folyamatosan veszteséges gazdaságok bezárása együtt járt bizonyos falvak népességének elvesztésével, mivel a munkalehetőség irányába mozog a munkaerő. A szántóterületek koncentrálódása és a kisgazdaságok folyamatos csökkenése a környezeti károk növekedését eredményezte. Az egyik leginkább számottevő pusztulás a gazdaságok környezetében élő madárpopuláció számának drasztikus csökkenése (az EU-ban az elmúlt húsz évben ez 57%-os visszaszorulást eredményezett). Hasonlóan a táplálékforrásukhoz, a rovarokhoz (EBCC adatai alapján). A biodiverzitás csökkenése súlyos változásokat generálhat. A kisgazdaságok által sikerebben fenntartott biodiverzitás védi azt az ökoszisztémát, amelyet a legtöbb ember ma már csak képekről ismer. Egy legeltetésen alapuló, kislétszámú szarvasmarhát tartó gazdaságban változatos takarmánytermelésre van szükség (nemcsak az alapvető takarmánynövények kerülnek elvetésre, hanem zöldtakarmányok, zöldek is). A kisgazdaságok mellett sokkal könnyebben jutnak táplálékhoz a madarak; ezáltal a kártevők elleni védekezés egy részét át is vállalják (szúnyog-, és légygyérítés; elszaporodó rovarok, hullók irtása). Ezen felül kistestű emlősök és vadak is gyakori vendégei a kisgazdaságoknak (legelő- és vadászterületet is biztosítanak egyszerre). A húshasznú szarvasmarhatartás egyszerűbb tartási feltételeket igényel, így alacsonyabb termelési költségekkel lehet számolni, mint a tejtermelő gazdaságok esetén. A legelőre alapozott marhatartással a takarmányszükséglet nagy része fedezve van, akár kedvezőtlen (szántóterületre nem alkalmas) területen is művelhető (Szabó, 2005).

Egy extenzív szarvasmarhatartással foglalkozó kisgazdaság ökoszisztémája önálló, mégis nyílt rendszernek tekinthető. A gazdaságok biotópja, azaz élőhelye az általánosnak tekinthető négy fő elem köré szerveződik: klíma, talaj, víz és levegő (Buday-Sántha, 2006). Ezen tényezők abiotikus hatásait felhasználva teremtenek megfelelő környezetet a biocönózis számára. A 21. századra ezek a nem tőkésíthető elemek felértékelődtek, az emberi egészség egyik alapelemévé váltak. A növénytermesztéssel és állattenyésztéssel foglalkozó gazdaságok mindezen összetevőket együttesen kezelik, védik és használják. Az ökoszisztéma egyszerre foglalja magába a szarvasmarhákat és élőhelyüket, illetve az őket körülvevő növény- és állatvilágot (1. ábra). A megfelelő élőhely lehetőséget biztosít a beporzó rovarok, a vadvirágok, gombák, gyógynövények, a kis- és nagytestű madarak (fecske, veréb, gólya, varjú, vadkacsa, fakopáncs, cinege, rozsdafarkú, búbosbanka, seregély, szarka, héja, sas stb.), hüllők (kígyók, gyíkok) és emlősök (mezei pocok, vakond, nyúl, róka, őz) számára, hogy egyszerre táplálkozhassanak és táplálékként szolgáljanak, így kerülve a környezet állandó körforgásába.

1. ábra: Egy kisgazdaság lehetséges ökoszisztémája



Forrás: Horeczki (2024) alapján saját szerkesztés.

Egy ilyen rendszerben minden összefügg, a körkörös gazdaság egy kezdetleges modelljével találkozhatunk. A marhák téli szállása, legelőterülete, a karám cserjés-fás területe egyszerre szolgálja az élettér funkciót, megfelelő karbantartása biztosítja a megfelelő klímát. A túllegeltetés elkerülendő, szakaszos legeltetés alkalmazható, amellyel a növényzet a nyári időszakban sem tűnik el, a cserjés-fás területek biztosítják a nyári melegben az állatok számára az árnyékot, a fák gyökerei megkötik a domboldalakat, az állandó növénytakaró véd az eróziótól a mostani különösen szeszélyes időjárási körülmények között. A növényzet oxigénnel dúsítja a levegőt, megőrizve a gazdálkodók egészségét. A gazdaság ökoszisztémája félművi, mivel emberi beavatkozással működik, azonban megannyi növény- és állatfajnak biztosít életteret, a legeltetett szarvasmarhák kultúrállapotban tartják a környezetet, megóvják az elvadulástól (Alpár, 1995).

Az élővilágra a legnagyobb veszélyt az élőhelyek oly mértékű átalakulása jelenti, amely egyes fajok egyedszámának csökkenéséhez, elvándorlásához vagy teljes kipusztulásához is vezet. A hazai flórapusztulást igazolja, hogy az 1990-es évek előtti statisztikák alapján legalább 40 féle faj pusztult ki, az egy faj eltűnéséhez szükséges átlagos idő ötödére csökkent (Horváth, 1986). Ez az idő azóta csak csökkent, főként a vadon termő növények és bogarak, rovarok esetében (Buday-Sántha, 2006). A biológiai sokféleség megőrzése a szarvasmarhatartással megvalósulhat, mivel a legeltetés hozzájárul a természetes környezet diverzitásának fenntartásához és növeléséhez, valamint segít a talaj tápanyagforgalmának és szerkezetének javításában. Az állatok legeltetése meghatározó szerepet játszik a mezőgazdasági területek fenntartható kezelésében is. A szarvasmarhák elpusztítják a gyomnövényeket és az évelő bozótokat, a gondozatlan területeken így segítve megelőzni a tűzveszélyes időszakokban a vegetációtűz kialakulását. A marhák téli szállásán keletkező trágya a melléktermék, amely nitrogént, foszfort és káliumot, valamint számos nyomelemet tartalmaz, amelyek elengedhetetlenek a növények egészséges növekedéséhez és terméshozamához. Ennek köszönhetően a gazdálkodóknak kevesebb műtrágyát kell használniuk a termőföldek tápanyagellátásához, ami környezetbarát megoldás. Az extenzív szarvasmarhatartás által kikerült trágya továbbá hozzájárul a talaj vízháztartásának javításához is, segítve a talaj nedvességmegtartó képességét és csökkentve a talajerózió veszélyét. A kislétszámú (max. 50 egyedet tartó) gazdaságok ezen kívül számos állattjóléti szempontjából is kiemelt előnnyel rendelkeznek (NAK): a gazdálkodók általában figyelemmel kísérik a terület természetes állapotát, rendszeresen járnak a legelőn, tisztítják azt, hozzájárulnak a vegetáció változatosságához és gazdagabbá tételéhez. Az extenzív szarvasmarhatartás kis mérete miatt (50 számosállat alatti gazdaságok) nem túl intenzív terhelést jelent az ökoszisztémára, ezáltal segít fenntartani a biodiverzitást és elősegíti az ökoszisztéma egészségét. A gyepgazdálkodás fejlesztésével a legelőterületek egyszerre szolgálhatnak rétként, kaszálóként és élőhelyként. A termelékenység és hatékonyság érdekében ideiglenes legelők kialakításával abraknövények, szálas- és tömegtakarmánynövények is termesztethők, amely területeken a betakarítás és/vagy kaszálás után legeltetés valósulhat meg, rendben tartva az adott területet, így az esetleges gyomok ellen nincs szükség vegyszeres kezelésre (Horeczki (2024) által a Kadarkút és környékén végzett állattartókkal készített interjúk tapasztalatai alapján). A Közös Agrárpolitika 2023–2027 stratégiai terve számos szakpolitikai célt és ajánlást tartalmaz, amelyek a fenti gondolatokat is magukban foglalják: zöld jövőt, megújuló vidéket, generációs megújulást szolgáló célok. A terv számos ponton mégis inkább szolgálja a nagymennyiségű élelmiszerelőállítás, mint a kisgazdasági ökoszféra gazdagodását (Agrárminisztérium, 2021).

4. A kisgazdaságok lehetséges szerepe a vidéki stratégiákban

4.1. Tanulságok a kisgazdaságok működésével kapcsolatban

A családi gazdaságok olyan mezőgazdasági egységek, ahol a termelést a család tagjai irányítják és működtetik. Néha úgy tekinthetünk rá, mint egy öröklés útján átadott birtokra. Bár a családi gazdaság, mint kisbirtok, és a vállalati gazdálkodás, mint nagyüzemi agrárgazdaság között visszatérő a fogalmi és archetipikus megkülönböztetés, ez a fogalom nem írja le pontosan a gazdaságok tulajdonlásának valóságát. A családi gazdaságok sokféle formában működhetnek, a kisbirtokos gazdaságoktól az intenzív gazdálkodási gyakorlatok alapján működtetett nagyobb gazdaságokig. A különböző országokban a legtöbb gazdálkodó család a felelősség, az adózás és az üzleti élet szempontjából alakította ki mezőgazdasági vállalkozását. Nem tekinthetők családi gazdaságnak azok a gazdaságok, amelyeket kollektívaként, nem családi társaságként vagy más intézményesített formában működtetnek. A világ 570 millió gazdaságából legalább 500 milliót családok irányítanak, így a globális mezőgazdaságban a családi gazdaságok dominálnak (ENSZ, 2014). A globális fogalom a munkaerő, a vezetés, a méret, a családi megélhetés biztosítása, a lakóhely, a családi kötelek és a generációs szempontok, a közösség és a társadalmi hálózatok, a megélhetési orientáció, az örökség, a földtulajdon és a családi befektetés tényezőktől teszi országfüggővé a családi gazdaságokat. Magyarországon 2020-ban történt e gazdálkodási forma a jogi kereteinek tisztázása, mivel az Országgyűlés szerint: „a mezőgazdasági termelés gerincét a családi gazdaságokon alapuló termelési forma határozza meg” (CXXIII. tv., 2020). A törvény nem a klasszikus értelemben vett családi gazdaság fogalmát rögzítette, hanem az őstermelőként vagy egyéni vállalkozóként segítő családtaggal működő kisgazdaságokat és azon mezőgazdasági nagyvállalkozókat vegyítette, akik mezőgazdasági társaságként működnek. A törvény elsősorban a nyilvántartásra, az egyes követelményeknek való megfelelésre irányult, kevésbé rendezte e sokszínű gazdasági kör differenciáit.

A vegyes profilú gazdaságok nem csupán az élelmiszertermelésben játszanak kulcsszerepet, hanem az ökológiai lábnyom csökkentésében, a talajminőség megőrzésében, a biodiverzitás fenntartásában és a fenntartható mezőgazdasági gyakorlatok alkalmazásában is. Ezen túlmenően a családi gazdaságok támogatják a helyi gazdasági körforgást, hiszen bevételeik jelentős részét szintén a helyi közösségbe forgatják vissza. A vidéki térségek életképességének megőrzéséhez elengedhetetlen a gazdasági szereplők, különösen a kisgazdaságok megerősítése. A vegyes profilú családi gazdaságok fontos részét képezik egy-egy település ökológiai, gazdasági és társadalmi életterének. Ezen kisgazdaságok nagymértékben hozzájárulnak az ökoszisztéma megújulásához, és szerepet vállalnak a települések népességmegtartó képességében. Az ilyen gazdaságok tevékenysége szoros kapcsolatban áll a helyi közösségek mindennapi életével, nemcsak gazdasági, hanem társadalmi értelemben is, hiszen működésük révén megőrzik és tovább örökítik a hagyományos mezőgazdasági tudást és értékeket. A vegyes profilú kisgazdaságok mind növénytermesztéssel (szántóföldi, kertészeti, illetve rét- és

legelőgazdálkodás, gyümölcsészt), mind állattenyésztéssel (istállózó vagy extenzív) foglalkozhatnak.

4.2. Az állattenyésztés szerepének csökkenése a mezőgazdaságban

A vidék, vidéki lét egy életforma (Makkai, 2008), az a természeti környezet, ahol a harmóniára törekvés megjelenik (NVK, 2011). Magyarország döntő többsége tartozik a vidéki térségek közé, azaz mind tájképi jellegzetességeiben, mind településhálózati sajátosságaiban, mind kulturális értelemben döntő a vidékiség (Kovács, 1998). Gazdasági értelemben a mezőgazdaság, erdőgazdaság és a hozzájuk kapcsolódó egyéb ágazatok súlya jelentős ezeken a területeken. A mezőgazdaság a vidéki térségekben a rendszerváltás után is még mindig elsődleges fontosságú faktor, munkahelyet generál és részt vesz a környezeti fenntarthatóságban.

A mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat részesedése a magyarországi bruttó hozzáadott értékből 3,7%, a termelési volumen évről-évre növekvő tendenciát mutat; míg a GDP-ből való részesedés ciklikusan változik – 2009-ben hasonló részesedést mutatott. 2023-ra meghaladta a 4,3 ezer milliárd forintot a mezőgazdaság kibocsátása, amely azonban az árszínvonal csökkenésével járt együtt. Az agrárolló rendkívül érzékenyen reagál a válságokra, a ráfordítási index az elmúlt húsz évben folyamatosan növekedett, míg a termelői index vagy stagnált, vagy minimális mértékben emelkedett. Ezáltal a vidéki térségek jövedelemtermelő képessége egyre inkább gyengült. A nettó vállalkozói jövedelem változása a válságévekben 100% alatti értéket mutat, míg a gazdaságilag prosperáló időszakban meghaladja az előző évi 110%-át. Az ország urbanizálódásával, a motorizáció felgyorsulásával csökken a mezőgazdasági, megművelhető területek aránya.

Az elmúlt években fokozatosan csökkent az állattenyésztés volumene, márpedig a biodiverzitás megőrzését nehezíti, ha megbomlik az egyensúly a két ágazat (növénytermesztés és állattenyésztés) között. 2022–2023 viszonylatában 0,5%-kal, ezen belül a szarvasmarháé 10%-kal csökkent (KSH, 2024a). Ez többek között a kisgazdaságok eltűnésével, a generációváltás hiányával (Hamza, 2022) és az állati termékek, élőállatok árának változatlanságával (a húshasznú szarvasmarhaborjú eladási ára alig pár forinttal haladja meg a 2004-es szintet), a közös agrárpolitika nagygazdaságokat támogató döntéseivel (Hamza & Tóth, 2006; Wojciechowski, 2024) magyarázható. 2023-ra több mint 23.000-rel csökkent a szarvasmarhák száma az országban, ezen belül az anyatehén-állomány 15.000-rel csökkent. Jelenleg 862.000 szarvasmarhát tart közel 13.000 gazdaság. A koncentráció az állattenyésztésben is megfigyelhető; hasonlóan Magyarországhoz az Európai Unióban is csökken a tenyészetek, gazdaságok száma és növekszik az egy gazdaságban tartott állatok létszáma. Az EU-ban 2023 év végén 1,2%-kal, azaz 892.000-rel kevesebb szarvasmarhát tartanak számon az egy évvel korábbi adatokhoz képest (KSH, 2024b). Az ország birtokszerkezete erősen kétszintű – ez tekinthető egyfajta történelmi determinizmusnak; a gazdaságok közel 1%-a műveli a termőterületek 74%-át (Buday-Sántha, 2011); rendkívül magas azon kisgazdaságok száma, amelyek bár környezeti szempontból magas értéket képviselnek, gazdaságilag nem minden esetben fenntarthatóak (Ferencz,

2015). A családi gazdaságok emiatt vegyes profillal próbálnak túlélni; a vegyes termelési típus 2000-ben az egyéni gazdaságok 38,2%-át, 2010-ben az egyéni gazdaságok 28,8%-át jelentette (KSH, 2011), számottevő eltolódás a növénytermesztés irányába figyelhető meg. A gazdálkodási cél tekintetében elsősorban a saját fogyasztásra való termelés és az e feletti többlet értékesítése jellemző az egyéni vagy kislétszámú állatot is tartó családi gazdaságokra (KSH, 2024b).

4.3. A mezőgazdaság és a kisgazdaságok munkaerő-megtartásban játszott szerepe

Az Új Magyarország Vidékfejlesztési Programban (VÁTI, 2010) olvasható, hogy az ország fő középtávú fejlesztési célja (többek között) a versenyképes gazdaságok megteremtése (minden szektorban, így a mezőgazdaságban is), az élhető környezet biztosítása: a környezeti, táji és kulturális értékek megóvása és a megújuló társadalom. Ezen célok elérése a 2007–2013-as célrendszerben nem feltétlenül teljesült, így a vidéki térségek felzárkóztatására vonatkozóan a Kormány meghirdette a Magyar Falu Programot is, amelyben a települések 90%-a kedvezményezettként jelent meg, lefedve a közel hárommillió vidéki lakosságot (<https://magyarfaluprogram.hu/>). A vidéki térségekre vonatkozó programoknak amiatt is van létjogosultsága, mivel a mezőgazdasági vállalkozások, a gazdaságok száma növekedett. A működő mezőgazdasági vállalkozások számának alakulása annak ellenére növekvő, hogy a koncentráció folyamatos a szektorban. Egyszerre következik be a birtokkoncentráció és a vállalkozások számának növekedése, mivel a piaci szegmentáció és a magyar adózási politika miatt a nagyvállalatok szétdarabolják működési tevékenységeiket, ugyanakkor egyre több az egy hektár alatti területen gazdálkodó kisgazdaság, őstermelő is. Országos szinten a mezőgazdasági működő vállalkozások száma 2008 és 2016 között 23.081-ről 28.466-ra emelkedett.

A növekedés szinte a teljes ország területén megfigyelhető, a dél-dunántúli gazdaságok száma bár növekedett, az intenzitás mérsékelt volt. 2016–2020 között erőteljesebb növekedés tapasztalható mind az országos, mind a regionális adatokat figyelembe véve, ami egyrészt a vidékfejlesztési támogatások növekedésével, másrészt a jogi helyzet rendezésével magyarázható (Finta & Horeczki, 2023). Megfigyelhető, hogy 2020–2022 között közel 3500 működő vállalkozás tűnt el országos szinten, közel egyenletesen a teljes ország területéről. A dél-dunántúli régió esetében a három vármegye közötti eltérések az alábbi tendenciákban figyelhetők meg: Baranya vármegye stabilabb növekedési trendet mutatott 2013-tól 2019-ig, de a csökkenés mértéke viszonylag enyhe volt 2020 után. Somogy vármegye a legdinamikusabb növekedést mutatta a működő vállalkozások számát tekintve 2016-tól 2019-ig, és viszonylag magas csúcsot ért el 2019-ben, de szintén csökkent 2020 után. Tolna vármegye mindig a legalacsonyabb vállalkozásszámot mutatta a három vármegye közül, viszont a csökkenés itt volt a legmarkánsabb az elmúlt években. A 2020-tól kezdődő visszaesés a kisebb mezőgazdasági vállalkozások számára kedvezőtlenebb gazdasági és strukturális kihívásokra utal (termelői árak alacsonyan tartása, jövedelmezőség csökkenése, munkaerő elvesztése).

2020-ra vonatkozóan a gazdaságok összes száma 241.002 db, de ahogy a magas szórás is mutatja, vármegyei szinten nem egyenletesen oszlott el (1. táblázat). Az átlagos gazdaságszám egy megyére vonatkozóan 12.050, az országos átlagtól való eltérés nagyon magas (7518), ez jól mutatja a területi egyenetlenségeket. Ha időbeli változást is nézünk, akkor azt tapasztalhatjuk, hogy 2010-től kezdődően csökken az országban a gazdaságok száma, ezzel párhuzamosan a gazdaságok átlagos száma vármegyéenként, illetve az országos átlagtól való eltérés is folyamatosan csökkenő. Budapestet leszámítva az ország egész területén végbement egy erőteljes birtokkoncentráció. Ez abban mutatkozik meg, hogy a gazdaságok száma pl. Baranya megyében 12.802-ről (2010-ben) 8935-re csökkent. A szakirodalom a csökkenés két fő okát a földműveléssel és állattenyésztéssel felhagyók arányának növekedésével és a birtokkoncentrációval magyarázza (Kovács, 2018; Biró et al., 2004). Az elmúlt tíz évben közel egymillió fővel csökkent a gazdálkodók száma, amely 12%-os csökkenést jelent (1. táblázat). A koncentrálódás okait több tényezőnek tulajdonítható: a magyar társadalom, benne az agrártársadalom előregedő (Tagai & Lennert, 2023), a generációváltás jelentős problémákat okoz (Hamza, 2022), a mezőgazdaság digitalizációja és az ipari mezőgazdaság módszereinek elterjedése is egy fő ok (Biró, 2010), illetve a méretgazdaságossági és jövedelmezőségi problémák (Kovács & Udovecz, 2003). A régió mind a három megyéjében 10% feletti csökkenés tapasztalható, egyedül Baranya megyében 2013 és 2016 között volt növekvő a gazdálkodók száma, amely az új támogatási ciklus miatt megjelenő fiatal gazda és őstermelői pályázatoknak tudható be (Olajos, 2019). Másrésről a dél-dunántúli régiót különös mértékben sújtja az előregedés és a településeket a népességvesztés. A Balaton-parti településeket, valamint a Pécs és Kaposvár környéki falvakat leszámítva a népesség folyamatosan csökkenő, az elmúlt évek népszámlálási adatai alapján több mint 10%-os fogyatkozás a dinamikai trend (Tagai & Lennert, 2023).

1. táblázat: A gazdaságok számának alakulása megyénkénti bontásban 2010–2020 között

Vármegye	2010	2013	2016	2020	2010–2020 közötti átlagos változás
Budapest	1 157	1 841	1 157	2 157	+0,36
Pest	24 886	23 041	17 312	16 081	-0,13
Fejér	12 329	10 909	9 671	8 473	-0,12
Komárom-Esztergom	5 815	5 322	4 918	4 207	-0,10
Veszprém	10 818	8 792	7 873	8 290	-0,08
Győr-Moson-Sopron	10 785	9 394	8 667	8 076	-0,09
Vas	9 730	7 653	7 243	6 559	-0,12
Zala	13 329	10 693	9 699	8 793	-0,13
Baranya	12 802	10 020	10 479	8 935	-0,11
Somogy	16 585	13 594	12 732	10 567	-0,14
Tolna	13 303	11 503	11 056	8 772	-0,13
Borsod-Abaúj-Zemplén	23 830	19 122	17 648	14 241	-0,16

Heves	11 744	9 251	9 512	7 761	-0,12
Nógrád	5 054	4 350	4 409	4 194	-0,06
Hajdú-Bihar	31 003	27 076	26 055	21 349	-0,11
Jász-Nagykun-Szolnok	17 932	14 045	13 724	11 435	-0,14
Szabolcs-Szatmár-Bereg	40 077	34 373	28 988	30 163	-0,09
Bács-Kiskun	37 780	32 854	31 488	27 947	-0,09
Békés	27 843	23 210	22 477	16 636	-0,15
Csongrád-Csanád	23 880	19 973	18 851	16 366	-0,12
Összesen	350 682	297 017	273 959	241 002	-0,12
Átlag	17 534	14 851	13 698	12 050	-0,09
Szórás	10 692	9 250	8 350	7 518	0,11

Forrás: Agrárcenzus (2010, 2013, 2016, 2020) vonatkozó adatsorai.

A gazdaságok különböző formában működhetnek: magánszemély vagy jogi személy által vezetve. A mezőgazdasági működő vállalkozások a teljes gazdaságszám közel tizedét jelentik. A mezőgazdasági vállalkozások aránya a teljes működő vállalkozók között 3–4% között ingadozott az elmúlt közel húsz évben. A vármegyei értékek tekintetében kiugróan magas Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye aránya, főként 2014-től kezdődően. A többi vármegye aránya – Budapest és Pest vármegye kivételével – 3–6% között mozog. 2022-re a mezőgazdasági vállalkozások aránya 2,94%-ra csökkent, míg a vállalkozások száma 29.627 db-ra. Dél-Dunántúl három NUTS3 egysége közül Baranya vármegyében a legalacsonyabb a mezőgazdasági vállalkozások aránya, átlagosan fele a Somogy vármegyeinek, míg abszolút értékekben nem mutatkozik jelentős különbség a megyék között.

A gazdaságok számának csökkenésével az egy kézben koncentrálódó földterületek nagysága minden művelési ágban növekedett. A szántóterületek egy gazdaságban használt nagysága 2010-ben 18 hektár, míg 2020-ban megközelítette a 26 hektárt, hasonló aránynövekedést mutat a mezőgazdasági termőterület és a használt termőterület növekedése is.

A mezőgazdasági termelők sűrűsége is értékes adalék az országos egyenetlenségek vizsgálatakor. A mezőgazdasági sűrűség a következők szerint meghatározható: sűrűség = mezőgazdasági vállalkozások száma / megművelt terület nagysága. Ezáltal a megyék méretbeli különbségei kiszűrésre kerülnek, pontosabb képet adva arról, hogy hány vállalkozás között oszlik meg az adott megyében a mezőgazdasági tevékenység. Ez amiatt fontos, mert például Bács-Kiskun vármegye területe a legnagyobb és egyben mezőgazdasági szempontból is fontos terület, így összeségében érthető, hogy ott a vállalkozások száma is magasabb. Míg Somogy vármegye területe kisebb, így a vállalkozások száma ott érthető módon alacsonyabb. Így az egyszerű vállalkozások száma érték torzító lehet. A vállalkozások sűrűsége Békés vármegyében a legmagasabb 2020-ra vonatkozóan: 0,25, Bács-Kiskun vármegyében: 0,18. A harmadik helyen Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye áll 0,11-es értékkel. A dél-dunántúli régió vármegyéi erőteljes szóródást mutatnak: a vármegyék sorrendjében ötödik Somogy (0,08), nyolcadik Baranya (0,06) holtversenyben Pest és Győr-Moson-Sopron vármegyével, Tolna a 17. a sorban (0,02).

5. Összegzés

A vidék sokrétű adottságainak kihasználása nemcsak a mezőgazdaságból élők, és nem is csak a vidéken élők, hanem az egész társadalom érdeke. Az agrárgazdaságok – a kislétszámúak is – kiemelt szerepet játszanak a vidékfejlesztésben, a vidéki munkaerő megtartásában. A vidéki élet előnyeként kell megjeleníteni a mezőgazdasági tevékenységet, a növénytermesztést és az állattartást azonos súllyal (a hagyományos vidéki élet hozzátartozó egységei a háztáji és a nagyobb állatok, a munkagépek és a falusi emberek). Az évek során egyre inkább felértékelődnek a saját termelésű és feldolgozású termékek (az ételallergiák, egészséges élet velejárójaként, illetve a falusi ökoszisztéma fenntarthatóvá tétele miatt), ezen gazdaságok környezetre gyakorolt hatását valamilyen mértékben számszerűsíteni és értékelni kellene. Ezáltal talán újra vonzó alternatívát tudna nyújtani a vidék a fiatalabb generációnak, nemcsak lakóhely, hanem munkalehetőség, önálló vállalkozás indítása által is. A családi gazdaságok helyben működnek (a lakóhelytől max. 20 km-es távolságban találhatóak a telepek, legelőterületek), a helyi közösséget segítik, a települési bioszférát gazdagítják. A helyi termelők általában helyben szerzik be a szemes és szálas takarmányt (amelyet saját maguk nem tudnak előállítani), így a szállítási és logisztikai költségek is alacsonyabbak. Ez csökkenti a káros anyagok kibocsátását és hozzájárul a környezetszennyezés csökkentéséhez. Emellett a helyi gazdaságok elősegítik a fenntartható fejlődést többek között önfenntartó közösségek kialakulásával. Ezen gazdaságok gyakran hagyományos technikákat (alternáló kaszálás, szakaszos legeltetés, cserjés és fás területek megőrzése) és mesterségeket (ismerik, mely növényeket érdemes telepíteni a karámok köré, amelyek távol tartják a legyeket, kártevőket, amelyek jótékony hatással vannak a kérődzők emésztésére stb.) is ápolnak, amelyek hozzájárulnak a kulturális örökség megőrzéséhez és az identitás erősítéséhez.

Mindent egybevetve a kisgazdaságok haszna az alábbiakban foglalható össze: biodiverzitás, tolerancia más állat- és növényfajok iránt adekvát élettér biztosításával, a fiatalabb generáció számára döntési alternatíva bemutatása, csökkentik a gazdasági függőséget. Sarkalatos pont tehát támogatni és elősegíteni ezeknek a gazdasági szereplőknek a fejlődését, hogy hozzájáruljanak a természetvédelmi-környezetstabilitási funkciókhoz és az egészséges életmód terjesztéséhez közvetlen környezetükben, és a jó példát átadva vármegyei vagy országos szinten is. A helyi gazdaságfejlesztésnek méltányossági, hatékonysági és ökológiai dimenziói vannak. Ha valamelyik dimenzió tartósan és súlyosan sérül, az egész rendszer működése, a fejlesztési folyamat egésze kerül veszélybe. Helye kell, hogy legyen a komplex helyi fejlesztési stratégiákban a versenyképes nagyüzemnek is, de ha a biodiverzitást, az ökológiai egyensúlyt fenn akarjuk tartani, és a gazdasági hatékonyság mellett a méltányossági szempontokra is figyelemmel akarunk lenni, akkor komplex helyi gazdaságfejlesztésben kell gondolkodni, amiben térségi szemlélet érvényesül. Ebben pedig a kisebb, családi gazdaságoknak is helye van, mint bemutattuk, nemcsak ökológiai megfontolások, de társadalmi szempontok miatt is. A kicsi szép, mondja E. Schumacher. A nagy meg hatékony, kontráznak a közgazdászok. Ha csak

a hatékony nagyban gondolkodunk, annak hosszabb távon súlyos következményei lehetnek. Mintha már látszanának is ezek.

A kutatás további lépéseiben a szerzők vizsgálni kívánják az állattartó gazdaságok okozta ökológiai és tájszerkezeti változásokat, mindazon alkalmazkodási stratégiákat, amelyeket egyéni gondolkodás vagy éppen az új gazdálkodási módszerek (precíziós és ökogazdálkodás, mesterséges intelligencia által támogatott módszerek) megjelenése hívott életre. A Közös Agrárpolitika átalakuló támogatási rendszere és az agrárpiaci környezet változása is mind-mind új vizsgálati alapot jelent a további évekre vonatkozóan.

