



Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

2026. október

XI. évfolyam III. szám

Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok

Posza Alexandra – Putzer Petra:

**AZ E-DOMINANCIÁTÓL AZ INTEGRÁLT ESG-IG
– A FENNTARTHATÓSÁGI ÁTMENET
MENEDZSMENTKIHÍVÁSAI A TURIZMUSBAN**

**Wittmann Tamás – Merza Péter –
Pap Norbert:**

**TRIANONTÓL SCHENGENIG: TURIZMUS ÉS
HATÁRON ÁTNYÚLÓ TERÜLETI INTEGRÁCIÓ
A BARANYA-HÁROMSZÖGBEN**

**Horváth-Vargyas Daniella –
Keresztes Gábor:**

**STRATÉGIAI REZILIENCIA ÉS A
VÁLTOZÁSMENEDZSMENT KIHÍVÁSAI: A
SOPRON-FERTŐ ÉS A NEUSIEDLER SEE
RÉGIÓK TURISZTIKAI TELJESÍTMÉNYÉNEK
KOMPARATÍV VIZSGÁLATA**

Borbándi Erik:

**„JÖNNEK MÁR VISSZA A MI SZÉP
KÁRPÁTJAINK!” KÁRPÁTALJA, A MAGYAR
TURISTAÉLET ELSŐ NAGY ERŐPRÓBÁJA,
1939–1944**

**Emil Kucsera – Ingrid Santa –
Zsolt Hajdara:**

**SOME KEY ELEMENTS OF THE BUSINESS
POLICIES OF PERSIAN GULF AIRLINES
FROM THE PERSPECTIVE OF PASSENGER
OPINIONS**

Logistic Makoni – Christian M. Rogerson:

**THE INFORMAL ECONOMY OF DOMESTIC
BUSINESS TOURISM: EVIDENCE FROM
HARARE, ZIMBABWE**

Sirhan Jessa – Jayne M. Rogerson:

**HERITAGE AND TOURISM PLANNING FOR
CAPE TOWN'S INNER-CITY
BO-KAAP NEIGHBOURHOOD**

**Andile Moyo – Ngoni C. Shereni –
Logistic Makoni – Kevin Mearns :**

**THE ROLE OF STREET FOOD VENDING IN
URBAN TOURISM DEVELOPMENTS IN THE
GLOBAL SOUTH**

FOLYÓIRATUNKKAL KAPCSOLATOS FONTOS INFORMÁCIÓK

A Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok (TVT) 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 dupla vak lektorálást követően.

A TVT-t az alábbi hazai szakirodalmi adatbázisok referálják:

- MATARKA (Magyar folyóiratok tartalomjegyzékeinek kereshető adatbázisa)
- EPA (Elektronikus Periodika Archívum és Adatbázis)

A TVT-t az alábbi nemzetközi adatbázisok referálják:



A TVT korábbi számai elektronikus formában, teljes terjedelemben elérhetőek az alábbi helyeken:

- <https://www.turisztikaitanulmanyok.hu>
- <https://pea.lib.pte.hu/handle/pea/23501>

A TVT az OJS rendszerét használja, ahol a korábbi számok is elérhetőek:

- <https://journals.lib.pte.hu/index.php/tvt/issue/archive>

A TVT évente négyszer jelenik meg.

IMPRESSZUM

Vendégszerkesztő:

Christian M. Rogerson – a Johannesburgi Egyetem kutatóprofesszora

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)

Főszerkesztő-helyettes:

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

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)

Duncan, Tara – egyetemi tanár, Thompson Rivers Egyetem, Kaland-, Kulináris Művészeti és Turisztikai Kar, Kanada (ORCID: 0000-0003-1845-7001)

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)

Gascón, Jordi – egyetemi tanár, Barcelonai Egyetem, Földrajzi és Történeti Kar, Szociálintropológiai Tanszék, Spanyolország (ORCID: 0000-0002-0947-614X)

Günaydin, Yusuf – egyetemi docens, Fırat 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, Deggendorferi 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 (ORCID: 0009-0008-3097-4857)
- 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)
- Lajevardi, Masoud** – adjunktus, Iszlám Azad Egyetem, Marketing Menedzsment Tanszék, Irán (ORCID: 0000-0001-9205-0598)
- Liganenko, Margaryta** – egyetemi docens, Odesszai Nemzeti Technológiai Egyetem, Turisztikai Üzletág és Rekreáció Tanszék, Ukrajna (ORCID: 0000-0002-4509-4616)
- Marton Gergely** – egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Sporttudományi és Testnevelési Intézet, Sportelméleti és Sportszervezési Tanszék (ORCID: 0000-0002-4848-242X)
- Milano, Claudio** – tudományos főmunkatárs, Barcelonai Egyetem, Földrajzi és Történeti Kar, Szociálantropológiai Tanszék, Spanyolország, (ORCID: 0000-0003-4349-367X)
- Mustafić, Ermina** – egyetemi tanár, Tuzlai Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Bosznia-Hercegovina (ORCID: 0000-0002-6696-481X)
- Ong, Chin Ee** – egyetemi tanár, Makaói Turisztikai Egyetem, Kreatív Turizmus és Intelligens Technológiák Kar, Kína, a *Tourist Studies* c. folyóirat főszerkesztője (ORCID: 0000-0001-8246-3700)
- 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)

Rogerson, Christian – kutatóprofesszor, Johannesburgi Egyetem, Közgazdaságtudományi és Üzleti Kar, Turizmus és Vendéglátás Tanszék, Dél-afrikai Köztársaság (ORCID: 0000-0003-1306-8867)

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

Tekeoğlu, Aşkın Nurdan Tümbek – egyetemi docens, Isztambuli Kereskedelmi Egyetem, Gazdálkodástudományi Kar, Törökország (ORCID: 0000-0002-6837-9649)

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

Angol nyelvi lektor:

Horváth József – ny. egyetemi docens, Pécsi Tudományegyetem, Bölcsész- és Társadalomtudományi 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

Guest Editor:

Christian M. Rogerson – Distinguished Research Professor at the University of Johannesburg

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)

Deputy Editor-in-Chief:

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

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)

Duncan, Tara – Professor, Thompson Rivers University, Faculty of Adventure, Culinary Arts and Tourism, Canada (ORCID: 0000-0003-1845-7001)

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)

Gascón, Jordi – Lecturer Professor, University of Barcelona, Faculty of Geography and History, Department of Social Anthropology (ORCID: 0000-0002-0947-614X)

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)
- Ilieș, 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 (ORCID: 0009-0008-3097-4857)
- 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, Babeș-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)
- Lajevardi, Masoud** – Assistant Professor, Islamic Azad Egyetem, Department of Marketing Management, Iran (ORCID: 0000-0001-9205-0598)
- Liganenko, Margaryta** – Associate Professor, Odesa National University of Technology, Department of Tourism Business and Recreation, Ukraine (ORCID: 0000-0002-4509-4616)
- 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)
- Milano, Claudio** – Senior Research Fellow, University of Barcelona, Faculty of Geography and History, Department of Social Anthropology, Spain (ORCID: 0000-0003-4349-367X)
- Mustafić, Ermina** – Professor, University of Tuzla, Faculty of Economics, Bosnia and Herzegovina (ORCID: 0000-0002-6696-481X)
- Ong, Chin Ee** – Professor, Macao University of Tourism, Faculty of Creative Tourism and Intelligent Technologies, China, Editor-in-Chief of the Tourist Studies (ORCID: 0000-0001-8246-3700)
- 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)

Rogerson, Christian – Distinguished Research Professor, University of Johannesburg, College of Business and Economics, School of Tourism and Hospitality, South Africa (ORCID: 0000-0003-1306-8867)

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

Tekeoğlu, Aşkın Nurdan Tümbek – Associate Professor, İstanbul Ticaret University, Faculty of Business Administration, Türkiye (ORCID: 0000-0002-6837-9649)

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

Copy Editor:

Horváth, József – Ret. Associate Professor, University of Pécs, Faculty of Humanities and Social Sciences

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

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

Web address: www.turisztikaitanulmanyok.hu/en

Tartalomjegyzék

Posza Alexandra – Putzer Petra: Az e-dominanciától az integrált ESG-ig: A fenntarthatósági átmenet menedzsmentkihívásai a turizmusban	9
Wittmann Tamás – Merza Péter – Pap Norbert: Trianontól Schengenig: Turizmus és határon átnyúló területi integráció a Baranya-háromszögben	28
Horváth-Vargyas Daniella – Keresztes Gábor: Stratégiai reziliencia és a változásmenedzsment kihívásai: A Sopron-Fertő és a Neusiedler See régiók turisztikai teljesítményének komparatív vizsgálata	52
Borbándi Erik: "Jönnek már vissza a mi szép Kárpátjaink!" Kárpátalja, a magyar turistaélet első nagy erőpróbája, 1939–1944	68
Emil Kucsera – Ingrid Santa – Zsolt Hajdara: Some key elements of the business policies of Persian Gulf Airlines from the perspective of passenger opinions	106
Logistic Makoni – Christian M. Rogerson: The informal economy of domestic business tourism: Evidence from Harare, Zimbabwe	131
Sirhan Jessa – Jayne M. Rogerson: Heritage and tourism planning for Cape Town's inner-city Bo-Kaap neighbourhood.....	154
Andile Moyo – Ngoni C. Shereni – Logistic Makoni – Kevin Mearns: The role of street food vending in urban tourism developments in the Global South.....	176
Felhívás.....	196
Call for papers.....	197



AZ E-DOMINANCIÁTÓL AZ INTEGRÁLT ESG-IG: A FENNTARTHATÓSÁGI ÁTMENET MENEDZSMENTKIHÍVÁSAI A TURIZMUSBAN

¹Posza Alexandra ✉, ²Putzer Petra

¹Adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Pénzügy és Számvitel Intézet;
poszaa@ktk.pte.hu, ORCID: 0009-0000-9609-9866

²Adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet;
putzerp@ktk.pte.hu, ORCID: 0009-0002-4755-3465

ABSZTRAKT

A tanulmány azt vizsgálja, hogy a turizmus fenntarthatósági kihívásai miként jelennek meg a CSR- és ESG-szakirodalomban, és hogyan értelmezhetők a fenntarthatósági átmenet menedzsmentkihívásaiként. A kutatás a szerzők korábbi bibliometriai vizsgálataira épít, ugyanakkor a Scopus-adatbázis alapján időben frissített és fogalmilag kiterjesztett mintát elemez. A PRISMA-logikát követő szűrés után a végső adatbázis 581 publikációt tartalmazott. Az elemzés bibliometriai teljesítményelemzésre és VOSviewerrel készített tudománytérképezésre épült. Az eredmények szerint a szakirodalom 2018 után dinamikusan bővült, miközben a környezeti dimenzió továbbra is meghatározó. A CSR főként gyakorlati, vendéglátóipari, munkavállalói, fogyasztói és desztinációs felelősségi kontextusokban jelenik meg, míg az ESG elsősorban a vállalatirányítás, jelentéstétel, teljesítménymérés és vállalati fenntarthatóság fogalmaival kapcsolódik össze. A tanulmány a CSR-t és az ESG-t nem egymással versengő vagy egymást helyettesítő fogalmakként értelmezi, hanem egymást kiegészítő megközelítéseként, amelyek különböző szerepeket töltenek be a turizmus fenntarthatósági átmenetében.

Kulcsszavak: CSR, ESG, fenntarthatósági átmenet, fenntartható turizmus

Benyújtva: 2026. augusztus 6.

Befogadva: 2026. szeptember 26.

Publikálva: 2026. október 12.

Ez a mű a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 nemzetközi licence-feltételeinek megfelelően használható fel.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FROM E-DOMINANCE TO INTEGRATED ESG: MANAGEMENT CHALLENGES OF THE SUSTAINABILITY TRANSITION IN TOURISM

¹Alexandra Posza ✉, ²Petra Putzer

¹Assistant Professor, University of Pécs, Faculty of Business and Economics,
Department of Finance and Accounting; poszaa@tk.pte.hu, ORCID: 0009-0000-9609-9866

²Assistant Professor, University of Pécs, Faculty of Business and Economics,
Department of Marketing and Tourism; putzer@tk.pte.hu, ORCID: 0009-0002-4755-3465

ABSTRACT

This study examines how sustainability challenges in tourism are reflected in the CSR and ESG literature and how they can be interpreted as management challenges of the sustainability transition. Building on the authors' previous bibliometric studies, the research analyses an updated and conceptually extended Scopus-based dataset. After PRISMA-based screening, the final sample included 581 publications. The analysis combined bibliometric performance analysis with VOSviewer-based science mapping. The results show that the literature has expanded dynamically after 2018, while the environmental dimension remains dominant. CSR is mainly associated with practical, hospitality-related, employee-, customer- and destination-oriented responsibility contexts. ESG, by contrast, is more strongly connected to governance, reporting, performance measurement, and corporate sustainability. The study interprets CSR and ESG not as competing or substituting concepts, but as complementary approaches with different functions in the sustainability transition of tourism.

Keywords: CSR, ESG, sustainability transition, sustainable tourism

Received: 6 August 2026

Accepted: 26 September 2026

Published: 12 October 2026

This open access article may be used under the international license terms of CC BY-NC-ND 4.0.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



1. Bevezetés

A turizmus gazdasági és társadalmi jelentősége mellett jelentős környezeti, közösségi és területi hatásokkal is jár. Az ágazat működése nagymértékben épít a desztinációk természeti erőforrásaira, kulturális örökségére, infrastruktúrájára és helyi munkaerejére, miközben az intenzív turisztikai jelenlét növelheti az energia- és vízfelhasználást, a hulladéktermelést, a közlekedési terhelést és a társadalmi konfliktusokat. A turizmus így egyszerre lehet a helyi fejlődés, a foglalkoztatás és az értékmegőrzés ösztönzője, illetve a környezeti túlterhelés, a lakossági kiszorulás és a társadalmi egyenlőtlenségek erősítője (Koens et al., 2018; Gonda & Rátz 2023, 2024; Alamineh et al., 2023). Fenntarthatósága ezért nem kezelhető kizárólag egyedi „zöld” intézkedésekkel, hanem a vállalati működés, az értéklánc és a desztinációs irányítás összehangolását igényli. A hazai szakirodalom is kiemeli, hogy a fenntartható turizmus rendszerszintű kihívás, amelynek megoldásához az érintettek céljainak és prioritásainak közelítése szükséges (Lengyel, 2017).

A turisztikai vállalkozások fenntarthatósági szerepének értelmezésében a vállalati társadalmi felelősségvállalás (CSR) régóta meghatározó megközelítés. A CSR a vállalkozások környezeti, társadalmi és etikai felelősségét, valamint az érintettek érdekeinek figyelembevételét hangsúlyozza. A turizmusban ennek gyakorlati formái lehetnek a helyi beszállítók támogatása, a tisztességes foglalkoztatás, a közösségi és kulturális értékek megőrzése, illetve az erőforrás-felhasználás csökkentése. A CSR tehát elsősorban a felelős működés értékalapját és cselekvési tartalmát biztosítja.

Az önkéntes és gyakran elszigetelt kezdeményezések ugyanakkor nem feltétlenül épülnek be a szervezet stratégiájába és teljesítményértékelésébe. Az ESG környezeti (Environmental), társadalmi (Social) és vállalatirányítási (Governance) pillérei e hiány kezeléséhez kínálnak strukturáltabb keretet. Az ESG támogatja a lényeges hatások és kockázatok azonosítását, a célok és felelősségi körök kijelölését, a teljesítmény mérését, valamint az eredmények nyomon követését és kommunikációját. A CSR és az ESG ezért nem egymást kizáró megközelítések: a CSR azt segíti meghatározni, hogy a szervezet milyen ügyekért és érintettekért vállal felelősséget, az ESG pedig azt, hogy e felelősséget miként integrálja, méri és teszi számonkérhetővé. A magyar szállodaipar vizsgálata is arra utal, hogy a fenntarthatósági gyakorlatok eredményessége szorosan összefügg a stratégiai beágyazottsággal és a szervezeti felelősség kijelölésével (Gyurácz-Németh et al., 2021). Az újabb szabályozási és értéklánc-elvárások pedig tovább erősítik a fenntarthatóság stratégiai és kockázatkezelési jelentőségét (Juhász et al., 2025).

A turizmus fenntarthatósági diskurzusa ugyanakkor egyenetlenül fejlődik. A korábbi bibliometriai kutatás (Putzer & Posza, 2024) szerint a környezeti területek – például az energiahatékonyság, a hulladékgazdálkodás, a kibocsátáscsökkentés, az ökoturizmus és a természetvédelem – jóval hangsúlyosabbak, mint a társadalmi és különösen a vállalatirányítási kérdések. Az utóbbi években ugyan erősödött a helyi közösségek, a társadalmi egyenlőtlenségek, a munkavállalók, az etikus működés és a desztinációs felelősség vizsgálata, de ezek a témák kevésbé integráltan jelennek meg. Ez arra utal, hogy

a turizmus fenntarthatósági átmenete nem egyszerre és nem azonos ütemben zajlik az E-, S- és G-területeken.

Az átmenet három, egymásra épülő szinttel ragadható meg. Az első szinten a fenntarthatóság egyedi CSR- és környezeti kezdeményezések formájában jelenik meg. A második szinten ezek a tevékenységek beépülnek a vállalati stratégiába, felelősségi rendszerbe és teljesítménymérésbe. A harmadik szint az egyes szervezetek határain túllépő, értéklánc- és desztinációsintű együttműködést jelenti. A szintek nem feltétlenül lineárisak: egy szervezet különböző fenntarthatósági területeken eltérő fejlettséget mutathat.

A tanulmány célja annak feltárása, hogy a turizmus fenntarthatósági kihívásai miként jelennek meg a CSR- és ESG-szakirodalomban, hogyan alakul az E-, S- és G-területek relatív fejlettsége, és milyen vállalati, illetve desztinációs menedzsmentfeladatok vezethetők le az azonosított mintázatokból. A kutatás a korábbi Scopus-alapú vizsgálat módszertani logikájára épít, azonban azt időben frissíti és fogalmilag kiterjeszti annak érdekében, hogy a turizmus, a fenntarthatóság, valamint a CSR és ESG metszetében megjelenő újabb szakirodalmi mintázatok is azonosíthatók legyenek.

A vizsgálat három kutatási kérdésre épül:

- KK1: Mely témakörök és klaszterek jellemzik a turizmus CSR- és ESG-szakirodalmának aktuális szerkezetét?
- KK2: Milyen különbségek figyelhetők meg a környezeti, társadalmi és vállalatiirányítási területek témáinak szakirodalmi jelenlétében, hálózati pozíciójában és stratégiai beágyazottságában?
- KK3: Milyen vállalati és desztinációs menedzsmentfeladatok következnek az azonosított hangsúlyokból és hiányosságokból?

A tanulmány hozzájárulása, hogy az eredményeket nem a CSR és az ESG fogalmi versenyeként, hanem a turizmus fenntarthatósági átmenetének keretében értelmezi. Az elméleti rész ezért először a turizmus fenntarthatósági hatásrendszerét, majd a CSR és az ESG eltérő funkcióit, végül az átmenet három szintjét mutatja be. Az empirikus eredményeket ezt követően az E-, S- és G-dimenziók mentén értelmezzük, és vállalati, illetve desztinációs következtetéseket fogalmazunk meg.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1 A turizmus fenntarthatósági hatásrendszere

A turizmus gazdasági teljesítménye közvetlenül függ a desztinációk természeti, kulturális és társadalmi erőforrásaitól, miközben működésével maga is alakítja és terheli azokat. Az ágazat ezért nem elszigetelt szolgáltatók összességéként, hanem vállalkozásokat, turistákat, munkavállalókat, helyi közösségeket, közintézményeket és természeti erőforrásokat összekapcsoló rendszerként értelmezhető. Fenntarthatósága attól függ, hogy e rendszer képes-e hosszú távon úgy gazdasági és társadalmi értéket teremteni, hogy közben megőrzi saját működésének környezeti és közösségi alapjait. A fenntartható

turizmus ezért rendszerszintű kihívás, amely az érintettek céljainak és prioritásainak összehangolását igényli (Lengyel, 2017).

A fenntartható turizmus tág értelemben a turisztikai tevékenységek jelenlegi és jövőbeli környezeti, társadalmi és gazdasági hatásainak, valamint a látogatók, a szolgáltatók, a helyi közösségek és a környezet igényeinek együttes figyelembevételét jelenti (UNWTO, s.a.). Nem azonos a zöld vagy az ökoturizmussal, amelyek elsősorban a környezeti dimenzióra vagy meghatározott terméktípusokra koncentrálnak. A felelős turizmus pedig inkább azokat a vállalati, fogyasztói és szakpolitikai cselekvéseket hangsúlyozza, amelyek a fenntarthatóbb működéshez vezetnek (Mihalic et al., 2021; Saarinen, 2021).

A turizmus környezeti hatásai elsősorban a közlekedés, a szálláshelyek, a vendéglátás és a turisztikai infrastruktúra energia- és vízigényéhez, hulladéktermeléséhez, kibocsátásához és területhasználatához kapcsolódnak. Az intenzív fejlesztés növelheti a védett és érzékeny területekre nehezedő nyomást, miközben az erőforrások romlása magát a turisztikai kínálatot is veszélyezteti (Pan et al., 2018). A környezeti fenntarthatóság ezért nemcsak kárenyhítést, hanem energia- és vízhatékonyságot, hulladékmegelőzést, körforgásos megoldásokat, alacsonyabb kibocsátású mobilitást és a természeti értékek megőrzését is jelent. A hazai zöld szállodák vizsgálata arra is rámutatott, hogy a környezeti gyakorlatok hatása a vendégek megfelelő tájékoztatásától és edukációjától is függ (Ásványi & Komár, 2018).

A társadalmi és kulturális hatások szintén kettősek. A turizmus munkahelyeket teremthet, piacot biztosíthat a helyi vállalkozásoknak, és támogathatja a kulturális örökség, a helyi identitás és a közösségi értékek megőrzését. A kulturális eseményekhez és desztinációkhoz kialakuló helykötődés erősítheti a felelős látogatói magatartást és a helyi értékek megbecsülését is (Szabó, 2020). Ezzel szemben a szezonális és bizonytalan foglalkoztatás, a lakhatási költségek emelkedése, a lakosság kiszorulása vagy a kulturális értékek kommercializálódása ronthatja a helyiek életminőségét. A társadalmi fenntarthatóság ezért magában foglalja a tisztességes foglalkoztatást, a kulturális integritás tiszteletben tartását, a helyi közösségek bevonását és a turizmusból származó előnyök méltányosabb elosztását is (Alamineh et al., 2023).

A gazdasági fenntarthatóság nem szűkíthető a turistaforgalom és a bevételek növekedésére. Hosszú távú értékteremtést akkor valósít meg, ha támogatja a helyi vállalkozásokat és beszállítókat, mérsékli a jövedelmek kiáramlását, és erősíti a desztináció alkalmazkodóképességét. A turizmustól való túlzott függőség ugyanakkor növeli a térségek sérülékenységét a válságokkal, járványokkal, munkaerőhiánnyal és klímakockázatokkal szemben.

A környezeti, társadalmi és gazdasági hatások összekapcsolódását jól példázza a túlturizmus. Ez akkor alakul ki, amikor a látogatók térbeli vagy időbeli koncentrációja meghaladja a desztináció környezeti, infrastrukturális vagy társadalmi teherbíró képességét (Koens et al., 2018). Következménye lehet a zsúfoltság, a zaj, a hulladék növekedése, a lakófunkciók visszaszorulása és a helyi konfliktusok erősödése. A budapesti

romkocsmanegyed vizsgálata szerint ugyanazon turisztikai folyamat előnyeit és terheit az egyes érintetti csoportok eltérően érzékelhetik, ezért kezelésük nem választható el az érdekek összehangolásától (Pinke-Sziva et al., 2019).

Mindezek alapján a turizmus fenntarthatósága egyszerre érint vállalati, értéklánc és desztinációs szintű döntéseket. Az egyes szolgáltatók közvetlenül alakíthatják saját erőforrás-felhasználásukat, foglalkoztatási és beszerzési gyakorlatukat, de a közlekedésből, a látogatóáramlásból vagy a desztináció túlterheléséből eredő problémák csak együttműködéssel kezelhetők. A fenntarthatósági kihívás ezért nem pusztán egyedi „zöld” intézkedések bevezetésében, hanem az egymással összefüggő hatások integrált irányításában áll.

2.2 A CSR és az ESG szerepe a turizmus fenntarthatósági kihívásainak kezelésében

A turizmus fenntarthatósági problémáinak kezelése egyszerre igényel értékalapú felelősségvállalást, konkrét intézkedéseket, stratégiai beépülést és mérhető teljesítményt. Ebben a CSR és az ESG eltérő, de egymást kiegészítő szerepet tölthet be. A CSR elsősorban azt segít meghatározni, hogy a vállalkozás kikért, milyen ügyekben és milyen értékek alapján vállaljon felelősséget; az ESG pedig azt, hogy e felelősséget miként integrálja a döntéshozatalba, hogyan mérje, ellenőrizze és tegye számonkérhetővé.

A CSR abból indul ki, hogy a vállalat felelőssége túlmutat a jogszabályok betartásán és a tulajdonosi érték növelésén, ezért működése során figyelembe kell vennie a munkavállalók, fogyasztók, beszállítók, helyi közösségek és a természeti környezet érdekeit is (Carroll, 1991; Freeman, 1984). A turizmusban a CSR fontos funkciója a felelősségi területek és érintettek azonosítása, majd az ezekhez kapcsolódó intézkedések kialakítása. Ilyen lehet az energia- és vízfelhasználás csökkentése, a tisztességes foglalkoztatás, a helyi beszerzés, az akadálymentesítés, a kulturális értékek védelme vagy a közösségi programok támogatása.

A CSR rugalmassága különösen a turizmus kis- és középvállalkozásai számára jelent belépési lehetőséget, mivel kisebb léptékű, a helyi adottságokhoz illeszkedő intézkedések összetett irányítási rendszer nélkül is elindíthatók (Font & Lynes, 2018). A magyar szállodaiparban a CSR környezeti gyakorlatai közül elsősorban az energiafelhasználás és a hulladékgazdálkodás kapott hangsúlyt, miközben a vezetők a vendégelégedettség, a költségcsökkentés és az imázs javulását is fontos eredményként érzékelték (Hajmász, 2018). A felelős működés így társadalmi és környezeti értéket, valamint üzleti előnyöket egyaránt teremthet.

A CSR korlátja, hogy az önkéntes és szelektív programok gyakran nem kapcsolódnak szorosan a vállalati stratégiához, célokhoz és teljesítményméréshez. A könnyen kommunikálható vagy közvetlenül költségcsökkentő intézkedések előtérbe kerülhetnek, miközben kevésbé látható társadalmi és irányítási problémák háttérbe szorulnak. Kiinduló értékek, számszerű célok és szervezeti felelősök nélkül az eredmények is nehezen értékelhetők. A magyar szállodaszektor vizsgálata igazolta, hogy a fenntarthatósági

stratégia gyakorlati megvalósítása összefügg a felelősségi körök és végrehajtási mechanizmusok kijelölésével (Gyurácz-Németh et al., 2021).

Az ESG ehhez nyújt strukturáltabb keretet. A környezeti, társadalmi és vállalatirányítási tényezők rendszerezésével támogatja a lényeges hatások és kockázatok azonosítását, a prioritások kijelölését, valamint a célok, felelősök és teljesítménymutatók meghatározását (Eccles et al., 2014; Boffo & Patalano, 2020). A turizmusban az E-pillérhez az energia, víz, kibocsátás, hulladék és biodiverzitás; az S-pillérhez a foglalkoztatás, az emberi jogok, a vendégbiztonság, a hozzáférhetőség és a közösségi hatások; a G-pillérhez pedig a vezetői felelősség, az etikai szabályok, a belső ellenőrzés, az adatminőség és a beszállítói felügyelet kapcsolható.

Az ESG fő hozzáadott értéke a stratégiai integráció és a mérhetőség. A fenntarthatósági szempontokat beépíti a beruházásokba, a beszerzésbe, a humán erőforrás-menedzsmentbe, a szolgáltatásfejlesztésbe és a kockázatkezelésbe. Az energiahatékonyság így nem különálló zöld akció, hanem beruházási és költségtervezési kérdés; a helyi beszerzés pedig nemcsak közösségi támogatás, hanem az ellátási lánc ellenálló képességének eszköze is. A célokhoz rendelt mutatók lehetővé teszik az előrehaladás követését és a vezetői visszacsatolást.

Az ESG az értékláncre is kiterjeszti a felelősséget. A turisztikai szolgáltatások létrehozásában számos beszállító és partner vesz részt, ezért a vállalkozás saját működésében elért javulás nem elegendő, ha az ellátási láncban súlyos környezeti vagy társadalmi problémák maradnak fenn. A beszállítói kritériumok, magatartási kódexek és átvilágítási folyamatok ezt a kiterjesztett felelősséget támogatják. A TVT-ben megjelent CSDDD-tanulmány a szállodaipari átvilágítást nem csupán megfelelési kötelezettségként, hanem a stratégiai működés és a versenyképesség fejlesztésének lehetőségeként értelmezi (Juhász et al., 2025).

A CSR és az ESG ezért nem helyettesíti, hanem kiegészíti egymást. A CSR szervezeti integráció nélkül elszigetelt programok szintjén maradhat, az ESG pedig értékalapú elkötelezettség és érintetti párbeszéd nélkül technikai adatgyűjtéssé válhat. A két megközelítés együtt kapcsolhatja össze a felelősségi tartalmat a stratégiai irányítással és a mérhető eredményekkel, ahogyan azt az 1. táblázat is mutatja.

1. táblázat: A CSR és az ESG funkciói a turizmus fenntarthatósági kihívásainak kezelésében

Funkció	A CSR szerepe	Az ESG szerepe	Turisztikai alkalmazás
Alapkérdés	Miért, kikért és milyen ügyekben felelős a szervezet?	Hogyan irányítható, mérhető és ellenőrizhető a felelős működés?	A helyi közösségek, munkavállalók, vendégek és természeti erőforrások szempontjainak összekapcsolása
Értékek és elkötelezettség	Etikai és társadalmi alapelveket, valamint vállalati értékeket határoz meg	Az értékeket politikákhoz, célokhoz és felelősségi körökhöz kapcsolja	Etikai kódex, felelős foglalkoztatás, kulturális és természeti értékek tisztelete

Érintettek	Feltárja az érintettek igényeit, és támogatja a párbeszédet, illetve a közösségi kapcsolatokat	Rendszerezi az érintetti hatásokat, kockázatokat és lényeges témákat	Lakossági egyeztetés, munkavállalói bevonás, vendégvisszajelzés, beszállítói párbeszéd
Intézkedések	Konkrét társadalmi, környezeti és közösségi programokat alakít ki	A programokat stratégiai célokhoz és működési folyamatokhoz rendeli	Energia- és víztakarékosság, helyi beszerzés, képzés, akadálymentesítés
Stratégiai integráció	Tartalmat és legitimitációt ad a fenntarthatósági prioritásoknak	Beépíti azokat a tervezésbe, beruházásokba, beszerzésbe és teljesítmény-menedzsmentbe	A fenntarthatóság megjelenése az üzleti tervben és a szolgáltatásfejlesztésben
Mérés	Bemutatja a kezdeményezéseket és azok érintetti jelentőségét	Kiinduló értékeket, célokat, KPI-okat és monitoringrendszer alkalmaz	Energia- és vízintenzitás, munkavállalói fluktuáció, helyi beszerzési arány
Kockázatkezelés	Felhívja a figyelmet a vállalkozás által okozott vagy érintetteket sújtó problémákra	Értékeli a környezeti, társadalmi és irányítási kockázatok üzleti következményeit	Klímakockázat, munkaerőhiány, közösségi konfliktusok, beszállítói visszaélések
Irányítás és elszámoltathatóság	Erősíti a felelős vezetői és szervezeti kultúrát	Kijelöli a döntési jogköröket, felelősöket, ellenőrzési és panaszkezelési mechanizmusokat	Fenntarthatósági felelős, vezetői felügyelet, etikai és beszállítói szabályzat
Kommunikáció	Erősítheti a bizalmat, a reputációt és az érintetti kapcsolatokat	Adatokkal és követhető mutatókkal támasztja alá a kommunikációt	Hiteles vendégtájékoztatás, fenntarthatósági teljesítmény közzététele
Vállalati határokon túli működés	Közösségi partnerségeket és közös kezdeményezéseket épít	Kiterjeszti az elvárásokat az értékláncra, és támogatja a közös mérést	Beszállítói feltételek, desztinációs együttműködés és közös fenntarthatósági célok
Fő korlát	Elszigetelt, szelektív vagy kommunikációközpontú program maradhat	Adat- és megfelelési gyakorlattá válhat valódi értékalapú változás nélkül	A CSR és az ESG együttes alkalmazása szükséges a tartalmi és irányítási hiányosságok mérsékléséhez

Forrás: Carroll (1991), Freeman (1984), Matten & Moon (2008), Eccles et al. (2014), Font & Lynes (2018), Boffo & Patalano (2020), Putzer & Posza (2026) alapján saját szerkesztés

2.3 A fenntarthatósági átmenet szintjei a turizmusban

A fenntarthatósági átmenet nem egyetlen intézkedés, hanem a vállalati célok, döntési folyamatok, felelősségi rendszerek és érintetti kapcsolatok fokozatos átalakulása. A CSR–ESG-viszonyban ez nem azt jelenti, hogy az ESG felváltja a CSR-t, hanem azt, hogy a CSR által közvetített értékek és kezdeményezések egyre szorosabban kapcsolódnak az ESG stratégiai, mérési és irányítási mechanizmusaihoz. Matten & Moon (2008) CSR-hez kapcsolódó logikáját alapul véve a turizmusban az átmenet három szinttel írható le: egyedi kezdeményezések, szervezeti integráció, valamint értéklánc- és desztinációsintű együttműködés.

2.3.1 Első szint: egyedi CSR- és környezeti kezdeményezések

Az első szinten a fenntarthatóság jól körülhatárolható programok és operatív intézkedések formájában jelenik meg. Ilyen lehet az energia- és víztakarékosság, a hulladékcsökkentés, a helyi termékek beszerzése, a munkavállalói képzés vagy a közösségi kezdeményezések támogatása. A CSR ezen a szinten értékalapot és cselekvési lehetőségeket biztosít, ezért a kisebb vállalkozások számára is könnyen elérhető belépési pont.

A gyakorlatok azonban gyakran nem kapcsolódnak egymáshoz, a vállalati stratégiához vagy egységes mérési rendszerhez. A környezeti intézkedések jellemzően előrébb járnak, mert hatásuk és költségmegtakarításuk könnyebben kimutatható, míg a közösségi, munkavállalói és irányítási kérdések kevésbé láthatók. Az első szint így fontos tapasztalatokat és szervezeti tudást hoz létre, de önmagában nem feltétlenül alakítja át a vállalkozás döntési rendszerét.

2.3.2 Második szint: stratégiaiilag integrált és mérhető működés

A második szinten a fenntarthatóság beépül a vállalkozás stratégiai és operatív folyamataiba. A szervezet azonosítja lényeges környezeti és társadalmi hatásait, kijelöli prioritásait, céljait és felelőseit, majd mutatókkal követi az eredményeket. A CSR továbbra is biztosítja az értékalapú és érintetti tartalmat, az ESG pedig e tartalom szervezeti integrációját támogatja.

A fenntarthatósági szempontok ezen a szinten megjelennek a beruházásokban, a beszerzésben, a humánerőforrás-menedzsmentben, a szolgáltatásfejlesztésben és a vezetői teljesítményértékelésben. A magyar szállodaszektor vizsgálata azt mutatta, hogy a stratégia megléte és tényleges érvényesülése szorosan összefügg a szervezeti felelősök kijelölésével (Gyurácz-Németh et al., 2021). A munkavállalók bevonása, a képzés és a vezetői példamutatás szintén szükséges ahhoz, hogy a fenntarthatóság ne csak szabályzatokban, hanem a mindennapi működésben is megjelenjen.

A mérés ezen a szinten vezetői eszközzé válik, hiszen segíti az előrehaladás követését, az eltérések felismerését és a beavatkozások módosítását. Ugyanakkor a stratégiai integráció nem azonos a jelentett adatok mennyiségének növelésével, így a kommunikáció és a tényleges működés között továbbra is eltérés lehet. A szállodaipari átvilágítás és

értéklánc-kockázatkezelés ezért akkor jelent valódi előrelépést, ha nem adminisztratív feladatként, hanem a vállalati döntések részeként jelenik meg (Juhász et al., 2025).

2.3.3 Harmadik szint: értéklánc- és desztinációsztű irányítás

A harmadik szinten a fenntarthatóság túllép az egyes vállalkozások határain. A turizmus számos hatása, mint például a közlekedési terhelés, a víz- és energiafelhasználás, a hulladék, a munkaerőpiaci problémák vagy a látogatóáramlás, több szereplő együttes működéséből származik, ezért egyetlen vállalkozás által nem kezelhető.

Az értékláncszintű átmenetben a szolgáltatók beszállítói és partnerei is bekerülnek a fenntarthatósági követelmények körébe. A CSR ebben a megosztott felelősség, a közös értékek és a partnerségek kialakítását támogatja, az ESG pedig beszállítói kritériumokat, átvilágítást, célokat és ellenőrzési mechanizmusokat biztosíthat (Schwartz et al., 2008).

Desztinációs szinten a vállalkozások, önkormányzatok, közösségek és turisztikai szervezetek közösen kezelik a látogatói kapacitásokat, a közlekedést, a hulladékot, a helyi beszállítói kapcsolatokat és a természeti-kulturális értékek védelmét. Az ESG ezen a szinten nem kész desztinációmenedzsment-modellt, hanem közös célok, mutatók és elszámoltathatósági mechanizmusok kialakításához használható irányítási logikát ad (Guix & Font, 2022).

A legnagyobb kihívást az eltérő érdekek és prioritások összehangolása jelenti. Lengyel (2017) a fenntarthatósági modellek és a TDM-szakemberek gyakorlati prioritásai között azonosított eltéréseket, míg a hajdúszoboszlói vizsgálatban a szolgáltatók a helyi és térségi együttműködés erősítését a desztináció fejlődésének egyik feltételeként jelölték meg (Vargáné Csobán et al., 2022).

A 2. táblázatban összefoglalt három szint nem feltétlenül lineáris. Egy vállalkozás az energiafelhasználás területén rendelkezhet kiforrott mérési rendszerrel, miközben társadalmi felelősségvállalása továbbra is alkalmi programokra épül (Ferreira-Quilice et al., 2023). A modell ezért nem a vállalkozások általános minősítését, hanem az egyes fenntarthatósági gyakorlatok szervezeti és rendszerszintű beágyazottságát fejezi ki.

A modell az empirikus elemzés értelmezési keretűl is szolgál. Segítségével nemcsak az vizsgálható, hogy mely környezeti, társadalmi és vállalatirányítási témák alkotják a szakirodalmi klasztereket, hanem az is, hogy azok inkább egyedi intézkedéseket, szervezeti integrációt vagy rendszerszintű együttműködést képviselnek-e.

2. táblázat: A fenntarthatósági átmenet három szintje

Szint	Meghatározó logika	CSR szerepe	ESG szerepe	Jellemző turisztikai megjelenés
1. Egyedi kezdeményezések	Program- és intézkedésközpontú működés	Értékeket és konkrét felelős programokat biztosít	Egyes adatok mérésében jelenik meg, még nem alkot integrált rendszert	Energia- és víztakarékosság, hulladékcsökkentés, közösségi programok
2. Stratégiai integráció	Szervezet- és teljesítményközpontú működés	Tartalmat ad a prioritásoknak és fenntartja az érintetti párbeszédet	Lényegességi elemzés, célok, felelősségi körök, KPI-ok, kockázatkezelés és jelentéstétel révén rendszerezi a működést	Fenntarthatósági stratégia, vezetői felelősség, ESG-politikák, mérési és monitoringrendszer
3. Értéklánc- és desztináció-szint	Együttműködés és rendszerközpontú működés	Megosztott felelősséget és partnerséget, közös értékeket alakít ki	Átvilágítást, beszállítói követelményeket, közös célokat és elszámoltathatóságot támogat	Fenntartható ellátási lánc, helyi és térségi partnerség, közös monitoring, látogató- és kapacitás-menedzsment

Forrás: Ferreira-Quilice et al. (2023), Guix & Font (2022), Schwartz et al. (2008) alapján saját szerkesztés

3. Kutatási módszerek vagy módszertan

A korábban megfogalmazott kutatási kérdések vizsgálatát bibliometriai elemzés segítségével végeztük el. A bibliometriai elemzés lehetőséget biztosít nagy mennyiségű tudományos adat szisztematikus feltárására, feldolgozására és értékelésére, továbbá alkalmas egy adott kutatási terület fejlődési tendenciáinak, meghatározó témáinak és tudományos szerkezetének vizsgálatára. Mukherjee et al. (2022) szerint a megfelelő módszertani színvonalon elvégzett bibliometriai vizsgálatok hozzájárulhatnak egy tudományterület új nézőpontból történő továbbfejlesztéséhez, a kutatási rések feltárásához, valamint új vizsgálati irányok kijelöléséhez.

A szisztematikus szakirodalmi áttekintés és a bibliometriai elemzés módszertani megalapozásához a PRISMA-eljárást alkalmaztuk, amelyet a szakirodalom széles körben használ az objektív, átlátható és reprodukálható kutatási folyamat biztosítására (Moher et al., 2009). A PRISMA-logika alkalmazása lehetővé tette a szakirodalom azonosításának, szűrésének, alkalmassági vizsgálatának és végső bevonásának dokumentált bemutatását.

3.1 Kutatási design és módszertani előzmények

A kutatás módszertani kiindulópontját a szerzők két korábbi bibliometriai vizsgálata jelenti (Putzer & Posza, 2024, 2026). A 2024-es tanulmány Google Scholar-adatokra és a Publish or Perish adatgyűjtő szoftverre támaszkodott, míg a 2026-os elemzés a Scopus adatbázisában

indexelt publikációkból kialakított mintát vizsgálta. Jelen kutatás a korábbi Scopus-alapú megközelítés részleges replikációja és kiterjesztése. A replikációt az azonos alapfogalmak, a cím–absztrakt–kulcsszó mezők vizsgálata, a PRISMA-alapú szűrés és a bibliometriai hálózatelemzés biztosítja. A kiterjesztés három területen jelenik meg: a vizsgálati időszak frissítésében, a turisztikai és fenntarthatósági keresőkifejezések bővítésében, valamint a klaszterek E–S–G-dimenziók és fenntarthatósági átmeneti szintek szerinti értelmezésében.

A jelen kutatás ezért nem csupán a korábbi adatbázis időbeli frissítésére törekszik, hanem a vizsgált szakirodalmi mező fogalmi kiterjesztésére is. Ennek célja, hogy az elemzésbe ne csak azok a tanulmányok kerüljenek be, amelyek explicit módon a „sustainable tourism” vagy a „responsible tourism” kifejezéseket használják, hanem azok a szállodaipari, vendéglátási, turisztikai vállalkozási és desztinációmenedzsmenthez kapcsolódó publikációk is, amelyek a fenntarthatóságot CSR- vagy ESG-megközelítésben vizsgálják.

A bibliometriai elemzés eredményeit a tanulmány elméleti keretével összhangban nem kizárólag tematikus klaszterekként értelmezzük. A klaszterek és a domináns kulcsszavak értelmezése során vizsgáljuk, hogy azok elsősorban a környezeti, társadalmi vagy vállalatirányítási dimenzióhoz kapcsolódnak-e, továbbá, hogy inkább egyedi fenntarthatósági kezdeményezéseket, szervezeti szintű stratégiai integrációt vagy értéklánc és desztináció szintű együttműködést jelenítenek-e meg. Ez az értelmezési lépés teszi lehetővé, hogy a bibliometriai eredményeket közvetlenül a tanulmány kutatási kérdéseire és a fenntarthatósági átmenet menedzsmentkihívásaihoz kapcsoljuk.

3.2 Adatforrás és keresési stratégia

A kutatási kérdések vizsgálatát bibliometriai elemzéssel végeztük, amely alkalmas nagy mennyiségű tudományos publikáció rendszerezésére, a kutatási terület szerkezetének feltárására és a meghatározó témák azonosítására (Mukherjee et al., 2022). A szakirodalom kiválasztását a PRISMA-logika alapján dokumentáltuk, amely biztosítja az azonosítás, szűrés és bevonás átláthatóságát (Moher et al., 2009).

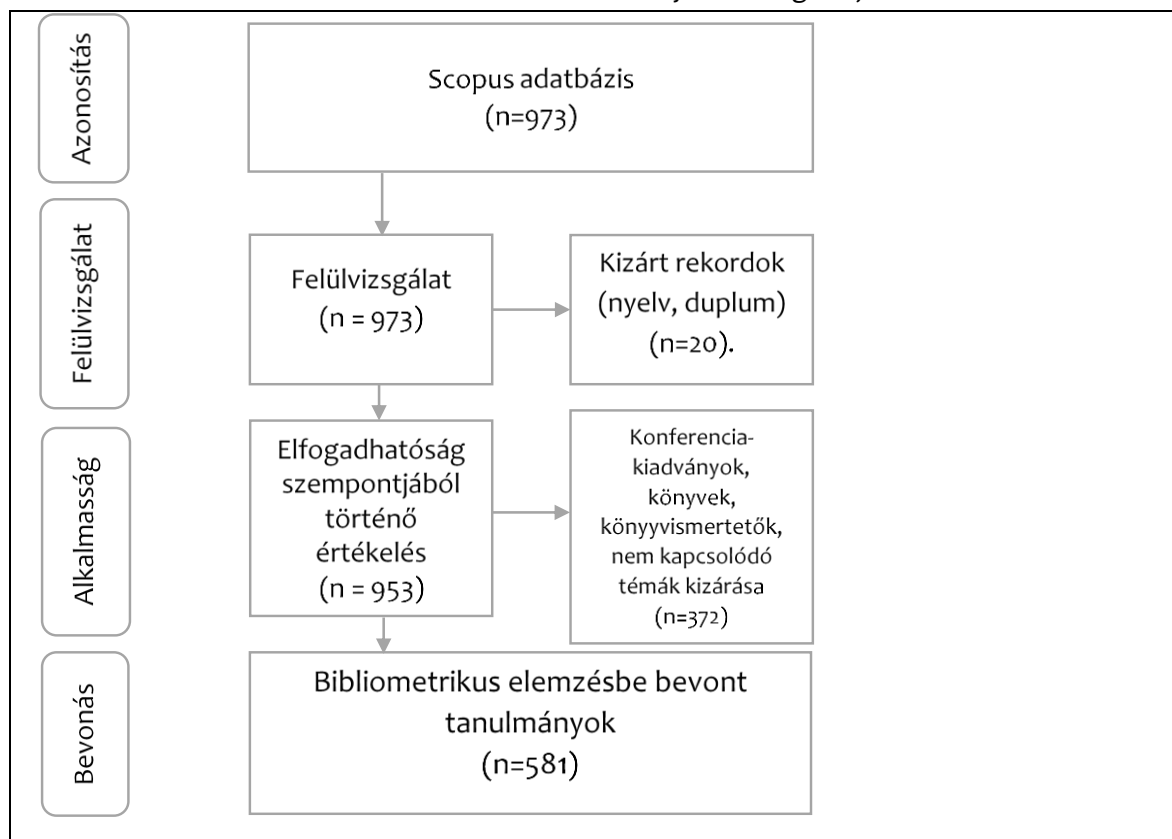
A kutatás a szerzők korábbi bibliometriai vizsgálataira épít (Putzer & Posza, 2024, 2026), ugyanakkor a korábbi Scopus-alapú megközelítést időben frissíti és fogalmilag kiterjeszti. A replikációt az azonos alapfogalmak, a cím–absztrakt–kulcsszó mezők vizsgálata, a PRISMA-alapú szűrés és a bibliometriai hálózatelemzés biztosítja, míg a kiterjesztés a vizsgálati időszak frissítésében, a turisztikai és fenntarthatósági keresőkifejezések bővítésében, valamint a klaszterek E–S–G dimenziók és fenntarthatósági átmeneti szintek szerinti értelmezésében jelenik meg.

Az adatgyűjtést a Scopus-adatbázisban végeztük, mivel az egységes bibliográfiai és idézettségi adatstruktúrája miatt széles körben alkalmazott forrás bibliometriai kutatásokhoz (Baas et al., 2020). A keresés a címre, absztraktra és kulcsszavakra terjedt ki, és három fogalmi blokkot kapcsolt össze: a turisztikai kontextust, a fenntarthatósági orientációt, valamint a CSR- és ESG-terminológiát. A Scopusban alkalmazott keresési karakterlánc a következő volt: TITLE-ABS-KEY ("tourism" OR "tourist*" OR "hospitality"

OR "hotel*" OR "destination*" OR "travel industry" OR "tourism industry" OR "hospitality industry") AND TITLE-ABS-KEY (sustainab* OR "green tourism" OR "responsible tourism" OR "ecotourism" OR "low-carbon tourism" OR "circular tourism" OR "ethical tourism" OR "community-based tourism") AND TITLE-ABS-KEY ("CSR" OR "corporate social responsib*" OR "ESG" OR "environmental, social and governance").

A keresés 973 rekordot eredményezett. Az angol nyelvű publikációkra történő szűrés után 953 rekord maradt, majd a tudományos folyóiratokra és releváns dokumentumtípusokra alkalmazott szűrés 608 rekordot eredményezett. A címek, absztraktok és kulcsszavak alapján végzett tartalmi relevanciavizsgálat során kizártuk azokat a tételeket, amelyek nem turisztikai, vendéglátási, szállodaipari vagy desztinációs összefüggésben tárgyalták a fenntarthatóság, CSR vagy ESG kérdéseit. A végső bibliometriai minta 581 publikációból állt (1. ábra). Az elemzést VOSviewer szoftverrel végeztük; a hálózati térkép minimum előfordulási küszöbét nyolcban határoztuk meg, és thesaurus fájlt alkalmaztunk az azonos jelentésű kifejezések egységesítésére.

1. ábra: A PRISMA kutatási folyamat diagramja



Forrás: saját szerkesztés

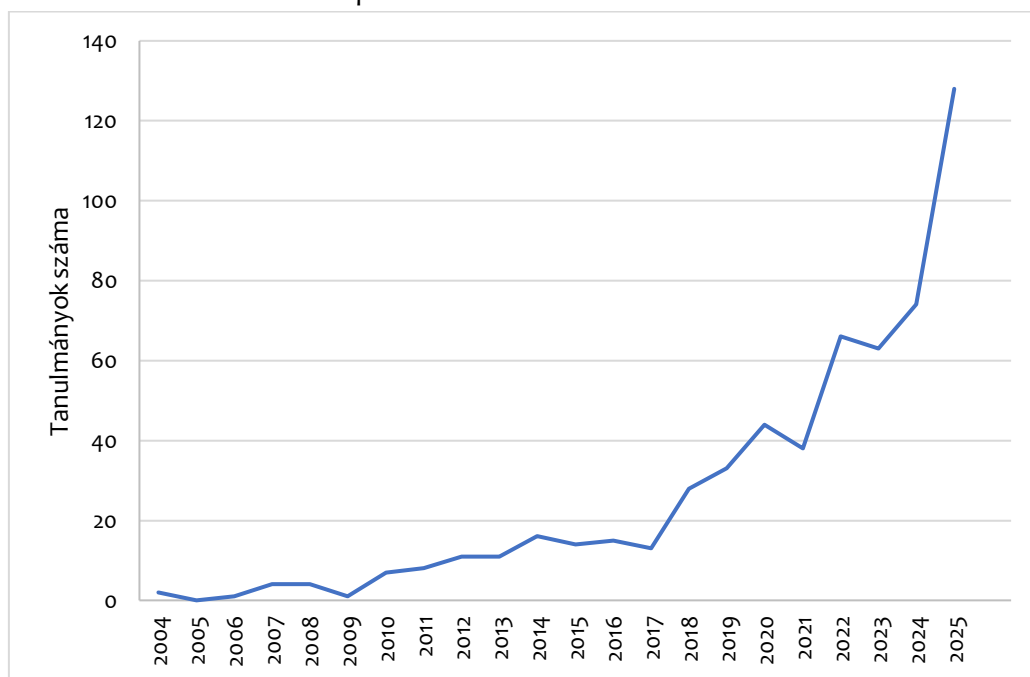
4. Eredmények

A vizsgált publikációk éves megoszlása alapján a turizmus, fenntarthatóság, CSR és ESG kapcsolódási pontjait elemző szakirodalom 2018 után kezdett látványosan bővülni, majd 2020-tól a növekedés tovább gyorsult. A 2022–2025 közötti időszak különösen erőteljes

felfutást mutat, a publikációk száma 2025-ben érte el a vizsgált időszak legmagasabb értékét (2. ábra). Ez arra utal, hogy a fenntarthatóság a turizmusban egyre inkább stratégiai, mérési, irányítási és desztinációs menedzsmentkérdésként jelenik meg.

A publikációk folyóiratok szerinti megoszlása alapján a téma egyszerre kapcsolódik az általános fenntarthatósági, a turizmustudományi és a hospitality-menedzsment szakirodalomhoz. A legtöbb cikk (65 darab) a Sustainability (Switzerland) folyóiratban jelent meg, ezt követi a Journal of Sustainable Tourism (30 darab), majd az International Journal of Contemporary Hospitality Management és az International Journal of Hospitality Management (23-23 darab). Ez a megoszlás megerősíti a téma interdiszciplináris jellegét.

2. ábra: A publikációs aktivitás időbeli alakulása

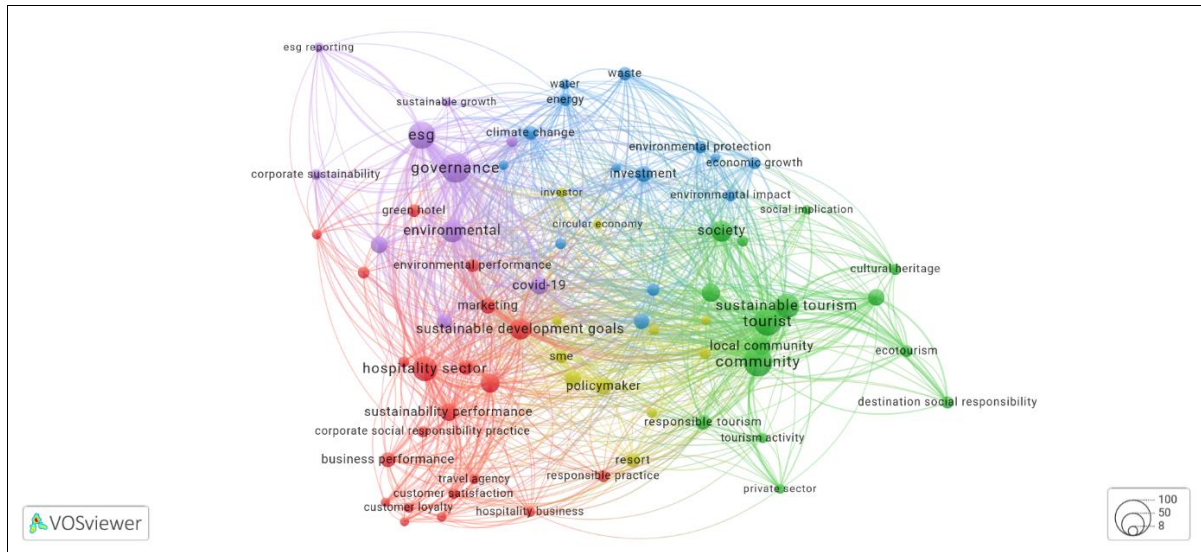


Forrás: saját szerkesztés

A téma további vizsgálatához kulcsszóelemzést és bibliometriai tudományterképet készítettünk a VOSviewer elnevezésű számítógépes programmal. A VOSviewer saját klaszterezési technikával rendelkezik (Waltman et al., 2010), amely a klasztereket aggregált szinten vizsgálja vizualizációs technikák segítségével. Egyik lehetséges módszere a fogalomtérkép, amely az egyes fogalomklasztereket szemlélteti, valamint a távolságok révén a köztük lévő kapcsolatot is. Minden kifejezést egy-egy kör jelöl, néhány kifejezést címke is jelez (a program kerüli az átfedő címkéket, ezért a címkék csak bizonyos kifejezéseknél láthatók). A fogalom mérete tükrözi a témában megjelent publikációk számát, valamint a két fogalom közti távolság megközelítőleg jelzi a kifejezések közötti kapcsolatot.

Az elemzés négy fő tematikus irányt és egy kisebb, átmeneti, összekötő jellegű klasztert rajzol ki (3. ábra), amelyeket a következőkben részletezünk.

3. ábra: A turizmus CSR- és ESG-orientált fenntarthatósági szakirodalmának tematikus klaszterei



Forrás: Scopus-adatok alapján VOSviewerrel készített saját szerkesztés

Az első (piros) klaszter a szállodaipari és vendéglátóipari CSR- és fenntarthatósági gyakorlatokhoz kapcsolódik. Ez a klaszter azt mutatja, hogy a CSR a turizmusban erősen kötődik a vállalati és szállodaipari működéshez, a munkavállalókhoz, a vendégekhez, a zöld működési gyakorlatokhoz, valamint az üzleti és fenntarthatósági teljesítményhez. A klaszter elsősorban a CSR gyakorlati, szervezeti és teljesítményorientált megjelenését tükrözi.

A második (lila) klaszter az ESG, a vállalatirányítás és a jelentéstétel témaköreit kapcsolja össze. Az ESG a vizsgált szakirodalomban elsősorban a mérhetőséghez, a teljesítményhez, a vállalatirányításhoz és a jelentéstételhez kötődik. Ez jól elkülöníti az ESG funkcióját a CSR-től: míg a CSR inkább a felelős működés értékalapú és gyakorlati dimenzióit jeleníti meg, addig az ESG a fenntarthatóság stratégiai integrációját, mérését és elszámoltathatóságát hangsúlyozza.

A harmadik (kék) klaszter a környezeti erőforrás-menedzsmenthez és az E-dominanciához kapcsolódik. A klaszter központi elemei az energia- és vízfelhasználás, a hulladékgazdálkodás, a környezeti hatások, a körforgásos megoldások és a környezeti teljesítmény kérdései. Ez megerősíti az E-dominancia állítását.

A negyedik (zöld) klaszter a desztinációs, közösségi és társadalmi fenntarthatóság témáit foglalja magában. Ez a klaszter arra utal, hogy a fenntarthatóság a turizmusban nem értelmezhető kizárólag vállalati szinten, hanem szorosan kapcsolódik a helyi közösségekhez, a desztinációkhoz, a kulturális örökséghez és a turisták viselkedéséhez is. A desztinációs társadalmi felelősségvállalás megjelenése különösen fontos, mert a CSR-t a vállalati határokon túlmutató, térségi és közösségi felelősségi logikával kapcsolja össze.