Irodalomjegyzék

- Alpár, Gy. (1995). Környezetet fenntartó okszerű gazdálkodás – legeltetési állattartással. In: Kovács T. (szerk.) *III. Falukonferencia – A mezőgazdaságtól a vidékfejlesztésig*. Pécs: MTA Regionális Kutatások Központja, pp. 272–276.
- Ángyán, J. (1995). A fenntartható fejlődés és a környezetbarát rendszerváltás a mezőgazdaságban. In: Kovács Teréz (szerk.) *III. Falukonferencia – A mezőgazdaságtól a vidékfejlesztésig*. Pécs: MTA Regionális Kutatások Központja, pp. 197–205.
- Ángyán, J. (2010). Agrártáj- és környezetgazdálkodás. In: Szalkay, Cs. & Penksza, K. (szerk.) *Természetvédelmi, környezetvédelmi és tájökölógiai terepi gyakorlatok*. Budapest: Műszaki Könyvkiadó, pp. 14–17.
- Barton, J. & Pretty, J. (2010). What is the best dose of nature and green exercise for improving mental health? A multi-study analysis. *Environmental Science & Technology*, 44 (10): 3947–3955. DOI: 10.1021/es903183r
- Biró, Sz. (2010). *A hazai birtokpolitika a közvetlen támogatási rendszer keretei között*. Budapest: Agrárkutató Intézet. <https://core.ac.uk/download/pdf/147417085.pdf>
- Biró, Sz., Dorgai, L., Dömsödi, J., Fenyő, Gy., Hamza, E., Hőna, E., Kovács, H., Kovács, M., Márkus, B., Miskó, K., Osskó, A., Riegler, P., Romány, P., Szabó, Gy., Székely, E., Szűcs, I., Tóth, E., Varga, P. & Vincze, L. (2004). *A magyarországi birtokstruktúra, a birtokrendezési stratégia megalapozása*. Agrárgazdasági Tanulmányok 6. Budapest: Agrárgazdasági Kutató Intézet.
- Buday-Sántha, A. (2006). *Környezetgazdálkodás*. Budapest–Pécs: Dialóg Campus Kiadó.
- Buday-Sántha, A. (2011). *Agrárpolitika - vidékpolitika*. Budapest: Studia Regionum Saldo.
- Ferencz, Á. (2015). A kisgazdaságok jövedelemtermelő képességének lehetőségei. *Economica*, 8 (4/2): 124–128. DOI: 10.47282/ECONOMICA/2015/8/4/2/4596
- Finta, I. & Horeczki, R. (2023). Vidékfejlesztési programok jellegzetességei a periférikus térségekben. *Tér és Társadalom*, 37 (3): 53–76. DOI: 10.17649/TET.37.3.3504
- Gascoigne, W. R. & Polsky, C. (2019). The influence of green space and biodiversity on human health and wellbeing. *Ecological Economics*, 159: 105–113.
- Gazdag, L. (2009). *Magyarország útvesztése – a rendszerváltás közgazdaságtana*. Budapest: Mundus.
- Gonda, T., Angler, K. & Csóka, L. (2021). A helyi termékek turizmusban betöltött szerepe. *Marketing és Menedzsment*, 55 (4): 39–49. DOI: 10.15170/MM.2021.55.04.04

- Gonda, T., Raffay, Z. & Spiegler, P. (2016): Az ökoturizmus fejlesztési lehetőségei és irányai a Dél-Dunántúli Ökoturisztikai Klaszter eredményei tükrében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 1 (1): 59–66.
<https://journals.lib.pte.hu/index.php/tvt/article/view/4283/3984/>
- Hamza, E. (2022). A generációváltás akadályai és ösztönzői a magyar mezőgazdaságban. *Gazdálkodás*, 66 (1): 3–27. DOI: 10.53079/GAZDALKODAS.66.1.t.pp_3-27
- Hamza, E. & Tóth, E. (2006). Az egyéni gazdaságok eltartó-képessége, megélhetésben betöltött szerepe. Agrárgazdasági Tanulmányok 2. Budapest: Agrárgazdasági Kutató Intézet. http://repo.aki.gov.hu/2915/1/at_2006_02.pdf/
- Horeczki B. (2024). A vegyes profilú kisgazdaságok szerepe a helyi gazdaságfejlesztésben. Szakdolgozat. Baja: Eötvös József Főiskola.
- Horeczki, R. & Póla, P. (2022). „A helyes természeti erőforrásgazdálkodás lehetőségei - Gazdasági fejlődés és környezeti haszon” panelbeszélgetés konzekvenciái. In: Horeczki, R. & Szabó, T. (szerk.) *A vidéki Magyarország a pandémia korában: IX. Falukonferencia*. Pécs: KRTK Regionális Kutatások Intézete, pp. 177–180.
- Horváth, E. (1986). *A környezet állapota és védelme*. Budapest: KSH.
- Kovács, I. (2018). Földhasználat és földtulajdon-szerkezet. In: Kolosi, T. & Tóth, I. Gy. (szerk.) *Társadalmi Riport 2018*. Budapest: Társadalmi Kutatási Intézet Zrt; TÁRKI, pp. 248–263. DOI: 10.61501/TRIP.2018.14
- Kovács, D. & Horeczki, R. (2023). Új jelenségek a baranyai gasztronómiában, születőben a Mecsek-Völgyesség-Hegyhát gasztrotársaság? *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 8 (3): pp. 54–69. DOI: 10.15170/TVT.2023.08.03.04
- Kovács, G. & Udovecz, G. (2003). A mezőgazdasági vállalkozások jövedelmezősége az Európai Unióban és Magyarországon. *Gazdálkodás*, 47 (3): 1–16.
<https://ageconsearch.umn.edu/record/225661?v=pdf/>
- Kovács, T. (1998). Mi tekinthető vidékinek? *Gazdálkodás*, 42 (5): 39–48.
- Lennert, J., Koós, B., Bálint, Cs., Hamza, E., Király, G., Kovács, K., Rácz, K. & Váradi, M. M. (2024). A klímasérülékenység tényezői és különbségei a hazai kertészeti és szőlészeti ágazatban. *Tér és Társadalom*, 38 (4): 9–32. DOI: 10.17649/TET.38.4.3595
- Makkai, G. (2008). *Vidékfejlesztés*. Marosvásárhely: Mentor Kiadó.
- Mezei C. (2006). A helyi gazdaságfejlesztés fogalmi meghatározása. *Tér és Társadalom*, 20 (4): 85–96. DOI: 10.17649/TET.20.4.1079
- Nezdei, Cs. (2016). A helyi termelői piacok háttere a 2014-2020 közötti terület- és vidékfejlesztésben, különös tekintettel a Balaton térségére. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 1 (1): 46–58.
<https://journals.lib.pte.hu/index.php/tvt/article/view/4286/>
- NVK (2011). *Nemzeti Vidékfejlesztési Konceptió 2020 II. Agrár-, élelmiszer-, környezet- és vidékstratégiai alapvetések*. Budapest: Vidékfejlesztési Minisztérium.
https://www.obtt.hu/sites/default/files/uploads/nvs_konceptioi_alapvetesek_vitaanyag_20110408.pdf/

- Olajos, I. (2019). A fiatal gazda tematikus alprogram, mint a támogatási rendszer kiemelt eszköze. *Publicationes Universitatis Miskolcensis Sectio Juridica et Politica*, 37 (2): 395–415.
https://www.matarka.hu/koz/ISSN_0866-6032/tomus_37_no_2_2019/ISSN_0866-6032_tomus_37_no_2_2019_395-415.pdf/
- Póla, P. (2019). *Helyi erőforrásokra alapozó vidékfejlesztés Magyarországon*. Kézirat.
- Póla, P. (2016). Helyi piacok és a vidéki turizmus fejlesztése. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 1 (1): 4–18. <https://journals.lib.pte.hu/index.php/tvt/article/view/4287/>
- Sarudi, Cs. (2003). *Térség- és vidékfejlesztés – a magyar térgazdaság és az Európai Unió*. Kaposvár: Agroinform Kiadó.
- Spiegler, P., Nagy, D. & Egyed, I. (2023). Opportunities for the touristic utilization of heritage values in Baranya county along the croatian-hungarian border. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 8 (3): 99–117. DOI: 10.15170/TVT.2023.08.03.07
- Szabó, F. (2005). *Húsmarhatenyésztés*. Budapest: Mezőgazda Lap- És Könyvkiadó Kft.
- Szabó, G. & Zimmermann, Z. (2016). Balaton-felvidék (Badacsonytördemic, Balatoncsicsó) szarvasmarha-legelőinek természetvédelmi és a fajok relatív ökológiai szerinti értékelése. *Gyepgazdálkodási Közlemények*, 14 (1): 43–48.
DOI: 10.55725/gygk/2016/14/1/9690
- Tagai, G. & Lennert, J. (2023). A magyarországi demográfiai válság nyomában – a népességfogyás aktuális kérdései szélesebb kitekintésben. In: Koós, B. (szerk.) *Területi folyamatok Magyarországon 2021-2023*. Budapest: HUN-REN Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, pp. 12–40.
- Zsibók, Zs. & Egyed, I. (2024). Az alapozó gazdaság, mint kitörési pont a periférián: helyzetkép Baranya vármegye turisztikai ágazatáról. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 9 (3): 28–49. DOI: 10.15170/TVT.2024.09.03.02

Online források

- 2000/60 EK Irányelv (2000). Az Európai Parlament és a Tanács 2000/60/EK irányelve (2000. október 23.) a vízpolitika terén a közösségi fellépés kereteinek meghatározásáról.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=celex%3A32000L0060/> Letöltve: 2024. 06. 30.
- 92/43 EKG Irányelv (1992). A Tanács 92/43/EKG Irányelve (1992. május 21.) a természetes élőhelyek, valamint a vadon élő állatok és növények védelméről.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:01992L0043-20070101&from=BG/> Letöltve: 2024. 06. 30.
- CXXIII. tv. (2020). 2020. évi CXXIII. törvény a családi gazdaságokról.
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a2000123.tv/> Letöltve: 2024. 10. 07.

- Agrárcenzus (2010, 2013, 2016, 2020). Agrárcenzusok. Központi Statisztikai Hivatal.
https://www.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xtabla/amo_2010/
https://www.ksh.hu/agrarcentzusok_gszo_2013/
https://www.ksh.hu/agrarcentzusok_agrarium_2016/
https://www.ksh.hu/agrarcentzusok_agrarium_2020/ Letöltve: 2024. 08. 08.
- Agrárminisztérium (2021). Magyarország KAP stratégiai terve, 2023-2027.
<https://kormany.hu/dokumentumtar/magyarorszag-kap-strategiai-terve-2023-2027/>
Letöltve: 2024. 05. 08.
- EB (2017). Az Európai Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának. Az élelmiszer-ágazat és a mezőgazdaság jövője.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=CELEX%3A52017DC0713/> Letöltve: 2024. 05. 11.
- EBCC. European Bird Census Council. <https://www.ebcc.info/> Letöltve: 2024. 03. 10.
- EEA (2020). European Environment Agency. Biodiverzitás – Ökoszisztémák.
<https://www.eea.europa.eu/hu/themes/biodiversity/intro/> Letöltve: 2023. 03. 03.
- ENSZ=Egyesült Nemzetek Szervezete (2014). Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság véleménye. Földszerzés – figyelmeztetés Európának és közelgő veszély a családi gazdaságokra.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A52014IE0926>
Letöltve: 2024. 10. 07.
- EU Biodiverzitás Stratégia (2020). Az EU 2030-ig tartó időszakra szóló biodiverzitási stratégiája. <https://www.consilium.europa.eu/hu/policies/biodiversity/> Letöltve: 2024. 08. 20.
- KSH (2011). Gazdaságok megoszlása termelési típus szerint. Központi Statisztikai Hivatal.
https://www.ksh.hu/pls/ksh/docs/hun/xtabla/amo/tablamo10_03.html/
Letöltve: 2024. 05. 01.
- KSH (2020). 19.1.1.40. Értékesített műtrágya mennyisége hatóanyagban. Központi Statisztikai Hivatal https://www.ksh.hu/stadat_files/mez/hu/mez0041.html/ Letöltve: 2025. 05. 28.
- KSH (2024a). Helyzetkép, 2023 – Mezőgazdaság. Központi Statisztikai Hivatal <https://ksh.hu/s/helyzetkep-2023/#/kiadvany/mezogazdasag/> Letöltve: 2024. 05. 10.
- KSH (2024b). Állatállomány, 2023. december 1. Központi Statisztikai Hivatal <https://www.ksh.hu/s/kiadvanyok/allatallomany-2023-december-1/index.html> Letöltve: 2024. 05. 10.
- Magyar Falu Program. <https://magyarfaluprogram.hu/> Letöltve: 2024. 04. 28.
- NAK. Jelentések és jogszabályok. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara.
<https://www.nak.hu/tajekoztatasi-szolgaltatas/jogszabalyok/> Letöltve: 2024. 04. 28.

NFFT (2013). *Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégia*. Nemzeti Fenntartható Fejlődési Tanács.

<https://eionet.kormany.hu/akadalymentes/download/1/26/71000/NFFT-HUN-web.pdf/>

Letöltve: 2024. 03. 07.

VÁTI (2010): Új Magyarország Vidékfejlesztési Program.

<https://web.archive.org/web/20100806094215/http://www.vati.hu/>

Letöltve: 2024. 05. 07.

Wojciechowski, J. (2024). *Message to EU CAP Network conference ‘EIP-AGRI Operational Groups: Innovation in practice*.

https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH_24_2163/

Letöltve: 2024. 05. 07.

WWF (2024). Idén még korábban jött el a magyarországi túlfogyasztás napja. World Wide Fund for Nature

<https://wwf.hu/iden-meg-korabban-jott-el-a-magyarorszagi-tulfogyasztas-napja/>

Letöltve: 2025. 05. 28.



A VADHÚS HELYE A HAZAI GASZTRONÓMIÁBAN ÉS OKTATÁSBAN: INTERDISZCIPLINÁRIS ELEMZÉS A KERESLET, KÍNÁLAT ÉS TUDÁSTRANSZFER METSZÉSPONTJÁBAN

¹Nagy Zoltán, ²Bujdosó Zoltán ✉, ³Kovács Gyöngyi

¹Mesteroktató, Eszterházy Károly Katolikus Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar,
Gazdaságtudományi Intézet; nagy.zoltan2@uni-eszterhazy.hu,

ORCID: 0009-0009-6245-1863

²Egyetemi tanár, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campus, Vidékfejlesztés és
Fenntartható Gazdaság Intézet; bujdoso.zoltan@uni-mate.hu

ORCID: 0000-0002-5023-074X

³Egyetemi docens, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem Károly Róbert Campus, Vidékfejlesztés
és Fenntartható Gazdaság Intézet; kovacs.gyongyi@uni-mate.hu,

ORCID: 0000-0002-6319-1452

ABSZTRAKT

A vadhús a magyar gasztronómiai hagyományok egyik sajátos, de alulreprezentált eleme, amelynek szerepe napjaink fenntartható étel-miszer-fogyasztási és oktatási rendszereiben ismét előtérbe kerülhet. Jelen tanulmány interdiszciplináris szemléletben vizsgálja a vadhús hazai gasztronómiában betöltött szerepét, a lakossági fogyasztási attitűdöket, az éttermi kínálat területi egyenlőtlenségeit, valamint a szakácsképzés és vendéglátási oktatás vadhúsra vonatkozó tartalmait. A kutatás kvantitatív és kvalitatív módszerek kombinálásával, kérdőíves adatfelvétellel, étlapelemzéssel és interjúk feldolgozásával készült. A szerzők célja annak bemutatása, hogy milyen lehetőségek rejlenek a vadhús gasztronómiai és oktatási újra pozicionálásában, és melyek azok a kommunikációs, piacfejlesztési és tudástranszfer eszközök, amelyek hozzájárulhatnak a vadhús hazai fogyasztásának bővítéséhez.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, fogyasztási szokások, gasztronómia, vadhús, vendéglátás



Benyújtva: 2025. április 5.

Befogadva: 2025. június 9.

Publikálva: 2025. június 27.

THE PLACE OF GAME MEAT IN DOMESTIC GASTRONOMY AND EDUCATION: AN INTERDISCIPLINARY ANALYSIS AT THE INTERSECTION OF DEMAND, SUPPLY, AND KNOWLEDGE TRANSFER

Zoltán Nagy, Zoltán Bujdosó✉, Gyöngyi Kovács

¹Master Lecturer, Eszterházy Károly Catholic University, Faculty of Economics and Social Sciences,
Institute of Economics; nagy.zoltan2@uni-eszterhazy.hu,
ORCID:0009-0009-6245-1863

²Professor, Hungarian University of Agricultural and Life Sciences, Károly Róbert Campus; Institute of
Rural Development and Sustainable Economy;
bujdosozoltan@uni-mate.hu, ORCID: 0000-0002-5023-074X

³Associate Professor, Hungarian University of Agricultural and Life Sciences, Károly Róbert Campus,
Institute of Rural Development and Sustainable Economy;
kovacs.gyongyi@uni-mate.hu, ORCID: 0000-0002-6319-1452

ABSTRACT

Game meat is a specific but underrepresented element of Hungarian gastronomic traditions, whose role can be brought to the fore again in today's sustainable food consumption and education systems. This study takes an interdisciplinary approach to the role of game meat in Hungarian gastronomy, public consumption attitudes, spatial inequalities in restaurant supply, and the game meat content of cookery and catering education. The research was conducted using a combination of quantitative and qualitative methods, including questionnaire surveys, menu analysis, and interviews. The authors aim to demonstrate the potential of repositioning wild meat in gastronomy and education, and to identify communication, market development, and knowledge transfer tools that can contribute to expanding domestic consumption of wild meat.

Keywords: sustainability, consumption habits, catering, gastronomy, game meat

Received: 5 April 2025

Accepted: 9 June 2025

Published: 27 June 2025

1. Bevezetés

A fenntartható élelmiszerrendszerek iránti érdeklődés növekedésével párhuzamosan egyre nagyobb figyelem irányul az alternatív fehérjeforrások szerepére, különösen a környezetbarát, természetes eredetű, helyi termelésből származó húsfélék iránt. A vadhús ebben a diskurzusban sajátos helyet foglal el, mivel egyszerre képvisel tradicionális gasztronómiai értékeket, környezeti fenntarthatóságot és egészségtudatos táplálkozási lehetőséget (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2014; Hoffman & Wiklund, 2006). Mindezek ellenére a magyar gasztronómiában betöltött szerepe ma inkább marginális, amely a fogyasztási szokások, piaci hozzáférhetőség, éttermi kínálat és szakmai oktatás metszéspontjában vizsgálható komplex jelenség. Magyarországon a vadhúsnak mély kulturális és történeti gyökerei vannak. A vadászat hosszú időn át a nemesség kiváltságaként jelent meg, a vadhús pedig reprezentatív ételek alapanyagaként szolgált az arisztokratikus ünnepi étkezések során (Tusor & Sahin-Tóth, 2006; Balassa, 1984). A vadhús tehát nem csupán táplálkozási, hanem társadalmi státuszjelző is volt. A 20. század közepétől kezdve azonban a vadhús fogyasztása – különösen a városi lakosság körében – fokozatosan visszaszorult, részben a vadászati jog korlátozottsága, részben a feldolgozás nehézségei és a fogyasztói preferenciák átalakulása miatt. A KSH adatai szerint 2020-ban a magyar lakosság éves, egy főre jutó vadhús fogyasztása mindössze 0,1 kg volt, ami nemcsak a 2010-es 0,2 kg-os értékhez képest jelent csökkenést, hanem messze elmarad az Európai Unió 1–2 kg/fő közötti átlagától is (KSH, 2022). Nemzetközi összehasonlításban is jól érzékelhető a lemaradás: Franciaországban például 5,7 kg, Olaszországban 3,8 kg, Luxemburgban 2,7 kg az éves fejenkénti fogyasztás (Mesinger et al., 2023). A vadhús háttérbe szorulása több, egymással összefüggő tényező következménye. A lakosság jelentős része nehezen fér hozzá megbízható forrásból származó vadhúshoz, az árakat gyakran magasnak ítélik meg, miközben a feldolgozás technológiai és kulináris sajátosságai is ismeretlenek sokak számára (Gyurcsó et al., 2022). A vendéglátóhelyeken a vadételek jellemzően csak szezonális különlegességgént jelennek meg, gyakran prémium árazással, ami tovább szűkíti a fogyasztói kör elérésének lehetőségét. A probléma strukturális aspektusai túlmutatnak a piaci mechanizmusokon. A szakácsképzés és a vendéglátóipari oktatás intézményi keretei jelenleg csupán marginálisan biztosítanak lehetőséget a vadhús gasztronómiai feldolgozásának elsajátítására (Nagy, 2025). Az alapanyaghoz való hozzáférés, a tananyagtartalom és a gyakorlati képzés egyaránt hiányos, ami hosszú távon a kulináris kínálat szűküléséhez, valamint a fogyasztói tudás és bizalom gyengüléséhez vezethet. Mindez arra utal, hogy a vadhús hazai fogyasztásának újrapozicionálása csak átfogó és integrált megközelítéssel képzelhető el, amely egyszerre érinti a gasztronómiai gyakorlatokat, a turisztikai trendeket, a fogyasztói attitűdöket és az oktatási rendszert.

A tanulmány célja, hogy interdiszciplináris megközelítésben vizsgálja a vadhús helyét a hazai gasztronómiai értékláncban, különös figyelmet fordítva a fogyasztói magatartásra, az éttermi kínálat földrajzi különbségeire, valamint az oktatási intézmények szerepére. A kutatás módszertana vegyes: kvantitatív (kérdőíves és étlapelemzés) és kvalitatív (félig strukturált interjúk) eszközökkel készült, lefedve mind a keresleti, mind a kínálati oldalt. A

tanulmány nem csupán az aktuális helyzetet mutatja be, hanem olyan fejlesztési javaslatok megfogalmazását is, amelyek hozzájárulhatnak a vadhús gasztronómiai és oktatási újrapozicionálásához. Ennek során különös figyelmet kapnak a fenntartható élelmiszerrendszerek, a rövid ellátási láncok és a helyi alapanyagokra épülő tájgasztronómia lehetőségei.

2. Szakirodalmi áttekintés

A vadhús, mint élelmiszer, az elmúlt években egyre gyakrabban jelenik meg a fenntartható élelmiszerrendszerekhez kapcsolódó tudományos diskurzusban, ugyanakkor hazai piaci, fogyasztási és oktatási szerepe máig alulreprezentált. A szakirodalmi források alapján a vadhús interdiszciplináris értelmezése négy fő dimenzióban közelíthető meg: táplálkozás-élettani és egészségügyi aspektusok; gasztronómiai és kulturális jelentőség; fenntarthatósági potenciál; valamint oktatási és tudástranszfer szempontok.

2.1. Táplálkozás-élettani és egészségügyi szempontok

A vadhús táplálkozás-élettani szempontból előnyös tulajdonságokkal rendelkezik: alacsony zsírtartalma, magas fehérje-, vas- és B-vitamin-tartalma miatt egészséges alternatívája lehet a nagyüzemi állattartásból származó húsoknak (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2014; BfR, 2018). Ezen kívül a vadon élő állatok húzában jellemzően kevesebb telített zsírsav, viszont több omega-3 zsírsav található, ami szív- és érrendszeri szempontból is kedvező (Neuthard, 2022). Az antibiotikum- és hormonmentes hús iránti kereslet növekedése – különösen a COVID-19 járványt követően – tovább növeli a természetes eredetű élelmiszerek iránti érdeklődést (FAO, 2024). A zoonózisokkal kapcsolatos aggodalmak ugyanakkor hangsúlyossá tették az élelmiszerlánc-biztonság kérdését. A vadhús megfelelő higiéniai kezelés mellett biztonságosan fogyasztható, de ehhez szigorú állategészségügyi protokollok, hatékony nyomonkövetési rendszerek és jól szabályozott értékesítési csatornák szükségesek (Oravec, 2016; WOA, 2025).

2.2. Gasztronómiai hagyományok és kulturális jelentőség

A vadételek kulturális jelentősége különösen Közép-Európában számottevő, ahol a vadászat nem csupán gazdasági, hanem társadalmi és szimbolikus jelentőséggel is bír. A magyar konyha tradicionális fogásai között számos vadétel található – például szarvaspörkölt, vaddisznópaprikás vagy őzragu –, amelyek történetileg a főúri és nemesi konyhákhoz kötődtek (Tusor & Sahin-Tóth, 2006; Balassa, 1984). A rendszerváltás utáni időszakban azonban a vadhús fokozatosan kiszorult a hétköznapi gasztronómiából, és elsősorban alkalmi étkezésekhez vagy tematikus gasztronómiai eseményekhez kötődik. A gasztrofesztiválok, helyi íznapok, vadétel-hetek fontos szerepet játszanak a vadhús újrapozicionálásában (Bodnár, 2024). A vadételek napjainkban a prémium éttermi kínálat részeként jelennek meg, gyakran újragondolt formában, modern tálalással, a fine dining vagy gourmet vendéglátás elemeként. A nemzetközi trendek szintén erősítik a vadételek

gasztronómiai reneszánszát: Skandináviában, Ausztriában és Franciaországban a vadból készült fogások szerves részét képezik a nemzeti konyhának, és a fenntarthatóság szempontjából is előnyös választásként jelennek meg a gasztronómiai kommunikációban (Shen et al., 2018; Niewiadomska et al., 2021).

2.3. Fenntarthatósági és ökológiai megfontolások

A vadhús jelentősége a fenntartható élelmiszer-termelés szempontjából is egyre hangsúlyosabb. Vadgazdálkodással összefüggő hús előállítása nem igényel intenzív takarmányozást, legeltetést vagy mesterséges körülményeket, így ökológiai lábnyoma kisebb, mint a hagyományos állattenyésztésé (Neuthard, 2022; Björk & Kauppinen-Räsänen, 2014). Ezen kívül a vadállomány szabályozása, a biodiverzitás fenntartása és az erdőgazdálkodással való szoros kapcsolat tovább növeli a vadhús szerepét a fenntarthatósági stratégiákban (OEE, 2023). A fogyasztói tudatosság erősödésével párhuzamosan a természetes, helyi és fenntartható eredetű termékek kereslete is növekszik, amely kedvező lehetőséget teremthet a vadhús számára. A rövid ellátási láncok, a lokális termelés és a „slow food” mozgalom elvei szintén elősegíthetik a vadhús újrapozicionálását, különösen a tájgasztronómiák kontextusában (KSH, 2022; Komarek & Tóth, 2018).

2.4. A vadhús piaci helyzete és fogyasztási trendek

A hazai vadhúsfogyasztás volumene alacsony: 2022-ben az éves egy főre jutó fogyasztás 0,1 kg volt, miközben a vadgazdálkodás évi 3500–3800 tonna körüli termelési szintet ér el. A vadhús 85–90%-a exportra kerül, főként Ausztriába, Németországba és Olaszországba (OEE, 2023). Ez a torzított piaci struktúra a hazai kereslet gyengeségét és az értékesítési csatornák fejletlenségét tükrözi. A fogyasztók körében a vadhús magas ára, nehéz elérhetősége és elkészítési ismeretek hiánya jelentik a fő akadályokat (Gyurcsó et al., 2022). A marketing és kommunikáció területén is hiány mutatkozik: kevés a célzott kampány, a fogyasztói edukáció gyenge, a vadhús gasztronómiai értéke pedig nem jelenik meg kellő hangsúllyal a közbeszédben. A prémium pozicionálás ugyan presztízst biztosít, de egyben marginalizálja is a vadhúst a tömeges fogyasztásból. Nemzetközi példák arra utalnak, hogy a vadételek integrálása a vendéglátás középkategóriás kínálatába, valamint az edukatív kampányok és helyi termelőkkel való együttműködések jelentősen növelhetik a belső piac részesedését (Némec et al., 2025).

2.5. Oktatás és tudástranszfer

A gasztronómiai tudás újratermelése és intézményes közvetítése kulcsszerepet játszik az élelmiszerkultúrák alakulásában. A szakácsképzés jelenlegi tananyaga elsősorban a klasszikus húsfélékre koncentrálna – sertés, marha, baromfi –, miközben a vadhús gyakorlati feldolgozása csupán marginálisan, sokszor formálisan szerepel a tananyagban (Nagy, 2025). A hiányos oktatási struktúra azt eredményezi, hogy a frissen végzett szakácsok nem

rendelkezik gyakorlati jártassággal a vadhús előkészítésében, ízprofiljában és konyhai alkalmazásában. Az interjúalapú kutatások rámutatnak arra is, hogy az oktatók jelentős része nyitott lenne a vadételek tanítására, ha biztosított lenne az alapanyag-ellátás, a technológiai háttér és a tananyag-módszertani támogatás. A tudástranszfer hiánya azonban nemcsak az iskolai képzést érinti, hanem a vendéglátóhelyek közötti szakmai kapcsolatok és innovációk terén is gátló tényező (Bodnár, 2024). A gasztronómiai identitás szempontjából fontos kérdés, hogy a vadhús miként válhat újra a hétköznapi konyha részévé. Ehhez szükséges a tudás újratermelése, az élményalapú oktatás és a vendéglátóhelyek aktívabb bevonása a szakképzésbe, például duális rendszerben vagy tematikus tanműhelyek formájában.

3. Vizsgálati módszerek

A kutatás célja a vadhús hazai gasztronómiai és oktatási szerepének komplex vizsgálata volt, amelyhez vegyes módszertani megközelítést alkalmaztunk. A hárompillérű kutatási keretrendszer lehetővé tette a keresleti oldal (fogyasztók), kínálati oldal (éttermek) és az oktatási szféra (szakképzés, intézmények) egyidejű elemzését. A módszerek egymást kiegészítve biztosították az adatok sokoldalú értelmezését, és alapot adtak az eredmények triangulációjára.

3.1. Kvantitatív kérdőíves kutatás

A fogyasztói attitűdök, szokások és hozzáférfési tapasztalatok feltérképezésére online kérdőíves felmérést végeztünk. Az adatfelvétel során 2024 őszén 714 válaszadó véleményét gyűjtöttük be strukturált kérdéssor segítségével. A kérdőív zárt és félig nyitott kérdéseket is tartalmazott, az alábbi főbb témakörök mentén: vadhús ismertsége, fogyasztási gyakorisága, hozzáférhetőség és beszerzési szokások, érzékenység, attitűdök és jövőbeli nyitottság, a prémium pozicionálás és fenntarthatóság elfogadottsága. A mintavétel nem reprezentatív, de földrajzilag kiegyensúlyozott és változatos korcsoportok, iskolai végzettség, valamint nemek szerinti eloszlást mutatott. Az adatok feldolgozása SPSS szoftverrel történt, a gyakorisági eloszlások, keresztábra-elemzések és egyváltozós statisztikai mutatók segítségével.

3.2. Étlapelemzés

A kínálati oldal vizsgálatához országos szintű étlapelemzés készült, amely során 1360 vendéglátóhely online elérhető étlapját tekintettük át. A vizsgálat célja a vadételek jelenlétének, típusainak, szezonális jellegének, elnevezésének és árkategóriáinak feltérképezése volt. Az étlapokon szereplő vadételek előfordulását kvantitatív tartalomelemzéssel értékeltük, kódoltuk a megnevezések, típusok és árkategóriák alapján. Emellett kvalitatív megfigyelésre is sor került, amely az étlapok tematikus szerkezetét, pozicionálását és nyelvezetét vizsgálta.

3.3. Félig strukturált interjúk

A kvalitatív adatok gyűjtésére félig strukturált interjúkat készítettünk két célcsoporttal: séfekkel és oktatási intézmények szakoktatóival. A kutatás során 10 elismert séf, valamint 10 vendéglátóipari szakképző intézmény képviselője (szakoktató, igazgatóhelyettes) adott részletes válaszokat az alábbi témakörök mentén: a vadhús beszerzési és tárolási lehetőségei, konyhatechnológiai kihívások, étlapi megjelenés és vendégelvárások, oktatási tartalmak, alapanyag-hozzáférés, módszertani nehézségek. Az interjúk 2023 novemberében zajlottak, jellemzően online formában, és átlagosan 40–60 percesek voltak. A válaszokat tematikus kódolással, induktív módon elemeztük, az ismétlődő mintázatok és véleménystruktúrák alapján témacsoportokat képeztünk.

3.4. Módszertani összegzés

A három módszer – kérdőíves adatfelvétel, étlapelemzés, kvalitatív interjú – egymást kiegészítő módon biztosította a kutatási kérdések mélységi és rendszerszintű megválaszolását. A kvantitatív és kvalitatív eredmények triangulációja lehetővé tette a megállapítások megerősítését és a következtetések szélesebb körű érvényességét.