Az ötödik (sárga), kisebb klaszter inkább átmeneti, összekötő szerepet tölt be. Olyan fogalmak kapcsolódnak ide, mint a körforgásos gazdaság, a kis- és középvállalkozások, a szakpolitikai szereplők és a felelős gyakorlatok, amelyek egyaránt olyan témák, amelyek

hidat képeznek a vállalati működés, a desztinációs irányítás és a környezeti fenntarthatóság között.

5. Következtetések és összefoglalás

Az eredmények alapján a turizmus CSR- és ESG-orientált fenntarthatósági szakirodalma továbbra is erős környezeti fókuszot mutat, viszont egyre markánsabban jelennek meg az irányítási és teljesítménymérési megközelítések. A környezeti dimenzió központi szerepét az energia-, víz- és hulladékgazdálkodáshoz, a környezeti hatásokhoz, a klímaváltozáshoz és a körforgásos megoldásokhoz kapcsolódó fogalmak gyakorisága jelzi.

A CSR és az ESG eltérő módon szerveződik a vizsgált szakirodalomban. A CSR elsősorban gyakorlati, vendéglátóipari, munkavállalói, fogyasztói és desztinációs felelősségi kontextusokban jelenik meg, míg az ESG inkább a vállalatirányítás, jelentéstétel, teljesítménymérés és vállalati fenntarthatóság fogalmaival kapcsolódik össze. Ez megerősíti, hogy a CSR és az ESG nem egymást helyettesítő, hanem eltérő funkciókat betöltő, egymást kiegészítő megközelítések: a CSR a felelősség tartalmi és érintetti oldalát, az ESG pedig annak stratégiai, mérési és irányítási beágyazását támogatja.

A klaszterek a fenntarthatósági átmenet három szintjéhez is kapcsolhatók. Az egyedi CSR- és környezeti kezdeményezések a zöld gyakorlatokban, a környezeti teljesítményben és a szállodai működésben jelennek meg. A stratégiai integrációt az ESG, a vállalatirányítás, a jelentéstétel és a teljesítménymérés fogalmai jelzik. Az értéklánc- és desztinációs szintű átmenet pedig a közösség, helyi szereplők, desztinációs felelősségvállalás és szakpolitikai szereplők megjelenésében ragadható meg.

Az azonosított hangsúlyok és hiányosságok alapján eltérő, ugyanakkor egymásra épülő vállalati és desztinációs menedzsmentfeladatok rajzolódnak ki. Vállalati szinten az E-dominancia mellett elsősorban a társadalmi és vállalatirányítási szempontok erőteljesebb stratégiai integrációjára van szükség, így a fenntarthatósági prioritásokhoz egyértelmű felelősségi köröket, mérhető célokat és mutatókat kell rendelni, azokat be kell építeni a beruházási, beszerzési, humánerőforrás- és kockázatkezelési folyamatokba. Emellett a felelős működést a beszállítói kapcsolatokra is ki kell terjeszteni. A vállalatvezetés feladata így nem pusztán újabb környezeti célú intézkedések bevezetése, hanem a már meglévő CSR-gyakorlatok stratégiai, mérési és irányítási beágyazása, miközben el kell kerülni, hogy az ESG pusztán jelentéstételi és megfelelési gyakorlattá váljon.

Desztinációs szinten az eredmények a szervezeti határokon átnyúló koordináció erősítését teszik szükségessé. A vállalkozások, önkormányzatok, turisztikai szervezetek és helyi közösségek közös feladata a fenntarthatósági prioritások és mutatók kialakítása, a látogatói terhelés és kapacitások nyomon követése, a közlekedési, hulladékgazdálkodási és erőforrás-használati problémák összehangolt kezelése, valamint a helyi beszállítói és közösségi kapcsolatok fejlesztése. Az azonosított szakirodalmi mintázatok alapján a fenntarthatósági átmenet továbblépésének egy meghatározó iránya ezért nem az egyedi „zöld” programok további bővítése, hanem az E-, S- és G-dimenziók kiegyensúlyozottabb

integrációja, illetve a vállalati és desztinációs szint közötti együttműködés intézményesítése.

A tanulmány hozzájárulása, hogy a CSR–ESG-kapcsolatot nem fogalmi versenyként, hanem a turizmus fenntarthatósági átmenetének részeként értelmezi. Az eredmények rávilágítanak, hogy a CSR által képviselt felelősségi és érintetti megközelítés, valamint az ESG stratégiai, mérési és irányítási logikája egymást kiegészítve támogathatja a vállalati működés és a desztinációs együttműködés fenntarthatóbbá válását.

Irodalomjegyzék

- Alamineh, G. A., Hussein, J. W., Endaweke, Y., & Taddesse, B. (2023). The local communities' perceptions on the social impact of tourism and its implication for sustainable development in Amhara Regional State. *Heliyon*, 9 (6): e17088. DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e17088
- Ásványi, K. & Komár, Z. (2018). Érték-e zöldnek lenni? Zöld szállodák és vendégeik. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 3 (1): 20–33.
- Baas, J., Schotten, M., Plume, A., Côté, G., & Karimi, R. (2020). Scopus as a curated, high-quality bibliometric data source for academic research in quantitative science studies. *Quantitative Science Studies*, 1 (1): 377–386. DOI: 10.1162/qss_a_00019
- Boffo, R. & Patalano, R. (2020). *ESG investing: Practices, progress and challenges*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/b4f71091-en
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34 (4): 39–48. DOI: 10.1016/0007-6813(91)90005-G
- Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60 (11): 2835–2857. DOI: 10.1287/mnsc.2014.1984
- Ferreira-Quilice, T., Hernández-Maestro, R. M., & Gonzalez Duarte, R. (2023). Corporate sustainability transitions: Are there differences between what companies say and do and what ESG ratings say companies do? *Journal of Cleaner Production*, 414: 137520. DOI: 10.1016/j.jclepro.2023.137520
- Font, X. & Lynes, J. (2018). Corporate social responsibility in tourism and hospitality. *Journal of Sustainable Tourism*, 26 (7): 1027–1042. DOI: 10.1080/09669582.2018.1488856
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman.
- Gonda, T. & Rátz, T. (2023). Attitudes and actions in responsible tourism – an analysis of generational differences. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 16 (46): 234–242. DOI: 10.30892/gtg.46126-1020
- Gonda, T. & Rátz, T. (2024). A felelősségteljes magatartás erősödése a turisták körében. *Modern Geográfia*, 19 (4): 147–164. DOI: 10.15170/MG.2024.19.04.08
- Guix, M. & Font, X. (2022). Consulting on the European Union's 2050 tourism policies: An appreciative inquiry materiality assessment. *Annals of Tourism Research*, 93: 103353. DOI: 10.1016/j.annals.2022.103353

- Gyurácz-Németh, P., Hiezl, K., Németh, M., & Búr, R. (2021). A fenntarthatóság gyakorlati működésének összefüggései a magyar szálloda szektorban. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6 (2): 25–37. DOI: 10.15170/TVT.2021.06.02.02
- Hajmásy, G. (2018). Társadalmi felelősségvállalás a magyarországi szállodákban – különös tekintettel a környezetvédelmi aspektusra. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 3 (3): 4–17.
- Juhász, L. P., Dunay, A., & Illés, B. C. (2025). Fenntarthatóság és versenyképesség a CSDDD tükrében: Fókuszban a szállodaipar. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 10 (3): 92–105. DOI: 10.15170/TVT.2025.10.03.05
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10 (12): 4384. DOI: 10.3390/su10124384
- Lengyel, A. (2017). A turisztikai fenntarthatóság néhány aszinkronitási problémája magyar TDM vezetők empirikus vizsgálatának tükrében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 2 (3): 4–23.
- Matten, D. & Moon, J. (2008). “Implicit” and “explicit” CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33 (2): 404–424. DOI: 10.5465/amr.2008.31193458
- Mihalic, T., Mohamadi, S., Abbasi, A., & Dávid, L. D. (2021). Mapping a sustainable and responsible tourism paradigm: A bibliometric and citation network analysis. *Sustainability*, 13 (2): 853. DOI: 10.3390/su13020853
- Moher, D., Liberati, A., & Tetzlaff, J. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *Annals of Internal Medicine*, 151: 264–269. DOI: 10.1371/journal.pmed.1000097
- Mukherjee, D., Lim, W. M., Kumar, S., & Donthu, N. (2022). Guidelines for advancing theory and practice through bibliometric research. *Journal of Business Research*, 148: 101–115. DOI: 10.1016/j.jbusres.2022.04.042
- Pan, S.-Y., Gao, M., Kim, H., Shah, K. J., Pei, S.-L., & Chiang, P.-C. (2018). Advances and challenges in sustainable tourism toward a green economy. *Science of the Total Environment*, 635: 452–469. DOI: 10.1016/j.scitotenv.2018.04.134
- Pinke-Sziva, I., Smith, M. K., Olt, G., & Molnár-Csomós, I. (2019). Éjszakai gazdaság kutatása Budapesten: A budapesti romkocsmá-negyed megítélése az érintettek körében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 4 (1): 20–30. DOI: 10.33538/TVT.190401.2
- Putzer, P. & Posza, A. (2026). A CSR-től az ESG-ig, a fenntarthatóság kulcsszavai a turizmusban – Bibliometrikus elemzés. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 57 (1): 45–60. DOI: 10.14267/VEZTUD.2026.01.04
- Putzer, P. & Posza, A. (2024). Transition from CSR to ESG in tourism – A bibliometric analysis. *Organizacija*, 57 (3): 249–259. DOI: 10.2478/orga-2024-0018
- Saarinen, J. (2021). Is being responsible sustainable in tourism? Connections and critical differences. *Sustainability*, 13 (12): 6599. DOI: 10.3390/su13126599

- Schwartz, K., Tapper, R., & Font, X. (2008). A sustainable supply chain management framework for tour operators. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (3): 298–314. DOI: 10.1080/09669580802154108
- Szabó, S. (2020). A fenntartható turizmus és a helykötődés kapcsolatának vizsgálata a Busójárás kontextusában. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 5 (2): 78–91. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.02.06
- UNWTO (s.a.). *Sustainable development*. United Nations World Tourism Organization (2026. 07. 03.)
- Vargáné Csobán, K., Molnár, C., Varga, I., Szűcs, C., & Dávid, L. D. (2022). A desztinációfejlesztés lehetőségei Hajdúszoboszlón a vendégek és a vendéglátók véleményének tükrében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 7 (4): 4–19. DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.01
- Waltman, L., van Eck, N. J., & Noyons, E. (2010). A unified approach to mapping and clustering of bibliometric networks. *Journal of Informetrics*, 4 (4): 629–635. DOI: 10.1016/j.joi.2010.07.002



TRIANONTÓL SCHENGENIG: TURIZMUS ÉS HATÁRON ÁTNYÚLÓ TERÜLETI INTEGRÁCIÓ A BARANYA-HÁROMSZÖGBEN

¹Wittmann Tamás✉, ²Merza Péter, ³Pap Norbert

¹PhD-hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola;
mail.tamas.wittmann@gmail.com, ORCID: 0009-0009-3697-1195

²Adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Menedzsment és Vezetéstudományi Intézet;
merza.peter@ktk.pte.hu, ORCID: 0009-0003-2879-9336

³Egyetemi tanár, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajzi és Földtudományi Intézet –
Szentágotthai János Kutatóközpont, Történeti és Politikai Földrajzi Kutatási Centrum;
pnorbert@gamma.ttk.pte.hu, ORCID: 0000-0001-8243-4213

ABSZTRAKT

Közép- és Kelet-Európa posztiszocialista határ menti régióit hosszú időn át geopolitikai fragmentáció, hiányos infrastrukturális kapcsolatok és gazdasági periferezálódás alakította. A Magyarország, Horvátország és Szerbia találkozásánál fekvő Baranya-háromszög geopolitikai feldaraboltsága és a hatarakadályok közelmúltbeli megszűnése miatt különösen releváns az esettanulmány. Horvátország 2023-as schengeni csatlakozása és az M6–A5 autópálya-kapcsolat 2025-ös megvalósulása jelentősen javította a térség elérhetőségét. Kutatásunk azt vizsgálja, hogy e változások megteremtik-e a turizmuson alapuló, határon átnyúló reintegráció feltételeit. A vegyes módszertan geopolitikai és térbeli elemzést, GIS-alapú elérhetőségi modellezést, kérdőíves felmérést (n = 60), tizenkét félig strukturált interjút és TOWS-elemzést foglalt magában. Az eredmények szerint a fizikai és adminisztratív akadályok nagyrészt megszűntek, az integrált, határon átnyúló turisztikai desztináció kialakítása azonban elsősorban az intézményi koordinációtól és a stratégiai fejlesztési keretektől függ. A kérdőív mérsékelt pozitív helyi attitűdöt jelzett a turizmus, a határon átnyúló együttműködés és az infrastrukturális fejlesztések iránt, a korrelációk pedig arra utalnak, hogy a lakosok ezeket a regionális fejlődés összefüggő elemeiként érzékelik. Az örökség-, öko-, kerékpáros, bor- és gasztronómiai turizmus reális lehetőséget kínálhat arra, hogy a Baranya-háromszög periférikus határtérségből a Duna-régió versenyképes turisztikai desztinációjává váljék.

Kulcsszavak: Baranya-háromszög, geopolitikai reintegráció, határon átnyúló együttműködés (CBC), Schengen-térség, turizmusfejlesztés

Benyújtva: 2026. július 25.

Befogadva: 2026. szeptember 13.

Publikálva: 2026. október 12.

Ez a mű a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 nemzetközi licence-feltételeinek megfelelően használható fel.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FROM TRIANON TO SCHENGEN: TOURISM AND CROSS-BORDER TERRITORIAL INTEGRATION IN THE BARANJA TRIANGLE

¹Tamás Wittmann✉, ²Péter Merza, ³Norbert Pap

¹PhD student, University of Pécs, Faculty of Sciences, Doctoral School of Earth Sciences;
mail.tamas.wittmann@gmail.com, ORCID: 0009-0009-3697-1195

²Assistant professor, University of Pécs, Faculty of Business and Economics, Department of Management and
Leadership; merza.peter@tkk.pte.hu, ORCID: 0009-0003-2879-9336

³Full professor, University of Pécs, Faculty of Sciences, Institute of Geography and Earth Sciences –
Szentágotthai Research Centre, Research Centre of Historical and Political Geography;
pnorbert@gamma.ttk.pte.hu, ORCID: 0000-0001-8243-4213

ABSTRACT

For decades, post-socialist border regions in Central and Eastern Europe have been shaped by geopolitical fragmentation, discontinuous infrastructure networks, and economic peripheralization. The Baranja Triangle, located at the intersection of Hungary, Croatia, and Serbia, constitutes a particularly relevant case study due to its history of geopolitical fragmentation and the recent removal of border-related barriers. Croatia's accession to the Schengen Area in 2023 and the completion of the M6–A5 motorway connection in 2025 have significantly improved the region's accessibility. This research examines whether these changes have created the conditions for tourism-based cross-border reintegration. The mixed-methods approach combined geopolitical and spatial analysis, GIS-based accessibility modeling, a questionnaire survey (n = 60), twelve semi-structured interviews, and TOWS analysis. The results indicate that physical and administrative barriers have largely been removed; however, the development of an integrated cross-border tourism destination depends primarily on institutional coordination and strategic development frameworks. The survey revealed moderately positive local attitudes toward tourism, cross-border cooperation, and infrastructure development, while the correlations suggest that residents perceive these factors as interconnected components of regional development. Heritage, ecotourism, cycling, wine, and gastronomic tourism may offer viable opportunities for transforming the Baranja Triangle from a peripheral border region into a competitive tourism destination within the Danube region.

Keywords: Baranja Triangle, geopolitical reintegration, cross-border cooperation (CBC), Schengen Area, tourism development

Received: 25 July 2026

Accepted: 13 September 2026

Published: 12 October 2026

This open access article may be used under the international license terms of CC BY-NC-ND 4.0.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



1. Bevezetés

A Baranya-háromszög (horvátul: Baranja) Horvátország északkeleti periferiáján, Magyarország, Horvátország és Szerbia hármashatárának térségében helyezkedik el. A régiót északon a magyar-horvát szárazföldi államhatár, keleten a Duna, délen és délnyugaton pedig a Dráva határolja. Napjainkban a terület Pélmonostor (Beli Manastir) városát és nyolc községet foglal magában. Földrajzi helyzete – amelyet két jelentős folyó ártere és az alföldi domborzat jellemez – alapvetően meghatározza természeti adottságait és társadalmi-gazdasági fejlődési pályáját egyaránt. A 245 méter magas Báni-hegy (Bansko brdo) és környezete kedvező feltételeket biztosít a szőlőtermesztés és a borturizmus számára.

A térség fejlődését a 20. század során alapvetően meghatározta, hogy több országhatár találkozásánál fekszik. A határváltozások, a politikai instabilitás és a gazdasági marginalizáció tartós regionális elszigeteltséghez vezettek, amely a jelentős népességcsökkenéshez és a gazdasági stagnáláshoz is hozzájárult.

A posztszocialista országok más határ menti térségeihez hasonlóan a Baranya-háromszög is különösen sérülékenynek bizonyult a népességfogyás és a gazdasági visszaesés folyamataival szemben. Az elmúlt években a turizmus fejlesztése e kedvezőtlen tendenciák ellensúlyozásának egyik legfontosabb eszközévé vált. Az Európai Unió által támogatott, határon átnyúló együttműködési (CBC, *cross-border cooperation*) programok – különösen az Interreg – új lehetőségeket teremtettek a periférikus térségek számára gazdasági helyzetük erősítésére, olyan transznacionális partnerségek révén, amelyek átlépik a politikai határokat (Tóth et al., 2020; Nemes & Happ, 2024). A Baranya-háromszög esetében a Duna és a Dráva olyan természetes tengelyt alkot, amely összekapcsolhatja a határ két oldalán található turisztikai attrakciókat, és alapot teremthet a vízi turizmus, a kerékpáros útvonalak és más tematikus kezdeményezések, mindenekelőtt a borturizmus térségi fejlesztéséhez. Az elmúlt években a régió geopolitikai helyzete jelentősen megváltozott: Horvátország 2023. január 1-jei schengeni csatlakozása, valamint a magyar M6 és a horvát A5 autópálya 2025. októberi összekapcsolása új közlekedési és gazdasági perspektívákat nyitott a határon átnyúló együttműködések előtt.

E fejlemények még rendkívül frissek, ezért a tudományos szakirodalom mindeddig nem vizsgálta a Baranya-háromszögre gyakorolt hatásaikat. A jelenlegi helyzet így egyedülálló lehetőséget kínál egy korábban geopolitikai elszigeteltséggel jellemezhető térség gazdasági és turizmuson alapuló reintegrációjának vizsgálatára.

Jelen kutatás célja annak vizsgálata, hogy a schengeni csatlakozás és az új közlekedési infrastruktúra fényében reális lehetőség-e a Baranya-háromszög integrációja egy turizmusfejlesztésen alapuló, tágabb, határon átnyúló regionális keretbe. Emellett azt is vizsgálja, hogy kialakítható-e a térségben a helyi adottságokra épülő, fenntartható turisztikai gazdaság.

2. Elméleti keret

A vasfüggöny lebontását megelőzően Kelet-Európa határ menti térségeinek gazdasági fejlődését az elégtelen beruházások és a határon átnyúló együttműködések (CBC) korlátozott volta hátráltatta (Tóth et al., 2020). E körülmények gyakran periferizálódáshoz és elvándorláshoz vezettek (Lang, 2015). A keleti blokk országainak európai uniós csatlakozását követően azonban a strukturális különbségek mérséklését célzó programok új lendületet adtak e térségek fejlődésének (Wastl-Walter, 2009).

Bár az Európai Unió lakosságának jelentős része határ menti térségekben él, e régiók gazdasági teljesítménye továbbra is elmarad az európai átlagtól; ennek következtében a 2014–2020-as programozási időszakban jelentős, mintegy 6,6 milliárd eurónyi forrást különítettek el fejlesztéseikre (Európai Bizottság, 2017).

Hasonló területi különbségek különösen markánsan jelennek meg a Duna mentén, ahol egymás mellett helyezkednek el jelentősen eltérő gazdasági fejlettségű régiók, így a makroregionális együttműködés alapvető keretet jelent a területi egyenlőtlenségek mérsékléséhez és az összehangolt fejlődés előmozdításához (Hardi, 2012).

A turizmus a határon átnyúló együttműködések egyik legszélesebb körben alkalmazott eszközévé vált, különösen a közös történelmi örökséggel rendelkező térségekben (Studzieniecki & Mazurek, 2007; Kozak & Buhalis, 2019). Ez a megközelítés ugyanakkor az állami koordináció új formáit teszi szükségessé (Zaitseva et al., 2016). Timothy (2000) szerint maga a határ önálló utazási motivációs tényezőként is működhet, míg Ryden (1993) arra hívja fel a figyelmet, hogy több nemzetállam területén való egyidejű jelenlét sajátos turisztikai élményt teremthet. A Baranya-háromszög esetében Matznetter (1979) tipológiája szerint a határ menti turisztikai térségek integrációjának legmagasabb szintjét az jelenti, amikor a határ két oldalán fekvő desztinációk egységes turisztikai régióvá kapcsolódnak össze. Ebben különösen fontos szerepet tölthetnek be az olyan, helyi erőforrásokra épülő alternatív turizmusformák, mint az ökoturizmus, a vidéki turizmus vagy a borturizmus, amelyek alkalmasak a határ két oldalán található települések és attrakciók összekapcsolására. Ugyanakkor a periférikus térségekben a sikeres határon átnyúló turisztikai integráció feltétele, hogy az érintett területek saját országuk turisztikai rendszerén belül is stabil pozíciót tudjanak kialakítani (Tóth et al., 2020; Nemes & Happ, 2024). A Baranya-háromszög esetében ezért az alapvető kérdés nem csupán az, hogy a határ két oldalán fekvő desztinációk integrálhatók-e, hanem az is, hogy e térségek turisztikai bázisa önmagában kellően megerősíthető-e egy működőképes, határon átnyúló desztináció kialakításához.

A társadalmi innováció meghatározó szerepet játszik a határon átnyúló együttműködésekben. A periférikus és rurális térségekben a helyi társadalmi tőke és identitás erősítésén, a közösségi részvétel ösztönzésén, valamint a helyi gazdaság diverzifikálásán és új foglalkoztatási lehetőségek megteremtésén keresztül járulhat hozzá a turizmus versenyképességéhez és fenntarthatóságához (Marton et al., 2021; Pentz, 2023). A helyi közösségek és a turisták közötti interakció emellett közelebb hozhat egymáshoz eltérő kultúrákat, ezáltal hozzájárulva a társadalmi kohézióhoz és a békés

együttéléshez (Michalkó et al., 2018). Erre példaként szolgál a Veszprém–Balaton térség hálózatalapú fejlesztési modellje (Lőrincz et al., 2023).

A turisztikai innovációk jellemzően összetett hálózati együttműködések – többek között turisztikai desztinációmenedzsment (TDM)-szervezetek és klaszterek – keretében jönnek létre (Nagy, 2022; Nagy & Aubert, 2025), amelyekben a fogyasztók az együttalkotás (co-creation) mechanizmusain keresztül aktívan részt vesznek a turisztikai élmények alakításában (Marien & Papp, 2024).

A nyitott végű élményinnovációkon túl (Hoarau-Heemstra, 2011; Nagy, 2014) a Baranya-háromszög fejlődését jelentős mértékben alakíthatják az okosdesztináció-koncepciók (smart destination) és a digitalizáció is (Marinac et al., 2025). Az innovációt nemcsak a verseny és a technológiai fejlődés ösztönzi, hanem a közsféra támogatása is (Hall & Williams, 2008). Végül az alternatív turisztikai formák – például az ökoturizmus (Szabados & Merza, 2023) – térnyerése jelentős kitörési lehetőséget jelenthet a régió számára (Csapó & Marton, 2010). E megközelítések a határon átnyúló térségekben különösen nagy jelentőségűek, mert a turisztikai kínálatot nemcsak földrajzi távolságok, hanem eltérő intézményi, igazgatási és piaci környezetek is fragmentálják. Egy közös desztináció kialakításához ezért nem elegendő az attrakciók fizikai összekapcsolása: olyan tartós hálózati kormányzásra van szükség, amely összehangolja a szolgáltatókat, önkormányzatokat és turisztikai szervezeteket, közös arculatot és termékfejlesztési irányokat alakít ki, valamint biztosítja az együttműködések folytonosságát az egyes projektek lezárulta után is. Ez a Baranya-háromszög esetében különösen fontos, mivel a közös turisztikai tér még kialakulóban van.

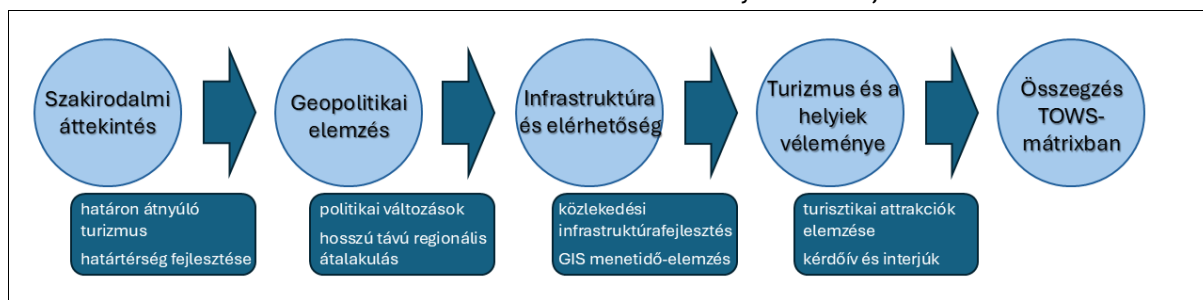
A korábban zárt határ menti térségek turizmusvezérelt fejlesztésének bevált gyakorlatait figyelembe véve a Baranya-háromszög számára értékes tapasztalatokkal szolgálhat az osztrák–szlovén–magyar hármashatár térsége. E régióban számos helyi kezdeményezés fokozatosan a turisztikai ágazathoz kapcsolódó, európai uniós társfinanszírozású vidékfejlesztési programmá fejlődött.

E kezdeményezések nemcsak a határ menti periferizálódás fokozatos mérsékléséhez járultak hozzá, hanem a térség szélesebb értelemben vett társadalmi-gazdasági felértékelődéséhez is. A Baranya-háromszög fejlődését meghatározó tényezők nagymértékben hasonlítanak az Őrségben és a Fertő tó térségében megfigyelhető adottságokhoz, ahol a fejlesztési stratégiák a jó állapotban fennmaradt természeti és kulturális tájra, a helyi hagyományokra és az ökológiai fenntarthatóság elveire épülnek. Az európai uniós finanszírozású kezdeményezések közül az „Iron Curtain Cycling” a térséget és helyi látnivalóit nemzetközileg látható kontextusba és turisztikai termékekbe integrálja (EuroVelo, 2025). A „From Mill to Mill” nevű projekt a meglévő örökségi értékekre építve hoz létre új turisztikai attrakciókat (Interreg Slovenia-Hungary Program, 2025), míg az olyan programok, mint a „PaNaNet+”, a korábban fragmentált természeti értékeket nemzetközileg látható turisztikai termékekbe kapcsolják össze, és a határon átnyúló együttműködés révén előmozdítják a környezettudatosságot és a fenntarthatósági szemléletformálást (Interreg V-A AT-HU Program, 2025).

3. Módszerek és források

Kutatásunkban azt vizsgáltuk, hogy a geopolitikai változások és a közlekedési infrastruktúra átalakulása milyen hatást gyakorolt a Baranya-háromszög turisztikai potenciáljára. Elemeztük továbbá a határon átnyúló együttműködések szerepét a térség turisztikai ágazatában, értékeltük a turizmus jelenlegi formáit és azok fejlesztési lehetőségeit, valamint feltártuk a helyi lakosság turizmussal és határon átnyúló együttműködésekkel kapcsolatos attitűdjeit (1. ábra). A kutatás során vegyes módszertani megközelítést alkalmaztunk. A térbeli elemzésekhez QGIS 3.40 („Bratislava”) szoftvert használtunk, amelynek segítségével feltérképeztük a Baranya-háromszög és közvetlen környezetének turisztikai attrakcióit, továbbá vizsgáltuk a térség közlekedési infrastruktúráját és elérhetőségét. Az utazási időn alapuló elérhetőségi elemzéshez a TravelTime API és a QGIS együttes alkalmazásával, az aktuális közúthálózati adatok alapján útvonal- és izokrónszámításokat végeztünk.

1. ábra: A kutatás módszertani folyamatábrája



Forrás: saját szerkesztés

A turizmussal, a határon átnyúló együttműködésekkel, az M6 és A5 autópályák összekapcsolásával, valamint Horvátország schengeni csatlakozásával kapcsolatos helyi vélemények feltárására kvantitatív kérdőíves vizsgálatot végeztünk. Másodlagos forrásként a releváns tudományos szakirodalmat és az Európai Unió határon átnyúló együttműködési programjainak dokumentumait használtuk. A kérdőívet online, a Google Forms felületén tettük közzé. A részvétel önkéntes és anonim volt. A kutatásban való részvétel feltétele a 18. életév betöltése és a Baranya-háromszögben való lakóhely volt. Az adatgyűjtés részben Facebook-hirdetések, elsősorban pedig hólabda-mintavétel segítségével történt. Bár ez a módszer alkalmas a nehezen elérhető populációk megszólítására, fontos módszertani korlátja, hogy eltér a klasszikus reprezentatív mintavétel elveitől; ezért az eredmények nem általánosíthatók a teljes népességre (Atkinson & Flint, 2001).

A kérdőív két részből állt: az első demográfiai adatokat gyűjtött, míg a második a válaszadók gazdasági helyzetének megítélésére, a határon átnyúló együttműködések, a turizmus és a közlekedési infrastruktúra fejlesztése közötti kapcsolatokra, valamint a tényezők megélhetésükre és a Baranya-háromszög fejlődésére gyakorolt vélt hatásaira irányult. A kvantitatív adatokat Jamovi 2.6.44 statisztikai szoftverrel elemeztük, leíró

statisztikai eljárások, valamint nemparaméteres összehasonlító (Mann–Whitney-féle U-próba) és korrelációs (Spearman-féle rangkorreláció) módszerek alkalmazásával.

A kérdőíves minta alacsony elemszámának ($n = 60$) ellensúlyozására tizenkét félig strukturált interjút készítettünk a térségben eredményeink pontosítása érdekében. Az interjúalanyok a helyi szereplők sokféle csoportját képviselték, köztük mezőgazdasági termelőket, vállalkozókat, oktatásban dolgozókat, valamint a helyi község és civil szféra képviselőit. A mintában szerepelt továbbá borász, önkormányzati képviselő, kulturális és gasztroturisztikai rendezvények szervezői, valamint egyházi és közösségi szereplők is, ami lehetővé tette a turizmussal kapcsolatos vélemények többféle társadalmi és gazdasági nézőpontból történő feltárását. Végül a különböző forrásokból származó eredményeket TOWS-mátrixban szintetizáltuk, hogy azonosítsuk a térség legfontosabb fejlesztési lehetőségeit és kihívásait.

4. Eredmények és elemzés

4.1 Geopolitikai elemzés: a történeti-politikai változások hatása a turisztikai potenciálra

A Baranya-háromszöget története során számos geopolitikai változás alakította, amelyek napjainkban is hatással vannak demográfiai folyamataira, etnikai összetételére, gazdasági helyzetére és turisztikai potenciáljára. A tágabb Duna régióban az ilyen történeti megszakítottságok nem tekinthetők kivételesnek. A térség történetében ismételtén váltották egymást a politikai határok változásai, a birodalmi struktúrák és a geopolitikai konfliktusok által meghatározott fragmentációs és reintegrációs időszakok (Hardi, 2012). A magyar állam 1000. évi megalapításától 1541-ig a mai Baranya-háromszög területe a Magyar Királyság fennhatósága alatt állt, az ezt követő mintegy 500 év során azonban hat különböző államalakulat uralma alá került. Csak a 20. században öt alkalommal változott a terület állami hovatartozása.

E mozgalmas történelmi múlt jelentős történeti örökséget eredményezett, miközben az etnikai struktúra folyamatos átalakulása napjainkig fennmaradó kulturálisan sokszínű tájat hozott létre.

- 1000–1541 – A Magyar Királyság időszaka.

A mezőgazdasági prosperitás és a településhálózat fejlődése hosszú távon megalapozta a térség agrárhagyományait és kulturális örökségét. Ebben az időszakban alakultak ki a mai településszerkezet történeti gyökerei, a Báni-hegy térségét pedig már ekkor is borvidéki jellegű volt.

- 1541–1687 – A török hódoltság időszaka.

A térség katonai-logisztikai jelentőségét I. Szulejmán Eszéket és Dárdát összekötő hídja, az eszéki erőd, a régió áthaladó hadiút, valamint a mohácsi csata (1526) helyszínének közelsége is bizonyítja, amelyek jelentős örökségturisztikai értéket képviselnek. A délszláv népesség betelepülése és a református közösségek megerősödése napjainkig meghatározza a térség etnikai, kulturális és vallási sokszínűségét.

- 1687–1920 – A Habsburg Birodalom és az Osztrák–Magyar Monarchia időszaka.

A Bellyei uradalom modern mezőgazdasági nagybirtokként való működése, valamint a templomépítések és az infrastrukturális fejlesztések jelentős épített örökséget hagytak maguk után. E korszak agrár- és történeti öröksége napjainkban is potenciális turisztikai erőforrást jelent.

- 1920–1991 – A Szerb–Horvát–Szlovén Királyság, a Magyar Királyság és Jugoszlávia időszaka.

A határváltozások, a jugoszláv földreform, valamint a közlekedési infrastruktúra hiányából fakadó elzártság tartósan hátráltatták a térség fejlődését. Az elszigeteltséget tovább mélyítette, hogy 1948 és 1953 között a magyar–jugoszláv határ hidegháborús frontszakasszá vált (Bali & Matucza, 2021). A hatvanas évektől a közlekedési kapcsolatok fokozatosan javultak, azonban a Baranya-háromszög rurális és agrárjellege a jugoszláv iparosítás és urbanizáció időszakában továbbra is periférikus helyzetet eredményezett. Ugyanakkor a multietnikus társadalom és a jugoszláv korszak kulturális lenyomatai sajátos identitást hoztak létre, amely a kortárs turisztikai kínálatba is integrálható. Ennek egyik példája a jugónosztalgia, amely a múlthoz való sajátos viszonyt, az egykori szocialista Jugoszlávia pozitív, idealizált vonásai iránt érzett keserédes nosztalgiát jelenti, és amelynek jelenléte napjainkban is kimutatható a térségben (Gallup, 2017).

- 1991–1998 – A háborús évek.

A szerb–horvát konfliktus, az elvándorlás és a gazdasági összeomlás súlyos károkat okozott a terület általános és turisztikai infrastruktúrájában. A következmények ugyanakkor ennél jóval szélesebbek voltak: a lakosság elmenekülése, a munkahelyek számának visszaesése és a korábbi állami mezőgazdasági felvásárlási rendszer szétesése a családi gazdaságokat is súlyos válságba sodorta (Végh et al., 2021). A háborús időszak így tovább mélyítette a Baranya-háromszög demográfiai és gazdasági perifériára kerülését. A környéken lezajlott jelentősebb összecsapások helyszínei azonban a háborús emlékezet és az ismeretterjesztés fontos színtereivé válhatnak.

- 1998-tól napjainkig – A független Horvátország időszaka.

A Baranya-háromszög 1998-as békés reintegrációját követően az ország politikai nyitása és későbbi európai uniós csatlakozása új fejlődési kereteket teremtett. A 2008-as gazdasági válság ugyanakkor újabb kivándorlási hullámot indított el, amelyet az európai uniós csatlakozást követő szabad munkaerő-áramlás tovább erősített (Végh et al., 2021). A 2015-ös migrációs válság idején a magyar–horvát határ ismét átmenetileg szigorúbb ellenőrzés alá került, ezért a 2023-as schengeni csatlakozás nem pusztán közlekedési könnyebbséget, hanem a határrezsim történeti léptékű átalakulását is jelentette. A közlekedési infrastruktúra további fejlődése, különösen az M6–A5 autópálya-kapcsolat megvalósulása számottevően javította a térség elérhetőségét, és új lehetőségeket nyitott a határon átnyúló gazdasági, kulturális és turisztikai kapcsolatok számára.

4.2 A turizmus szempontjából releváns infrastrukturális fejlesztések

A trianoni békeszerződést követően a Baranya-háromszög 1920-ban a Szerb–Horvát–Szlovén Királysághoz került (Hajdú, 2011; Bali & Matucza, 2021; Végh et al., 2021). A térség ezt követően tartós marginalizálódási folyamatba került, amihez hozzájárult a korábban egységes Baranya vármegye és a Bellyei uradalom felosztása (Székely, 2014; Végh et al., 2021), a jugoszláv földreform következtében átalakuló birtokszerkezet, a magyar és német földbirtokos réteg politikai-gazdasági szerepének visszaszorulása, valamint a közlekedési kapcsolatok folyamatos romlása (Bali & Matucza, 2021). A Baranya-háromszög 1941-ig szerb közigazgatás alatt állt – a Vajdaság, Bácska, majd a Dunai Bánság részeként –, azonban a központi területek felé nem rendelkezett megfelelő közlekedési kapcsolatokkal (Hajdú, 2011; Végh et al., 2021). A térség közlekedési sérülékenységet fokozta, hogy a 20. század közepéig folyamatos szárazföldi kapcsolata lényegében csak a magyarországi Baranyával volt, miközben dél és kelet felé a Dráva és a Duna átkelési lehetőségeinek hiánya erősen korlátozta kapcsolatait. A trianoni határváltozás ezért nem egyszerűen egy közigazgatási átrendeződést jelentett: a Baranya-háromszög olyan államalakulathoz került, amelynek belső területeihez közlekedési szempontból csak korlátozottan kapcsolódott, miközben korábbi északi kapcsolatai államhatáron túlra kerültek. Ez a sajátos térszerkezeti helyzet hosszú távon hozzájárult funkcionális zsákhelyzetének a kialakulásához. Figyelemre méltó, hogy ekkor a térségben egyetlen közúti vagy vasúti híd sem vezetett át a Dunán. A horvát területek felől 1962-ig kizárólag az északi vasúti híd biztosított kapcsolatot, amelyen közúti forgalom is zajlott, tovább erősítve a térség jelentős elszigeteltségét.

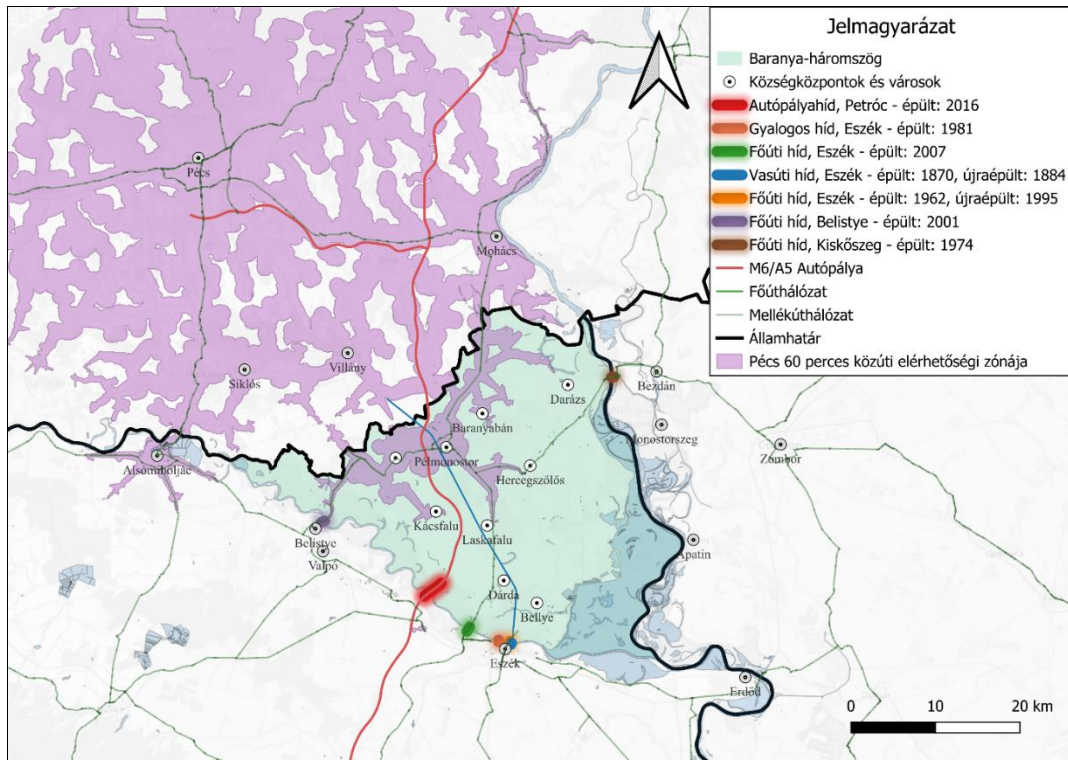
Az elzártság oldódását meghatározó infrastrukturális beruházások indították el. A Dráván át a horvát területek felé vezető első közúti hidat 1962-ben építették meg Eszéken (Osijek), majd 1974-ben Kiskőszegnél (Batina) a Dunán is híd létesült a szerb területek irányába (Végh et al., 2021). Horvátország függetlenné válását követően az állam meghatározó szerepet játszott a közlekedési kapcsolatok további javításában. Stratégiai jelentőségű közúti hidak épültek a Dráván Belistye (Belišće) térségében 2001-ben, valamint Eszék közelében 2007-ben. Petróc (Petrijevci) közelében 2016-ban autópályahíd készült el a Dráva felett (Pirisi & Reményi, 2008; Végh et al., 2021).

Bár a 2015-ös európai menekültválság átmenetileg szigorúbb határellenőrzést és fokozott megfigyelést eredményezett a horvát–magyar határon, Horvátország 2023. január 1-jei schengeni csatlakozása végül lehetővé tette a teljesen szabad mozgást ezen a határszakaszon.

A határellenőrzés megszűnése, valamint az Vc korridor részeként 2025 októberében összekapcsolt M6 és A5 autópályák együttesen jelentősen javították a Baranya-háromszög elérhetőségét. GIS-alapú utazásiidő-elemzésünk izokrón térképe alapján Pécs, a magyarországi regionális turizmus egyik központja, immár 60 percen belül elérhető Pélmonostorról. Emellett a Baranya-háromszög nyolc községközpontja közül öt – Baranyaszentistván (Petlovac), Baranyabán (Popovac), Kácsfalu (Jagodnjak), Hercegszőlős (Kneževi Vinogradi) és Laskafalu (Čeminac) – ugyancsak a Péctől számított

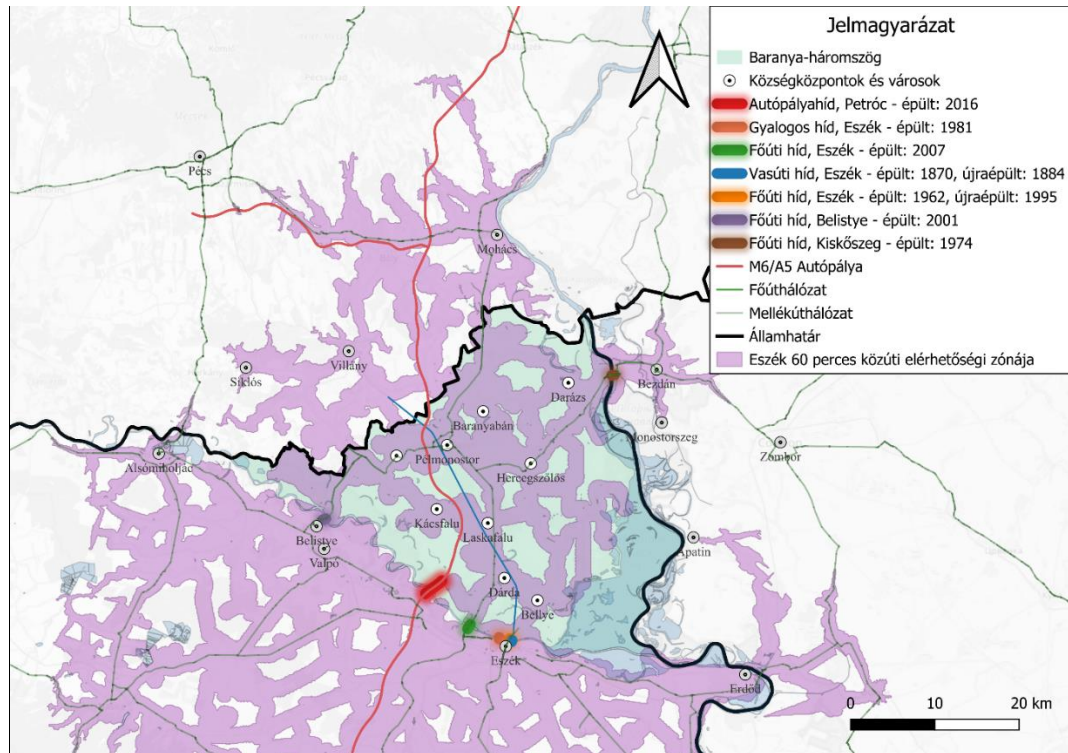
60 perces utazási időn belül helyezkedik el (2. ábra), miközben Eszék szintén jelentős központ maradt a térségben (3. ábra).

2. ábra: A Baranya-háromszög közúthálózata és Pécs elérhetősége



Forrás: saját szerkesztés

3. ábra: A Baranya-háromszög közúthálózata és Eszék elérhetősége



Forrás: saját szerkesztés

Ez alapvető változást jelent. A fegyveres konfliktusok időszakában a határ teljes mértékben átjárhatatlan volt. Még a jugoszláv–magyar politikai szembenállás időszakában is jelentős akadályokat képeztek az adminisztratív korlátozások. A jelenlegi helyzet – amely az elmúlt száz év legnyitottabb határviszonyait eredményezte – elsősorban nem az infrastrukturális fejlesztéseknek, hanem az adminisztratív intézkedéseknek és a határrezsim alapvető átalakulásának köszönhető. Ez egyben rámutat az izokrón alapú elemzés egyik fontos korlátjára is: a 2025-ben létrejött autópálya-kapcsolat olyan kiindulási helyzetre épül, amelyben a korábbi politikai válságok idején a magyar határ átlépése és ezen keresztül a térség megközelítése egyáltalán nem volt lehetséges.

Horvátország euróövezeti csatlakozása jelenleg nem tekinthető a Baranya-háromszög turizmusfejlődése elsődleges hajtóerejének, mivel a térség a szomszédos magyarországi területekkel funkcionálisan összekapcsolódó határon átnyúló egységet alkot, Magyarország euróbevezetése pedig a közeljövőben nem várható. Az euróövezethez való csatlakozás ugyanakkor a nyugat-európai látogatók számára átláthatóbbá és könnyebben összehasonlíthatóvá teszi az árszínvonalat. Mivel a Baranya-háromszögben a turizmushoz kapcsolódó árak általában továbbra is alacsonyabbak, mint Horvátország nagy részén és Nyugat-Európában, ez növelheti a térség vonzerejét, és rövid távon mérsékelt növekedést eredményezhet az eurózónából érkező beutazó turizmusban.

4.3 Intézményi kapcsolatok elemzése: a határon átnyúló együttműködések szerepe a Baranya-háromszög fejlesztési és területi kohéziós folyamataiban

Az elmúlt két évtized társadalmi-gazdasági változásai – különösen Magyarország és Horvátország európai uniós, majd Horvátország 2023-as schengeni csatlakozása – az elmúlt száz év legkedvezőbb geopolitikai és pénzügyi feltételeit teremtették meg a magyar–horvát határ mentén fekvő Baranya-háromszög számára. Ez a kedvező helyzet két pilléren nyugszik. Egyrészt az 1970-es évektől kialakított intézményes testvértelepülési kapcsolatokon, másrészt az Európai Unió külső határai mentén megvalósuló együttműködések ösztönző kezdeményezéseken (például a 2002-es Külső Határok Kezdeményezésén), valamint az Interreg-programok folyamatosan növekvő finanszírozásán.

4.3.1 Intézményi és testvértelepülési együttműködések

Az 1970-es évektől kialakított testvértelepülési és intézményi kapcsolatok – például Mohács és Pécelmonostor 1970-ben, Pécs és Eszék 1973-ban, Baranya vármegye és Eszék-Baranya megye 1995-ben létrejött együttműködése, valamint a Pécsi Tudományegyetem és a Josip Juraj Strossmayer Egyetem 2024-ben megújított kapcsolata – elsősorban társadalmi és kulturális jelentőséggel bírnak, gazdasági hatásuk korlátozott (Reményi, 2008; Pámer, 2019). A kisebb települések közötti testvérkapcsolatok hosszabb távon elősegíthetik a gazdasági közeledést, ugyanakkor deklarált politikai szándék hiányában a projektalapú együttműködések jelenleg továbbra is korlátozottak.

Az intézményi kapcsolatok jelentőségét ezért nem kizárólag az általuk közvetlenül létrehozott gazdasági eredmények alapján érdemes értékelni. A testvértelepülési, megyei és egyetemi együttműködések hosszabb távon olyan bizalmi és kapcsolati infrastruktúrát hozhatnak létre, amelyre később projektalapú vagy gazdasági együttműködések épülhetnek (Gonda & Horváth, 2024). Ugyanakkor a kisebb települések korlátozott pénzügyi és szakmai kapacitása miatt ezek önmagukban ritkán képesek térségi léptékű fejlesztést generálni; ehhez magasabb területi szintű koordináció és tartós intézményi háttér szükséges.

4.3.2 Szervezeti alapú együttműködések

- Duna–Dráva–Száva Eurorégió (kb. 1998–2010).

Felülről szerveződő kezdeményezés volt, amely meghaladta a térség akkori intézményi érettségét és erőforrásait, ezért „elszalasztott lehetőségként” értékelhető (Síkfi, 2011). A schengeni csatlakozást megelőző időszakban nem volt képes érdemben mérsékelni a térség periférikus helyzetét, és nem eredményezett számottevő társadalmi-gazdasági hatásokat.

- Pannon EGTC (Európai Területi Társulás) (2010–napjainkig).

Az európai uniós jogi keretek között működő szervezet az alulról és felülről szerveződő megközelítéseket ötvözi, és a határ menti megyék, valamint más térségi szereplők közös érdekeit képes intézményes formában megjeleníteni. Tevékenysége jelenleg elsősorban projektalapú (pl. CBJointStrategy, UPSCALE DDS, Amazon of Europe Biketrail, Pannon Future Forest), de ennél szélesebb koordinációs szerepre is alkalmas lehet. Jelentősége abban áll, hogy nem kizárólag egy-egy település vagy projekt érdekeit képviseli, hanem olyan területi szintet kapcsol össze, amelyen a turizmus, a közlekedés, a környezeti értékek és a gazdaságfejlesztés közös problémái együttesen kezelhetők. Rövid és középtávon ezért potenciálisan a térség legfontosabb közös fejlesztési szervezetévé válhat. Ehhez azonban szükség lenne arra, hogy a projektfinanszírozáson túl tartós stratégiai koordinációs szerepet töltsön be, és a két megyei szintű, valamint a nemzeti kormányzati szereplők bevonásával egy integrált, határon átnyúló fejlesztési program kialakítását is segítse (lásd később a TOWS-mátrixot).

4.3.3 Az Európai Unió társfinanszírozásával megvalósuló Interreg-programok releváns eredményei a Baranya-háromszögben

- 2004 előtt (Phare CBC és Interreg III Szlovénia–Magyarország–Horvátország).

A programok elsősorban a kapacitásépítésre és kísérleti projektekre összpontosítottak; a jelentős infrastrukturális szükségletek ellenére a „puha” fejlesztéseket részesítették előnyben. Ez feszültséget teremtett a programlogika és a periférikus térségek helyi igényei között: miközben jelentős fizikai kapcsolati hiányok álltak fenn, a támogatások elsősorban kapcsolatépítést és intézményi kompetenciafejlesztést finanszíroztak. E korai programok ezért fontos alapokat teremtettek a későbbi

együttműködésekhez, közvetlen térszerkezeti és kohéziós hatásuk azonban korlátozott maradt.

- 2007–2013 – IPA CBC (52 millió euró, 164 projekt).

A Baranya-háromszög szempontjából a legjelentősebb projekt a „De-Mining” kezdeményezés volt. A turizmus területén Pécs és Eszék között is megvalósultak együttműködések, ezek azonban nem eredményeztek érdemi területi kohéziós hatásokat.

- 2014–2020 – Interreg V-A (60 millió euró).

A program Baranya-háromszögre gyakorolt területi relevanciája alacsony volt; a projektek elsősorban kulturális jellegűek voltak, illetve a kerékpáros és vízi turizmus fejlesztésére irányultak, főként a nagyobb központokban, Pécsen, Eszéken és Mohácson.

- 2021–2027 – Interreg VI-A (58 millió euró).

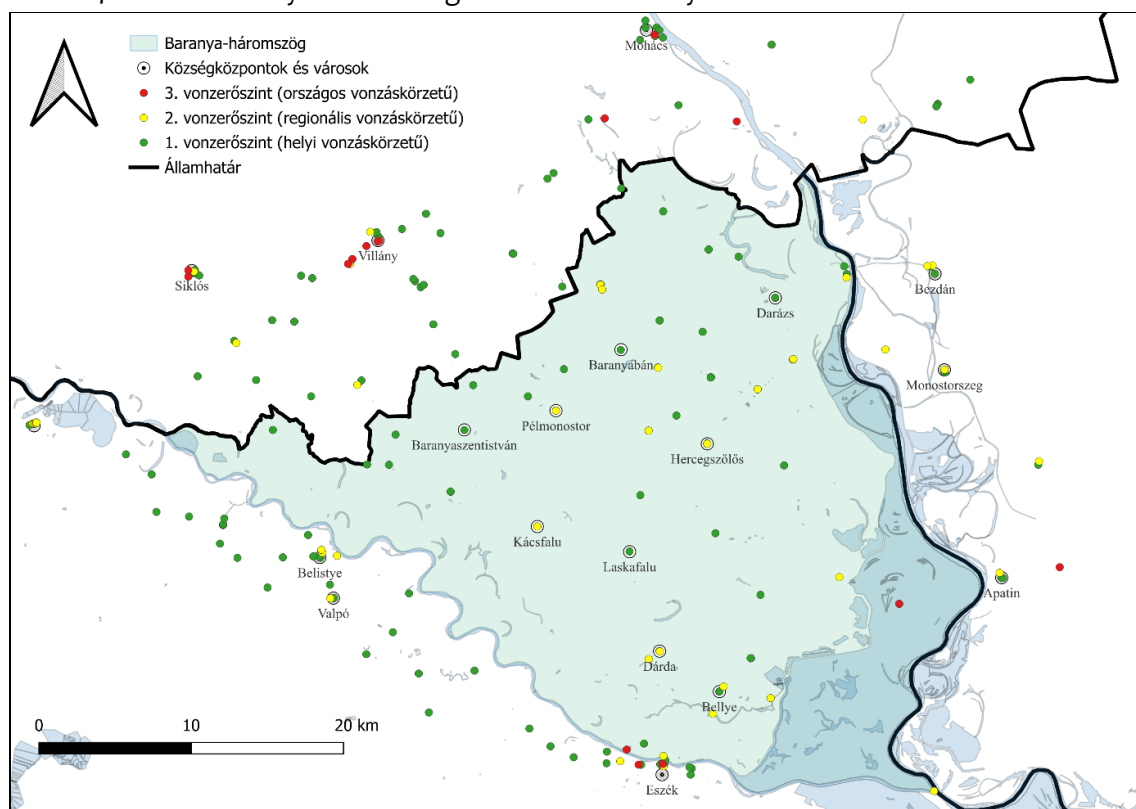
A programot késői indulás és erős pályázati verseny jellemzi. A jelentősebb projektek közé tartozik az Amazon of Europe kerékpáros útvonal fejlesztése – többek között az eszéki látogatóközpont bővítésével és siklósi infrastrukturális beruházásokkal –, valamint a Mohácsot, Belistyt és Eszéket összekapcsoló közös projektek. Az interregionális és transznacionális Interreg-programok (Danube, Central) szintén elérhetők, összetettségük miatt azonban nehezen hozzáférhetők, és jelenleg marginális finanszírozási forrást jelentenek a térség számára. Az egyes programozási időszakok összevetése arra is rámutat, hogy a rendelkezésre álló források növekedése önmagában nem eredményezett automatikusan erősebb területi kohéziót. A projektek jelentős része a nagyobb központok – mindenekelőtt Pécs, Eszék és Mohács – intézményeihez kötődött, miközben a Baranya-háromszög kisebb településeinek közvetlen bevonása korlátozott maradt. A projekt alapú finanszírozás emellett időben szakaszos együttműködésekkel ösztönöz, ezért a létrehozott kapcsolatok és turisztikai termékek fenntarthatósága külön intézményi menedzsmentet igényel. A következő fejlesztési szintet ezért nem egyszerűen több pályázati projekt, hanem az egymástól elkülönülő kezdeményezések közös térségi stratégiába rendezése jelentheti. Ahhoz, hogy a Baranya-háromszög fejlődésében valódi léptékváltás következzen be, integrált fejlesztési programokra van szükség. Ezeket a helyi szereplők bevonásával, a részérdekeken túllépve kell előkészíteni, és stratégiai módon kell kihasználniuk a schengeni térség akadálymentes fizikai és jogi környezetét, valamint a Pannon EGTC koordinációs kapacitását, különösen a bor-, az öko-, a vízi és az örökségturizmus területén.

4.4 Attrakcióelemzés: a turizmus formái és fejlesztési lehetőségeik a Baranya-háromszögben

A turizmus, mint a határon átnyúló együttműködés és a regionális fejlődés eszközének szerepe az Európai Unión belül folyamatosan erősödik (Bujdosó et al., 2015). A Baranya-háromszög esetében Horvátország schengeni csatlakozása és a határellenőrzés megszűnése kedvező feltételeket teremtett a határon átnyúló turisztikai együttműködések számára. A horvát–magyar határon átnyúló együttműködési projektek keretében támogatott turisztikai hálózatokat – például a zöldutakat és különböző

tematikus turisztikai útvonalakat – eredetileg a társadalmi innováció előmozdítása és a szomszédos térségek „jó gyakorlatainak” gyors átvétele érdekében hozták létre (Szabó et al., 2014; Csapó et al., 2015). E kezdeményezések többsége azonban később megfelelő menedzsment hiányában megszűnt, bár egyes elemeik napjainkban is fennmaradtak. A turizmus sem a Baranya-háromszögben, sem Dél-Baranyában nem rendelkezik kiemelkedő jelentőséggel, ugyanakkor a térség számottevő fejlesztési potenciállal bír (4. ábra). Megítélésünk szerint egy összehangolt fejlesztés révén létrehozott közös, határon átnyúló turisztikai desztináció versenyelőnyt és nagyobb nemzetközi vonzerőt biztosíthatna a térség számára.