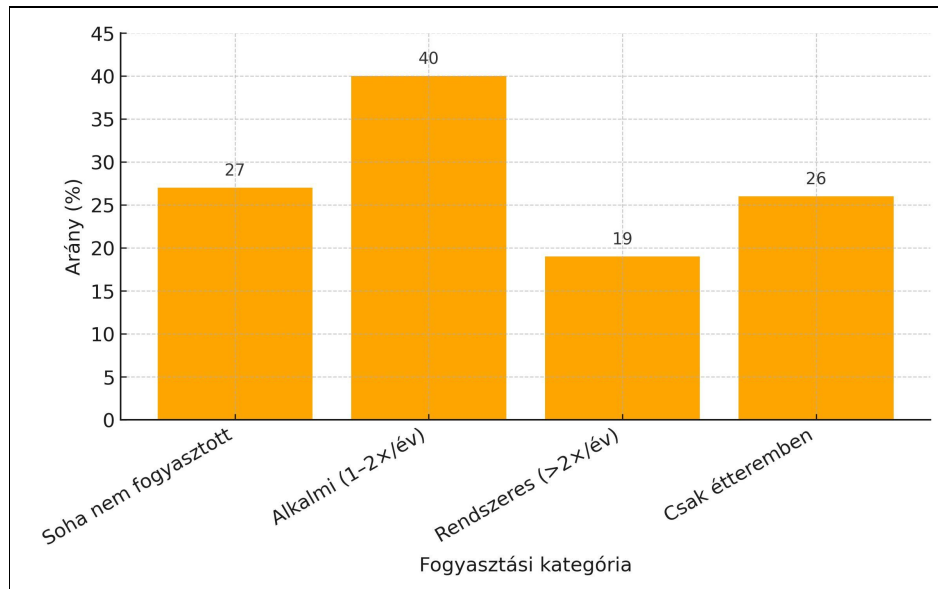
4. Eredmények

A kutatás három fő terület eredményeit dolgozta fel: (1) a lakossági fogyasztói attitűdök és szokások vizsgálata kérdőíves módszerrel, (2) az éttermi kínálat területi és tartalmi elemzése étlapelemzés alapján, valamint (3) a vadhús oktatásban betöltött szerepének feltárása félig strukturált interjúk segítségével. Az alábbiakban ezek eredményeit és az ezekből levonható következtetéseket ismertetjük.

4.1. Fogyasztói attitűdök és szokások

A kérdőívben résztvevők 89,5%-a hallott már a vadhúsról, és 73,2%-a legalább egyszer fogyasztott is ilyen ételt. Ugyanakkor a rendszeres fogyasztás (évente többszöri) aránya csupán 18,4% (1. ábra), míg az alkalmi fogyasztók (évente 1–2 alkalommal) aránya 39,7%. A válaszadók 26,3%-a kizárólag vendéglátóhelyen fogyaszt vadhúst.

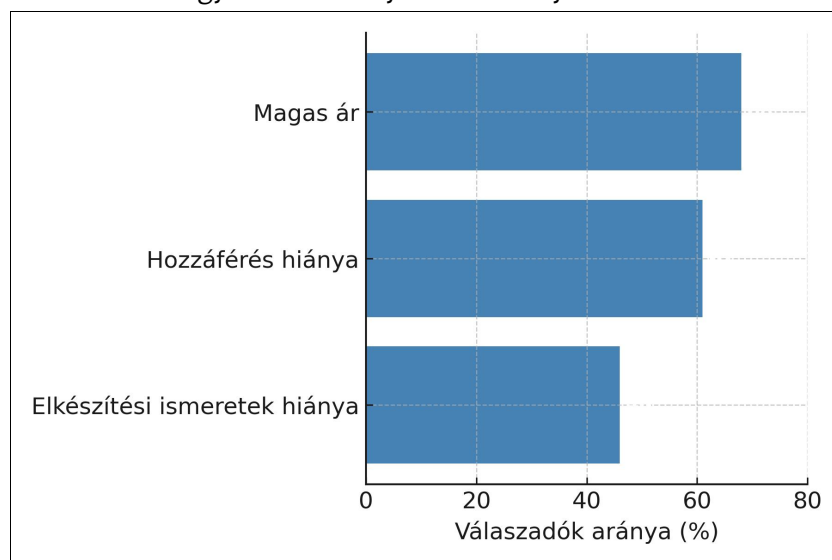
1. ábra: A válaszadók vadhúsfogyasztási gyakoriság szerinti megoszlása (%)



Forrás: Saját szerkesztés, kérdőíves felmérés, N = 714 fő, 2025.

A fogyasztás visszafogottságát számos akadály magyarázza. A leggyakoribb problémák (2. ábra) a magas ár (67,8%), a nehéz hozzáférhetőség (58,1%) és az elkészítési ismeretek hiánya (44,5%). A válaszadók több mint fele (52,4%) nem tudja, hol lehetne megbízható vadhúshoz jutni. Ugyanakkor jelentős potenciál rejlik a nyitottságban: 77,9% jelezte, hogy gyakrabban fogyasztana vadhúst, ha az könnyebben elérhető, olcsóbb, vagy jobban ismert lenne az elkészítési módja.

2. ábra: A vadhúsfogyasztást befolyásoló akadályok a válaszadók szerint (%)



Forrás: Saját szerkesztés, kérdőíves felmérés, N = 714 fő, 2025.

A vadhús megítélése alapvetően pozitív: a válaszadók természetesnek (81,7%), egészségesnek (78,2%) és környezetbarátnak (65,1%) tartják. A fiatalabb korosztály (18–35 év) körében kifejezetten erős az ökotudatos attitűd, amely a vadhúst fenntartható

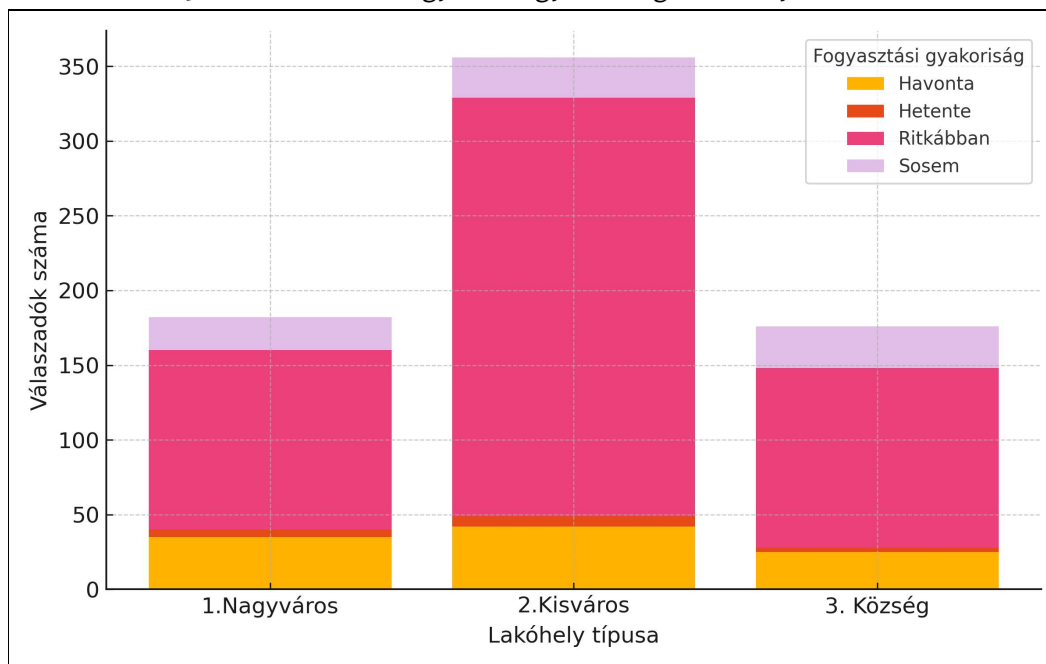
fehérjeforrásként értelmezi. A válaszadók 64,2%-a hajlandó lenne többet fizetni egy éttermi vadételért, ha biztosított lenne annak hazai, felelős forrásból származása.

Az általános statisztikai áttekintésből látható a válaszok eloszlása a legfontosabb kérdések mentén, beleértve a fogyasztási gyakoriságot, hozzáférhetőséget, vásárlási helyeket és a prémiumár-fizetési hajlandóságot. A korrelációs elemzés kimutatta, hogy a vásárlási döntéseket elsősorban az ár és az elérhetőség befolyásolja. A lakóhely szignifikáns hatással van a beszerzési forrásokra, mivel vidéken nagyobb az esélye annak, hogy a fogyasztók közvetlenül vadászoktól vásároljanak. A prémiumár-fizetési hajlandóságot leginkább a fenntarthatóság iránti attitűd határozza meg: azok, akik környezettudatosabbak, hajlamosabbak többet fizetni. A diagramok a következő főbb eredményeket mutatták:

- A legtöbb válaszadó vadászoktól vásárolja a vadhúst, míg a szupermarketek és éttermek kevésbé jelentős források.
- Az emberek többsége fontosnak tartja, hogy a vadhús ellenőrzött forrásból származzon, de az ár jelentősen befolyásolja a vásárlási döntést.
- A prémiumár-fizetési hajlandóság életkortól független, amit az ANOVA-teszt eredménye is megerősített.

A lakóhely és a vadhúsfogyasztási gyakorisága közötti kapcsolatot vizsgáltuk, Chi-Square tesztel (3. ábra). A keresztábra eredménye, hogy a nagyvárosban élők a legtöbben ritkán fogyasztanak vadhúst (114 fő), míg csak 8 fő fogyaszt hetente. A kisvárosban élőkénél is a "ritkábban" válasz dominál (278 fő), de többen esznek vadhúst hetente (12 fő). Községben élők esetében szintén magas a "ritkábban" kategória (126 fő), de a "sosem" kategóriában is többen vannak (26 fő). A Chi-Square teszt eredménye: statisztika: 24.91, P-érték: 0.00035 (szignifikáns 0.05 szinten), szabadsági fok (DOF): 6. A P-érték kisebb, mint 0.05, tehát szignifikáns kapcsolat van a lakóhely és a vadhúsfogyasztási gyakoriság között. Ez azt jelenti, hogy a lakóhely típusa befolyásolja a vadhús fogyasztását. A kisvárosokban és községekben élők gyakrabban fogyasztanak vadhúst, míg nagyvárosokban kevésbé jellemző.

3. ábra: A vadhúsfogyasztás gyakorisága lakóhely szerint



Forrás: Saját szerkesztés, Chi-Square teszt eredménye, 2025.

4.2. Étlapelemzés: a kínálat regionális jellemzői

Az országos étlapelemzés során 1360 étterem kínálatát vizsgáltuk. A mintában szereplő éttermek 28,4%-ánál szerepelt vadétel, de az eloszlás jelentős regionális különbségeket mutatott (1. táblázat).

1. táblázat: A vadételeket kínáló vendéglátóhelyek aránya régióként (%), N = 1360 étlap elemzése alapján

Régió	Vadételeket kínáló éttermek aránya (%)
Dunántúl	43,5
Budapest	35,2
Észak-Magyarország	24,7
Alföld	11,6

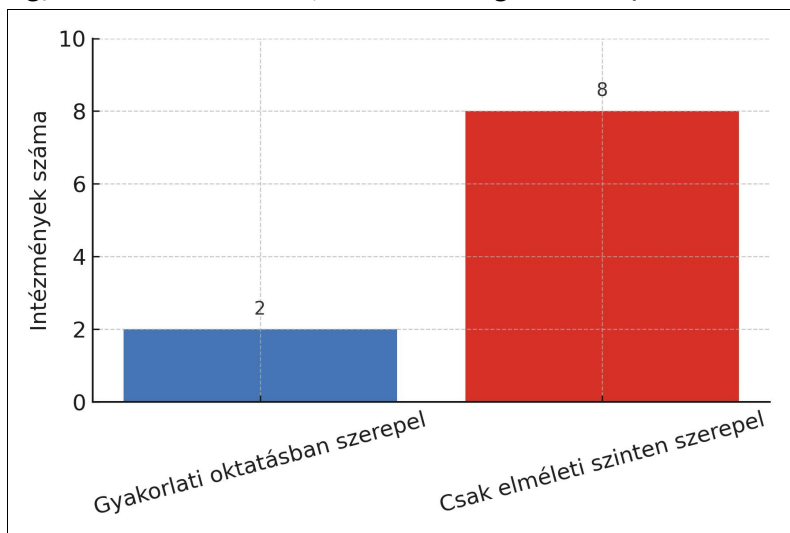
Forrás: Saját kutatás, 2025 – online étlapelemzés.

A leggyakrabban előforduló vadételek: szarvaspörkölt, őzragu, vaddisznókaraj, vadgulyás, valamint vadból készült levesek és terrinek. A fővárosban és a Balaton környékén gyakori a modernizált tálalás (pl. „szarvas carpaccio”, „vaddisznó burger”), míg a vidéki régiókban tradicionálisabb ételek, hagyományos elnevezésekkel és köretekkel szerepelnek (pl. vadászmártás, dödölle, párolt káposzta). A vadételek megjelenése jellemzően szezonális (október–február), gyakran tematikus étlaprészekben („Erdei ízek”, „Vadételek”) szerepelnek. A szezonális és exkluzív pozicionálás ugyan növeli a presztízt, de szűkíti az elérhetőséget, így korlátozza a hétköznapi fogyasztást. Az árkategóriák is jelentős szórást mutatnak: a gourmet vadételek 4000–7000 Ft között mozognak, míg a klasszikus vadpörköltök 2500–4000 Ft között érhetők el.

4.3. Oktatás: interjúk elemzése

Az oktatási intézményekkel (10 szakképző iskola) készült interjúk eredményei alapján a vadhús oktatásban betöltött szerepe marginális. Bár 8 intézmény tananyaga formálisan tartalmaz vadételeket, ezek gyakorlati megvalósítása eseti jellegű, legfeljebb demonstrációs célokat szolgál (4. ábra). Az alapanyag drágasága, a beszerzési nehézségek és a szűkös költségvetés korlátozza a vadhús gyakorlati feldolgozását.

4. ábra: A vadhús gyakorlati oktatásának jelenléte a vizsgált szakképző intézményekben (N = 10)



Forrás: Saját szerkesztés, félig strukturált interjúk alapján, 2025.

A tanulók jellemzően alacsony szintű ismeretekkel rendelkeznek a vadhús technológiai kezeléséről, előkészítéséről, ízprofiljáról. Az oktatók többsége szerint szükség lenne a tananyag reformjára, amelyben a vadételek hangsúlyosabban jelenhetnének meg. A pozitív hozzáállás azonban jellemző: az intézmények nyitottak a bővítésre, ha az infrastruktúra és az alapanyag-hozzáférés biztosított lenne.

A séfinterjúk megerősítették az oktatási oldalról érkező visszajelzéseket: a fiatal szakácsok nagy többsége nincs felkészülve a vadhús konyhai alkalmazására. A vadételek professzionális elkészítése jelentős tudást és technológiai háttérrel igényel (pl. hosszú pácolási idők, hőkezelési pontosság, szagsemlegesítés, ízharmonizálás). A válaszadók szerint a vadhús izgalmas és inspiráló alapanyag, amely kreatív lehetőségeket kínál, de mindezt csak megfelelő tudásháttér birtokában lehet kihasználni.

4.4. Fenntarthatóság és tudástranszfer: összefüggések

Az eredmények alapján a vadhús – mint természetes, helyi, fenntartható fehérjeforrás – jelentős gasztronómiai és ökológiai potenciált hordoz. A fogyasztói oldal részéről a nyitottság és érdeklődés adott, ugyanakkor a hozzáférési korlátok és az ismerethiány akadályozzák a gyakoribb fogyasztást. Az éttermek kínálata jellemzően szezonális és prémium, a szélesebb körű elterjedést hátráltatják az oktatási hiányosságok, a szakácsok gyakorlati felkészültségének hiánya és a kommunikációs gyengeségek.

A kutatás rámutatott arra is, hogy a tudástranszfer kulcsszerepet játszhat a vadhús gasztronómiai újrapozicionálásában. Az oktatás fejlesztése, a séfek közötti tudásmegosztás és a fogyasztók edukálása egyaránt hozzájárulhat ahhoz, hogy a vadhús ne csupán exkluzív különlegességgént, hanem fenntartható, elérhető és hétköznapi élelmiszerként jelenjen meg a gasztronómiában.

5. Következtetések

A kutatás eredményei egyértelműen rávilágítottak arra, hogy a vadhús hazai gasztronómiai és oktatási pozíciója jelenleg nem tükrözi a benne rejlő fenntarthatósági, táplálkozási és kulturális potenciált. A fogyasztói oldalon jelentős nyitottság tapasztalható a vadhús iránt, különösen a fiatalabb és tudatosabb rétegek körében, azonban a fogyasztás gyakorisága, a hozzáférhetőség és az ismeretek szintje alacsony. Az éttermi kínálat földrajzi koncentráltasága, szezonális jellege és prémium árazása tovább szűkíti a mindennapi elérhetőséget, míg a szakácsképzésben való csekély jelenlét a jövőbeli gasztronómiai integráció esélyeit csökkenti. A vadhús számos olyan tulajdonsággal rendelkezik, amely alkalmassá teszi arra, hogy fontos eleme legyen a fenntartható élelmiszerrendszereknek. Alacsony ökológiai lábnyoma, természetes eredete, antibiotikum- és hormonmentessége, valamint regionális beágyazottsága mind előnyös tényezők. Emellett a kulináris sokféleség és a tájgasztronómiához való kapcsolódás révén a vendéglátás számára is vonzó lehetőség. A kérdés nem az, hogy van-e helye a vadhúsnek a magyar gasztronómiában, hanem az, hogyan lehet ezt a helyet tudatos, hosszú távú stratégiával visszaállítani. Ehhez mindenekelőtt átfogó kommunikációs és edukációs programokra van szükség. A fogyasztók ismereteinek bővítése, a vadhús egészségügyi és fenntarthatósági előnyeinek bemutatása, valamint az elkészítési módok közérthető kommunikációja alapvető feltétele annak, hogy a vadhús ne csupán ritka különlegességgént, hanem a mindennapi választék részeként jelenjen meg. Ugyanilyen fontos az oktatási rendszer fejlesztése: a szakácsképzésben a vadételek tananyagszintű megjelenése, a gyakorlati oktatás során való alkalmazás, valamint az oktatók módszertani felkészítése nélkülözhetetlen. A vendéglátóiparban olyan kínálatfejlesztési megoldásokra van szükség, amelyek a vadételeket nemcsak a fine dining világában, hanem a középkategóriás és hétköznapi étkezések szintjén is elérhetővé teszik. A tematikus kampányok, mint például a „vadétel hetek”, a vadételek street food formában való megjelenése, valamint az étlapon való megfelelő pozicionálás mind hozzájárulhatnak a kereslet bővítéséhez. Végül, de nem utolsósorban a rövid ellátási láncok megerősítése és a helyi beszerzési lehetőségek javítása alapvető feltétele a kínálat bővítésének. Ez egyrészt logisztikai, másrészt jogi és élelmiszerbiztonsági kérdéseket vet fel, de közös összefogással, például LEADER-programok vagy termelő-étterem együttműködések révén jól kezelhetők. Összességként elmondható, hogy a vadhús hazai újrapozicionálása nem csupán gasztronómiai kérdés, hanem összetett társadalmi, ökológiai és gazdasági lehetőség. A tudatos fogyasztás erősítése, a szakmai tudás fejlesztése és a helyi rendszerek támogatása révén a vadhús a magyar konyha fenntartható megújulásának egyik kulcsszereplőjévé válhat.

Irodalomjegyzék

- Balassa, I. (főszerk.) (1984). *Magyar Néprajz IV. Életmód*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Björk, P. & Kauppinen-Räsänen, H. (2014). Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences. *Current Issues in Tourism*, 19 (12): 1260–1280. DOI: 10.1080/13683500.2013.868412
- Bodnár, K. (2024). Meat Consumption Patterns and Changes in Consumer Attitudes. In: Grigorescu, A. & Andrei, J. V. (eds.) *Entrepreneurship and Development for a Green Resilient Economy (Lab for Entrepreneurship and Development)*. Leeds: Emerald Publishing Limited, pp. 297–318. DOI: 10.1108/978-1-83797-088-920241013
- Gyurcsó, A., Kasza, Gy. & Ózsvári, L. (2022). A vadhús fogyasztásának története és élelmiszerlánc-biztonsági előírásai Magyarországon. *Magyar Állatorvosok Lapja*, 144 (10): 623–639. DOI: 10.56385/magyllorv.2022.10.623-639
- Hoffman, L. C. & Wiklund, E. (2006). Game and venison – meat for the modern consumer. *Meat Science*, 74 (1): 197–208. DOI: 10.1016/j.meatsci.2006.04.005
- Komarek, L. & Tóth, Sz. (2018). A magyar vadhúsértékesítés alakulásának főbb tendenciái és lehetséges fejlődési irányai. *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok*, 13 (3–4): 43–58. DOI: 10.14232/jtgf.2018.3-4.43-5
- Mesinger, D., Ociecek, A., Kozirok, W. & Owczarek, T. (2023). Attitudes of Young Tri-City Residents toward Game Meat in the Context of Food Neophobia and a Tendency to Look for Diversity in Food. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20 (5): 3815. DOI: 10.3390/ijerph20053815
- Nagy, Z. (2025). *A vadhús helye a hazai gasztronómiai értékláncban – kínálati és keresleti tényezők, valamint az oktatás szerepe a fogyasztás alakulásában*. PhD-disszertáció. Kézirat benyújtás alatt. Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem.
- Némec, M., Riedl, M., Šálka, J., Jarský, V., Dobšínská, Z., Sarvaš, M., Sarvašová, Z., Bučko, J. & Hustinová, M. (2025). Consumer perceptions and sustainability challenges in game meat production and marketing: A comparative study of Slovakia and the Czech Republic. *Foods*, 14 (4): 653. DOI: 10.3390/foods14040653
- Neuthard, C. (2022). *Diskurs der Modalitätendes Fleischkonsums. Dissertation*. Gießen: VVB Lauferweiler Verlag.
<https://jlupub.ub.uni-giessen.de/server/api/core/bitstreams/b60fb572-f9fb-4ba1-b440-561075fc8de6/content>
- Niewiadomska, K., Kosicka-Gębska, M., Gębski, J., Jeżewska-Zychowicz, M. & Sułek, M. (2021). Perception of the health threats related to the consumption of wild animal meat—Is eating game risky? *Foods*, 10 (7): 1544. DOI: 10.3390/foods10071544
- Shen, M., Shi, L. & Gao, Z. (2018). Beyond the food label itself: How does color affect attention to information on food labels and preference for food attributes? *Food Quality and Preference*, 64: 47–55.
- Tusor, A. & Sahin-Tóth, Gy. (2006). *Gasztronómia. Étel- és italismeret*. Budapest: Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft.

Online források

- BfR (2018). *Wildfleisch: Gesundheitliche Bewertung von humanpathogenen Parasiten*. (Stellungnahme Nr. 045/2018). Bundesinstitut für Risikobewertung.
<https://www.bfr.bund.de/cm/343/wildfleisch-gesundheitliche-bewertung-von-humanpathogenen-parasiten.pdf>/ Letöltve: 2025. 05. 04.
- FAO (2024). *Sustainable Food Systems and Wild Game*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. <https://www.fao.org/sustainable-food-systems/wild-game/> Letöltve: 2025. 05. 05.
- KSH (2022). *Húsfogyasztás Magyarországon*. Központi Statisztikai Hivatal.
https://www.ksh.hu/stadat_evkozi_2_6/ Letöltve: 2025. 05. 06.
- OEE (2023). *Vadhús és erdőgazdálkodás – éves jelentés*. Országos Erdészeti Egyesület.
<https://www.oee.hu/vadgazdalkodas/vadhus/> Letöltve: 2025. 05. 14.
- Oravecz, M. (2016). *Biztonságos vadhús a vendéglátásban*. Prezentáció. Budapest: Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal.
<https://portal.nebih.gov.hu/documents/10182/527654/Biztons%C3%A1gos+vad%C3%BAs+a+vend%C3%A9gl%C3%A1t%C3%A1sbanm%C3%B3dos%C3%ADtottDrOravecz+M%C3%A1rton.ppt/d95072b8-33de-4f2d-8253-57e342375504/> Letöltve: 2025. 05. 14.
- WOAH (2025). *Guidelines on wild game meat hygiene and trade*. World Organisation for Animal Health.
<https://www.woah.org/en/what-we-do/standards/codes-and-guidelines/wild-game-meat/> Letöltve: 2025. 05. 12.

STRATEGIC ANALYSIS OF YOGA TOURISM IN CAPPADOCIA: A SWOT-TOWS APPROACH

¹Neşe Yılmaz , ²Aybüke Özsoy, ³Filiz Dalkılıç

¹Assistant professor, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Nevşehir, Türkiye;
neseyilmaz@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0168-2907

²Research assistant, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Nevşehir, Türkiye;
aybuke.ozsoy@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6906-5679

³Research assistant, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Faculty of Tourism, Nevşehir, Türkiye;
filiz.dalkilic@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5984-6655

ABSTRACT

This study evaluates the yoga tourism potential of the Cappadocia region through a SWOT-TOWS analysis and proposes sustainable development strategies. In-depth interviews were conducted with yoga instructors and hotel managers in the area as part of a qualitative research approach. The analysis has identified Cappadocia's mystical atmosphere, historical heritage, and well-developed tourism infrastructure as key strengths, while the shortage of instructors, seasonality, and insufficient promotion are noted as weaknesses. Opportunities include international festivals, yoga schools, and sustainable package programs, whereas threats consist of the dominance of balloon tourism and market competition. The strategies developed through the TOWS matrix involve instructor training, local government support, and eco-friendly infrastructure improvements. The study highlights that yoga tourism can contribute to regional diversification and sustainable revenue growth, emphasizing the critical role of stakeholder collaboration, promotion, and policy-making. As the first strategic analysis of yoga tourism in Cappadocia, this research significantly contributes to the literature.

Keywords: Cappadocia, SWOT-TOWS analysis, Yoga tourism



Received: 17 April 2025

Accepted: 27 May 2025

Published: 27 June 2025

A KAPPADÓKIAI JÓGATURIZMUS STRATÉGIAI ELEMZÉSE SWOT–TOWS-MEGKÖZELÍTÉSBEN

¹Neşe Yılmaz , ²Aybüke Özsoy, ³Filiz Dalkılıç

¹Adjunktus, Nevsehir Hacı Bektas Veli Egyetem, Turisztikai Kar, Nevsehir, Türkiye;
neseyilmaz@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0168-2907

²Kutatói asszisztens, Nevsehir Hacı Bektas Veli Egyetem, Turisztikai Kar, Nevsehir, Türkiye;
aybuke.ozsoy@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6906-5679

³Kutatói asszisztens, Nevsehir Hacı Bektas Veli Egyetem, Turisztikai Kar, Nevsehir, Türkiye;
filiz.dalkilic@nevsehir.edu.tr, ORCID: 0000-0002-5984-6655

ABSZTRAKT

A tanulmány SWOT–TOWS-analízis segítségével értékeli a kappadókiai régió jogaturizmus-potenciálját, és fenntartható fejlődési stratégiákra tesz javaslatot. A kvalitatív kutatás részeként mélyinterjúk készültek a térség jogaoktatóival és szállodavezetőivel. Az elemzés Kappadókia misztikus hangulatát, történelmi örökségét és fejlett turisztikai infrastruktúráját azonosította fő erősségekként, míg gyengeségként az oktatók hiánya, a szezonális és az elégtelen promóció nevezhető meg. A lehetőségek közé tartoznak a nemzetközi fesztiválok, a jogaiskolák és a fenntartható turisztikai csomagprogramok, míg a veszélyként a hőlégballon-turizmus dominanciája és a piaci verseny jelentkezik. A TOWS- mátrixon keresztül kidolgozott stratégiák magukban foglalják az oktatók képzését, a helyi önkormányzatok támogatását és a környezetbarát infrastruktúra fejlesztését. A tanulmány kiemeli, hogy a jogaturizmus hozzájárulhat a regionális sokszínűséghez és a bevételek növekedésének fenntarthatóságához, hangsúlyozva a turisztikai szereplők együttes részvétele, promóciója és a politikaalkotás kiemelkedő szerepét. Kappadókia régió jogaturizmusa első stratégiai elemzéseként eredményeink jelentős mértékben járulnak hozzá a kutatási terület ismeretanyagának bővítéséhez.

Kulcsszavak: Kappadókia, SWOT–TOWS-elemzés, jogaturizmus

Benyújtva: 2025. április 17.

Befogadva: 2025. május 27.

Publikálva: 2025. június 27.

1. Introduction

Yoga is a holistic discipline rooted in India's ancient philosophical and spiritual traditions. It serves as a guide encompassing ethical lifestyle recommendations, spiritual practices, physical activity, breathing exercises, and meditation (Iyengar, 1965). This discipline constitutes a comprehensive system aimed at achieving physical, mental, and spiritual well-being (Bryant, 2009). As a form of wellness and spiritual tourism, yoga tourism represents a niche segment involving individuals who travel to receive yoga education, participate in yoga practices, or experience a yogic lifestyle (Lehto, et al., 2006). In recent years, yoga tourism has gained prominence among alternative tourism forms, generating various positive impacts on local and regional economies. Recognizing its contribution to the national economy, the Government of India established the Ministry of Ayurveda, Yoga, Naturopathy, Unani, Siddha, and Homeopathy (AYUSH) to support and regulate this sector (Shrivastava et al., 2015).

The global yoga tourism market was valued at USD 154.11 billion in 2021 and is projected to reach USD 318.87 billion by 2032, with a compound annual growth rate of 5.8% (Grand View Research, 2022). Smith & Kelly (2006) highlight that yoga tourism revitalizes local economies by generating employment opportunities. Yoga tourists, in particular, prefer local products and services, thereby contributing to regional economic development (Voigt et al., 2011). Aggarwal et al. (2008) further assert that yoga tourists tend to stay longer than conventional tourists, resulting in greater economic benefits for local businesses. Additionally, yoga tourism plays a vital role in sustaining tourism revenue throughout the year by mitigating seasonal fluctuations (Malik, 2018).

Beyond economic benefits, yoga tourism can preserve and revitalize local cultural heritage (De Mello, 2018). Maddox (2015) notes that yoga tourists are typically environmentally conscious and support sustainable tourism practices. Similarly, Chakrabarty & Das (2023) emphasize that yoga tourists contribute to the protection of natural resources and cultural heritage due to their heightened environmental awareness. Furthermore, yoga tourism fosters meaningful interactions between tourists and local communities. Cheer et al. (2017) argue that yoga tourism facilitates the preservation and revitalization of cultural values and traditions within host communities. These studies collectively underscore the significance of yoga tourism as a crucial component of local and regional development strategies.

In Turkey, yoga and meditation retreats in Fethiye, Antalya, and Cappadocia offer both local and international tourists the opportunity for spiritual renewal in natural settings (Bozkurt & Tekeoğlu, 2024). Cappadocia, renowned for its unique geological formations and mystical ambiance, has emerged as an attractive destination for yoga tourism. The region's historical monasteries, scenic valleys, and tranquil environment provide an ideal setting for yoga tourists seeking spiritual and physical serenity. Various yoga camps, retreat programs, and outdoor yoga sessions are organized by individuals and tour operators alike (Argos in Cappadocia, 2024; Bi'Yoga, 2024; TripAdvisor, 2024; Workshopix, 2024; YogaSala, 2024). Additionally, yoga and meditation activities are incorporated into festivals held in

Cappadocia, leveraging the region's mystical character to enhance participants' experiences (Cappadox, 2024). These events offer diverse opportunities for individuals seeking to practice yoga amidst Cappadocia's captivating landscape.