4. ábra: A Baranya-háromszög és közvetlen környezetének turisztikai attrakciói



Forrás: saját szerkesztés

A régió erős beágyazottsága a magyar társadalmi-kulturális hagyományokba, mérhető ösztönző tényezőt jelenthet a Magyarországról érkező beutazó turizmus számára, különösen akkor, ha a turisztikai termékeket stratégiai módon összekapcsolják a magyar oldalon található közeli, kiemelt desztinációkkal, így Pécs városával, a Villány–Harkány turisztikai térséggel és Moháccsal. E potenciál elsősorban a közös kulturális örökségből és történelmi kapcsolatokból fakad, nem pedig a térségben jelenleg élő magyar nemzetiségű népesség viszonylag alacsony létszámából. A Baranya-háromszög turizmusának vizsgálata arra is rámutat, hogy a regionális turizmus fejlesztése széles körű, többszintű együttműködést igényel (Marton et al., 2016). A desztinációfejlesztés ezért nem merülhet ki az egyes attrakciók létrehozásában vagy korszerűsítésében: szükség van a turisztikai

szolgáltatások, a közlekedési és látogatói infrastruktúra, a marketing, valamint a helyi és térségi szereplők tevékenységének összehangolására is. Ezzel párhuzamosan biztosítani kell a természeti és kulturális erőforrások fenntartható hasznosítását, a helyi közösségek érdekeinek érvényesítését és a térség egységes turisztikai arculatának kialakítását. A határ menti perifériák sajátossága, hogy korábbi zártságuk bizonyos természeti és kulturális értékek fennmaradásához is hozzájárulhatott; a schengeni nyitást követően ezek a korábban nehezebben hozzáférhető erőforrások közös, határon átnyúló turisztikai termékek alapjává válhatnak.

Mindazonáltal a jelentős támogatások ellenére elsősorban a kirándulóforgalom növekedése figyelhető meg, miközben a turisták és a vendégéjszakák száma továbbra is igen alacsony (Zsibók & Egyed, 2024). A Baranya-háromszög turisztikai termékportfóliója sokszínű. Elsősorban a szabadidős turizmushoz kapcsolódik, és – a kulturális turizmus kivételével – nagyrészt természeti erőforrásokra épül. A határ mindkét oldalán azonos terméktípusok jelennek meg, az ezek közötti együttműködés azonban korlátozott, a határon átnyúló együttműködési projektek keretében létrejött partnerségek pedig jellemzően nem maradnak fenn a kötelező projektfenntartási időszakon túl. E termékek összehangolt fejlesztése és egy közös, határon átnyúló desztináció kialakítása teremthetné meg a térség egyedi értékajánlatát, amely a nemzetközi piac érdeklődését is felkeltheti (Spiegler et al., 2023).

A térség turisztikai termékei három fő kategóriába sorolhatók:

- A közös történelmi múltra és örökségi értékekre épülő kulturális turizmus.

A határ menti térségeket gyakran közös történelem, identitás, kultúra, hagyományok és vegyes népesség-összetétel kapcsolja össze (Varga et al., 2025). Ez a megállapítás a vizsgált térségre is nagymértékben érvényes. A Duna mente már a római kortól kezdve fontos katonai útvonalnak számított, és több történelmi korszak örökségi értékei is megtalálhatók a határ mindkét oldalán (például a limes és az oszmán kori emlékek). Ezekre építve a kulturális turizmus tükörprojektek révén is fejleszthető. Főbb résztermékei a következők.

- Örökségturizmus

A térségben jelentős régészeti örökség koncentrálódik, és része a római dunai limes kulturális tájának, amelynek egyes szakaszait 2021-ben felvették az UNESCO világörökségi listájára. A Kiskőszeg–Ilok szakasz (Ad Militare–Cuccium) ugyanakkor továbbra is jelölés alatt áll, és jelenleg csak marginális szerepet játszik a regionális turizmus fejlesztésében. A régészeti maradványok többsége továbbra is mezőgazdasági területeken található, jövőbeli bemutatásuk időzítése és formája pedig egyelőre bizonytalan. Hosszabb távon ezek a helyszínek a térség kulturális turisztikai kínálatának fontos elemeivé válhatnak, kiegészítve a meglévő természeti és kulturális attrakciókat. A „Roman Emperors and Danube Wine – A European Cultural Route” ugyancsak további, jelenleg még alulhasznosított lehetőséget jelenthet a régió szélesebb nemzetközi örökségturisztikai hálózatokba történő integrációjára.

- Sötét turizmus

A térség történeti örökségének jelentős része katonai konfliktusokhoz és határváltozásokhoz kapcsolódik. A mohácsi csata 500. évfordulója különösen erős aktualitást ad ennek a turisztikai terméknek, de a fejlesztési lehetőség nem korlátozódik egyetlen emlékhelyre. A mohácsi csatátér, az oszmán kori hadtörténeti emlékek, valamint a 20. századi konfliktusokhoz kapcsolódó helyszínek együttes értelmezése olyan, határon átnyúló örökségi hálózat kialakítását teszi lehetővé, amely a történeti ismeretterjesztést és a megemlékezést kapcsolja össze. Az egyes helyszínek összehangolt bemutatása és közös marketingje nemzetközi szinten is felismerhető tematikus kínálatot teremthet.

- Fesztiválturizmus

A térség fesztiválkínálata sokszínű, szinte minden településen rendeznek valamilyen gasztronómiai eseményt. Ezek jelenleg elsősorban helyi és regionális vonzerővel rendelkeznek. A programok összehangolásával és közös marketingtevékenységgel nagyobb érdeklődés válhatna elérhetővé. A szellemi kulturális örökség részeként jegyzett mohácsi busójárás a fesztiválturizmus zászlóshajó rendezvénye, és jelentős vonzerőt gyakorolhat a Baranya-háromszög turizmusára is.

- Aktív- és ökoturizmus.

Az aktív- és ökoturizmus területén különösen kedvező lehetőségek kínálkoznak a határon átnyúló fejlesztések számára.

- Kerékpáros turizmus

A térség infrastrukturális adottságai kedvezőek. Két EuroVelo-útvonal, az EuroVelo 13 és az EuroVelo 6 növeli a régió nemzetközi láthatóságát. A látogatói infrastruktúra fejlesztése és a célzott marketing ösztönözheti a határ menti térségek kerékpáros turistáit a régió felfedezésére. Az elektromos kerékpárok terjedésével a célcsoport az idősebb korosztály irányába is bővül, amely számára a Baranya-háromszög kedvező úti célt jelenthet.

- Gyalogos turizmus / zöldutak

Határon átnyúló együttműködési projektek keretében két zöldút jött létre, a Baranya Zöldút és az Ormánság Zöldút. A helyi erőforrásokra épülő fejlesztések hatékonyak lehetnek, megfelelő menedzsmentszervezetek hiányában azonban turisztikai és vidékfejlesztési szerepük korlátozott marad.

- Ökoturizmus

A fejlesztések meghatározó szereplői a Duna–Dráva Nemzeti Park és a Kopácsi-rét Natúrpark. A korábbi határon átnyúló együttműködési projektek erős szakmai együttműködést alapoztak meg, a határ mindkét oldalán kialakított ökoturisztikai kínálat pedig innovatív, és jelentős érdeklődést váltott ki.

- Bor- és gasztronómiai turizmus.

A Baranya-háromszög jelentős szőlészeti és borászati hagyományokkal rendelkezik (Tarnai, 2025). Erre, valamint a térség gazdag gasztronómiai kultúrájára építve egyedi turisztikai kínálat alakítható ki. A bor mellett fontos helyi értéket képvisel a fűszerpaprika, a kulen, valamint a térség hal- és vadételei. A halételek közül különösen a csiptetős ponty

és a csúzai halászlé emelhető ki. A térség többnemzetiségű múltja a gasztronómiai hagyományokban is megjelenik, így a különböző nemzetiségek ételkultúrája szintén a turisztikai kínálat részét képezheti. A helyi gasztronómiai és borászati rendezvények – például a kulenfesztivál, a paprikafesztivál, a kopácsi halfőző rendezvények és a vörösmarti bormaraton – fejlesztése és összehangolása szélesebb körű vonzerőt eredményezhet.

4.5 A helyi társadalom támogató attitűdje a turizmussal és a határon átnyúló együttműködési programokkal kapcsolatban

Kérdőíves vizsgálatunk célja annak feltárása volt, hogy a Baranya-háromszög lakossága miként viszonyul a turizmushoz, a határon átnyúló együttműködésekhez, Horvátország schengeni csatlakozásához, valamint az M6–A5 autópálya-kapcsolat várható hatásaihoz, mind az egyéni életkörülmények, mind pedig a térség egészének fejlődése szempontjából.

- A minta jellemzői.

A kérdőíves vizsgálatban összesen 60 fő vett részt (30 nő, 50,0%; 30 férfi, 50,0%). A válaszadók átlagéletkora 45,3 év volt (22–67 év). A legmagasabb iskolai végzettség tekintetében 2 fő (3,3%) legfeljebb általános iskolai végzettséggel, 3 fő (5,0%) szakiskolai végzettséggel, 7 fő (11,7%) gimnáziumi érettségivel, 16 fő (26,7%) szakközépiskolai vagy technikumi végzettséggel, míg 32 fő (53,3%) felsőfokú vagy annál magasabb végzettséggel (főiskolai, egyetemi vagy doktori fokozattal) rendelkezett. Amint azt a módszertani fejezetben is jeleztük, a hólabda-mintavétel nem eredményez a Baranya-háromszög teljes népességére nézve reprezentatív mintát, amely korlát az iskolai végzettség szerinti megoszlásban is tükröződik. A részvétel önkéntes jellegéből adódóan valószínűsíthető, hogy a turizmus, a határon átnyúló együttműködések, valamint a közlekedési és gazdasági fejlesztések iránt nagyobb érdeklődést mutató személyek magasabb arányban vettek részt a felmérésben, ami magyarázhatja a felsőfokú végzettségű válaszadók felülreprezentáltságát.

- Leíró eredmények.

A válaszadók egy 7 fokú Likert-skálán adták meg válaszaikat (1 = legrosszabb, 7 = legjobb). A leíró statisztikai elemzés alapján a válaszadók összességében mérsékelten pozitívan értékelték a Baranya-háromszög fejlődését (átlag = 4,42), miközben saját jelenlegi gazdasági helyzetükkel kapcsolatban viszonylagos elégedetlenséget fejeztek ki (átlag = 3,87). A turizmus Baranya-háromszögre gyakorolt hatását mérsékelten pozitívan értékelték (átlag = 5,03), ugyanakkor a turizmus saját anyagi helyzetükre gyakorolt hatását kedvezőtlenebbül ítélték meg (átlag = 3,67). A turizmus fejlesztésétől várt előnyök közül, a válaszadók leggyakrabban a helyi infrastruktúra fejlődését (n = 35; 58,3%), a munka- és üzleti lehetőségek bővülését (n = 34; 56,7%), a települési környezet javulását (n = 33; 55,0%), valamint a kulturális és közösségi élet élénkülését (n = 32; 53,3%) emelték ki.

A horvát–magyar és horvát–szerb határ mentén megvalósuló határon átnyúló együttműködések térségre gyakorolt hatását a válaszadók mérsékelten pozitívan értékelték (átlag = 4,28), míg saját életminőségükre gyakorolt hatásukat közepesnek ítélték (átlag = 3,98). A határon átnyúló együttműködésekkel kapcsolatos legfontosabb

várakozások a kulturális és közösségi élet élénkülésére ($n = 33$; 55,0%), a társadalmi kapcsolatháló bővülésére ($n = 31$; 51,7%), a munka- és üzleti lehetőségek javulására ($n = 29$; 48,3%), valamint a helyi infrastruktúra fejlődésére ($n = 26$; 43,3%) irányultak.

Összességében a válaszadók Horvátország schengeni csatlakozását és az M6–A5 autópálya-kapcsolat megvalósulását inkább pozitívan értékelték a Baranya-háromszög fejlődése szempontjából (átlag = 5,20), míg saját életkörülményeikre gyakorolt hatásukat mérsékeltén pozitívnak ítélték (átlag = 4,58).

A leggyakrabban várt hatások között a helyi infrastruktúra fejlődése ($n = 30$; 50,0%), a munka- és üzleti lehetőségek bővülése ($n = 21$; 35,0%), a szolgáltatások elérhetőségének javulása ($n = 19$; 31,7%), a társadalmi kapcsolatháló bővülése ($n = 18$; 30,0%), valamint a helyi lakosság mindennapi életminőségének általános javulása ($n = 18$; 30,0%) szerepelt.

- A nemek közötti különbségek elemzése.

A leíró statisztikai elemzést követően megvizsgáltuk, hogy kimutathatók-e nemek közötti különbségek a Likert-skálás tételekre adott válaszokban. Mivel az adatok nem minden esetben feleltek meg a normalitás feltételeinek, a Mann–Whitney-féle U-próbát alkalmaztunk. Az eredmények egyik vizsgált tétel esetében sem jeleztek statisztikailag szignifikáns különbséget a férfiak és a nők válaszai között (minden esetben $p > 0,05$), a hatásméretek pedig alacsonyak voltak, ami arra utal, hogy az attitűdök nemek szerinti eltérései csekélyek.

- Korrelációs elemzések.

Végül Spearman-féle rangkorrelációs elemzéssel vizsgáltuk a változók közötti összefüggéseket. Az eredmények közepes és erős pozitív korrelációkat mutattak a turizmusfejlesztés, a határon átnyúló együttműködések, a közlekedési infrastruktúra fejlesztése és Horvátország schengeni csatlakozása egyéni, illetve térségi hatásainak megítélése között ($\rho \approx 0,42$ – $0,69$; $p < 0,001$).

Összességében az eredmények arra utalnak, hogy a válaszadók percepciójában a turizmus fejlesztése, a határon átnyúló együttműködések, a közlekedési infrastruktúra javulása és a schengeni csatlakozás szorosan összekapcsolódó tényezőkként jelennek meg mind az egyéni életkörülmények, mind pedig a Baranya-háromszög gazdasági és társadalmi fejlődésének megítélésében.

A félig strukturált interjúk tapasztalatai megerősítették ezeket az eredményeket. Az interjúalanyok hangsúlyozták, hogy a térség gazdasági profilja továbbra is elsősorban mezőgazdasági jellegű, míg a turizmus jelenleg kiegészítő szerepet tölt be. Ugyanakkor több válaszadó is kiemelt olyan potenciális erőforrásokat, amelyek a jövőbeni turizmusfejlesztést támogathatják, köztük a kulturális fesztiválokat és közösségi rendezvényeket, a borturizmust, valamint a térség gazdag történelmi és kulturális örökségét.

Az interjúk alapján a helyi szereplők mindent összevetve ígéretes fejlődési lehetőségként tekintenek a turizmusra, amely ugyan jelenleg még nem meghatározó gazdasági ágazat, hosszabb távon azonban hozzájárulhat a Baranya-háromszög gazdasági szerkezetének diverzifikációjához.

5. Elemzés: A Baranya-háromszög külső és belső környezeti tényezőire épülő fejlesztési TOWS-mátrix

1. táblázat: A Baranya-háromszög külső és belső tényezőire épülő fejlesztési mátrix (TOWS-mátrix)

	Erősségek	Gyengeségek
Lehetőségek	SO-stratégiák (az erősségek kihasználása)	WO-stratégiák (a gyengeségek ellensúlyozása)
1. Európai uniós és nemzeti fejlesztési források (pl. Interreg CBC/Danube/Central, RRF stb.). 2. Klímaadaptáció, zöld átállás és a megújuló energiaforrások hasznosítása. 3. Kulturális és turisztikai fellendülés (Mohács 2026 megemlékezések, Pécs Európa Kulturális Fővárosa címének öröksége, valamint a szelíd turizmus – bor-, kerékpáros, öko- és vízi turizmus – iránti növekvő kereslet). 4. Egységes schengeni térség (Horvátország–Magyarország).	1. Nemzetközi vonzerővel rendelkező közös örökségturisztikai termékek kialakítása a legfontosabb attrakciók összekapcsolásával (pl. Zsolnay Kulturális Negyed Pécsen, mohácsi busójárás, Mohács 500 megemlékezések, eszéki Tvrđa), európai uniós finanszírozású programok révén. 2. Nemzetközi vonzerővel rendelkező integrált bor-, gasztronómiai, öko- és kerékpáros turisztikai termékek fejlesztése (pl. Villány–Siklós Borút és Szlavónia összekapcsolása; Amazon of Europe kerékpáros útvonal; Kopácsi-rét–Béda-Karapancsa ártéri természetvédelmi térség). 3. A határon átnyúló logisztikai csomóponti funkció közös fejlesztése – mohácsi híd és kikötő + Eszéki repülőtér (Pécs–Pogány repülőtér, „Vajdaság Mosolya” autópálya stb.).	1. Közös érdekérvényesítés a hiányzó közlekedési kapcsolatok megvalósításáért a periférikus helyzet mérséklése érdekében (pl. az M60 autópálya összekapcsolása a horvát A13-mal, vajdasági autópálya-fejlesztések, a pécsi repülőtér korszerűsítése). 2. Közös szakképzési programok indítása az elvándorlás mérséklésére, magas hozzáadott értékű helyi termékek – elsősorban élelmiszeripari termékek – előállításának ösztönzésével, a Pécsi Tudományegyetem, az Eszéki Egyetem és a szakképzési központok bevonásával. 3. Közös „Smart-Eco” digitális ökorégió kialakítása – Eszék–Pécs központú digitális platform létrehozása az 5G és az okosturisztikai technológiák alkalmazásával.
Veszélyek	ST-stratégiák (az erősségek védelme)	WT-stratégiák (a veszélyek minimalizálása)
1. Elvándorlás, a népesség elöregedése. 2. Klímaváltozás (aszályok, villámárvizek stb.). 3. Verseny a horvát tengerparttal és a Balatonnal (kedvezőbb árú turizmus). 4. Geopolitikai feszültségek (határforgalom, migráció).	1. Transznacionális horvát-magyar és helyi, települési szintű ifjúságmegtartó programok indítása – Pécs–Eszék startupinkubátor létrehozása és támogatott lakhatási programok bevezetése közsféra-részvétellel. 2. Önálló, közös „Baranya-háromszög” ökoélmény- és szelídturizmus-márka létrehozása és népszerűsítése, amely magában foglalja többek között a Villány–Szlavónia borturizmust, a Kopácsi-rétet, a mohácsi ártéri területeket és a kerékpáros turizmust. 3. A kikötői infrastruktúra további fejlesztése – a kirándulóhajók kikötőinek bővítése Mohácson, Kiskőszegen és Eszéken; ártéri kikötők fejlesztése.	1. Közös horvát-magyar demográfiai paktumprojekt kialakítása – állami részvétellel megvalósuló támogatások és ösztönzők bevezetése a népességcsökkenés mérséklésére. 2. Klímaadaptációs és katasztrófavédelmi paktum létrehozása – horvát-magyar állami és megyei szintű megállapodás az ártéri területek árvízvédelmére és az aszálykezelésre.

Forrás: saját szerkesztés

6. Következtetések

Horvátország schengeni csatlakozása és az M6–A5 autópálya-kapcsolat megvalósulása lehetővé tette, hogy a Baranya-háromszög ismét betöltse történeti kapcsolati szerepét a Duna észak–déli tengelye mentén, és túllépjen az elmúlt évszázadban kialakult periférius zsákhelyzetén. A 20. század birodalmi átrendeződései, konfliktusai és fizikai határlezárásai után a fizikai és politikai akadályok lebontása történelmi jelentőségű reintegrációs lehetőséget teremt. E lehetőség kihasználása azonban nem automatikus.

Eredményeink azt mutatják, hogy a javuló autópálya-kapcsolatok és a schengeni nyitás önmagukban nem oldják meg a tartós elszigeteltségből fakadó társadalmi-gazdasági problémákat; ezek a felzárkózás szükséges, de nem elégséges feltételeit jelentik. A meghatározó tényező a geopolitikai reintegráció intézményi menedzselése.

Ehhez az EGTC-hez és az Interreg-programokhoz kapcsolódó együttműködési keretek megerősítésére, az állami, megyei és helyi szintek összehangolt kormányzására, valamint egy integrált, határon átnyúló fejlesztési program megvalósítására van szükség, amely a részérdekeken túlmutató közös célokat fogalmaz meg. A turizmusfejlesztési program gyakorlati pillére egy közös térségi márka kialakítása, a határon átnyúló marketing folyamatos fenntartása, valamint a helyi önkormányzatok, turisztikai szolgáltatók, szakmai és civil szereplők intézményes bevonása lehet. Ez biztosíthatná, hogy az együttműködés ne kizárólag időszakos projektekhez kötődjön, hanem tartós desztinációmenedzsmentté fejlődjön.

A helyi társadalom mérsékelten pozitív és támogató attitűdje – amely a 7 fokú skálán jellemzően 4–5 közötti értékekben jelent meg –, valamint a félig strukturált interjúk tapasztalatai arra utalnak, hogy a határon átnyúló együttműködésekre épülő turizmusfejlesztési kezdeményezések társadalmi legitimitással rendelkeznek. Ugyanakkor a lakosság kézzelfogható eredményeket vár a munkahelyteremtés, a vállalkozási lehetőségek bővülése, az infrastruktúra fejlesztése és az életminőség javulása terén. A korrelációs eredmények azt mutatják, hogy a lakosok a turizmust, a határon átnyúló együttműködések, a schengeni csatlakozást és az M6–A5 autópályát egy közös fejlődési pálya egymást erősítő elemeiként érzékelik, ami kedvez a komplex, több elemből álló turisztikai stratégiák elfogadottságának.

A TOWS-mátrix és empirikus eredményeink elemzése egyértelműen a sötét turizmust, a kerékpáros hálózatok bővítését, a borturizmust és az ökoturizmust azonosítja olyan, helyi adottságokra épülő fejlesztési irányokként, amelyek reálisan illeszkednek a Baranya-háromszög sajátosságaihoz. E turisztikai formák összekapcsolása egy fenntartható és diverzifikált turisztikai modell kialakítása felé mutat, amely részben mérsékelheti az elvándorlás és a népesség elöregedésének hatásait, még ha az alapvető demográfiai és strukturális problémákat teljes mértékben nem is képes ellensúlyozni. A Baranya-háromszög jövőbeli sikere azon múlik, hogy képes-e a geopolitikai nyitottságot és az infrastrukturális fordulópontot közösen megfogalmazott, határon átnyúló jövőképpé és hatékony intézményi együttműködési keretké alakítani. A turizmus történetileg új, ugyanakkor gyorsan integrálódó funkcióként jelenik meg a térség gazdaságában és

önképében. A Duna felé orientált kapcsolati szerep „visszanyerése”, valamint az intelligens, örökségközpontú desztinációfejlesztés együttesen jelöli ki a régió hosszú távú fejlődési pályáját Trianontól Schengenen át a jövő felé.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány az OTKA K 146585 számú, „Magyarország és a Nyugat-Balkán” című projekt és a Pécsi Tudományegyetem támogatásával készült.

Kutatási előzmény

Jelen tanulmány Wittmann Tamás, Gonda Tibor, Merza Péter és Pap Norbert *From Closed Border to Tourism Destination: The Baranja Triangle's Transformation from Trianon to Schengen* című, a *Geojournal of Tourism and Geosites* folyóiratban 2026-ban megjelent tanulmányának kutatási eredményeire épülő, kibővített és átdolgozott magyar nyelvű változata.

Irodalomjegyzék

- Atkinson, R. & Flint, J. (2001). Accessing hidden and hard-to-reach populations: Snowball research strategies. *Social Research Update*, 33: 1–4.
- Bali, L. & Matuczka, B. (2021). A délszláv „nemzetállam” viszonya a magyar nemzetiséghez különös tekintettel a Drávaszögre és a Muravidékre. *Mediterrán Világ*: 1–9.
<https://real.mtak.hu/130169/>
- Bujdosó, Z., Dávid, L., Varga, D., Zhakupov, A., Gyurkó, A., & Péntzes, J. (2015). Tourism development and cross border cooperation in the Hungarian-Romanian border region. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 2 (16): 154–164.
- Csapó, J. & Marton, G. (2010). The role and importance of spa and wellness tourism in Hungary's tourism industry. *Czech Journal of Tourism*, 6 (1): 3–12. DOI: 10.1515/cjot-2017-0003
- Csapó, J., Szabó, G., & Szabó, K. (2015). From eco lodges to Baranya Greenway: Innovative rural tourism product brands in South Transdanubia. *Acta Geographica Universitatis Comenianae*, 59 (2): 203–217.
- Gallup (2017). *Balkans: Harm from Yugoslavia breakup?* Public opinion poll data, Gallup News.
- 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
- Hajdú, Z. (2011). A Baranya-háromszög területi-közigazgatási integrálásának kérdései Jugoszláviában: 1918–1945. *Közép-Európai Közlemények*, 4 (3–4): 81–90.
- Hall, M. C. & Williams, A. M. (2008). *Tourism and innovation*. London: Routledge. DOI: 10.4324/9780203938430
- Hardi, T. (2012). *Duna-stratégia és regionális fejlődés*. Budapest: Akadémiai Kiadó.

- Hoarau-Heemstra, H. (2011). *Innovation in the experience economy: An open-innovation framework for nature-based tourism experience*. Paper presented at the OLKC conference, Hull, UK.
- Kozak, M. & Buhalis, D. (2019). Cross-border tourism destination marketing: Prerequisites and critical success factors. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14: 100344. DOI: 10.1016/j.jdmm.2019.100392
- Lang, T. (2015). Socio-economic and political responses to regional polarisation and socio-spatial peripheralisation in Central and Eastern Europe: A research agenda. *Hungarian Geographical Bulletin*, 64 (3): 171–185. DOI: 10.15201/hungeobull.64.3.2
- Lőrincz, K., Szabó, M., & Agárdi, I. (2023). „Semmi különös? A Bakony ékkövei” társadalmi innováció és hálózatos együttműködés a VEB2023 programban. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 8 (1): 41–56. DOI: 10.15170/TVT.2023.08.01.03
- Marien, A. & Papp, A. (2024). A turisztikai szolgáltatásokkal való fogyasztói elégedettség és lojalitás kapcsolata a value co-creation folyamatában. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 9 (3): 7–27. DOI: 10.15170/TVT.2024.09.03.01
- Marinac, A., Budić, H., & Ergović, A. (2025). Spatial conditionality of tourism supply with a focus on smart destinations: The case of Croatia and the European perspective. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 61 (3): 1952–1958. DOI: 10.30892/gtg.61352-1562
- Marton, G., Raffay, Z., Prisztóka, Gy., Raffay, Á., & Kiss, R. (2016). A Dráva-mente, mint határmenti, periférikus tér turizmusfejlesztésének problémái. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 1 (2): 34–48.
- Marton, G., Raffay, Z., Varga, S. K., Barcza, A., & Gonda, T. (2021). Specific problems of tourism development in the Hungarian areas of the Dráva regions. *Podravina: Časopis za Multidisciplinarna Istraživanja*, 20 (39): 179–191.
- Matznetter, J. (1979). Border and tourism: Fundamental relations. In: *Tourism and borders: Proceedings of the meeting of the IGU Working Group - Geography of Tourism and Recreation*. Frankfurt: Institut für Wirtschafts- und Sozialgeographie der Johann Wolfgang Goethe Universität, pp. 61–73.
- Michalkó, G., Kenesei, Z., Kiss, K., Kolos, K., Kovács, E., & Pinke-Sziva, I. (2018). Társadalmi innováció a turizmus kontextusában. *Turizmus Bulletin*, 18 (1): 45–54. DOI: 10.14267/TURBULL.2018v18n1.5
- Nagy, G. & Aubert, A. (2025). A turisztikai térségek hálózatteremtő szereplőinek elemzése. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 10 (1): 7–26. DOI: 10.15170/TVT.2025.10.01.01
- Nagy, K. (2022). Értékteremtés és társadalmi innovációs kompetenciák a kulturális útvonalak együttműködési rendszerében. In: *Marketingkaleidoszkóp 2022*. Miskolc: Miskolci Egyetem, pp. 91–118.
- Nagy, K. (2014). A turisztikai innovációk sajátosságai. In: *Marketingkaleidoszkóp 2014*. Miskolc: Miskolci Egyetem, pp. 59–72. DOI: 10.13140/2.1.2538.3204
- Nemes, N. & Happ, E. (2024). Possibilities of creating cross-border tourist destinations in East-Central Europe. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 55 (3): 1066–1075. DOI: 10.30892/gtg.55308-1280

- Pámer, Z. (2019). Magyarország és Horvátország határon átnyúló együttműködésének vizsgálata a két ország területi kormányzási rendszerének tükrében. *Tér és Társadalom*, 33 (2): 149–166. DOI: 10.17649/TET.33.2.3148
- Pentz, M. (2023). A vidéki örökségi értékek innovatív turisztikai hasznosítási lehetőségei a tematikus utak segítségével. *Területfejlesztés és Innováció*, 16 (1): 23–33. DOI: 10.15170/terinno.2023.16.01.03
- Pirisi, G. & Reményi, P. (2008). Corridor V/C – Infrastructural development = regional development? A possible Hungarian perception. In: *Utjecaj prometa na regionalni razvoj: Traffic influence of the regional development*. Koper: Univerza na Primorskem, pp. 69–74.
- Reményi, P. (2008). A Nyugat-Balkán kapuvárosai. A Pécs–Eszék várospár. In: *Magyarok a Kárpát-medencében*. Szeged: SZTE, pp. 367–376.
- Ryden, K. C. (1993). *Mapping the invisible landscape: Folklore, writing, and the sense of place*. Iowa City, USA: University of Iowa Press. DOI: 10.17077/0003-4827.9949
- Síkfői, T. (2011). Duna-Dráva-Száva Eurorégió: A mellőzött lehetőség. *Európai Tükör*, 16 (1): 60–66.
- 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
- Studzieniecki, T. & Mazurek, T. (2007). How to promote a cross-border region as a tourism destination – the case study of the bug Euroregion. *Tourism Review*, 62 (1): 34–38. DOI: 10.1108/16605370780000160
- Szabados, Y. & Merza, P. (2023). A hozzáférhető turizmus – kitekintő Baranya vármegye turisztikai kínálatának elérhetőségére. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 8 (4): 49–62. DOI: 10.15170/TVT.2023.08.04.03
- Szabó, G., Csapó, J., & Szabó, K. (2014). The Baranya Greenway as thematic tourism product and regional brand in cross-border cooperation. *Geographica Timisiensis*, 23 (2): 27–38.
- Székely, A. B. (2014). A megmaradás krónikása. In: *Drávaszög és Szlavónia*. Pilisvörösvár: Muravidék Baráti Kör Kulturális Egyesület, pp. 22–29.
- Tarnai, A. (2025). A drávaszögi borászat és borturizmus fejlődése a 20. század második felétől napjainkig. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 10 (3): 27–45. DOI: 10.15170/TVT.2025.10.03.02
- Timothy, D. J. (2000). Borderlands: An unlikely tourist destination? *IBRU Boundary and Security Bulletin*, 8 (1): 57–65.
- Tóth, B., Vida, G., Lados, G., & Kovács, Z. (2020). The potentials of cross-border tourism development in the Lower-Tisa valley. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 28 (1): 360–375. DOI: 10.30892/gtg.28128-475
- Varga, T., Csóka, L., Kiss, R., Raffay, Z., & Marton, G. (2025). The role of festivals in tourism in the Drava region. *Podravina: Časopis za Multidisciplinarna Istraživanja*, 24 (47): 98–110.

- Végh, A., Pap, N., & Reményi, P. (2021). Hidak nélkül – a Dráván túl: A baranyai államhatár jelentősége. In: *Elfolyó és elfogyó vizeink nyomában. Vízproblémák Közép-Európában és a Balkánon*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar, pp. 73–98.
- Wastl-Walter, D. (2009). Borderlands. In: *International encyclopedia of human geography* 1. Amsterdam: Elsevier, pp. 332–339. DOI: 10.1016/B978-008044910-4.00760-4
- Wittmann, T., Gonda, T., Merza, P., & Pap, N. (2026). From closed border to tourism destination: The Baranja Triangle's transformation from Trianon to Schengen. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 67 (3): 1926–1935. DOI: 10.30892/gtg.67309-1821
- Zaitseva, N. A., Korneevets, V. S., Kropinova, E. G., Kuznetsova, T. Y., & Semenova, L. V. (2016). Cross-border movement of people between Russia and Poland and their influence on the economy of border regions. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6 (4): 1690–1695.
- 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

- Európai Bizottság (2017). *My region, my Europe, our future: Seventh report on economic, social and territorial cohesion*. Publications Office of the European Union, Luxembourg. https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/reports/cohesion7/7cr.pdf/ (2026.07.01.)
- EuroVelo (2025). *EuroVelo 13 – Iron Curtain Trail*. <https://en.eurovelo.com/ev13/> (2026.07.01.)
- Interreg Slovenia-Hungary Program (2025). *From Mill to Mill project*. http://www.si-hu.eu/2127/p2_from-mill-to-mill_home/ (2026.07.01.)
- Interreg V-A AT-HU Program (2025). *PaNaNet+ – Cross-border ecological network in the Austrian–Hungarian border region*. <https://www.interreg-athu.eu/hu/pananetplus/> (2026.07.01.)



STRATÉGIAI REZILIENCIA ÉS A VÁLTOZÁSMENEDZSMENT KIHÍVÁSAI: A SOPRON–FERTŐ ÉS A NEUSIEDLER SEE RÉGIÓK TURISZTIKAI TELJESÍTMÉNYÉNEK KOMPARATÍV VIZSGÁLATA

¹Horváth-Vargyas Daniella, ²Keresztes Gábor ✉

¹PhD-hallgató, Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar;

VargyasDaniella@phd.uni-sopron.hu, ORCID: 0009-0007-9132-1406

²Egyetemi docens, Soproni Egyetem, Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Kar;

keresztes.gabor@uni-sopron.hu, ORCID: 0009-0002-3304-351X

ABSZTRAKT

A turisztikai szektor folyamatosan változó, turbulens gazdasági környezetben törekszik a fenntartható növekedésre és a stratégiai rezilienciára. Kutatásunk a Sopron–Fertő (Magyarország) és a Neusiedler See (Ausztria) turisztikai térségek KKV-szektorba tartozó szálláshely-szolgáltatóinak alkalmazkodóképességét vizsgálja a 2018–2025 közötti időszakban. A tanulmány célja a két szomszédos régió turisztikai teljesítményének összehasonlítása. A komparatív kvantitatív elemzés a vendégérkezések, a vendégéjszakák és a szezonális alakulását vizsgálja, feltárva a magyar és az osztrák oldal stratégiai alkalmazkodása közötti különbségeket. Az előzetes eredmények szerint a két régió turisztikai teljesítménye eltérő rezilienciát mutat. Magyarországon lassabb, Ausztriában gyorsabb helyreállítás figyelhető meg a COVID-19 és az energiaválság után. Az eredmények rámutatnak a helyi menedzsment alkalmazkodóképességének, valamint a digitalizáció, a fenntarthatóság és az MI-vel támogatott adatvezérelt döntéshozatal jelentőségére a KKV-k hosszú távú versenyképességének erősítésében.

Kulcsszavak: határmenti turisztikai teljesítmény, stratégiai reziliencia, turisztikai KKV-k, változásmenedzsment

Benyújtva: 2026. július 3.

Befogadva: 2026. szeptember 18.

Publikálva: 2026. október 12.

Ez a mű a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 nemzetközi licence-feltételeinek megfelelően használható fel.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



STRATEGIC RESILIENCE AND THE CHALLENGES OF CHANGE MANAGEMENT: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE TOURISM PERFORMANCE OF THE SOPRON–FERTŐ AND NEUSIEDLER SEE REGIONS

¹Daniella Horváth-Vargyas, ²Gábor Keresztes✉

¹PhD student, University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics;

VargyasDaniella@phd.uni-sopron.hu, ORCID: 0009-0007-9132-1406

²Associate professor, University of Sopron, Alexandre Lamfalussy Faculty of Economics;

keresztes.gabor@uni-sopron.hu, ORCID: 0009-0002-3304-351X

ABSTRACT

The tourism sector operates in a continuously changing and turbulent economic environment, striving to achieve sustainable growth and strategic resilience. This study examines the adaptive capacity of SME accommodation providers in the Sopron–Fertő (Hungary) and the Neusiedler See (Austria) tourism regions over the period 2018–2025. The aim of the study is to compare the tourism performance of these neighbouring regions. The comparative quantitative analysis investigates trends in guest arrivals, guest nights, and seasonality, identifying the main differences in strategic adaptation between the Hungarian and Austrian sides. Preliminary results indicate that the two regions exhibit different levels of tourism resilience. Recovery has been slower in Hungary, while Austria has experienced a faster recovery following the COVID-19 pandemic and the energy crisis. The findings highlight the importance of local management adaptability, as well as the roles of digitalisation, sustainability, and AI-supported data-driven decision-making in strengthening the long-term competitiveness of tourism SMEs.

Keywords: cross-border regional tourism performance, strategic resilience, tourism SMEs, change management

Received: 3 July 2026

Accepted: 18 September 2026

Published: 12 October 2026

This open access article may be used under the international license terms of CC BY-NC-ND 4.0.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



1. Bevezetés

A turizmus a globális gazdaság egyik legérzékenyebb ágazata, amely különösen kitett a külső sokkhatásoknak és a gazdasági, társadalmi, valamint környezeti bizonytalanságoknak (Ritchie, 2004). A COVID-19 világjárvány és az azt követő energiaválság rámutatott arra, hogy a turisztikai desztinációk működése nem csupán a kereslet alakulásától, hanem a rendszerszintű alkalmazkodóképességtől is függ. A válságok következtében a korábban stabilnak tekintett turisztikai modellek is sérülékennyé váltak, ami előtérbe helyezte a stratégiai reziliencia szerepét.

A reziliencia a turizmusban nem pusztán a sokkhatások utáni helyreállítás képességét jelenti, hanem egy komplex alkalmazkodási folyamatot, amely magában foglalja a keresleti struktúra átalakulását, a működési modellek újragondolását, valamint a piaci és technológiai változásokhoz való igazodást (Martin & Sunley, 2015). Ennek következtében a turisztikai teljesítmény értékelése egyre inkább túlmutat a hagyományos volumenmutatókon, és szükségessé válik a dinamikus, többdimenziós megközelítés alkalmazása (Hall et al., 2018).

A határmenti térségek különösen alkalmasak a reziliencia vizsgálatára, mivel hasonló természeti és földrajzi adottságok mellett eltérő intézményi, gazdasági és szabályozási környezetben működnek. A Sopron–Fertő (Magyarország) és a Neusiedler See (Ausztria) régiók ilyen szempontból ideális összehasonlítási alapot kínálnak: miközben ökológiaileg és turisztikai kínálatukat tekintve egységet alkotnak, a két ország eltérő gazdaságpolitikai és turizmusirányítási rendszere jelentős különbségeket eredményezhet a válságkezelési stratégiákban és azok eredményességében.

A meglévő szakirodalom döntően leíró jellegű, és elsősorban a válságérzékenység közvetlen hatásaira, valamint az azokat követő helyreállási folyamatokra fókuszál, miközben jóval kevesebb figyelem irányul a rendszerszemléletű, desztinációs szintű hatásvizsgálatokra (Ioannides & Stoffelen, 2025). Jelen kutatás ezt a hiányt kívánja részben pótolni azáltal, hogy kvantitatív adatokra építve vizsgálja a turisztikai reziliencia eltérő mintázatait a Sopron–Fertő és a Neusiedler See határmenti régiópár esetében.

A tanulmány célja annak feltárása, hogy a vizsgált régiók miként alkalmazkodtak a közelmúlt globális sokkhatásaihoz, valamint, hogy az eltérő keresleti szerkezet, szezonális és működési sajátosságok miként befolyásolták a helyreállítás dinamikáját. A vizsgálat megkezdésekor az alábbi kutatási kérdéseket és hipotéziseket állítottuk fel:

- Q1: Milyen különbségek figyelhetők meg a Sopron–Fertő és a Neusiedler See régiók turisztikai rezilienciájában a 2018–2025 közötti időszakban?
- Q2: Milyen kapcsolat figyelhető meg a nemzetközi kereslet regenerációja és a turisztikai teljesítmény helyreállása között?
- Q3: Milyen kapcsolat mutatható ki a szezonális és a turisztikai teljesítmény helyreállása között?
- H1: Az osztrák turisztikai régió gyorsabb helyreállási pályát mutat, mint a magyar régió.

- H2: A nemzetközi kereslet nagyobb mértékű regenerációja kedvezőbb helyreállási teljesítménnyel jár együtt.
- H3: A magasabb szezonális koncentráció negatívan befolyásolja a turisztikai rezilienciát.

2. Szakirodalmi áttekintés

A COVID–19 pandémia és az energiaválság rámutatott a turisztikai KKV-k sérülékenységre. A kisebb vállalkozások méretükből, korlátozott erőforrásaikból és a kockázatkezelési eszközökhöz való nehézkes hozzáférésükből fakadóan szignifikánsan kitettebbek a válságoknak, ami a hagyományos válságkezelési megközelítések újragondolását és a KKV-specifikus rezilienciastratégiák feltárását igényli (Rastegar et al., 2023). A hazai kutatások rávilágítanak, hogy a KKV-k talpra állásának kulcsa a gyors alkalmazkodás, a digitális technológiák adaptációja, valamint a rugalmas szervezeti kultúra fejlesztése (Varga et al., 2023).

A rezilienciát a szakirodalom többdimenziós fogalomként értelmezi, amely túlmutat a válságokat követő helyreállítás képességén. Hall et al. (2018) szerint a reziliens desztinációk nem csupán képesek visszatérni korábbi működési szintjükre, hanem a válságtapasztalatokra építve képesek a szervezeti tanulást, az innovációt és a hosszú távú alkalmazkodást megvalósítani. A turisztikai reziliencia jelentősége különösen a desztinációkat érő külső sokkhatások kapcsán értékelődött fel. Gonda (2022) hangsúlyozza, hogy a fogadóterületek rezilienciája azok ellenálló- és alkalmazkodóképességével szorosan összefügg, ezért a turisztikai desztinációk hosszú távú fenntarthatóságának vizsgálatában a reziliencia egyre fontosabb megközelítéssé válik. Lew (2014) hangsúlyozza, hogy a desztinációk ellenállóképessége az adaptációs kapacitás fejlesztésében is mérhető, amely lehetővé teszi, hogy mind az előre látható, mind a váratlan sokkhatások után a megváltozott körülményekhez igazodva, új működési egyensúlyt alakítson ki, és ezzel jobb pozícióba kerüljön. Prayag (2018) kiemeli, hogy a reziliencia egy dinamikus folyamat, amelyben az intézményi háttér, az együttműködési hálózatok és a stratégiai döntéshozatal egyaránt meghatározó a rendszer válságkezelő képességének formálásában.

A desztinációk válságállóságában kulcsszerepe van az integrált turizmuspolitikának, és azon belül a nemzeti turizmusfejlesztési stratégiának, mint összehangoló eszköznek (Haxton, 2015). A Sopron–Fertő és a Neusiedler See régiók kiválóan reprezentálják az intézményi aszimmetriát, amit az eltérő szabályozási környezet és szemléletmód eredményez. A határ közelsége Sopron gazdasági és turisztikai fejlődését hosszabb távon is meghatározta. Bertalan (2020) rámutat arra, hogy a város fejlődési pályájában jelentős szerepet játszott az osztrák kereslet, amely többek között az egészség- és bevásárlóturizmus fejlődésére is ösztönzőleg hatott. Magyarországon a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 (1747/2017. (X.18) Korm. határozat) 2021-ben (MTÜ, 2021), majd 2023-ban (MTÜ, 2023) is átdolgozásra került. Ausztria Szövetségi Gazdasági, Energiaügyi és Turisztikai Minisztériuma 2019-ben (BMWET, 2019) adta ki a hosszú távú

fejlesztési céljait tartalmazó Plan T nevű Turisztikai Fejlesztési Tervét, amely évenkénti kiegészítő akciótervekkel biztosítja a gyors piaci alkalmazkodást. A legfontosabb különbség, hogy míg az osztrák egy rugalmas fenntarthatósági és partnerségi keretrendszerre épül, addig a magyar NTS2030 inkább centralizált, növekedésorientált logikát követ, ami lassabb alkalmazkodást eredményezhet. Ugyanakkor mindkét stratégia központi elemként kezeli a fenntarthatóságot, a minőségjavítást és a tudatosság elmélyítését keresleti és kínálati oldalon egyaránt, mely szempontok megvalósítása elősegítheti az ellenállóképesség növekedését.

A stratégiai dokumentumok, valamint a szakirodalom alapján a turisztikai reziliencia a rendelkezésre álló erőforrások mellett az intézményi koordináció rugalmasságától is függ. Ritchie (2004) szerint a sikeres válságkezelés alapja az előzetes stratégiai felkészülés, a gyors döntéshozatal és az érintett szereplők együttműködése. Ezt igazolják Biggs et al. (2012) eredményei is, akik szerint különösen a turisztikai KKV-k esetében növeli a rezilienciát a tudásmegosztás, a hálózatos együttműködés és a diverzifikált piaci jelenlét. A decentralizált, hálózatos turizmusirányítás gyorsabb adaptációt tesz lehetővé válsághelyzetekben, míg a centralizált rendszerek esetében a döntéshozatal gyakran kevésbé rugalmas (Ritchie, 2004). A határmenti turisztikai térségek esetében különösen fontos a különböző intézményi környezetek összehangolása, mivel az eltérő szabályozási rendszerek önmagukban is befolyásolják a desztinációk alkalmazkodóképességét. Emellett Ioannides & Stoffelen (2025) is megerősítik, hogy a határmenti desztinációk esetében a reziliencia növelése szorosan összefügg a közösségi szintű tervezéssel és a helyi gazdasági hálózatok megerősítésével.

A hosszú távú alkalmazkodásban meghatározó a stratégiai szemléletű, innovatív vezetői kompetenciák minősége is. A pandémia idején felértékelődött a munkavállalói kompetenciák fejlesztése (Kópházi, 2020) a stabil működés érdekében, különösen a fenntarthatósághoz köthetően (Bianchi et al., 2022). Emellett az alkalmazkodóképesség egyre inkább összefonódik a technológiai felkészültséggel. A legújabb kutatások szerint a digitális transzformáció és az innovációs képességek alapvető pillérei az új korszakban elvárt szervezeti rezilienciának (Cardoso et al., 2025). A mesterséges intelligencia korában a gépi tanulás és a prediktív analitika nemcsak a reziliens és fenntartható desztinációk menedzsmentjét támogatja, hanem javítja a KKV-k adatvezérelt döntéshozatalát és elősegíti a költségek okozta nyomás csökkentését (Marino-Romero et al., 2026).

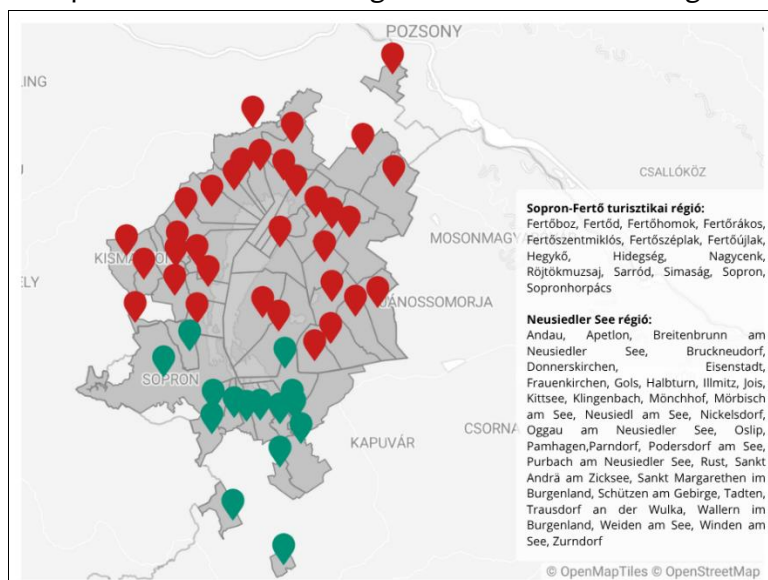
A tanulmány a rezilienciát a regionális gazdasági és turisztikai rendszerek alkalmazkodóképességeként értelmezi, amely magában foglalja a sokkhatásokkal szembeni ellenállást, a kilábalás sebességét és az adaptív megújulás képességét (Martin & Sunley, 2015). A turisztikai reziliencia a felsorolt dimenziók mentén ragadhatók meg: ellenállóképesség, helyreállítás, valamint adaptáció és átalakulás. Jelen kutatás e dimenziók közül elsősorban a helyreállási dinamika (recovery) és a strukturális alkalmazkodás empirikus mérésére fókuszál, kvantitatív indikátorok segítségével. A reziliencia operacionalizálása a vendégforgalmi mutatók változásán, a keresleti szerkezet átalakulásán, valamint a szezonális mintázatok módosulásán keresztül történik.

3. Módszertan

A tanulmány a Központi Statisztikai Hivatal (továbbiakban: KSH), a Magyar Turisztikai Ügynökség, a Statistik Austria és az Amt der Burgenländischen Landesregierung Statistik Burgenland (továbbiakban: Statistik Burgenland) által közzétett szekunder adatokon alapul. A válságok hatásait a kereskedelmi szálláshelyek 2018. január és 2025. december közötti havi vendégérkezéseinek és vendégéjszakáinak keresztül elemeztük, amelyekből az átlagos tartózkodási időt és a szezonálitási mutatókat is származtattuk.

A burgenlandi tartományi és régiós adatokat a Statistik Burgenland (Amt der Burgenländischen Landesregierung, s.a.), míg az országos adatokat a STATcube adatbázisából (Statistik Austria, s.a.) nyertük. Makroszinten Magyarországot Ausztriával, mezoszinten Győr-Moson-Sopron megyét Burgenland tartománnyal, mikroszinten pedig a Sopron–Fertő turisztikai térséget a Neusiedler See régióval vetettük össze. A magyar oldalon a Sopron–Fertő turisztikai térség lehatárolása a 429/2020. (IX. 14.) Korm. rendelet 1. mellékletén alapul, míg az osztrák oldalon a Neusiedler See régió területi lehatárolását a Burgenland turisztikai statisztikai jelentéseiben alkalmazott regionális besorolás alapján határoztuk meg, ezek alapján a vizsgált terület 33 települést foglal magába (1. ábra).

1. ábra: A Sopron–Fertő turisztikai régió és a Neusiedler See régió települései



Forrás: saját szerkesztés

Bár a két vizsgált térség földrajzilag összefügg, ugyanakkor eltérő gazdasági, turisztikai és térszerkezeti adottságokkal rendelkeznek. A Neusiedler See régió turizmusa szorosan a Fertő tóhoz és a világörökségi kultúrtájhoz kapcsolódik, miközben a természetturizmus, a kerékpáros turizmus és a szabadterei rekreáció fontos szerepet tölt be a térség turisztikai kínálatában (Amt der Burgenländischen Landesregierung, 2026). A Sopron–Fertő térség turisztikai kínálata ezzel szemben erőteljesen épít a kulturális és örökségi értékekre, a Fertő táj természeti adottságaira, valamint a térség településeinek változatos turisztikai vonzerőire (Makra & Szabó, 2020). A két régió eltérő turisztikai profilja és keresleti

szerkezete a helyreállítás ütemét is befolyásolhatta, ezért az eredmények értelmezése során kutatási korlátként veendő figyelembe.

Magyarországon a turisztikai területek lehatárolása 2020-ban módosult a 429/2020. (IX. 14.) Korm. rendelet hatályba lépésével. A korábbi Sopron–Kőszeghegyalja kiemelt üdülőkörzetből Bük városának és vonzáskörzetének leválasztásával létrejött a Sopron–Fertő turisztikai térség (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2020). A KSH adatbázisaiban 2022 májusáig a korábbi (KSH, s.a.a), 2021. januártól az új lehatárolás szerinti (KSH, s.a.b) adatok érhetők el, az összehasonlíthatóságot és folytonosságot egyedi KSH adatigényléssel (2018.01.–2021.12.) biztosítottuk (KSH, 2026).

Fontos kiemelni, hogy Magyarországon 2021-ben az adatgyűjtésben (vendégérkezések, vendégéjszakák) is módszertani váltás történt azzal, hogy a kötelezett szálláshelyek már nem az Országos Statisztikai Adatfelvételi Program (továbbiakban: OSAP) keretében szolgáltatnak adatot manuálisan, hanem a Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központból (továbbiakban: NTAK) hívja le automatikusan a KSH. Megbízhatósági szempontból jelentős ez a változás, hiszen így egy naprakész, torzításoktól mentes adatbázis áll a döntéshozók és kutatók rendelkezésére. Tekintettel az átmeneti időszakra, illetve arra, hogy a 2021. évre OSAP és NTAK alapú adatfeldolgozás és adatközlés is történt a KSH részéről, az NTAK alapú adatokat vettük figyelembe az elemzésnél. A torzítások mértékének csökkentése érdekében a 2018–2020. évi mutatók adatait havonta, térség- és származásspecifikusan korrigáltuk a 2021. évi NTAK- és OSAP-adatok hányadosával.

A nemzetközi összehasonlíthatóság érdekében közös vizsgálati halmazként a statisztikai értelemben vett kereskedelmi-szálláshelyeket elemeztük, az osztrák adatokat a KSH módszertana (KSH, 2024) szerint összesítettük.

A rendelkezésünkre álló adatokat az IBM SPSS 31.0.2.0 (126) statisztikai elemzésre szolgáló szoftverben dolgoztuk fel. A statisztikai elemzések során Pearson-féle korrelációt alkalmaztunk a változók közötti kapcsolat vizsgálatára. Az alacsony elemszámra tekintettel az eredmények értelmezése során a leíró statisztikai megközelítés dominál. A vizsgálat során alkalmazott indikátorok helyreállási, keresletszerkezeti, szezonálitási és tartózkodási időhöz kapcsolódó mutatókra oszthatók. Az indikátorrendszer részben a turisztikai szakirodalomban is alkalmazott mutatókra, így az átlagos tartózkodási időre (ALOS) (Lengyel, 2004) és a szezonálitás mérésére szolgáló Gini-együtthatóra (Lőrincz & Sulyok, 2017) épül, részben pedig a kutatás céljainak megfelelően kialakított, a turisztikai reziliencia különböző dimenzióit mérő származtatott mutatókra:

- Pandémiás visszaesés = $100 - ((\text{vendégéjszakák száma a 2020. évben} / \text{vendégéjszakák száma a 2019. évben}) \times 100)$;
- Volumenindex = $(\text{vendégérkezések száma a 2025. évben} / \text{vendégérkezések száma a 2019. évben}) \times 100$;
- Helyreállási index = $(\text{vendégéjszakák száma a 2025. évben} / \text{vendégéjszakák száma a 2019. évben}) \times 100$;

- Visszapattanási sebesség = a 2019. évi forgalmi szint újbóli eléréséhez szükséges hónapok száma;
- Átlagos tartózkodási idő (Average Length of Stay, ALOS) = vendégéjszakák száma / vendégérkezések száma;
- ALOS stabilitási index = $(\text{ALOS } 2025. \text{ év} / \text{ALOS } 2018. \text{ év}) \times 100$;
- ALOS adaptációs index = $((\text{ALOS } 2025. \text{ év} - \text{ALOS } 2020. \text{ év}) / \text{ALOS } 2020. \text{ év}) \times 100$;
- Gini-együttható = a havi vendégéjszakák időbeli koncentrációjának mérőszáma.

4. Eredmények

A Sopron–Fertő és a Neusiedler See térsége bár földrajzilag és ökológiailag szoros egységet képez, turisztikai teljesítményüket az eltérő szabályozási és gazdasági környezet alakítja. Az elemzés során bemutatjuk makroszinten Magyarország (HU) és Ausztria (AT), mezoszinten Győr-Moson-Sopron megye (HU-GYMS) és Burgenland tartomány (AT-BGLD), valamint mikroszinten a Sopron–Fertő turisztikai térség (HU-SF) és Neusiedler See régió (AT-NS) legfőbb mutatóit. Az elemzés során elsősorban a Sopron–Fertő és a Neusiedler See régiók között feltárt különbségeket kívánjuk bemutatni, de a szélesebb összehasonlíthatóság érdekében az országos és megyei/tartományi eredményeket is feltüntetjük. Az alábbiakban bemutatott adatsorok elsődleges célja annak feltárása, hogy a két, közigazgatásilag elkülönülő, ugyanakkor földrajzilag összefüggő régió miként reagált a világszinten is meghatározó COVID-19 világjárvány és az energiaválság hatásaira, amelyeket a részben eltérő turisztikai adottságaik is befolyásolhattak.

1. táblázat: A vendégforgalom visszaesésének és helyreállításának elemzése

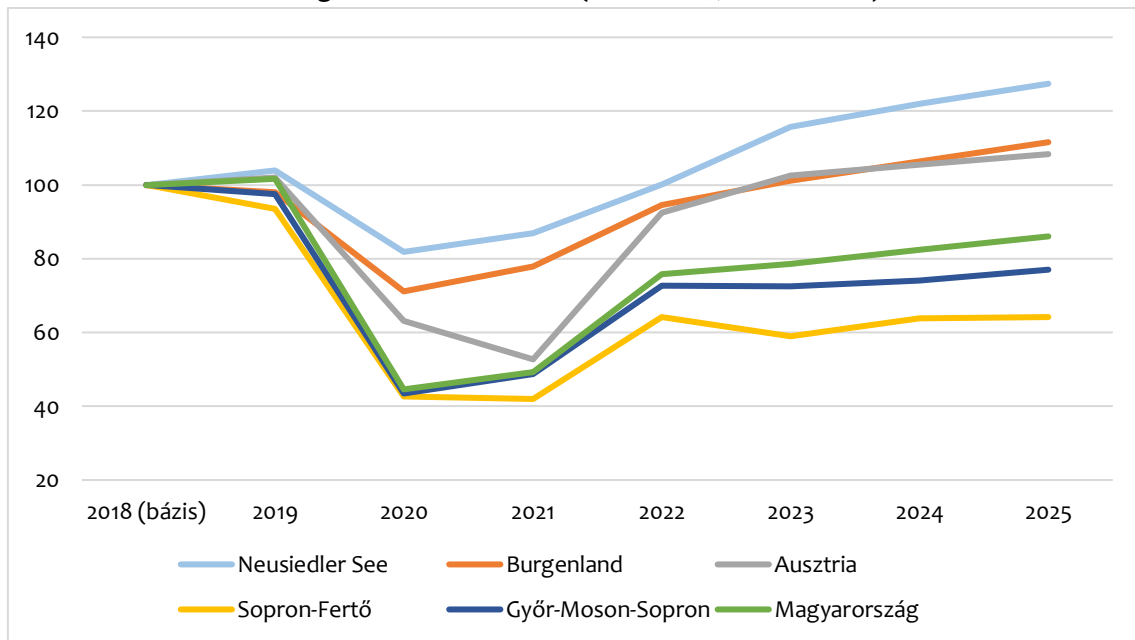
Kategória	Mutató	Mértékegység	Időszak / bázis	makroszint		mezoszint		mikroszint	
				HU	AT	HU-GYMS	AT-BGLD	HU-SF	AT-NS
Sokk mértéke	Pandémiás visszaesés	%	2020/2019	56,15	38,12	55,47	27,47	54,51	21,29
Kilábalás dinamikája	Volumenindex	fő, %	2025/2019	99,53	106,15	94,09	114,55	83,55	126,85
	Helyreállási index	éj, %	2025/2019	84,70	106,21	78,87	113,75	68,72	122,56
	Visszapattanási sebesség (vendégéj)	hó	2019	n.a.	17	n.a.	4	27	4
	Visszapattanási sebesség (vendégszám)	hó	2019	58	38	40	16	27	16

Forrás: saját szerkesztés, saját számítások alapján

A pandémia hatására a vendégéjszakák száma 2019 és 2020 között a Sopron–Fertő turisztikai térségben 54,41%-kal, míg a Neusiedler See régióban 21,29%-kal csökkent. A 2025.

évi volumenindex Sopron–Fertő régió esetében 83,55%, a helyreállási index pedig 68,72% volt, vagyis sem a vendégérkezések, sem a vendégéjszakák száma nem érte el a 2019-es szintet. Ezzel szemben a Neusiedler See régió volumenindexe 126,85%, helyreállási indexe pedig 122,56% volt, vagyis mindkét mutató meghaladta a válság előtti bázisértéket. Mindkét régióban magasabb a vendégérkezések volumenindexe, mint a vendégéjszakák helyreállási indexe, ami az átlagos tartózkodási idő rövidülésére utal.

2. ábra: A kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák bázisindexének alakulása a vizsgált desztinációkban (2018–2025; 2018 = 100%)



Forrás: saját szerkesztés, saját számítások alapján

A 2. ábra bázisindexei (2018 = 100%) szemléltetik, hogy míg Magyarországon valamennyi szinten drasztikusabb és csúcsosabb visszaesés volt tapasztalható 2020-ban, addig Ausztriában mérsékeltebb szintű, laposabb csökkenés látható. Lényegi eltérés a vizsgált desztinációk között, hogy amíg az osztrák oldal 2023-ra már meghaladta vendégéjszakák tekintetében a 2018. évi bázisszintet, addig a magyar területek a vizsgált időszakban éves átlagban nem érték el azt. Az ábra adattartalma és a kalkulált helyreállási index értékei (122,56%, illetve 68,72%) alapján a Neusiedler See régió a vizsgált időszakban magasabb rezilienciát és kedvezőbb helyreállási teljesítményt mutatott.

A 2. táblázat a két szomszédos régió szerkezeti összetételét, stabilitását és szezonálisitását mutatja be. Bár a belföldi dominanciaindex mikroszinten közel azonos a 2018–2025 közötti időszakban, ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a magyar oldalon 5,04 százalékpontos növekedés, az osztrák oldalon viszont 0,41 százalékpontos csökkenés ment végbe 2019-hez képest. Hazai viszonylatban minden szinten a belföldi piac felé történő elmozdulás látható, Ausztriában viszont régiós szinten már erősödik a nemzetközi piac. Ezt támasztja alá, hogy a Neusiedler See régió 2025-re a bázisév külföldi forgalmának 142,48%-át, míg a Sopron–Fertő turisztikai térség csupán 66,83%-át érte el. A 2022. év elején

kirobbanó orosz-ukrán háború miatti drasztikus költségnövekedést a magas infláció is súlyosbította, amely Magyarországon 2022-ben 15,3%-ot, 2023-ban pedig 17,0%-ot ért el, míg Ausztriában ugyanezen években 8,6%, illetve 7,7% volt (Eurostat, 2026). Mivel az energiaárak 2022 augusztusában tetőztek (Európai Tanács, 2026), a 2022/2023-as téli szezon (november-április) vendégéjszakáit hasonlítottuk a 2018/2019. év azonos hónapjaihoz. A sokk ellenére a Neusiedler See régió 118,10%-ra növelte a téli forgalmát, míg a Sopron–Fertő turisztikai régió csupán 46,55%-ot teljesített a báziséhez képest. A táblázat adatai alapján megállapítható, hogy Ausztria összességében valamennyi vizsgált szinten jobban teljesített Magyarországnál. A havi vendégéjszakák alapján számított szezonális Gini-együttható a Sopron–Fertő turisztikai régió esetében alacsonyabb értéket vesz fel, kiegyensúlyozottabb forgalomeloszlást jelez, 2019-ről 2025-re csak minimális növekedést mutat. Ezzel szemben a vizsgált összes területi szint közül a Neusiedler See régióban a legmagasabb az együttható értéke, vagyis itt a legmagasabb a kereslet időbeli koncentrációja, amellet, hogy 2025-ben kismértékű csökkenés figyelhető meg, ami a szezonális oldódását jelzi.

2. táblázat: A vendégforgalom összetétele és a szezonális kereslet stabilitási mutatói

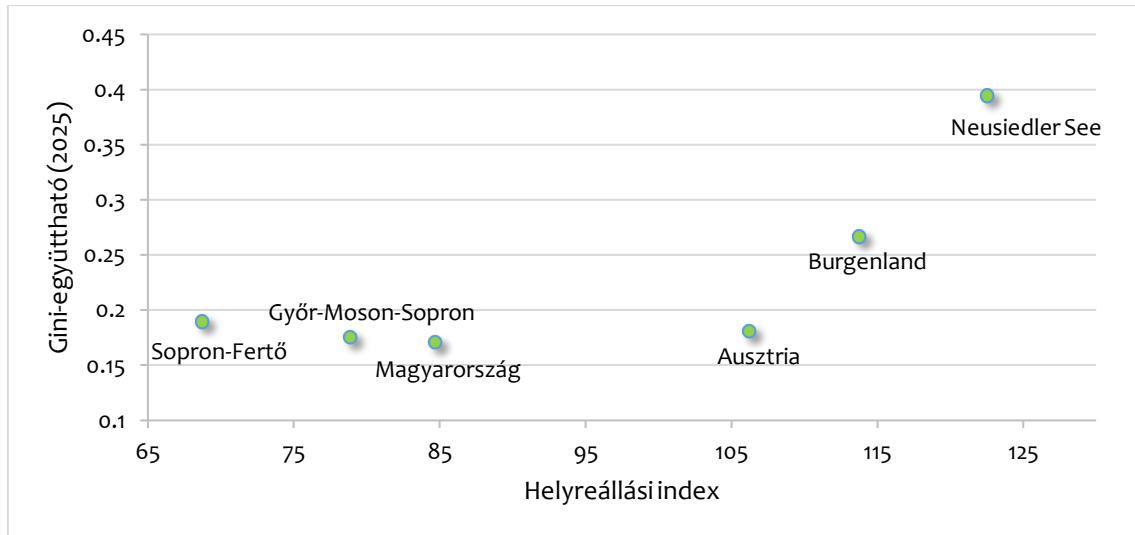
Kategória	Mutató	Mérték-egység	Időszak / bázis	makroszint		mezoszint		mikroszint	
				HU	AT	HU-GYMS	AT-BGLD	HU-SF	AT-NS
Szerkezeti stabilitás	Belföldi dominancia index	%	2018-2025	55,77	32,33	54,95	78,87	68,62	64,43
	Belföldi dominancia-index változása	százalék-pont	2019-hez képest	5,57	5,37	2,37	0,37	5,04	-0,41
	Külföldi piacok regenerációja	%	2025/2019	88,60	108,55	82,33	123,41	66,83	142,48
	Téli forgalom megtartás	%	2022/2023 vs. 2018/2019	69,39	96,49	62,53	96,83	46,55	118,10
Időbeli eloszlás	Gini-együttható szezonálisra		2019. év	0,1471	0,1916	0,1488	0,2552	0,1721	0,4105
	Gini-együttható szezonálisra		2025. év	0,1711	0,1807	0,1755	0,2667	0,1892	0,3944

Forrás: saját szerkesztés, saját számítások alapján

A 3. ábra a turisztikai teljesítmény két fontos dimenzióját, a kilábalás sebességét (helyreállási index) és a szezonális koncentrációjának (Gini-együttható, 2025) összefüggéseit szemlélteti. Erősen kirajzolódik, hogy amíg a magyar desztinációk kilábalási sebessége lassabb volt az osztrák oldaléhoz képest, szezonálisát tekintve mégis kiegyensúlyozottabb forgalomeloszlást tükröz. A vendégéjszakák száma Ausztria minden

területén meghaladta a 2019-es bázisértéket, azonban a 2025. évben erősebb szezonális jellemzezi, ami egyben magasabb kitettséget jelent a térség számára. Míg Magyarországon a vendégéjszakák volumenének növelése jelent megoldandó kihívást, addig Ausztriában a szezonhosszabbítást jelöljük meg elsődleges stratégiai célként.

3. ábra: Reziliencia-mátrix: A forgalmi kilábalás és a szezonális koncentráció összefüggései (2025)



Forrás: saját szerkesztés, saját számítások alapján

3. táblázat: Az átlagos tartózkodási idő trendjei és az energetikai válságállóság elemzése

Kategória	Mutató	Mérték-egység	Időszak / bázis	makroszint		mezoszint		mikroszint	
				HU	AT	HU-GYMS	AT-BGLD	HU-SF	AT-NS
Minőségi mutatók	ALOS-trend	nap	2018-2025	2,70	3,08	2,42	2,50	2,81	2,32
	ALOS-stabilitás	CV%	2018-2025	18,31	17,33	22,98	15,85	25,48	20,69
	ALOS-adaptációs index	%	2025/2018	83,65	100,12	76,62	92,16	73,18	94,30
Válság-állóság	Energetikai válságállóság (ALOS-reakció alapján)	%	2023/2022	96,71	95,76	95,83	94,52	92,13	93,13

Forrás: saját szerkesztés, saját számítások alapján

A 3. táblázat a kereslet minőségi mutatóit és az ALOS-változáson alapuló energetikai válságállóságot összegzi. Bár a Sopron–Fertő turisztikai területen az átlagos tartózkodási idő 2,81 nap, ugyanakkor a variációs koefficiens, azaz a piaci bizonytalanság mértéke itt a legmagasabb (25,48 CV%). Ehhez képest a Neusiedler See régióban 2,32 nap az átlagos tartózkodási idő, de megállapítható, hogy stabilitás szempontjából kiegyensúlyozottabb, kiszámíthatóbb (20,69 CV%). A 2018-as bázisához képest a tartózkodási idő a hazai

régióban 26,82%-os, míg az osztrák régióban csupán 5,7%-os visszaesést mutat. A magyar mikroszintű adaptációs index nem csupán a nemzetközi kontrollcsoporttól, hanem a hazai mezo- és makroszinten kimutatott átlagoktól is eltér negatív irányban, ami a tartózkodási idő tartós romlására utal. Az energetikai válságállóság tekintetében a Neusiedler See régió kismértékben magasabb (93,13%) rezilienciát mutatott a Sopron–Fertő turisztikai területhez képest (92,13%), ugyanakkor mindkét mikroszint elmaradt a hozzá tartozó makroszinttől, ami a helyi szolgáltatói szektorok magasabb szintű energetikai sérülékenységét jelzi.

5. Következtetések és korlátok

A kutatás igazolja, hogy a szomszédos régiók eltérő módon reagáltak a COVID–19 világjárvány és az energiaválság által előidézett sokkhatásokra. Az osztrák térség gyorsabb kilábalást mutatott, és hatékonyabban építette vissza nemzetközi keresletét, míg a magyar oldalon lassabb regeneráció és a belföldi piac felé történő elmozdulás rajzolódott ki. Bár az elemzés leíró jellegű, rávilágít arra, hogy a reziliencia nem csupán a túlélést, hanem a megváltozott piaci környezethez való proaktív alkalmazkodást is jelenti.

A magyar oldalon a forgalom időbeli koncentrációja 2025-ben kismértékben emelkedett (a Gini-index 0,1721-ről 0,1892-re nőtt), amit a téli forgalom drasztikus visszaesése idézett elő a szezonnyújtás elmaradása mellett. Az energiaválság okozta költségnövekedés több esetben a működés korlátozásával vagy átmeneti szüneteltetésével járt együtt, rontva ezzel a desztináció ár-érték arányát és versenyképességét, ami hozzájárulhatott a külföldi vendégek arányának csökkenéséhez. Ezzel ellentétben a Neusiedler See régió kiemelkedő sikereket ért el a szezonális oldásában. A 2022/2023-as téli hónapokban is képes volt növelni a vendégforgalmát, ami az energiaválság és a drasztikus költségnövekedés mellett még inkább alátámasztja azt, hogy a régióban a válságkezelés hatékonyabban működött. A pandémiát követő osztrák volumennövekedés ugyanakkor a kereslet főszezonra történő további koncentrálódását hozta magával. A fő különbség a két oldal között, hogy míg az osztrák desztinációk a jövőben már egy meglévő, erős bázisra építhetnek, addig a magyar desztinációknak elsősorban a stabil vendégforgalmat szükséges megteremteniük akár az árazási stratégiák felülvizsgálatával, akár pedig a térség vonzerejének további hangsúlyozásával.

A vendégstruktúrában markáns különbségek rajzolódtak ki. A Sopron–Fertő turisztikai régió nagymértékben a hazai piacra támaszkodik, a nemzetközi piacok beszűkülése figyelhető meg. A nemzetközi versenyképesség és a külföldi vendégek arányának visszaesése hosszabb távon kockázatot jelenthet a Sopron–Fertő turisztikai térség és egyes magyarországi desztinációk számára. Ezzel szemben a Neusiedler See régió sikeres nemzetközi expanziót valósított meg (nemzetközi regeneráció: 142,48 %), kialakítva ezzel egy diverzifikáltabb, és a hazai kockázatoknak kevésbé kitett keresleti struktúrát.

Az osztrák példa alapján a válságok idején a költségcsökkentő kapacitásleépítés helyett a versenyképességet megőrző adaptációra – például energiahatékonysági beruházásokra és aktív piaci jelenlétre – érdemes helyezni a hangsúlyt. A TDM-

szervezeteknek hálózatépítéssel és határon átnyúló tudásmegosztással kell támogatniuk a KKV-k piacon maradását és eredményeik javítását, ugyanakkor a helyi menedzsmentek nagyfokú alkalmazkodása is elengedhetetlen. A kutatás rávilágít arra a paradigmaváltásra, miszerint a természeti vonzerő önmagában már nem elégséges a stabil piaci jelenléthez, az ökológiai fenntarthatóságot támogató digitalizáció a desztinációk életképességének alapfeltételévé vált. A szegmens hosszú távú rezilienciájának gerincét a jövőben az előrejelző analitikák, valamint a mesterséges intelligencia által megtámogatott, tényalapú és valós idejű stratégiai tervezés kell, hogy alkossa.

A kutatás előtt megfogalmazott hipotézisek tesztelését a bemutatott kvantitatív mutatók alapján végeztük el. Az alábbiakban hipotézisenként értékeljük az eredményeket.

- H1: Az osztrák turisztikai régió gyorsabb helyreállási pályát mutat, mint a magyar régió.

Az eredmények alapján a Neusiedler See régió helyreállási indexe (122,56%) és volumenindexe (126,85%) jelentősen meghaladja a Sopron–Fertő turisztikai térség megfelelő értékeit (68,72% és 83,55%). Emellett a visszapattanási sebesség is kedvezőbb az osztrák oldalon. Bár a statisztikai tesztek az alacsony elemszám miatt korlátozott érvényességűek, a leíró statisztikai eredmények egyértelmű különbséget mutatnak a két régió helyreállási teljesítményében. A H1 hipotézist tehát a leíró statisztikai eredmények alátámasztják.

- H2: A magasabb nemzetközi keresleti arány pozitív kapcsolatban áll a gyorsabb regenerációval.

A külföldi vendégforgalom regenerációja a Neusiedler See régióban 142,48%, míg a Sopron–Fertő térségben csupán 66,83% volt a bázisévhez képest. Ezzel párhuzamosan az osztrák régió gyorsabb kilábalást mutatott, ami arra utal, hogy a diverzifikáltabb, nemzetközi piacokra épülő keresleti struktúra hozzájárulhat a rezilienciához. Ugyanakkor a kapcsolat oksági iránya a jelen vizsgálat keretei között nem bizonyítható. Ebből következően a H2 hipotézis részben nyert alátámasztást.

- H3: A magasabb szezonális koncentráció negatívan befolyásolja a turisztikai rezilienciát.

A Gini-együttható alapján a Neusiedler See régióban magasabb a szezonális koncentráció (0,3944), mint a Sopron–Fertő térségben (0,1892), ennek ellenére az osztrák régió kedvezőbb helyreállási teljesítményt mutatott. Ez arra utal, hogy a magasabb szezonális koncentráció nem feltétlenül jár együtt alacsonyabb rezilienciával, sőt bizonyos esetekben a koncentrált, erős főszezoni kereslet támogathatja a gyors regenerációt. Az eredmények alapján a magasabb szezonális koncentráció nem eredményez szükségszerűen alacsonyabb turisztikai rezilienciát. Vagyis a H3 hipotézis nem nyert megerősítést.

A kutatás következtetései több területi szintű adatbázis elemzésén alapulnak, de a 2018–2025 közötti hazai adatgyűjtési módszertanok módosulásai, az adatközlés területi átalakulásai, illetve a pandémia időszakát jellemző adatszolgáltatási hiányosságok miatt a 2020. március utáni idősorok összehasonlíthatósága korlátozott. A kutatás korlátai közé tartozik tehát az eltérő nemzeti adatgyűjtési rendszerekből fakadó összehasonlíthatósági

probléma, valamint az alacsony elemszám, amely korlátozza a statisztikai következtetések általánosíthatóságát. A vizsgálat elsősorban a keresleti oldalon megjelenő turisztikai teljesítménymutatók elemzésére épült. A turisztikai reziliencia és adaptáció mélyebb megértéséhez a jövőben indokolt lehet a kínálati oldal jellemzőinek, például a vállalkozások működési, foglalkoztatási, beruházási vagy pénzügyi adatainak bevonása is. Emellett kiemelendő, hogy a vizsgált térségek eltérő gazdasági, turisztikai és intézményi környezete miatt az azonosított összefüggések értelmezése fokozott körültekintést igényel.

Irodalomjegyzék

- Bertalan, L. (2020). Határ menti fejlődési utak: Sopron. In: *Középvárosi társadalmak. Egy új, innovatív városfejlesztési modell megalapozása*. Sopron: Soproni Egyetem, pp. 103–130.
- Bianchi, G., Pisiotis, U., & Cabrera Giraldez, M. (2022). *GreenComp Az európai fenntarthatósági kompetenciakeret*. Luxembourg: Az Európai Unió Kiadóhivatala. DOI:10.2760/64645
- Biggs, D., Hall, C. M., & Stoeckl, N. (2012). The resilience of formal and informal tourism enterprises to disasters: reef tourism in Phuket, Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (5): 645–665. DOI: 10.1080/09669582.2011.630080
- Cardoso, A., Figueiredo, J., Oliveira, I., & Pocinho, M. (2025). From Crisis to Opportunity: Digital Transformation, Digital Business Models, and Organizational Resilience in the Post-Pandemic Era. *Administrative Sciences*, 15 (6): 193. DOI: 10.3390/admsci15060193
- Gonda, T. (2022). Turizmus és reziliencia. *Turizmus Bulletin*, 22 (2): 27–36. DOI: 10.14267/TURBULL.2022v22n2.3.
- Hall, C. M., Prayag, G., & Amore, A. (2018). *Tourism and Resilience: Individual, Organisational and Destination Perspectives*. Channel View Publications. DOI: 10.21832/hall6300
- Haxton, P. (2015). A Review of Effective Policies for Tourism Growth. *OECD Tourism Papers*, 2015: 01. DOI: 10.1787/5js4vmp5n5r8-en
- Ioannides, D. & Stoffelen, A. (2025). Can tourism impact studies become more meaningful? *Tourism Geographies*, 27 (3–4): 447–456. DOI: 10.1080/14616688.2023.2269544
- Kópházi, A. (2020). A Covid-19 szervezetekre gyakorolt hatásának HR aspektusai és szervezetfejlesztési lehetőségei. In: XIV. Soproni Pénzügyi Napok: „Gazdaságvédelem és pénzügyi kiutak” pénzügyi, adózási és számviteli szakmai és tudományos konferencia. Sopron: Soproni Felsőoktatásért Alapítvány, pp. 98–103.
- Központi Statisztikai Hivatal (2026). *Egyedi adatigénylés a Turisztikai szálláshelyek vendégforgalmáról*. (Időszak: 2018.01–2021.12, Sopron–Fertő turisztikai terület).
- Lengyel, M. (2004). *A turizmus általános elmélete*. Budapest: Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája.
- Lew, A. A. (2014). Scale, change and resilience in community tourism planning. *Tourism Geographies*, 16 (1): 14–22. DOI: 10.1080/14616688.2013.864325
- Lőrincz, K. & Sulyok, J. szerk. (2017). *Turizmusmarketing*. Budapest: Akadémiai Kiadó. DOI: 10.1556/9789634540601

- Makra, A. É. & Szabó, A. (2020). Sopron–Fertő, mint kiemelt turisztikai fejlesztési térség. *Economica*, 10 (2): 9–14. DOI: 10.47282/ECONOMICA/2019/10/2/3717
- Martin, R. & Sunley P. (2015). On the Notion of Regional Economic Resilience: Conceptualisation and Explanation. *Journal of Economic Geography*, 15 (1): 1–42. DOI: 10.1093/jeg/lbu015
- Marino-Romero, J. A., Mirón Sanguino, Á. S., Crespo-Cebada, E., & Díaz-Caro, C. (2026). Artificial Intelligence in Tourism Businesses: Financial Resilience, Organisational Adaptation and Performance Drivers—A Systematic Literature Review. *Journal of Risk and Financial Management*, 19: 379. DOI: 10.3390/jrfm19060379
- Prayag, G. (2018). Symbiotic relationship or not? Understanding resilience and crisis management in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25: 133–135. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.11.012
- Rastegar, R., Seyfi, S., & Shahi, T. (2023). Tourism SMEs' resilience strategies amidst the COVID-19 crisis: the story of survival. *Tourism Recreation Research*. DOI: 10.1080/02508281.2023.2233073
- Ritchie, B. W. (2004). Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, 25 (6): 669–683. DOI: 10.1016/j.tourman.2003.09.004
- Varga, J., Garai-Fodor, M., & Csiszár-Kocsir, Á. (2023). A magyar KKV-k válságkezelési eljárásai és gyakorlatai a pandémia alatt. *Controller Info*, 11 (1): 33–40. DOI: 10.24387/CI.2023.1.6

Online források

- 1747/2017. (X. 18) Korm. határozat a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 elfogadásáról.
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A17H1747.KOR&txtreferer=00000001.TXT/>
(2026. 04. 29.)
- 429/2020. (IX. 14.) Korm. rendelet a turisztikai térségek meghatározásáról.
<https://njt.hu/jogszabaly/2020-429-20-22/> (2026. 04. 26.)
- Amt der Burgenländischen Landesregierung (s.a.). *Tourismus – Monatsbericht, Jänner 2018 – Dezember 2025*.
<https://www.burgenland.at/service/statistik-burgenland/publikationen/monatsberichte/> (2026. 03. 28.)
- Amt der Burgenländischen Landesregierung (2026). *Tourismus.Strategie.Burgenland: Vision trifft Realität. Burgenland Tourismus*.
<https://www.burgenland.at/news-detail/tourismusstrategieburgenland-vision-trifft-realitaet/> (2026. 09. 13.)
- Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus (2019). *Plan T – Master Plan for Tourism*. <https://www.thinkdigital.travel/research-directory/plan-t-master-plan-for-tourism-austria/> (2026. 04. 29.)

- Eurostat (2026). *HICP – annual data (average index and rate of change) (1996-2025)*.
https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/prc_hicp_aind/default/table?lang=en
(2026. 09. 13.)
- Európai Tanács (2026). *Hogyan reagált az EU a 2022. évi energiaváltságra?*
<https://www.consilium.europa.eu/hu/policies/how-did-the-eu-respond-to-the-2022-energy-crisis/> (2026. 04. 27.)
- Központi Statisztikai Hivatal (2024). *Módszertani dokumentáció / fogalmak [Kereskedelmi szálláshely]*.
https://www.ksh.hu/apps/meta.objektum?p_lang=HU&p_menu_id=120&p_almenu_id=201&p_ot_id=200&p_level=1&p_obj_id=5558/ (2026. 03. 28.)
- Központi Statisztikai Hivatal (s.a.a). *Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma [Adatbázis GB1012]*. <https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?ha=GB1012/> (2026. 04. 25.)
- Központi Statisztikai Hivatal (s.a.b). *Turisztikai szálláshelyek vendégforgalma [Adatbázis GB2012]*. <https://statinfo.ksh.hu/Statinfo/QueryServlet?ha=GB2012/> (2026. 04. 25.)
- Magyar Turisztikai Ügynökség (2021). *NTS2030 – Turizmus 2.0*.
https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf?v=0.160/
(2026. 04. 29.)
- Magyar Turisztikai Ügynökség (2020). *Sopron-Fertő turisztikai térség (angol neve: Sopron region)*. <https://mtu.gov.hu/cikkek/sopron-fert-turisztikai-terseg-1928/> (2026. 04. 25.)
- Statistik Austria (s.a.). *Accommodation statistics as of 1974 according to calendar year, January 2018 – December 2025*.
<https://portal.statistik.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/dataCatalogueExplorer.xhtml/>
(2026. 04. 19.)



**„JÖNNEK MÁR VISSZA A MI SZÉP KÁRPÁTJAINK!”
KÁRPÁTALJA, A MAGYAR TURISTAÉLET ELSŐ NAGY ERŐPRÓBÁJA,
1939–1944**

Borbándi Erik

Kutató, Nemzetstratégiai Kutatóintézet, Budapest; erik.borbandi@nski.gov.hu, ORCID: 0009-0009-0122-8561

ABSZTRAKT

1938 novemberében az első bécsi döntéssel a Felvidék egy része, beleértve Kárpátalja döntően magyar lakta részét is, visszakerült Magyarországhoz. Néhány hónappal később pedig Kárpátalja egésze újra magyar fennhatóság alá került. Kárpátalja visszacsatolása után a magyar turistasajtó rendkívül lelkes hangon számolt be a terület „újrafelfedezéséről”. A tanulmány címe – mely Cholnoky Jenőnek a Magyar Turista Egyesület 1939. április 12-én megtartott közgyűlésén elhangzott beszédének nyitómondata – is erre a felfokozott várakozásra utal. A magyar állam és a turistaszervezetek számára a térség ugyanis nemcsak természeti értéket, hanem szimbolikus nemzeti teret is jelentett. A korszak turistaírásaiban gyakran találkozunk azzal a gondolattal, hogy a természetjárás egyben „országismereti” és nemzetpolitikai feladat is. A hangsúly ezért elsősorban a terület feltárására és a Kárpátaljára irányuló turizmus fejlesztésére helyeződött. Ebben az állami szervek mellett kulcsszerepet kaptak a természetjáró szervezetek: a Magyar Turista Egyesület és a Magyarországi Kárpát Egyesület. A fejlesztési elképzelések nagyratörőek voltak. Az állam és az idegenforgalmi szakemberek hosszú távon modern üdülőterületek, téli sportközpontok és korszerű közlekedési infrastruktúra kialakításában gondolkodtak, miközben a turizmust Kárpátalja gazdasági felemelésének egyik lehetséges eszközeként kezelték. A tervek egy része meg is valósult: fejlődött a közlekedési hálózat, új térképek és útikalauzok jelentek meg, menedékházak újjáultak meg, valamint létrejöttek azok a szervezeti keretek, amelyek a turistaélet működtetését szolgálták. A háború ugyan megakadályozta a legtöbb elképzelés teljes megvalósítását, de a korszak mégis maradandó nyomot hagyott Kárpátalja turizmustörténetében: ekkor születtek meg azok a szervezeti, infrastrukturális és szemléleti alapok, amelyekre békésebb körülmények között egy jelentős hegyvidéki idegenforgalom épülhetett volna.

Kulcsszavak: II. világháború, Kárpátalja, Magyar Turista Egyesület, turizmus

Benyújtva: 2026. július 3.

Befogadva: 2026. szeptember 8.

Publikálva: 2026. október 12.

Ez a mű a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 nemzetközi licence-feltételeinek megfelelően használható fel.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**“OUR BEAUTIFUL CARPATHIANS ARE COMING BACK!”
TRANSCARPATHIA, THE FIRST GREAT TEST OF HUNGARIAN TOURIST LIFE,
1939–1944**

Erik Borbándi

*Researcher, National Strategy Research Institute, Budapest;
erik.borbandi@nski.gov.hu, ORCID: 0009-0009-0122-8561*

ABSTRACT

In November 1938, with the first Vienna decision, parts of the Uplands, including the predominantly Hungarian-populated part of Transcarpathia, were returned to Hungary. A few months later, the whole of Transcarpathia was again under Hungarian rule. After the re-annexation of Transcarpathia, the Hungarian tourist press reported with great enthusiasm on the “rediscovery” of the area. The title of the study – the opening sentence of Jenő Cholnoky’s speech at the general meeting of the Hungarian Tourist Association, held on April 12, 1939 – also refers to this heightened expectation. For the Hungarian state and tourist organizations, the area represented not only a natural value, but also a symbolic national space. In tourist writings of the era, we often encounter the idea that nature tourism was a task of “country knowledge” and national politics. The emphasis was therefore primarily on exploring the area and developing tourism to Transcarpathia. In addition to state bodies, nature-hiking organizations such as the Hungarian Tourist Association and the Hungarian Carpathian Association were given a key role. The development ideas were ambitious. State and tourism experts thought about the long-term development of modern resort areas, winter sports centers, and modern transport infrastructure, while treating tourism as one of a means of economic upliftment of Transcarpathia. Some of the plans were implemented: the transport network was developed, new maps and travel guides were published, shelters were renovated, and organizational frameworks were created that served the operation of tourist life. Although the war prevented the full implementation of most ideas, the era still left a lasting mark on tourism in Transcarpathia: it was then that the organizational, infrastructural, and conceptual foundations were created, on which a significant mountain tourism could have been built under more peaceful circumstances.

Keywords: WW II, Transcarpathia, Hungarian Tourist Association, tourism

Received: 3 July 2026

Accepted: 8 September 2026

Published: 12 October 2026

This open access article may be used under the international license terms of CC BY-NC-ND 4.0.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



1. Bevezetés

Schermann Szilárd a Magyar Turista Élet 1939. áprilisi számában megjelent írásában fogalmazta meg azt az érzést, amely a legtöbb magyar turistát átjárta Kárpátalja visszatérését követően: „A magyar turista, aki ősszel boldog örömmel böngészett minden 500 m-nél magasabb hegy után, most szédült örömmel, lelke legmélyéig megrendültén barangolja be képzeletében azt a hatalmas hegyvidéket, amelyet ugyan mindig magáénak vallott, de amelyet csak most lesz újra szabad ország-világ előtt sajátjának mondani, felkeresni, munkába venni” (Schermann, 1939b). Schermann azonban arra is figyelmeztetett, hogy minden korábbinál nagyobb erőpróba előtt áll a magyar turistaság. Valóban, régi mulasztásokat kellett pótolniuk. Be kellett járni, fel kell tárni és a turistaforgalomba be kellett vonni olyan hegységeket, amelyek egyikéről-másikáról korábban még csak rendes turistaleírás sem látott napvilágot. Tanulmányunkban ezt a kevésbé ismert és sokszor kihívásokkal teli turistamunkát kívánjuk bemutatni, feltárva annak sikereit és kudarcait is.

A Kárpátaljára irányuló korabeli turizmussal Szakál Imre: *Tervek Kárpátalja turizmusának fejlesztésére 1939-ből* című 2014-es tanulmányán kívül nem igazából foglalkoztak a jelenkor kutatói. A kutatást ezért a témába vágó szakirodalmi források (szakkönyvek, tanulmányok) hiányában primer források felhasználásával végeztük. Ezek között szerepelnek korabeli turista szaklapok (Magyar Turista Élet, Turisták Lapja), továbbá helyi és országos lapok cikkei, valamint közlönyök és térképek is. A forrásokat elsősorban kvalitatív tartalomelemzéssel és diskurzusanalízissel dolgoztuk fel. Tanulmányunkban a fókusz a következő kérdések megválaszolására helyeződik:

- Milyen esélyekkel vágott bele a magyar turistaság Kárpátalja birtokba vételére?
- Milyen tervek születtek erre és mik valósultak meg ezekből?
- Mely tényezők akadályozták meg a kárpátaljai turizmus fejlődését?
- Milyen tanulságok vonhatók le mindebből?

2. Kárpátalja hegyei

Mielőtt a kárpátaljai turistamunka részleteibe belemennénk, érdemes áttekintenünk azt, hogy mit is kapott vissza a magyar turistaság 1939 tavaszán. A Ruténföld hazatérésével visszakerült az Északkeleti-Kárpátok legnagyobb része. A Keleti-Beszkidéknek a Laborc és az Ung völgye közti szakasza az Erdős-Kárpátok (Zempléni-Beszkidék v. Zempléni-határhegység), mely Homonnától Nagybereznáig, Mezőlaborctól Uzsokig tart. A belső vulkáni vonulatnak ugyancsak a Laborc és Ung közti szakasza a Vihorlát. A Keleti-Beszkidéknek nagyjából az Ung és Latorca közti szakasza az Ungi-havasok, Nagybereznától Szolyváig, Uzsoktól Kísszolyváig. A határ mentén ennek főbb részei a (már nagyjából részben Beregrez tartozó) Pikuj, Nagyberezna fölött a Javornik, a Lyuta és Túrja közén a Róna-havas. A vulkáni vonulatnak az Ung és Latorca közti szakasza, Ungvártól Szolyváig a Szinyák. A Latorca és Nagy-ág között a Keleti-Beszkidék legszebb és legmagasabb szakasza, a Beregi havasok, vagy Borzsa-havas tör a magasba. Mögötte a határ mindkét

oldalán hegyek közé zárt dombos-völgyes, nyíltabb, községekkel meghintett „hegyköz”, a Verhovina. A vulkáni vonulatnak a Latorca és Borsava völgyei közt emelkedő darabja, a Borló, a Borsava és Nagy-ág között pedig a Nagyszöllősi-hegyek töltik be.

A Zempléni-Beszkidék bükkösökkel borított hegyeit korábban magyar turisták nemigen járták, turistaobjektumokat is csak a hegység két végpontján találhattak 1939-ben. (Uzsokon turistaszálló épült 1934-ben, a Lupkovi-hágón pedig egy menedékkunyhó 1935-ben). A fő túracél a Ravka gyephavasának meglátogatása lehetett, bár maga a csúcs már kissé a határon túl, lengyel területen feküdt. Ezen kívül felkereshették az Ung-völgy valamennyi szép helyét, egészen Uzsokig.

A Vihorlát hegységnek a keleti felét kaptuk vissza, ezáltal a legszebb kirándulóhelyek, a Szinnai-kő és a Szinnai-tó, valamint Tiba vára és Szobráncfürdő immár akadálytalanul látogathatókká váltak. A Vihorláttal a magyar turisták egy „második Mátrát” kaptak. Kőzete, terjedelme, csúcsainak magassága, bükkös rengetege, Alföldre néző homloka, mind a Mátrát juttathatták eszükbe. Hatalmas erdei barangolásokra nyílhatott itt alkalmuk anélkül, hogy hegyi autóutakra, szállodákra és a luxusélet hasonló nyomaira akadtak volna. A Vihorlát keleti része, a Popricsni csoport is az új határokon belül esett immár. A Verhovina fontos turistatámpontja lehetett volna a kisszolyvai menedékház, ez azonban a közelmúlt harcaiban elpusztult.

Az Ung és a Latorca között változatosan széttagolt hegycsoportok emelkednek. A határt ekkor az Uzsoki-hágótól Alsó-Vereckéig vonuló Pikuj-csoport hordozta, melynek gyephavas főcsúcsát a túloldaltól a lengyel síelők is szorgalmasan látogatták. Nagyberezna felett a bükkerdős Javornik uralkodott. Vadászházából a KCST volt ungvári osztálya 11 hálólhelyes menedékkunyhót alakított ki, melyet ez időben a nagybereznai osztály gondozott. A Róna-havas csoportja régi helyszíne volt a kárpátaljai turista alkotómunkának. Annak idején Siegmeth Károlynak 1877-ben ide tett kirándulása indította el az Északkeleti-Kárpátok turistaéletét (1878-ban megalakult Ungváron az MKE Beszkid-osztálya), s az itt végzett turistamunka leglényegesebb eredményeként felépült 1907-ben a Róna-havas és Osztra-hóra közti Preluka-réten a menedékház. Az ungvári cseh turisták 1937 szeptemberében nyitották meg a Róna-havason 20 ágygal felszerelt új menedékházukat, a magyar turistaforgalom megindulásának tehát itt nem volt már akadálya, bár a vasútvonaltól való nagy távolsága miatt nagy tömegekre nem igazán számíthatott.

A Szinyákot (Kéklő-hegységet) a turisták ezt megelőzően alig látogatták. Ez alól kivétel Nyevice várának az Ung völgyére néző romja, az ungvári közönség kedvelt kirándulóhelye volt, amelyet hajdan a MKE Keleti Kárpátok osztálya is gondozott. A KCST volt ungvári osztálya e helyet 1928-ban ötven évre bérbe vette, s vendéglővel látta el. A környék továbbra is inkább a helybeli turisták látogatására számíthatott, mindazonáltal a Szinyákról szóló túraleírást a szélesebb értelemben vett turistatársadalom is szívesen fogadta volna.

A Borzsa-havas a Keleti-Beszkidék talán legszebb darabja, a magyar turisták – főleg a téli sportokat űzők – nagy reménysege volt. A mintegy 50 km hosszú és nagyrészt 1000 m-nél jóval magasabb hegyvonulat északnyugati darabja a magasabb, jóval az erdőhatár fölé

emelkedő Borsava-polonina, délkeleti része pedig az alacsonyabb, túlnyomórészt erdős, vad, elhagyatott Kuk csoportja. Óriási előnye volt a hegységnek, hogy közvetlenül alatta haladt a munkács–lawocznei vasútvonal. A hegység már 1939 előtt is élénk turista- és síéletet látott. Volóc községben 30 hálólhelyes turistaszálló, Volóc fölött, a Plaj csúcsa alatt a KCST volt munkácsi osztályának négyszobás menedékháza, Kisszolyvától félóránnyira pedig (850 m magasságban, de inkább már a hegység mögött rejtőzködő Verhovina símezőinek kiélvezésére) a KCST ruténföldi kerületének 70 hálólhelyes, vendéglős, 1936 nyarán megnyílt menedékháza várta új gazdáit és vendégeit (Schermann, 1939b).

A Kuk csoportja még feltárássra, ismertetésre várt. Ezt a Husztról a Nagy-ág völgyében Ökörmezőre közlekedő tervezett autóbuszjárat volt hivatott megkönnyíteni. A határon túl ez a vidék közvetlenül csatlakozott Lawoczne és Slawko lengyel síparadicsomaihoz, ahol már egész sor menedékház várta a síelőket és a turistákat, s nem volt lényegtelen szempont, hogy ezen a helyen a határegyezménynek köszönhetően a magyar–lengyel barátkozásnak tág lehetőségei bontakozhattak ki.

A Borló és a Nagyszöllősi-hegyek a Szinyákhoz hasonlóan a turistaság mostohagyermekai voltak: bükköseit, ezerméteres hegytetőiket a természetjárók nagyobb tömegei éppúgy elkerülték, mint amazét. Ily módon Munkács, Szolyva, Dolha, Bilke, Nagyszöllős turistáinak, kirándulóinak maradt a feladat: ezen hegyek rejtett szépségeit, egyéni színeit napvilágra hozni, közkinccsé tenni.

A Tisza nagyszöllősi és huszti kapuján átlépve a Máramarosi-medence terül el. A Tisza hosszanti völgyének Huszt és Máramarossziget közötti széles darabja ez, amely délkelet felé, a Tisza könyökén túl, az Iza és a Visó völgyeiben folytatódik. A Tisza–Iza–Visó-vonaltól északra, a Nagy-ágtól a Borsai-hágóig, délkelet felé egyre magasodva, pompás hegységek sorakoznak egymás mellé: ezek a Máramarosi havasok. A vízvásztót hordozó, a Nagy-ág forrásvidékétől a Körösmező fölötti Tatár-hágóig terjedő hosszú vonulat a Gorgan-hegység, a Máramarosi-havasok legvadabb, legelhagyatottabb része.

A magyar turistatársadalom e hegységben igazán kedvére élhette ki alkotókedvét. A végcél hamar megfogalmazódott: megteremteni annak lehetőségét, hogy a kisszolyvai menedékháztól Körösmezőig bejárhassák és megismerhessék a turisták az ősi határt csúcsról-csúcsra hágva, kunyhótól-kunyhóig barangolva. Ez a munka épphogy csak megindult a KCST volt huszti osztályának a szinevéri Ozernya-tónál létesített menedékházával, valamint a magyar erdőkincstárnak a Fekete-Tisza forrásánál, az Okolanyergen épített házával (Schermann, 1939b). Ez utóbbi mindenesetre a hegység legkeletibb szakaszának, a Csarna-polonina 1700-as tetőinek meglátogatását máris lehetővé tette.

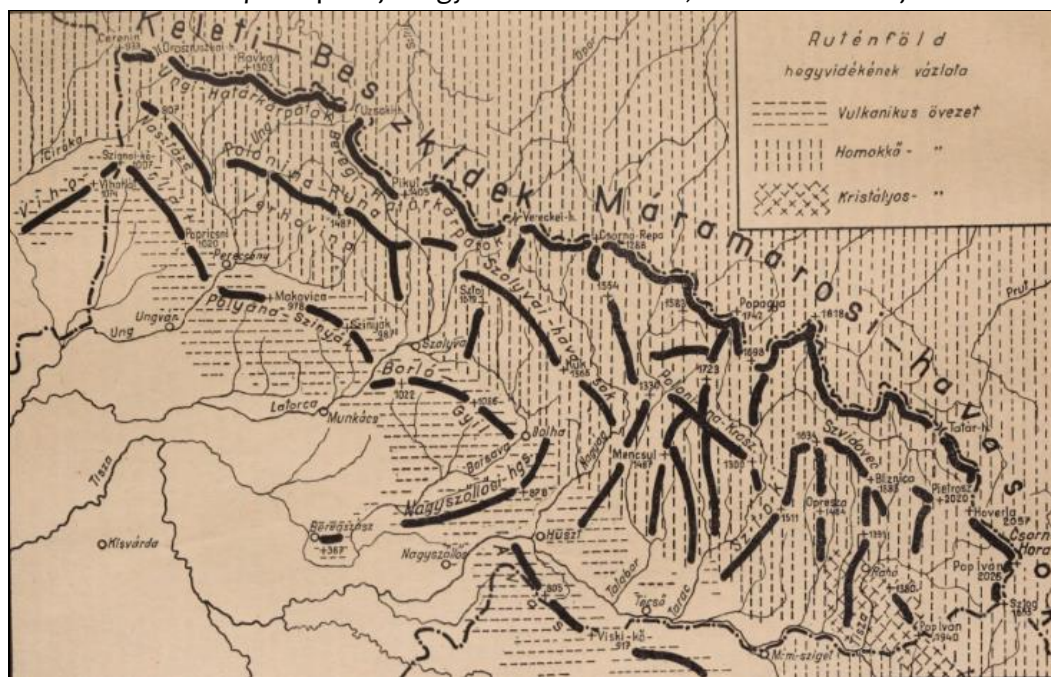
A Talabor és Tarac völgyei ölelik körül a Kraszna-havast, melynek 1500 m körüli csúcsai terjedelmes gyephavasokban tetőznek. 1939-ben még erről a hegységről sem volt turistaleírás, mivel a régi időkben is igen körülményes volt a megközelítése. A Tisza-völgy vasúti állomásai, Huszt, Bustyaháza, Técső, Taracköz a tulajdonképpeni hegységtől még igencsak messze estek. A hegység helyzete azóta javult némiképp, mióta a Nagy-ág és a Tarac völgyében autóbusz közlekedett, a Talabor völgyét pedig autóval be lehetett járni. A

Talabor völgyéből megközelíthető volt a Mencsul vadászkastélyában a KCST volt técsői osztályának turistaszállása, Királymezőről pedig a Kraszna-havas majorsági turistaszállásai voltak elérhetőek.

A Szvidovec (Fagyalos) hegység szintén a magyar „turistabirodalom” legnagyobb értékei közé lépett, mivel a körösmezei vasútvonal a hegységet viszonylag kényelmes közelségbe hozta, gondozását pedig a Kárpát Egyesületnek 1935 óta működő rahói osztálya vállalta. A KCST volt rahói osztálya a Dumen alatt 1200 m magasságban 15 hálólhelyes menedékház építésébe fogott, de több menedékkunyhó is rendelkezésére állt a turistáknak a főgerincen.

A Fekete-Tisza völgyétől keletre, Ruténföld legkeletibb sarkában érik el a Máramarosi havasok legnagyobb magasságukat és legszebb magashegyi kifejlődésüket. Ebbe a sarokba a Fehér-Tisza völgye nyúlik bele; a völgytől északra a Csarnahora-hegység, délre pedig a máramarosi Pop Iván csoportja, a Visómelléki-hegység tagja emelkedik. A Csarnahora-hegység mintegy 20 km-es, átlagosan 1800–1900 m magasságú gerincéből kétezres tetők enyhe hullámai emelkednek ki: a Hoverla, a Gutin Tomnatek, a Brebenyeskul, és a Pop Iván. Némileg különálló a Hoverla nyugati szomszédja, a sziklás, tekintélyes megjelenésű körösmezei Pietrosz.

1. kép: Kárpátalja hegyvidékének vázlata, dr. Kéz Andor rajza



Forrás: Turisták Lapja, 1939

Ezen a vidéken is lehetőség nyílt a magyar–lengyel turistabarátság kibontakoztatására. A Hoverla meglátogatásának megkönnyítésére az MKE Keleti Kárpátok Osztálya már 1895-ben felépített 1390 m magasságban egy menedékházat, ami azonban az első világháború alatt leégett. Pótlására a KCST volt rahói osztálya a Hoverla csúcsa alatt egy 30 hálólhelyes, jó időben autóval is megközelíthető menedékházat épített, de a Pietrosztól nyugatra

emelkedő Szecsul környékének havasi gazdaságain, így a Mencsulon is 40 hálólhelyes menedékházat rendezett be. A lengyelek a Hoverla északkeleti lábánál építettek szép, erősen látogatott, 120 hálólhelyes menedékházat, a Pop Iván csúcsán pedig légvédelmi és meteorológiai obszervatóriumot (Schermann, 1939b).

A Máramarosi-havasok utolsó tagja a Visómelléki-hegység. A határ a hegység legészakibb tagjának, a Pop Ivánnak a gerincén haladt, a Visó torkolatától keleti irányban a határmenti Sztog csúcsáig. A Pop Iván már az igazi magashegységek zordságát hozza: északi, jégvágta sziklás völgyeiben apró tengerszemek csillognak. A turisták számára a Pop Iván csúcsa alatt, kb. 1600 m magasságban a KCST volt rahói osztálya mintegy 40 hálólhelyes menedékházat rendezett be, közelében pedig magánturistaház épült (Schermann, 1939b). Ugyan a Sztog hármashatárt hordozó csúcsa, a Csarnohora-hegységben pedig a Gutin Tomnatek, vagy Turkul csúcsa környékén még nem volt igazán megfelelő minőségű szálláshely, a turisták a Visó-völgy torkolatától, vagy Rahóról indulva a Pop Iván és Csarnahora vonulatának jelentős részét már bejárhatták.

3. Közlekedési és szállásviszonyok

Kárpátalja közlekedési viszonyait Blasovszky Miklós 1939 tavaszán Kárpátalja turistakalauzájának vázlata című írásában elemezte (Blasovszky, 1939a). Meglátása szerint Kárpátalja közlekedésének legfőbb erei a nagyobb folyók völgyében futó vasútvonalak voltak, melyek közül nemzetközi szempontból a legjelentősebb a sátoraljaújhely–körösmezői vonal volt. Ennek igénybe vételét jó darabon eléggé bonyolulttá tette az ún. peage-vonatok közlekedése. Hosszúmezőtől Terebesfejérpatakig ugyanis ez a vasútvonal a Tisza déli partján, román területen futott végig, a vonatok fele tehát eddig is a román államvasút, másik fele pedig a cseh államvasút kezelésében haladt a Királyháza–Rahó szakaszon, úgy, hogy a tranzitkocsikból az idegen állam területén nem volt szabad kiszállni. Magára Körösmezőre napi hat vonatpár közlekedett; a románokkal közös szakaszon 12 vonatpár. Ebből a fővonalból ágazott ki Nagyszőlőstől, illetőleg Beregszásztól a komlós–kovácsréti és az ilosva–gyilaljai keskenyvágányú vasúthálózat napi hat, illetőleg két személyvonatpárral. Bátyúnál ágazott el a Munkácson, Lawocznén át a Lembergbe tartó nagy nemzetközi fővonal, amelyen elsőnek indult meg a magyar–lengyel gyorsvonati közlekedés (Gyulai, 1939). Már ennek a vasútvonalnak a végigutazása is nagyszerű élményt adott a turistáknak, de Kárpátalja harmadik fővonalának, az ungvár–lembergi vasútvonal felső szakaszának végigjárása egyenesen élményszámba ment: Hajasdtól 487 méter tengerszint feletti magasságról kell a vasútvonalnak a 889 méter magas Uzsoki-hágóra felkapaszkodnia. E pálya változatossága vetekedett a híres semmeringi vonaléval.

Legalább ennyire fontosak voltak turistaszempontból a műutak és az ezeken futó autóbuszvonalak. A Tisza lapályán futó elsőrendű aszfaltutak (Szobránc–Ungvár–Munkács–Beregszász–Tiszaújlak–Huszt–Taracköz között) kiágazásaként a fővölgyekben, Ungvár–Szinna, Munkács–Alsóverecke, illetőleg Volóc, Huszt–Ökörmező–Toronyai-hágó, Száldobos–Alsókalocsa, Bedő–Dombó, továbbá Taracköz–Aknaszlatina–Rahó–Körösmező között jó makadámutak léteztek, ezeken az autóbuszok közlekedésének semmi akadály

nem volt. A cseh időkben itt több fontos autóbuszjárat közlekedett, amely a határhoz közel eső nagyobb hegyek megközelítését lehetővé tette. (Rahó és Luhi között a Fehér-Tisza völgyében, továbbá a taracvölgyi keskenyvágányú vasúthoz Nyíresházáról csatlakozó bruszturai társaskocsijárat). Ezek pótlására a MÁV közúti gépkocsiüzeme elismerésre méltó gyorsasággal már 1939 márciusának utolsó napjaiban napi két-két járatpárral üzembe helyezte a Taracköz–Terebesfejérpatak; a Huszt–Szeklence–Kövesliget–Alsószinevér; a Huszt–Ökörmező–Toronya és a Máramarosból a Borsavai-havasok északi megkerülésével megnyílt Ökörmező–Volóc vonalat. Ez idegenforgalmi szempontból különösen érdekes látványosságokat nyújtott, mert a Nagy-ág völgyéből Bereg megyébe, a Vereckei-szoros alá vitt be. Az autóbushálózat majdani továbbfejlesztése révén, egy Munkács–Nagyszőlős–Huszt, illetve egy Volóc–Polena–Munkács szakasz kiépítésével akár egy körjárat is létrejöhetett volna. Ehhez csatlakozhatott volna a perecseny–polenai vonal, Perecsenyből a Turja-völgyön át pedig már évek óta közlekedett autóbuszjárat, amely jó szolgálatot tett a Rónahavas turistaközönségének. Összességében 1940-re csaknem 20 MÁVAUT-járat hálózta be Kárpátalját (A Kerék, 1940). Távol eső pontok megközelítésénél azonban a Kárpátaljára utazó turistáknak meg kellett elégedniük a kocsifuvarral. Kocsit kapni azonban – ahogyan erre Blasovszky Miklós rámutatott – szénabehordás idején szinte lehetetlen volt (Blasovszky, 1939a).

Az autós turizmus sem volt lehetetlen Kárpátalján, ám a havasokra vezető autóutak bejárása külön engedélyhez volt kötve. Ez megfelelő illeték (3.50 P) lerovása ellenében a rahói m. kir. erdőigazgatóságnál volt beszerezhető. Természetesen ezek a hegyi utak (a Tatárhágón át vezető műút kivételével) szélesség, vonalvezetés stb. tekintetében nem érték el a valódi autóutak színvonalát. Egy részüket az erdőkincstár építette, másik részük hadiút volt (Schermann, 1939a).

Az infrastruktúra továbbfejlesztésére irányuló komoly szándékot mutatja, hogy Padányi-Gulyás Béla, Kárpátalja idegenforgalmi szervezeteinek ekkori legfőbb irányítója, az OMIH-nak a kárpátaljai kormányzói biztos mellé rendelt főmegbízottja 1941 nyarán nem kisebb tervet jelentett be, mint hogy a kormány megépíti „a magyar Gross-Glockner utat” (Péchy-Horváth, 1943). *„Ezt az autóutat felvezetjük a tiszaborkúti Mencsulra, körülbelül 1800 méter magasságra. Rahóról indul majd ki, a most használatban levő erdei műút felhasználásával. A rahói 500 méteres szintről tehát 1800 méterre megyünk fel az új műúttal, majd ismét leszállunk 600 méterre. A remek tájakon végigfutó autóutat két óra alatt futhatják majd végig a kocsik. Mivel a Kárpátalja legszebb és legvadabb vidékein fut végig az új út, az utasok számára rendkívüli élmény lesz egy-egy ilyen utazás”* – nyilatkozta a tervekről Padányi-Gulyás az Esti Kurirnak.¹

Noha a „magyar Gross-Glockner út” sohasem készült el, a háború közepette is tovább folytatódott az útépítés Kárpátalján. 1943 őszére elkészült a Tarac és Tisza völgyét összekötő 70 kilométer hosszú műút, valamint a Fekete-Tisza forrásvidékéhez vezető út, a

¹ Az interjú eredetileg 1941-ben jelent meg az Esti Kurirban. A terv végül nem valósult meg, még 1943 augusztusában is csupán arról írnak a lapok, hogy a kormány tervbe vette a „magyar Gross-Glockner út” megépítését. Lásd: Modern autóút építését tervezik Kárpátalján (Magyar Szó, 1943. augusztus 17: 4).

kirándulók régi vágyát megvalósítva ezzel (Magyar Lapok, 1943). (A két útvonal építése 14 millió pengőbe került és 260 napig dolgoztak rajtuk).

A közlekedési viszonyokhoz hasonlóan kettősség jellemezte a kárpátaljai szállásviszonyokat is. A nagyobb és forgalmasabb vasútállomásokon, járási székhelyeken voltak ugyan vasúti vendéglősök vagy egy-két vendégszobát az utasok számára készenlétkben tartó vállalkozók, de ezek száma 1939-ben még alacsony volt. A régebbi időben az erdőkincstár úgy segített a hiányokon, hogy az erdőhivatalok mellett egy-két szobát néhány ággyal berendeztek kincstári szállónak, s ezekben szállást kaphatott a hivatalos kiküldetésben lévő állami tisztviselő vagy más is, aki erre külön engedélyt kapott. A Csehszlovák Turista Klub az ezt megelőző húsz évben igyekezett – nem is eredménytelenül – turista célra az erdőőri lakok megszervezését is keresztülvinni. Emellett az országutak mentén turistaszállók épültek, így egy nagyobb az Uzsoki-hágón, egy másik a Vereckei-hágónál a lengyel határörháztól nem messze, Kisszolyva fölött, egy harmadik pedig Volócon 30 hálóllyal. A turistaság céljait állandóan és rendszeresen szolgálta a mintegy 20 kisebb-nagyobb menedékház, igaz, ezek nagy része csak nyári időszakban. Többségük Máramaros megye területére esett, de jutott belőlük Beregbe és Ungba is. Ezeket a volt Csehszlovák Turista Klub létesítette jelentős állami támogatással. A menedékházak között azonban alig volt olyan, ahol állandó vendéglőt tartottak volna fenn, így az ételmezésről a turistáknak maguknak kellett gondoskodniuk, vagy a közcélra rendelkezésre álló konyhában – svájci turistamódra – maguknak főzni.

Problémát jelentett az is, hogy a helyi lakosság idegenkedett a természetjárók befogadásától, noha ez szűkös viszonyaik mellett számbavehető jövedelmet jelentett volna részükre. Így jobb híján okos szervezéssel kellett szálláslehetőségeket teremteni, amíg a megfelelő számú menedékház fel nem épül. A leginkább kézenfekvő megoldást az amerikai típusú kempingrendszer bevezetése jelenthette. Eszerint szállítható sátrakat ütnék fel a megfelelő helyeken, olyan távolságra egymástól, hogy az egész nap menetelő turista estére szálláshoz tudjon jutni. Az 1940-ben megfogalmazott terv ezeket a sátorrendszerű menedékeket javasolta Uzsoktól Körösmezőig a piros jelzéses útvonal mentén felállítani, mivel ez volt a legtöbb turista által járt útvonal. (Ezen az útvonalon voltak a Keleti-Kárpátok legszebb részei, a Tisza forrása, illetve a Hoverla-Pop Iván-Pietrosz háromszög). 5-6 ilyen kempingszállás ideiglenesen kiválthatta volna a menedékházak hiányát, ha a szálláshoz megfelelő személyzetet és konyhafelszerelést is tudnak biztosítani (Kárpáti Magyar Hírlap, 1940c; Esti Kurír, 1940a). Végül azonban a kempingszállások rendszerszerű kiépítése nem valósult meg Kárpátalján, így a szállásviszonyok rendezetlensége mint probléma végig megmaradt a visszatérést követő években.

Összegezve a magyar turistaság kárpátaljai gyarapodását, megállapítható, hogy ugyan az új hegyek a Magas-Tátra magasságát, merész formáit nem érték el, s a turistakultúra és az idegenforgalmi értékek tekintetében is elmaradtak attól, mégis sok új színnel gazdagították a palettát. A változatos népviseletek, a különleges építészet (faházak, fatemplomok), az erdőgazdálkodás és a havasi gazdálkodás sajátos formái, a tutajozás, a sóbányászat mind megannyi érdekességgel szolgáltak a magyar turisták számára, s

többnyire feledtetni tudták a közlekedési és szálláshelyi hiányosságokból fakadó kényelmetlenségeket. Nem mellékesen, a magyar sport szempontjából is óriási jelentőségű volt Kárpátalja visszatérése, hisz a legtöbb itteni hegyvidék nemcsak a turistáknak, hanem a síelőknak is valóságos paradicsoma lehetett. Ezt az eddig jószerivel ismeretlen országrészt azonban meg kellett ismertetni, fel kellett fedeztetni a nagyközönséggel. Térképek és ismeretterjesztő kiadványok nélkül ez nehezen volt elképzelhető.