The academic literature contains numerous studies analyzing yoga tourism from strategic perspectives across various countries (Ali, 2022; Ambili, 2016; Kamthe et al., 2022; Khanal & Shimizu, 2019; Maddox, 2015; Ranjan et al., 2022; Telej & Gamble, 2019). Within Turkish academia, research has primarily focused on regional potential in health tourism (Albayrak & Güclü, 2020; Devravut, 2019; Dinçer et al., 2020; Sevim, 2019; Yorulmaz & Söyler, 2020). However, there is a notable absence of studies specifically addressing the strategic analysis of yoga tourism, particularly concerning the Cappadocia region. This study, therefore, fills the gap with its strategic analysis of yoga tourism in Cappadocia, a region with significant tourism potential in Turkey.

To achieve this objective, a qualitative research approach was employed. SWOT-TOWS analysis was utilized as the primary analytical framework. This method is widely applied in assessing the success potential of regions or businesses and guiding strategic planning processes (Valentin, 2001). Furthermore, SWOT-TOWS analysis facilitates the development of concrete action plans by linking strengths and weaknesses with opportunities and threats, thereby offering a comprehensive strategic perspective (Weihrich, 1982).

Cappadocia possesses substantial potential for yoga tourism, as it integrates elements of both natural and cultural tourism. However, maximizing this potential requires identifying the region's strengths and weaknesses while strategically responding to opportunities and threats. Through this analysis, the strategic steps necessary for enhancing yoga tourism in Cappadocia can be determined. Moreover, fostering yoga tourism in the region may contribute to the revitalization of wellness services and bolster the local economy. Additionally, the expansion of yoga tourism in Cappadocia could mitigate seasonal fluctuations, ensuring a more stable flow of tourism revenue. While Cappadocia's unique geological formations, historical monasteries, and mystical atmosphere create an optimal environment for yoga tourism, the structured development of this niche segment could further promote the sustainable use of the region's natural and cultural resources.

2. Conceptual framework

The origins of yoga date back to India, approximately 5,000 years ago. Initially developed as a meditation practice and a means of spiritual purification, yoga has evolved into a system of physical exercises (Alter, 2004). The introduction of yoga to the Western world began towards the end of the 19th century and became widespread in the 20th century with the influence of yoga teachers coming from India. The first important representative of yoga in the West was Swami Vivekananda, whose speech at the Chicago World Parliament in 1893 ensured that yoga and Hinduism gained more attention in the West (Singleton, 2010).

The emergence of yoga tourism gained momentum after the 1960s. During this period, yoga became a popular health and lifestyle activity in the West, and types of travel such as yoga retreats and wellness holidays sprang up (Beaman & Sikka, 2016). The association of yoga with retreats held in India increased the interest of tourists from the West and made India an important destination in terms of yoga tourism (Alter, 2004). In the 1990s and 2000s, yoga tourism became popular in Asian countries such as Bali and Thailand, and with the growth of health and wellness tourism worldwide, yoga tourism has become a global trend (Tripathi & Ben Said, 2023).

Yoga tourism is a type of travel that includes yoga practices to improve physical, mental, and spiritual health and is generally considered a subcategory of wellness tourism (Garcia & Peris-Ortiz, 2015). This type of tourism not only provides yoga practice but also allows participants to learn about yoga culture and philosophy, interact with local people, and have a variety of social and cultural experiences (Nautiyal et al., 2025). In recent years, yoga tourism has become an increasing trend on a global scale, developing in parallel with the spread of yoga worldwide and the popularization of wellness-oriented travel (Alter, 2004). Yoga retreats and wellness holidays contribute to personal development processes by providing participants with mental and spiritual healing opportunities as well as physical recovery. Participants improve both their physical and mental health with practices such as stress management, meditation, and mindfulness, while contributing to their personal transformation processes (Cohen et al., 2017).

The increase in global demand has led to the proliferation of yoga retreats, wellness hotels, and yoga festivals, along with the widespread understanding of healthy living, personal development, and sustainable travel (Beaman & Sikka, 2016). Yoga tourism is particularly concentrated in destinations such as India, Thailand, and Bali, which have become natural attractions for tourists because they are based on the historical and cultural roots of yoga (Lehto et al., 2006). With the rise of wellness tourism, yoga tourism has begun to appeal to a wider audience, and many destinations have turned to sustainable tourism practices by combining yoga with healthy living. As a result, yoga tourism, combined with environmentally friendly practices, has become an important part of sustainable tourism (Bowers & Cheer, 2017).

The yoga tourism market is growing with increasing wellness awareness, demand for stress reduction, and desire for cultural exploration, and is expected to grow at a compound annual growth rate of 5.8% through 2032. Sustainability, eco-friendly practices, and experiences that align with local culture have become an important part of the market. Yoga tourism is a rapidly growing market driven by the increasing awareness of wellness and the search for cultural discovery and is shaped by sustainability and cultural integration. This supports the long-term growth of the yoga tourism market, to the benefit of both tourists and destinations (Custom Market Insights, 2024).

The increasing popularity of wellness tourism in recent years has made yoga tourism an important activity for individuals seeking both physical and mental relaxation. Turkey stands out as an important destination in this field with its geographical location and

historical riches. Different regions of Turkey host various yoga tourism venues such as thermal hotels, spa centers, and nature retreats, offering tourists an experience intertwined with nature while reinforcing the requirements of a healthy life (Ince & Keskin, 2023). The Cappadocia region, in particular, presents an ideal environment for yoga tourism with its unique geological formations, rock-carved churches, and peaceful natural environment. Boutique hotels and retreat centers in Cappadocia offer special programs for spiritual and physical renewal, such as yoga and meditation, allowing visitors to renew themselves in nature (Polat & Öztürk, 2021). In addition to the existence of hotels (Karlık Evi Boutique Hotel, Kistar Cave Hotel, Hu of Cappadocia Hotel) that host guests and provide services in this field, there are also hotels such as the Alden Hotel that position themselves directly as a yoga hotel and offer special services for this concept. Also, every year, the Embassy of India in Ankara organizes a regular event in Cappadocia on the occasion of International Yoga Day (Anadolu Agency, 2024). However, in order to fully benefit from the potential of yoga tourism, it is necessary to develop regional policies and protect natural and cultural heritage. While integrating yoga tourism into regions such as Cappadocia, it is of great importance to adopt sustainable tourism practices. Although Turkey has significant opportunities for yoga tourism, this potential can be taken even further with the right strategies (Öznlbant & Alvarez, 2020).

3. Methodology

This study aims to evaluate the potential of yoga tourism, which is developing as an alternative tourism type in Cappadocia, and to examine how this potential can be transformed into concrete action. Accordingly, the main objective of the study is to report a preliminary SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis that evaluated the alternative tourism potential of Cappadocia in terms of yoga tourism and to reach strategic implications applicable to destination management.

SWOT and TOWS analyses play an important role in strategic planning in destination management as well as in businesses. SWOT analysis evaluates a destination's current tourism infrastructure by identifying its strengths and weaknesses and offers the opportunity to shape future tourism developments through opportunities and threats. While SWOT analysis only provides a situation assessment, TOWS analysis helps to create more effective strategic plans by transforming this data into action. Within the scope of TOWS analysis, it aims to draw on strengths to make the best use of tourism opportunities (SO strategies), to activate strengths to minimize threats to the tourism sector (ST strategies), to gain competitive advantage for the destination by developing weaknesses through opportunities (WO strategies), and to take necessary measures to prevent weaknesses from becoming a risk factor against threats (WT strategies). In terms of destination management, TOWS analysis provides a guiding strategic framework for sustainable tourism development, infrastructure improvements, strengthening the image of the destination, and providing a competitive advantage.

We adopted a qualitative research approach using both primary and secondary data sources. To collect primary data, in-depth face-to-face interviews were conducted using semi-structured interview forms with open-ended questions. The development of the interview questions was informed by a comprehensive review of the relevant literature and ensuring alignment with the research objectives (Creswell & Clark, 2007). This approach sought to capture participants' experiences, perceptions, and insights in detail.

An effort was made to contact all the experts involved in yoga tourism in the Cappadocia region. Given that this form of tourism is relatively new to the area, the number of individuals engaged in it remains limited. Accordingly, purposive snowball sampling was preferred, and qualitative interviews were conducted with ten people in February 2025, lasting between 30 and 50 minutes. The participants included yoga instructors and hotel managers who organize and host yoga camps in the region.

As in quantitative research, validity and reliability are expected in qualitative research. To ensure validity and reliability in qualitative research, credibility, transferability, consistency, and confirmability are important (Creswell & Creswell, 2017). The fact that the findings obtained as a result of the research are meaningful and consistent, the findings are compatible with the conceptual framework, and the generalizations made based on the research findings are compatible with the data means that internal validity (credibility) is ensured. To ensure credibility, in-depth interviews were conducted with the participants, and the natural flow of the interviews was allowed. Interview questions were kept open-ended, allowing participants to freely express their own experiences and meanings. In addition, the generalizability of the research results means that external validity (transferability) is high, and it is possible to generalize indirectly in the research. In order to ensure the reliability of the research, the methodology is discussed in detail, and the findings are reported free from assumptions and prejudices. Consistency refers to the reproducibility and consistency of the results obtained at each stage of the research process. The interview transcripts were coded by two researchers to ensure consistency. What also contributed to the internal reliability (consistency) and external reliability (confirmability) of the study was the fact that the results are compatible with the data, detailed data have been obtained, and no unrealistic data are included.

4. Findings

The data from the qualitative interviews was analyzed, and a SWOT analysis table developed to assess the potential of yoga tourism as an emerging form of alternative tourism in the Cappadocia region (*Table 1*). This SWOT analysis provides a comprehensive assessment of the region's strengths and weaknesses in facilitating yoga tourism, as well as opportunities and threats originating from external factors. The table emphasizes key elements such as the region's unique natural and cultural assets, existing infrastructure, market demand, and potential challenges that may have an impact on the sustainable development of yoga tourism in Cappadocia.

Table 1. SWOT analysis of yoga tourism potential in Cappadocia

Strengths	Weaknesses
1. Natural and mystical atmosphere: Cappadocia's unique natural landscapes and mystical atmosphere offer an ideal environment for practicing yoga. Especially yoga sessions in the valleys provide an experience of being in touch with nature. 2. History and culture: The historic caves, ancient Christian settlements, and mystical structures in the region create a deep sense of connection and energy when practicing yoga. This makes it an important feature that sets it apart from other yoga destinations. 3. Tourist infrastructure: Cappadocia has developed a tourist infrastructure. Hotels, restaurants, transportation facilities, and other accommodation options offer convenient services for yoga tourists. 4. Interest in various types of yoga: There is interest in different types of yoga, especially Hatha Yoga, Vinyasa, and Ashtanga. Tourists especially prefer yoga types that are more relaxing and include breathing exercises. 5. Tendency for long stay: Yoga tourists stay in the region for 3-5 days on average and contribute positively to the occupancy rates of hotels. 6. Sustainable tourism potential: Yoga tourists tend to be individuals who respect nature, are conscious, and support sustainable tourism. This offers the potential to increase tourism income without harming the environment. 7. Yoga and sunrise/dusk activities: Yoga tourists prefer to practice yoga at sunrise and sunset, which highlights the natural beauties of the region. 8. Interest of guides and tour operators: Guides and tour operators in the region have realized the potential of yoga tourism and are willing to provide services in this field.	1. Lack of trainers and attendance problems: It is difficult to find qualified yoga instructors in the region. The seasonal work of instructors and lack of a continuous yoga community negatively affect the sustainability of the activities. 2. Lack of advertising and promotion: There is not enough advertising and promotion for yoga tourism. Hotels and agencies are reluctant to support yoga tourism, and individual efforts are insufficient. 3. Seasonality problem: Yoga tourism is generally concentrated between May and October, and activities are greatly reduced in the winter months due to weather conditions. 4. Permit and legal problems: Permission from the municipality is required to practice yoga in the valleys. The complexity of the permit processes and the uncertainty of the regulations lead to organizational difficulties. 5. Insufficient vegetarian/vegan nutrition options: Although a significant portion of yoga tourists demand vegetarian or vegan diets, there are not enough restaurants and food options in the region to meet this need. 6. Lack of cooperation among yoga instructors: There is a lack of communication among yoga instructors. For this reason, the yoga community cannot develop, and joint activities cannot be organized. 7. Overlap with touristic activities: Tourists who want to practice yoga in the morning may experience conflicts with balloon tours; those who want to practice yoga in the evening may experience conflicts with all-terrain vehicle and horse tours.
Opportunities	Threats
1. Alternative tourism model: Yoga tourism can be an alternative tourism source to balloon tourism in Cappadocia. In this way, the tourism diversity of the region can be increased. 2. Establishment of yoga schools and centers: Yoga schools or centers can be opened in Cappadocia to serve both tourists and local people. These centers can create a sustainable yoga ecosystem. 3. International promotion and marketing: Cappadocia can organize international promotional campaigns for yoga tourism, specifically targeting tourists from Europe and America. Global promotion can be achieved through social media and influencer support. 4. Integration of yoga and nature activities: Yoga tourism can be integrated with nature walks, meditation, flora trips, and cultural activities to make it more attractive. 5. Yoga training for guides: Tourist guides in the region can be provided with basic yoga knowledge, and special guidance services can be provided for yoga tourists. 6. Opening yoga centers in quiet areas of Cappadocia: Instead of busy areas such as Göreme, yoga retreat centers can be established in quieter locations such as İbrahimpaşa, Mustafapaşa, or Uçhisar. 7. Support from local authorities: Municipalities and local governments can help position the region as a yoga tourism center by allocating special areas for yoga events.	1. Dominance of balloon tourism: Cappadocia's tourism is largely focused on balloon tours. Inadequate promotion of yoga tourism may cause this area to remain in the background. 2. Price increases: High hotel and service prices in the region may direct yoga tourists to more affordable destinations. 3. Competition with other yoga destinations: In Turkey, regions such as Fethiye, Olympos, and Antalya are also popular for yoga tourism. Differentiation strategies should be developed for Cappadocia to compete with these regions. 4. Natural disasters and security concerns: Natural disasters such as earthquakes or regional security concerns may reduce the interest of yoga tourists in the region. 5. Cultural misunderstanding of yoga tourism: Yoga may be perceived by some as a religious or spiritual ritual, which may lead to misunderstandings among locals.

Source: own editing.

The findings from the SWOT analysis are further explored through a TOWS analysis to develop strategic suggestions for the growth of yoga tourism in the Cappadocia region (Table 2).

Table 2. TOWS analysis of yoga tourism in Cappadocia (Strategies for yoga tourism development)

SO strategies (strengths + opportunities)	WO strategies (weaknesses + opportunities)
1. International yoga festivals can be organized using the mystical atmosphere and touristic infrastructure of Cappadocia. Through these festivals, Cappadocia can become a globally recognized yoga tourism destination. - Existing yoga camps and occasional events can be staged more regularly, and comprehensive festival programs can be created. - Global awareness can be raised by organizing special events for International Yoga Day. - Thematic yoga festivals (e.g., Sunrise Yoga Festival, Ancient Wisdom and Meditation Festival) can be organized to ensure a continuous flow of tourists to the region. - Cappadocia's historical and cultural heritage can be introduced through “Yoga and Culture Meetings” for festival participants. 2. Integrated packages can be created with yoga, meditation, hiking, and nature activities in the valleys. Yoga tourism can be combined with nature sports and cultural trips to offer a different experience. 3. Special accommodation options can be developed for yoga tourists who tend to stay longer. - Boutique hotels and stone mansions in the region can create special programs for retreat camps. - Accommodation in traditional stone hotels and retreat centers in harmony with nature can be arranged. 4. International awareness of yoga tourism can be increased through social media and influencer marketing. - World-renowned yoga instructors can be invited, and Cappadocia can be promoted as a yoga destination through social media. 5. Regular yoga events can be planned in hotels by building a bridge between yoga instructors and the tourism sector. - Hotels can increase weekday and off-season occupancy rates by offering weekend retreats and short-term yoga programs. 6. Yoga tourism can be promoted as a sustainable and nature-friendly tourism alternative. - Environmentally friendly tourism policies can be developed by protecting the natural beauties of the region.	1. To overcome the shortage of yoga instructors, training programs can be initiated in Cappadocia. - Yoga instructor certification programs can be opened for local people and those working in the tourism sector. - Certified training and workshops can be organized in Cappadocia with the participation of international trainers. 2. Joint promotional campaigns can be organized by local administrations and tourism agencies to overcome the lack of publicity for yoga tourism. - Yoga festivals to be organized in the region can be promoted in international tourism fairs and reach large masses. 3. Indoor yoga areas can be created to overcome the seasonality problem. - Winter tourism can be supported by developing indoor yoga halls and heated areas in hotels. 4. Special areas can be allocated for yoga activities in the valleys, and wooden yoga platforms can be installed with the support of the municipality. - These platforms should be removable and compatible with the natural environment. - Suggested locations: Kızılçukur Valley, Aşk Valley, Zemi Valley, Uçisar surroundings, Göreme open spaces. 5. Restaurant and café options for vegetarian/vegan dietary demand can be increased. - A “Yoga Friendly Menu” program can be created for hotels and local restaurants. 6. A communication network among yoga instructors can be established, and regular meetings and events can be organized. - A Cappadocia Yoga Community can be established, and cooperation between instructors, organizers, and operators can be ensured.
ST strategies (strengths + threats)	WT strategies (weaknesses + threats)
1. Yoga tourism can be promoted as a sustainable and quiet alternative to offset the dominance of balloon tourism. 2. Retreats can be developed in boutique hotels to encourage longer stays, and other activities in the region can be incorporated into yoga programs. 3. Presenting yoga events in a festival concept can increase the competitiveness of the region and become an alternative to destinations such as Fethiye and Olympos. 4. Security and insurance services for tourists can be developed to reduce threats such as natural disasters and security concerns. 5. By identifying special touristic areas for yoga activities, the encounter of groups engaged in other recreational activities in the valley (horse riding tour, ATV tour, bicycle tour, etc.) can be minimized. 6. Wooden and portable yoga platforms can provide a controlled space for yoga tourism by reducing the pressure of touristic construction.	1. Long-term strategic plans can be prepared to ensure the sustainability of yoga tourism. 2. Government support and special funds can be provided to encourage hotels to invest in yoga tourism. 3. Permission processes can be simplified when organizing yoga events in valleys. 4. By allocating fixed areas in certain valleys for yoga tourism, organizations can be carried out in a more planned and sustainable manner. 5. By developing programs that combine yoga and nature activities, the duration of tourists' stay in the region can be increased. 6. The capacity of the region in this field can be increased by cooperating with local businesses and educational institutions for the development of yoga tourism.

Source: own editing.

This inquiry integrates the determined strengths, weaknesses, opportunities, and threats to articulate strategic actions that can enhance the region's potential as a yoga tourism destination. The TOWS matrix presents a structured approach to leveraging strengths to endorse opportunities, addressing weaknesses to mitigate threats, and identifying sustainable development strategies aligned with the region's unique characteristics and market dynamics.

To concretize the developed TOWS strategies and increase their applicability, a product-oriented recommendation table has been prepared. *Table 3* presents different yoga tourism products structured according to the target audience, recommended durations, and basic content headings, and aims to contribute to the sustainable tourism vision of the region.

Table 3. Segmented yoga tourism products

Product name	Target audience	Suggested duration	Main content highlights
Yoga and nature escape	Nature enthusiasts and eco-conscious travelers	3–4 nights	Sunrise yoga sessions in the valleys, guided nature walks, workshops with local producers, ecological accommodation in Mustafapaşa
Weekend meditation and renewal camp	Young professionals and urban individuals, domestic tourists	2 nights (weekend)	Mindfulness practices, breathing exercises, light hikes, boutique cave hotel stay in Göreme/Uçhisar
Cultural yoga retreat program	Foreign tourists seeking deep experiences	5–7 nights	Daily yoga sessions, visits to historical valleys and monasteries, cultural evening events, accommodation in stone mansions
Yoga and thermal therapy package	Middle-aged individuals and health-focused travelers	4–5 nights	Morning yoga, spa and thermal treatments, nutrition workshops, collaboration with thermal resorts
Family-friendly yoga camp	Families with children	3 nights	Yoga sessions for parents, concurrent workshops for children, nature walks, childcare-supported camp structure
Empowerment and serenity camp for women	Women's groups, women's solidarity communities	4 nights	Women-only yoga sessions, empowerment circles, storytelling nights, partnerships with local NGOs
Instructor training and community education program	Locals and individuals aspiring to become yoga instructors	Varies (certificate program)	Yoga training modules, workshops with international instructors, collaborations with tourism schools
Off-season wellness experience	Off-season tourists and domestic travelers	2–3 nights	Yoga in heated indoor spaces, thermal baths, vegan/vegetarian culinary workshops, indoor cultural events
One-time yoga activities	Domestic or foreign tourists	2–5 hours	Day hikes, workshops, sunrise or sunset yoga sessions with views of fairy chimneys or hot air balloons

Source: own editing.

The recommendation table prepared in this direction includes nine differentiated yoga tourism products in line with the destination's existing infrastructure and target markets.

The recommendations are shaped around various themes such as nature-integrated experiences, cultural depth, family-friendly activities, empowerment camps for women, and instructor training programs. Each product is structured in terms of target audience, recommended duration, and content headings, providing practical roadmaps for practitioners. The aim is to diversify sustainable tourism activities throughout the year, ensuring the effective use of the region's natural, cultural, and thermal resources. The table supports strategic diversification with flexible and innovative experience suggestions that will increase the attractiveness of the destination, especially during the off-season.

5. Conclusion

This study has examined the potentials for the development of yoga tourism in Cappadocia via SWOT and TOWS analyses, revealing both the current advantages of the destination and the strategic orientations required for sustainable development. The analysis shows that Cappadocia's unique natural and mystical atmosphere can be a great attraction for yoga tourism. The region's historical heritage, natural valleys, and quiet retreats offer a unique experience for yoga tourists, while the existing tourist infrastructure has the capacity to support this process. However, factors such as the lack of awareness of the development potential that yoga tourism can create in the region, the lack of yoga instructors, the lack of sustainability of the activities, and the lack of promotional activities have been identified as important weaknesses that limit the development of this type of tourism.

Some studies suggest that increasing the promotion of yoga tourism will bring economic benefits to regions, contribute to sustainable tourism, reduce seasonality, promote cultural exchange, and contribute to health tourism (Bowers & Cheer, 2017; Ponder & Holladay, 2013; Sharma & Nayak, 2019). In line with the opportunities identified in the study, organizing yoga festivals in Cappadocia, making investments in yoga tourism by hotels and tourism enterprises, and integrating yoga activities with nature sports can increase the competitiveness of the region. In particular, the placement of portable wooden yoga platforms that are compatible with the natural environment in certain valleys will strengthen the infrastructure and the image of the region as a yoga destination. Inviting yoga influencers to the region and organizing yoga events there could transform the region into a yoga destination center in a short time. It is also recommended to increase the international promotion of yoga tourism as an alternative type of tourism to other tourist attractions in Cappadocia.

Although the dominant position of balloon tourism in the region makes it difficult for yoga tourism to gain prominence, the government, local authorities, tourism businesses, and the yoga community need to act in cooperation. Many studies have analyzed the success factors of stakeholder collaboration in the tourism sector (Poudel & Nyaupane, 2013; Smith & Puczkó, 2014) and highlighted the critical importance of collaboration between public institutions, private sector and non-governmental organizations for the development of yoga tourism (Cheer et al., 2017; Khanal & Shimizu, 2019).

Yoga tourism largely overlaps with the principles of sustainability as it provides high individual benefits with low environmental impact. In this respect, yoga tourism is compatible with Turkey's alternative and sustainable tourism policies adopted in recent years. Turkey's eleventh development plan (TCSBB, 2019) aims to balance the geographical and seasonal distribution of tourism and ensure environmental sustainability by supporting alternative tourism types. Similarly, Turkey's *Tourism Strategy 2023* document (TCKTB, 2007), created by the Ministry of Culture and Tourism, emphasizes diversification in areas such as health, nature, ecotourism, and rural tourism, making it possible to position yoga tourism within this strategic orientation. In addition, the Ministry of Trade's promotion, marketing, training, and event support in the field of health and sports tourism (TCTB, 2022) may enable yoga-based tourism initiatives to gain visibility on a national and international scale.

In Turkey, yoga tourism has not yet received a clear definition in tourism legislation. This situation creates uncertainty in sectoral data generation, incentive mechanisms, and planning processes. A strategic definition of yoga tourism would facilitate both the guidance of public policies and the incentivization of private sector investments. Yoga training courses and professional development seminars offered by the Turkish Sports for All Federation (TCGSB, 2024) are considered an important step in strengthening sectoral capacity. However, harmonizing these trainings with international standards, especially in the framework of the recognition of institutions such as the European Yoga Union (EYU), will make yoga tourism more competitive in the global market. In addition, systematic collection and monitoring of basic data on yoga tourism, such as visitor profiles, spending patterns, and environmental impacts, will pave the way for effective decision-making processes for both public authorities and the private sector. It is of great importance that local governments and regional development agencies play an active role in this process. For example, planning quiet natural areas, open-air yoga platforms, and hiking trails in regions such as Cappadocia will support the integrated nature of this type of tourism and improve the quality of experience. The *Cappadocia Region Tourism Sector Value Chain and SWOT Analysis* report prepared by Ahiler Development Agency (AKA, 2022) highlights the need to increase the region's tourism diversity and emphasizes that yoga and wellness-based activities can contribute to this diversity. In this context, collaborations with regional actors will enable not only spatial planning but also a holistic strategy for promotion, service quality, and training.

Yoga tourism should be considered a strategic type of tourism that combines Turkey's environmental sustainability goals with the pursuit of individual well-being and harmonized with sustainability policies determined at the national level in a more holistic and concrete framework. In this context, pilot applications to be initiated, especially in strong tourism destinations such as Cappadocia, and practical action plans to be developed on a local scale can be created. In this way, Turkey can become an environmentally sensitive, inclusive, and transformative yoga tourism destination. Infrastructure investments, promotional strategies, and the support of local stakeholders are critical for the full utilization of the

region's yoga tourism potential. In addition, yoga tourism should be considered as an alternative form of tourism that serves sustainable development by contributing to tourism diversity in Cappadocia, and a comprehensive strategic planning process should be carried out in this direction.

As many studies, this research, too, has some limitations that need to be acknowledged. The main limitation is the small sample size due to the limited number of people involved in yoga in the region. Future studies may benefit from expanding the sample to include a wider range of stakeholders, such as local government representatives, tourism policy makers, and international yoga retreat organizers, for a more comprehensive understanding of yoga tourism. Another limitation stems from the nature of qualitative research methods, which limits the generalizability of the findings. Future research could also adopt a mixed-methods approach by integrating quantitative surveys to ensure generalizability, complement qualitative findings, and provide statistical validation. Furthermore, longitudinal studies that follow the development of yoga tourism in the region over time can offer a more dynamic perspective on the growth of tourism, the challenges it faces, and the evolving market trends. The SWOT and TOWS analyses of yoga tourism in Cappadocia, along with the proposed recommendations, could serve as a reference point and offer strategic guidance for other destinations with similar tourism characteristics and appeal.

References

- Aggarwal, A. K., Guglani, M. & Goel, R. K. (2008). Spiritual & yoga tourism: A case study on experience of foreign tourists visiting Rishikesh, India. *Health, Spiritual and Heritage Tourism*.
https://www.researchgate.net/publication/242283283_Spiritual_Yoga_Tourism_A_case_study_on_experience_of_Foreign_Tourists_visiting_Rishikesh_India
- AKA (2022). Ahiler Kalkınma Ajansı Kapadokya Bölgesi Turizm Sektörü Değer Zinciri ve GZFT Analizi. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/kapadokya-bolgesi-turizm-sektoru-deger-zinciri-ve-gzft-analizi-dusuk-kalite.pdf>
- Albayrak, Ç. & Güçlü, A. (2020). Şehir hastanelerinin sağlık turizmüne etkisinin SWOT analizi ile değerlendirilmesi. *Aydın Sağlık Dergisi* 6 (2): 139–153.
DOI: 10.17932/IAU.ASD.2015.007/asd_v06i2004
- Ali, N. (2022). Yoga tourism and sustainable development in Niue post-COVID: Investigating the potential for sport tourism and wellness experiences. In: Stephenson, M. L. (ed.) *Routledge handbook on tourism and small island states in the Pacific*. New York: Routledge, pp. 343–355.
- Alter, J. S. (2004). *Yoga in modern India: The body between science and philosophy*. Princeton University Press.
- Ambili, K. (2016). A study on the impact of yoga tourism on tourists visiting Kerala. *Atna Journal of Tourism Studies* 11 (1): 59–69. DOI: 10.12727/ajts.15.5

- Beaman, L. G. & Sikka, S. (eds.). (2016). *Constructions of self and other in yoga, travel, and tourism: A journey to elsewhere*. Springer.
- Bowers, H. & Cheer, J. M. (2017). Yoga tourism: Commodification and western embracement of eastern spiritual practice. *Tourism Management Perspectives* 24: 208–216. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.07.013
- Bozkurt, A. D. & Tekeoğlu, A. N. T. (2024). Turkey's tourism strategies: Building spiritual and cultural experiences through anchoring. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 9 (4): 120–139. DOI: 10.15170/TVT.2024.09.04.06
- Bryant, E. F. (2009). *The yoga sūtras of Patañjali: A new edition, translation, and commentary*. North Point Press.
- Chakrabarty, P. & Das, S. (2023). Yoga tourism as an emerging branch of eco-tourism for the restoration of sustainable human environment. In: Sahu, A. S. & Chatterjee, N. D. (eds.) *Environmental management and sustainability in India: Case studies from West Bengal*. Cham: Springer International Publishing, pp. 567–578.
- Cheer, J. M., Belhassen, Y., & Kujawa, J. (2017). The search for spirituality in tourism: Toward a conceptual framework for spiritual tourism. *Tourism Management Perspectives* 24: 252–256. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.07.018
- Creswell, J. W. & Clark, V. P. (2007). *Mixed methods research*. Thousand Oaks, CA.
- Creswell, J. W. & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Cohen, M. M., Elliott, F., Oates, L., Schembri, A. & Mantri, N. (2017). Do wellness tourists get well? An observational study of multiple dimensions of health and well-being after a week-long retreat. *Journal of Alternative and Complementary Medicine* 23 (2): 140–148. DOI: 10.1089/acm.2016.0268
- De Mello, J. C., da Silva, J. M. & da Silva, A. M. J. F. (2018). Intangible cultural heritage, India and yoga. *Revista do Fórum Internacional de Ideias* 5 (1): 1–23.
- Devravut, Ö. (2019). *Türkiye wellness turizmi pazarlama stratejilerinin belirlenmesinde beslenme programlarının rolü ve önemi*. Publication No. 547544. Master's thesis, Aydın Adnan Menderes University. Council of Higher Education (YÖK), Türkiye.
- Dinçer, M. Z., Karataş, Ö. & Şahin, G. (2020). Mental turizm açısından Türkiye'nin potansiyelinin değerlendirilmesi. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi* 4 (1): 1–13. <https://dergipark.org.tr/en/pub/iuusbdi/issue/54185/557497>
- Iyengar, B. K. S. (1965). *Light on yoga*. Schocken Books.
- Garcia, J. A. & Peris-Ortiz, M. (2015). *Health and wellness tourism: Emergence of a new market segment*. Springer.
- İnce, F. F. & Keskin, Ç. (2023). Comparison of travel motivations in yoga tourism and mass tourism. *Journal of Management and Economic Studies* 5(1): 35–45. DOI: 10.26677/TR1010.2023.1262
- Kamthe, M. A., Lahoti, Y. & Inamdar, I. (2022). Tourism and yoga: A phenomenological analysis with reference to select places in India. *Journal of Positive School Psychology* 6 (2): 820–829. <http://184.168.115.16/index.php/jpsp/article/view/1576>

- Khanal, B. P. & Shimizu, T. (2019). Strategies for development of yoga, ayurveda, and meditation-based health tourism in Nepal: Using SWOT analysis. *Journal of Tourism & Adventure* 2 (1): 85–107. DOI: 10.3126/jota.v2i1.25934
- Lehto, X. Y., Brown, S., Chen, Y. & Morrison, A. M. (2006). Yoga tourism as a niche within the wellness tourism market. *Tourism Recreation Research* 31 (1): 25–35. DOI: 10.1080/02508281.2006.11081244
- Maddox, C. B. (2015). Studying at the source: Ashtanga yoga tourism and the search for authenticity in Mysore, India. *Journal of Tourism and Cultural Change* 13 (4): 330–343. DOI: 10.1080/14766825.2014.972410
- Malik, G. (2018). Niche tourism: A solution to seasonality. *Journal of Management Research and Analysis* 5 (2): 80–93. https://www.academia.edu/37626111/NICHE_TOURISM_A_SOLUTION_TO_SEASONALITY
- Nautiyal, R., Albrecht, J. N. & Carr, A. (2025). Spiritual practice as tourism experience: An application of cultural transmission theory. *Annals of Tourism Research* 110: 103866. DOI: 10.1016/j.annals.2024.103866
- Öznalbant, E. & Alvarez, M. D. (2020). A socio-cultural perspective on yoga tourism. *Tourism Planning & Development* 17 (3): 260–274. DOI: 10.1080/21568316.2019.1606854
- Polat, G. & Öztürk, İ. (2021). Current supporting practices in health tourism. In: Krystev, V. et al. (eds.) *Tourism Studies and Social Sciences*. Sofia: St. Kliment Ohridski University Press, pp. 375–391.
- Poudel, S. & Nyaupane, G. P. (2013). The role of interpretative tour guiding in sustainable destination management: A comparison between guided and nonguided tourists. *Journal of Travel Research* 52 (5): 659–672. DOI: 10.1177/0047287513478496
- Ponder, L. M. & Holladay, P. J. (2013). The transformative power of yoga tourism. In: Reisinger, Y. (ed.) *Transformational tourism: Tourist perspectives*. CABI, pp. 98–107.
- Ranjan, R., Sujay, V. S., Himanshu, S. & Vaibhav, K. C. (2022). Factors influencing yoga tourism in Uttarakhand: A case study of Patanjali Yogpeeth. *International Journal of Trend in Scientific Research Development* 6 (2): 292–298.
- Sevim, E. (2019). *Medikal turizm ve stratejik analiz*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Sharma, P. & Nayak, J. K. (2019). Understanding memorable tourism experiences as the determinants of tourists' behaviour. *International Journal of Tourism Research* 21 (4): 504–518. DOI: 10.1002/jtr.2278
- Shrivastava, S. R., Shrivastava, P. S. & Ramasamy, J. (2015). Mainstreaming of ayurveda, yoga, naturopathy, unani, siddha, and homeopathy with the health care delivery system in India. *Journal of Traditional and Complementary Medicine* 5 (2): 116–118. DOI: 10.1016/j.jtcme.2014.11.002
- Singleton, M. (2010). *Yoga body: The origins of modern posture practice*. Oxford University Press.