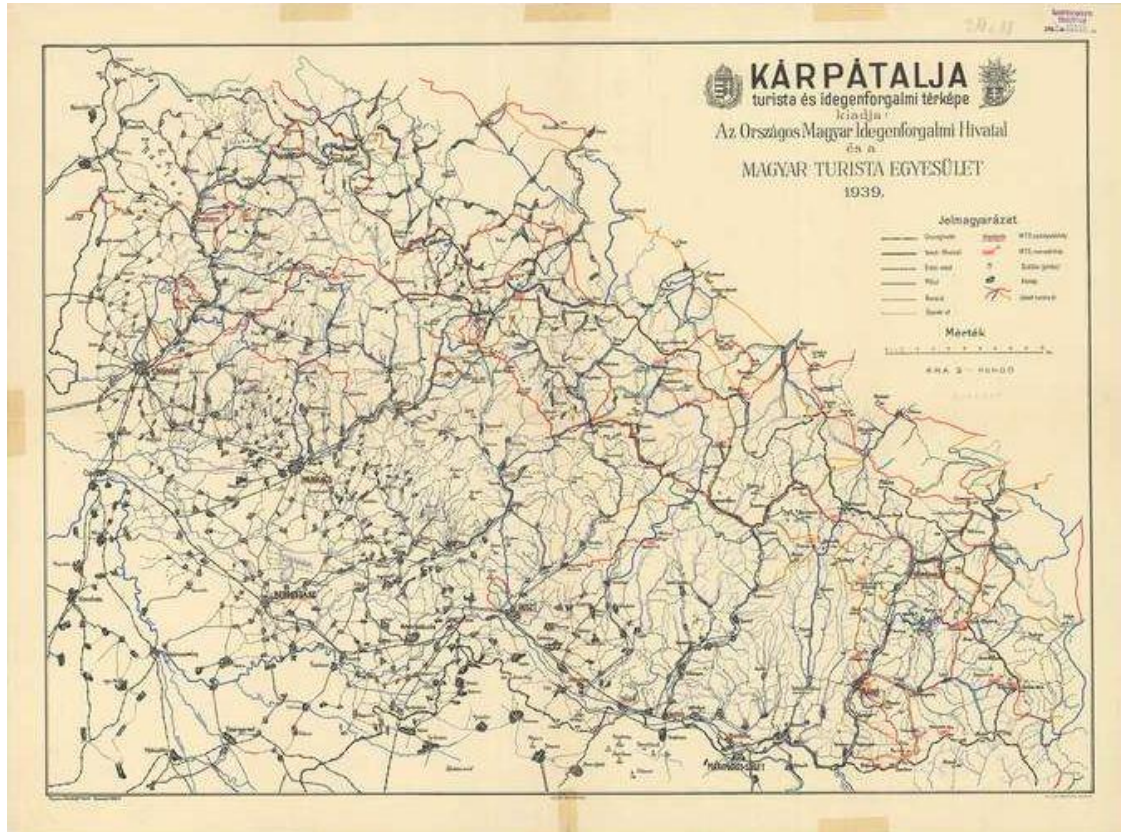
4. Térképek és útikalauzok

Kárpátaljáról olyan kivitelű „kirándulótérképek”, mint amilyenek a trianoni ország legtöbb hegyvidékéről közkézen forogtak (turistaút-jelzésekkel, menedékházakkal stb.) 1939-ben még nem léteztek. Nem is jelenhettek meg eddig ilyenek, hiszen a felszabadult országrészek új térképezése rendkívül alapos, hosszadalmas munkát igényelt, s akár évekig is eltarthatott. A Magyar Királyi Állami Térképészeti Intézet ugyan elkezdett dolgozni azon, hogy az új területekről minél előbb korszerű térképek készülhessenek, ezek azonban elsősorban a honvédelem céljait szolgálták, s a valódi turistatérképekre csak ennek a munkának befejezése után kerülhetett sor. Addig is meg kellett elégedniük a turistáknak a korábbi – hibáktól ugyan nem mentes – kétszázszoros és hetvenötszörös lapokkal. Ezek – különösen Kárpátalja vonatkozásában – sok utólagos javítást igényeltek, ráadásul a jelzett utak és a menedékházak nem voltak rajtuk feltüntetve. Ezen a Turisták Lapja szerkesztősége úgy próbált segíteni, hogy az útjelzés nélküli kétszázszoros térképlapokon feltüntette az összes meglévő felvidéki és kárpátaljai útjelzést és menedékházat. Ezekből egy példány az Egyesület központjában tagtársak rendelkezésére állt, amelyről saját térképeikre átmásolhatták az útjelzéseket és megjelölhették a menedékházak pontos helyét (Peitler, 1939c).

Az új turistakalauzokkal egyidőben, 1939 nyarán jelent meg az MTE és az OMIH közös kiadásában Kárpátalja 1:300.000-es méretarányú turista- és idegenforgalmi térképe, mely már feltüntette a kárpátaljai fürdő- és üdülőhelyeket, jelezte az autóval járható utakat és feltüntette eredeti színeiben a meglévő turistaútjelzéseket és a menedékházak helyét is. Ez a térkép kisebb hibái ellenére már egészen jól használható volt. Az újabb, még pontosabb térképre pedig már egy évet sem kellett várni. 1940-ben a Magyar Királyi Honvéd Térképészeti Intézet kiadta Kárpátalja új turistatérképét, mely a bécsi 200.000-es katonai térkép több lapjának össznyomata volt, kiegészítve a sokszínű turistaútjelzés-hálózattal és egyéb idegenforgalmi adatokkal. Ezeket az új adatokat az MTE tagjai gyűjtötték be, végigjárva a több ezer kilométeres turistaút-hálózatot. Az új térkép ily módon már megmutatta a közigazgatási beosztást, a kárpátaljai erdőbirtokok megoszlását, külön melléktérkép tüntette fel a csapadékeloszlást és a hőmérsékleti adatokat, és külön egy másik a közlekedési hálózatnak az anyaországhoz való kapcsolódását. Ez a térkép már értelemszerűen nemcsak turista célokat szolgált, hanem katonai közhivatali és oktatási célokat is, feltüntette például az idegenek közlekedése elől elzárt határ menti tilos övezetet is (Blasovszky, 1940a). Azt, hogy mekkora igény volt erre

a térképre, jól mutatja, hogy egy hét alatt szétkapkodták az első kiadás mind a 3000 példányát, s az 1940 júliusában kijött második kiadás is pillanatok alatt elfogyott (Blasovszky, 1940b).

2. kép: Kárpátalja turista- és idegenforgalmi térképe 1939-ből



Forrás: Hungaricana, HM Hadtörténeti Intézet és Múzeum

A turisták hasonló módon várták már egy új turistakalauz megjelenését is. A kárpátaljai turistakalauzra való hatalmas igényt jól jelzi, hogy a Turisták Lapja 1939 áprilisi száma, melyben a *Kárpátaljai kis kalauz* szerepelt, nagyon gyorsan mind egy szálig elfogyott. A „Kis kalauz” átütő sikerét az adta, hogy a Turisták Lapja szerkesztősége már április 15-én kibocsátotta Kárpátaljának ezt a gyakorlati hasznú leírását, akkor, amikor a katonai hatóságok még nem is tették szabaddá a beutazást a visszaszerzett Északkeleti-Felvidékre.² Így aztán mindenkit megelőzve adhatták a magyar természetjáró nagyközönség kezébe kalauzukat. A „Kis kalauz” népszerűségének másik oka az volt, hogy olyan kiváló és hozzáértő szerzők jegyezték, mint Cholnoky Jenő és Blasovszky Miklós. Mindez azonban nem válthatta ki egy „rendes”, részletes Kárpátaljai turistakalauz megírását. Ez utóbbi meglehetősen gyorsan, már 1939 júliusára elkészült Lukács Géza ungvári ügyvéd szerkesztésében, a főmunkatársak sorában Blasovszky Miklós, Cholnoky Jenő, Lux Géza, Peitler Gyula, Strömpl Gábor, Vörös Tihamér nevei mellett pedig már ott voltak az MTE újonnan alakult kárpátaljai osztályainak vezető tagjai is.

² Ez utóbbi csupán 1939. április 28-án történt meg.

Míg a lap áprilisi kiadványa csupán általános bevezetést nyújtott Kárpátalja megismerésébe, addig az új, 300 oldalas, sok fényképpel kísért kiadvány már átfogó keresztmetszetét adta a kárpátaljai idegenforgalmi és turisztaviszonyoknak. A szerkesztőség 350 tudakozódó levélre érkezett 200 válaszból állította össze Kárpátalja üdülő- és fürdőhelyeinek adatait, s külön fejezetben foglalta össze a magyar turistaság feladatait Kárpátalján (Uj Magyarság, 1939a). Hasonló céllal kezdte el közölni a Magyar Turista Élet folytatásokban Schermann Szilárd munkáját *A Tisza forrásvidékének kis turistakalauza* címmel. A kalauz, melyet Schermann rahói helyi adatok felhasználásával állított össze, ugyancsak sikeres lett, s már 1939 júliusában a kiadó különlenyomatot készített belőle. A 28 oldalas kis füzetet mindössze 50 fillérért árulták, így aztán a kispénzű turisták is könnyen hozzájuthattak. A Schermann-féle kalauznak 1940-ben egy újabb, bővített és átdolgozott változata is megjelent, ismertetve többek között azokat a Rahó közelében lévő menedékházakat is, amelyek az első verzióban még nem szerepelhettek (Schermann, 1939).

Születtek persze kevésbé sikeres kiadványok is. Az OMVESz az *Utas Könyve II.* kiegészítő füzeteként jelentette meg kárpátaljai ismertető füzetét negyven-egynéhány község és város szálláslehetőségeit és idegenforgalmi viszonyait feldolgozva (Kaffka, 1939). A meglehetősen összezsapott, nyelvezetét tekintve sem túl igényes, ráadásul sajtóhibákkal teli kiadvány mindazonáltal mégis hasznos kiegészítője lehetett az egyéb, tisztán turistaleírásoknak.

Az OMIH kiadásában jelent meg 1939 végén, Tóth Lajos elgondolásai alapján egy ízléses és művészi ismertető *Rákóczi földje* címmel. A Felvidék és Kárpátalja vázlatos térképével ellátott röplap kifejezetten a nagyközönséghez szólt. A tíz mélynyomású kép és szöveg a visszakerült országrészek történelmi emlékeire és természeti szépségeire hívta fel a figyelmet (Peitler, 1940a).

Ugyancsak 1939 végén, karácsonyi meglepetésként adta ki a Magyar Turista Egyesület az 50 amatőr felvételtől álló képeslapsorozatot Kárpátalja tájairól. Ezek végigvezettek azokon az ungi, beregi és máramarosi természeti és néprajzi érdekességeken, amelyekre a hivatásos levelezőlap-készítők nem terjesztették ki figyelmüket. A felvételek zömét Peitler Gyula, Kotsis Ferenc és Papp Dénes készítette. Az első példányokat, hogy karácsonyra elláthassák velük a menedékházakat, még csak magyar nyelvű felírással készítették, a következő nyomás azonban már magyar és ruszin nyelven jelent meg. A levelezőlapoknak óriási sikerük volt, a hivatásos árusítók ezrével vitték a példányokat, amelyeket az egyesület a turistapropaganda érdekében önköltségi áron bocsátotta a bizományosok rendelkezésére (Uj Magyarság, 1939j).

A turistáknak Kárpátaljáról szóló információval való ellátását szolgálták azok a kisfilmek is, melyeket 1939 folyamán készített az „Országjárás” című vendégforgalmi újság Kárpátalja szépségeiről. A filmeket Balassa Ferenc, Wilczek József, valamint Gyelán Győző fényképezték, illetve állították össze, ők mindhárman a Magyarországi Kárpát Egyesület tagjai voltak. A sorozat készítői a magyar–román határszögletől, a Pop Ivántól kezdve járták végig Kárpátalját, érintve Rahó környékét, a Hoverlát, a Bliznica-csoportot,

Máramaros, Bereg és Ung különösen szép vidékeit. A filmek célja az ismeretterjesztés mellett természetesen magának Kárpátaljának a minél szélesebb körben való népszerűsítése volt (Uj Magyarország, 1939i).

5. Az új turistaélet megteremtése Kárpátalján

Kárpátalja tehát a lehetőségek terepe volt a magyar turistaság számára, ám a lehetőségeket ki is kellett használni – méghozzá az eddigiektől merőben eltérő viszonyok közepette. Schermann Szilárd így fogalmazott fentebb már idézett írásában: *„A pár órás kiránduláshoz, éttermes menedékházhoz szokott magyar turista számára új iskola lesz ez a vidék: a kitartásnak, tapasztalatok, megfigyelések gyűjtésének, a magyarság méltó reprezentációja mellett a nemzetiségekkel, elsősorban a testvér kárpátorosz néppel és a baráti lengyel nemzettel való megértésnek kiváló iskolája”* (Schermann, 1939a: 5). Azt, hogy a magyar turistaság miként járta ki ezt az iskolát, a következőkben vizsgáljuk meg.

Cholnoky Jenőnek a Magyar Turista Egyesület 1939. április 12-én tartott közgyűlésén elmondott elnöki megnyitó beszéde világossá tette: Kárpátalja újbóli bekapcsolását a magyar idegenforgalomba úgy képzelték el, hogy az majd a térség lakóinak magyarosításával együtt jár. *„Nekünk sokkal tovább kell mennünk s olyan idegenforgalmat kell teremtenünk s a magyar turistáknak olyan tömeges odavándorlását kell előmozdítanunk, hogy csengjen mindenütt a magyar szó a néma erdőkben, a magyar emberszeretet, humanizmus, magyar derült lélek, őszinte barátság legyen az az ezer éve bevált, hatalmas mágnes, amely annyi derék idegent beleolvasztott a magyarságba. A magyar lelkületnek ez a csodálatos vonzóereje bontakozzék ki ott is és meg vagyok győződve, hogy néhány évtized múlva nem lesz rutén-kérdés, mert a rutének is, ruténül beszélő magyarok akarnak lenni”* (Cholnoky, 1939: 223).

A hazai természetjárók célja azonban elsődlegesen nem az asszimiláció volt, hanem az, hogy magyar turistaéletet teremtsenek a felszabadult Kárpátalján. Erre meg is volt minden természetadta lehetőség, s úgy nézett ki, ha az állam is megfelelő módon támogatja ebben a turistaszervezeteket, reálisan a magyar nemzetgazdaság egyik legkomolyabb tényezőjévé válhat az Északkeleti-Felvidékre irányuló belső vándorforgalom és idegenforgalom. Mindezt jó alapokról indíthatták. A cseh uralom alatt a turistamozgalom ugyanis a magyar időkben korábban megkezdett feltárást teljes erővel folytatta, s olyan idegenforgalmat irányított Kárpátalja felé, amelyet az valóban meg is érdemelt. Vasárnaponként különvonatok szállították Prágából és környékéről a turisták és üdülők ezreit, s olyan kedvezményes utazást biztosítottak számukra, ami Magyarországon elképzelhetetlen volt. A Csehszlovák Turisták Klubja jelentős állami támogatással 18 menedékházat létesített Kárpátalja hegyei közt. Ezenkívül a sok magánkézben lévő menedékház és turistaszálló, valamint a fürdőhelyek szállodái is elősegítették a nagyarányú üdülő- és vándorfogalom kifejlődését. Ez a munka azonban az impériumváltással egy időre megakadt. Több menedékház is megsérült a tavaszi harcokban, többet a Szics-gárdisták fosztottak ki (Peitler, 1939b).

Ami az állam feladatait illeti, elsősorban a közlekedési nehézségeken kellett javítani, amit részben az úthálózat bővítésével érhettek el (az autós és autóbuszos közlekedés érdekében). Amint az várható volt, Kárpátalja nagyarányú idegenforgalmának jelentékeny része a legmagasabb csúcsok felé irányult. Ezek megközelítése szükségessé tette újabb műutak építését is. Az erdőkincstár így például a Horverla-gáttól az erdőhatár fölé átlagosan 1500 méter magasságig emelkedő magaslati műutat létesített, amelyen a gépkocsizók különösebb veszély nélkül végigmehettek, leereszkedve a Tiszaborkút fölötti Kevele-völgybe (Uj Magyarság, 1939b).

A közlekedési viszonyok javulását várták a vasúti menetdíjkedvezmények növelésétől is. (Az eddigi díjkedvezmény nagyobb tömeg megmozgatására ugyanis nem volt alkalmas). Racionális, az utasok érdekeit szolgáló intézkedés volt a kereskedelem- és közlekedésügyi miniszter részéről, hogy a MÁV a 350 km-t meghaladó távolságú viszonylatokban Kárpátaljára és Kassára kiadásra kerülő hétvégi menettéri jegyek érvénytartamát a vásár- és ünnepnapot megelőző hétköznapi 0 órájától a vásár- és ünnepnapot követő első hétköznapi 24 órájáig kiterjesztette (Vasúti és Közlekedési Közlöny, 1939; Uj Magyarság, 1939e). Az utasforgalom növeléséhez azonban ez az intézkedés még vajmi kevésbé járult hozzá, hiszen egy háromnapos túrára még így is legalább 24-25 pengőt be kellett ruházni a vasúti jegybe annak, aki ezt a kedvezményt élvezni akarta (Uj Magyarság, 1939f). Az államvasút tehát kétségtelenül hozott áldozatot, ám éppen a valós turistaszükségletekre nem tapintott rá kellőképpen, hiszen például kihagyta őket az egyéb jegykedvezményekből az országot nyugat–keleti irányban átfogó utazásoknál.³

Sikeresen zárultak viszont az 1939. július 17. és 19. között Bukarestben lezajlott tárgyalások a magyar kormány és a román kormány vasúti kiküldöttei között. Ezeknek tárgya a Máramaros megyei elvágott vasúti vonalak forgalmának rendezése volt. Sikert ért el ez alkalommal olyan megállapodást kötni, amely lehetővé tette, hogy az elvágott körösmezei, aknaszlatinai és nagybocskói vonalrészek a MÁV törzshálózatával kapcsolatba jussanak, ami által a közlekedést közvetlen vonalakkal bonyolíthatták le. Ennek nyomán augusztus 10-én 0 órától kezdve a MÁV törzshálózatáról Körösmezőre útlevel, vízum- és vámvizsgálat nélkül lehetett utazni, ugyanakkor az áruforgalom is megindult (Kárpáti Magyar Hírlap, 1939).

Kárpátalja fejlesztése szempontjából kulcsfontosságú volt a mintegy 25-30 értékes, ám ekkorra jórészt elhanyagolt állapotú fürdőhely kiépítése – akár magántőke bevonásával is. További megoldandó kérdés volt a havasi menedékházak ügye. Ezeket a – többnyire korszerűtlen és leromlott állapotú – turistaszállókat és menedékházakat a Magyar Turista Egyesület gondozásába utalta a magyar királyi honvéd vezérkar főnöke. Az MTE a kárpátaljai menedékházak birtokbavétele után azonnal részletes tervet dolgozott ki, amely mintegy 40.000 pengős költségvetéssel a menedékházak legszükségesebb tatarozását és

³ A 250 kilométeren felüli távolságokra eső díjszabási övezetben ugyanis július 22. óta a menetdíjak 2–36 százalékkal csökkentek ugyan, s a 450 kilométeren felüli távolságoknál a budapesti díjszabási metszőpontot bizonyos jegyeknél nem alkalmazták, ami szintén árscsökkentést jelentett, csak hogy ez utóbbi enyhítés kedvezményes jegy váltásánál nem volt érvényes.

felszerelését tette lehetővé. Ehhez az OMIH is anyagi segítséget ígért. Valójában – mint kiderült – még legalább 500.000 pengőre lett volna szükség, hogy a 18 menedékház mellé további, a kor kívánalmainak megfelelő menedékházak létesülhessenek.

Magának Kárpátaljának a visszaillesztése a magyar országtestbe komoly kihívást jelentett a magyar politikum számára, ugyanis egy meglehetősen feszült nemzetközi környezetben kellett megbirkózniuk a helyi nemzetiségi, társadalmi, politikai és gazdasági problémákkal. Nyilvánvaló volt, hogy a kárpátaljai társadalmi ellentétek mérséklése, a térség konszolidálása egyrészt a helyi magyar és ruszin igények teljesítése közötti megfelelő egyensúly megteremtésével, másrészt a régió gazdasági helyzetének javításával, a lakosság munkalehetőséggel való ellátásával valósítható meg (Szakál, 2014). A magyar kormányzat három fejlesztési irányban rendelkezett elképzelésekkel a visszacsatolt Kárpátalja gazdaságára vonatkozólag. Vízerőművek építése és a faipar fejlesztése mellett a turizmus fejlesztése volt a harmadik fő irányvonal.

Az idegenforgalom fellendítését célzó koncepció lényeges eleme volt, hogy azt a magántőke erőteljes bevonásával képzelték el. A főként a középosztály igényeit kiszolgáló beruházásokat igyekeztek területileg is koncentrálni. Így inkább a zártabb, telepszerűen kialakított üdülőhelyek megteremtésére törekedtek. A telepszerű kiképzés a közönség sportolása és szórakozása, kiszolgálása szempontjából sokkal kedvezőbb volt, az idegenforgalmi vállalkozás részére pedig rentabilitás, költségmegosztás szempontjából volt kívánatos. Az üdülőhelyek közművekkel, villannyal való ellátása, a közegészségügyi viszonyok megteremtése azonban az állam feladata volt. Ezt az 1940-es év végéig ígérték megvalósítani. A fejlődés alapjait a turisták és síelők számára építendő egyszerű, de a környezethez alkalmazkodó, ízlésesen kiállított kisebb szállók megépítésével kívánták lefektetni. Volócon egy szállóként és vendéglőként üzemelő idegenforgalmi mintaház létesítését tervezték (Az Őslakó, 1940).

Kárpátalja turisztikai lehetőségeinek felméréseivel, a fejlesztési stratégia kidolgozásával és végrehajtásával a Hallósy István vezette Országos Magyar Idegenforgalmi Hivatal bízta meg a kormányzat. Hallósy már 1938 decemberében beutazta az első bécsi döntés értelmében visszacsatolt területeket, s az ott összegyűjtött információk alapján 1939 februárjára elkészült az első javaslat a visszacsatolt Felvidék fejlesztésének lehetőségeiről. Hallósy ebben a helyi önkormányzati szervekkel való kapcsolat kiépítését és az OMIH helyi szerveinek a felállítását nevezte meg, mint legfontosabb feladatot. 1939 tavaszán ezt a Hallósy által felvázolt cselekvési tervet kívánták a kárpátaljai területekre is kiterjeszteni – inkább kisebb, mint nagyobb sikerrel. Akadályként merült fel ugyanis itt az OMIH hatáskörének csorbulása a Felvidéki Ügyek Minisztériumával szemben, illetve hatáskörének kétségbe vonása a kárpátaljai ruszin szervezetek részéről. Ráadásul a lakosságnak az idegenforgalom iránt tanúsított érdektelenségével is nehezen tudtak mit kezdeni. A legnagyobb nehézséget azonban a

pénzhiány okozta. Így Kárpátalja idegenforgalmi fejlesztése a következő években az ismert háborús viszonyok közepette eleve csak korlátozottan volt lehetséges.⁴

Hallóssy István az MTE főtitkárának és a Sísövetség ügyvezető elnökének bevonásával 1939 őszére terjedelmes munkarendet dolgozott ki Kárpátalja nyári és téli vándorforgalmának fejlesztése és biztosítása érdekében (Magyar Turista Élet, 1939c). A tervezet kitért olyan feladatokra is, amelyek túlnőttek a turistaság céljain és tennivalóin, de a sokrétű feladatkör homlokterébe állította mindazokat az irányelveket, amelyek a turistatársadalmat érdekelték. Hallóssy és társai a legsürgősebben megoldandó feladatként Kárpátaljának az 1939/1940. év telére való felkészítését jelölték meg az ország téli sportokat űző közönségére való tekintettel. Ezért szükséges volt megvizsgálniuk, milyen lehetőségek állnak fenn Kárpátalján a sísport űzésére, illetve a szálláslehetőségek tekintetében. Az Ungváron székelő Kárpátaljai Kormányzói Biztosság szakértői véleményét kikérve négy helyszínt emeltek ki mint síelésre ajánlott terepet:

- az Ung völgyét (Pliska, Skala, Javornik, Fenyvesvölgy, Hajasd, Uzsok, Rónahavas);
- a Latorca völgyét (Plaj, Stoj, Temnatik);
- a Tarac völgyét (Sztenyák-havas);
- a Tisza völgyét (Hoverla, Pop Iván, Dumen, Bliznica).

Ezek a helyek a téli időszakban számításuk szerint egyidőben mintegy 2150 fő volt elhelyezhető, ám hozzátették: szükséges a szállásviszonyok feljavítása, amihez még a tél beállta előtt egy 500.000 pengős hitel felvételét javasolták (Hallóssy, 1939).

3. kép: A rahói Budapest Szálló



Forrás: Hungaricana, Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum - képeslap

⁴ A kárpátaljai viszonyok javításának reményében nevezte ki a kormány 1940 elején Padányi Gulyás Bélát az Ungváron székelő Kárpátaljai Kormányzói Biztossághoz idegenforgalmi megbízottnak.

A hitelkeretből tervezték megoldani a városi szállodák bővítését. (Ez Ungváron a kormányzósági épület vagy a vármegyeház, Munkácson a vármegyeház szállodává való átalakítását jelentette volna, Rahón viszont, ahol a Budapest szálló nem volt bővíthető, csak magánlakások és vadászházak igénybevételével volt megoldható ez a probléma). Ugyancsak a hitelkeret terhére javasolták a Kárpátaljai Kormányzói Biztosság és az OMIH részvételével egy olyan akció elindítását, amelyben 30.000 pengő értékben látnának el magánházakat (mintegy 1500 férőhely) lepedővel, matraccal, mosdótálakkal, pokróccal. Mindezen kívül további 150.000 pengőt szántak a síterepeken fekvő menedékházak megfelelő színvonalra emelésére (Hallóssy, 1939).

A tervezet készítői hangsúlyozták, hogy számos egyéb tennivaló is van, ha a sísportok művelői számára Kárpátalját vonzóvá akarják tenni: lesiklópályákat kell létesíteni, a sútakat és lesiklóutakat jelzéssel kell ellátni, sítugrásáncokat kell emelni, megbízható hójelzési és személybiztonsági rendszereket kell kiépíteni – hogy csak a legfontosabbakat említsük. Ehhez számításaik szerint további 60.000 pengő államsegélyre lenne szükség.

Az is nyilvánvaló volt, hogy olcsó közlekedés nélkül Kárpátalja látogatottságát biztosítani nem lehet. A Magyar Turista Egyesület kérése ezért a MÁV felé a turisták számára történő 75%-os menetdíjmérséklés volt. Az OMIH emellett a kárpátaljai sízónába tartozó összes célállomásra a jegyek árának egységesen 10 pengőben való megállapítását kérte. Ezen kívül külön sívonatok megszervezését javasolták, akár a használaton kívül levő kórházvonalok bekapcsolásával. A Kárpátaljára irányuló téli turizmust szolgálta volna a sísport további népszerűsítését célzó sítanfolyamok megszervezése professzionális síoktatók bevonásával (Hallóssy, 1939).

Összességében, a tervezet megvalósításának sikere nagyban függött attól, hogy mennyire gyorsan tudják kivitelezni a fentebb megfogalmazottakat. Ennek érdekében egy olyan kárpátaljai idegenforgalmi munkaközösség felállítását javasolták, amelynek tagjai gyorsan és összedolgozva hajtják végre a lefektetett terveket. Ebbe a munkaközösségbe Kárpátalja Kormányzói Biztosságának, az Országos Magyar Idegenforgalmi Hivatalnak, az Országos Magyar Vendégforgalmi Szövetségnek, a Magyar Turista Egyesületnek, valamint a Sízövetségnek a kiküldöttjét delegálták (Hallóssy, 1939).

A tervezet nyomán létrejött Kárpátaljai Idegenforgalmi Munkaközösség első teendője az volt, hogy összeírják és nyilvántartásba vegyék az összes kárpátaljai vendéglátóházat. 22 községben idegenforgalmi megbízottakat kértek fel, akik azután összeírták a vendéglátóházakat. Az idegenforgalom keretébe bekapcsolható vendéglátóházak száma ekkor mindössze 450-500 volt, több ház az állapota és hiányos felszereltsége miatt nem jöhetett szóba. A vendéglátóházak tulajdonosaival nyilatkozatokat íratnak alá, melyben a azok kötelezték magukat, hogy télen (fűtéssel együtt) napi 2 pengőért, nyáron pedig napi 1,50 pengőért adják ki vendégszobáikat. Bevezették a készpénzfizetés helyett a lakásutalvány rendszert is, főként csoportos kirándulások esetére. Az összegyűlt lakásutalványokat az idegenforgalmi megbízottnál válthatták be a vendéglátók. Néhány rosszul felszerelt vendégszoba tulajdonosának a Munkaközösség lakberendezési

tárgyakat vásárolt hitelben, ezeknek az árát azután a tulajdonosoknak a szobákért fizetett bér fele összegével kellett törleszteniük (Kárpáti Magyar Hírlap, 1940a).

Kárpátalja idegenforgalmi fejlesztését a magyar állam egy több éves, hosszú folyamat során kívánta véghezvinni. Még gr. Teleki Pál miniszterelnöksége idején meghatározták a magyar idegenforgalmi szervezetek kárpátaljai területek fejlesztési csoportjait. Három ilyen fejlesztési területet jelöltek ki:

- Uzsok és közvetlen környéke,
- Volóc és a Borzsava-havas,
- a Rahó–Hoverla–Tiszaborkút háromszög.

Ezek voltak Kárpátalja legszebb vidékei, itt voltak a legzordabb erdők, a legnagyobb vizek, a legpompásabb síterepek és a legjobb közlekedési lehetőségek. Mind a három vidéknek nagy előnye volt továbbá, hogy a fővárosból és az ország minden más helyéről vonaton könnyen meg lehetett őket közelíteni. Ennek megfelelően 1939 után mind a három vidéken jelentős idegenforgalmi beruházások indultak meg: sportszállók, síugrósáncok, turistamenedékházak, vendégfogadók és más új létesítmények készültek.

4. kép: Tiszaborkút, a Fekete-Tisza partja 1939-ben



Forrás: Fortepan 265982, Horváth József

Kárpátalja téli idegenforgalmának fejlesztése érdekében a magyar állam segítséget nyújtott mindazoknak, akik vállalták, hogy bekapcsolódnak a helyi idegenforgalomba. Az erdőkincstár azoknak, akik bármilyen épületet szándékoztak építtetni idegenforgalmi célból, teljesen ingyen adott telket. A nagyobb szabású építkezésekhez – szállodákhoz, üdülőkhoz vagy sportszállókhoz – pedig az erdőkincstár nemcsak ingyen adott telket,

hanem megépítette ingyen az utat is az épülethez az új üdülőhely zavartalan megközelítése érdekében.

Sajátos módon, 1939 folyamán – nem is elsősorban a Kárpátaljával kapcsolatos turisztikai intézkedések hatására, sokkal inkább a kíváncsiságtól hajtva – a trianoni ország turistái párját ritkító lendülettel keresték fel a régen, vagy soha nem látott kárpátaljai területeket. Ennek nyomán olyan belső vándorforgalom indult meg, amilyenre a felszabadult városok és hegyvidékek lakói sem számítottak. 1940-ben a Magyar Gazdaságkutató Intézet terjedelmes jelentésben ismertette Magyarország 1939-es idegenforgalmának adatait. A jelentésből kiderült, hogy jelentősen nőtt az idegenforgalom Kárpátalján. Az itteni üdülőhelyek között különösen Rahó, Polena, Kőrösmező, Volóc, Tiszabogdány, Tiszaborkút és Királymező mutattak fel figyelemreméltó látogatottságot (Kárpáti Magyar Hírlap, 1940b).

5. kép: Rahó látképe 1941-ben



Forrás: Fortepan 95849, Schermann Ákos

Az Új Magyarország tudósítója 1939 nyarán már így számol be a nyaralóktól és turistáktól előzőnlött kárpátaljai fürdőkről: „A balatoni autósstráda aligha népesebb a rekkenő forráságú júliusi vasárnapon, mint a felső Tiszavölgy Akna-Szlatina és Rahó közt. Nagybocskó határában alföldi cserkészek táborának sátorponyváit fészíti a langyos szél, a szlatinai Ferencbánya előtt baranyai és somogyi diákok tanulmányi csoportja várakozik a bebocsáttatásra, Rahó aszfaltos főutcáján s a hírneves borvízforrás körül shortos, szerecsenbarna pesti nyaralóvendégek sétálgatnak, a zajos újlipótvárosi fiatalság, amely rikácsoló és falánk életöröm, a túlzott testiség jegyeivel szinte gyarmatosította ezt a poétikus szépségű szubalpin nyaralótelepet” (Széfeddin, 1939: 6). Az igazsághoz hozzátartozik, hogy a cikk nyíltan antiszemita szerzője a következőkben azt a téves következtetést vonja le a látottakból,

hogy a feltűnően nagy érdeklődés Kárpátalja iránt valamiféle semita idegenforgalmi propaganda eredménye lenne. Állítása szerint ugyanis a kárpátaljai fürdő- és nyaralóforgalom száz százalékban a zsidók kezében van, akik „természetesen” felverik az árakat, ráadásul a keresztény vendégeknek a zsidó „fajtársakhoz” képest kétszeres-háromszoros áron kínálják szálláshelyeiket. A szerző arra figyelmeztet, hogy ha a hatóságok nem teremtenek rendet, a kialakulóban lévő rendszer Kárpátalja idegenforgalmát a következő időnyre teljesen megsemmisítheti. A helyzet az, hogy valójában Kárpátalja turisták általi újfelfedezése együtt járt az árak általános emelkedésével. 1939 augusztusában például a turisták rendre arra panaszkodtak, hogy Kárpátalján a havasi tejgazdaságokban rendkívül drágán mérik a tejtermékeket (Uj Magyarország, 1939e). Pedig hát a hegyi gazdák egyike sem volt zsidó!

Nem meglepő módon a Kárpátalját előzőnlő turisták egy jó része csalódott volt az ottani turistaviszonyok meg tapasztalása után. A váratlanul magas árak mellett az egyik leggyakoribb panasz az volt, hogy a túrák kiinduló völgyi állomásain nem lehetett megszállni a sok nyaraló miatt, főnt a hegyekben viszont a menedékházak jelentős része még egyáltalán nem nyílt meg, vagy pedig siralmas állapotban volt. Egyes menedékházak – mint például az Ozirnya tövében lévő tengerszem melletti, amelyet a kormányzó pá is érdemesnek tartott felkeresni – pedig jó állapotuk ellenére is zárva maradtak a megszállni kívánó turisták előtt. A panaszok orvoslását a testnevelési tanács által biztosított 25.000 pengős államsegélytől várták a turistaszövetségnél, ebből kívánták a legsürgősebb feladatokat még a tél beállta előtt megoldani (Uj Magyarország, 1939h). Ez – látván azt, hogy a panaszok a következő évben is megmaradtak – nem igazán sikerült.

A Kárpátaljára 1939 nyarán zúduló turistaforgalom mértékét és hatásait jól jelzi, hogy a Magyar Turista Élet nevű lap augusztus 12–15-re tervezett 3 és fél napos kárpátaljai túráját kénytelen volt szeptember 7–10-re halasztani. Minderre azért volt szükség, mert az ország minden részéből Kárpátaljára utazott nyaralóvendégek minden szálláshelyet lefoglaltak. A lap szeptemberi száma további kárpátaljai (rossz) tapasztalatokról is beszámol, így például hogy a MÁVAUT – érthetetlen okokból – a legkisebb és legrozogább kocsijait adta Kárpátaljára, hogy a jelentősebb autóbusz állomásokon naponta ismétlődtek meg a botrányos jelenetek, melynek nyomán nem egy utas célja elérése előtt inkább visszafordult, továbbá hogy a menedékházakban és azok környékén nagytakarítást kell végeztetni, mivel a legtöbb házban betegek és üdülők tartják megszállva a helyeket. A turista meg örülhet, ha a pusztas földön vagy legjobb esetben földre fektetett szalmazsákon kap helyet. A fuvarosok és az autótaxisok, különösen Rahó környékén csillagászati számokban hajlandók fuvart vállalni. A Hoverlagát–Hoverla menedékház közötti 13 km-es útszakaszra 30 pengő fuvardíjat kérnek, a kincstári úttör pedig útvám címén 10 pengőt. Panaszkodnak a szakértelem nélkül felfestett útjelzésekre is: ugyanaz a szín némely elágazásnál több irányba vezet és miután magyarázó táblákat sehol sem talál a turista, igen kellemetlen helyzetbe kerülhet (Magyar Turista Élet, 1939a).

Egy turista a volóci Hangya vendéglőben szerzett tapasztalatait a következőképpen írta le: „A kisebb terem meleg, ezért túlzsúfolt, dohányfüsttől, ételillattól terhes volt. A

nagyobb terem hideg, bútorozatlan, emiatt üres volt. Az étkezésnél a nagyobb mozgási lehetőség biztosítása végett maguk a vendégek hordták át az asztalokat és padokat a nagyobb terembe, ahol ezáltal csakugyan több levegőben volt részük, de az ülőhelyek száma ezzel nem gyarapodott. A nagyterem kis kályhája hiába küszködött a hideggel. A felszolgáló személyzet kevés és gyakorlatlan. A legtöbb vendég maga szolgálta ki önmagát. A fizető főpincér ugyanazért az ételért, italért vendégenként más és más árat számított. De megtörtént az is, hogy ugyanannak a vendégnek másként számított vasárnap, másként hétfőn és másként kedden. Igaz, hogy a napok változtak, de hogy miért kellett az áraknak is változni, arra nem kaptunk megnyugtató választ. Az asztalterítő tisztasága is kétes volt” (Magyar Turista Élet, 1940: 2). Az igazsághoz hozzátartozik, hogy ez esetben a turistapanaszok a Hangya által rövidesen orvosolva lettek, ám legtöbbször tényleg lógó orral kellett távozniuk a Kárpátaljába belekóstoló, olykor valóban tapasztalatlan turistáknak. És nem csupán a kellemetlen élmények miatt.

A Kárpátalja hegyei felé irányuló turistarohamnak szomorú velejárója volt ugyanis, hogy egyes turisták szó szerint rávetették magukat a vidék természeti kincseire, köztük a legritkább növények közé tartozó, alig néhány helyen (a Bliznicán, a Pop Iván és a Hoverla-csoport egyes sziklás pontjain) megtalálható havasi gyopárra, s azt tömegesen kezdték el begyűjteni. Az *Uj Magyarság* című lap 1939 júliusi beszámolójából kiderül, hogy a rahói kincstári erdőigazgatóság ezért minden intézkedést megtett ennek a magyar területen kipusztulóban lévő növénynek a megóvására. Nemcsak az erdőőrök voltak innentől kezdve kötelesek szemmel tartani a gyopár lelőhelyeit, hanem külön havasi őrt is állítottak a legismertebb gyopáros hely közelébe. Mivel azonban az elszórtan található kis gyopártelepek mindegyikére lehetetlen volt állandó őrt állítani, a rahói erdőigazgatóság felkérte a Turista Szövetséget, hogy a maga körében minden egyes szervezett turista igyekezzék a hatósági személyeknek segítségére lenni a gyopár és más havasi növényritkaságok pusztításának meggátolásában (*Uj Magyarság*, 1939c). A természetvédelmet tehát – a törvény szigorú alkalmazásával kísérve – az új területen újból meg kellett tanulni.

Kárpátalja tehát „divatba jött”. Ez a lendület azonban csupán addig tartott ki, amíg Észak-Erdély visszatérésével újabb területek nem kapcsolódtak be a belső idegenforgalomba. Kárpátalja 1940 utáni háttérbe szorulásában azonban olyan tényezők is közrejátszottak, mint a határ menti tilos övezet megléte⁵, az 1941-től a térséget egyre inkább érintő háborús események, továbbá a közlekedési korlátozások. A turistaszervezeteknek tehát mindezekkel a nehézségekkel is meg kellett birkóznuk, amikor Kárpátalja turistaéletének a gyakorlati megszervezését magukra vállalták.

⁵ A határ menti tilos övezet Kárpátalja legszebb, a történelmi határt hordozó Északkeleti-Kárpátok kétezzer méter körüli hegyeit zárta ki a turistaforgalomból.

6. A turistaszervezetek munkája

1939. április 22-én Ungváron az Astoria Vendéglő különtermében alakult meg az első magyar turista alakulat a felszabadult Kárpátalján, az MTE Ungvári Osztályaként. Rákóczi földjének természetjáróit őszintén áthatotta az „egységben az erő” célkitűzése és az ungváriak példáját követve hamarosan a munkácsiak is felvételüket kérték az MTE osztályai közé. A Munkácsi Járási Hitelszövetkezet helyiségében április 30-án megalakult az MTE Beregi (Munkácsi) Osztálya (Peitler, 1939a). Nem sokkal később létrejött az MTE Volóci Osztálya is, amelynek díszelnökségét Klár Rezső alezredes, a szolyvai járás katonai közigazgatásának parancsnoka vállalta. A Volóci Osztály megalakulását követte az MTE Szolyvai Osztálya, majd Sinály Károly tanár buzgólkodása eredményeként a Borsava vadregényes völgyében is megalakult a Magyar Turista Egyesület őrhelye, a bilkei és ilosvai természetjárókból álló Borsava Osztály. 1939 májusában már 40 taggal készen állt a turistamunkára a Rahói Osztály is. Ennek az osztálynak a keretében működött inntől fogva az MTE taracközi, técsői és bustyaházi csoportja is. Beregszászon Kaminszky László főgimnáziumi tanár szervezte meg az MTE osztályát, mely a nyár elején már 67 tagot számlált. Az MTE Beregszászi Osztályának alakuló közgyűlésén, június 12-én tiszteletbeli elnököknek Farkasházy Zoltánt és Benda Kálmánt választották meg (Peitler, 1939b).

Az anyaországi és az új kárpátaljai osztályok turistái a következő négy fő területen kezdhették meg a közös alkotómunkát:

- Biztosítaniuk kellett a turisták számára az egyszerű, de egészséges ellátás és szállás lehetőségét.
- Biztosítaniuk kellett az államkincstárnál, mint a legnagyobb erdőbirtokosnál azt – és ez egyáltalán nem volt könnyű –, hogy a kincstári erdőkben korlátozások nélkül szabadon mozoghassanak a turisták.
- Fel kellett újítaniuk és ki kellett bővíteniük a hegyvidékek útjelzéseit.
- Dolgozniuk kellett azon, hogy az ország távolabbi részeiről érkező turisták is könnyen eljuthassanak Kárpátaljára.

A négy közül a legtöbb erőforrást igénylő feladat az elsőnek, azaz a menedékházak ügyének megoldása volt.

6.1 A menedékházak ügye

Kárpátalján az új osztályok munkaterületével együtt 17 menedékház is az MTE birtokába került. A nagyrészt megrongált és kifosztott menedékházakat első körben a katonai közigazgatás juttatta az egyesület kezelésébe, majd pedig br. Perényi Zsigmond kárpátaljai kormányzó bíztos 1939. július 22-én a menedékházakat tulajdonjogilag is az MTE birtokába utalta. Valójában ezt követően indulhatott meg az a nagyarányú építő turistatevékenység, melyet a visszatért terület a szervezett turistáktól megkívánt.

6. kép: A Javornik menedékház



Forrás: Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum

A Magyar Turista Egyesület e megbízások alapján nyomban hozzá is látott a kárpátaljai munkaterület gondozásához, tagjainak terepen végzett munkái alapján katasztert készített a menedékházak jogi viszonyairól, s a félbemaradt építkezéseket befejezte, a rongálásokat helyreállította, a berendezéseket kiegészítette, útjelzéseket helyezett ki. Hogy a turista forgalom újból megindulhasson, értékes adatokat szolgáltatott a m. kir. Honvéd Térképészeti Intézetnek Kárpátalja I. sőt már a II. kiadású térképéhez is (Vörös, 1943a).

1. táblázat: A Magyar Turista Egyesület által birtokba vett kárpátaljai menedékházak és állapotuk 1939 júliusában

A menedékház neve	Befogadó képeség	Állapot	Gondozója
Pliska menedékház	18 fő	Elhanyagolt állapotban	Állandó őrző nincs, gondozója az Ungvári Osztály
Javornik menedékház	14 fő	Hiányos felszerelés	Állandó őrző nincs, gondozója a Nagybereznai Osztály
Rónahavasi menedékház	20 + 20 fő	Használható	Gondozója az Ungvári Osztály
Pláji menedékház	30 fő	Használható	Őrzött, gondozója a Volóci Osztály
Kisszolyvai Beszkid menedékház	12 + 36 fő	Megrongálódott, használatatlan	Gondozója a Munkácsi Osztály
Szinevéri tengerszem menedékház	15 fő	Hiányos felszerelés	Állandó őrzője nincs, gondozója a központ

Kövesligeti Mencsul menedékház	40 fő	Hiányos felszerelés, tatarozása folyamatban	Állandó őrzője nincs, gondozója a központ
Sztenyák menedékház	20 fő	Egyszerű, hiányos berendezés, tatarozása folyamatban	Állandó őrzője nincs, gondozója a központ
Turbacil menedékház	12 + 12 fő	Hiányos felszerelés, tatarozása folyamatban	Állandó őrzője nincs, gondozója a központ
Dumen havasi menedékház	36 fő	Felszerelése nincs, tatarozása hamarosan	Gondozója a Rahói Osztály
Drahobrát menedékház	15 fő	Jó állapotban	Gondozója a Rahói Osztály
Hoverla menedékház	22 fő	Használható	Gondozója a Rahói Osztály
Balzatul vízfogógáti menedékház	24 fő	Jó állapotban	Gondozója a Rahói Osztály
Vertopa havasi menedékház	30 fő	Jó állapotban, de zárva	Gondozója a Rahói Osztály
Mezipotoki menedékház	12 fő	Jó állapotban	Gondozója a Rahói Osztály
Kvasny vízfogógáti menedékház	48 fő	Jó állapotban	Gondozója a Rahói Osztály
Pop Iván menedékház	50 fő	Hiányos felszerelés	Állandó őrzője nincs, gondozója a Rahói Osztály

Forrás: saját szerkesztés

A visszakapott menedékházakat összesítő táblázatunkból is kiderül, hogy az 1939-es átvétel idején a 17 menedékházból 9 – részben az épület állaga, részben a berendezés, a felszerelés hiányosságai miatt – nem volt használható állapotban. A nyolc, turistákat fogadni képes menedékházból további egy (a Vertopa menedékház) zárva tartott. A 9 használhatatlan szálláshelyből 4-ben (Mencsul, Sztenyák, Turbacil, Dumen) elkezdődtek 1939 nyarán a felújítások, s tervbe vették a Pop Iván menedékház teljes rendbehozatalát is az év végéig. A 17 menedékház – mindannyi működése esetében – együttesen kb. 480 fő elszállásolására lett volna képes, az átvétel idején azonban ennek csupán egynegyedét tudták a működő menedékházak fogadni. Különösen nagy terhet vállalt magára az MTE Rahói Osztálya, mely 8 menedékházat gondozott. Két házat vitt az Ungvári Osztály, egyet-egyet a nagybereznai, a volóci és a munkácsi, négy háznak pedig egyelőre nem volt helyi gondozója, ezért ezeket az MTE-központ kezelésébe utalták.

Az egyesület kezelésében álló menedékházak nagy részét sikerült a nyári és az őszi hónapok folyamán annyira rendbehozni, hogy azok a természetjárók részére használhatóvá váltak. Az Ungvár feletti Pliska menedékházat 1200 pengő költséggel tataroztatták, kijavították a Nagyberezna feletti Javornik menedékházat, s a turisták rendelkezésére állt már a Rónahavasi menedékház is. Különösen fontos volt a Volóc feletti Pláji menedékház rendbetétele, mivel a közismerten jó síterepek közelében álló ház a téli időszakban óriási forgalmat bonyolított le. Komoly anyagi áldozattal alakították újjá a

kisszolyvai Árpád vezér menedékházat 19.000 pengő költséggel, ám kiderült, hiába, mivel a házat – amely közvetlenül a határ mellett állt – a katonai rendelkezések miatt meg sem lehetett közelíteni.⁶ A Szinevéri-tengerszem partján álló menedékházat, valamint a Csorna havas oldalában álló Turbacil menedékházat is rendbehozták az ősz folyamán, de egyelőre ezeket sem tudták a turisták számára elérhetővé tenni. Az 1940-es évre maradt a Rahó környéki menedékházak közül a Dumen menedékház átalakítása, valamint a Hoverla menedékház kibővítési munkálatainak befejezése. A Dragobrát, a Balzaíul, a Vertopa, a Mezipotoki, a Kvaszny menedékházak megnyitása ugyancsak az 1940-es évre volt várható (Turisták Lapja, 1940).

A meglévők mellé újabb menedékházzal is gyarapodott az MTE. Sumor Mihály fatelepi ügyvezető többszobás házát hazafias szeretettel ajánlotta fel az MTE Borzsavai Osztálya részére. Egy nagyobb termet menedékházának engedett át s szobáit is átrendezte vendégek fogadására. Így „született meg” a Gyilaljai menedékház (Lőke, 1939).

A kárpátaljai turistamunka egyik nagy sikere volt, hogy bő egy évvel a visszatérés után a honvédség közreműködésével újjáépült a Szics-gárdisták által tönkretett menedékház a Dumenen. A Rahó közelében 1300 méter magasan álló símenedékház, mely Kárpátalja egyik legfontosabb téli szálláshelye volt, gyönyörű kilátással bírt a Pietrosz–Hoverla-csoport és a Pop Iván-csoport felé is. A menedékházban 38 hálóhelyet és tágas ebédlőt alakítottak ki. Ezek – a honvédséggel való megállapodás értelmében – innentől fogva a nyár eleji lögyakorlatok idején a katonaságnak, az év háromnegyed részében pedig, így tehát télen is a turista- és síközönségnek álltak a rendelkezésére (Uj Magyarország, 1940d).

A kárpátaljai menedékházak ügye ennek a néhány háznak a megújításával azonban korántsem oldódott meg. Ha az itteni helyzetet az egyébként ugyancsak nem problémamentes magyarországi menedékházügy egészében akarjuk elhelyezni, láthatjuk, hogy ténylegesen mekkora volt a lemaradás. Az MTSZ 1940 márciusában tartott vitaestjén Blasovszky Miklós, a szövetség sajtó- és propagandabizottságának elnöke hívta fel a figyelmet arra, hogy míg a Dunántúlon minden 16.000 hold hegyvidéki területre esik egy menedékház, a csonka-magyarországi felvidéki területen már csak 32.000 holdanként, Kárpátalján pedig 63.000 holdanként egy. Országosan tehát mintegy 68 új ház építése lett volna még szükséges ahhoz, hogy a turistamenedékházak betölthessék a magyar hegyvidékek feltárása terén rájuk váró feladatot, és hogy háztól-házig ne legyen nagyobb a távolság egy napi járóföldnél. (Így még mindig 20.800 hold erdőterületre esett volna egy-egy menedékház). Blasovszky szerint a legsürgősebb teendő a menedékházi szükségletek kataszterének megállapítása, azután pedig a tőkemozgósítás volt. Erre az előadó úgynevezett házrészjegyek kibocsátását ajánlotta, amelyek tulajdonosai meghatározott országrészen egy évig tagsági jogokat élveznének. Elképzelése szerint a másik bevételi forrás az lett volna, hogy a szórakoztató turistaösszejövetelek résztvevői, menedékházi nyaralók stb. váltsanak napi 10–20 filléres téglajegyvet a menedékházalap javára (Uj

⁶ Mihelyt a munka befejeződött, a Szovjetunió elleni háború megindulása miatt nemcsak ez, hanem további 6-8 menedékház tilos zónába került, s így ezeket újból a katonaság szállta meg.

Magyarság, 1940b). A menedékházprogramot egy 10 éves ciklusban javasolta Blasovszky végigvinni.⁷

Az MTE kárpátaljai osztályai a Szovjetunió ellen megindított háborút követően nehéz helyzetbe kerültek. A katonai okokból elrendelt útelzárások, a tilos területek, a gyülekezési tilalom és a vasúti korlátozások egyaránt bénították működésüket. A Borsavai Osztály a fenti okok miatt beszüntette tevékenységét, a Nagybereznai és a Szolyvai Osztály pedig kemény harcot folytatott fennmaradásáért (Turisták Lapja, 1941a). Értelemszerűen mindez a menedékházak ügyét is súlyosan érintette.

A kárpátaljai menedékházak közül 1941-ben könnyen elérhető volt még – és a menedékházőr is rendelkezésre állt a téli idényben – a Javornik menedékház, a Pláj havasi menedékház, a Rónahavasi menedékház, a Dragobráti menedékház és a Rahó melletti Dumen menedékház. Ugyanakkor több menedékház ismét hasznavehetetlenné vált. A Pliska menedékházat több ízben kirabolták.⁸ A kisszolyvai Árpád vezér házat a szovjetek elleni harcok során ismételten gránátlövés érte. A Hoverla házat a honvédség rendelkezésére kellett bocsátani, a Turbacil házat, valamint a Szinevéri-tengerszem partján álló házat szintén (Turisták Lapja, 1941b). Jó hír volt viszont a turistáknak, hogy az 1941-es év végére a Magyar Turista Egyesület rahói osztályának köszönhetően a Dumenen kívül a Sztiken (Bliznica-csoport), a Hoverlán, a Vaszkulon, a Mezipotoki-hegyen és a Pop Iván alatt levő turista menedékházak is ismét látogathatóvá váltak (Uj Magyarság, 1941).

1942-ben viszont tovább romlott a helyzet, s egyre több turista menedékház üzemeltetését szüneteltetni kellett. Az ungi hegyekben a Javornik menedékház Nagyberezna fölött ugyan még nyitva volt, éppúgy, mint a Pliska ház, de már a Rónahavason lévő házat tüzelőhiány miatt télre be kellett zárni. Kárpátalja máramarosi részén még nagyobbak voltak a nehézségek, főképpen a bérleti szerződések megújítása miatt. A Dumenen ugyan lehetett szállást kapni, ám ellátásra már nem számíthattak a turisták. A Bliznicétől nem messze álló Dragobráti menedékház teljesen bezárt, az állandó őr nélküli menedékházak közül pedig többet kifosztottak. 1942 őszére tehát a turistaság Kárpátalján komoly veszteségeket szenvedett, s csupán egy-két ház működött, köztük a Mencsulon a cserkészszövetség menedékháza (Uj Magyarság, 1942b).

⁷ Blasovszky arra alapozta mindezt, hogy mivel az ezt megelőző 17 évben évente átlag 3 menedékház létesült, a szélesebb anyagi fedezet biztosításával ezt az ütemet kétszeresére lehetne fokozni, s így tíz év alatt teljes lehetne a magyar menedékházak hálózata.

⁸ Sajnos, az állandó őrral el nem látott menedékházak gyakran fosztogatás áldozataivá váltak. 1940-ben kifosztották az MTE Rónahavason álló jól felszerelt menedékházát, a Pliska havason lévő menedékházba pedig a jelentések szerint állandóan betörték. A vandálok nem kímélték az emlékhelyeket sem: megrongálták a Nevickei várromon az MTE által elhelyezett történelmi emléktáblát is (Turisták Lapja, 1941: 6).

7. kép: A Dragobráti menedékház



Forrás: Magyar Kereskedelmi és Vendéglátóipari Múzeum

A kárpátaljai menedékházak fejlesztésének ügye 1942-ben látványosan elakadt, új beruházások egyáltalán nem történtek. Ez azzal a vitával is összefüggésbe volt hozható, amely az MTE és az Erdőkincstár között alakult ki. Az egész ott kezdődött, hogy a menedékházakon elvégzett áldozatos munkák után a Magyar Turista Egyesület rendezni kívánta az ingatlanok tulajdonjogát. Itt érte a nem várt meglepetés az Egyesületet, amikor a legtöbb menedékház építési területének tulajdonosa a m. kir. Földművelésügyi Minisztérium egy olyan szerződéstervezetet kívánt velük aláíratni, amely figyelmen kívül hagyta mind az MTE nemzeti, nemzetgazdasági törekvéseit, mind pedig a menedékházak terén végzett eddigi munkáját. Többek között két – ugyan a megszállás ideje alatt, de turistapénzen épített és berendezett – menedékházat (éppen a legszebb turistaterületen lévőket!) vadászati célra kívánt elvenni a turistáktól. Nemcsak a tulajdonában levő, a csehszlovák erdőkincstártól megörökölt alapterületet, de a felépítményeket és berendezési tárgyakat is a magáénak tulajdonítván, ezeket is a bérlemény tárgyává tette negyedéves felmondás kikötésével. Emellett az évenként legfeljebb négy hónapos turistaidőből augusztusra és szeptemberre, tehát a legszebb két hónapra el akarta zárni a menedékházakat a turistaforgalomtól.

Miután az év tavaszán az MTE tudomására jutott a fent említett, a magyar turistaságra nézve sérelmes szerződéstervezet, a menedékházakon végzendő munkálatokat az egyesület felfüggesztette. Ezután terjedelmes emlékiratban tárták fel a sérelmeket, majd ezt eljuttatták báró Bánffy Dániel m.kir. földművelésügyi miniszterhez. Az emlékirat alapján az Országos Sport Központ 1943. február 19-én a kárpátaljai menedékházak ügyének jogi rendezése tárgyában ankétot hívott egybe, amelyen vitéz Béldy Alajos altábornagy, az Ifjúság Országos Vezetőjének elnöke alatt megjelent a VKM képviseletében vitéz dr. Tárczay-Felicides Román miniszteri osztályfőnök, továbbá a Belügy-, az Igazságügyi, a Kereskedelemügyi, a Földművelésügyi Minisztérium, a m. kir. Jogügyi Igazgatóság, a

Kárpátaljai Kormányzói Biztosság, az Országos Levente Parancsnokság és a Magyar Turisták Országos Szövetsége képviselője, valamint a két érdekelt egyesület: az MKE és az MTE küldöttsége dr. Karafiáth Jenő m. kir. titkos tanácsos és dr. Cholnoky Jenő egyetemi tanár elnökök vezetésével (Vörös, 1943a).