- Smith, M. & Kelly, C. (2006). Holistic tourism: Journeys of the self? *Tourism Recreation Research* 31 (1): 15–24. DOI: 10.1080/02508281.2006.11081243
- Smith, M. & Puczkó, L. (2014). *Health, tourism and hospitality: Spas, wellness and medical travel*. Routledge.
- Telej, E. & Gamble, J. R. (2019). Yoga wellness tourism: A study of marketing strategies in India. *Journal of Consumer Marketing* 36 (6): 794–805. DOI: 10.1108/JCM-07-2018-2788
- Tripathi, S. & Ben Said, F. (2023). Significant trends in Asia's wellness tourism and research agenda: A systematic literature review analysis. *Journal of Tourismology* 9 (2): 97–112. DOI: 10.26650/jot.2023.9.2.1328064
- Valentin, E. K. (2001). SWOT analysis from a resource-based view. *Journal of Marketing Theory and Practice* 9 (2): 54–69. DOI: 10.1080/10696679.2001.11501891
- Voigt, C., Brown, G. & Howat, G. (2011). Wellness tourists: In search of transformation. *Tourism Review* 66 (1–2): 16–30. DOI: 10.1108/1660537111127206
- Weihrich, H. (1982). The TOWS matrix: A tool for situational analysis. *Long Range Planning* 15 (2): 54–66. DOI: 10.1016/0024-6301(82)90120-0
- Yorulmaz, M. & Söyler, S. (2020). Sağlık turizmi SWOT analizi: Adana ili örneği. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi* 6 (2): 217–230. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1260762>

Online sources

- Anadolu Agency (2024). Yoga event organised in Cappadocia. Available at: <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/kapadokyada-yoga-etkinligi-duzenlendi/3250504/>
Accessed on: 25 March 2025.
- Argos in Cappadocia (2024). Büyülü Bir Yoga Yolculuğu. Available at: <https://www.argosincappadocia.com/buyulu-bir-yoga-yolculugu/>
Accessed on: 23 March 2025.
- Bi'Yoga (2024). Kapadokya'da Bi'Yoga. Available at: <https://kapadokyadabiyoga.com/>
Accessed on: 12 March 2025.
- Cappadox (2024). Event List. Available at: <http://www.cappadox.com/Event/List/> Accessed on: 11 April 2025.
- Custom Market Insights (2024). Global yoga tourism market 2024–2033. Custom Market Insights. Available at: <https://www.custommarketinsights.com/report/yoga-tourism-market/>
Accessed on: 28 March 2025.
- Grand View Research (2022) Horizon databook, yoga market size, share, growth & trends report 2030. Available at: <https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/yoga-tourism-market-size/global/> Accessed on: 28 March 2025.

Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok
Tourism and Rural Development Studies
10. évfolyam, 2. szám, 2025: 77–99.
doi: 10.15170/TVT.2025.10.02.05



FACTORS INFLUENCING COLLABORATIVE GOVERNANCE IN THE TOURISM SECTOR: STAKEHOLDER REFLECTIONS

¹Maureen Mpho Siwelani, ²Siyabulela Nyikana ✉

¹MBA Student, Johannesburg Business School, University of Johannesburg, Johannesburg, South Africa; mhlompompho@gmail.com, ORCID: 0009-0000-7158-7548

²Senior lecturer, School of Tourism and Hospitality, College of Business and Economics, University of Johannesburg, Johannesburg, South Africa; siyabulelan@uj.ac.za, ORCID: 0000-0002-4785-5167

ABSTRACT

This study investigated the factors influencing collaborative governance between the public and private sectors in tourism. Employing an explorative qualitative research approach, in-depth, semi-structured interviews were conducted with stakeholders in the tourism sector to explore participants' experiences and insights regarding the barriers to effective collective governance. The data were analysed thematically to extract key concepts aligned with the study objectives. The findings suggest that lack of transformation in tourism and hospitality, corrupt practices, legal and regulatory bottlenecks, divergent interests, and a lack of trust among stakeholders inhibit effective collaborative governance in the tourism industry. The study makes a modest contribution to the discourse surrounding collaborative efforts between the public and private sectors of tourism within emerging economy contexts.

Keywords: collaborative governance, South Africa, stakeholder engagement, sustainable rural development, tourism



Received: 26 April 2025

Accepted: 12 June 2025

Published: 27 June 2025

AZ EGYÜTTMŰKÖDÉSES IRÁNYÍTÁST BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK A TURISZTIKAI ÁGAZBAN: AZ ÉRDEKELT SZEREPLŐK REFLEXIÓI

¹Maureen Mpho Siwelani, ²Siyabulela Nyikana ✉

¹MBA-hallgató, Johannesburgi Üzleti Iskola, Johannesburgi Egyetem, Johannesburg, Dél-afrikai Köztársaság; mhlomgompho@gmail.com, ORCID: 0009-0000-7158-7548

²Adjunktus, Turizmus és Vendéglátás Intézet, Közgazdaságtudományi Kar, Johannesburgi Egyetem, Johannesburg, Dél-afrikai Köztársaság; siyabulelan@uj.ac.za, ORCID: 0000-0002-4785-5167

ABSZTRAKT

A tanulmány az állami és a magánszektor közötti együttműködést befolyásoló tényezőket vizsgálja a turisztikai ágazatban. Feltáró jellegű kvalitatív kutatási megközelítést alkalmazva, mélyreható, félig strukturált interjúk készültek a turisztikai ágazat érdekelt szereplőivel, hogy megismerjük az érintettek tapasztalatait és meglátásait a hatékony kollektív irányítás előtt álló akadályok terén. Az adatokat tematikusan elemeztük, hogy feltárjuk a tanulmány céljaival összhangban álló kulcstényezőket. Az eredmények arra utalnak, hogy a turizmus és a vendéglátás területén tapasztalható átalakulás hiánya, a korrump gyakorlatok, a jogi és szabályozási szűk keresztmetszetek, az eltérő érdekek és az érdekelt felek közötti bizalom hiánya gátolja a hatékony együttműködésen alapuló menedzsmentet a turisztikai ágazatban. A tanulmány szerény mértékben hozzá kíván járulni a turizmus állami és magánszektorai közötti együttműködési erőfeszítéseket övező diskurzustól a feltörekvő gazdaságok kontextusában.

Kulcsszavak: együttműködésen alapuló irányítás, Dél-Afrika, érdekelt felek bevonása, fenntartható vidékfejlesztés, turizmus

Benyújtva: 2025. április 26.

Befogadva: 2025. június 12.

Publikálva: 2025. június 27.

1. Introduction

The multifaceted nature of the tourism industry renders it a complex phenomenon for analysis, as it is characterised by links to the social, political, cultural, and economic aspects of a destination (Bunghez, 2016). Despite these complications, tourism has become a vital component of local governance, particularly in the areas of economic growth, employment creation, cultural exchange, and global connectivity (Negassa, 2024; Nyikana & Tichaawa, 2024). Many local governments have recognised tourism as a key driver of economic development, viewing it as a sector facilitating rapid infrastructural advancement and making substantial contributions to environmental management, among other benefits (Negassa, 2024). However, for these benefits to materialise, emphasis must be placed on fostering effective multi-stakeholder interactions aimed at sustainable local tourism development.

Worku & Tessema (2018) emphasise the importance of purposeful collaboration between the public and private sectors, guided by shared visions for the future, to achieve tourism development objectives. They argue that only through such collaboration can the industry reach its potential, enhance the visitor experience, and generate lasting, positive impacts on local economies.

The World Bank (2019) similarly underscores the significance of collaboration between the public and private sectors, noting that such partnerships often lead to sustainable development and growth of tourist regions. Effective collaboration facilitates the pooling of resources and expertise, as well as shared knowledge from both sectors, which can lead to more effective and efficient solutions to complex societal challenges (Ongaro & Massey, 2016). From the perspective of developing countries, local economic development is often centred on tourism as a means to address pressing socio-economic needs (Nyikana & Tichaawa, 2018).

This study explored the factors that either hinder or promote collaborative governance between the public and private sectors of tourism in South Africa. The argument is that the tourism industry frequently struggles to align the varied interests of stakeholders, with this diversity often limiting collaborative governance. Addressing these challenges requires synergy between the two sectors to produce inclusive and sustainable solutions that support tourism development at the local level (Kwesiga & Le Roux, 2015).

In the existing literature, rigid institutional frameworks and governance structures are frequently cited as major barriers to collaborative governance in tourism (Kimbu & Ngoasong, 2013; Nyikana & Tichaawa, 2018). Another key obstacle is the misalignment of interests and objectives between the sectors. While the public sector focuses on delivering public goods and services, implementing relevant policies, and ensuring regulatory compliance, the private sector is predominantly driven by profit motives and market competitiveness. These differing priorities often result in a misalignment of tourism development goals, making it difficult to find common ground for collaboration. This dilemma necessitates empirical inquiry into the drivers and inhibitors of collaborative governance, with the aim of proposing lasting solutions to stimulate local economic

development through tourism. On the basis of this, the following two research questions are formulated for this study:

Q1: What are the key barriers to effective collaborative governance between public and private sector stakeholders in the tourism industry of emerging economies?

Q2: How do stakeholder perceptions and experiences shape the dynamics of public–private collaboration in the tourism sector in rural contexts?

In terms of structure, the next section presents a detailed literature review and theoretical justification for the research. This is followed by a description and justification of the research methods used. The subsequent section presents the study's findings and offers a discussion thereof. Finally, the conclusion is drawn, accompanied by relevant recommendations and contributions of the research.

2. Literature review

2.1. Overview of tourism

Promoting tourism has been a key strategy for economic upliftment, community development, and poverty alleviation in developing destinations of the Global South (Binns & Nel, 2002; Rogerson & Sixaba, 2021). This is based on tourism's broad economic, social, and environmental implications, which can generate numerous positive outcomes for host destinations (Mhlabane et al., 2023; Mazibuko et al., 2024). Many scholars have contended that the tourism industry delivers essential socio-economic benefits to host destinations, particularly in developing regions (Khayrulloevna, 2020; Mazibuko et al., 2024). According to the United Nations World Tourism Organisation [UNWTO] (2020), one of tourism's major economic contributions is job creation. The organisation reported that in 2019, the tourism sector contributed approximately 10% of global GDP and supported one in ten jobs worldwide, underlining its importance as a significant employer.

Tourism also yields socio-cultural benefits, such as fostering cross-cultural exchange, enhancing community development, and promoting cultural preservation (Mazibuko et al., 2024). Richards (2018) posits that tourism serves as a bridge between cultures, promoting mutual understanding and tolerance among people from different backgrounds, thereby enriching local experiences. This cultural engagement not only enhances visitor experiences but also provides local communities with opportunities to showcase their traditions, heritage, and way of life, fostering a sense of pride and identity (Timothy, 2011).

In addition to economic and socio-cultural impacts, tourism affects the environment both positively and negatively. A direct consequence of tourism is the consumption of natural resources—both renewable and non-renewable—used in the development of tourism infrastructure (Gazta, 2018). On the positive side, tourism can support environmental management by promoting the establishment of protected areas such as national parks, wildlife sanctuaries, and marine reserves (Chinhanga et al., 2024). For example, many tourism destinations have designated conservation zones to attract eco-tourists, thereby protecting biodiversity (Honey, 1999; Chinhanga et al., 2024).

Despite its potential, tourism in the Global South has often failed to fulfil its promise due to limited or ineffective collaboration. Worku & Tessema (2018) argue that tourism can only serve as a driver of socio-economic development when collaboration between public and private sectors forms the foundation of tourism planning and implementation. Effective stakeholder collaboration is thus essential for achieving economic growth, environmental sustainability, social equity, and inclusive development at the destination level.

2.2. Collaborative governance theory in context

This study is grounded in the theoretical construct of collaborative governance in tourism development. The concept of collaborative governance was first introduced by Donahue of Harvard University in 2004 and was later revisited in 2008 with Zeckhauser in relation to public-private collaboration. It refers to the engagement of one or more public agencies that directly involve non-state stakeholders in a collective decision-making process that is formal, consensus-oriented, and deliberative, focusing on the making or implementation of public policies or the management of public programmes or assets (Sun, 2017; Wang & Ran, 2023). Emerson et al. (2012) define collaborative governance as the processes and structures of public policy decision-making and management that engage people constructively across the boundaries of public agencies, levels of government, and the public, private, and civic spheres to achieve a public purpose that could not otherwise be accomplished. In this regard, collaboration represents broader acceptance of a policy or decision (Worku & Tessema, 2018; Ramukumba, 2025). The key strength of collaborative governance lies in its capacity to leverage diverse expertise and resources by combining stakeholders with varying perspectives and interests, driving innovation and enhancing policy implementation, particularly in tourism development (Bramwell & Lane, 2011; Ramukumba, 2025).

In the pursuit of sustainable tourism development, collaboration among the public sector, private sector, and local communities ensures that economic growth aligns with environmental sustainability and social equity, as enshrined in the principles of sustainability for tourism development (Chinhanga et al., 2024; Ramukumba, 2025). It is evident that public organisations act as initiators of collaboration, not only among themselves but also in bridging the public-private divide. Voets et al. (2021) emphasise the importance of a genuine joint decision-making process across all sectoral divides, wherein all stakeholders strive to reach consensus. However, in tourism, successful collaborative governance requires trust, effective communication, and a shared vision among stakeholders, with trust-building being a gradual process essential for meaningful cooperation and the avoidance of conflict (Vangen & Huxham, 2003; Wang & Ran, 2023). As tourism continues to grow globally, collaborative governance provides a framework for balancing its economic, social, and environmental dimensions. Ramukumba (2025) asserts that this process leads to improved solutions to problems, while effectively engaging multiple interested and affected parties in tourism development. He argues that, due to its

integrative nature, collaborative governance in tourism provides a sustainable alternative to traditional development approaches, particularly as it draws upon comprehensive and strategic planning. Therefore, this study argues that collaborative governance is a critical mechanism for achieving effective and sustainable tourism development.

2.3. Barriers to collaboration

Despite the potential of tourism when collaborative governance is central to developmental initiatives, several factors continue to pose significant challenges to its realisation. Identifying and understanding these barriers is essential for developing strategies that promote successful collaboration. Research has shown that the primary challenge is the conflicting objectives and priorities of stakeholders, which can obstruct collaboration and hinder the attainment of mutually beneficial outcomes (Bovaird & Loeffler, 2012). Moreover, differences in organisational cultures, values, and decision-making processes can impede effective collaboration in tourism (Kapucu, 2006; Ramukumba, 2025). Institutional constraints – including insufficient financial and human resources – present another barrier to effective collaboration and governance (Rhodes et al., 2015).

A lack of trust and communication between the public and private sectors has been pointed out as being particularly influential in obstructing collaborative efforts in tourism (Nyikana et al., 2021). Building trust among stakeholders is vital for fostering cooperation and enhancing information-sharing, which, in turn, supports more progressive developmental pathways (Forrer, 2016). Furthermore, power dynamics and political factors can hinder collaboration. In this regard, organisational politics, competition for influence, and power imbalances can inhibit the formation of mutually beneficial partnerships and collaborative initiatives (Meijer, 2015). Azizpour & Fathizadeh (2016) argue that weak legal frameworks and deficiencies in the policy-making process represent significant challenges to collaboration in the tourism sector. Similarly, Tshehla (2018) found that the effectiveness of public–private partnerships (PPPs) in the tourism sector is undermined by poor planning, skills shortages, lack of stakeholder participation, imbalanced risk allocation, and impractical PPP policies. Furthermore, Worku & Tessema (2018) identified a lack of government commitment, financial limitations, and insufficient workforce capacity as challenges contributing to the weak collaboration between the public and private tourism sectors.

Wanner & Pröbstl-Haider (2019) assert that stakeholder participation in collaborative governance in the tourism sector is constrained by socio-cultural factors (such as centralised processes, limited coordination, and restricted information-sharing), structural factors (such as regulatory limitations and lack of expertise), and conflicting interests. Xu et al. (2023) found that corruption has a negative impact on tourism development and represents a significant challenge that must be addressed. Conversely, Dube & Nhamo (2024) observed that technological shifts in meetings and conferences, as well as concerns around employee mental health, also impede collaboration in the tourism sector. Lekgau

et al. (2024) highlighted the lack of resources as a central challenge affecting PPPs in relation to inclusive tourism development in Global South countries. Dias et al. (2024) echoed this concern, arguing that many obstacles persist in achieving sustainable tourism development. They pointed specifically to a lack of long-term vision and poor integration of the private sector's practical experience into public policy. Similarly, Rogerson & Sixaba (2021) noted that, in the South African context, the legacy of apartheid continues to shape tourism development, with policies often formulated without sufficient consultation, inclusivity, or representation. Thus, there is a clear need to strengthen collaborative governance through deliberate actions aimed at fostering a conducive environment for partnership between the public and private sectors.

2.4. Drivers of collaboration in the tourism sector

A key driver of collaboration is the recognition of interdependence and shared goals between the public and private sectors (Ahn et al., 2020). Studies have shown that when stakeholders recognise their mutual dependence and the need for collective action, collaboration becomes more likely and meaningful progress is achieved in tourism development (Ansell & Gash, 2008). Another important driver of collaboration is the potential for resource leveraging and enhanced efficiency through optimal use of assets (Nyikana et al., 2021). Collaboration allows organisations to pool their resources, expertise, and capabilities to attain outcomes that would be difficult to achieve independently (Huxham & Vangen, 2005). This synergy can result in cost savings and improved efficiency in delivering public services and executing development projects, including in the tourism domain.

The drive for innovation and improved outcomes also motivates collaboration. Engaging in joint initiatives enables the public and private sectors to draw from diverse perspectives, knowledge bases, and expertise, thereby fostering innovative solutions and enhanced service delivery (Bryson et al., 2006; Ramukumba, 2025). As such, collaboration supports learning, experimentation, and the adoption of best practices to address complex challenges within tourism development.

Hodge et al. (2010) posit that the need for shared accountability and risk-sharing also encourages collaborative efforts. In sectors such as infrastructure or environmental conservation – where risks and responsibilities are commonly shared between public and private actors – collaboration facilitates coordinated risk management and collective accountability. The expectation is that this would similarly benefit tourism and its development processes. Additionally, political support and favourable policy frameworks are identified as enablers of collaboration. When governments promote collaborative cultures through supportive legislation, capacity-building, and incentives, stakeholders are more inclined to engage in such initiatives (Huxham & Vangen, 2005).

The presence of strong leadership and champions of collaboration further catalyses cooperative action. Visionary leaders who advocate for collaboration and involve stakeholders can inspire joint action and cultivate a collaborative ethos (Gray, 1989). These

leaders can mobilise resources, build trust, and generate opportunities for collaboration in tourism, effectively overcoming barriers to partnership. Lekgau et al. (2024) argue that while PPPs have played a pivotal role in promoting inclusive tourism growth, these partnerships must be aligned with destination development priorities. The following section of the paper outlines and justifies the research methodology employed in this study.

3. Methodology

3.1. Background to the study area

This study was conducted in the Mpumalanga province of South Africa, which is characterised by both a diverse economic landscape and significant development needs (Mhlabane et al., 2023). Mpumalanga is renowned for being part of the world-famous Kruger National Park and for its wide array of other natural attractions within its borders, resulting in its designation as a leading ecotourism destination globally (Mpumalanga Tourism and Parks Agency, 2020). While Mpumalanga possesses immense potential, it also faces several socio-economic challenges, including high unemployment rates, poverty, inadequate infrastructure, and limited access to basic services, especially in the rural areas (National Planning Commission, 2011; Mhlabane et al., 2023). Addressing these challenges necessitates effective collaboration and synergy between the public and private sectors to provide solutions that are inclusive, sustainable, and impactful (Kwesiga & Le Roux, 2015). However, bureaucratic hurdles, complex legal frameworks, and unclear roles and responsibilities in Mpumalanga may impede effective collaboration in tourism (Mthombathi, 2018). Therefore, this study sought to explore the factors that influence effective collaborative governance in the province.

3.2. Research design, data collection and analysis

This study employed an exploratory qualitative research approach to address the research aim. Face-to-face, semi-structured, in-depth interviews with key stakeholders (n=12) in tourism were conducted. This approach enabled deeper insights into participants' feelings, ideas, and experiences related to tourism development and collaborative governance. Using a purposive sampling strategy, key stakeholders directly engaged in collaborative initiatives, such as government officials, private sector representatives, and community leaders, were identified and invited to participate in the study (Palinkas et al., 2015). A semi-structured interview schedule was used to collect the data from the 12 participants. Interviews were concluded with 12 participants, as data saturation had been reached at 10, with no new information emerging. These participants were selected based on their in-depth knowledge, involvement, experience, and exposure to tourism and its development (Table 1). The interviews were conducted face-to-face, with each interview lasting on average 45 minutes. Participants were informed of the purpose of the study before the interview, and all agreed to be recorded. The thematic focus of the interviews, based on

gaps in the literature reviewed and the research questions included: key factors that affect collaboration between the public and private sectors of tourism in rural areas, the role of collaborative governance in addressing social ills such as youth unemployment and poverty in rural areas, challenges in achieving collaborative governance in rural tourism development, strategies for achieving collaborative governance, as well as stakeholder roles in collaborative governance in rural tourism development. A general interview guide with these themes was used, but where necessary, follow-up questions were asked, based on the responses. These follow-up questions allowed for exploration of specific examples and detailed explanations of the responses.

Table 1: Description of the research participants

Participant Codes	Description
PAT1	a female involved in community development, forming part of the community leadership group
PAT2	a male owner of an accommodation establishment, representing the private sector group
PAT3	a male in middle management at a government tourism agency, representing the government officials
PAT4	a male employee at a government tourism agency, representing the government officials
PAT5	a female community development representative, representing the community leadership group
PAT6	a male in a management position of a government tourism agency, representing government officials
PAT7	a male in middle management of a government tourism agency, representing government officials
PAT8	a female in a lower-level management position at a government tourism agency, representing government officials
PAT9	a male in a top management position of a hotel, representing the private sector group
PAT10	a male in middle management of a tour operating company, representing the private sector
PAT11	a male in a middle management position at a government tourism agency
PAT12	a male in a middle management position at a government tourism agency

Source: edited by the authors.

The data collected through qualitative interviews was analysed using NVivo software (version 14.0) to identify, organise, and report the themes that emerged. Thematic analysis was further employed to search for, generate, and report the main and sub-themes that form the basis of the research findings. The transcripts were read and re-read to become familiar with the results and emergent themes, and initial codes were generated to capture key concepts and ideas in line with the study objectives (Braun & Clarke, 2006). Thereafter,

codes were organised into themes and sub-themes, allowing for an in-depth exploration of the qualitative data. The themes were reviewed and refined through iterative data analysis to ensure accuracy and reliability. The ideas and main and sub-themes (i.e., local community, youth, job creation, skills development, poverty alleviation, collaboration, service delivery, and funding) that emerged from the dataset were visually presented using mind-mapping.

4. Results

4.1. Demographic profile

This section describes the results of the demographic profiles of participants, illustrated by Table 2. The results showed that a significant majority of the respondents (7) occupied middle management positions, followed by three who were in lower management and general worker roles, one in top management, and the remaining participant occupying other positions. The diverse nature of employees within an organisation helps to ensure a comprehensive understanding of the collaborative dynamics across different organisational levels. The majority of the respondents (9) were male, while the remaining three were female. As the study received a majority of male respondents, this may suggest that the organisation employs more males than females. This may reflect gender distribution across the organisation, with a bias towards male employees. An article published by Stats SA (2022) on equality in the labour market reported that women occupied fewer strategic positions compared to their male counterparts, who were more often represented in top management roles.

Table 2: Demographic profile

	Bio-data	Frequency
Positions	General employees	1
	Lower management	2
	Middle management	7
	Top management	1
	Others	1
Gender	Female	3
	Male	9

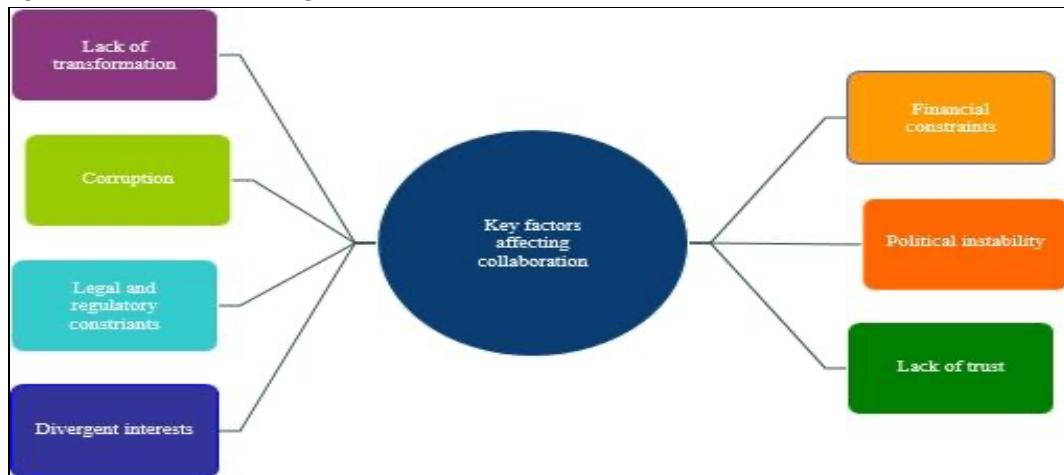
Source: edited by the authors.

4.2. Factors affecting the collaboration process between the public and private sectors

After 30 years of democracy, South Africa has yet to achieve the transformation agenda in the tourism sector. Dias et al. (2024) argue that the sector faces a range of challenges, such as a lack of long-term vision and integration into government policy. Rogerson & Sixaba (2021) similarly assert that, since the end of apartheid, its legacy continues to influence the South African tourism sector. The current study assessed the factors that affect

collaboration processes between the public and private sectors. Responses sourced from participants through interviews revealed seven key themes, including lack of transformation, corruption, legal and regulatory constraints, political instability, divergent interests, financial constraints, and lack of trust. These were identified as factors sapping collaboration between stakeholders in government and the private sector and formed the basis of the findings, as illustrated in Figure 1.

Figure 1: Factors affecting the collaboration process between public and private sectors



Source: edited by the authors.

4.3. Lack of transformation

Following the 1994 elections, the South African government initiated several reforms aimed at transforming the economy and addressing the triple challenges of unemployment, poverty, and inequality. On numerous occasions, the Finance Minister, Enoch Godongwana, has reiterated the government's commitment to a comprehensive transformation agenda (South African Government, 2020). However, 30 years since the collapse of the apartheid government, the transformation process within the tourism sector has been slow when compared to other sectors of the South African economy. Participants expressed that one of the challenges affecting collaboration processes in the tourism sector is the lack of transformation. In connection with this, one of the respondents stated:

“One problem affecting collaboration is the issue of transformation in business processes from the private sector to public sector. The BBEE [Broad-based Black Economy Empowerment] process is not working at all.” (PAT2).

Another respondent concurred by saying:

“A lack of investment and transformation from the corporate/private sector a problem affecting the collaboration process between the public and private tourism sectors.” (PAT3).

From the interviews, it is evident that, even after three decades of democratic governance, South Africa has yet to fully realise the transformation agenda within the tourism sector.

4.4. Corruption

Corruption remains one of the key challenges affecting all aspects of South African society, particularly within the public sector. These findings are consistent with Xu et al. (2023), who argue that the effect of corruption on tourism development is both negative and statistically significant. Participants in this study also confirmed that corruption is a barrier currently impacting the collaboration processes within the tourism sector in Mpumalanga province. One respondent stated:

“Corruption by Government Officials and Politicians is at the highest level.” (PAT5).

In support of the above statement, another participant mentioned:

“Corruption, for example, the supply chain, it’s a mess. From the people awarding tenders or projects to the incompetent receivers.” (PAT10).

Based on the quotes above, it is evident that corruption is a serious problem in South Africa, particularly in the tourism sector, and it significantly impedes the collaboration process. Given the multi-faceted nature of tourism and the involvement of multiple stakeholders in the development process, it is evident that room is created for corrupt practices, which may inhibit the effective collaboration process for tourism, particularly in developing countries. This is further emphasised by Xu et al. (2023) who point to corruption as having a very negative impact on tourism development for destinations worldwide.