Az 1943 februárjában ez ügyben megtartott találkozón nem sikerült egyezsége jutni, így csupán abban tudtak megállapodni, hogy egy a Földművelésügyi Minisztériumba összehívandó újabb értekezleten folytatják a tárgyalásokat (Uj Magyarország, 1943a). Ez utóbbi értekezlet végül hosszas eszmecsere és jogi vita után a következő határozatokat hozta:

- A kisszolyvai Árpád vezér menedékházat, mely a belügyminiszteri rendelettel időközben felosztatott Munkácsi Turista Osztály, mint önálló jogi személy tulajdona volt, a Belügyminiszter a Magyar Turista Egyesület tulajdonába utalta.⁹

- A rahói turistaház tulajdonjogához elismerték az MTE elsőbbségét, azzal a kitételrel, hogy mivel hivatalosan a tulajdonos egy külföldi egyesület (a prágai Csehszlovák Turista Klub), itt külön eljárás megindítása szükséges.

- A Kárpátalján lévő többi turista menedékház felépítményét és berendezését a Belügyminisztérium – mint a felosztatott turista osztályok volt tulajdonát – a magyar állam tulajdonába veszi, és egyúttal átadja a Magyar Turista Egyesület, illetve az MTE és MKE időközben történt megegyezése alapján a Magyarországi Kárpát Egyesületnek átengedett három házat az utóbbi egyesület tulajdonába.

- Az Országos Sport Központ megkeresi a m.kir. Földművelésügyi Minisztériumot, hogy a turista pénzen és turista célokra épült Dragobrád és Vertopa menedékházakat továbbra is turista célokra bocsássa, illetve az évenkénti közlekedési tilalmi időt mellőzze, vagy legfeljebb egy hónapra mérsékelje azt (Vörös, 1943a; Kárpáti Híradó, 1943).

A februári ankétot követően lényegesen derűlátóbban foghattak hozzá az egyesületek a kárpátaljai turistamunka folytatásához.

Az 1943-as év tárgyalásainak eredményeként tehát jogilag rendeződött a kárpátaljai menedékházak régóta húzóódó ügye. Ugyanakkor – a háborús viszonyok eredményeként is – nem igazán tudták használatba venni, sőt, olykor felkeresni sem a turisták ezeket a házakat. Az MTE számára kezelésük egyre több nehézséget jelentett. A Piliskai menedékházat 1943-ban már negyedszer rabolták ki ismeretlen tettesek, a kisszolyvai Árpád vezér menedékházat pedig hiába kapta meg az egyesület (egyébként hasznavehetetlen állapotban), az erről szóló döntés kézhezvétele óta még felkeresni sem tudták, hogy a rongálások mértékét megállapítsák.

A menedékházak kezelésének egységesítését szolgálta, hogy az MTE és a Magyarországi Kárpát Egyesület által kidolgozott egységes menedékházi rendet a Szövetség is magáévá tette, és a többi menedékházkezelő egyesületnek is figyelmébe ajánlotta. A menedékházak kezelésének nem túl hálás munkáját Kollár Károly MTE-alelnök vállalta magára. Elvi kérdés volt e téren, hogy továbbra is fenn kell tartani azokat a

⁹ Munkácson a régi tagok bevonásával új osztályt alakítottak.

menedékházakat, amelyeket csak ráfizetéssel tudnak működtetni, mivel éppen a ritkán látogatott, más lakóhelyektől távoleső vidékeken kell leginkább megfelelő turistaotthonokról gondoskodniuk. Mindazonáltal tisztában voltak azzal is, hogy ahhoz, hogy sok ráfizetéses menedékházat tartsanak fenn, szükségük van egy-két olyan házra is, melyekből jövedelmet húzhatnak. Csupán a tagdíjakból ugyanis már nem voltak fedezhetők a kiadások (Dékány, 1944).

6.2 Egyéb fontos turistaügyek Kárpátalján

Kárpátalján évtizedek óta nem volt turisták elől elzárt, úgynevezett tilos terület. Ez azt jelentette, hogy törvénytisztelő ember szabadon mozoghatott a közel egymillió kat. holdnyi területű, erdővel borított hegységekben. A visszatérés után joggal merülhetett fel a kérdés a turistákban: vajon megmarad-e ez a paradicsomi állapot? Mindez – részben – a magyar állami erdőkincstár hozzáállásán múlt. A terület nagysága bőven lehetővé tette, hogy a vadászok és a turisták elférjenek rajta egymás mellett, hisz a turisták többnyire a nyíltabb terepeket, a gerincvonulatokat és a járható völgyeket járták, míg a vadászok a vadat inkább a sűrű erdőben keresték fel. Noha a szigorú erdőtörvények Kárpátalján is tiltották az erdei gyümölcs, gomba, gyógynövények szedését, sőt a gallyak gyűjtése is büntetéssel járt, ez inkább a helyi lakosságot sújtotta, semmint a szervezett túrázókat. A területen élőknek nem lehetett az erdőben, a hegyek vagy a dombok oldalán legeltetni az állataikat, de a turisták többnyire szabadon közlekedhettek (Szölösi, 2020).

Tilos területek azonban a honvédség Kárpátaljára történt bevonulását követően mégis csak lettek, mégpedig a határzónában. A Honvéd Vezérkar Főnökének a „*Síelés korlátozása a határmentén és Kárpátalján*” c. rendelete¹⁰ az egyes katonai támpontok körül a turisták és síelők számára honvédelmi szempontból felállítandó tilos területek kijelölését saját hatáskörben jelölte meg. A rendelet értelmében a turisták és síelők az országhatárt csupán 5 km távolságig közelíthették meg. Az országhatár és e távolság közötti öv tilos övnek számított. Kárpátalja többi területe azonban a sportolók számára továbbra is szabadon felkereshető volt. Ugyanakkor felhívták a turisták és a síelők figyelmét arra, hogy saját érdekükben igazolásra alkalmas arcképes igazolvánnyal minden esetben legyenek ellátva. A térkép nélkül túrázók a legközelebbi menedékházban, katonai, vagy csendőrpáncsnokságon érdeklődhettek a szabad és tilos területek felől (Vezetők Lapja, 1940; Peitler, 1940b).

Sajnos, a határmenti 5 km széles tilos övezet miatt módosítani kellett több korábban elkészült kirándulási tervet is. Az újonnan megjelent térképek már pontosan jelölték a Honvéd Vezérkar által meghatározott tiltott zóna határait. A román határ felé tilos zóna

¹⁰ A Honvéd Vezérkar Főnöke 27.841/el. 2. Vkf. II.1939. számú rendelete szerint „az 1:200.000-es térképen az országhatár és az alábbi vonal közötti terület: Huszttól kezdve Trebusa-Fejérpatakig a Tisza a tilos öv határa. Továbbá az Ohlán 1577 m (Bogdántól 10 km-re DK-re), Mencsil 1589 m, Pietrosz 2020 m, Körösmező keleti széle, Apsineci klauzura, Berliaska 1560 m, Latundur 1447 m, Welika 1484 m, Douha 1723 m, Peredna 1547 m, Dolina 1534 m, Felsőszinevér északi széle, Toronya, Tarujfalu, Alsóhidegpatak, Kisszolyva, Felsőverecke déli szélei, Alsóverecke északi széle, Ostrahora 1408 m, Havasköz keleti, Círókaófalva keleti, Takcsány nyugati, Tibaváralja nyugati és Karcsava nyugati szélei.”

lett többek között a Pop Iván, a Mezipotoki és Sztoch hegycsoportja, az orosz határ felé pedig a Hoverla és a Csorna-Hora gerincútja. A Tatár-, Vereckei- és Uzsoki-hágók megközelítése sem volt innentől kezdve lehetséges a turisták számára. A gyakrabban járt terepek közül viszont a Dumen, Szvidovec, Bliznica, Pietrosz, Mencsul, Borzsa-havas, Szitoj, Pláj, Rónahavas vagy a Javornik felkeresése továbbra is teljesen szabad volt (Kozma, 1940). A határ menti tiltott zónák terén némi javulást Észak-Erdély 1940-es visszatérése jelentett. Mivel megszűnt itt a magyar–román határ, az eddig tilos területek (az Olántól nyugatra a Mezipotoki, Pop Iván, Serban vonalán) ismét szabadon járhatóvá váltak.

További – inkább csak elvi, mint gyakorlati – javulást várhattak a turisták a tiltott területek terén 1943 október 26-tól kezdve. Ekkor a miniszterelnök rendeletileg intézkedett a tilos területek és tilos övezetek kijelölésének módjáról. Ez a rendelet többek között előírta, hogy *„a tilos övezeti szakasz kijelölésénél figyelemmel kell lenni arra, hogy gyógyfürdő, gyógyhely és üdülőkörnyék közvetlen környékével együtt, valamint a természetélvezet (természetjárás, turistaság) és testedzés (sporttevékenység) szempontjából jelentős terület a tilos övezeti szakaszba, ne essék bele”* (Honvédségi Közlöny, 1943). A tilos övezeti szakaszokat a belügyminiszter a honvédelmi miniszterrel egyetértve jelölte ki. A tilos szakaszok látogatásához továbbra is külön engedély volt szükséges.

A tilos területekkel szorosan összefüggött a turistautak jelzésének kérdése. Kárpátalján az útjelzések terén a csehszlovák időkben tervszerű és igen jelentős munkát végeztek az 1939-et megelőző két évtizedben. A jelzeshálózat a visszatéréskor még nem volt befejezett, rengeteg olyan hely volt, amelynek turisták általi feltárása nem történt meg. Még a jelzett útvonalakon is előfordult, hogy nem létezett állandóan kitaposott út, egyes szakaszokon árkon, bokron, bozóton kellett átkelni. A Cseh Turista Klubnak köszönhetően – 1888-ban történt alapításának 40. évfordulója alkalmából – egy jubileumi út készült el vörös színnel jelezve, amely Ungvártól az Antalóci-Polyánán, Turjaremetén, a Polonina Rúnán, Felsővereckén, a Borsavai-Poloninán, Ökörmezőn, Német- és Oroszmokrán, Bruszturán, a Turbat-völgyön át a Fekete-Tisza völgyébe, onnan Körösmezőre, egészen a Pop Ivánig vezetett. Ezen az országos jelzésen kívül a főútvonalakat – úgy, mint Csonka-Magyarországon – általában kék színnel, a helyi jelentőségűeket sárga és zöld színnel, szükség esetén pirossal jelezték. A Magyar Turista Szövetség útjelző bizottságának ezért első feladata az útjelzésekkel kapcsolatban az volt, hogy az egyes helyi osztályok néhol ötletszerű jelzésszíneit egységes elgondolás szerint alakítsa át.

A visszatért Kárpátaljára érkező túrázók sok helyen szomorúan tapasztalták meg azt, hogy a turistatérképeken feltüntetett jelzések valójában egyáltalán nincsenek meg. Így például teljesen hiányzott a Körösmezőről Havasalján át a Tatár-hágóra vezető zöld jelzés, vagy a Szvidovec-hegység főgerincétől, a Bliznica csúcsa felől a Fekete-Tisza völgyébe, Fűrészvölgyig vezető sárga jelzés. Hiányos volt a Körösmezőről a Bliznicára vezető zöld jelzés is, mely éppen a legkritikusabb pontján, a Dragobráti havasi legelő telepénél szakadt meg, s nem folytatódott semerre (Esti Kurír, 1940b). A rendet és rendszert követelő turistáknak maguknak kellett kezelniük ezt a problémahalmazt. Az útjelzések munkáját a

Magyar Turista Egyesület újonnan alakult kárpátaljai szervezetei vállalták. Az új útjelzések felfestése terén rendkívül aktívak voltak a kárpátaljai turisták. Csak a Magyar Turista Egyesület Szolvyai Osztálya egymagában 103 km hosszban készített új útjelzéseket és 105 km meglévő útjelzést újított fel az 1940-es évben (Uj Magyarország, 1940c).

Az MTSZ számára fontos feladatként fogalmazódott meg, hogy Kárpátalja turistaútvonalait egységes rendszerbe foglalják, s ennek részeként az 1938-ban Kőszegtől Sátoraljaújhegyig végigjárt országos kék turistaútvonalat folytatólagosan Kárpátalján is végigvezessék. Ezt a Szinnai-kőtől kiindulva a Róna-havason, a Borsai-havasokon, a Kraszna-csoporton, a Szvidovecen és Rahón át a Pop Iván havasáig képzelték el. A mintegy 300 kilométer hosszúra tervezett útvonalból 80 kilométernyi már korábban is kék színnel volt jelezve, 160 kilométeren más színű jelzések átfestésével, 60 kilométeren pedig eddig jelzetlen utakon kívánták vezetni az új országos kék utat (Uj Magyarország, 1942a). Ugyancsak az egységesítés jegyében kívánták folytatni Kárpátalján a korábban az Eperjes–Tokaji hegységben létesült Rákóczi-utat. A tervezett útvonal az Ungvár–Nevicke–Makovica–Munkács–Dolha–Huszt–Viski-kő vonalon ment volna kb. 170 kilométeren, ebbe beillesztve a már készen álló piros jelzést több – együttevve 55 kilométernyi – szakaszon. További 65 kilométeren más színű jelzések átfestésével, 50 kilométeren pedig eddig még jelzetlen útvonalak felfestésével készült volna el a piros jelzésű Rákóczi-út. A további tervek szerint ezt a jelzést vezethette tovább Husztról a Tiszán át immáron a Magyarországi Kárpát Egyesület, a többi szakaszon pedig az MTE (Uj Magyarország, 1942a).

Sajnos, több turistaútvonalat utolért Kárpátalján is a tilos területek átka. Az ezeken való közlekedést többnyire vadvédelmi és erdőgazdasági okokra hivatkozva a m. kir. Erdőigazgatóság tiltotta meg. Rahó környékén így lett 1941-ben tiltott útvonal a Gyertyánligetről kiinduló kék jelzésű út, a Fekete-Tisza völgyéből Bliznica felé haladó sárga jelzésű út, vagy a Szvidovec-völgyi fűrésztelepről kiinduló, a Bliznica csúcsáig vivő sárga jelzésű út (Pesti Ujság, 1941).

Mivel a régi útjelzések jó része beleesett a katonai határsávba, a turistaszövetség kénytelen volt új útvonalat kijelölni az országos kék útvonal számára is. Ennek jegyében a Fekete-Tisza forrásvidékén és a Hoverla-csoportban 1942 nyarán nagyobb változtatásokat kellett elvégezni az útjelzeshálózaton. A rahói állami erdőigazgatóság jóváhagyásával a MTE útjelző bizottságának aktivistái festették fel az új útjelzéseket. Az országos kék jelzés útvonala ezt követően a Szvidovec-csoport Trojászka néven ismert 1707 méteres csúcsától indult megváltozott nyomvonalon a Dragobrátné menedékházig, onnan a régi zöld jelzést festették át kék színre, amely a Bukovinka oldalában haladt Körösmező vasútállomásához (Uj Magyarország, 1942b).

A turistautak jelzésének ügyéhez mérten elenyésző jelentőségű volt, mégis szimbolikus erővel bírt (bírható volt!) a turistaegyesületek egyik klasszikus munkájának, a forrásbefoglalásoknak szervezett módon való megvalósítása. Az OMIH vezetőjének, Hallóssy Istvánnak volt felvetése még 1939-ben a „Horthy-források” létesítésének gondolata. Hallóssy a visszatért Felvidéken és Kárpátalján a nagyszerű forrásvizeket, különösen a kiváló ásványvizeket a Magyar Turista Egyesület közreműködésével ízléses és

korszerű foglalkalattal tervezte ellátni. A terv megvalósulása esetén a Felvidéken és Ruszinföldön 30-40 ilyen művészien foglalt, egészséges vizű forrás hirdette volna a visszatérés örömteljes évét, az országgyarapító kormányzó tiszteletét, a hazaszeretet és természetszeretet között fennálló kapcsolatot. Talán nem is az anyagiak hiányán múltott, hogy ez a szép terv nem valósult meg, (hiszen egy-egy forrásfoglalás átlagosan csupán 80-100 pengőbe került volna), sokkal inkább azon, hogy ezernyi más gondolat és ötlet kiszorította ezt a kezdeményezést a legsürgősebb tennivalók sorából (Zobori, 1940).

A turista szervezeteknek újfajta feladatokkal is szembesülniük kellett Kárpátalján. A csonka-magyarországi turistaviszonyokhoz képest újdonságnak számított, hogy Kárpátalja magashegyeinek bejárása hivatásos turistavezetők meglétét igényli. A Magas-Tátrában ez a kérdés még a magyar időkben szabályozva volt, a vezetők félhivatalos ellenőrzés alatt álltak mind szakmai, mind díjszabási szempontból. Csonka-Magyarországon azonban – az alpesi országokkal szemben, ahol a vezető hegymászó alakulatok gondoskodtak a hivatásos vezetők szakszerű kiképzéséről, levizsgáztatásáról és ellenőrzéséről – a legutóbbi időkig csupán amatőr vezető testület volt, így hivatásos hegyivezetők sem léteztek. Kárpátalja visszatérése után mindössze három helybeli „őslakos” volt, aki hivatásos turistavezetőnek jelentkezett. Náluk a terep megbízható ismerete mellett fontos szempont volt, hogy beszélték a magyar nyelvet. Ezek a túravezetők 3,5–5 pengő közötti napidíj mellett álltak a turisták rendelkezésére, vállalkoztak a túratervek elkészítésére, helyi és nyelvismeretüknél fogva gondoskodnak szállásról, s ha kellett, vitték a turista hátizsákját is. A gondot az jelentette a Szövetség számára, hogy ezeknek a személyeknek nem adhatták ki a csonka-magyarországi amatőr túravezetői jelvényt, részben azért, mert az elméleti vizsgát nem tudták letenni, részben pedig azért, mert nem voltak tekinthetők amatőröknek. Mivel az amatőr vezetők a csonka országban turistarendészeti feladatot is elláttak, amennyiben ezt Kárpátalján is rendszeresíteni akarták, az erre vonatkozó megfelelő képzésről is gondoskodni kellett (Új Magyarország, 1939c).

Hasonlóan fontos – és a téli sídényekre való tekintettel sürgős megoldásra váró – feladat volt a hegyi mentésügy megszervezése. A nagy távolságra lévő, kétezer méter feletti havasok egészen más feladatokat róttak a mentésre, mint a Csonka-Magyarország területén lévő középhegységek. Kárpátalján, ahol a menedékházak és a lakott, orvossal bíró települések távol esnek egymástól, nagyobb felkészültségre, a mentés terén működőknek pedig magasabb szakképzettségre volt szükségük. A mintát a Magyarországi Kárpát Egyesület korábban a Tátrában megszervezett mentésügye adhatta. Ezt alapul véve kezdhették el megszervezni a Kárpátaljával kibővült Magyarországon is a munkaterületeknek megfelelő mentési körzeteket. Ezekben a helyi turistaosztályokon és hivatásos vezetőkön, valamint a községi orvosokon kívül a postahivataloknak lehetett kiemelt szerepe, mivel ezek biztosították a megbízható telefonösszeköttetést. A vármegyei mentők, a Magyar Vöröskereszt, a helyi csendőrség, a katonai és polgári hatóságok támogatásának megszerzése ugyancsak elengedhetetlen volt. Meg kellett oldani továbbá a menedékházak mentőfelszereléssel való ellátását is. Ami a turisták személyes biztosítását illeti, a Szövetség tagjai – amennyiben igazolványukhoz a szövetségi

bélyeget kiváltották – biztosítva voltak a mentés és szállítás költségeire nézve 200 pengő erejéig. Ezt a biztosítást a turistamentés intézményes megszervezésébe igyekeztek bekapcsolni. A turistaszövetség szakbizottságának javaslata emellett egy külön országos turista-mentőalap létesítését is tervbe vette (Uj Magyarország, 1940a). Ezt az alapot már minden magyar turista egy pengős hozzájárulásával meg lehetett volna teremteni. A mentőszemélyzet különleges hegyi oktatása, a mentéssel kapcsolatos vetítettkép-sorozat és keskenyfilm készítése, oktatófüzet kiadása stb. ugyancsak kizárólag a turistatársadalom által összeadott pénzekből volt megvalósítható (Magyar Turista Élet, 1939b).

6.3 Szervezeti kérdések

1943 tavaszán megalakult az MTE keretében a Kárpátaljai Bizottság, mely aktuálisan a kárpátaljai turistamunkáknak a helyszínen való megvizsgálását és néhány nyitott kérdés megvitatását tűzte ki legfőbb céljául. Kárpátalja felkeresését és az illetékesekkel való eszmecserét az a tény tette részükről időszerűvé, hogy a kárpátaljai menedékházak birtokviszonyának rendezése érdekében 1943 február 17-én tartott budapesti ankét elvi jelentőségű határozatainak végrehajtása lassacskán befejezés előtt állt, s időközben a kassai Árpád vezér menedékház is már a Magyar Turista Egyesület tulajdonába került. Így kívánatos volt, hogy az eltelt négy év tapasztalatait megtárgyalják. Az MTE Kárpátaljai Bizottsága ezért 1943 augusztus 8-án ankétot hívott egybe, ezúttal Ungvárra (Vörös, 1943b).

1943 nyarára tehát időszerűvé vált a kárpátaljai turistakérdések újbóli megvitatása egy olyan fórumon, amelyen részt vesznek nemcsak a turistaság képviselői, hanem az idegenforgalom meghatározó szereplői is. A Magyar Turista Egyesület augusztus 8-án Ungváron megtartott kárpátaljai turistaankétjának legfontosabb eredménye az volt, hogy Sáthy Istvánnak, az OMIH kárpátaljai megbízottjának előterjesztése nyomán elfogadták a turistaszervezet átalakítására tett javaslatot. Eszerint a visszacsatolás után szervezett sok kis helyi osztály helyébe négy nagy MTE-osztály lépett: az ungi Ungvár, a beregi Munkács, a nyugat-máramarosi Huszt és a felső-tiszai Rahó székhellyel. Az elnöki tiszteket a polgármesterek, illetőleg Rahón Demjanovics Péter kanonok, felsőházi tag vállalták. A többi kisebb turistagócpontra helyi csoportokat vagy ügyvezetősegeket létesítettek. Az egyes osztályok munkaterületeinek elhatárolásában maguk az érdekelt osztályok állapodtak meg (Uj Magyarország, 1943b). (Az átszervezést követően hamar megmutatkozott a döntés helyessége: míg korábban a kis létszámú osztályok működése legtöbbször névleges volt, s a rájuk hárult feladatokkal nem tudtak megbirkózni, most határozottan megnövekedett az osztályok munkakedve is).

Különösen figyelemre méltó volt a Huszt központú, nyugat-máramarosi MTE-osztály aktivitása az újjászervezés után. A husztiak új turistautak kijelölését, menedékház építését és a huszti Rákóczi Múzeum felállítását tűzték ki legfontosabb célként. Az 1943-as évben elvégzett szervezőmunka eredményeként pedig az év végén már 552 tagjuk volt, amivel a legnagyobb létszámú vidéki osztállyá léptek elő. (440 rendes, 87 családi és 25 ifjúsági tagjuk volt). A nagyobb községekben is megszervezték csoportjaikat, a bustyaházi például 75

tagot számlált. Súlyt helyeztek arra is, hogy a hegyvidék minden egyes falujában legyen megbízottjuk. Tájékoztató előadásokat tartottak, hogy a falvak lakosságával megismertessék a turistaságot, ráneveljék őket a turistaalkotások megbecsülésére és a helyes vendéglátás módjára (Fedák, 1943).

Az 1943. augusztus 8-i anketon a fenti szervezeti kérdések mellett több más fontos téma is terítékre került, köztük az útjelzések terve és gyakorlati végrehajtása, valamint a kárpátaljai turistaházak egységes házirendje és díjtáblázata is. Az útjelzeshálózat előterjesztett térképterve alapján vállalta minden osztály, hogy az előírt útjelzési szabályok betartásával a maga területén minél előbb elkészíti az új útjelzéseket, illetve elvégzi a régiók felújítását, valamint az utak kiinduló pontjainál és az útkeresztezéseknél irányító táblákat helyez el. Vállalták azt is az osztályok, hogy a turistaság megismertetése és fejlesztése érdekében a helyi sajtó felhasználásával, valamint tájismertető, vetített képes előadások tartásával az eddigieknél szélesebb körű hírverést indítanak. A jobb kommunikáció érdekében az érdekelt hatóságokkal és közületekkel is állandó kapcsolatot kívántak létesíteni és fenntartani, s elhatározták, hogy „az egyöntetűség és kölcsönös támogatás céljából” az osztályok, valamint a csoportok és ügyvivőségek vezetői időnként más és más székhelyen jöjjenek össze értekezletre. A menedékházakkal kapcsolatos döntés volt, hogy az osztályok minden egyes menedékház részére – tagjaik közül – egy gondnokot válasszanak, illetve egy-egy kezelőt (bérlőt) bízzanak meg, valamint egységes házirendet szerkesszenek, a szállásdíjakat pedig szintén egységesen szabályozzák (Vörös, 1943b). Mindezeknek az intézkedéseknek a hasznosságát azonban a turisták már nem igazán tudták meg tapasztalni. Az 1944-es háborús esztendő Kárpátalján már nem a turistaságról szólt.

7. Összegzés

Kárpátalja 1939. évi visszacsatolása a magyar turistaság számára egyszerre jelentett történelmi elégtételt és komoly kihívást. A magyar közvélemény és a turistasajtó lelkesedéssel fogadta az Északkeleti-Kárpátok visszatérését, hiszen a térség nemcsak természeti szépségei, hanem szimbolikus nemzeti jelentősége miatt is kiemelt helyet foglalt el a korszak gondolkodásában. A visszatérést követően a Magyar Turista Egyesület, a Magyarországi Kárpát Egyesület, valamint az idegenforgalom irányításában részt vevő állami szervek jelentős erőfeszítéseket tettek annak érdekében, hogy Kárpátalját bekapcsolják Magyarország turisztikai vérkeringésébe.

A vizsgált időszak egyik legfontosabb tanulsága, hogy a kárpátaljai turizmus fejlesztése valójában nem a semmiből indult. A magyar szervezetek részben a korábbi magyar turistaalkotásokra, részben pedig a két világháború közötti csehszlovák turisztikai fejlesztések örökségére támaszkodhattak. Ugyanakkor számos területen új feltáró munkát kellett végezni: turistautakat kellett kijelölni, menedékházakat helyreállítani, térképeket és útikalauzokat készíteni, valamint meg kellett teremteni a szervezett turistaélet intézményi kereteit. A korszak forrásai jól mutatják, hogy a turistaság jelentős része saját feladatának tekintette a régió megismerését és népszerűsítését.

A fejlesztési elképzelések nagyratörőek voltak. Az állam és az idegenforgalmi szakemberek hosszú távon modern üdülőterületek, téli sportközpontok és korszerű közlekedési infrastruktúra kialakításában gondolkodtak, miközben a turizmust Kárpátalja gazdasági felemelésének egyik lehetséges eszközeként kezelték. A tervek egy része meg is valósult: fejlődött a közlekedési hálózat, új térképek és útikalauzok jelentek meg, menedékházak újjultak meg, valamint létrejöttek azok a szervezeti keretek, amelyek a turistaélet működtetését szolgálták.

Mindezek ellenére a turizmus fejlődését alapvetően meghatározták a második világháború körülményei. A pénzhiány, a közlekedési és szálláskapacitások hiányosságai, a határ menti korlátozások, valamint a háborús gazdaság igényei jelentősen szűkítették a lehetőségeket. Az sem segítette a kárpátaljai turizmus fejlődését, hogy Észak-Erdély 1940-es visszatérését követően az érdeklődés és vele együtt a fejlesztések fókusza is áthelyeződött Erdélyre. Számos nagyszabású terv – így több idegenforgalmi beruházás és közlekedésfejlesztési elképzelés – végül nem valósulhatott meg. A háború előrehaladtával a turistaforgalom mozgástere fokozatosan beszűkült, miközben a fejlesztések egyre inkább háttérbe szorultak.

Összességében azonban megállapítható, hogy Kárpátalja az 1939 és 1944 közötti időszakban valóban a magyar turistaélet addigi legnagyobb erőpróbáját jelentette. A vizsgált évek nem egy teljesen kibontakozott idegenforgalmi rendszer történetét mutatják, hanem egy olyan folyamatot, amelynek során a magyar turistaság igyekezett feltárni, megszervezni és országosan ismertté tenni a visszatért hegyvidéki térséget. A háború ugyan megakadályozta a legtöbb elképzelés teljes megvalósítását, de a korszak mégis maradandó nyomot hagyott Kárpátalja turizmustörténetében: ekkor születtek meg azok a szervezeti, infrastrukturális és szemléleti alapok, amelyekre békésebb körülmények között egy jelentős hegyvidéki idegenforgalom épülhetett volna.

Kárpátalja turizmustörténetének vizsgálata egyúttal arra is rámutat, hogy a két világháború közötti és a második világháború alatti magyar idegenforgalom története nem értelmezhető pusztán gazdaságtörténeti keretek között. A turizmus fejlesztése szorosan összefonódott a területintegráció, a nemzetpolitika és a regionális modernizáció törekvéseivel, így a kárpátaljai példán keresztül e folyamatok összefüggései is árnyaltabban vizsgálhatók.

Irodalomjegyzék

A Kerék (1940). A távolsági autóbuszforgalom multja és jövője. *A Kerék*, 13 (12): 17.

Az Őslakó (1940). A kormány Kárpátalján hatalmas idegen forgalmat teremt. *Az Őslakó*, 3 (16): 2.

Blasovszky, M. (1939a). Kárpátalja turistakalauzának vázlata. *Turisták Lapja*, 51 (4): 175–185.

Blasovszky, M. (1939b). Helyszíni jegyzetek a Hoverla turistaközlekedéséről. *Turisták Lapja*, 51 (8): 369–370.

Blasovszky, M. (1939c). Teljes üzemben van Rahón a Turistaszálló. *Turisták Lapja*, 51 (8): 373.

Blasovszky, M. (1940a). Megjelent Kárpátalja új turista-térképe. *Új Magyarország*, 7 (95): 10.

- Blasovszky, M. (1940b). Forgalomba került Kárpátalja turistatérképének második kiadása. *Uj Magyarország*, 7 (157): 8.
- Cholnoky, J. (1939). Elnöki megnyitó. *Turisták Lapja*, 51 (5): 221–224.
- Dékány, M. (1944). A MTE élete 1943-ban. *Turisták Lapja*, 56 (6): 114–115.
- Esti Kurír (1940a). Miért nincs elég menedékház a Kárpátalján? *Esti Kurír*, 18 (155): 6.
- Esti Kurír (1940b). Miért nincsenek rendes útjelzések a Kárpátalján? *Esti Kurír*, 18 (156): 6.
- Esti Kurír (1941). Megépítik Kárpátalján a magyar Gross-Glockner utat. *Esti Kurír*, 19 (198): 7.
- Fedák, L. (1943). Megalakult az MTE Huszti Osztálya. *Turisták Lapja*, 55 (5): 94–95.
- Gyulai, G. (1939). Kárpátalja vasútai. *Magyar Vasút és Közlekedés*, 27 (7): 5–8.
- Hallóssy, I. (1939). Kárpátalja előtérben. *Turisták Lapja*, 51 (11): 439–442.
- Honvédségi Közlöny (1943). A m. kir. minisztérium 4730/1943.M. E. számú rendelete. *Honvédségi Közlöny*, 70 (44): 728.
- Kaffka, K. szerk. (1939). Az utas könyve (II. kiegészítő füzet) – Kárpátalja. Budapest: OMVESZ Kárpátalja térképe, a Magyarországhoz visszacsatolt területekkel, 1 : 200.000 (1940). Budapest: M. Kir. Honvéd Térképészeti Intézet
- Kárpáti Híradó (1943). A kisszolyvai és a rahói turistaház sorsa eldőlt. *Kárpáti Híradó*, 20 (66): 4.
- Kárpáti Magyar Hírlap (1939). Hivatalos jelentés a máramarosmegyei elvágott vasútvonalak forgalmának rendezéséről. *Kárpáti Magyar Hírlap*, 20 (176): 2.
- Kárpáti Magyar Hírlap (1940a). Széleskörű akció a kárpátaljai idegenforgalom fellendítése érdekében. *Kárpáti Magyar Hírlap*, 21 (40): 1.
- Kárpáti Magyar Hírlap (1940b). Jelentősen emelkedett az idegenforgalom Kárpátalján. *Kárpáti Magyar Hírlap*, 21 (82): 2.
- Kárpáti Magyar Hírlap (1940c). Mi az oka annak, hogy Kárpátalját elkerülik a turisták? *Kárpáti Magyar Hírlap*, 21 (155): 2.
- Kozma, G. (1940). Tíz nap a Máramarosi-Havasokban, *Turisták Lapja*, 52 (7): 149.
- Lőke, S. (1939). Újabb menedékház Kárpátalján a Buzsora alatt. *Turisták Lapja*, 51 (8): 361–362.
- Magyar Lapok (1943). Teljes erővel folyik az útépités Kárpátalján. *Magyar Lapok*, 12 (224): 4.
- Magyar Turista Élet (1939a). Felvidéki és kárpátaljai túratapasztalatok. *Magyar Turista Élet*, 7 (15): 3.
- Magyar Turista Élet (1939b). Alapot a mentésügy megszervezésére. *Magyar Turista Élet*, 7 (17): 6.
- Magyar Turista Élet (1939c). Érdekes tervek Kárpátalja idegenforgalmának emelésére. *Magyar Turista Élet*, 7 (20): 1.
- Magyar Turista Élet (1940). Mit várunk a Hangyától Volócon? *Magyar Turista Élet*, 8 (2): 2.
- Peitler, Gy. (1939a). A MTE új osztályai Kárpátalján. *Turisták Lapja*, 51 (5): 241–242.
- Peitler, Gy. (1939b). Ismét új MTE osztályok alakultak. *Turisták Lapja*, 51 (6): 277–278.
- Peitler, Gy. (1939c). A Felvidék és Kárpátalja térképei. *Turisták Lapja*, 51 (6): 280–281.
- Peitler, Gy. (1939d). A magyar turistaság feladatai Kárpátalján. *Turisták Lapja*, 51 (7): 309–316.

- Peitler, Gy. (1940a). Rákóczi földje. *Turisták Lapja*, 52 (1): 10.
- Peitler, Gy. (1940b). Kárpátaljára kirándulók figyelmébe. *Turisták Lapja*, 52 (3): 74.
- Pesti Ujság (1941). Tilos turistautak Rahó környékén. *Pesti Ujság*, 3 (268): 6.
- Péchy-Horváth, R. (1943). Idegenforgalmi ismertetés. *Magyar Vasút és Közlekedés*, 31 (6): 3–4.
- Schermann, Sz. (1939). A Tisza forrásvidékének kis turistakalauza. Budapest: Magyar Turista Élet
- Schermann, Sz. (1939b). A Tisza forrásvidékének kis turistakalauza. *Magyar Turista Élet*, 7 (11): 11–14., (13): 6–8.
- Schermann, Sz. (1939a). Kárpátalja – a magyar turistamunka nagy erőpróbája. *Magyar Turista Élet*, 7 (7): 3–5., (8): 3–5.
- Szakál, I. (2014). Tervek Kárpátalja turizmusának fejlesztésére 1939-ből. *Acta Academiae Beregsasiensis*, 2014 (1): 64.
- Székely, S. (1939). Ezer kilométer a Kárpátalján. *Uj Magyarság*, 6 (161): 6.
- Szölösi, N. (2020). Kárpátalja magyar fennhatóság alatt (1938–1944). *Kárpátalja*, 20 (16): 13.
- Turisták Lapja (1940). Egyesületünk 1940. évi életének története. *Turisták Lapja*, 52 (5): 115.
- Turisták Lapja (1941a). Egyesületi élet. *Turisták Lapja*, 53 (10): 232.
- Turisták Lapja (1941b). Kárpátaljai menedékházaink. *Turisták Lapja*, 53 (11): 254.
- Uj Magyarság (1939a). Kárpátalja üdülőhelyeinek és turistamenedékházainak útmutatója megjelent. *Uj Magyarság*, 6 (165): 10.
- Uj Magyarság (1939b). A Hoverla látogatói vigyázzanak az útjelzésekre. *Uj Magyarság*, 6 (172): 21.
- Uj Magyarság (1939c). Pusstíják Kárpátalján a havasi gyopárt. *Uj Magyarság*, 6 (172): 21.
- Uj Magyarság (1939d). Kárpátalján hivatásos túravezetők működnek. *Uj Magyarság*, 6 (184): 18.
- Uj Magyarság (1939e). Panaszkodnak a turisták a kárpátaljai tejtermékek árára. *Uj Magyarság*, 6 (188): 10.
- Uj Magyarság (1939f). Kiterjesztették a kárpátaljai hétféle menetjegyek használatát. *Uj Magyarság*, 6 (191): 10.
- Uj Magyarság (1939g). Fokról fokra olcsóbbodik az utazás Kárpátaljára. *Uj Magyarság*, 6 (194): 11.
- Uj Magyarság (1939h). Orvosolják a kárpátaljai turistapanaszokat. *Uj Magyarság*, 6 (195): 19.
- Uj Magyarság (1939i). Keskenyfilmek készültek Kárpátalja szépségeiről. *Uj Magyarság*, 6 (218): 12.
- Uj Magyarság (1939j). Óriási sikere van az MTE kárpátaljai levelezőlapsorozatának. *Uj Magyarság*, 6 (294): 6.
- Uj Magyarság (1940a). Országos érdek a hegyi mentésügy megszervezése. *Uj Magyarság*, 7 (44): 8.
- Uj Magyarság (1940b). Tízéves menedékházépítési programról vitázott a Turistaszövetség. *Uj Magyarság*, 7 (56): 8.
- Uj Magyarság (1940c). Új útjelzések Kárpátalján. *Uj Magyarság*, 7 (191): 8.

- Uj Magyarság (1940d). Újjáépült a menedékház a Dumenen. *Uj Magyarság*, 7 (239): 8.
- Uj Magyarság (1941). Újból üzembe helyeznek hat máramarosi turistaházat. *Uj Magyarság*, 8 (267): 11.
- Uj Magyarság (1942a). A Kárpátalján két országos turistaútvonalat jeleznek. *Uj Magyarság*, 9 (121): 9.
- Uj Magyarság (1942b). Átmenetileg szünetel több turistamenedékház üze. *Uj Magyarság*, 9 (247): 12.
- Uj Magyarság (1943a). Újabb értekezlet lesz a kárpátaljai menedékházak ügyében. *Uj Magyarság*, 10 (54): 12.
- Uj Magyarság (1943b). Négy nagy osztályban tömörítették a MTE kárpátaljai szervezeteit. *Uj Magyarság*, 10 (193): 11.
- Vasúti és Közlekedési Közlöny (1939). 850 kilométert meghaladó távolságú viszonylatokban Kárpátaljára és Kassára kiadásra kerülő hétvégi menettérti jegyek érvénytartamának kiterjesztése. *Vasúti és Közlekedési Közlöny*, 70 (58): 1.
- Vezetők Lapja (1940). Síelés korlátozása a határmentén és Kárpátalján. *Vezetők Lapja*, 18 (7): 1.
- Vörös, T. (1939). Kárpátaljai kirándulásunk (1939 június 29 – július 2.). *Turisták Lapja*, 51 (8): 356–368.
- Vörös, T. (1943a). Ankét a kárpátaljai menedékházak ügyében. *Turisták Lapja*, 55 (3): 54.
- Vörös, T. (1943b). Ungvártól a Horthy-csúcsig. *Turisták Lapja*, 55 (9): 170–172.
- Zobori, I. (1940). Forrásfoglalás. *Turisták Lapja*, 52 (3): 63–65.



SOME KEY ELEMENTS OF THE BUSINESS POLICIES OF PERSIAN GULF AIRLINES FROM THE PERSPECTIVE OF PASSENGER OPINIONS

¹Emil Kucsera✉, ²Ingrid Santa, ³Zsolt Hajdara

¹Researcher, University of Pécs, Faculty of Sciences, Doctoral School of Earth Sciences, Geopolitical Doctoral Program; unh@unh.hu, ORCID: 0009-0003-1794-9941

²Legal adviser, Central Bank of Hungary; santa.ingrid@gmail.com, ORCID: 0009-0008-7102-5965

³Analytical economist, Office of the Mayor of Budapest; zsolt.hajdara@gmail.com, ORCID: 0009-0003-2881-2342

ABSTRACT

The two decades preceding the COVID-19 pandemic constitute a well-defined and exceptionally successful time in the history of aviation for the airlines of the Persian Gulf region. Their dynamic development, efficient operational mechanisms, and the innovations they introduced in the field of services played a decisive role in shaping the landscape of global aviation. The exploration of the brand and marketing elements that form an important segment of their business policy has been documented in several of our previous publications. However, the opinions of the passengers have not yet been presented, even though we conducted an extensive investigation on this topic. In this study, we undertake to summarise the results of this broad dataset. Its relevance stems from the very need for feedback, which is a prominent element of the business philosophy of the companies examined, but this synthesis also complements our previous work and makes it more complex. In this empirical research, we measured and analysed the content of the service portfolio in relation to travellers' reactions, the anomalies between brand identity and brand image, the perceived role of the central hubs placed at the focus of the airlines' global expansion, and the cohesive strength of customer loyalty/commitment expected or desired from the target audience.

Keywords: customer loyalty, Gulf airlines, hub-function, lifestyle-brand, opinion of passengers

Received: 4 August 2026

Accepted: 29 September 2026

Published: 12 October 2026

This open access article may be used under the international license terms of CC BY-NC-ND 4.0.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



A PERZSA-ÖBÖL MENTI LÉGITÁRSASÁGOK ÜZLETPOLITIKÁJÁNAK NÉHÁNY Kiemelt tartalmi eleme az utasok véleményének aspektusából

¹Kucsera Emil✉, ²Santa Ingrid, ³Hajdara Zsolt

¹Kutató, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola, Földtudományok Doktori Program; unh@unh.hu, ORCID: 0009-0003-1794-9941

²Jogi tanácsadó, Magyar Nemzeti Bank; santa.ingrid@gmail.com, ORCID: 0009-0008-7102-5965

³Közgazdasági elemző, Budapest Főváros Polgármesteri Hivatala; zsolt.hajdara@gmail.com, ORCID: 0009-0003-2881-2342

ABSZTRAKT

A COVID-19 járványt megelőző, a repüléstörténet vonatkozásában jól körülhatárolható 20 év a Perzsa-öböl menti légitársaságok rendkívül eredményes időszaka volt. Dinamikus fejlődésük, hatékony működési mechanizmusuk, a szolgáltatások terén bevezetett újításaik meghatározó szerepet játszottak a globális légiközlekedés arculatának formálásában. Az üzletpolitikájuk jelentős szegmensét képező brand- és marketingelemek feltárása számos publikációnkban nyomon követhető. Nem került sor azonban az utasközönség véleményének bemutatására, holott ennek kiterjedt vizsgálatát végeztük el. A jelen tanulmányban e széles adatsor eredményeinek összegzésére vállalkozunk. Ennek relevanciáját egyrészt maga a visszacsatolás igénye adja, ami a vizsgált szereplők üzleti filozófiájának hangsúlyos eleme, de a szintézis korábbi munkáinkat is kiegészíti, komplexebbé teszi. Ennek kapcsán ebben az empirikus kutatásban felmértük és vizsgáltuk a szolgáltatáspaletta tartalmát az utazók reakcióinak viszonylatában, a brandidentitás és a brandimázs egymásra vetítése során megmutatkozó anomáliákat, a társaságok globális terjeszkedésének fókuszába állított központi hubok szerepének megítélését és a célközönség felől elvárt/remélt ügyfélhűség/elkötelezettség kohéziós erejét.

Kulcsszavak: vásárlói hűség, Öböl-menti légitársaságok, hub-funkció, életmódbrand, utasvélemények

Benyújtva: 2026. augusztus 4.

Befogadva: 2026. szeptember 29.

Publikálva: 2026. október 12.

Ez a mű a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 nemzetközi licence-feltételeinek megfelelően használható fel.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



1. Introduction and literature review

In our view, the following strategic objectives and aspirations, which have most inspired the travelling public, have been the main drivers of the airlines' operations over the last two decades:

- innovation in services, which is difficult for competitors to follow,
- customer focus,
- a distinct and unique profile that is very marketable,
- successful brand building and marketing policy,
- creation and acceptance of the operational conditions and complex functions of the Persian Gulf hubs that will help to transform global air transport patterns,
- transformation of attitudes towards air transport through developing the idea of 'lifestyle travel' and strengthening customer loyalty.

In the present work, we have categorised the wide range of data available, and within these categories we have included the dimensions that we consider to be the most relevant to the activities and objectives of the airlines studied, playing a key role in their effectiveness while confirming their business philosophy discussed in a number of forums.

Since a brand does not exist as a value in itself (Kapferer, 2008) but is an effective supporter/server of business policies and can only be manifested through the service or product, a simultaneous and interrelated examination of the content of the three interdependent categories (business policy $\Leftrightarrow$ brand $\Leftrightarrow$ service) will help to reveal the interrelationships between them. Over the past more than two decades, a significant number of studies have been carried out from each of these perspectives, contributing to the understanding of the internal system of air transport.

Several studies have analysed or constructed models, developed recommendations (Gillen, 2006; O'Connell, 2006, 2011a; Moreira et al., 2011; Lohmann & Spasojevic, 2018) or examined the components of competitive advantage (Nataraja & Al-Aali, 2011) in the context of reviewing the effectiveness of business strategies. Given the increasing role of brand and marketing, it has become necessary to clarify the theoretical and methodological links between consumers and brands (Aaker, 1991, 1997; Fournier, 1998; Azoulay & Kapferer, 2003), as well as to interpret the conditions of brand building (Aaker, 1996; Kapferer, 2008). Related to this is the definition and positioning of the concepts of brand identity and brand image from the perspective of different theories and models (Aaker, 1997; De Chernatony, 1999; Hoang, 2016; Aksoy et al., 2003; Louis & Lombart, 2010; Park et al. 2005; Keller, 1993; Piskóti et al., 2022).

It is undeniable that the emphasis on service quality as a competitive marketing strategy has become a dominant factor in the last two decades (Grönroos, 1984, 2000; Parasuraman et al., 1993, 2000; Andotra et al., 2008; Parasuraman et al., 1988; Dabholkar et al., 1996; Brady et al., 2001; Robledo, 2001). These studies have been built upon by several aviation-specific theoretical and methodological works, whose main objective was to better understand customer expectations and to define the quality of services (Tóth et al., 2021; Csapó, 2012). There has been a proliferation of research aimed at developing specific

aspects of the service delivery process, and the related conceptual framework and measurement scales (Brady et al., 2001; Wu & Cheng, 2013; Perçin, 2018; Tahanisaz & Shokuhyar, 2020; Shen & Yahya, 2021), but above all the research has sought to determine the level of service quality and, in parallel, customer satisfaction (O'Connell & Williams, 2005; Chen et al. 2011; Wu & Cheng, 2013; Clemes et al., 2008; Suki, 2014; Sultan & Simpson, 2000; Shah et al., 2020; Woo, 2019; Tsafarakisa et al., 2018; Aksoy et al., 2003), including the evaluation of the importance for passengers of frequent-flyer programmes (Martin et al., 2011). However, fewer studies have initiated primary data collection to examine, using large samples, the relationship between airline and passengers (Shafiee et. al., 2014; Mayer et al., 2012; Farooq et al. 2018; Clemes et al., 2008; Gilbert & Wong, 2003).

The extremely rapid development of airlines in the Persian Gulf has not escaped the attention of researchers. The studies focused on the airlines' business models (O'Connell, 2006, 2011a, 2011b; Grimme, 2015), the characteristics and components of their branding (Hoang, 2016), the quality of their services (Ahmad, 2015; Akbal, 2016; Campbell, 2016; Bose, 2018; Douglas, 2018), and even the stability of their business models (Kucsera, 2021) have been studied.

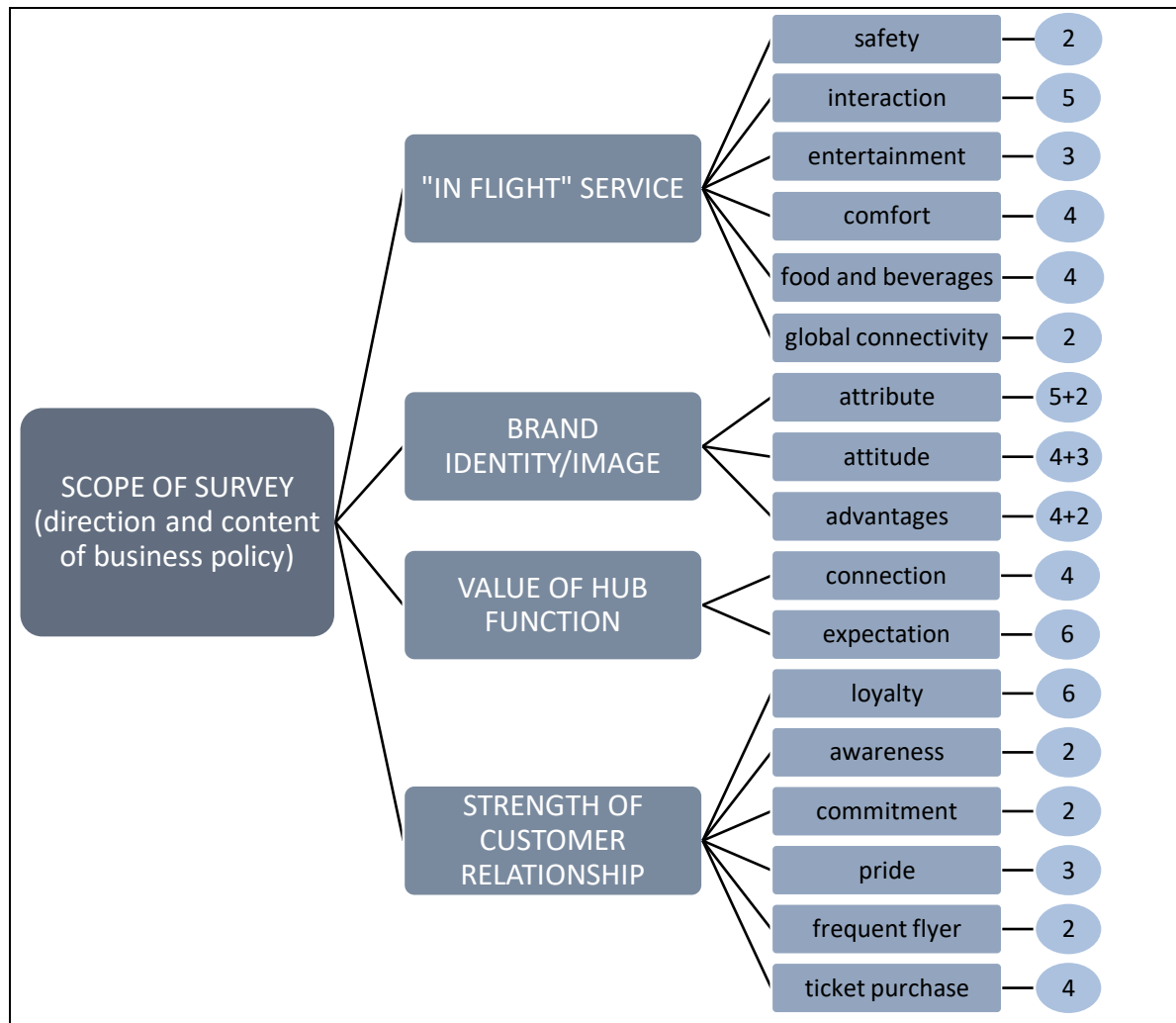
2. Hierarchical model, scope, and content of the study

While acknowledging the value of these studies, we have followed a different approach in our research. By creating four main groups, as opposed to studies that are limited to a single perspective, we have highlighted four main focus areas of Emirates, Etihad, and Qatar Airways' business policies, operations, and professional mission, thus taking a complex approach to assessing the process of the impact on and reaction from the target audience (*Figure 1*).

In contrast to the aforementioned works – which mainly sought to investigate the quality of the service experienced – we were interested in how important the service, brand element/value or business policy concept (stopover, lifestyle brand) was to the respondents, or whether it was even necessary. The distribution and weight of the responses can be used to infer the degree of acceptance, the strength of the customer relationship, and possible correlation between the main groups.

In the first main group, we asked about the service sector. From the very complex and broad field of air transport services, we have focused on in-flight services. We believe that it is here that the relationship between passengers and crew is most pronounced, direct, and enduring. In line with this, we have established the dimensions we consider to be the most important in determining the quality of service – safety, interaction with staff, entertainment, comfort, food and beverages, global connectivity – to which we have added 20 further assessment items (*Table 1*).

Figure 1. Hierarchical model of the study



Source: Authors

Table 1. Dimensions and survey elements of the In-flight Services major group

Dimensions	Survey elements
Safety	Type and condition of the aircraft Ensuring the conditions for flight safety
Interaction with the staff	Simple check-in, helpful staff Convenience of boarding the aircraft Punctuality of the services Dress and appearance of the flight attendants Kindness and helpfulness of the flight attendants
Entertainment	Newspapers and reading material onboard Large selection of in-flight films Large selection of in-flight music
Comfort	Cleanliness of the passenger area and toilets Distance between seats, comfort of seats Accessories onboard (toiletries, cushions, blankets, eye masks, etc.) Power supply onboard

Food and beverages	Quality and quantity of food onboard
	Selection and quality of non-alcoholic beverages onboard
	Selection and quality of alcoholic beverages onboard
Global connectivity	Availability of in-flight phone calls
	Availability of in-flight wi-fi

Source: Authors

According to Aaker (1996), it is worthwhile to compare brand identity and brand image in different image dimensions. In the second main group we analysed the relationship between these two brand categories from a different perspective: the extent to which the brand identity (purpose, core values, vision) is effectively represented and perceived by the target audience – that is, how the signals created, communicated, and transmitted in the brand identity are decoded.

In our survey, we analysed how the complex approach to expressing the inner and outer aspects of identity elicits feedback from respondents (Bozkurt, 2024) (Table 2).

Table 2. Brand image in relation to brand identity

Dimensions	Subdimensions and survey elements	
	Positive	Negative
	Perception	
Business attribute	Flying to many places Their development is unstoppable Have invented many useful Innovations Good marketing Being unfairly attacked	They follow superfluous luxury Being justifiably attacked
Staff attitude (brand)	Service is ambitious Represents a guarantee of quality Sets a fine example for other airlines Likeable	Service is impolite Aggressive business model Unpleasant
Pros and cons perceived by target audience	Cheap Safe Offers a value-for-money service Airplanes are comfortable	Expensive Dangerous (not safe)

Source: Authors

The global ‘connectivity’ of the Gulf airlines required the creation of a hub system of a size and quality that, in addition to functioning as an airport, was also a multimodal organisation integrating maritime links (Castells, 2000; O’Connor, 2010; Alkaabi et al., 2013, Alkaabi, 2014), creating and operating one or more metropolises that, with their influence and wide range of offers, could provide an internationally attractive alternative tourist and business destination. In our view, if this attraction was not strong enough, the system would be fundamentally broken. In the assessment of the hub function, that is, within the framework of the third main group, we tried to explore the demand for stopovers, the role that

passengers expect from airports, and the attractiveness of a city in the Persian Gulf as a destination for a particular flight.

The profitability of airlines is based on attracting and retaining as large a pool of passengers as possible, so in section 4 we analysed the customer behaviour associated with ticket purchasing and the strength of the relationships between the travellers and the airline. Gulf airlines, in order to maintain brand loyalty, are trying to build psychological brand equity that is difficult for competitors to replicate. Naturally, “the desirable brand level would be one in which their passengers feel a sense of pride and prestige when using their services” (Garcia, 2014).

Our research assessed the extent to which there is a shift from the transport function towards a lifestyle change, since the companies studied are those most likely to recognise that “the gains from lifestyle identification with passengers and building brand loyalty may be the missing link in the evolution of airlines” (Garcia, 2014).

In relation to the above, we investigated the main characteristics of passengers' ticket purchasing behaviour, the level of passenger engagement with airlines prior to ticket purchase, and respondents' attitudes towards the frequent-flyer status.

3. Methodology

3.1 Primary database

We found the questionnaire survey to be the most appropriate for our study. The survey was carried out in three steps: designing the questionnaires to reflect the research criteria, developing the conditions for and implementing the data collection, and processing and evaluating the questionnaire data.

3.1.1 Designing the questionnaires

The first step in the process was to define the scope of the questionnaire and the information required in relation to the research objectives, and then to develop logically and substantively coherent groups of questions. To compile the content of the questionnaire, the companies' beliefs were taken as a basis, with the building of clear business objectives and identity being an expression of those beliefs. To do this, we processed into questions the factual statements, signs, and symbols presented to passengers by the airlines.

This step was carried out in the following order:

- We identified the four main categories.
- We collected the content for the questions.
- A large number of opening sets were tested, selected, and commented on.
- The resulting final database was sorted into main dimensions and sub-dimensions for later analysis and evaluation.
- A hierarchical model of the overall structure was set up.

- The technical unit related to the main body of the research was completed with additional questions for other chapters.

- As part of the questionnaire, a demographic and motivation questionnaire was compiled, and an attached name card was created that can be removed by tearing along the perforation.

A 5-point Likert scale was used for the questions. We also included mixed-type questions, adapted to the content. The questionnaires had to be designed for international conditions, in particular the specificities of the multilingual environment, and the cultural differences of the passengers. The questionnaires were written in six languages (Hungarian, English, German, French, Chinese, and Arabic) and were checked by translators for linguistic accuracy and comprehensibility by means of a test.

3.1.2 Developing the conditions for and implementing the data collection

Because adherence to the sampling procedure is a major determinant for the success of the research, we needed to define the following questions for data collection:

- who the target respondents are and what the range of respondents is,
- how the selection will be made,
- where the survey will be conducted,
- when the data will be collected (year, month, day, and time of day),
- who will carry out the specific operational tasks,
- how the field operations will be carried out (e.g., permits, standard presentation, uniform interviewing style).

The original plan was to collect responses from a total of 1,000 to 1,200 participants including passengers from both Persian Gulf and European sites. This did not materialise because the COVID-19 outbreak at the end of the actual survey of European sites interrupted the survey process. Nevertheless, travellers from 59 countries returned a valid questionnaire, which we consider to be adequate.

The sampling locations were Budapest, Dublin, Vienna, Amsterdam, Berlin, and Bangkok (travellers from Europe). The survey was conducted by our research team in two periods: 5-10 November 2019 and 1-15 March 2020. We believe this was a guarantee of a better completion rate. Convenience sampling was used.

A total of 759 people returned the questionnaire. As 46 responses could not be evaluated, those were excluded from the study, leaving 713 questionnaires for further processing. Of the questionnaires that could be used, 545 had all items scored, and 168 had unanswered questions, but the items that were completed were included in the scoring. The sample size of the analyses based on the questionnaires therefore ranges from 545 to 713. The questionnaires were subjected to validity and reliability tests.