4.5. Legal and regulatory constraints

Legal and regulatory constraints have been identified as another major challenge affecting the collaboration processes in the tourism sector. Meijer (2015) notes that organisational politics, competition for influence, and power imbalances can hinder the establishment of mutually beneficial partnerships and collaborative initiatives. Similarly, Dias et al. (2024) argue that collaboration in the tourism sector is hampered by numerous challenges, including a lack of integration into government policy and excessive bureaucracy. According to Azizpour & Fathizadeh (2016), weak legal structures and shortcomings in the policy-making system pose a significant challenge to collaboration agreements within the tourism sector. This study found that legal and regulatory constraints continue to affect collaboration processes in Mpumalanga’s tourism destinations. Participants shared similar sentiments, stating that such constraints can disrupt collaboration and diminish continuity.

One participant argued:

“Legal and regulatory constraints can disrupt collaboration processes and undermine continuity.” (PAT8).

In addition, another participant indicated:

“Rigid and unprogressive legislation can stifle the collaboration process and render fruitless.” (PAT9).

A deeper reflection on the interview quotes suggests that legal and regulatory frameworks act as constraints to collaboration within the tourism sector. For many destinations that have identified tourism as a tool for economic growth and development,

a key consideration should be to strengthen the legal frameworks, such that they are conducive to collaboration between the government and the private sector. Only when this is done effectively will tourism be optimally used to address socioeconomic challenges.

4.6. Divergent interests

The findings revealed that divergent interests are a notable barrier to collaboration between the government and the private sector. These findings are supported by the literature, which suggests that conflicting objectives and priorities can impede collaboration and prevent the achievement of mutually beneficial outcomes (Bovaird & Loeffler, 2012). Participants argued that the parties involved in collaborations often have differing interests. Furthermore, they noted that differences in implementation processes present a challenge, with the private sector typically able to act quickly, while the public sector is often delayed due to bureaucratic approval systems. In light of these findings, one participant said:

“Collaboration between the two will always be affected by the implementing processes that are different. Private can quickly implement while public processes are long to get approval.” (PAT2).

Another participant noted:

“Divergent interests can disrupt collaboration processes and undermine continuity.” (PAT8).

These quotes suggest that stakeholder interests can undermine collaboration efforts in the tourism sector. A need exists for better collaboration, driven by aligned interests amongst the different stakeholders. This can be achieved through a better effort for progressive dialogue and common goals for tourism development.

4.7. Financial constraints

Resource constraints, both financial and human, constitute another barrier to collaboration (Rhodes et al., 2015). This study discovered that financial constraints are among the challenges currently impeding collaboration processes in the tourism sector. Rantsatsi et al. (2020) confirmed that limited resources represent a critical success factor influencing collaboration in the tourism industry. Participants asserted that such constraints can disrupt collaboration and hinder continuity, with one alleging,

“Resource constraints can also disrupt collaboration processes and undermine continuity.” (PAT8).

An interviewee also noted:

“I think limited financial resources also affect the collaboration process between the public and private tourism sectors. There is a lack of funding to support most of the collaboration process between the two entities.” (PAT10).

In reference to the above quotes, it is evident that collaboration within the tourism sector is impeded by limited access to finance. While this may be a general constraint

across many sectors, tourism in developing countries tends to be typified by informal businesses, which are in desperate need of financial support (Nyikana & Tichaawa, 2024).

4.8. Lack of trust

Lack of trust has also been identified as a factor affecting collaboration processes in the tourism sector. According to Forrer (2016), building trust among stakeholders is essential for fostering cooperation and enhancing information sharing. Interviews with participants revealed a prevailing sense of mistrust between stakeholders in the tourism sector, thereby impeding collaboration. One participant mentioned:

“Lack of trust can disrupt collaboration processes and undermine continuity.” (PAT8).

In addition, another participant also emphasised:

“Mistrust can also affect the collaborative process, leading to conflict and poor performance.” (PAT11).

Based on the quotes presented above, it is clear that a lack of trust hinders collaborative processes between the government and the private sector.

4.9. Political instability

The study identified political instability as one of the factors impeding collaboration between public and private organisations within the tourism industry. These findings align with a study by Meijer (2015), who asserts that organisational politics, competition for influence, and power imbalances can hinder the formation of mutually beneficial partnerships and collaborative initiatives. Political changes and shifts in leadership were also found to disrupt ongoing collaboration efforts, leading to discontinuity. During an interview, one participant said:

“Political instability, including changes in government leadership or policy direction, can disrupt collaboration processes and undermine continuity.” (PAT8).

Another interviewee affirmed:

“The most serious challenge likely to affect the collaboration between the public and private tourism sector is a change in government or an unstable political environment. For example, when there is a change in government, the whole institutional arrangement can be disrupted.” (PAT11).

It is believed that organisational politics, competition for influence, and power imbalances hinder the establishment of mutually beneficial partnerships and collaborative initiatives.

4.10. Collaboration between the public and private sectors as a tool for poverty alleviation

Besides unemployment, poverty remains another major challenge facing the world, including South Africa (Francis & Webster, 2019; Bundy, 2020). The COVID-19 pandemic further exacerbated this situation, as many people lost jobs or sources of income due to lockdowns and restrictive measures (Mokofe, 2022; Schotte & Zizzamia, 2023). This study

discovered that one of the reasons for initiating employment opportunities in the Mpumalanga province was to help alleviate poverty. An interviewee said:

“Yes, because it decreases unemployment in the province. It also alleviates poverty.” (PAT1).

Additionally, a respondent opined:

“Yes, these initiatives can alleviate local poverty and contribute to economic empowerment and skills development.” (PAT4).

Furthermore, this study suggests that addressing poverty requires collaboration and synergy between the public and private sectors to develop solutions that are inclusive, sustainable, and impactful (Kwesiga & Le Roux, 2015). Similarly, Mhlabane et al. (2023) concur that addressing challenges associated with poverty and youth unemployment in the province requires collaboration between the public and private tourism sectors and is thus considered crucial. In South Africa and other parts of the world, pro-poor tourism policies aim to address the needs of those with low incomes during tourism development and to build a strong link between tourism and poverty alleviation (Toerien, 2020; Lagos & Wang, 2023).

According to Bianchi et al. (2021), there is a common consensus among policymakers and stakeholders worldwide that collaboration between the public and private sectors leads to more robust and inventive solutions. It is also suggested that collaboration between public and private entities creates more effective public and private services and products. For this reason, participants recommended the need for a collaborative agreement between the public and private sectors to help reduce unemployment and poverty in the Mpumalanga province. They argued that the state should foster collaboration between the public and private sectors, including implementing targeted employment programmes. Below are two quotes from the interviews that support the findings:

“Foster collaboration between the public and private sectors, including implementing targeted employment programmes.” (PAT8).

Another interviewee concurred with the above by stating:

“I think if the public and private tourism sectors can effectively collaborate, more jobs will be created, ultimately leading to a reduction in the poverty level.” (PAT11).

The South African national government, through organisations such as the National Treasury and the Department of Public Works, has been promoting collaboration through the PPP framework (Mthombathi, 2018). These policies have helped form partnerships between government entities and private sector organisations in Mpumalanga. In a similar study, Taufik et al. (2023) argued that collaboration in the tourism sector could accelerate the growth of the tourism industry and create new jobs.

4.11. Strategies to create collaborations

4.11.1. Skills development

The study found that opportunities for skills development constituted an important strategy for fostering more collaborations in the Mpumalanga province. Participants agreed that creating opportunities for skills development would encourage collaboration in the province. For example, a respondent explained:

“Allow capable people the opportunity to use their skills, experience and the willingness to assist to lead.” (PAT4).

Another respondent supported the view by stating:

“Foster a culture of experimentation, learning, and continuous improvement in collaboration efforts.” (PAT8).

Building the capacity of stakeholders, particularly officials at the local government level, community representatives, and private sector leaders, equips them with the skills and knowledge required to actively participate in collaborative processes (Bingham et al., 2005). Capacity-building efforts may include training programmes, workshops, and mentoring activities. This could be extended to regular training on aspects such as quality service, innovation in tourism, and the effective use of technology to grow tourism.

4.11.2. Stakeholder engagement

The study further found that stakeholder engagement is crucial in fostering more collaborations. Participants expressed that there should be a platform to encourage stakeholders to collaborate and that the private sector should contribute to the public sector by creating access for the public to make enquiries. During the interview, one participant remarked:

“There should be a platform to encourage stakeholders to collaborate and also encourage the private sector to contribute to the public sector by opening doors for the public to come and inquire.” (PAT2).

Another respondent made a similar suggestion by saying:

“Government alone may not be able to combat the continuous increase in youth unemployment. It is, therefore, advisable to collaborate with private stakeholders to create jobs for the youth.” (PAT4).

Research on stakeholder engagement emphasises the importance of early and continuous involvement of stakeholders throughout the collaboration process (Bingham et al., 2005). Engaging stakeholders from the outset helps build trust, ensures transparency, and allows for their input and concerns to be taken into account. This engagement can be achieved through consultation workshops, stakeholder forums, and focus groups. The literature reveals that, in Mpumalanga, there is value in engagement between local communities and NGOs as key stakeholders in collaborative efforts (Assefa et al., 2016). Taufik et al. (2023) argued that stakeholder engagement and participation in tourism development through collaboration can increase local empowerment and ensure

that community interests are directly involved. Setting up regional tourism councils could play an important role in this regard. Such councils should be representative of every stakeholder involved in tourism, and frequent meetings and information-sharing sessions should be organised. This would go a long way in promoting a transparent environment for stakeholder interactions and collaboration in tourism.

5. Discussion

This study has examined the factors influencing collaborative governance between the public and private sectors in the tourism industry. It has argued that the tourism sector often struggles to align the interests of all stakeholders due to the diverse range of interests involved, which frequently hinders effective collaboration. To address complex challenges in tourism development, collaboration can foster learning, experimentation, and the adoption of best practices. Therefore, this study advocates for collaboration between the public and private sectors to help reduce unemployment and poverty in the province of Mpumalanga and other similar destinations. Additionally, it encourages the implementation of targeted employment initiatives to promote cooperation. However, several factors have been identified as influencing the collaboration processes between government and private sector stakeholders, including a lack of transformation, corruption, legal and regulatory constraints, political instability, conflicting interests, financial limitations, and a lack of trust. To overcome these challenges, collaboration and synergy between the public and private sectors are essential in developing inclusive and sustainable solutions that positively impact local tourism development (Kwesiga & Le Roux, 2015).

According to Kwesiga & Le Roux (2015), there may be discrepancies in the objectives, motivations, and priorities of the two sectors. While the private sector focuses on profit and market competitiveness, the public sector prioritises the provision of public goods and services, enforcement of regulations, and policy implementation. These conflicting goals can lead to a misalignment of priorities and difficulty in finding common ground for cooperation. Hence, strategies are needed to foster collaboration. The study suggests that one key strategy for enhancing collaboration in Mpumalanga is providing opportunities for skills development. Furthermore, the establishment of a platform that encourages public engagement and inquiry is recommended to promote collaboration among stakeholders and encourage the private sector's contribution to the public sector. This study argues that for tourism to fully realise its developmental potential, the implementation of collaborative governance mechanisms is essential. One effective strategy involves the establishment of tourism councils composed of diverse regional stakeholders. These councils must be broadly representative, encompassing actors from both the public and private sectors, as well as civil society, to reflect the multifaceted nature of the tourism industry. Such inclusive structures promote shared accountability, foster collective ownership, and ensure joint responsibility for actions aimed at advancing tourism development. Regular and structured dialogue within these councils facilitates the co-creation of strategic

planning documents that are contextually relevant and tailored to regional needs. This participatory approach supports a bottom-up policy development process, enhancing the responsiveness and legitimacy of tourism strategies while ensuring that they are grounded in the practical realities and aspirations of local stakeholders. In the context of rural tourism development, this collaborative model is particularly vital. Rural areas often face unique challenges such as limited infrastructure, workforce shortages, and underdeveloped marketing capacity. By engaging local stakeholders such as farmers, artisans, community leaders, informal tourism entrepreneurs, and small-scale tourism operators in governance structures, tourism planning can become more inclusive and reflective of rural identities and assets. This not only strengthens the socio-economic fabric of rural communities but also fosters sustainable tourism practices that are culturally and environmentally sensitive.

6. Conclusion

Several factors, including a lack of transformation, corruption, legal and regulatory constraints, political instability, divergent interests, financial limitations, and a lack of trust, impacted the collaboration process in Mpumalanga's tourism industry. The findings have highlighted two primary factors influencing collaboration between the public and private sectors in the province: skills development and stakeholder engagement. Despite some limitations, the study was conducted at the Mpumalanga Tourism and Parks Agency in Mbombela, within Mpumalanga province, South Africa. The implication is that the findings are primarily applicable to public and private entities in Mbombela. Therefore, the study's findings are context-specific to Mpumalanga and may not fully reflect collaborative governance dynamics in other provinces, regions, or countries. Due to the relatively small, purposively selected sample, the results cannot be statistically generalised to the broader tourism sector or to other emerging economy contexts. Another limitation is that the study adopted a qualitative approach to address the research objectives. Critics have argued that qualitative findings cannot be verified and that qualitative studies may not be sufficiently representative. Given the qualitative nature of the study and the use of semi-structured interviews, the researchers' interpretation during data collection, coding, and thematic analysis may be influenced by personal beliefs, expectations, or prior knowledge. Steps were taken to be as objective as possible, but researcher bias is a risk that cannot be discounted in the interpretation of the data. Consequently, the study recommends that future research include more tourism agencies from other provinces. By conducting studies at multiple sites, the research findings could be generalised or transferred to other contexts. Additionally, the study recommends that future research combine qualitative and quantitative methods (mixed-methods research) to verify and expand upon the findings.

Acknowledgement

We wish to thank the reviewers for their constructive feedback on the article. This paper is part of an MBA study from the University of Johannesburg's Johannesburg Business School by the same authors.

References

- Ahn, D., Heo, J. & Kim, C. (2020). Developing a cooperative model converging both convention and medical tourism stakeholders: Based on Deutsch's Cooperation Theory. *Sustainability*, 12 (16): 1–15. DOI: 10.3390/su12166643
- Ansell, C. & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18 (4): 543–571. DOI: 10.1093/jopart/mum032
- Assefa, H., Van Sandwijk, R. & Oosterveer, P. (2016). Sustainable land-use policy in Ethiopia: A case study of local governance failure in the implementation of the land consolidation process. *Land Use Policy*, 54: 335–348. DOI: 10.1016/j.scitotenv.2018.08.273
- Azizpour, F. & Fathizadeh, F. (2016). Barriers to collaboration among tourism industry stakeholders. Case study: Mashhad Metropolis. *Almatourism. Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 7 (13): 48–65. DOI: 10.6092/issn.2036-5195/5991
- Bianchi, C., Nasi, G. & Rivenbark, W. C. (2021). Implementing collaborative governance: Models, experiences, and challenges. *Public Management Review*, 23 (11): 1581–1589. DOI: 10.1080/14719037.2021.1878777
- Bingham, L.B., Nabatchi, T. & O'Leary, R. (2005). The new governance: Practices and processes for stakeholder and citizen participation in the work of government. *Public Administration Review*, 65 (5): 547–558. DOI: 10.1111/j.1540-6210.2005.00482.x
- Binns, T. & Nel, E. (2002). Tourism as a local development strategy in South Africa. *Geographical Journal*, 168 (3): 235–247. DOI: 10.1111/1475-4959.00051
- Bovaird, T. & Loeffler, E. (2012). From engagement to co-production: The contribution of users and communities to outcomes and public value. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23 (4): 1119–1138. DOI: 10.1007/s11266-012-9309-6
- Bramwell, B. & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (4–5): 411–421. DOI: 10.1080/09669582.2011.580586
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2): 77–101. DOI: 10.1191/1478088706qp0630a
- Bryson, J. M., Crosby, B. C. & Bloomberg, L. (2006). Public value governance: Moving beyond traditional public administration and the new public management. *Public Administration Review*, 66 (5): 712–727. DOI: 10.1111/puar.12238

- Bundy, C. (2020). Poverty and inequality in South Africa: A history. In: *Oxford Research Encyclopedia of African History*. DOI: 10.1093/acrefore/9780190277734.013.659
- Bunghez, C. L. (2016). The importance of tourism to a destination's economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 2016 (143495): 1–9.
DOI: 10.5171/2016.143495
- Chinhanga, T., Mthembu, M. & Nyikana, S. (2024). University sport events and environmental management in the global south: Prospects and challenges for sustainability. *Geosport for Society*, 21 (1): 72–87. DOI: 10.30892/gss.2101-109
- Dias, Á., Viana, J. & Pereira, L. (2024). Barriers and policies affecting the implementation of sustainable tourism: The Portuguese experience. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1–19. DOI: 10.1080/19407963.2024.2314514
- Dube, K. & Nhamo, G. (2024). Tourism resilience and challenges in Limpopo, South Africa: A post-COVID-19 analysis. *Development Southern Africa*, 41 (4): 686–703.
DOI: 10.1080/0376835X.2024.2334891
- Emerson, K., Nabatchi, T. & Balogh, S. (2012). An integrative framework for collaborative governance. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 22 (1): 1–29. DOI: 10.1093/jopart/mur011
- Forrer, J. (2016). Building a framework for collaboration: A research synthesis on the governance of cross-sectoral collaboration. *Administration & Society*, 48 (7): 791–826.
- Francis, D. & Webster, E. (2019). Poverty and inequality in South Africa: Critical reflections. *Development Southern Africa*, 36 (6): 788–802.
DOI: 10.1080/0376835X.2019.1666703
- Gazta, K. (2018). Environmental impact of tourism. *AGU International Journal of Professional Studies & Research*, 6 (6): 7–17.
- Gray, B. (1989). *Collaborating: Finding common ground for multiparty problems*. San Francisco, CA: Jossey-Bass. DOI: 10.2307/258026
- Hodge, G. A., Greve, C. & Boardman, A. (2010). *International handbook on public-private partnerships*. Lansdown Road, UK: Edward Elgar Publishing.
- Honey, M. (1999). *Ecotourism and sustainable development. Who owns paradise?* Washington, DC: Island Press.
- Huxham, C. & Vangen, S. (2005). *Managing to collaborate: The theory and practice of collaborative advantage*. Routledge: London.
- Kapucu, N. (2006). Public-nonprofit partnership in emergency management: An analysis of the Turkish case. *Public Administration Review*, 66 (1): 133–143.
DOI:10.1111/j.0033-3298.2006.00500.x
- Khayrulloevna, A. M. (2020). The substantial economic benefits of tourism. *Academy*, 3 (54): 39–40.
- Kimbu, A. & Ngoasong, M. (2013). Centralised decentralisation of tourism development: A network perspective. *Annals of Tourism Research*, 40: 235–259.
DOI: 10.1016/j.annals.2012.09.005

- Kwesiga, A. & Le Roux, S. (2015). Public–private partnerships in Mpumalanga: Lessons from the N4 Toll Route Project. *Development Southern Africa*, 32 (1): 128–143. DOI: 10.1080/03179893.2015.1019749
- Lagos, K. & Wang, Y. (2023). International tourism and poverty alleviation: cross-country evidence using panel quantile fixed effects approach. *Journal of Travel Research*, 62 (6): 1347–1371. DOI: 10.1177/00472875221119978
- Lekgau, R. J., Daniels, T. & Tichaawa, T. M. (2024). Enablers and barriers to public-private partnerships for inclusive tourism development in South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 13 (2): 238–244. DOI: 10.46222/ajhtl.19770720.503
- Mazibuko, E. B., Mchunu, A. J. & Nyikana, S. (2024). Revisiting and integrating residents' perceptions towards tourism development in urban areas. *Turizam*, 27 (4): 236–251. DOI: 10.5937/turizam27-45327
- Meijer, A. J. (2015). Understanding modern government–platform interactions: Redefining the role of government in the network society. *Information Polity*, 20 (4): 271–281. DOI: 10.1080/10832134.2015.1103032
- Mhlabane, B., Nyikana, S. & Rogerson, C. (2023). Route tourism planning, local impacts and challenges: Stakeholder perspectives from the Panorama Route, South Africa. *Studia Periegetica*, 3 (43): 129–148. DOI: 10.58683/sp.567
- Mokofe, W. M. (2022). From precarity to pandemic: How the Covid-19 pandemic has exacerbated poverty, unemployment, and inequality in South Africa. *Law, Democracy & Development*, 26 (1): 395–424. DOI: 10.17159/2077-4907/2022/ldd.v26.15
- Mthombothi, S. (2018). Public–private partnerships, incentives and growth: Lessons for South Africa from Mpumalanga Province. *IOSR Journal of Business and Management*, 20 (7): 42–50. DOI: 10.9797/IOSRJBM.20.7.42.50
- Negassa, S. B. (2024). Tourism diplomacy: Fostering economic development through global connectivity. In: Basnur, A. B. (Ed.) *Tourism: For global connectivity and economic development*. Jawa Barat, Indonesia: Paramedia Komunikatama, pp. 12–124.
- Nyikana, S. & Tichaawa T.M. (2018). Contextualising sport and tourism in Central Africa: Prospects and challenges. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 23 (3): 895–909. DOI: 10.30892/gtg.23323-337
- Nyikana, S., Tichaawa, T. M. & Kimbu, A. N. (2021). Managing sports for domestic tourism promotion in the African context. In: Ngoasong, M. Z., Adeola, O., Kimbu, A. N. & Hinson, R. E. (Eds.) *New frontiers in hospitality and tourism management in Africa*. Cham, Switzerland: Springer Nature, pp. 193–208.
- Nyikana, S. & Tichaawa, T. M. (2024). Towards an integrated framework for sustainable sport tourism development in Central Africa. *Development Southern Africa*, 41 (4): 780–794. DOI: 10.1080/0376835X.2024.2320119
- Ongaro, E. & Massey, A. (2016). Public–private partnerships and collaborative governance: Recent developments in the UK. *Public Management Review*, 18 (3): 338–357. DOI: 10.1080/14715757.2016.1187014

- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N. & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42 (5): 533–544. DOI: 10.1007/s10488-013-0528-y
- Ramukumba, T. (2025). Tourism collaborative governance: The views of tourism small and medium-sized enterprises in rural areas. *Interdisciplinary Journal of Management Sciences*, 2 (1): 1–16. DOI: 10.3814/ijms-2025.vol2.1.04
- Rantsatsi, N., Musonda, I. & Agumba, J. (2020). Identifying factors of collaboration critical for improving health and safety performance in construction projects: A systematic literature review. *Acta Structilia*, 27 (2): 120–150. DOI: 10.18820/24150487/as27i2.5
- Rhodes, M. L., Ospina, S., Then, J. & Kim, S. Y. (2015). Collaborative governance and barriers to collaboration in the US federal government. *Review of Public Personnel Administration*, 35 (2): 166–193. DOI: 10.35741/issn.0258-2724.56.6.58
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36: 12–21. DOI: 10.1016/j.jhtm.2018.03.005
- Rogerson, C. M. & Sixaba, Z. (2021). Transformation in South African tourism: A geographical perspective on the Eastern Cape. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10 (6): 1610–1629. DOI: 10.46222/ajhtl.19770720.182
- Schotte, S. & Zizzamia, R. (2023). The livelihood impacts of COVID-19 in urban South Africa: a view from below. *Social Indicators Research*, 165 (1): 1–30. DOI: 10.1007/s11205-022-02978-7
- Sun, X. (2017). Research and prospect of collaborative governance theory. *Public Policy and Administration Research*, 7 (7): 50–53.
- Taufik, M., Ibrahim, M. A., Ahmad, B., Suni, M. & Nur, M. (2023). Collaborative government in tourism sector development. *KnE Social Sciences*, 530–547. DOI: 10.18502/kss.v8i17.14148
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Bristol, UK: Channel View Publications.
- Toerien, D. (2020). Tourism and poverty in rural South Africa: A revisit. *South African Journal of Science*, 116 (1–2): 1–8. DOI: 10.17159/sajs.2020/6506
- Tshehla, M. F. (2018). Constraints for the successful implementation of public-private partnership (PPP) for tourism infrastructure projects. *African Journal of Hospitality, Tourism, and Leisure*, 7 (4): 1–10.
- Vangen, S. & Huxham, C. (2003). Enacting leadership for collaborative advantage: Dilemmas of ideology and pragmatism in the activities of partnership managers. *British Journal of Management*, 14: S61–S76. DOI: 10.1111/j.1467-8551.2003.00393.x
- Voets, J., Brandsen, T., Koliba, C. & Verschuere, B. (2021). Collaborative governance. In: *Oxford Research Encyclopedia of Politics*. Oxford: Oxford University Press. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228637.013.1419

- Wang, H. & Ran, B. (2023). Network governance and collaborative governance: A thematic analysis on their similarities, differences, and entanglements. *Public Management Review*, 25 (6): 1187–1211. DOI: 10.1080/14719037.2021.2011389
- Wanner, A. & Pröbstl-Haider, U. (2019). Barriers to stakeholder involvement in sustainable rural tourism development. Experiences from Southeast Europe. *Sustainability*, 11 (12): 1–16. DOI: 10.3390/su11123372
- Worku, Y. G. & Tessema, G. A. (2018). Public–private collaboration in the tourism industry in Northwestern Ethiopia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7 (2): 1–12.
- Xu, S., Liu, Y. & Jin, C. (2023). Forecasting daily tourism demand with multiple factors. *Annals of Tourism Research*, 103: 1025. DOI: 10.1016/j.annals.2023.103675

Online sources

- Mpumalanga Tourism and Parks Agency (2020). *Mpumalanga tourism*.
<https://www.mpumalanga.com/> Accessed on 11 June 2024.
- National Planning Commission (2011). *National development plan 2030*. Pretoria: National Planning Commission.
https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201409/ndp-2030-our-future-make-it-workr.pdf Accessed on 15 June 2024.
- South African Government (2020). *About Mpumalanga province*.
<https://www.gov.za/about-sa/provinces/mpumalanga/> Accessed on 11 August 2024.
- Stats SA (2022). *Tourism and migration*. Republic of South Africa. Pretoria: Government Print. <https://www.statssa.gov.za/?p=16182/> Accessed on 20 October 2024.
- World Bank (2019). *Guidance on PPP contractual provisions*. Washington, DC: World Bank.
<https://ppp.worldbank.org/public-private-partnership/library/guidance-ppp-contractual-provisions-2019/> Accessed on 20 February 2025.
- UNWTO. (2020). *International tourism highlights 2020 edition*. World Tourism Organization.
<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456/> Accessed on 10 March 2025.

Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok
Tourism and Rural Development Studies

10. évfolyam, 2. szám, 2025: 100–125.

doi: 10.15170/TVT.2025.10.02.06



THE PROBLEM OF TERRITORIALITY IN TOURISM IN ROMANIA

¹Ferenc Szilágyi , ²Alpár Horváth

¹Associate professor, Faculty of Economics and Social Sciences, Department of Economics, Partium Christian University, Oradea, Romania; ferenc.szilagyi@partium.ro,

ORCID: 0000-0001-8034-6674

²Assistant professor, Faculty of Geography, Department of Geography of the Extensions, Gheorgheni Branch, Babeş-Bolyai University, Romania; alpar.horvath@ubbcluj.ro,

ORCID: 0000-0001-9305-8575

ABSTRACT

The role of historical regions in the regionalisation of Romania is a matter of constant debate. Administrative reforms and the designation of NUTS regions have, in general, ignored identity-based territorial units. The expansion of domestic and international tourism from 1940 onwards, and with renewed vigour after the change of regime, has brought the issue of tourism spatial division – whether in terms of regulation, destination management or marketing – back onto the agenda. The absence of a consensus, state-agreed system of tourism regions, cultural and historical specificities have led to attempts by the tourism profession and academia to develop alternative spatial divisions.

The absence of a coherent administrative and conceptual framework, coupled with significant territorial fragmentation, presents substantial challenges to effective tourism management. Using comparative content analysis of legislative texts, strategic policy documents, this paper identifies persistent inconsistencies and fragmentation in tourism regionalisation practices. The findings highlight the necessity of integrating historical identity regions into formal administrative structures that could improve the coherence of tourism planning, governance and marketing initiatives across Romania.

Keywords: historical regions, identity-based territories, regional development, tourism regionalization



Received: 17 April 2025

Accepted: 10 June 2025

Published: 27 June 2025

A TERÜLETISÉG PROBLEMATIKÁJA ROMÁNIA TURIZMUSÁBAN

¹Szilágyi Ferenc✉, ²Horváth Alpár

¹Egyetemi docens, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gazdaságtudományi Tanszék, Partiumi Keresztény Egyetem, Nagyvárad, Románia; ferenc.szilagyi@partium.ro,

ORCID: 0000-0001-8034-6674

²Egyetemi adjunktus, Földrajzi Kar, Kihelyezett Földrajz Tanszék, Gyergyószentmiklósi Tagozat, Babeş-Bolyai Tudományegyetem, Románia; alpar.horvath@ubbcluj.ro,

ORCID: 0000-0001-9305-8575

ABSTRACT

A történeti régiók szerepe Románia regionalizációjában folyamatos vita tárgyát képezi. Az adminisztratív reformok és a NUTS régiók kijelölése során általában figyelmen kívül hagyták az identitásalapú területi egységeket. A belföldi és nemzetközi turizmus 1940-től kezdődő, majd a rendszerváltást követően megújult lendületű növekedése újra napirendre helyezte a turizmus térbeli felosztásának kérdését, legyen szó akár szabályozásról, desztinációmenedzsmentről vagy marketingről. A konszenzuson alapuló, állami szinten elfogadott turisztikai régiórendszer hiánya, valamint a kulturális és történelmi sajátosságok elégtelen figyelembevétele miatt a turisztikai szakma és az akadémiai szféra alternatív térfelosztási kísérleteket tett.

Az egységes adminisztratív és fogalmi keretrendszer hiánya, valamint a jelentős területi széttagoltság komoly kihívást jelent a hatékony turizmusmenedzsment számára. A jogszabályok és stratégiai dokumentumok összehasonlító tartalomelemzésével a tanulmány feltárja a turisztikai regionalizáció gyakorlatában fennálló következetlenségeket és töredezettséget. Az eredmények rávilágítanak a történeti identitással rendelkező régiók hivatalos adminisztratív struktúrákba való integrációjának szükségességére, amely hozzájárulhatna a romániai turizmus-tervezés, irányítás és marketingkezdemenyezések koherenciájának javításához.

Kulcsszavak: történeti régiók, identitásalapú területek, regionális fejlesztés, turisztikai regionalizáció

Benyújtva: 2025. április 17.

Befogadva: 2025. június 10.

Publikálva: 2025. június 27.

1. Introduction

In the aftermath of the regime changes that occurred in 1989–90, territorial and administrative reform in the countries of Central and Eastern Europe has once again become a matter of considerable importance, primarily as a result of the integration of these countries into the European Union and the implementation of the EU's regional framework (NUTS). These candidate countries exhibited a range of historical and socio-economic characteristics and generally wanted to adapt the EU statistical territorial levels to their own administrative realities. However, there have also been cases where candidate countries have introduced new regional administrative systems, such as Croatia (Zastupnički Dom Sabora Republike Hrvatske, 1992), Slovakia (Národnej Rady Slovenskej Republiky, 1996) and Poland (Sejm, 1998), while in other cases they have adapted the existing system to EU requirements.

In recent years, tourism has become a critical economic sector in Central and Eastern Europe (CEE), significantly contributing to regional GDP and employment growth. In this broader context, Romania's tourism industry exhibits a moderate performance compared to neighbouring CEE countries. Ciocoiu et al. (2025) highlight that among the twelve assessed countries in the region, Estonia, Croatia, Poland, and Slovenia emerge as leaders in terms of efficiency and competitiveness, while Romania occupies a middle-tier position, indicating significant potential for improvement. In 2023, Romania's tourism industry made a notable contribution to the country's economic output; however, its relative efficiency remains constrained by moderate labour productivity and limited government investment in tourism infrastructure (Ciocoiu et al., 2025). Enhancing competitiveness will thus require targeted improvements in resource allocation, with a particular focus on service quality, infrastructure development, and sustainable tourism practices.

In Romania, however, there is no single, state-agreed classification of tourist regions. The medium level of development policy was based on the counties established in the administrative reform of 1968 and partly on the development regions organised from 1998 onwards and strengthened in 2004 by a new regional development law (LEGE, 1968, 1998). However, the designation of these regions did not take into account landscape, cultural, and historical specificities, thus giving rise to the question of the suitability of NUTS2 units for tourism planning and management. Recent legislative amendments have introduced the possibility of establishing a regional Tourism Destination Management (TDM) organisation at the level of the historic provinces (OUG, 2022). However, there has been little concrete action taken to implement this.

In the tourism sector, the inadequacy of the prevailing official spatial divisions has given rise to the development of an increasing number of professionally significant alternative divisions since the 1940s. These alternative divisions were primarily based on natural features, areas of attraction, ethnic traditions, regional identities, or historical landscapes. The resulting divergent regionalisation practices highlight the lack of consensus on the applicability of administrative and developmental spatial divisions to tourism (Szilágyi, 2016). In this way, various delineations, at times contradictory, persist in being employed

in the professional documents of the Romanian tourism sector, engendering substantial uncertainty in sectoral planning and marketing.

The study aims to explore the role of historical regions in Romania's tourism regionalisation and examine the discrepancies between identity-based regions and formal administrative structures as it critically evaluates how existing spatial divisions impact tourism planning, governance, and marketing. Specifically, the paper addresses the following questions: How do historical regions feature in Romanian tourism policy and strategy documents? What inconsistencies emerge between historical and administrative regionalisation approaches, and how could these be effectively reconciled.

2. Literature review: Levels of territoriality, the diversity of the concept of region

In their 2002 paper, Agg & Nemes-Nagy compare the different meanings of *regionalisation*, *regionality*, and *regionalism* among the processes leading to the emergence of a 'real region', placing the concept of the region in the context of EU spatial development (Agg & Nemes-Nagy, 2002). The question is posed as to whether the tourism market manifestation of a regional entity is perceptible, in either destination marketing activities or development policy resource allocation. For a comprehensive theoretical foundation, it is essential to refer to Benedek's classification of regionalisation modes and the perceptions of regions they engender (Benedek, 2000). The process of normative-formal regionalisation gives rise to the establishment of planning-statistical and development regions, such as the NUTS regions stipulated by EUROSTAT for EU Member States. These regions are institutionalised by legislation and endowed with powers. The Romanian Regional Development Law of 1998 (renewed in 2004 by Lege, 2004) delineated the NUTS2 regions in the pre-accession period, predicated on the establishment of regional development councils and regional development agencies (LEGE, 1998, 2004). The former function as decision-making bodies at the regional level (but not at the administrative level, exclusively in terms of development policy), while the latter act as bodies responsible for decision-preparation and implementation. Concurrently, the historical provinces or identity regions, which have emerged through historical-cultural processes and are also mentioned in public discourse, can be seen as the products of symbolic-informal regionalisation, as described by Benedek. 'Positive-scientific' regions are not normative, but rather descriptive territorial units and are somewhat more tangible than the symbolic interpretation, which can be defined in terms of the phenomenon being studied scientifically. Examples of such regions include large landscapes defined on the basis of natural geography, such as the Eastern Carpathians or Transylvanian mountains; hydrographical units, such as the Danube basin; climatic and/or biogeographical regions, such as temperate steppe or deciduous forest zones; and high mountain regions. In addition to these, the concepts of economic or labour market attractiveness, agricultural, and industrial regions are also functional regional concepts. In some cases, the concept of region can be used synonymously with certain types of areas or landscapes, such as 'industrial region' being interchangeable with 'industrial landscape' or 'industrial area' (Juha, 2023).

In recent decades, social constructionist approaches have become increasingly prominent in regional geography, emphasising that regions should not be seen merely as objective geographical or administrative units, but rather as social constructions continuously shaped and reshaped through the practices, discourses, and interactions of various actors (Paasi, 2010; Jones & Paasi, 2013). According to Paasi, regional identities and boundaries are fluid and subject to constant change, shaped by both local and global interactions. At the same time, certain actors actively mobilise discourses of regional identity, for example, as part of planning and development strategies (Paasi, 2010). This perspective significantly complements previous, more static and reductionist approaches, which have typically treated regions merely as administrative or planning units within EU governance frameworks.

The issue of tourism regionalisation is a long-standing one in the field of Romanian tourism geography and regional studies. The legislative framework leading to tourism regionalisation, coupled with the relatively frequent changes in government and reorganisations, has contributed to an environment of uncertainty surrounding organisational–governance reform initiatives. Vofkori (2006) provides a comprehensive overview of tourism regionalisations published throughout the 20th century in Romania. According to his summary, the earliest professional tourism–landscape classifications emerged in the 1940s, coinciding with the establishment of tourism geography as a scholarly field in Romania. The initial classifications were presented by Pușcariu (1943) and N. Al. Rădulescu (1945, identifying 25 regions). These early works were subsequently adapted and expanded until 1970 to reflect developments in tourism infrastructure and the broader sector, through contributions by Giurcăneanu (1956), Iancu (1969, identifying 23 regions), Posea (1969), and Borza (1970).

A relatively recent Hungarian textbook is that of Csapó (2020), which focuses on the tourism policy, theory and practice of tourism governance in European Union countries. In this work, Csapó presents the situation of the tourism governance organisation in Romania at the time of data collection, partly based on the OECD study (Operationalisation, 2020) and partly on the sources of the Tourism Master Plan (Master Planul, 2007). Csapó's depiction of the regional tourism associations in the Romanian tourism governance organisational chart has thus far remained at the level of policy wishful thinking, akin to the TDM-like organisation *Romania Tourism* at the national level, which is predicated on public-private partnerships. Csapó references the legislative development in 2017, which defines the concept of destination and destination management organisation in the new provisions included in the Romanian Tourism Framework Law (OG, 1998). However, the implementation of this concept was only partial and much later due to the frequent changes of government. The TDM reform has only advanced through further legislative steps in the Tourism and Culture chapter of the National Recovery and Resilience Building Plan (Romania's Recovery and Resilience Plan, 2021), which was intended to counter the socio-economic effects of the COVID19 pandemic and the epidemic measures.

On 25 September 2024, the government of Romania adopted Government Decision 1193, approving the National Strategy for the Development of Tourism for the period 2025–2035. This decision was published in the Official Gazette of Romania on 9 November 2024 (Hotărâre, 2024). Concomitantly, a change of government occurred. However, the website of the Ministry of Tourism of the Ciolacu coalition government, which had been in power since 23 December 2024, has not been updated with the information that the NTS is no longer in the form of a draft government decision, but (in principle) has entered into force, as of the beginning of April 2025. The aforementioned source of information on the adoption of sectoral strategies for ecotourism and health tourism includes a link to the legislative portal. In the context of the tourism legislation, following the Romanian Parliament's rejection of the draft Tourism Law in 2018 (Bărbulescu, 2023), the extant framework legislation is Government Decree 58, which was adopted in 1998 and underwent 15 amendments until December 2024. This decree encompasses provisions pertaining to the establishment of regional TDM organisations, which do not invariably translate into the formation of tourism regions in the conventional sense.

3. Research methods

The research was grounded in secondary statistical sources and literature. The legal background was provided by the laws on the Romanian administrative and development system, as well as by the tourism strategy documents issued at different times (such as the Master Plan for National Tourism in Romania and the Ministry reports). In addition, databases published by the Romanian National Institute of Statistics (Institutul Național de Statistică, INS) and the Ministry of Tourism were processed, with particular attention paid to statistics reflecting the evolution of resort ratings and accommodation capacity. A review of the peer-reviewed academic works on alternative spatial divisions based on history, culture, or geography (Posea, 1982; Cocean, 1996; Nicoară & Pușcaș, 2002; Vofkori, 2006) has provided an overview of the 'alternative' tourism regionalisations in Romania.

In the course of the study, a content analysis was conducted to facilitate a comparison of the tourism planning concepts as set out in legislation, development programmes, and policy documents. Conversely, an examination was undertaken of the various tourism spatial divisions (e.g., natural landscape unit, historical region, county or development region) in relation to each other, with a view to identifying overlaps and differences in a literal and comprehensive manner. The aggregation and ranking of statistical data (number of accommodation establishments, territorial distribution of resorts, and number of nights spent) was then used to identify the territorial units with the greatest tourism potential and to ascertain how the officially designated NUTS2 regions correspond to the real tourist attractions. The objective of the analysis is to compare the different official (NUTS2 and county) and alternative (historical, cultural, natural, attraction) divisions and to examine how these are reflected in tourism regulatory, destination management, and marketing practices.

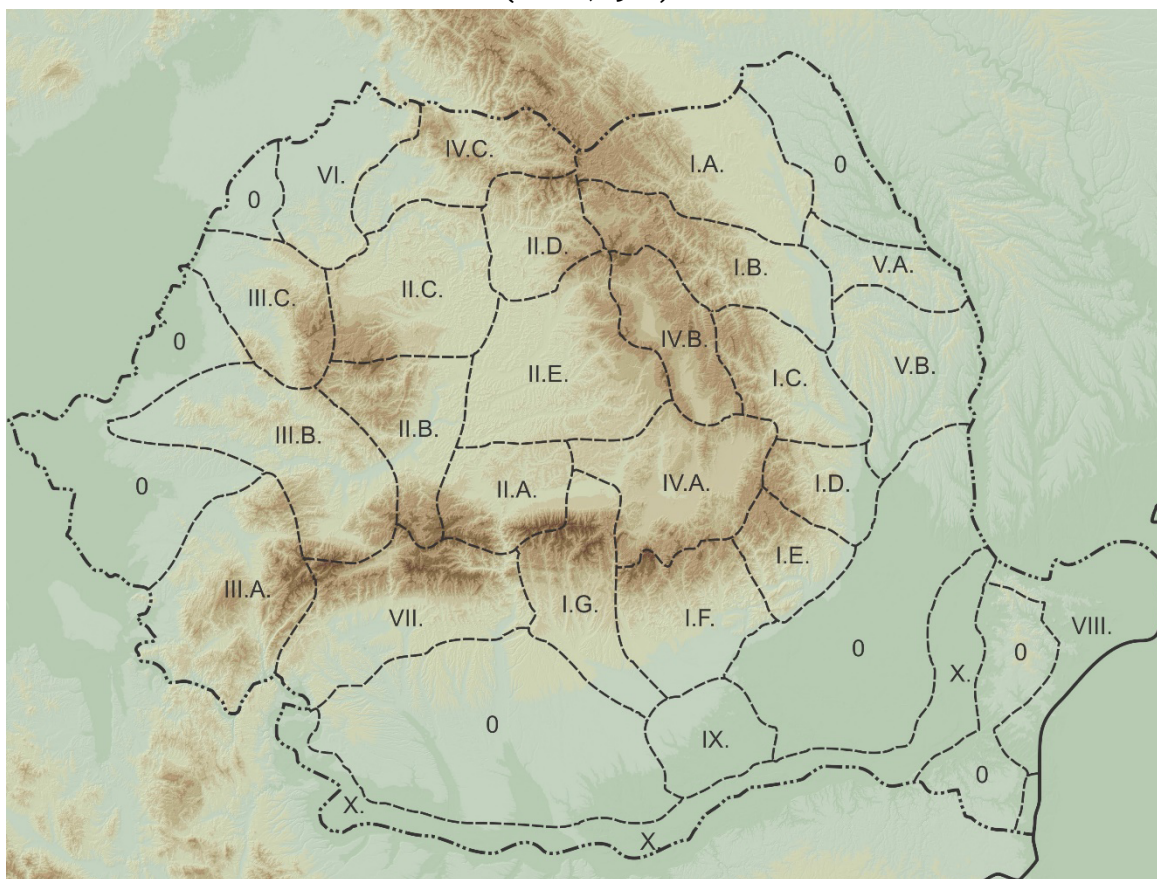
4. Results

4.1. *Evolution of tourism spatial structure in Romania*

During the period of socialism, certain spatial divisions in the tourism sector were already being developed in relation to spatial planning and were also being disseminated to the wider scientific and professional community. These publications were primarily made available by leading planning agencies and prominent national monographs that held a monopoly on scientific information, including the *Geographical Encyclopaedia of Romania* (Posea, 1982). These publications, which, by virtue of their size and thematic focus, can be regarded as the national atlas of the era, exerted a substantial influence on the compartmentalisation of the tourist space, which, at that time, remained predominantly oriented towards domestic tourists. In the following discussion, we present some of the spatial proposals characteristic of each period, highlighting their methodological basis and their impact on subsequent tourism development and planning.

Researchers have also developed a more complex classification of tourism regions based on hierarchical territorial levels. For instance, in 1977, the Romanian Institute for Tourism Research had already delineated the 28 tourist zones on a solid scientific basis: Maramureş, Suceava-Dorna, Bistriţa-Bârgău, Vrancea, Buzău, Făgăraş-Argeş, Sibiu, Porţile de Fier, Mureş, Covasna-Tuşnad, Prahova-Buceci, Câmpulung-Bran, Brasov, Semenici-Țarcu, Bihor-Vlădeasa, Romanian coast, Târgu Neamţ-Bicaz, Trotus-Ojtuz, Vâlcea, Târgu-Jiu - Petroşani, Deva, Târnavele, Bucharest, and Danube Valley (Vofkori, 2006), which demonstrated a high degree of compatibility with the territorial logic of the re-unified Romania created in 1968, and which recognised counties as the most significant planning units.

Figure 1. Tourist regions reconstructed on the basis of the Enciclopedia Geografică a României (Posea, 1982)



Source: own editing.

In the *Geographical Encyclopaedia of Romania* (1982), the author defined 25 geographical-tourist zones (Posea, 1982), grouping them into regions (Figure 1). The author defined the zones as a synthesis of natural heritage elements, cultural and historical values, tourism uses and transport infrastructure components, noting that the resulting territorial units would also require the creation of an economic–organisational and coordinating centre. As in previous iterations, the 25 zones did not encompass the entire territory of the country but delineated a zone of significant tourism value encompassing approximately two-thirds of the country, at 152.680 km². The excluded areas were typically lowland (Western Plain, Romanian Plain) or low hill/plateau (South Dobruja, Moldavian Plain) border areas, which were partly populated by minorities. The delineation of these zones was undertaken through the application of a multifaceted framework encompassing historical and archaeological, topographical, and hydrological criteria. The following zone groups are defined:

1. On the eastern Carpathian ridge and the outer side of the Carpathian bend (including the Argeş region in a broader sense) there are seven zones: Suceava, Târgu Neamţ-Bistriţa, Trotuş, Vrancea, Buzău, Prahova, and Argeş.
2. Five zones on the inland side of the Carpathians and in Transylvania: Sibiu, Alba, Cluj, Năsăud, and Mureş (including the Târnave region and the Sovata-Odorheiu Secuiesc area).

3. Three zones in the basin and mountain areas of the Western Carpathians: Semenik - Porțile de Fier, Deva-Arad, and Bihor.

4. Three zones in the basin and mountainous area of the Eastern Carpathians: Brașov, Gheorgheni-Ciuc, and Maramureș.

5. Two zones in the Moldavian plateau: Iași and Bârlad.

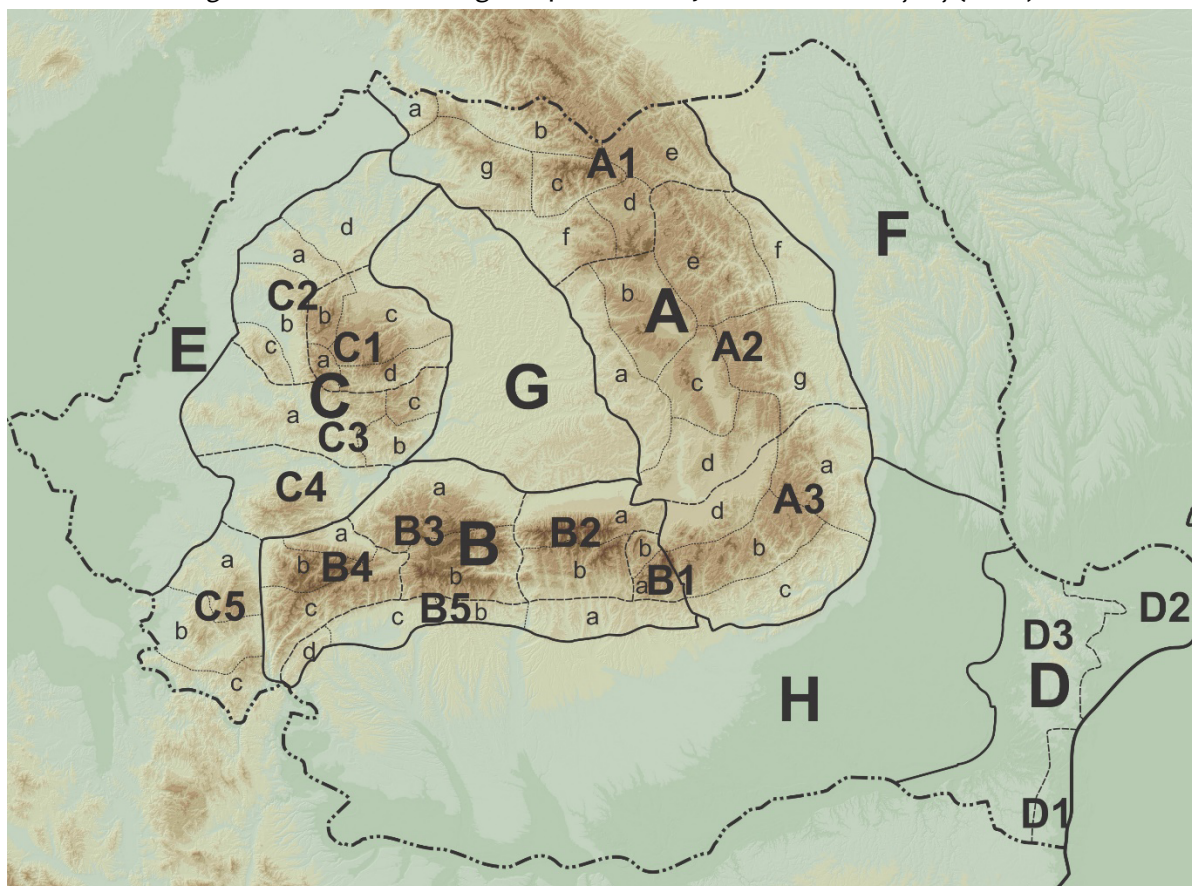
The following zones are to be considered as separate entities, not forming a region: 6. Sălaj, 7. North Oltenia, 8. Coastline – Danube Delta (divided into four sectors: southern coast, Razelm Lagoon System, Danube Delta, Măcin-Tulcea-Babadag area), 9. București, and 10. Danube Valley.

Following the publication of the *Geographical Encyclopaedia of Romania*, a geographical monograph of Romania was published in five volumes between 1983 and 2005 (Tratat. Geografia Românie I-V.). The second volume (Cucu et al., 1984) also addressed the issue of tourism regionalisation, treating the territorial aspects of tourism as a hierarchical system and defining five tourism regions, as well as tourism zones, urban and peri-urban resort zones, and tourism centres and tourist objects. Each of the designated tourist areas (zones) is located within the five tourist regions, while the urban and peri-urban tourist resorts and tourist centres and sites may be located outside those. It is noteworthy that the five regions encompass approximately one-third of the country's total area, with all regions situated within the Carpathian Mountains and along the Romanian coastline. Region I encompasses the Black Sea coast and the Danube Delta, featuring a multitude of tourist centres and sites. Region II encompasses the Eastern Carpathians, comprising several tourist complexes, including Brașov Basin, Ciuc and Giurgeu, Vrancea, Târgu Mureș and its surroundings, Suceava and the Obcinas, Bistrița and Vatra Dornei, Maramureș Basin, Baia Mare zone and Oaș. The Southern Carpathians, encompassing the Bran Pass, the Turnu Roșu Pass, the Râmnicu Vâlcea agglomeration, the Hateg Basin and the Retezat Mountains, constitute a distinct complex. Region IV is constituted by the historic Caraș-Severin, otherwise known as the Banat Mountains, and Region V is the Apuseni Mountains. The study identifies the following tourist areas: Cluj-Napoca, Brașov, Oradea-Băile Felix, Arad, Timișoara, Sibiu, the Danube and the Cazan Strait, Craiova, the capital and its surroundings, Ploiești, Iași, the Brăila-Galați conurbation and the Danube Delta (Cucu et al., 1984).

In subsequent years, a more precise theoretical hierarchical definition of the territorial components of tourism was developed, distinguishing the following levels: tourist point, tourist object, tourist complex, tourist area, tourist zone and tourist region (Cocean, 1996). Following the 2000s, the territorial variations published by Nicoară and Pușcaș (2002) and Vofkori (2006) merit particular attention.

In 2002, Nicoară and Pușcaș proposed a complex tourism classification system organised hierarchically, combining natural geographic sub-units and traditional ethnographic landscape units (Nicoară & Pușcaș, 2002). The structure they defined, encompassing tourism regions, zones, and lower-level districts, is illustrated in Figure 2, with the detailed hierarchical classification provided in the Appendix.

Figure 2. The tourism regions published by Nicoară and Puşcaş (2002)



Source: own editing.

The territorial coverage of the authors does not extend to the entire country. The last three regions have partial or island coverage. In accordance with the authors' theoretical framework, the geographical area can be expanded to encompass the entire landscape, with the caveat that, in their particular paradigm, the areas designated for tourism are insular, and the intensity and potential of use exhibit significant variations across the regions. The authors also make mention of the emergence of districts (for example, Brăila - Lacul Sărat, Slobozia - Amara) and large cities and spa resorts that are tourist centres in their own right. Examples of such cities include Cluj-Napoca, Târgu Mures, Craiova, and Iaşi. The division published by Vofkori (2006) combines the concept of large natural geographic units and the city as a potential tourist destination. The study distinguishes six major tourism regions, four of which are linked to the country's natural geographic units of outstanding importance (Carpathians, Black Sea, Danube, Danube Delta), two to urban municipalities, with a special mention of the capital Bucharest, and a separate category for 'Tourism, attractiveness map and tourist value register of the cities of Romania'. In terms of its territorial scope, the concept resembles the Nicoară – Puşcaş division of 2002, albeit with notable distinctions. These include the incorporation of the Southern Carpathians region, characterised by the curvature of the Carpathians area, and the introduction of the Brasov (-Poiana) and Vatra Dornei Tourist Complexes.

In general, Romanian literature on regional and tourism geography is robust in the field of tourism geography zoning adapted to topographic territorial units. However, an analysis of the spatial processes of the tourism market from a transdisciplinary perspective suggests that the localisation and accessibility of key tourist attractions, the familiarity of geographical names and places, and the question of identity should perhaps be the starting point for synthesising concepts of tourism regions. The recent amendment of the Romanian tourism framework law, which aligned the action area of the planned regional tourism destination management organisations with the framework of historical provinces (OUG, 2022; Ordinul, 2022), appears to be a valid argumentation and policy decision, as evidenced by the naming character of historical and ethnographic landscapes (Horváth, 2013).

4.2. Spatial development documents, sectoral strategies until 2020

The development policy in Romania has been established through the Law on Spatial Planning and Urbanism (LEGE, 2001), promulgated in 2002 and subsequently amended on numerous occasions (more than 30 times). This legislation has resulted in the formulation of development plans at the sectoral level, including the tourism development plan in 2008 (OUG, 2008), with an updated version in 2018. The document is concerned with the governance of tourism development in Romania, with the classification of municipalities according to their respective resources and infrastructure. It further calls for the delineation of tourism zones, primarily with the objective of optimising the spatial allocation of public investments. It identifies areas with high and very high tourism potential, prioritises development and calls for the enhancement of infrastructure. The strategy is further characterised by an emphasis on sustainability, with provisions for regular reviews to ensure adaptability to evolving tourism conditions. Although the document does not include a regional level, it does have annexes listing the basic territorial and administrative units by county. These annexes include tables and thematic maps reflecting the concentration of resources and the state of infrastructure, with the maps used to illustrate spatial differences.

The rethinking and systematisation of the directions of tourism development took place at the threshold of Romania's accession to the European Union, when the Tourism Department of the Ministry of Small and Medium Enterprises, Trade, Tourism and Free Occupations created the Master Plan for National Tourism in Romania 2007-2026 (Master Planul, 2007). While the document employs spatiality as a means to present tourism product types, elucidated by several map appendices illustrating the spatial distribution of resources, it does not propose a comprehensive spatial approach applicable to the entire sector. The tourism areas earmarked for development include a select number of priority areas that can be defined on historical grounds (Transylvania, Maramureş, Bukovina), which are complemented by Bucharest, the Black Sea coast and the Danube Delta. To reach these zones, in addition to Bucharest, the text identifies Cluj-Napoca, Sibiu, Târgu Mures,

Constanța and Suceava as access poles, noting that these cities have complex transport modes and airports.

Since 2013, the National Authority for Tourism (Autoritatea Națională pentru Turism) has been responsible for the coordination of tourism activities in Romania. This includes the implementation of the objectives of the Tourism Master Plan, the strategic development of tourism products and destinations, and accreditation activities. The body has also been responsible for the central management of tourism marketing in Romania and for the country's official tourism portal, which continues to provide access to official promotional material in Romanian and four world languages (Spanish, German, French, English) (Ministry of Tourism, 2018). In contrast to the previous promotional materials, which were structured thematically (Autoriatatea, 2013), the most significant novelty of the currently available documentation is that it deviates from all previous divisions and presents the country's attractions grouped by historical regions. The document also demonstrates that in 2017, the Romanian Ministry of Tourism operated promotion offices in eight countries (Austria, France, Germany, Italy, Great Britain, Poland, Russia, and the United States), indicating that no immediate neighbouring country was prioritised for the promotion of the country's tourism assets. In addition to the affluent and influential states, the prominent status of Russia, Poland, and even Austria is somewhat surprising.

The issue of territorialisation is addressed by the country's official tourism website on the basis of historical regions, and the same logic can be observed in the promotional brochures published in several languages. These brochures, available in multiple languages, offer a variety of destination suggestions, accompanied by visual aids such as photographs and cartographic representations. A consistent theme is the utilisation of the concept of historical regions in national tourism marketing. While the Carpathian Mountain range is highlighted in the presentation of the main destinations and itineraries, the structure of the historical regions is predominant: the proposed cruises are also drawn in these regions (*Figure 3*). The brochures emphasise eight priority itineraries: Maramures, Transylvania, Oltenia, Muntania, Bukovina-Moldova, Dobrogea, Banat-Partium (Crișana), and the Danube waterway. Additionally, the brochures present a system that is adapted to the historical regions, showcasing sites for nature reserves, rural tourism, wine tourism, spa and wellness tourism, and active tourism.

Figure 3. RomaniaTravel's tourism promotion map



Source: Autoritatea, 2013.

Following the changes in government post-2017, the National Tourism Authority was incorporated into the Ministry of Tourism, which underwent a name and composition change. More recently (since 23 December 2024), the Ministry of Economy, Digitalisation, Entrepreneurship and Tourism was established, with three directorates being separated within the Directorate General of Tourism: the Directorate for Licensing and Monitoring, the Directorate for Control, and the Directorate for Marketing and Development. Of particular interest is the absence of any reference to regional destination marketing activities or their organisational background at the regional level within the remit of the Directorate for Marketing and Development. Within the remit of the Directorate's competences, reference is made to the concept of TDM, with a link to the dedicated section of the Ministry's website. The government introduced the concept of destination management organisation in the tourism framework legislation in 2017; however, it only delineated this concept by territorial levels in the measures implemented in 2022 to mitigate the effects of the COVID-19 pandemic.

4.3. Re-planning after COVID19

As was highlighted in two recent studies (Horváth 2023, 2024), Romania's visitor arrivals, which had been on an upward trend until 2019, fell dramatically in 2020. Compared to 2019, the decrease in 2020 was 45% for domestic overnight stays and 81% for overnight stays by foreigners. The latter, with 5.3 million nights, was comparatively low about the nearly 25

million nights spent by domestic visitors. The formulation of policy was initiated prior to the advent of the pandemic to develop a National Tourism Development Strategy. A document was prepared, but it did not reach the legislative stage, just as the draft law on tourism was stalled in the lower house of Romania's parliament, the Chamber of Deputies. However, in 2018, the government did adopt a draft law promising a new tourism law. The initial objective of this legislation was to establish a comprehensive regulatory framework that clarifies the legal status and financial underpinnings of destination management organisations. The legislation aimed to enhance the transparency of the tourism market and required the provision of guest data and the registration of accommodation rentals on online platforms, such as Airbnb. However, specific professional organisations voiced concerns. Consequently, the law was repealed in 2023 (Bărbulescu, 2023), resulting in the emergence of another legal loophole in the sector. Instead of a comprehensive law, the Government Decree, adopted in 1998 and amended 15 times up to the beginning of April 2025, continues to serve as the overarching framework legislation for the sector (OG, 1998).

In the interim, an update to the National Tourism Development Strategy (Ion, 2024) has been prepared, which addresses the role of development regions and cultural and historical heritage but lacks a nuanced approach to territoriality, particularly in its presentation. This shift in approach is a response to the economic and social challenges posed by the pandemic, which has emphasised the need for rapid re-launch and sustainability. Government Resolution 1193 (Hotărâre, 2024), formally adopted on September 25, 2024, signifies the official endorsement of this strategy, outlining developmental objectives for the 2025–2035 period, aimed at fostering collaboration between ministries and local authorities. Despite the emphasis on enhancing the quality of tourism products, the document falls short in providing the sector with a coherent spatial framework. Consequently, the efficacy of resolving spatial dilemmas remains uncertain. However, if the government were to implement an organisational reform of tourism governance, it might be possible to achieve the interconnection of territorial levels with local, county, regional, and national TDM organisations. Beyond brick-and-mortar investments, the competitiveness of destinations ultimately hinges on human capital. Although the strategy provides an in-depth treatment of infrastructure, it neglects the systemic development of the workforce's innovation competencies, even though international scholarship (Hatz, 2024) identifies this dimension as a prerequisite for the effectiveness of destination management organisations.

The revision of the National Tourism Strategy, developed in 2018, was also necessitated by the impact of the pandemic and the epidemic measures. This revision was conducted in 2022 in collaboration with the Ministry of Tourism, the Secretariat General of the Government, and experts from the World Bank. Concurrently, a reform of the tourism governance process was initiated, drawing substantially from the technical underpinnings of the OECD study entitled *Operationalising TDM Organisations in Romania* (2020). The study's recommendations were integrated by the team of experts from the Ministry of

European Investment and Projects into the Tourism and Culture chapter of the country's National Recovery and Resilience Plan (Romania's Recovery and Resilience Plan, 2021).

Romania's National Recovery and Resilience Plan (NRRP), developed in response to the COVID-19 pandemic, allocated significant resources to regional development and territorial cohesion. Tourism is highlighted in Component 11, which includes specific initiatives designed to strengthen regional destination management organisations (DMOs). These DMOs are envisaged to enhance tourism governance and marketing at local, county, and regional levels, explicitly aligning with historical provinces to leverage cultural identities and boost regional tourism competitiveness. Such alignment underscores the potential of historical regions to serve not only as cultural brands but also as effective administrative units for targeted tourism recovery and sustainable growth.