3.1.3 Processing and evaluating the questionnaire data

The evaluation of the results followed the structure of our hierarchical model. Following a descriptive statistical analysis of the responses to the thematic units, we interpreted the phenomena of the system and attempted to identify the relationships and associations that existed. Finally, we pointed out the links between the philosophy of the companies and the content (needs, mindset) expressed by the passengers. At several points, further details were provided using demographic and motivational data.

The consistency of the data was validated by determining the Cronbach's alpha.¹¹ Taking into account the variables and items of the database that could be included in the Cronbach analysis (53 items), the alpha value was 0.855, which indicates that the consistency of the data recorded in the questionnaire can be accepted as satisfactory for the research. For the Likert-scale questions, the arithmetic averages of the responses given by the groups of respondents were taken as the primary means, where

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i$$

From these data, the weighted and relative standard deviations from the mean were also calculated. Weighted standard deviation:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_i (x_i - \bar{x})^2 f_i}{\sum_i f_i}}$$

Relative standard deviation:

$$v = \frac{\sigma}{\bar{x}} * 100,$$

where $\sigma = x_i$ data series standard deviation, weighted standard deviation, $\bar{x} = x_i$ is a weighted average of the data series.

Statistical analysis beyond the arithmetic mean allowed us to see the additional information behind the mean.

Cross-tabulations were created to show the relationships we considered important and used the most appropriate form of visualisation, multi-axis graphs, to show the differences. Also set up were a number of hypotheses when compiling the cross-tabulations by comparing the factors we considered relevant, and after interrogating and plotting them, only the tables and graphs of notable differences remained for the final study.

¹¹ Cronbach analysis was made using the analytical functions Analyze/Scale/Reliability Analysis of the statistical modelling program IBM SPSS Build version 1.0.0.1447, the output of which is attached (Churchill, 1979).

3.2 Demographic characteristics of respondents

Table 3 shows the structural characteristics of the demographic composition of respondents. Females are slightly more numerous than males, but the proportion is evenly balanced (41% male, 47% female, 12% non-respondents).

The majority of respondents (74.75%) were of European origin, due to the location of the sample, with Asia being the second-best represented continent (8.56%). In terms of age, the highest response was from 25- to 50-years olds (58.06%). The number of people with a tertiary education qualification was also high (68.44%). In terms of income, there was no observable group of respondents, with those with an annual income of over USD 20,000 being the most likely to complete the questionnaire (38.99%), and the second largest group with an annual income of between USD 10,000 and USD 20,000.

Table 3. Demographic data

Indicator	Category	Respondents	
		Number	Rate, %
Gender	Male	293	41.09
	Female	334	46.84
	No reply	86	12.06
	Total	713	100.00
Origin (Distribution Nationalities)	Africa	4	0.56
	Australia	4	0.56
	Asia	61	8.56
	South America	8	1.12
	North America	20	2.81
	Europe	533	74.75
	Middle East	14	1.96
	No reply	69	9.68
	Total	713	100.00
Age in years	1-25	98	13.74
	26-50	414	58.06
	51 and above	150	21.04
	No reply	51	7.15
	Total	713	100.00
Highest level of educational qualification	Primary	14	1.96
	Secondary	133	18.65
	Tertiary	488	68.44
	No reply	78	10.94
	Total	713	100.00
Yearly income, USD	under 10,000	123	17.25
	10,000-20,000	179	25.11
	above 20,000	278	38.99
	No reply	133	18.65
	Total	713	100.00

Source: Database compiled from the responses to the questionnaires

Tourism was the motivation for travel for 45.58% of respondents in the sample, with business travel (19.64%) and family visits (18.23%) being the second most common reasons, with almost equal percentages (*Table 4*). The overwhelming majority (82.75%) of the questionnaires were completed by passengers travelling economy class. In terms of frequency of flying habits, more than half of respondents (53.58%) reported flying several times a year.

Table 4. Distribution of demographic and motivation data

Indicator	Motivation	Respondents	
		Number	Rate, %
Reason for travelling	Family visit	130	18.23
	Tourism	325	45.58
	Business travel / job	140	19.64
	Education / Research	21	2.95
	No reply	97	13.60
	Total	713	100.00
Which class are you flying?	Tourist	590	82.75
	Business	30	4.21
	First class	4	0.56
	No reply	89	12.48
	Total	713	100.00
How often do you fly?	Rarely	120	16.83
	Once a year	148	20.76
	Several times a year	382	53.58
	No reply	63	8.84
	Total	713	100.00

Source: Database compiled from responses to questionnaires

4. Results

The hierarchical model proposed in our study offers a more complex and unique approach to the air transport sector than was done previously. It highlights the most and least important items of passenger opinion not only at the level of the survey items, but also in a comprehensive way, synthesising dimensions and major groups.

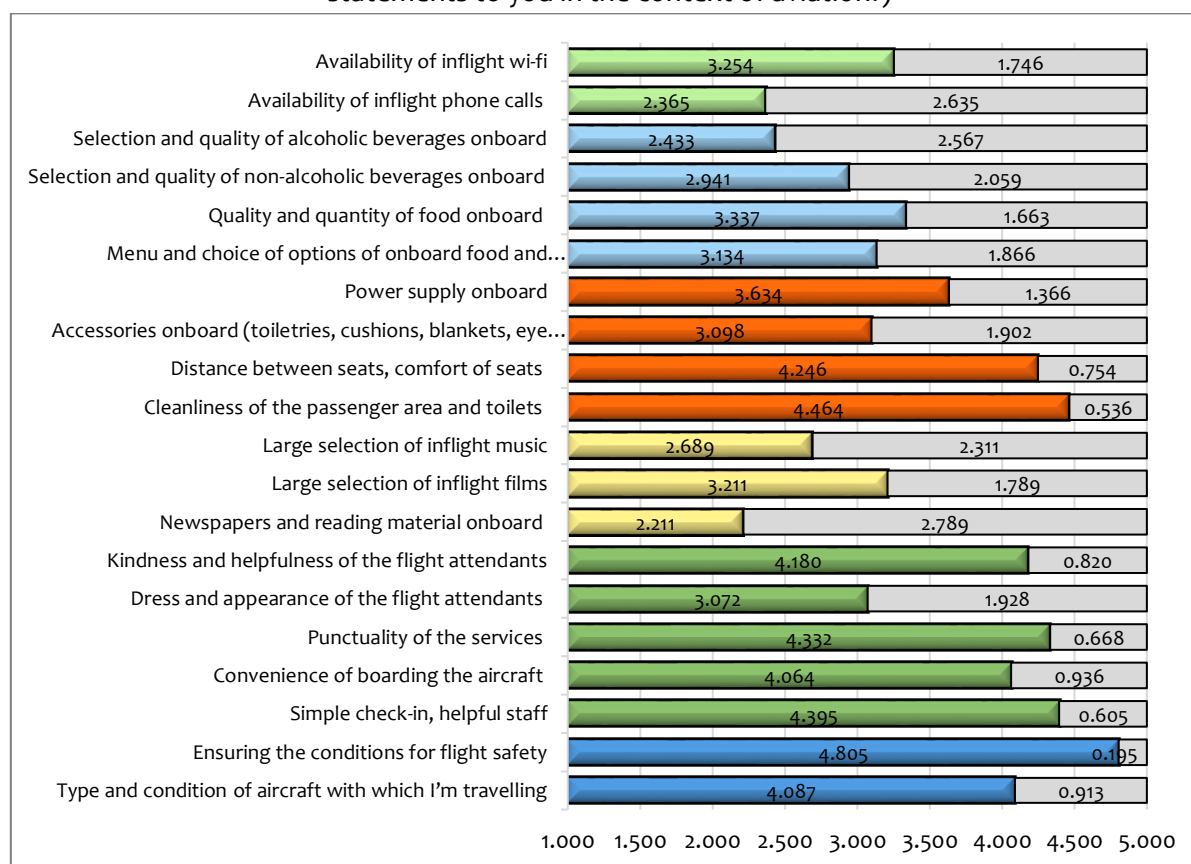
It was not our intention to evaluate the research results by separating or comparing the three airlines; the structure of the questionnaires did not allow for this.

4.1 First main group

The aggregated results of the first main group show that the travelling public does not rate the selected elements of the analysis with the same weight (*Figure 2*). The most important factor is the conditions for flight safety. By contrast, the demand for print media, alcoholic beverages, and telephone connections is very low. This is of particular note because we are

faced with marketing elements such as the Open Sky publication,¹² the wine and champagne programme (one of the prides of Emirates), which was implemented with an investment of hundreds of millions of dollars, or the development of telephone and internet communications which also required significant funds. It is striking that, in addition to safety, the positive attitude of the staff is a prominent criterion for respondents. Their helpfulness and professionalism may contribute in particular to the feeling of security. However, passengers questioned the ability of flight attendants to take advantage of the extremely carefully designed image and the high-tech in-flight entertainment system.

Figure 2. The main and sub-dimensions of in-flight services (How important are the following statements to you in the context of aviation?)



1: Unimportant, 2: Less important, 3: Moderately important, 4: Important, 5: Very important.

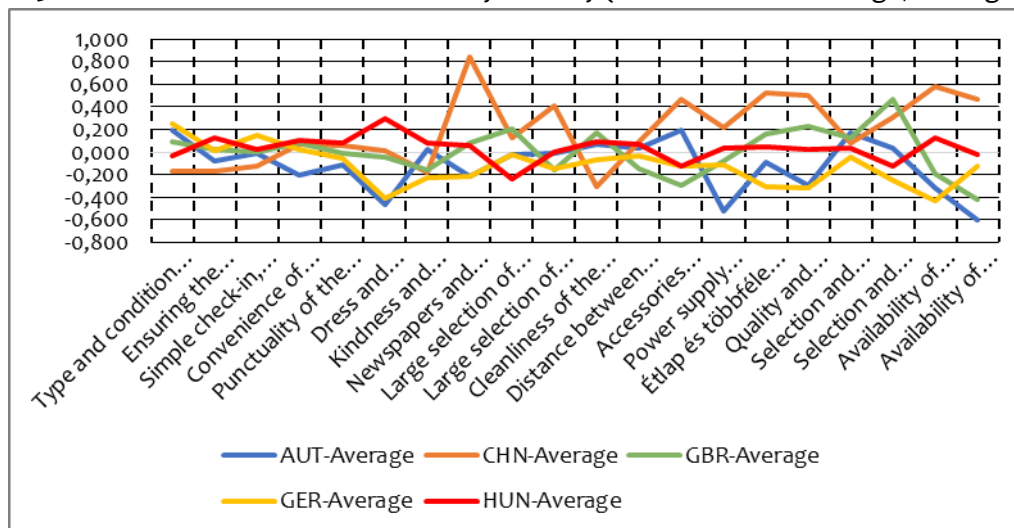
Source: Authors

In a comparison of the main dimensions, safety (dark blue), interaction (dark green), and comfort (brown) were also ranked very highly, with choice of food and drink (light blue), global connectivity (light green), and entertainment facilities (yellow) considered less important (Figure 2).

¹² Emirates' in-flight magazine has been published monthly since 2003, bringing the attraction of flying and the Emirates lifestyle to passengers with a circulation of 5 million copies a month (Motivate Media Group, 2020).

There are observable differences between nations. For Chinese travellers, almost everything is important except safety and cleanliness. They like to read, watch films, collect accessories, and eat and drink throughout the journey. For Germans and Austrians, safety is the overriding factor, while the British judgements are based on the quality of the entertainment offered and the choice of food and drink. Hungarians are average in this respect (Figure 3).

Figure 3. Assessment of service elements by country (deviation from average, average=0.0)



Values according to the main and sub-dimensions detailed in Table 1.

AUT: Austrian, CHN: Chinese, GBR: British, GER: German HUN: Hungarian passengers.

Source: Authors

In terms of gender, females clearly have higher expectations than do males for airlines. Only in one area, the importance of the visual appearance of flight attendants, did they rate items in this group lower than did males.

As regards income, the upper and middle categories have almost identical (average) expectations, while those with the lowest incomes are satisfied with a significantly more modest choice of content. No observable differences were found between respondents in terms of motivation to travel.

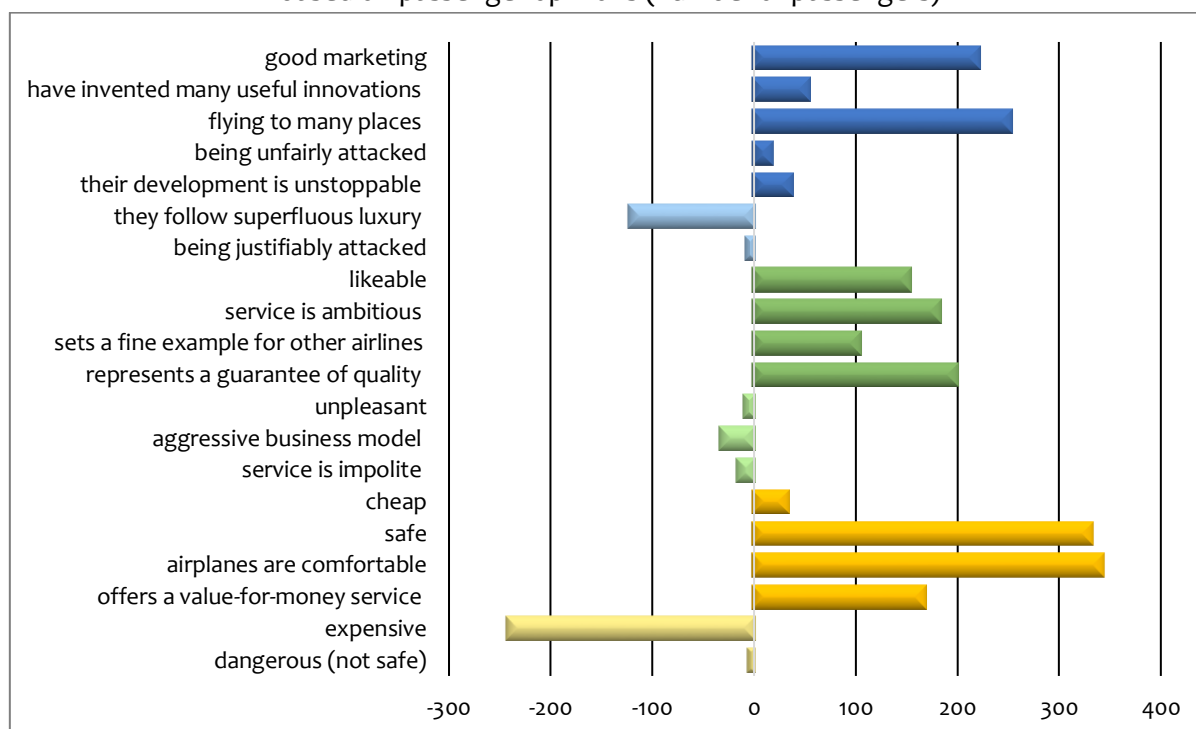
Ranking the means of responses to flight expectations in descending order, flight safety and interaction are higher: respondents consider these aspects to be more important. At the same time, the responses are also more consistent, as evidenced by the lower variance and relative dispersion of responses. For the other flight-related factors (food, global connectivity, entertainment), the lower level of respondents' expectations is associated with a higher dispersion and relative dispersion. The responses here are less concentrated and uniform.

4.2 Second main group

In the second main group, we looked at the effectiveness of the connection between identity and image, as all airlines strive to ensure that the values they build are recognised by the travelling public.

The simple statements made in the questionnaire carry the external (visible) and internal (emotional, mental) content that distinguishes the three airlines studied in the global system. Their self-image, in all forums and in all forms, suggests that if one chooses them, one will be able to travel to (almost) anywhere in the world, receive the highest quality of service, communicate with the most competent customer service, be at the forefront of innovative developments, have access to cutting-edge technology and safety, and do so at a lower price than their competitors. The passenger can experience a (brand) personality that gives the air travel experience a dimension that is hard to imagine.

Figure 4. Assessment of Emirates, Etihad, and Qatar Airways, ranging from positive to negative, based on passenger opinions (number of passengers)



Blue: Attribute, Green: Attitude, Yellow: Pros and Cons.

Vertical: The pre-formulated statements for the three airlines.

Horizontal: Number of respondents who marked the given statement for the airlines (persons).

Negative statements are represented as negative values to enhance the visuality of the representation. Source: Authors

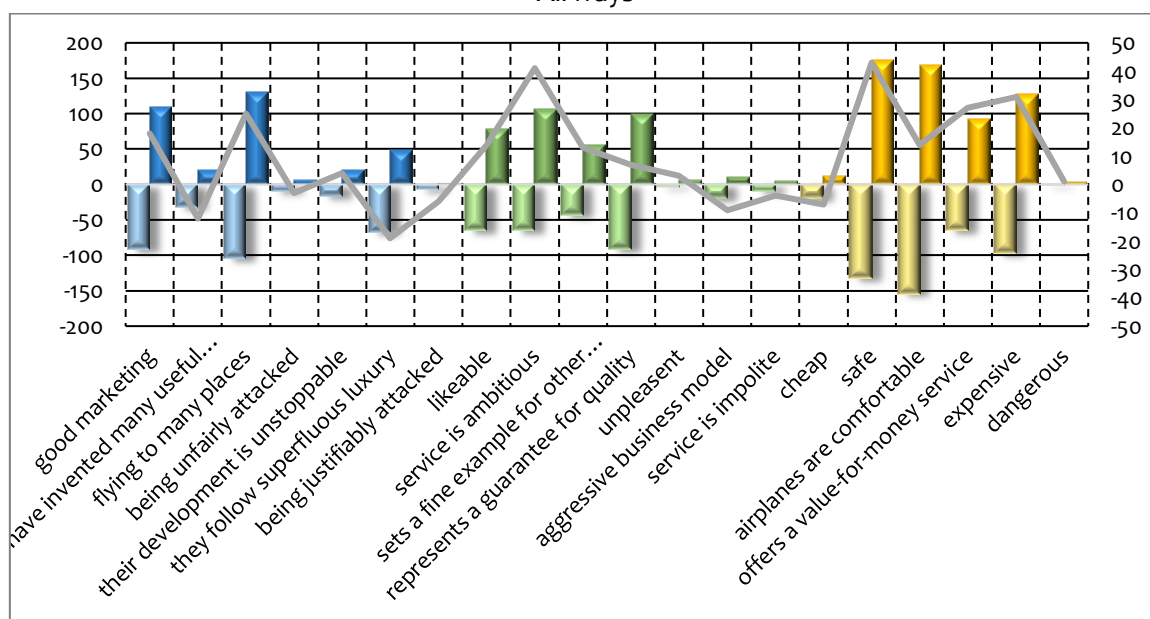
Based on the responses with positive and negative attributes, 83% of respondents (2,097 responses) gave a positive assessment of their activities. Successful marketing, an extensive network of routes, likeability, exclusivity, guarantees, safety, and comfort were confirmed in concrete terms. These characteristics are exactly what airlines like to hear.

The findings are presented in terms of their positive and/or negative content, with a positive and a negative range (Figure 4). Two marked findings in the negative range should be highlighted. One, which was perceived by the passengers as fundamentally different: price. Although the three airlines in the study have different fare offerings, the high number of ‘Expensive’ responses clearly indicates that a levelling off between competing market players has begun.

The other sensitive point for the companies, a brand element that characterises an entire era, received a strong negative response. The statement ‘They offer unnecessary luxury’ was confirmed by a third of passengers, indicating that they could not (perhaps did not want to) deal with the services and products offered. Of course, more in-depth research will be needed to draw further conclusions, but it is on this point that 123 (17%) negative opinions are a telling external picture (feedback).

The gender breakdown shows that males and females were mixed in their perception of company attributes, while the categories of staff attitudes and individually perceived advantages/disadvantages were clearly more strongly supported by females. It can also be seen that females were more likely to notice positive attitudes, while males were more likely to perceive negative attitudes (Figure 5).

Figure 5. Attributes, attitudes, and advantages and disadvantages perceived individually, distribution by gender: Opinions for the statements regarding Emirates, Etihad, and Qatar Airways



Blue: Attribute, Green: Attitude, Yellow: Pros and Cons.

Left axis: marking based on the p/713 questionnaire.

Right axis grey line: difference in number of male-female replies.

Female in positive range – Male in negative range.

Values examined according to the dimensions in Table 2.

Source: Authors

4.3 Third main group

In relation to the third main group, we see that a notable proportion of passengers did not give a response that is entirely in line with the concept of Emirates, Etihad, and Qatar Airways.

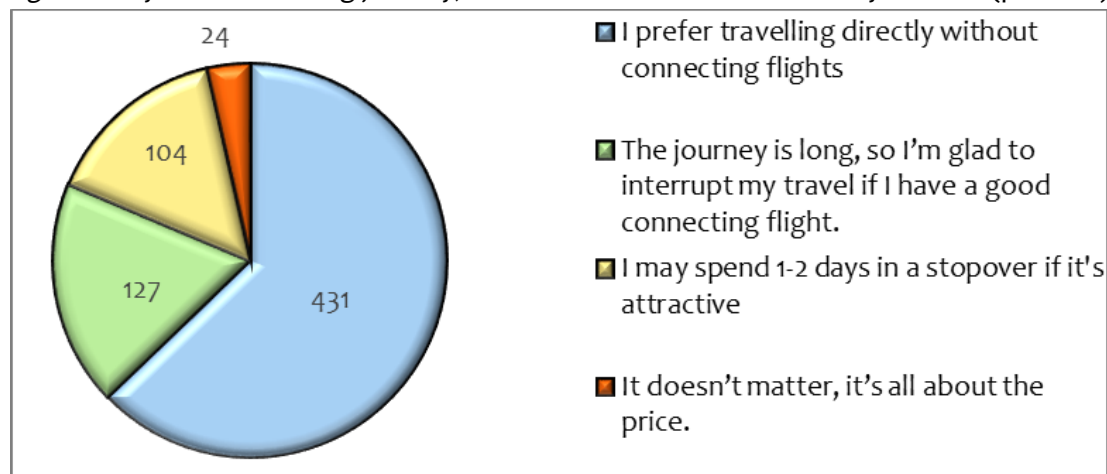
The main pillar of the business policy of the airlines examined is to build, develop, and integrate the hub system on the southern shores of the Persian Gulf into the world aviation system, which is a prerequisite for gaining influence in the air traffic sector between Europe and Asia.

By contrast, there are 80% more passengers who choose to fly direct, non-stop on long transcontinental journeys than the total of those who choose the other options (Figure 6). Of particular note is the low representation of price in this context (3.5%), which does not vary significantly by income category. Good connections are not a real alternative, nor is the possibility of a good connection with quality content on favourable terms.

Our study analysed responses by gender, age, and income groups, but no observable differences were found in any of the categories, with all breakdowns favouring non-stop flights.

The airport (with its diverse roles) is also linked to the stopover, and passenger opinion is significantly divided. We know from our previous surveys that some passengers are afraid of moving around airports, while others like the hustle and bustle, take advantage of the facilities on offer and, in the case of some airports, see the technical and cultural offering as an opportunity for enjoyment.

Figure 6. If you are on a long journey, which of these statements suits you best? (persons)



Respondents could select only one answer, 686 respondents (see the last paragraph of section 3.1.2.). Source: Authors

Based on 1,139 opinions (one respondent could mark more than one answer), it is clear that airports are predominantly seen by passengers as a place to land, take off, transfer (40%), and (generally) provide a reliable environment for transit passengers through the availability of wi-fi (27%). Fewer passengers require a choice of restaurants (17%), even

fewer do shopping (10%), with a negligible number of passengers who also consider airport entertainment and recreation (6%). Again, the results were compared with the demographic groups available to us, but no marked differences were found. From the point of view of passengers who have already experienced Emirates, Etihad, and Qatar Airways flights, the quality of the responses (order, proportion, strength, distribution) shows little or no difference.

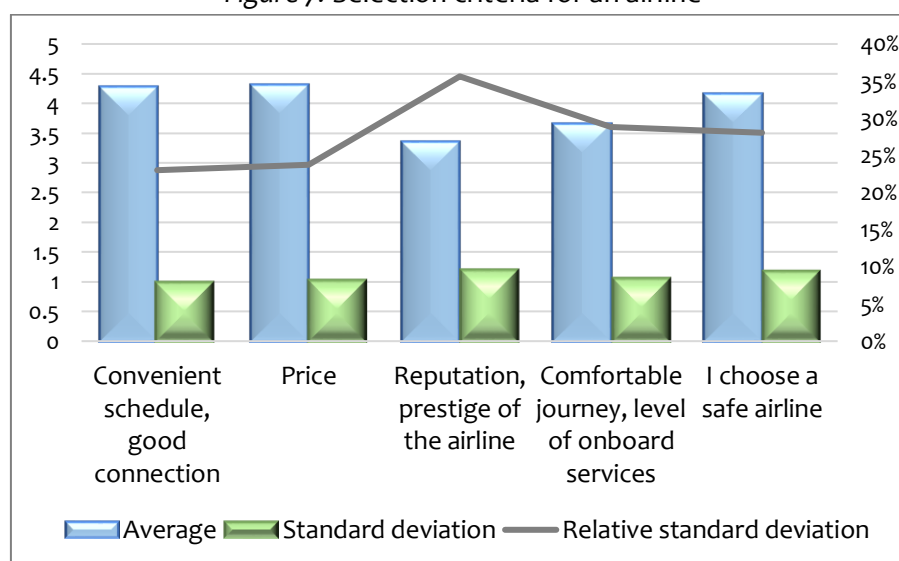
4.4 Fourth main group

Related to the fourth main group, the most sensitive philosophical fight in the area of business policy is about the alignment of ‘passenger consciousness’. The Gulf airlines, particularly Emirates, want to see the investment they have pumped into the system over the last two decades culminate in a transformation of consciousness that will place air travel in a unique, personalised, and different dimension from the one it has had up to now. Specifically, this means reimagining the institution of air transport, shifting from the simple reality of transport towards a more complex system of components in the areas of science, culture, art, and entertainment.

In this main group, we have therefore examined how passengers relate to this idea, how sympathetic they are to the method of engagement that has been tried for decades, and whether the prestige of airlines influences their ticket-buying habits. The answers to our questions on this issue were the least favourable for the airlines surveyed.

Price, convenient schedules, and safety are the most important factors when choosing an airline, with airline reputation and recognition ranking last. Again, the value of the standard deviations and relative standard deviations indicate that the lower average was associated with a higher standard deviation and relative standard deviation. In other words, responses showed greater uncertainty when assessing this aspect (Figure 7).

Figure 7. Selection criteria for an airline



Range from 1 to 5. Left axis: Importance from 1 to 5. Right axis: Relative standard deviation of replies (%). Source: Authors

Emirates (but also, it seems, Qatar Airways and Etihad) is not hiding its ambition to become a lifestyle brand, but this is where we see a major contradiction in the way these airlines communicate.

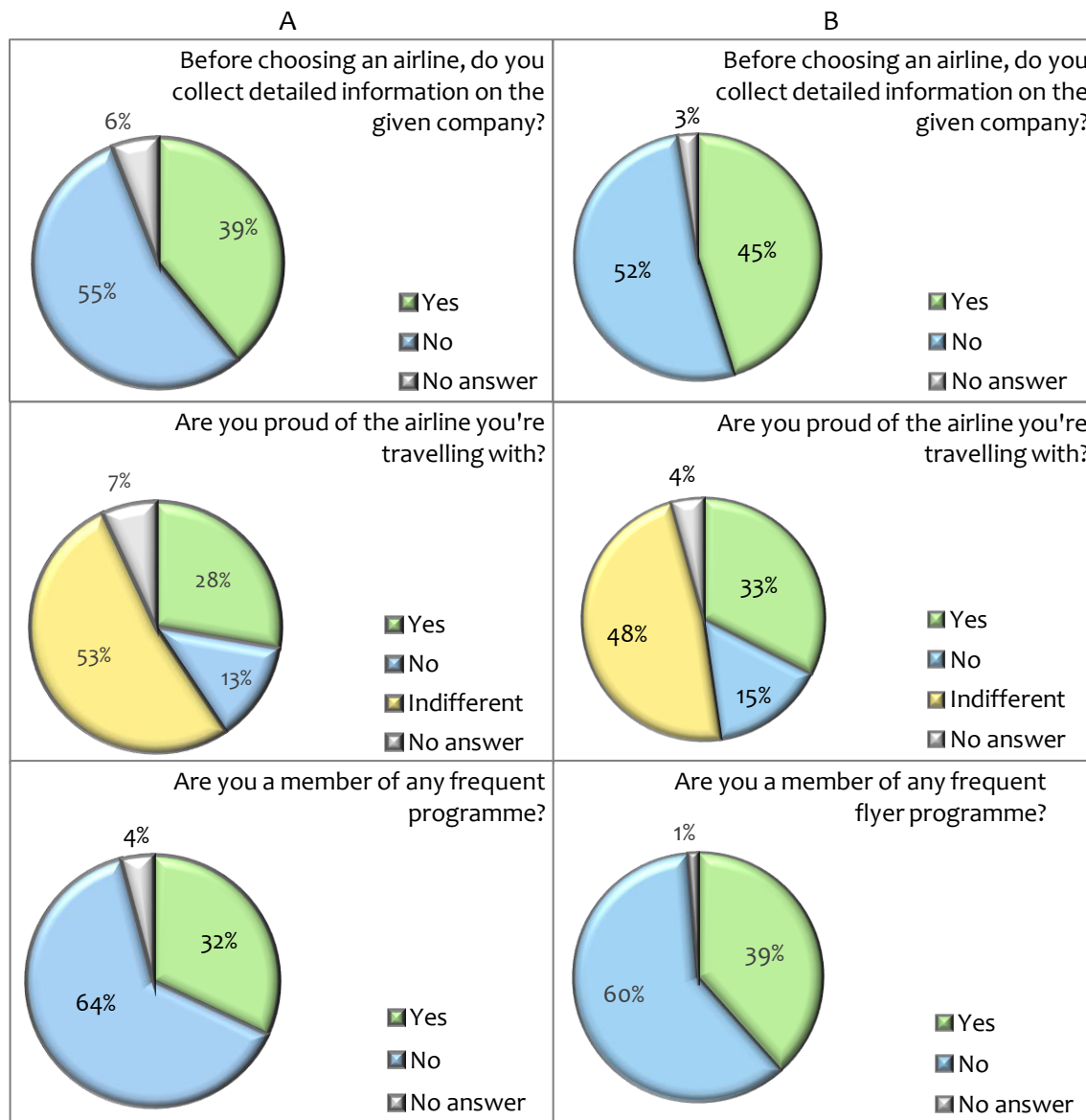
However, our survey provides less evidence of the level of engagement and behaviour expected from passengers (*Figure 8*). The majority of respondents (52-55%) do not research airlines before their planned trip, and thus the airlines' reputation is of little interest to the majority. The expectation of information sharing based on continuous contact – helping to target the parameters needed to make a decision – seems to be less likely to be met.

There would also be an expectation of the individual taking pride in being a customer of the airline, in addition to being satisfied with a customer-friendly, safe airline with a track record of excellence. However, less than a third of passengers feel it is important to express this feeling.

The frequent-flyer scheme, designed to demonstrate customer commitment, offers dozens of discounts and benefits in addition to accruing miles. As it requires regular travel, which is not currently a reality for the masses, its popularity falls far short of the desired goals.

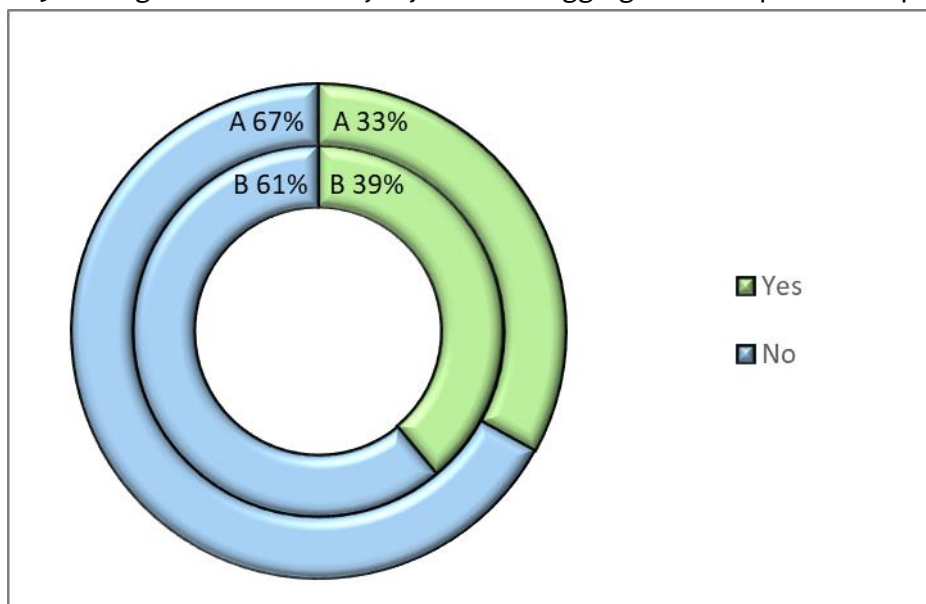
When looking at loyalty indicators only for passengers who have already used the services of the airlines under study, the picture is slightly more favourable, but these values do not reflect a state of unconditional loyalty (*Figure 9*).

Figure 8. Some typical indicators of passenger loyalty based on passenger opinions



A: The opinions of all respondents. B: The opinions of those who have already travelled with Emirates, Etihad, and Qatar Airways. Source: Authors

Figure 9. Strength of customer loyalty based on aggregate no. of positive responses



Outer ring (A): The opinions of all respondents (713 people).

Inner ring (B): The opinions of those who have already travelled with the airlines in question. Source: Authors

5. Conclusions

In summary, the significance of 80% of the service elements considered important by the three airlines was judged necessary or a major issue by the respondents. However, the classification of some elements (the existence of telephone communication, the choice of alcoholic beverages, printed press and publications) was far below the preferences set by the airlines, which could have a negative impact on their perception, that is, on their brand image (unnecessary luxury, expensive). Nevertheless, we feel that the cautious conclusion is correct according to which the development strategies implemented by Emirates, Etihad, and Qatar Airways in the field of in-flight services, with the exception of the examples mentioned, represent the expectations of the targeted and accessible passengers.

The responses also show that the brand image of the target audience is formulated and communicated more through the directly perceptible advantages and disadvantages, and less by attributes linked to the company (legal attacks, development trends), but not even the staff attitudes are the biggest inspiration for them.

It would provide a broader perspective on the judgement of the airports if the survey was not made only in European locations (as was the case here), but the positive messages, samples, and experiences from the most technically advanced units (e.g., Changi, Hamad Int., Dubai International, Incheon, Haneda) could also be shown. However, the standpoints in our case were based mainly on the reality of our continent, which includes the congestion experienced daily at airports, with the resulting difficulties in transferring passengers, crowded lounges, inadequate service, and dozens of delays. Taking this into account, the responses showed that passengers perceive the airport primarily as a

transport terminal, with no or extremely limited attractiveness in terms of the services offered. The vast majority of respondents prefer direct access, avoiding transfers, which represents a less favourable alternative for the Gulf airlines.

In the context of our study, we can also see that the majority of the passengers today still consider air travel more as a form of transport rather than a scene of other extensive services in a different direction. We were unable to identify any dependency on or attraction to the parameters of passenger loyalty that could be linked to the "lifestyle travel" rhetoric envisioned by the reference airlines. This finding was not significantly overturned by passengers who had experienced the airlines surveyed using their airports.

References

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Simon & Schuster.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Market Research*, 34 (3): 347–356. DOI: 10.2307/3151897
- Ahmad J. (2015). *The strategic diagnosis: Emirates Airlines MBA Graduate*. Nice: University of Nice Sophia Antipolis.
- Akbal, R. Y. (2016). *Branding analysis: Emirates Airlines. Individual report*. University of Greenwich.
- https://www.academia.edu/29004516/Branding_Analysis_Emirates_Airlines/ (20.03.2020).
- Aksoy, S., Atilgan, E., & Akinci, S. (2003). Airline services marketing by domestic and foreign firms: Differences from the customers' viewpoint. *Journal of Air Transport Management*, 9 (6): 343–351. DOI: 10.1016/S0969-6997(03)00034-6
- Alkaabi, K. A., Debbage, K. G., & Bin Touq, A. (2013). The promise of the aerotropolis model in the United Arab Emirates: The role of spatial proximity and global connectivity. *Arab World Geographer*, 16 (3): 289–312.
- Alkaabi K. A. (2014). Transport systems and U.A.E. urban development: Multimodal transport facilities in a polycentric urban region. *Arab World Geographer*, 17 (2): 105–126.
- Andotra, N., Gupta, S., & Pooja (2008). Airline service effectiveness: An analysis of value addition, quality and risk perception. *Abhigyan*, 26 (1): 10–19.
- Azoulay, A. & Kapferer, J.-N. (2003). Do brand personality scales really measure brand personality? *Journal of Brand Management*, 11 (2): 143–155. DOI: 10.1057/palgrave.bm.2540162
- Bose, I. (2018). The strategic environment of the aviation industry in UAE: A case study on Etihad Airways. *IJUM Journal of Case Studies in Management*, 9 (1): 21–27.
- Bozkurt, A. D. (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

- Brady, M. K. & Cronin, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65 (3): 34–49.
DOI: 10.1509/jmkg.65.3.34.18334
- Campbell, J. (2016). *Emirates Airlines marketing and business strategic analysis*. https://www.academia.edu/31930246/Emirates_Airlines_Marketing_and_Business_Strategic_Analysis/ (13. 10. 2019).
- Castells, M. (2000). *The information age: Economy, society and culture. The rise of the network society*. Vol 1. Oxford: Blackwell.
- Chen, C. M., Lee, H. T., Chen, S. H., & Huang, T. H. (2011). Tourist behavioral intentions in relation to service quality and customer satisfaction in Kinmen National Park, Taiwan. *International Journal of Tourism Research*, 13 (5): 416–432. DOI: 10.1002/jtr.810
- Churchill, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 19 (4): 491–504. DOI: 10.2307/3150876
- Clemes, M. D., Gan, C. E. C., Kao, T. H., & Choong, M. (2008). An empirical analysis of customer satisfaction in international air travel. *Innovative Marketing*, 4 (1): 49–62.
- Csapó, J. (2012). Possible measurement methods of tourism intensity In: D. István (Ed.), *Társadalomföldrajzi kihívások a XXI. század Kelet-Közép-Európájában: Nemzetközi földrajzi konferencia, Beregszász, Vols. 1–2*.
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1996). A measure of service quality for retail stores: Scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24 (1): 3–16. DOI: 10.1007/BF02893933
- De Chernatony, L. (1999). Brand management through narrowing the gap between brand identity and brand reputation. *Journal of Marketing Management*, 15 (1–3), 157–179. DOI: 10.1362/026725799784870432
- Douglas, I. (2018). Do the Gulf airlines distort the level playing field? *Journal of Air Transport Management*, 74: 72–79. DOI: 10.1016/j.jairtraman.2018.09.008
- Garcia, M. (2014). *Airlines as lifestyle brands may be the future of air travel*. <https://skift.com/2014/11/07/airlines-as-lifestyle-brands-may-be-the-future-of-air-travel/> (20. 10. 2019).
- Gillen, D. (2006). Airline business models and networks: Regulation, competition and evolution in aviation markets. *Review of Network Economics*, 5 (4). DOI: 10.2202/1446-9022.1103
- Farooq, M. Sh., Salam, M., Fayolle A., & Norizan J. (2018). Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach. *Journal of Air Transport Management*, 67: 169–180, DOI: 10.1016/j.jairtraman.2017.12.008
- Fournier S. (1998). Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 24 (4): 343–373. DOI: 10.1086/209515
- Gilbert, D. & Wong, R. K. C. (2003). Passenger expectations and airline service: A Hong Kong based study. *Tourism Management*, 24 (5): 519–532.
DOI: 10.1016/S0261-5177(03)00002-5

- Grimme, W. (2015). *The growth of Gulf Airlines*. 12th June 2015. Institute of Air Transport and Airport Research German Aerospace Center (DLR).
http://www.verkehrskonferenz.de/fileadmin/archiv/konferenz_2015/Papers/Grimme_Gulf_Carriers.pdf (15. 01. 2019).
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18 (4): 36–44. DOI: 10.1108/EUM00000000004784
- Grönroos C. (2000). *Service management and marketing: A customer relationship management approach*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Hoang, Thi Thanh, T. (2016). *Emirates Airline case study report: Brand identity, image, and personality*. London.
https://www.academia.edu/29678346/EMIRATES_AIRLINE_CASE_STUDY_REPORT_Brand_Identity_Image_and_Personality/ (17. 11. 2020).
- Kapferer, J.-N. (2008). *The new strategic brand management: Creating and sustaining brand equity long term*. London: Kogan Page.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing Research*, 29: 1–22. DOI: 10.2307/1252054
- Kucsera, E. (2021). The handling of the blockade against Qatar from the perspective of Qatar Airways' resilience. *Regional Statistics* 11(4): 101–125. DOI: 10.15196/RS110405
- Lohmann, G. & Spasojevic, B. (2018). Airline business strategy. In: N. Halpern & A. Graham (Eds.), *The Routledge companion to air transport management*. London: Routledge. DOI: 10.4324/9781315630540
- Louis, D. & Lombart, C. (2010). Impact of brand personality on three major relational consequences (trust, attachment, and commitment to the brand). *Journal of Product and Brand Management*, 19 (2): 114–130.
- Martin, J. C., Roman, C., & Espino, R. (2011). Evaluating frequent flyer programs from the air passengers' perspective. *Journal of Air Transport Management*, 17: 364–368. DOI: 10.1016/j.jairtraman.2011.02.008
- Mayer, M., Ryley, T., & Gillingwater, D. (2012). Passenger perceptions of the green image associated with airlines. *Journal of Transport Geography*, 22 (C): 179–186.
DOI: 10.1016/j.jtrangeo.2012.01.007
- Moreira, M. E., O'Connell, J. F., & Williams, G. (2011). The viability of long-haul, low cost business models. *Journal of Air Transport Studies*, 2 (1): 69–91.
- Nataraja, S. & Al-Aali, A. (2011). The exceptional performance strategies of Emirate Airlines. *International Business Journal*, 21 (5): 471–486. DOI:10.1108/10595421111171966
- O'Connell, J. F. & Williams G. (2005). Passengers' perceptions of low cost airlines and full service carriers: A case study involving Ryanair, Aer Lingus, Air Asia and Malaysia Airlines. *Journal of Air Transport Management*, 11 (4): 259–272.
DOI: 10.1016/j.jairtraman.2005.01.007

- O’Connell, J. F. (2006). The changing dynamics of the Arab Gulf based airlines and an investigation into the strategies that are making Emirates into a global challenger. *Journal of World Review of Intermodal Transportation Research*, 1 (1): 94–114.
DOI: 10.1504/WRITR.2006.011154
- O’Connell, J. F. (2011a). The rise of the Arabian Gulf carriers: An insight into the business model of Emirates Airline. *Journal of Air Transport Management*, 17 (6): 339–346.
- O’Connell, J. F. (2011b). An examination of the world’s most profitable airline in 2009/10: The Emirates business model. In: J. F. O’Connell & G. Williams (Eds.), *Air transport in the 21st century*. Ashgate.
- O’Connor, K. (2010). Global city-regions and the location of logistics activity. *Journal of Transport Geography*, 18 (3): 354–362. DOI: 10.1016/j.jtrangeo.2009.06.015
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64: 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1993). Research note: More on improving quality measurement. *Journal of Retailing*, 69 (1): 140–147.
DOI: 10.1016/S0022-4359(05)80007-7
- Parasuraman A. & Grewal D. (2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: A research agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28: 168–174.
DOI: 10.1177/0092070300281015
- Park, J. W., Robertson, R., & Wu, C. L. (2005). Investigating the effects of airline service quality on airline image and passengers’ future behavioral intentions: findings from Australian international air passengers. *Journal of Tourism Studies*, 16 (1): 2–11.
- Perçin, S. (2018). Evaluating airline service quality using a combined fuzzy decision-making approach. *Journal of Air Transport Management*, 68: 48–60.
DOI: 10.1016/j.jairtraman.2017.07.004
- Piskóti, I., Nagy, K., Marien, A., & Papp, A. (2022). Desztinációmárketing – Abaúj stratégia modellalkotó inspirációi. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 7 (1): 35–56.
DOI: 10.15170/TVT/2022.07.01.03
- Robledo, M. A. (2001). Measuring and managing service quality: Integrating customer expectations. *Journal of Service Quality and Practice*, 11 (1): 22–31.
DOI: 10.1108/09604520110379472
- Shafiee M. M., Sanayei, A., Shahin, A., & Dolatabadi, H. R. (2014). The role of brand image in forming airlines passengers’ purchase intention: Study of Iran aviation industry. *International Journal of Services and Operations Management*, 19 (3): 360–374.
DOI: 10.1504/IJSOM.2014.065370
- Shah, F. T., Syed, Z., Imam, A., & Raza, A. (2020). The impact of airline service quality on passengers’ behavioral intentions using passenger satisfaction as a mediator. *Journal of Air Transport Management*, 85: Article 101815. DOI: 10.1016/j.jairtraman.2020.101815
- Shen, Ch. & Yahya, Y. (2021). The impact of service quality and price on passengers’ loyalty towards low-cost airlines: The Southeast Asia perspective. *Journal of Air Transport Management*, 91: Article 101966. DOI: 10.1016/j.jairtraman.2020.101966

- Suki, N. M. (2014). Passenger satisfaction with airline service quality in Malaysia: A structural equation modeling approach. *Research in Transportation Business & Management*, 10: 26–32. DOI: 10.1016/j.rtbm.2014.04.001
- Sultan, J. F. & Simpson, M. C. (2000). International service variants: airline passenger expectations and perceptions of service quality. *Journal of Services Marketing*, 14: 188–216. DOI: 10.1108/08876040010327211
- Tahanisaz, S. & Shokuhyar, S. (2020). Evaluation of passenger satisfaction with service quality: A consecutive method applied to the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 83: 101764. DOI: 10.1016/j.jairtraman.2020.101764
- Tóth, D., Marossy, M. O., & Miskolczi, M. (2021). A repülőtér és várostérség közlekedési kapcsolata innovatív szolgáltatások igénybevételének kontextusában a Budapest Liszt Ferenc nemzetközi repülőtér példáján keresztül. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 6 (2): 38–52. DOI: 10.15170/TVT.2021.06.02.03
- Tsafarakisa, S., Kokotasa T., & Pantouvakis A. (2018). A multiple criteria approach for airline passenger satisfaction measurement and service quality improvement. *Journal of Air Transport Management*, 68: 61–75. DOI: 10.1016/j.jairtraman.2017.09.010
- Woo, M. (2019). Assessing customer citizenship behaviors in the airline industry: Investigation of service quality and value. *Journal of Air Transport Management*, 76: 40–47. DOI: 10.1016/j.jairtraman.2019.02.006
- Wu, H-Ch. & Cheng Ch.-Ch. (2013). A hierarchical model of service quality in the airline industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20: 13–22. DOI: 10.1016/j.jhtm.2013.05.001



THE INFORMAL ECONOMY OF DOMESTIC BUSINESS TOURISM: EVIDENCE FROM HARARE, ZIMBABWE

¹Logistic Makoni, ²Christian M. Rogerson✉

¹Post-Doctoral Fellow, University of South Africa, College of Agriculture and Environmental Sciences, South Africa; logism@unisa.ac.za, ORCID: 0000-0003-4279-821X

²Research Professor, University of Johannesburg, School of Tourism & Hospitality, South Africa; chrismr@uj.ac.za, ORCID: 0000-0003-1306-8867

ABSTRACT

Research on the informal economy in tourism largely has been undertaken with reference to leisure tourism and the roles of informal transport operators, self-employed beach vendors, or handicraft producers. This paper shifts the focus to investigate the informal economy of business tourism, a neglected theme in global business tourism scholarship. Arguably, through its content and roles, the informal economy of business tourism (both international and domestic) represents a distinct sphere of economic activity essential in the economic and social life of most African countries. The aim in this paper is to provide new insight concerning the informal economy of business tourism in an informalizing African city, namely Harare, Zimbabwe's political and administrative capital. Using a semi-structured survey with 400 domestic informal business tourists and the collection of personal narratives, an analysis is pursued of two key dimensions of the operations of informal businesses. Questions related to the start-up, establishment, and everyday mode of operation of these businesses are addressed. Then, the investigation turns to the nature and organisation of their business activities in the city, including supply networks, markets, and connections back to home areas. Key findings are that Zimbabwe's capital city is the pivot for the vital supply and distribution of goods bought and sold within the informal economy of Zimbabwe through the channels and networks of informal business entrepreneurs.

Keywords: domestic tourism, Harare, informal business tourism, informal economy, Zimbabwe

Received: 4 July 2026

Accepted: 13 September 2026

Published: 12 October

This open access article may be used under the international license terms of CC BY-NC-ND 4.0.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



A BELFÖLDI ÜZLETI TURIZMUS INFORMÁLIS GAZDASÁGA: ADATOK A ZIMBABWEI HARARÉBÓL

¹Logistic Makoni, ²Christian M. Rogerson✉

¹Posztdoktori ösztöndíjas, Dél-afrikai Egyetem, Mezőgazdasági és Környezettudományi Kar, Dél-afrikai Köztársaság; logism@unisa.ac.za, ORCID: 0000-0003-4279-821X

²Kutatóprofesszor, Johannesburgi Egyetem, Turizmus és Vendéglátás Intézet, Dél-afrikai Köztársaság; chrismr@uj.ac.za, ORCID: 0000-0003-1306-8867

ABSZTRAKT

Az idegenforgalomban jelen lévő informális gazdaságról szóló kutatások eddig nagyrészt a szabadidős turizmusra, valamint az informális közlekedési szolgáltatók, az önálló strandárusok vagy a kézművesek szerepére összpontosítottak. Ez a tanulmány a figyelmet az üzleti turizmusban működő informális gazdaságra irányítja, amely a globális üzleti turizmus kutatásban eddig elhanyagolt kutatási területnek számít. Vitathatatlan, hogy mind a nemzetközi, mind a belföldi üzleti turizmusban megjelenő informális gazdaság tartalmán és szerepein keresztül a gazdasági tevékenység egy önálló szféráját képviseli, amely nélkülözhetetlen a legtöbb afrikai ország gazdasági és társadalmi életében. A tanulmány célja, hogy új betekintést nyújtson az üzleti turizmus informális gazdaságába egy informalizálódó afrikai városban, Hararéban, Zimbabwe politikai és közigazgatási fővárosában. 400 belföldi informális üzleti turista körében végzett félig strukturált felmérés és személyes beszámolók alapján elemzést készítettünk az informális vállalkozások működésének két kulcsfontosságú dimenziójáról. Egyrészt azokról a tényezőkről, amelyek a vállalkozások elindításával, megalapításával és mindennapi működési módjával kapcsolatosak. Másrészt vizsgáltuk az üzleti tevékenységek jellegét és szervezetét a városban, beleértve az ellátási hálózatokat, a piacokat és a származási területekkel való kapcsolatokat. A legfontosabb megállapítások szerint Zimbabwe fővárosa központi szerepet játszik az ország informális gazdasága keretében felvásárolt és eladott áruk létfontosságú ellátásában és forgalmazásában, amely főként a kisvárosokból és vidéki területekről származó informális vállalkozók csatornáin és hálózatain keresztül valósul meg.

Kulcsszavak: belföldi turizmus, Harare, informális üzleti turizmus, informális gazdaság, Zimbabwe

Benyújtva: 2026. július 4.

Befogadva: 2026. szeptember 13.

Publikálva: 2026. október 12.

Ez a mű a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 nemzetközi licence-feltételeinek megfelelően használható fel.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



1. Introduction

Scholarship on the informal economy can be traced back to its early conceptualisation in the 1970s by the International Labour Organization (ILO, 1972) and the classic work of Keith Hart (1973). The terminology of an informal economy emerged out of Hart's field research on Accra, Ghana studying the lives of poor African city dwellers. Building upon the extended work of the ILO, Dube (2026: 707) defines the informal economy as comprising "all economic activities that are not considered illicit and are undertaken by economic units and workers that are not covered or inadequately covered by law or practice". The term 'informal' is often interpreted as work or labour conducted outside of formal state regulations and tax systems. However, this does not mean that such work is illegal or beyond the reach of the state "given that much of the urban informal economy operates in plain sight of the state and is by-and-large accepted as an essential provisioner of goods and services to consumers" (Carmody et al., 2024: 92).

The significance of informality and the informal economy is especially pronounced across the urban Global South (Bandauko & Finn, 2026). As Azunre and Cobbinah (2026: 68) observe, "urban informality in the global South has emerged as a buzzword and topical issue in urban studies, human geography and political science". The breadth of the informal economy extends across all economic sectors and encompasses agriculture, manufacturing, trade, transport, construction and tourism. In a comparative analysis Chen (2023) assesses that the informal economy currently accounts for between 50 to 80 percent of all employment in Global South cities. Arguably, the majority of the population in the urban Global South, and especially those in Africa's rapidly growing cities, is reliant on informal economic activities for everyday survival. Informality therefore represents the defining feature of the economic, social and spatial identities of Africa's expanding and informalizing cities. By 2050 "Africa's urban population is projected to triple, accounting for a quarter of the world's urban population" (Azunre & Cobbinah, 2026: 68). Bandauko and Finn (2026) suggest that the concept of 'informal infrastructuring' is the critical defining feature of 21st century urbanisation.

For Grant (2024) informality is a term widely applied in analytical and policy discourse in sub-Saharan African contexts. Parnell and Oldfield (2014) consider that an emphasis on informality often discloses several hidden urban realities and experiences in cities of the Global South. Arguably, the informal economy contributes to enhancing urban sustainability in the Global South (Magidi, 2022). Indeed, Finn (2025) calls for informality to be situated at the heart of sustainable urban development agendas for the continent. It is evident that informal urbanism works to sustain urban livelihoods (Dovey & Recio, 2024). The informal economy is diverse, incorporating a range of activities targeted to meet the needs of low-income groups at cheap and affordable prices (Grant, 2024). Zhanda et al. (2022: 43) assess that the informal economy "has now become the unofficial backbone" of African economies with a substantial expansion recorded in the economic landscape of informality over the past 30 years. Carmody et al. (2024: 92) confirm also that the "informal economy has come to be a major component of urbanization in Africa". Informal

entrepreneurship has emerged in cities of the Global South because of the alarmingly high levels of unemployment and the absence of official structures for social security most especially in sub-Saharan Africa. Accordingly, the informal economy is viewed now as “the lifeblood of many towns and cities throughout Africa” (Dube & Brown, 2025: 3319). It is estimated that it accounts for as much as 80.8 percent of all urban employment in Africa (Carmody et al., 2024). Unquestionably, therefore, across sub-Saharan Africa the informal economy is a central mode and logic of urbanisation, assuming a formative role in the everyday lives and livelihoods of residents (Finn & Cobbinah, 2023). As pinpointed by Damayanti et al. (2018: 772) in the Global South “informal economy actors commonly provide services to tourists”. Indeed, one important dimension of urban survival across sub-Saharan Africa is through the livelihoods and businesses which are secured in the informal economy of tourism (Rogerson & Rogerson, 2021a, 2021b; Makoni & Mearns, 2025; Makoni & Rogerson, 2026).

It is against this backcloth that the aim in this paper is to provide novel insight into the informal economy of tourism in one informalizing African city. The specific geographical focus is Harare, Zimbabwe’s political and administrative capital, with an estimated metropolitan population of over two million residents. According to Chirisa et al. (2021) ‘the informal city’ is the dominant phenomenon in the Zimbabwean urban system. Harare has recently been styled as being shaped by world-class aspirations but defined by the everyday realities of urban informality (Bandauko & Arku, 2025a). It is ‘a tale of two cities’ which exemplifies tensions between elite-led planning and visions for urban modernity and the everyday realities of marginalised groups battling to survive in an informalizing urban setting (Bandauko & Arku, 2024; Bandauko, 2025a, 2025b; Bandauko & Arku, 2025a, 2025b). The remainder of the paper unfolds through three sections of material and discussion. The next section turns to the context and literature review of the informal economy of tourism in general and the specific focus of the informal economy of business tourism. Following a brief discussion of research methodology, attention turns to the findings drawn from interviews concerning the workings of businesses in the informal domestic tourism economy of Harare.

2. Literature review

Although the mass of writings on the informal economy concentrates upon the activities of urban street and market traders, the informal economy of tourism has been the focus of some academic interest and research for over four decades. Rogerson (2018) points out that tourism scholars only ‘discovered’ and started applying the concept of the informal sector to tourism research several years after the term had been introduced into the lexicon of development studies. Among early pioneer contributions was the work by Wahnschafft (1982) on Pattaya, Thailand where it was shown the informal tourism economy comprised informal transport operators, self-employed beach vendors, handicraft producers, and the resort’s thriving prostitution economy. Research conducted in Kandy, Sri Lanka concerning informal street guides disclosed most individuals lived off

their wits “seizing opportunities as and when they occur” (Crick, 1992: 139). The neglect by planners of the informal tourism economy and of its participants is a recurrent narrative in other early investigations undertaken about beach masseurs, craft souvenir traders, or providers of unlicensed informal accommodation (Timothy & Wall, 1997; Dahles & Bras, 1999a, 1999b; Dahles & Keune, 2002).

During the past two decades a continuing interest in the challenges and dynamics of the tourism informal economy is evidenced by the appearance of a regular flow of published works (Slocum et al., 2011; Çakmak et al., 2018; Damayanti et al., 2018; Truong, 2018; Çakmak et al. 2019; Çakmak & Çenesiz, 2020; Monterrubio, 2021; Torabi, 2024; Fourie et al., 2026; Saxena & Yi, 2026). A systematic review conducted by Makoni and Mearns (2025) pinpoints the significance of the informal economy of tourism for sustainable development futures in sub-Saharan Africa. In another useful recent intervention, Chau (2025) considers that informal tourism plays a crucial, albeit often overlooked, role in shaping sustainable futures. It was stressed that informal actors contribute to resilience as well as support for local livelihoods (Chau, 2025). Reflecting upon the state of the art concerning informal tourism scholarship Çakmak (2020: 17) asserts that in “the field of tourism, researchers have studied the informal economy and the people working in the informal tourism sector by taking an interdisciplinary approach; sometimes seeing it as a world of opportunities and sometimes as a barrier to sustainable development”.

Overall, most existing research on informal entrepreneurship in tourism has been pursued in the context of leisure tourism. Usually, this research is focused upon the everyday world and activities of unofficial tour guides, informal transport providers, tourism markets, homestay providers, craft vendors or beach sellers. Nevertheless, the informal sector of tourism extends beyond the confines of leisure tourism as it encompasses aspects of VFR travel as well as health and business (Rogerson & Rogerson, 2021a). This study is original in its intention to explore the informal economy of business tourism, a theme which is overlooked in mainstream international research and surveys about business tourism. This neglect of informal business tourism has been evidenced starkly by its absence in the recent bibliometric survey by Liu et al. (2025), which concentrates exclusively on Northern conceptions of business tourism with its associations of business events, convention, exhibitions and upmarket hotels. This mainstream literature on business travel and business tourism excludes an enormous group of business individuals in the Global South who travel either domestically or across international borders but rarely are counted as tourists (Timothy & Teye, 2005; Rogerson, 2015; Timothy et al., 2023). Indeed, for Timothy et al. (2023) the study of informal business tourism is a contribution towards scholarly understanding of what is termed ‘unconventional tourism mobilities’.