In the tourism and culture chapter, in addition to five investment measures, a reform is foreseen, entitled "Operationalisation of Tourist Destination Management Organisations." The milestones associated with this reform are consistent with the overall milestone and target numbering of the National Recovery and Resilience Plan:

- Milestone 326: Mapping of all optimal target areas for destination management organisations in Romania;
- Milestone 327: Adoption of an action plan for the exploitation of cultural heritage to increase the competitiveness of the Romanian tourism sector;
- Milestone 328: Entry into force of the legislative framework by means of an emergency government decree;
- Objective 329: Establishment of TDM organisations;
- Objective 330: Increase in the share of foreign tourists in the number of tourists visiting the counties that are part of regional TDMs.

The Tourism and Culture chapter of the National Recovery and Resilience Plan outlines additional milestones and targets for specific measures. These initiatives include the development of 12 cultural tourism routes and eight major museum projects, the creation of a network of approximately 3,000 km of cycle paths to facilitate connections to the EUROVELO network, and support for cultural infrastructure and the film industry. The potential for a dedicated study on these initiatives warrants further exploration. With regard to the issue of territoriality, and focusing here on the TDM reform, the Mapping of Optimal Destinations (Milestone 326) document should be referred to, which was adopted by Ministerial Decree of the Minister of Enterprise and Tourism in March 2022 (Ordinul, 2022). This decree comprises a list of optimal destinations (to be interpreted at the regional level) and an explanatory report on the mapping of optimal destinations. The criteria for the designation of destinations are as follows: (1) their capacity to attract international and domestic tourists, (2) tourism development potential, (3) the promotion of sustainable / ecological socio-economic transformation in rural and disadvantaged areas, and (4) the potential for job creation.

4.4. Historical provinces vs. administrative counties in TDM reform

The final chapter of the Mapping of Optimal Destinations document presents a comprehensive ranking of the counties based on the 20 indicators of the four criteria. This is followed by a detailed comparison by development region and by historical province. The ensuing section provides a comparison of the regional level at the level of development region and the regional level by historical province. The document presents a comprehensive set of arguments and counter-arguments, which were carefully considered before the political decision was taken to outline the regional tourism destination management by historical province and to establish the territorial framework for eight regional TDM organisations. The argument in favour of a regional TDM framework adapted to the development regions is that these regions have development strategies and funding programmes (eight separate Regional Operational Programmes between 2021 and 2027). However, the disadvantage is that there are cultural differences, and some regions have been created in an imposed way. For instance, the document cites the South-East region, encompassing two Moldovan, two Muntenian, and two Dobrogean counties. It is further noted that in certain instances, a destination may be delineated within the boundaries of a development region, with Bucharest and the surrounding Ilfov county cited as illustrative examples. The argument in favour of a regional TDM organisational scope aligned to the historical provinces is the possibility of developing strong brands, some of which are already internationally known, such as Transylvania, Maramures, and Bukovina. The provinces exhibit greater cultural homogeneity, which is more accurately described as identity cohesion. This characteristic renders them well-suited for developing joint tourism programmes across the provinces. The document acknowledges the challenge of administrative boundaries that do not align with provincial boundaries, highlighting this as a potential impediment. Many counties are partially situated within one historical province and partially within another, while historical provinces also encompass several development regions, such as Muntenia and historical Transylvania. Concerns have been raised, but regarding the disparity in the sizes of the historical provinces, with Bukovina, a province consisting of a single county, being contrasted with Muntenia, which encompasses 11 counties, including Bucharest.

Regarding the delineation of historical provinces, the document notes that counties belonging to two or more historical provinces are assigned to the province in which the larger part of the county is located. While the document does not specify which counties are affected, the map annex provides evidence that the eastern part of the county of Sălaj is part of historical Transylvania but was eventually assigned to the province of Crişana. The southwestern part of Satu Mare is part of the Crişana province but was assigned to the Maramureş province. The southeastern part of Maramureş County is part of Transylvania, but it forms, together with Satu Mare County, the two-county Maramureş tourist region. The northern part of Hunedoara County is part of the Partium region but belongs to Transylvania. The western part of Mehedinţi County is part of Banat, but it is still considered part of Oltenia. The eastern part of Vâlcea and Olt "overlap" with Muntenia but remain part

of Oltenia. The southern part of Suceava County was not part of Bukovina, but the county alone forms the Bukovina tourist region. The southern part of Vrancea County is located within Muntenia. The majority of the county is situated in Moldova, thereby classifying it as part of the Moldavian region.

According to the recommendations outlined in the 2020 OECD study, the establishment of eight regional TDM organisations was proposed. Following this proposal, the Banat-Crisana region was selected for merging, resulting in the amalgamation of five counties. It is essential to emphasise that the interests of Hungarians of Partium, the second-largest ethnic Hungarian group in Romania, are adversely affected by the decision not to group Bihor and Satu Mare counties. The reasons for excluding the concepts of Partium and Szeklerland as historical-cultural regions from the map of historical provinces are a matter of reflection and debate. Partium overlaps partially with the Crişana region, and Szeklerland is part of Eastern Transylvania, both of which appear to possess sufficient ethno-regional characteristics for the cultural and political actors in the majority nation-building process, which only tolerates Romanian regionalism, to disregard such claims. In addition to this, it is also foreseeable that there will be a professional rivalry between Timişoara in the Banat region and Oradea in the Oradea province for the management of the future regional TDM organisation.

The TDM reform attempt in the Tourism chapter of the National Recovery and Resilience Plan has thus far resulted in the inclusion of a €10 million funding commitment and the amendment of the tourism framework legislation, Government Decree 58 of 1998, by an emergency government decree (OUG, 2022), designating which counties are to be covered by which regional TDM organisations. In addition, as part of the related legislative process, detailed guidelines on the criteria and procedures for the certification of local, county, and regional TDM organisations have been adopted. On this basis, as of April 2025 (i.e., beyond the milestone deadline of Q4 2023), the certification process of the competent Ministry has been completed for only one regional TDM organisation (Bukovina), three county TDM organisations (Constanta, Maramures and Calarasi/Danube Region) and 20 local TDM organisations. Among the new organisations certified, some were already in existence, but the majority are new. Concurrently, TDM-like community development associations with exclusively municipal membership, and in select instances, genuine municipal-company partnership-based organisations, are already operational without ministerial certification (Chasovschi, 2019; Jugănar, 2022; Gonda & Horváth, 2024).

4.5. Implementation and viability of regional TDM organisations

As stipulated in Emergency Government Decree 86, the regional destination management organisation to be established will be responsible for developing and implementing regional tourism development and marketing policies (OUG, 2022). The establishment of this organisation necessitates the amalgamation of one or more county TDM organisations, although if a county is not equipped with a county TDM organisation, the county municipality may also be associated. Furthermore, the association may comprise

organisations that are not affiliated with a county or local TDM organisation, provided they pay a membership fee by the association's statutes. The minimum requirement for establishing a regional TDM organisation is that there must be at least 10,000 accommodation units in the area concerned, certified by the Ministry. The organisational structure of the association must include the establishment of a destination manager's post and the formulation of a tourism development and marketing strategy, which the organisation's decision-making body must approve. This strategy must be registered as an association or be prepared and approved within one year of certification. Furthermore, at the time of applying for certification, the organisation must have a budget of EUR 250,000. The legislation stipulates that local TDM organisations must transfer 20% of the tourist tax revenue collected from tourists by the municipalities to the county TDM organisation and 20% of the tax revenue collected from tourists by the county organisations to the regional TDM organisation. A salient issue pertains to the tourism tax's designation as an optional local levy, which municipalities are under no obligation to impose. However, should a local council opt to implement this levy through a resolution, the onus falls upon the accommodation providers to collect it, meticulously managing it in a segregated account and subsequently remitting the sum to the relevant municipality. Depending on the stipulations within the council resolution, the municipality may transfer the entirety of the levy revenue or a proportion of it, amounting to 70%, to the TDM organisation to which it is a founding member. The municipality's decision-making power at the local level is significant, with its influence over the transfer of the full levy amounting to up to 50% and its power over the transfer of 70% of the levy being even more pronounced at up to 30%. At the higher levels, members have one vote each in decision-making, regardless of their contribution.

The success of the top-down TDM reform experiment and the viability of the organisations created in the NRRP conjuncture are difficult to judge. It can only be assumed that further legislative, strategic planning, and, above all, resource allocation steps will be needed to ensure that the regional TDM organisations can truly cover the most valuable areas of the country from a tourism point of view and effectively promote the sustainable and competitive development of Romania's regions in cooperation with the national tourism governance umbrella institution.

5. Conclusions

In this study, we have explored how the absence of a unified, state-approved system of tourism regions in Romania continues to pose significant obstacles to effective tourism development planning and marketing efforts. Although territoriality has repeatedly been emphasized in Romania's tourism strategies and legislation, the simultaneous existence of administrative structures and identity-based regional frameworks perpetuates institutional uncertainty and uneven regional development. To practically address these challenges, we recommend that policymakers explicitly integrate historical regions into Romania's administrative structures, providing clearer competencies, robust financial

frameworks, and tangible incentives for municipalities to actively engage in regional TDM organisations.

A central conclusion of our research is that explicit governmental involvement is essential for newly established TDM organisations to operate effectively at local, county, and regional scales. Despite recent legislative advancements, stronger legal and financial mechanisms are required to grant these organisations meaningful decision-making authority. Policymakers should commit to clear medium- and long-term planning, allocate sufficient funding, and uphold established quality standards. Ensuring genuine regional collaboration through active stakeholder participation, rather than top-down imposition, is crucial for the sustainable success of TDM initiatives.

We identified ongoing tension between the administratively defined NUTS2 regions and the historically or culturally significant provinces such as Transylvania, Maramureş, and Bukovina. Historical provinces carry substantial strengths in terms of tourism branding and local identity formation, whereas administrative regions hold practical benefits, particularly regarding access to EU cohesion funding. Effective tourism strategies in Romania should capitalise on the branding potential of these historical provinces. International examples from countries such as Italy and Spain demonstrate the effective use of historical provinces as tourism brands. Additionally, smaller cultural regions, such as Szeklerland and Partium, could significantly enhance their appeal through niche tourism products like wine or cultural heritage, thus promoting regional cohesion and reducing fragmentation. Product-driven regional branding is likewise not without precedent in Central Europe (Gáspár Bósz, 2020), implying that, in Romania, the tourism legitimization of the historical provinces could be strengthened by an integrated “wine-and-culture” product portfolio.

Another critical aspect identified is the need for targeted improvements in sustainability, infrastructure, and overall quality across Romania’s tourism sector. Investments should be strategically directed toward less-developed areas, particularly those on the periphery of the Carpathian region, promoting eco-tourism and rural tourism to balance spatial and seasonal tourism flows. Comprehensive sustainability goals must be integrated into regional and local tourism strategies, emphasising environmental protection, responsible visitor management, and low-impact tourism practices. Furthermore, addressing persistent informal employment among seasonal workers and small family-owned establishments through specialised training and certification programmes will significantly enhance service quality, professionalism, and customer satisfaction.

Cross-border cooperation emerges as a valuable opportunity for Romania. Historical and cultural regions frequently extend beyond national boundaries, creating potential for collaborative tourism initiatives, including cultural heritage routes, gastronomic experiences, eco-tourism, and cycling trails. Such initiatives encourage regional cohesion and cooperation, enhancing shared identities and broadening market appeal, rather than promoting competition between neighbouring countries.

Reliable and consistent data collection systems are also essential for effective regional governance and planning. Establishing a unified digital platform that accurately tracks tourism metrics – such as guest arrivals, overnight stays, spending, and tourist tax revenue – across local, county, regional, and national levels will facilitate transparent, informed decision-making. This will enable policymakers to assess the impacts of investments and marketing campaigns on visitor patterns and regional tourism dynamics.

Moreover, the political and social acceptance of regional tourism governance structures is crucial. Romania's counties (*județe*) embody strong local identities, occasionally conflicting with broader administrative or historical regional frameworks. Stakeholder engagement—including municipalities, businesses, cultural organisations, and local communities—in the creation and management of TDM organisations will strengthen their legitimacy and effectiveness. A genuinely participatory approach will mitigate perceptions of top-down imposition, fostering trust and cooperation.

Future research initiatives planned by the authors include detailed empirical analyses of newly formed local, county, and regional TDM organisations, examining governance effectiveness, financial sustainability, and measurable impacts on tourism development. Comparative studies between Romanian and similar European regions will offer concrete insights into best practices and effective strategies. Additionally, post-COVID resilience in the tourism sector will be analysed through aggregated corporate performance data of accommodation providers at both regional and county levels, yielding insights into sectoral performance and territorial impact.

The dangers associated with top-down policy approaches to tourism and environmental systems are illustrated by the recent disaster at the salt mine in Praid, Harghita County, in May 2025. Here, the national salt-mining enterprise, SALROM, proved negligent by failing to implement a known river diversion investment, which ultimately led to catastrophic flooding when the Corund stream overflowed, inundating both production and tourist areas of the mine. This disaster poses immediate risks to the local community due to potential mine collapse and long-term economic damage through the cessation of tourism. Moreover, the wider region faces threats of drinking water contamination. Critically, local stakeholders had minimal input into decision-making processes and insufficient access to essential information about the unfolding risks. This incident underscores the importance of inclusive, participatory governance in regional tourism and environmental planning.

Romania's tourism regionalisation is at a critical juncture. Effective utilisation of legislative momentum and European funding opportunities requires stakeholder-driven, place-sensitive strategies. By prioritising historical identities in regional branding, sustainability initiatives, workforce professionalisation, cross-border cooperation, and robust data management systems, Romania can transform its cultural and geographical diversity into enduring competitive advantages. Success hinges on achieving broad consensus, balancing administrative efficiency with authentic local identities and aspirations.

References

- Agg, Z. & Nemes-Nagy, J. (2002). A politika térségi és helyi szintjei. In: Agg, Z., Zentai, L. & Bernek, Á. (Eds.) *A globális világ politikai földrajza*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó, pp. 385–430.
- Benedek, J. (2000). *A társadalom térbelisége és térszervezése*. Cluj-Napoca: Risoprint.
- Borza, A. (1971). Zona turistică „Porțile de Fier”. *Terra*, 3 (2): 47–50.
- Chasovschi, C. (2019). The evolution of destination management organisations (DMOs) in Romania. *USV Annals of Economics and Public Administration*, 19 (2): 15–24.
<http://annals.seap.usv.ro/index.php/annals/article/view/1209/973/>
- Ciocioiu, C. N., Cioc, M., Marinescu, C., Baci, S. G. & Sadkowska, J. (2025). Performance analysis in tourism: Romania's competitiveness among Central and Eastern European countries. *Sustainability*, 17 (4): 1697. DOI: 10.3390/su17041697
- Cocan, P. (1996). *Geografia turismului*. București: Editura Carro.
- Cucu, V., Iordan, I. & Alexandru, D. (1984). *Geografia României. Geografia umană și economică*. Vol. 2. București: Editura Academiei.
- Csapó, J. (2020). *A turizmuspolitika és turizmusirányítás elmélete és gyakorlata az Európai Unióban*. Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789634544838
- Gáspár, B. (2020). Dél-Dunántúl, a kulturális turisztikai régió? *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 5 (3): 74–90. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.03.05
- Gonda, T. & Horváth, A. (2024). A civil szervezetek szerepe a határon átnyúló tudástranszferben a turizmus szervezeti megújítása érdekében. *Polgári Szemle*, 20 (1–3): 130–146. DOI: 10.24307/psz.2024.0812
- Hatz, N. (2024). Mapping the innovation process and relevant skills for innovation in tourism in least developed post-conflict countries. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 9 (2): 77–98. DOI: 10.15170/TVT.2024.09.02.05
- Horváth, A. (2024). Üdülőkörök és gyógyhelyek a székelyföldi megyék turizmusában. *Székelyföld Kulturális Folyóirat*, 28 (5): 147–174.
https://epa.oszk.hu/03400/03420/00089/pdf/EPA03420_szekelyfold_2024_05_147-174.pdf
- Horváth, A. (2023). A gyógyhelyek szerepe a kelet-erdélyi turizmusban. In: Csákvári, T. & Varga, Z. (Eds.) VI. Zalaegerszegi Nemzetközi Egészségturizmus Konferencia tanulmánykötet. Pécs: PTE ETK, pp. 62–75.
https://www.etk.pte.hu/public/upload/files/Egturizmus/VI_EgeszsegturizmusKonferencia-Tanulmanykotet.pdf
- Horváth, A. (2013). *Turizmusfejlesztés Székelyföldön (Hargita megyei szemszögből)*. Kolozsvár: Nemzeti Kisebbségkutató Intézet.
- Jones, M. & Paasi, A. (2013). Regional world(s): Advancing the geography of regions. *Regional Studies*, 47 (1): 1–5. DOI: 10.1080/00343404.2013.746437

- Jugănaru, I. D. (2022). Destination management organizations in Romania: Important steps taken recently for their operationalization. *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, 22 (1): 298–308.
<https://annals.seap.usv.ro/index.php/annals/article/viewArticle/1209/>
- Juha, M. (2023). Transformation of the Ruhr region: Industrial heritage and society. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 8 (4): 91–100.
DOI: 10.15170/TVT.2023.08.04.06
- Nicoară, L. & Pușcaș, A. (2002). *Regionare turistică mondială*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană.
- Paasi, A. (2010). Re-visiting the region and regional identity: Theoretical reflections with empirical illustrations. In: Barndon, R., Engevik, A. & Øye, I. (Eds.) *The archaeology of regional technologies: Case studies from the Palaeolithic to the Age of the Vikings*. Lewiston–Queenston–Lampeter: The Edwin Mellen Press, pp. 15–34.
- Posea, G. (1982). Zonarea geografico-turistică. In: *Enciclopedia Geografică a României*. București: Editura Științifică și Enciclopedică, pp. 81–84.
- Posea, G., Popescu, N. & Ielenicz, M. (1969). Zonarea județelor din România după potențialul turistic. In: *Lucrările Colocviului Național de Geografia Turismului*. București: Institutul de Geologie și Geografie, pp. 73–82.
- Pușcariu, V. (1943). Turismul în România. In: *Enciclopedia României (Vol. IV)*. Imprimeria Națională.
- Rădulescu, N. A. (1946). Asupra geografiei turismului. *Revista Geografică*, 2 (1–4).
- Szilágyi, F. (2016). A turisztikai régiók definiálása Romániában. In: Rajnai, Z., Fregán, B. & Marosné Kuna, Zs. (Eds.), 7. *Báthory-Brassai Konferencia. Tanulmánykötet I*. Budapest: Óbudai Egyetem, pp. 373–381.
- Vofkori, L. (2006). *România turizmusföldrajza*. Csíkszereda: Pro-Print.

Online sources

- Autoritatea (2013). *România – Descoperă locul în care simți că renaști*. Autoritatea Națională pentru Turism. Accessed: 10 March 2025.
https://www.romania.travel/uploads/downloads/Brosura_Ro.pdf/
- Bărbulescu, O. (2023). *Turism – Redactată în 2015, publicată în 2017 și aprobată de Guvern în 2019, legea turismului – Respinsă în 2023*. Profit.ro. Accessed: 10 March 2025.
<https://www.profit.ro/perspective/schimbări-legislative-pentru-firme/redactata-in-2015-publicata-in-2017-si-aprobata-de-guvern-in-2019-legea-turismului-cu-inspectorii-ca-turisti-inregistrare-la-minister-pentru-airbnb-si-taxa-la-cazare-este-respinsa-in-2023-21212410/>
- European Commission (2021). *The EU's 2021-2027 long-term budget and Next Generation EU: Facts and figures*. Directorate General for the Budget. Publications Office. Accessed: 10 March 2025. <https://data.europa.eu/doi/10.2761/808559/>
- Hotărâre (2024). Hotărâre 1193 25/09/2024. Portal Legislativ (2024 October 9). Accessed: 17 March 2025. <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/289236/>

- Ion, M. (2024). *Strategia națională pentru Dezvoltarea Turismului 2023-2035, pusă în dezbatere*. Accessed: 10 March 2025.
https://www.dcbusiness.ro/strategia-nationala-pentru-dezvoltarea-turismului-2023-2035-pusa-in-dezbatere_664088.html/
- LEGE (1968). *LEGE 2 16/02/1968 – Portal Legislativ*. (1968, February 16). Accessed: 17 March 2025. <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/262653/>
- LEGE (1998). *LEGE 151 15/07/1998 – Portal Legislativ*. (1998, July 15). Accessed: 17 March 2025. <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/15220>
- LEGE (2004). *LEGE 315 28/06/2004 – Portal Legislativ*. Accessed: 17 March 2025. <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/53040/>
- LEGE (2001). *LEGE 350 06/07/2001 – Portal Legislativ*. Accessed: 17 March 2025. <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/29453/>
- Master Planul (2007). *Master Planul pentru turismul național al României 2007-2026*. Departamentul de Turism, Ministerul pentru Întreprinderi Mici și Mijlocii, Comerț, Turism și Profesii Libere. Accessed: 10 March 2025.
https://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2017/05/masterplan_partea1.pdf/
- Ministry of Tourism (2018). *Romania—Explore the Carpathian garden*. Ministry of Tourism. Accessed: 10 March 2025.
https://www.romania.travel/uploads/downloads/Brosura_MT_engleza_comp.pdf/
- Národnej Rady Slovenskej Republiky (1996). 221/1996 Z.z. - *Zákon Národnej rady Slovenskej republiky o územnom a správnom usporiadaní Slovenskej republiky*. Accessed: 10 March 2025.
<https://www.slov-lex.sk/ezbierky/pravne-predpisy/SK/ZZ/1996/221/>
- OG (1998). *OG 58 21/08/1998 – Portal Legislativ*. Accessed: 17 March 2025. <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/15492/>
- Operationalisation (2020). *Operationalisation of destination management organisations in Romania*. OECD Tourism Papers. Accessed: 17 March 2025.
<https://doi.org/10.1787/9074fc18-en/>
- Ordinul (2022). *Ordinul ministrului antreprenoriatului și turismului nr. 696/2022 pentru aprobarea Raportului explicativ privind cartografierea tuturor destinațiilor optime și a listei destinațiilor optime*. Accessed: 17 March 2025.
<https://turism.gov.ro/web/wp-content/uploads/2023/03/ordin-si-Anexa.pdf/>
- OUG (2008). *OUG 142 28/10/2008 – Portal Legislativ*. Accessed: 10 March 2025. <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/99417/>
- OUG (2022). *Ord. De urgenta 86 23/06/2022 – Portal Legislativ*. (2022, June 24). Accessed: 17 March 2025.
<https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/256709/>
- Romania's recovery and resilience plan (2021). *Romania's recovery and resilience plan*. European Commission. Accessed: 17 March 2025.
https://commission.europa.eu/business-economy-euro/economic-recovery/recovery-and-resilience-facility/country-pages/romania-recovery-and-resilience-plan_en/

Sejm (1998). *Ustawa z dnia 24 lipca 1998 r. O wprowadzeniu zasadniczego trójstopniowego podziału terytorialnego państwa*. Accessed: 10 March 2025.

<https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU19980960603/>

Zastupnički Dom Sabora Republike Hrvatske (1992). *Zakon o područjima županija, gradova i općina u Republici Hrvatskoj*. Accessed: 10 March 2025.

https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/1992_12_90_2333.html/

Appendix

Hierarchical tourism classification of Romania (according to Nicoară & Puşcaş, 2002)

- A. Eastern Carpathians and Subcarpathians Region
 - 1. Northern area (North-Eastern Eastern Carpathians)
 - a. Oaş
 - b. Maramureş Mountains and Depression
 - c. Rodnei Mountains
 - d. Dornelor Depression and surrounding mountains
 - e. Obcinele Bucovinei, Rarău-Giumalău
 - f. Țara Năsăudului, Bârgăului Mountains and adjacent area
 - g. Baia Mare area - Țara Lăpuşului (Gutâi and Țibleş Mountains and surroundings)
 - 2. Central Area (Central Eastern Carpathians)
 - a. Transylvanian Subcarpathians
 - b. Gurghiu Mountains and Giurgeu Depression
 - c. Harghita Mountains and Ciucului Depression
 - d. Perşani, Baraolt, Bodoc, Nemira Mountains
 - e. Bistriţa Mountains (Ceahlău, Bistriţa, Stânişoarei Mountains)
 - f. Moldavian Subcarpathians
 - g. Trotuş Mountains and Subcarpathians
 - 3. Curvature of the Carpathians and the Curvature Subcarpathians
 - a. Vrancei Mountains and Vrancei Subcarpathians
 - b. Mountains of the Curvature of the Carpathians (Buzăului Mountains, Ciucaş, Baiului Mountains)
 - c. Prahova and Buzava Subcarpathians
 - d. Braşov Depression (Ținutul Trei Scaune, Țara Bârsei, Întorsurii Mountains)
- B. Southern Carpathians. Getic Subcarpathians. Northern submontane depressions
 - 1. Bucegi mountain group
 - a. Bucegi Mountains, Prahova Valley
 - b. Piatra Craiului Mountains, Rucăr-Bran Pass
 - 2. Făgăraş Mountain Group
 - a. Făgăraş Mountains and Depression
 - b. Mountains south of Făgăraş (Argeş Mountains)
 - 3. Parâng Mountain Group
 - a. Cindrel and Şureanu Mountains, Sibiu and Apold Depressions
 - b. Parâng, Lotru and Căpăţânii Mountains
 - 4. Țara Hațegului-Retezat-Cerna
 - a. Hațegului Depression
 - b. Northern crystalline massifs (Retezat-Godeanu-Țarcu)

- c. Southern calcareous massifs (Vâlcan-Cerna-Mehedinți), Cerna Valley
- 5. Getic Subcarpathians. Podișul Mehedinți (Southern Subcarpathians)
 - a. Argeș Subcarpathians
 - b. Vâlci Subcarpathians
 - c. Jiului Subcarpathians
 - d. Mehedinți Plateau
- C. Region of the Western Carpathians (Apuseni Mountains, Banat Mountains)
 - 1. Central and northern tourist area of the Apuseni Mountains
 - a. Bihor Mountains, Padiș
 - b. Vlădeasa Massif, Stâna de Vale
 - c. Gilău Mountains, Muntele Mare
 - d. Arieș Valley
 - 2. Tourist area Crișurilor Mountains (Western Apuseni Mountains, depressions)
 - a. Plopiș Mountains, Crișului Repede Valley (Vadului Depression)
 - b. Pădurea Craiului Mountains, Beiușului Depression
 - c. Codru-Moma Mountains, Zarand
 - d. Meseșului Mountains, Șimleului Depression (Sălaj)
 - 3. South-Eastern Apuseni Mountains
 - a. Metaliferi Mountains, Zarand Mountains, Crișului Alb Valley
 - b. Trascău Mountains
 - c. Trascăului Mountains, Turzii Gorges
 - 4. Poiana Ruscă Mountains, Mures Valley
 - 5. Banat tourist area
 - a. Semenic massif and surroundings
 - b. South-western area: Aninei Mountains, Almăjului Depression
 - c. Southern area: Almăjului Mountains, Iron Gates
- D. Tourist region Dobrogea
 - 1. Southern coastal area
 - 2. Danube Delta, lagoon area
 - 3. Dobrogea plateau
- E. Western Tourist Region
- F. Suceava Plateau Region, Moldavian Plateau
- G. Târnave Valley Region (Transylvanian Depression)
- H. Bucharest (Romanian Plain, Getic Plateau)

Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok (TVT)

ISSN 2498-6984
DOI (Crossref) 10.15170/TVT



A Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok (TVT) folyamatosan várja az angol vagy magyar nyelvű cikkeket, amelyek a turizmus és vidékfejlesztés, valamint más, kapcsolódó tudományterületek kutatási eredményeit vagy projektjeit mutatják be térségi megköötés nélkül.

A TVT nyílt hozzáférésű negyedévente megjelenő online folyóirat. A közlemények a TVT-ben kizárólag kettős vak lektorálást követően jelennek meg, ügyelve azok eredetiségére, relevanciájára és olvashatóságára. Csak a lektorok által javasolt kéziratokat fogadjuk el.

A TVT-ben megjelent összes cikk elérhető online az alábbi linkeken keresztül:

<https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/en/current-issue/>
<https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/en/archive/>

A Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok szerkesztőbizottsága olyan kéziratok benyújtását várja, amelyek hozzájárulnak tudományterületünk fejlődéséhez, illetve megfelelnek a szakmai minőség és hitelesség általános kritériumainak.

A TVT-t többek között az alábbi nemzetközi szakirodalmi adatbázisok referálják:

- CROSSREF – Digital Object Identifier (DOI) Registration Agency of the International DOI Foundation – www.crossref.org
- DOAJ – Directory of Open Access Journals – <https://www.doaj.org>
- EBSCO – Elton B. Stephens Company – <https://www.ebsco.com>
- ERIHPLUS – European Reference Index for the Humanities and Social Sciences – www.kanalregister.hkdir.no/publiseringsskanaler/erihplus
- ULRICHSWEB – Ulrich's™ Serials Analysis System – www.ulrichsweb.com
- GOOGLE SCHOLAR – <https://scholar.google.com>
- OJS – Open Journal Systems – <https://openjournalsystems.com/>
- ROAD – The Directory of Open Access scholarly Resources – <https://road.issn.org>

A kéziratok beküldhetők a szerkesztoseg@turisztikaitanulmanyok.hu címre küldött levélhez mellékelve, vagy feltölthetők a

<https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/en/submission> linken keresztül. További részletekért kérjük, látogasson el folyóiratunk weboldalára:
<https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/en>.

Szívesen vennénk, ha továbbítaná ezt a felhívást kollégáinak, hallgatóinak, illetve bárkinek, aki kedvet érez a turizmus és a vidékfejlesztés tárgyköreit érintő tanulmányok publikálásához.

Tisztelettel,
Dr. Gonda Tibor
Főszerkesztő

**Tourism and Rural Development Studies
(TVT)**

ISSN 2498-6984

DOI (Crossref) 10.15170/TVT



Tourism and Rural Development Studies (TVT) publishes articles in English or Hungarian that present research results and projects in the field of tourism and development as well as other related disciplines without reference to regional focus.

We kindly invite you to submit your research paper.

TVT is an online open access quarterly journal. Papers are published in TVT following a double-blind peer review procedure making sure of their originality, relevance and readability. We only accept manuscripts recommended by the reviewers.

All the articles published in TVT can be accessed online at:

<https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/en/current-issue/>

<https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/en/archive/>

Tourism and Rural Development Studies welcomes submission of manuscripts that meet the general criteria of significance and quality contributing to scientific advancement.

TVT is indexed, among others, in:

- CROSSREF – Digital Object Identifier (DOI) Registration Agency of the International DOI Foundation – www.crossref.org
- DOAJ – Directory of Open Access Journals – <https://www.doaj.org/>
- EBSCO – Elton B. Stephens Company – <https://www.ebsco.com/>
- ERIHPLUS – European Reference Index for the Humanities and Social Sciences – www.kanalregister.hkdir.no/publiseringskanaler/erihplus
- ULRICHSWEB – Ulrich's™ Serials Analysis System – www.ulrichsweb.com
- GOOGLE SCHOLAR – <https://scholar.google.com/>
- OJS – Open Journal Systems – <https://openjournalsystems.com/>
- ROAD – The Directory of Open Access scholarly Resources – <https://road.issn.org>

Manuscripts can be submitted by mailing to szerkesztoseg@turisztikaitanulmanyok.hu or by uploading at <https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/en/submission/>.

For more details visit the journal's website at: <https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/en/>.

Please forward this call for papers to your colleagues, students, and other persons who may be interested in publishing research articles in the field of tourism, development, and related areas.

Sincerely yours,
Dr. Tibor Gonda
Editor-in-Chief