Several studies demonstrate that business tourism and mobilities of business travellers in sub-Saharan Africa operate within a radically different socio-economic context to that of the environments in the Global North (Rogerson, 2015, 2018; Tichaawa, 2021; Makoni et al., 2023). The mobilities of only a small segment of Africa’s business travellers are structured

by corporate and formalised procedures which parallel those in the Global North. In the resource-scarce context of the Global South most business travel relates to the mainly unregulated, flexible and improvised activities of informal actors and thus of informal business tourism (Rogerson & Rogerson 2021b). Timothy (2025) stresses the paucity of our understanding of informal business tourism and that it falls into the category of non-traditional tourism. Timothy (2025) points out whilst petty traders are not always counted as tourists by government agencies and many tourism scholars, these individuals assume a vital role in tourism and shopping ecosystems as shopping tourists and merchandise providers. The work of Timothy and Teye (2005) initially drew attention to the operations of such traders in the borderlands of West Africa. These authors conceptualised the traders as one of the forms of business tourism in the Global South as they crossed borders just in same fashion as formal international business travellers. The traders/shoppers spend money outside their home country, often stay overnight, and engage in social activities as a Global South variant of ‘bleisure’ (Makoni & Rogerson, 2024). Nevertheless, for the most part, they remain neglected and outside of the scope of the mainstream of tourism research.

Through its content and role, the informal economy of business tourism represents a distinct sphere of economic activity, a segment of essential importance in the economic and social life of most African countries (Peberdy et al., 2015; Rogerson, 2015; Fourie et al. 2024; Rogerson & Rogerson, 2025; Makoni & Rogerson, 2026). This element of the informal economy is considered as travel conducted by small, unregistered shoppers or traders either within countries and/or between neighbouring countries (UNCTAD, 2019). Trade is overwhelmingly of legitimately produced goods and services (Makoni & Mearns, 2025). Although the informal economy of business tourism is unreported and can fail to comply with regulations, the products involved are not illegal to trade or use. The trade involves the movement of services and products between countries or between different settlements within a country. The informality refers to the status of the traders (unregistered) and not to the trade *per se*. Amuda (2024) contends informal business tourism parallels the formal economy in terms of being a channel through which commodities are made available to households, and in most cases, makes provisions for crucial commodities that the formal economy is unable to supply. Informal business travellers comprise both international and domestic informal business tourists. International informal business travellers are cross-border traders as opposed to those travelling within countries, namely the group of domestic informal sector business tourists (Timothy & Teye, 2005).

Across African cities, informal business tourists are a significant dimension of urban tourism economies (Rogerson, 2018; Rogerson & Rogerson, 2021b, 2025). However, the extant literature on business tourism largely fails to incorporate the specificities regarding Global South cities and of the operations of international as well as domestic informal business travellers. Although considerable work has been done on the activities and mobilities of international cross-border traders, domestic informal business tourism

research is undeveloped except for one Lesotho study (Rogerson & Letsie, 2013). Arguably, the research presented here is timely in view of the conclusion of a recent review of post COVID-19 domestic tourism resilience research agendas in Africa in which the potential was recognised for stimulating groups of informal domestic business travellers as one element of post-pandemic recovery (Kifworo & Dube, 2023).

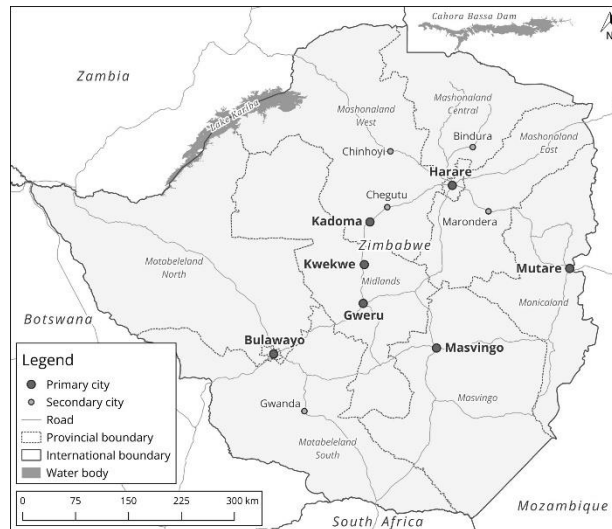
3. Case study and methods

The study commenced with a review of existing international literature on business tourism with special attention to Global South issues. As was demonstrated in the literature review, the importance of informality and of informal business tourism in African cities was isolated. The country of Zimbabwe in sub-Saharan Africa is an appropriate location for the case study.

Zimbabwe secured formal independence from Britain in 1980. It inherited a vibrant economy that was not comparable to any other newly independent African country, ranking second only to South Africa (Magidi, 2019). The first decade of independence was a period of relative growth with economic as well as political stability. During this period of the relative prosperity of the formal economy little role existed for the informal economy to play most especially in the nation's leading urban centres. Before the economic crisis, urban livelihoods “basically relied on the formal economy” (Magidi, 2019: 47). By 1990, however, the national economy exhibited signs of distress with unemployment levels rising from 8% at independence to 26% a decade later (Tawodzera & Chikanda, 2017). The “expansion of the informal economy in Zimbabwe cannot be viewed in isolation from the country's macroeconomic performance” (Chitaukire, 2026: 7). The formal economy was disrupted in Zimbabwe by a toxic combination of government mismanagement, international economic sanctions, a programme of chaotic land reform, nepotism, political violence, and rampant corruption (Magidi, 2019; Makoni et al., 2024). Zimbabwe's economic crisis was further exacerbated by the country's participation and costly engagement between 1998 and 2006 in the civil war which raged in the neighbouring state of the Democratic Republic of Congo.

Chiukura (2022: 59) contends that informal trading “intensified at the turn of the millennium” when the country entered a period of persistent political and economic downturn that pushed the majority of the employable population into the informal economy. Further, there occurred hyper-inflation, a liquidity and banking crisis as well due to a massive shortage of foreign currency. As the socio-economic meltdown continued and shortages occurred of basic commodities, large segments of the “urban poor resorted to informal livelihood pursuits such as informal cross-border trade” (Dzawanda & Matsa, 2023: 205). In a recent analysis Little (2026) attributes the mushrooming growth of the informal economy in Zimbabwe to different reforms that fuelled hyperinflation, monetary chaos, and a declining wage employment sector that compelled many Zimbabweans – especially women – to take up the business of informal trading.

Figure 1. Location of Harare and Zimbabwe's major urban centres



Source: Authors

The empirical research was conducted in Harare, named Salisbury from 1890 to 1982, the political and administrative capital of Zimbabwe (Figure 1). As capital city and major commercial centre, it is Zimbabwe's major focus for formal business tourism with the hosting of business events, trade fairs and use of the city's cluster of business hotels and conference facilities (Makoni & Rogerson, 2023). In addition to being the leading national destination for formal business tourism, Harare is also a key node in the regional networks of cross-border informal trading that stretch across the region of Southern Africa (Rogerson & Rogerson, 2025). As indicated in the literature review, cross-border traders are the international side of the economy of informal business tourism in Harare. Critically, they function to provision the city with a range of commodities that are either unavailable or in short supply in the city's formal retail outlets (Makoni et al., 2023).

As only limited information is available on informal domestic tourism, exploratory studies are appropriate in moving the research frontier forward on this topic. This exploratory study was designed to understand the characteristics and organisation of the businesses in the domestic side of Harare's economy of informal business tourism. The research used a semi-structured survey to gather both quantitative and qualitative information between December 2021–November 2022 from a total of 400 informal business tourists in Harare. A multiple sampling technique was applied for the survey population. First, a convenience sampling technique was used for the known, identified, targeted population. Since these individuals travel to Harare from other areas in Zimbabwe for the purpose of engaging in the activities of informal sector business tourism, the population was selected in terms of the convenience of being in the research area during the study period. Second, as it is difficult to draw any representative survey population of informal traders and their businesses in the city, a snowball sampling technique was further employed. The identified traders were requested to recommend others known to be visiting Harare for the same purposes. The researcher subsequently approached these

recommended traders. Mbare bus terminal, the arrival and departure point in Harare for large numbers of domestic informal traders, was an important site for the study (Figure 2).

Figure 2. Harare's Mbare bus terminal



Source: Photo credit Logistic Makoni

For inclusion in the study, it was a requirement that the domestic informal business tourists should not be residents of Harare city but instead travelling from any location in the ten provinces of Zimbabwe or even from the peri-urban areas of Harare. Only participants visiting Harare for more than 24 hours (and thus staying at least one night) were selected to participate. The age requirement for the study sample was 18 years, with the participants' main purpose of traveling into Harare either to buy or sell goods or services. In all the research interviews the collection of extensive personal narratives of the mobilities and daily experiences of traders was undertaken to shed additional insight into the lived experiences of domestic informal business tourists in an African city. When giving voice to respondents, information is provided of their place of origin/residence in Zimbabwe, age, and occupation. Full details concerning the methodology, ethics, instrument design procedures, and field research process are provided in Makoni (2024).

4. Findings

The core results are distilled from the 400 interviews. These are presented concerning three dimensions of the operations of informal businesses by these domestic tourists visiting Harare: 1) questions around the start-up, establishment, and everyday mode of operation of these businesses; 2) examination of the reasons for the growth of informal business tourism entrepreneurship; 3) the nature and organisation of their business activities in the city, including supply networks, markets and connections back to home areas which are mainly small towns and rural areas spread across the entire country.

4.1 Start-up, establishment, and operational mode of businesses

Table 1. Profile of informal domestic tourism businesses in Harare (n=400)

Source of capital for business start-up*	90% loans from friend/family, 80% support from diaspora member, 80% other business activities, 72% part-time jobs
Number of years in business	< 1 year 4%, 1-3 years 20%, 4-6 years 33%, 7-10 years 28%, >10 years 15%
Occupation	63% shopper/traders, 12% farmers, 5% crafters, 4% fisherfolk, 4% hunters, 4% traditional herbalists, 8% others
Business status	85% self-employed (full-time business), 9% self-employed part-time business; 6% employees/working with friends

Methods of payment* 95% cash; 43% electronic funds; 21% cards

Source: Author survey. Note: The annotation denotes multiple responses on this issue

Table 1 provides a profile of the characteristics of entrepreneurs and operating enterprises in the informal business tourism economy of Harare. A wide range of sources are tapped for financing of business start-up operations. In many cases, funds were combined from more than one source to provide the essential capital required. As is typical for most small business establishments in the resource-scarce environment of sub-Saharan Africa, Table 1 shows that only a tiny share of these micro-enterprises are funded with loans from the formal banking system (cf., Mago & Modiba, 2022; Turkson et al., 2022). Because of the reluctance of banks and other formal finance institutions to lend to such enterprises, the majority of businesses are launched with loans from family members, friends, and through remittances from the Zimbabwean diaspora resident outside the country.

The qualitative interviews disclosed funding sources from a remarkable range of activities which extended even to illicit sources such as artisanal gold and diamond mining, begging, and prostitution. Among responses were: “I spend weeks underground in gold mines. When I clean my gold I go and trade it with gold buyers and get money. So from that money I use to buy clothes and shoes in Harare and go to sell them back home” [Translated from Shona Language] (Male vendor [Kwekwe] 32yrs) and “My first source of income in this business was through prostitution. A friend introduced me to clubs in the Avenues [a suburb in Harare] where prostitution is common there. I made a lot of money just in two weeks through prostitution, then I used that money to start my business of buying and selling. So even now when I am down on cash and I need money to purchase products, I go back to Avenues just for a week or so” [Translated from Shona language] (Female sex worker/vendor [Gweru] 26yrs).

The survey responses evidence that informal business tourism is not a new phenomenon in Harare. In total, 15% of respondents engaged in this activity for more than a decade, 33% for at least 7 years and 66% for at least four years with a continuing stream of new entrants to this economy (Table 1). Most participants (85%) were self-employed on a full-time basis and the owners of businesses; the vast majority were single person enterprises as few businesses had employees (Table 1). This result signals that the domestic informal tourism business economy is a full-time occupation given the current realities of the Zimbabwean economy. These findings were reinforced by the responses of business

owners: *“This business is a hand-to-mouth business. It is difficult to just maintain myself in this business, let alone employ someone”* (Male farmer [Ruwa] 40yrs) and *“It is very difficult to be working under someone in this kind of business, the income is not guaranteed so it will be difficult to afford salaries on a monthly basis”* (Female vendor [Gweru] 31yrs). The group of participants (9%) who indicated they were self-employed on a part-time basis were individuals with formal sector employment and only engage in informal activities as a supplementary income source during their off periods or leave days. For example, a professional teacher involved in vending in this regard highlighted as follows: *“I travel to Harare to buy and sell when schools are closed during the holiday”* (Female teacher/vendor [Gweru] 37yrs). Likewise, a university student stated: *“I study in South Africa. When I come back for holidays, I use my savings to do this business just to support my family”* (Female university student/trader [Bindura] 26yrs).

Table 1 shows that the core group of informal business tourists in Harare comprises full-time shoppers and traders, individuals whose livelihood depends on purchase of goods for sale in Harare or for retail in the home area. With nearly two-thirds (63%) of the participants indicating that they are such vendors, it is apparent that domestic informal business tourism in Zimbabwe is a major source of entrepreneurship. Trading has become one of the most attractive livelihood activities in Harare. It is an income-earning opportunity that can be accessed by both men and women to cope with lack of employment opportunities and situations of poverty. The second most represented occupation in the domestic informal business tourism economy is farming. Farmers constituted 12% of the sample, with many indicating that they are vendors in Harare flea markets where they trade fresh produce. When asked where and how they sell their products one farmer indicated: *“I get a stand at Mbare Musika [flea market] and I display my vegetables and crops for my customers to come and buy”* (Male farmer [Ruwa] 40yrs). Fisherfolk also are a notable component in the food segment of the informal business economy. One angler from Kariba in the north of Zimbabwe stated: *“I sell my matemba and all types of fish from my car boot. I drive around Harare to find my customers”* (Male fisherman [Kariba] 34yrs). Other individuals travelling from outside the city to trade their wares in Harare markets were producers of craft goods, hunters supplying game meat, and the collectors of traditional herbs used in traditional African medicine. Overall, the findings highlight that the informal business tourism economy in Harare involves people from a wide range of different occupations to trade in the city’s informal markets.

Although the business of trading is predominantly a cash-based economy for most participants, Table 1 discloses that use is made also of both local electronic payment systems and money cards. Such payment methods are distinctive in Zimbabwe because of the lack of currency in the country. One female vendor elaborated upon the challenges facing traders on an everyday basis in making and receiving payments: *“Yes, cash is still a way of transaction here, but there are other simple and safe methods. We use Mukuru cards or Eco cash. You can choose to collect your money or you can transfer that money to someone else as long as they have a Zimbabwean cell number and ID. Eco cash I think is good because*

of shortage of money in our country we cannot have cash every time, but your cell number can have money sent to it and you can buy anything by transferring that money to another person like you are transferring airtime or data bundles. So now I might be having 100 dollars in my Eco cash account and I can transfer 10 dollars to your cell phone number, you can transfer a dollar to another person and you can even go to big supermarkets to buy groceries and use your Eco cash to buy. It's that simple. The problem is only when you really need cash and there is no-one to help you because everyone will be saying sorry I have Eco cash. Things like transport you cannot pay with ecocash, it has to be cash. With cash when you sell something you must know the exchange rate since we use many currencies in Zimbabwe, and you don't know the currency a buyer is carrying, so you must have three prices for one pair of shoe like \$4 or 60 Rands or 500 bonds" (Female vendor [Mutare] 38yrs).

Arguably, because Zimbabwe makes use of multiple currencies, financial transaction issues are somewhat distinctive in sub-Saharan Africa and makes the informal business of trading challenging because of inconsistencies surrounding exchange rates.

4.2 Reasons for becoming an informal tourism entrepreneur

The survey interviews revealed the essential reasons for individuals to enter the economy of informal business tourism in Zimbabwe. Two broad sets of reasons emerged: a set of 'push' factors emanating from the structural environment and a set of 'pull' factors linked to potential opportunities and benefits from start-up in the informal economy. *Table 2* captures the summary responses of the 400 interviews concerning these drivers for participation in the economy of informal business tourism. Most business entrepreneurs provided multiple reasons for their involvement in the informal economy and often the stated motivations combine both push and pull considerations

Table 2. Informal domestic business tourists in Harare: Reasons for business start-up and operations

Push factors	%	Pull factors	%
Poverty	88	Demand for domestic products	79
Unemployment	80	Income opportunities	72
Household support	62	Entrepreneurial opportunities	68
Supplementing household income	60	Employment opportunities	65
Loss of job (retrenchment)	60	Flexibility	63

Source: Author survey. Note: Interviewees provided multiple responses

Table 2 discloses a picture of the leading reasons. These relate clearly to those surrounding the growth of the informal economy in Zimbabwe as a whole. Chronic situations of poverty and the imperative to provide household support, the lack of formal employment opportunities, and the urgency for supplementing household incomes and especially in circumstances of retrenchment emerge as core push factors behind the start-up of business operations. These findings mirror the downward spiral of the national economy

and particularly of the march of deindustrialisation (Magidi, 2019). Economic meltdown underpins the post-2000 expansion of informalisation and the burgeoning of a range of informal economic activities spearheaded by street and market trading (Magidi, 2022; Makoni et al., 2024; Bandaiko 2025a, 2025b). On the other hand, the start-up of businesses was also encouraged by a set of pull factors, most significantly of the market demand in Harare for products and services in short supply at formal retail outlets, the opportunities for entrepreneurship and income-earning opportunities and, for many individuals, the flexibility afforded by the nature of informal work.

The personal narratives provided by interviewees revealed evidence of strong connections between rural and urban areas concerning the provision of goods and services needed by residents of these areas. One typical response was provided by a farmer travelling to sell his crops in Harare: *“I don’t just go to Harare because I want only money, I am a big supplier of food to people in towns because food shortage is an issue there especially mealie meal our staple food, and the town is a big supplier of energy sources because there is no electricity in the villages. Since shortage of things in Zimbabwe started around the year 2000, this business became a systematic process of demand and supply between the rural areas and urban areas. I even left my teaching job, so I got involved in this process”* (Male farmer/school teacher [Murewa] 48yrs). Overall, as the national capital and primary city of Zimbabwe, Harare represents the most attractive destination for informal domestic business tourists who travel to the city from all parts of the country (Makoni & Rogerson, 2026).

4.3 Organisation, circulation and supply chains

A critical issue of business operations relates to the organisation of the domestic informal businesses whilst in Harare. Table 3 captures the responses of the 400 surveyed informal business tourists, concerning the purpose of mobilities, the target markets for selling goods, location of business operations, and key supply chain sources.

Table 3. Organising mobilities and business activities (n=400)

Purpose of mobilities*	80% to sell or trade goods from other parts of Zimbabwe; 74% to purchase goods in Harare for resale in home area
Markets for goods brought into Harare *	Over 70% for Harare residents, individuals purchasing at flea markets, sales on street pavements, cross-border traders, and hawkers
Location of business operations occupation*	Between 60-70% for locations at Harare CBD, flea markets, open spaces, high-density suburbs (Mbare) and domestic bus terminals
Primary supply sources for goods in Harare	China Malls and Chinese-owned shops; cross-border traders, local wholesalers, other informal business tourists, rural producers

Secondary supply sources Harare retail shops; Informal vendors; ‘town criers’

Source: Author survey. Note: The annotation denotes multiple responses on this issue

Table 3 indicates that most informal business tourists are visiting Harare for dual purposes of selling goods brought into the city and of purchasing other goods for sale elsewhere,

normally the origin area of the informal business traveller. In total, 80% of respondents were in Harare to sell or trade goods from other parts of Zimbabwe and 74% to buy goods in Harare for sale in other settlements in the country. These findings indicate that the businesses conducted by informal domestic travellers assume a crucial role in the supply and distribution of products for the economy of both Harare and other areas of Zimbabwe. Indeed, this shows a pattern in which the traders are bringing goods that are scarce in Harare into the city's informal markets, while they purchase goods needed in their place of origin. Some traders travel to the city to connect with other traders from elsewhere who are bringing into the city the types of goods that are needed in small towns, villages and rural areas. This evidences that Harare is the central place for the supply and distribution of goods bought and sold within the informal economy of Zimbabwe.

The residents of the city constitute the major logical customer market for the goods provided by informal business tourists. Selling of goods takes place at a variety of spaces throughout the city. The largest business concentrations occur in and around the surrounds of the Harare Central Business District (CBD), at the city's network of flea markets, in open spaces, and on street pavements (*Table 3*). The importance of linkages was also observed between the domestic informal business tourists and the networks of cross-border international traders. Although the spaces of Harare impacted by domestic informal business tourists are widespread, the contestation of space is greatest in the CBD. As stressed by Bandaiko (2025a) the CBD is the epicentre of economic activity and attracts many traders because of the high customer base. Critically, the CBD is the focal point for municipal surveillance and control as it symbolises the projected modern image of Harare and the nation at large. It is evident that around the CBD “frictional encounters occur between street traders and urban authorities who are preoccupied with promoting their vision of a ‘modern’ city” (Bandaiko & Arku, 2025b: 921). Bandaiko (2025b: 4) points out that for ‘modernist planners’ the activities of informal street traders have “always been discursively constructed as a spatial nuisance, an anomaly and a pathological practice that should be ‘normalized’ through disciplinary spatial control”, which usually involves actions involving clearance of traders from the streets.

Beyond the importance of the Harare CBD, the area of Mbare, a high-density suburb in the southern part of the city, was disclosed as a prominent location for the operations of domestic informal business tourists. Its importance can be attributed to it being the domestic bus terminal gateway into Harare, where a majority of the domestic informal business tourists arrive and depart. In addition, Mbare is the location for three major informal markets: Mbare Musika, Mbare Magaba, and Mupedzanhamo flea market. Mbare Musika is well-known for the trading of agricultural products and popular among farmers and fishermen coming into Harare. Mbare Magaba is an informal market for all types of tools used for gardening, farming, fishing and building material. Lastly, Mupedzanhamo is a market mainly for clothing, shoes, jewellery, electronics, and other goods, much of which is brought into Harare by cross-border traders. The three flea markets underscore the importance of Mbare in the geographical organisation of flows of informal business

visitors. The responses of participants are insightful: *“I sell my crops and fruits at Mbare Musika. For me this is the best place because that is where many people looking for food items come to. Like maize, vegetables and fruits and all the plants you find them here (Female farmer) [Murewa] 34yrs). “I am always a Mupedzanhamo. This place is best because it is a flea market supported by the government and managed by the municipality so it’s safe. Here we sell clothes and shoes and all these electronic things. This place used to be very big when it opened, Mupedzanhamo means ‘end poverty’ I think it was opened for us to have a business and get to fight our poor situations and we are doing just that every day” (Male vendor [Ruwa] 41yrs). “The best place for me is Mbare Magaba. I come to sell timber there to the carpenters. Sometimes I even make contact with my friends coming from South Africa to bring me all kind of hardware tools that I will buy and go to sell at people who work at Magaba. All the furniture and tools are made there and many people especially from the villages come there to buy tools and furniture” (Male carpenter [Plumtree] 37yrs).*

Overall, these findings regarding the spatial organisation of trade reveal a structuring of business operations in which different traders position themselves at relevant trade spaces that are aligned to what they are selling, or why they are travelling to Harare with regards to purchase of particular goods.

The different supplier sources and networks tapped by the cohort of informal domestic business operators align with the varying purchases of commodities sought in Harare. The most significant supply outlets relate to shops in the China Mall and from small Chinese-owned retail outlets in the city. Like many other African cities, Harare’s retail landscape has been reshaped by the appearance of Chinese-owned retail outlets (Carmody et al., 2024). These are primary suppliers and responsible for bringing goods into Harare. Given the scarcity of basic commodities across Zimbabwe, most products in demand are not originally from the city. Harare functions therefore as a centre of the transactions of goods brought in by the primary suppliers. The Chinese (as well as, some Indian and Pakistani traders) in Harare bring in household commodities, clothing, and other mainly electronic goods that are scarce across Zimbabwe. An important supply role is assumed by the cross-border international traders who transport goods from South Africa and other surrounding countries. Domestically, a vital role is played by rural producers, most especially farmers, fisherfolk as well as suppliers of traditional medicinal herbs. Since 2000 with the collapse of much of the agricultural sector in Zimbabwe, the role of small-scale producers has become critical for addressing food security issues in Harare.

Further details on these supply issues were raised in the interviews. A female shopper highlighted the important role played by China Malls as suppliers of goods that are channelled into the network of purchasing and sales of domestic informal businesses: *“I buy plastic ware from the Chinese shops or Indian shops. These guys have all sorts of cheap stuff they sell. Things like Tupperware, containers and buckets are very good for storage in the villages. If I take them back home they do not take time to finish sales. I also get washing line ropes, pegs and other smaller items that they sell in their shops” (Female shopper [Beatrice] 31yrs).* Chinese-owned establishments are critical in the supply chain of basic

commodities at affordable prices for the poor. The activities of cross-border traders were also recognised in terms of vital suppliers of goods: *“Once in a while I cross the border to buy things from South Africa and Botswana. But because I have a family here, I end up just coming to Harare to buy the stuff coming from Johannesburg and other places outside Zimbabwe. Cross-borders are very important in our business because if they are not there we don’t get the orders our customers want when we come to buy in Harare”* (Female shopper [Kariba] 27yrs). Other respondents disclosed the exchange of products occurring between traders coming from different locations: *“As a farmer I normally come to buy farming tools like hoes, picks and sickles from woodworkers and metal workers who are coming here to sell those things”* (Male farmer [Honde Valley] 32yrs). Another farmer pointed to issues of food security: *“Since the grain marketing board closed in Harare, there are few agricultural products coming in the city through formal channels. We bring many crops here and many people come to buy our maize, peanuts and sweet potatoes in bulk. I think they also want to sell them somewhere with a mark-up of prices”* (Male farmer [Murewa] 38yrs).

Finally, in terms of the dense supply networks navigated by the informal domestic traders, the role of street hawkers or pavement vendors was widely acknowledged. Most of these are itinerant and use pushcarts or bicycle carts to carry around the goods they sell. Some hawkers carry goods from the bus terminals to flea markets. Figure 3 shows aspects of such activities in Harare.

Figure 3. Typical informal trading operations in Harare



A. Hawker in Harare selling ice-cream from Alpha Omega Dairy Farm, Mazowe Zimbabwe



B. Traders close to Mbare bus terminus waiting for domestic informal business tourists arriving in Harare

Source: Photo credit Logistic Makoni

The vendors normally buy from traders who go around the city centre selling their products. They play a crucial role in the supply of goods and products mainly because they

are readily accessible to domestic informal business tourists across different areas since they are not stationed at one place. As one informal business tourism entrepreneur indicated: *“Sometimes I get the stuff I want just at the bus rank. The Harare boys come with carts full of stuff just outside the rank. I can just go to them and do business. It’s a better way of doing business because I don’t have to go around the whole of Harare looking for products. It helps me also because I don’t know Harare very well”* (Female vendor [Chinhoyi] 35yrs). Itinerant vendors are valued in supply chains as they help the visiting traders save travel and other costs associated with undertaking their business activities in Harare.

A distinctive sub-group of itinerant vendors are ‘town criers’, traders who sell on the city pavements and advertise their goods to passers-by through shouting out details of the goods they are selling and the prices. They also undertake door-to-door sales in residential areas where again they operate by shouting loudly the products they sell along the residential area pavements. Specifically, one participant highlighted their value: *“I buy most of my goods from these guys shouting in the streets. Like you hear someone say bhutsu 5 dhoras ma peya! bhutsu 5 dhoras ma peya! [Shoes here for sale, 5 dollars a pair] or ma banana enyu aripo ayo dhora rako chete for hobho! [Here are your bananas, buy many for just a dollar]. It makes our [shoppers] lives easier because Harare is full of people doing this business, so when they shout around what they sell it makes it easier for us to identify them and their prices for the things they are selling”* (Male shopper [Marondera] 39yrs).

5. Conclusion

In recent works, Timothy and colleagues assert that tourism scholars should expand their traditional horizons to incorporate broader issues than the organisation and dynamics of only the activities and business of leisure tourism (Timothy et al. 2023; Timothy, 2025). Specifically, it is flagged that there are many important non-traditional forms of tourism which may be antithetical to leisure such as those which are undertaken by informal business travellers (Timothy & Teye, 2005). Further, it is contended that whilst ‘petty trade’ is not seen as tourism in a traditional sense that these individuals are effectively part of the tourism system and most certainly in the resource-constrained economic environments of the Global South (Makoni & Mearns, 2025; Timothy, 2025). The need exists for broadening theoretical frameworks concerning business tourism to incorporate more fully the distinctive character of these informal business tourism entrepreneurs.

This paper responds to the prominent knowledge gap concerning the characteristics and organisation of businesses run by informal business tourists, who constitute the neglected ‘other side’ of business tourism scholarship dominated by research around ‘Northern’ business tourism. The experiences were distilled from 400 interviews conducted with domestic informal business tourists operating in Zimbabwe’s capital. Harare was demonstrated as the pivot for the vital supply and distribution of goods bought and sold within the informal economy of Zimbabwe through the channels and networks of these businesses. The findings contribute new understanding of the experiences and everyday world of these informal traders and their significance in the supply and

distribution of goods within the country. It is evident that informal business tourism is distinctive for its pro-poor impacts both for its participants and for making available goods that otherwise could not be accessed by households.

In deepening our understanding of the workings of informal business tourism, a valuable contribution is made through exploring the personal narratives of the traders. Future work can build upon this study by examining the workings of informal business tourism outside of the national capital context and instead potentially to look at the situation in secondary urban centres. In addition, as this research highlights that the phenomenon of informal business tourism is not of recent origin the collection of oral histories and the pursuit of longitudinal studies are recommendations for moving forward the frontiers of scholarship on informal business tourism in the Global South.

Acknowledgements

Arno Booyzen produced the map. For valued inputs to the paper thanks are due to L. Gladys Champagne, Robbie Norfolk, and Betty White. Thanks also for useful comments received from two journal reviewers.

References

- Amuda, M. O. H. (2024). Informality in Africa in relation to Sustainable Development Goals 8 and 9: Framework for innovation and sustainable industrialization. In: A. S. Ibidunni, O. M. Ogundana, & M. A. Olokundun (Eds.), *Innovation, entrepreneurship and the informal economy in Sub-Saharan Africa: A sustainable development agenda*. Cham: Palgrave Macmillan, pp. 121–139.
- Azunre, G. A. & Cobbinah, P. B. (2026). Informality in globalizing African cities: Hybridity towards Southern decoloniality. *Journal of Planning Literature*, 41 (1): 68–73. DOI: 10.1177/08854122251360796
- Bandauko, E. (2025a). “This space is ours”: Street trading and contestation over the rights to the city in Harare’s Central Business District. *Annals of the Association of American Geographers*. DOI: 10.1080/24694452.2025.2592752
- Bandauko, E. (2025b). ‘Shadowing the state’: Subaltern surveillance and the rhythms of everyday resistance. *Dialogues in Human Geography*. DOI: 10.1177/20438206251398537
- Bandauko, E. & Arku, G. (2024). “It is no longer the sunshine city, it is now a dump city”: Discursive construction of urban space and street trading in Harare, Zimbabwe. *Cities*, 155: 105488. DOI: 10.1016/j.cities.2024.105488
- Bandauko, E. & Arku, G. (2025a). A tale of two Harare(s): Contested narratives of world class city ideals and everyday urbanism in an informalizing city. *Cities*, 167: 106328. DOI: 10.1016/j.cities.2025.106328

- Bandauko, E. & Arku, G. (2025b). “They want to get rid of us all by all means”: A critical analysis of policy and governance responses and their implications for street traders’ access to urban space in Harare, Zimbabwe. *Environment and Planning C: Politics and Space*, 43 (5): 917–936.
<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/23996544241298414/>
- Bandauko, E. & Finn, B. M. (2026). Informal infrastructuring: The defining feature of the 21st century. *Progress in Human Geography*. DOI: 10.1177/03091325261438966
- Çakmak, E. (2020). *The practice of informal tourism entrepreneurs: A Bourdieusian perspective*. PhD thesis, Wageningen University, Wageningen, The Netherlands.
- Çakmak, E., Lie, R., & McCabe, S. (2018). Reframing informal tourism entrepreneurial practices: Capital and field relations structuring the informal economy of Chiang Mai. *Annals of Tourism Research*, 72: 37–47. DOI: 10.1016/j.annals.2018.06.003
- Çakmak, E., Lie, R., & Selwyn, T. (2019). Informal tourism entrepreneurs’ capital usage and conversion. *Current Issues in Tourism*, 22 (18): 2250–2265.
DOI: 10.1080/13683500.2018.1448763
- Çakmak, E. & Çenesiz, M. A. (2020). Measuring the size of the informal tourism economy in Thailand. *International Journal of Tourism Research*, 22 (5): 637–652.
DOI: 10.1002/jtr.2362
- Carmody, P. R., Murphy, J. T., Grant, R., & Owusu, F. Y. (2024). *The urban question in Africa: Uneven geographies of transition*. London: John Wiley and The Royal Geographical Society.
- Chau, P. U. (2025). Rethinking informal tourism: Sustainable transitions under climate change in the Mekong delta. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*.
DOI: 10.1080/10941665.2025.2567282
- Chen, M. A. (2023). The informal economy in comparative perspective: Theory, policy and reality. *Indian Journal of Labour Economics*, 66: 395–420.
DOI: 10.1007/s41027-023-00444-7
- Chirisa, I., Gumbo, T., Mazongonda, S. S., & Marewo, M. (2021). Deviation, transgression or digression? The informal city as the dominant phenomenon in the Zimbabwean urban economy. In: A. R. Matamanda, V. Nel, & I. Chirisa (Eds.), *Urban geography in postcolonial Zimbabwe*. Cham: Springer, pp. 119–140.
- Chitaukire, R. H. (2026). *Enduring intersectional precarity: A history of resistance by women informal traders in Harare (Zimbabwe), c. 1965 to 2022*. PhD Dissertation, Stellenbosch University, Stellenbosch, South Africa.
- Chiukura, L. (2022). COVID-19 impact on women in informal cross-border trade in Zimbabwe. *Journal of Advanced Research and Multidisciplinary Studies*, 2 (1): 58–69.
DOI: 10.52589/JARMS-KPAOP2BD
- Crick, M. (1992). Life in the informal sector: Street guides in Kandy, Sri Lanka. In: D. Harrison (Ed.), *Tourism and the less developed countries*. London: Belhaven, pp. 135–147.

- Dahles, H. & Bras, K. (Eds.) (1999a). *Tourism and small entrepreneurs: Development, national policy and entrepreneurial culture – Indonesian cases*. New York: Cognizant Communication.
- Dahles, H. & Bras, K. (1999b). Entrepreneurs in romance: Tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 26: 267–293. DOI: 10.1016/S0160-7383(98)00098-X
- Dahles, H. & Keune, L. (Eds.) (2002). *Tourism development and local participation in Latin America*. New York: Cognizant Communication.
- Damayanti, M., Scott, N., & Ruhanen, L. (2018). Space for the informal tourism economy. *The Service Industries Journal*, 38 (11–12): 772–788.
DOI: 10.1080/02642069.2018.1480014
- Dovey, K. & Recio, R. B. (2024). *The spatial logic of informal urbanism: Inventraset Assemblages*. Singapore: Springer Nature.
- Dube, E. E. (2026). Informal economy. In: B. Warf (Ed.), *The encyclopedia of human geography*. Cham: Springer, pp. 707–712.
- Dube, E. E. & Brown, A. (2025). ‘Normalizing informality’ in local-transnational spaces: Contraband, conflict and street trade in eastern Ethiopia. *Journal of Asian and African Studies*, 60 (5): 3319–3334. DOI: 10.1177/00219096241230495
- Dzawanda, B. & Matsa, M. M. (2023). Strategies for survival in an informal economy: Illegalities of Zimbabwean informal cross border traders at ports of entries in Southern Africa. *International Journal of Community Well-Being*, 6: 203–221.
DOI: 10.1007/s42413-023-00191-z
- Finn, B. M. (2025). Informality at the heart of sustainable development. *Dialogues in Human Geography*, 15 (1): 91–95. DOI: 10.1177/20438206241240216
- Finn, B. M. & Cobbinah, P. B. (2023). African urbanisation at the confluence of informality and climate change. *Urban Studies*, 60 (3): 405–424. DOI: 10.1177/00420980221098946
- Fourie, A., Blaauw, D., & de Villiers, V. (2024). Tourism, COVID-19 and South Africa’s informal sector: Commentary through the lens of street traders in the CBD of Cape Town. In: F. Kock, A. Lindgren, & S. Markovic (Eds.), *Research handbook on tourism, complexity and uncertainty*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 69–80.
- Fourie, A., Saayman, A., & Blaauw, D. (2026). Investigating the resilience and challenges of informal street traders in South Africa’s tourism sector: A focus on migrant entrepreneurship. *Current Issues in Tourism*, 29 (3): 562–577.
DOI: 10.1080/13683500.2024.2428766
- Grant, R. (2024). Informality. In: P. Carmody & J. T. Murphy (Eds.), *Handbook of African economic development*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 435–447.
- Hart, K. (1973). Informal income opportunities and urban employment in Ghana. *Journal of Modern African Studies*, 11: 61–89. DOI: 10.1017/S0022278X00008089
- ILO (1972). *Employment, incomes and equality: A strategy for increasing productive employment in Kenya*. Geneva: International Labour Office.

- Kifworo, C. & Dube, K. (2023). A review of domestic tourism resilience research agenda in Africa post-COVID-19. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 51 (4): 1749–1756. DOI: 10.30892/gtg.514spl15-1170
- Little, P. D. (2026). Informal cross-border trade in Africa. In: O. J. Walther, W. Eselebor, I. Moyo, & I. Soi (Eds.), *The Routledge handbook of African borderlands*. Abingdon: Routledge.
- Liu, J., Mai, H., Zhao, X., & Zhou, Z. (2025). Business tourism: A bibliometric visualization review (1994-2023). *Tourism Review*, 80 (5): 989–1016. DOI: 10.1108/TR-11-2023-0813
- Magidi, M. (2019). *Sustaining livelihoods in Norton town after deindustrialization in Zimbabwe*. PhD dissertation (Development Studies), University of KwaZulu-Natal, Durban, South Africa.
- Magidi, M. (2022). The role of the informal economy in promoting urban sustainability: Evidence from a small Zimbabwean town. *Development Southern Africa*, 39 (2): 209–223. DOI: 10.1080/0376835X.2021.1925088
- Mago, S. & Modiba, F. S. (2022). Does informal finance matter for micro and small businesses in Africa? *Small Business International Review*, 6 (1): e415. DOI: 10.26784/sbir.v6i1.415
- Makoni, L. (2024). *The nature of business tourism economy in Harare, Zimbabwe*. PhD dissertation (Tourism and Hospitality Management), University of Johannesburg, South Africa.
- Makoni, L. & Mearns, K. (2025). Informal tourism and sustainable development in Africa: Insights from a systematic literature review and content analysis. *Revista Română de Geografie Politică*, 27 (1): 66–83. DOI: 10.30892/rrgp.272101-390
- Makoni, L. & Rogerson, C. M. (2023). Business tourism in an African city: Evidence from Harare, Zimbabwe. *Studia Periegetica*, 43 (3): 25–48. DOI: 10.58683/sp.596
- Makoni, L. & Rogerson, C. M. (2024). Bleisure and informal business tourism in Harare, Zimbabwe. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 56 (4): 1484–1492. DOI: 10.30892/gtg.56405-1319
- Makoni, L. & Rogerson, C. M. (2026). Unconventional tourism mobilities: Insights from an African business city. *Bulletin of Geography: Socio-Economic Series*, 72: 157–172. DOI: 10.12775/bgss-2026-0021
- Makoni, L., Rogerson, C. M., & Tichaawa, T. (2023). Harare as a destination for informal business tourism: Perspectives of the cross-border traders. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 50 (4): 1555–1562. DOI: 10.30892/gtg.50434-1152
- Makoni, L., Shereni, N. C., & Mearns, K. (2024). Mugabe’s policy legacies on urban poverty and informality in Harare, Zimbabwe. *Revista Română de Geografie Politică*, 26: 108–123. DOI: 10.30892/rrgp.262105-381
- Monterrubio, C. (2021). The informal tourism economy, COVID-19 and socioeconomic vulnerability in Mexico. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 14 (10): 20–34. DOI: 10.1080/19407963.2021.2017726

- Parnell, S. & Oldfield, S. (Eds.) (2014). *The Routledge handbook on cities of the Global South*. Abingdon: Routledge.
- Peberdy, S., Crush, J., Tevera, D., Campbell, E., Raimundo, I., Tsoka, M., Zindela, N., Tawodzera, G., Nickanaor, N., Mulenga, C., Green, T., & Msibi, N. (2015). *Calibrating informal cross-border trade in Southern Africa*. Kingston, Ontario, Canada: Southern African Migration Programme Migration Policy Series No. 69.
- Rogerson, C. M. (2015). Unpacking business tourism mobilities in sub-Saharan Africa. *Current Issues in Tourism*, 18 (1): 44–56. DOI: 10.1080/13683500.2014.898619
- Rogerson, C. M. (2018). Informal sector city tourism: Cross border shoppers in Johannesburg. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 22 (2): 372–387. DOI: 10.30892/gtg.22209-296
- Rogerson, C. M. & Letsie, T. (2013). Informal sector business tourism in the global South: Evidence from Maseru, Lesotho. *Urban Forum*, 24: 485–502. DOI: 10.1007/s12132-013-9196-y
- Rogerson, C. M. & Rogerson, J. M. (2021a). The other half of urban tourism: Research directions in the Global South. In: C. M. Rogerson & J. M. Rogerson (Eds.), *Urban tourism in the Global South: South African perspectives*. Cham: Springer, pp. 1–37.
- Rogerson, C. M. & Rogerson, J. M. (2021b). City tourism in Southern Africa: Progress and issues. In: M. Novelli, E. A. Adu-Ampong, & M. A. Ribeiro (Eds.), *Routledge handbook of tourism in Africa*. Abingdon: Routledge, pp. 447–458.
- Rogerson, C. M. & Rogerson, J. M. (2025). Women informal business tourists in urban Southern Africa: Circuits, drivers and challenges. *Tourism – An International Interdisciplinary Journal*, 73 (1): 113–125. DOI: 10.37741/t.73.1.8
- Saxena, G. & Yi, S. (2026). A visual autoethnographic study on gendered livelihoods in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 34 (6): 1609–1640. DOI: 10.1080/09669582.2025.2568924
- Slocum, S. L., Backman, K. F., & Robinson, K. L. (2011). Tourism pathways to prosperity: Perspectives on the informal economy in Tanzania. *Tourism Analysis*, 16: 43–55. DOI: 10.3727/108354211X12988225900045
- Tawodzera, G. & Chikanda, A. (2017). Linking Harare and Johannesburg through informal cross-border entrepreneurship. *African Human Mobility Review*, 3 (2): 910–942. https://sihma.org.za/journals/6_Linking-Harare-and-Johannesburg-through-Informal-Cross-Border-Entrepreneurship-min.pdf/
- Tichaawa, T. (2021). Informal business tourism in Cameroon. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 38 (4): 1289–1298. DOI: 10.30892/gtg.38437-771
- Timothy, D. J. (2025). Shopping tourism and tourist shopping: Looking backward, looking forward. In: D. J. Timothy (Ed.), *Contemporary perspectives on shopping, retail and tourism*, Bristol: Channel View, pp. 1–16.
- Timothy, D. J. & Teye, V. B. (2005). Informal sector business travelers in the developing world: A borderlands perspective. *The Journal of Tourism Studies*, 16: 82–92.
- Timothy, D. J. & Wall, G. (1997). Selling to tourists: Indonesian street vendors. *Annals of Tourism Research*, 24 (2): 322–340. DOI: 10.1016/S0160-7383(97)80004-7

- Timothy, D. J., Michalko, G., & Irimiás, A. (2023). Is unconventional the new normal in tourism? *Sustainability*, 15: 5366. DOI: 10.3390/su15065366
- Torabi, Z-A. (2024). Breaking barriers: How the rural poor engage in tourism activities without external support in selected Iranian villages. *Frontiers in Sustainable Tourism*, 3: 1404013. DOI: 10.3389/frsut.2024.1404013
- Truong, V. D. (2018). Tourism, poverty alleviation, and the informal economy: The street vendors of Hanoi, Vietnam. *Tourism Recreation Research*, 43 (4): 52–67. DOI: 10.1080/02508281.2017.1370568
- Turkson, F. E., Amissah, E., & Gyeke-Dako, A. (2022). The role of formal and informal finance in the informal sector in Ghana. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34 (3): 333–356. DOI: 10.1080/08276331.2020.1724002
- UNCTAD (2019). *Informal cross-border trade for empowerment of women, economic development and regional integration in Eastern and Southern Africa*. United Nations Conference on Trade & Development Geneva, Switzerland.
- Wahnschafft, R. (1982). Formal and informal tourism sectors: A case study in Pattaya, Thailand. *Annals of Tourism Research*, 9: 429–451. DOI: 10.1016/0160-7383(82)90022-6
- Zhanda, K., Garutsa, N., Dzvimbo, M. A., & Mawonde, A. (2022). Women and the informal sector amid COVID-19: Implications for household peace and economic stability in urban Zimbabwe. *Cities & Health*, 6 (1): 37–50. DOI: 10.1080/23748834.2021.2019967



HERITAGE AND TOURISM PLANNING FOR CAPE TOWN'S INNER-CITY BO-KAAP NEIGHBOURHOOD

¹Sirhan Jessa, ²Jayne M. Rogerson✉

¹Researcher, University of Johannesburg, College of Business and Economics, School of Tourism & Hospitality, Bunting Road Campus, Johannesburg, South Africa; jessasirhan@gmail.com, ORCID: 0009-0008-7103-0043

²Visiting Professor, University of Johannesburg, College of Business and Economics, School of Tourism & Hospitality, Bunting Road Campus, Johannesburg, South Africa; jayner@uj.ac.za, ORCID: 000-0003-3394-1311

ABSTRACT

The workings and effects of the urban and tourism regulatory landscape on the residents of the heritage precinct of the Bo-Kaap neighbourhood in Cape Town, South Africa are scrutinised. Bearing historical legacies of successive land dispossession, the Bo-Kaap has become a focal point of urban and tourism development, leading to a profound transformation of the physical and social landscape. Findings are based upon the qualitative research undertaken with various stakeholders and interest groups, including 22 semi-structured interviews, supplemented by analysis of policy documents and participant observation. It is demonstrated that urban and tourism development is not being effectively leveraged for its transformative potential. Despite vehement opposition, seemingly progressive heritage policies, and democratic processes, incongruent development approvals continue. Unfettered, unmanaged tourism growth results in residents experiencing many of the hallmarks of overtourism. Tourism planning efforts have been criticised for being anaemic and divorced from broader community needs.

Keywords: Cape Town inner-city, tangible and intangible heritage, tourism planning, urban planning

Received: 4 July 2026

Accepted: 17 September 2026

Published: 12 October 2026

This open access article may be used under the international license terms of CC BY-NC-ND 4.0.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



FOKVÁROS BELVÁROSA BO-KAAP NEGYEDÉNEK ÖRÖKSÉGVÉDELMI IDEGENFORGALMI TERVEZÉSE

¹Sirhan Jessa, ²Jayne M. Rogerson✉

¹Kutató, Johannesburgi Egyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Turizmus és Vendéglátás Intézet, Bunting Road Campus, Johannesburg, Dél-afrikai Köztársaság; jessasirhan@gmail.com, ORCID: 0009-0008-7103-0043

²Vendégprofesszor, Johannesburgi Egyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Turizmus és Vendéglátás Intézet, Bunting Road Campus, Johannesburg, Dél-afrikai Köztársaság; jayner@uj.ac.za, ORCID: 000-0003-3394-1311

ABSZTRAKT

A tanulmány a városi és idegenforgalmi szabályozási keret működését és hatásait vizsgálja a dél-afrikai Fokváros Bo-Kaap negyedének örökségi területén élő lakosok szempontjából. A sorozatos földelkobzások történelmi örökségét hordozó Bo-Kaap a városi és idegenforgalmi fejlesztések középpontjává vált, ami a fizikai és társadalmi környezet mélyreható átalakulásához vezetett. Az eredmények különböző érdekelt felekkel és érdekcsoportokkal végzett kvalitatív kutatáson alapulnak, amely 22 félig strukturált interjút foglal magában, kiegészítve szakpolitikai dokumentumok elemzésével és résztvevői megfigyeléssel. A tanulmány kimutatja, hogy a városi és idegenforgalmi fejlesztés átalakító potenciálját nem használják ki hatékonyan. A heves ellenállás, a látszólag haladó örökségvédelmi politikák és a demokratikus folyamatok dacára továbbra is jellemzőek az összeegyeztethetetlen fejlesztési engedélyezések. A korlátlan, irányítatlan turisztikai növekedés következtében a lakosok a túlturizmus számos jellegzetes tünetét tapasztalják. A turisztikai tervezési erőfeszítéseket azért érte kritika, mert erőtlének és elszakadnak a tágabb közösségi szükségletektől.

Kulcsszavak: Fokváros belvárosa, tárgyi és szellemi örökség, idegenforgalmi tervezés, várostervezés

Benyújtva: 2026. július 4.

Befogadva: 2026. szeptember 17.

Publikálva: 2026. október 12.

Ez a mű a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 nemzetközi licence-feltételeinek megfelelően használható fel.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



1. Introduction

The Bo-Kaap, a historic inner-city precinct, is Cape Town's foremost cultural asset, celebrated for its aesthetic appeal and vibrant socio-religious culture. It is often thought of as "the heart and soul of Cape Town" (Shem-Tov, 2020: 17). As the cradle of Islam in South Africa, it symbolizes the struggle for religious freedom (Davids, 1980). This oldest neighbourhood in the country consists mainly of small residential units and features the highest concentration of vernacular architecture which blend Cape Dutch and Georgian styles (Todeschini, 2017). The Bo-Kaap's "colourful houses have become well known and are a major tourist attraction in Cape Town" (Salie, 2022: 22). According to Shem-Tov (2020: 17) the picturesque Bo-Kaap with "its narrow cobbled streets, multi-coloured buildings, omnipresent mosque towers and abundant street life, bears impressive material witness to the layers of history and stories that have shaped it as a lively residential neighbourhood, and a community formation with Islamic cultural roots, from its colonial beginnings in the mid-eighteenth century Cape settlement". The area significantly influenced the development of the Afrikaans language as well as Cape Malay culinary and musical traditions, remaining a crucial site for memory recovery (Baderoon, 2014; Jethro & Lehloeny, 2023).

Under apartheid, whilst racial segregation policies forcibly displaced the majority of Black communities, in 1957 the Bo-Kaap was uniquely protected because of its designation as a 'Malay Group Area' or ethnic quarter. Since the democratic (post-1994) transition, the Bo-Kaap community "has been increasingly affected by an intruding Central Business District (CBD) and subject to land-seeking behaviour because of its proximity to the city centre" (Salie, 2022: 3). The march of gentrification in the suburb is part of similar processes of change and restructuring that occurred elsewhere in Cape Town as well as other South African cities (Garside, 1993; Massey, 2020; Salie, 2022; Campbell & Donaldson, 2025; Jessa & Rogerson, 2025a). The 2000s decade was marked by the advance of a range of inner-city development initiatives designed to foster and retain service-oriented transnational capital setting-off processes of socio-spatial restructuring in Cape Town (McDonald, 2012). Aligned to pro-growth policy frameworks, these shifts "resulted in significant urban change" and attracted a new urban middle class (Donaldson et al., 2013: 173). By the early 2010s as property prices escalated Kotze (2013) bemoaned the fate of Bo-Kaap as 'a community in trouble', noting that "the area has seen a large number of housing units renovated and upgraded" (Kotze, 2013: 124). Community leaders and established Muslim residents of Bo-Kaap now engaged "in a constant battle to preserve the neighbourhood's cultural identity" (Kotze, 2013: 124).

Tourism emerged as a major additional threat at this time. Until democratic change in 1994 Cape Town's appeal as a destination for foreign visitors was tempered by sanctions and international boycotts because the racially discriminatory practices of apartheid extended to tourism (Rogerson & Rogerson, 2025). However, following post-apartheid transition in 1994 Cape Town emerged as an iconic international tourism destination for leisure travel (Rogerson & Rogerson, 2021a). This became a further trigger for tourism-

driven processes of transformation, posing a threat to Bo-Kaap (Jessa & Rogerson, 2025b). Increasing flows of mainly international tourists became attracted to the area because of its cobbled streets and multi-coloured houses prompting mounting concerns about ‘overtourism’ (Jessa & Rogerson, 2025c). Gentrification in the Bo-Kaap is, to some degree, tourism-driven (Jessa & Rogerson, 2025b). The accelerating ‘touristification’ of the Bo-Kaap induced impacts on economic growth, social dynamics, and cultural heritage. Indeed, as tourism consolidated as the dominant activity in the area, the Bo-Kaap began to replicate the experience of other historic neighbourhoods in which tourism rapidly becomes dominant, embedded in the urban fabric resulting in the neighbourhood becoming difficult for long-established residents to continue living there (Cocola-Gant, 2018). Bo-Kaap is a predominantly working-class community, occupying an inner-city space that is extremely valuable in real estate terms and subject to processes of rapid urban change (Davids, 1980; Salie, 2022; Jessa, 2025). The combined influence of commercial property developments and gentrification therefore threatens its essential character. Nhlabathi and Maharaj (2021: 301) posit that residents “have not necessarily viewed gentrification as the rejuvenation, revitalization or renewal of deteriorated urban neighbourhoods”; instead “they have viewed it as leading to the loss of generational heritage, community-family ties, and as spatial violence”.

It is against this backdrop that the aim in this paper is to interrogate the workings and effects of the urban and tourism regulatory landscape on the residents of the heritage precinct of the Bo-Kaap neighbourhood in Cape Town. The research location is part of what Rogerson and Rogerson (2021b) style as ‘the other half of urban tourism’ as regards international tourism scholarship. The paper is therefore a novel contribution to an expanding literature and debates around heritage and urban tourism in South Africa (Marschall, 2005; van der Merwe, 2013; Rogerson & van der Merwe, 2016; van der Merwe & Rogerson, 2018; Drummond et al., 2021; Donaldson, 2024; Drummond, 2024; Rogerson, 2024). Three sections of material are presented below. The literature review situates the South African research within the context of international debates around tangible and intangible heritage as well as giving an overview of the local context of heritage protection measures initially applied in the Bo-Kaap. Following a brief description of research methodology, attention turns to the results of the research. The conflict around the declaration and enactment of a heritage protection zone for the Bo-Kaap provides the basis for investigating stakeholder perspectives concerning both heritage and tourism planning for the Bo-Kaap.

2. Literature review and context

The literature review frames this investigation of heritage and tourism planning for the Bo-Kaap neighbourhood in Cape Town. Cultural heritage comprises both tangible components such as monuments, sites, and artifacts and intangible cultural heritage, which includes oral traditions, rituals, performing arts, and traditional knowledge (Liu et al., 2021). The International Charter for the Conservation and Restoration of Monuments and Sites,

commonly known as the Venice Charter of 1964, was the initial international reference point for heritage conservation with the main goal of protecting cultural property, including historical monuments and buildings (Ahmad, 2006). Since the 1964 Charter “the scope of heritage has broadened from a concern with physical heritage to “non-physical heritage including environments, social factors and, lately, intangible values” (Ahmad, 2006: 293–294). By the close of the 20th century, the scope of heritage was agreed internationally to encompass both tangible and intangible heritage. The recognition of intangible cultural heritage was formally undertaken in 2003 by UNESCO as the practices, expressions, languages, and cultural spaces transmitted across generations (Tavares et al., 2021; Qiu et al., 2022).

Arguably, the fluid and evolving nature of intangible cultural heritage complicates attempts at categorization, particularly as meaning is continuously created and recreated in the present (Tavares et al., 2021; Qiu et al., 2022; Stewart, 2022; Sitas & Stewart, 2023). For UNESCO (2016), heritage underlines the legacy of the past, in what we live with today, and what we pass on to future generations. Heritage conservation highlights both tangible and intangible social benefits. Adendorff (2025) maintains that heritage conservation involves the preservation of inherited objects or locations of cultural significance. Tangible heritage derives from physical structures and sites, while intangible heritage consists of creative, non-physical forms of cultural expression. Timothy (2018) emphasises the inherent link between cultural tourism and heritage, highlighting the significance of beliefs, rituals, celebrations, culinary traditions, sacred spaces, and architectural landmarks as essential components of a place's heritage. When tourists interact with these sites, they experience a cultural adventure that expands their insight into the rich history of an area. Thus, a mutually positive relationship exists between cultural tourism and heritage conservation (Timothy, 2018).

Tourism is frequently seen as a tool for heritage survival, place-making, revitalizing local networks including through festivals, pilgrimage routes, and creative industries (Saarinen & Rogerson, 2021; Timothy, 2023; Seabra & Korstanje, 2025; Nyikana & Ntlansana, 2026; Richards, 2026; Timothy & Shinde, 2026). Nevertheless, the industry can also commodify culture within global tourism circuits, leading to urban redevelopment and displacement (Gotham, 2005). In several destinations, the international burst in urban heritage tourism intensified issues of overtourism, straining local infrastructure and challenging the assumption that tourism growth universally supports development (Cocola-Gant, 2018). As a contested resource involving diverse interests and interpretations, heritage in urban contexts is often characterized by power imbalances and conflict, a dynamic which is captured by the notion of ‘dissonant heritage’ (Tunbridge & Ashworth, 1996). Notwithstanding UNESCO's emphasis on the importance of participatory governance, community inclusion often remained superficial, complicating efforts to conserve heritage while accommodating inevitable urban transformation (Liu et al., 2021).

The declaration of parts of the Bo-Kaap as a National Monument in 1962, similarly occurred without any community engagement and undertaken, in the view of Shem-Tov (2020), purely to protect colonial heritage and a fetishized view of an exotic community. In 1986, the City Council identified Bo-Kaap as an urban conservation area, but in a highly charged political environment the declaration was rejected by community members. In post-apartheid South Africa, the National Heritage Resources Act (1994) was implemented to transform the heritage landscape and be representative of the new democracy (Marschall, 2005). In the immediate years following transition the construction of new memorials, museums and public statues became a government priority, thereby bringing previously marginalised voices into the national discourse. Against this backdrop, in 2002, a firm of architects and urban planners was commissioned by the Cape Town city authorities to conduct a revitalisation study, as a continuation of an earlier consultant study undertaken in 1993. The proposals, however, were again met with community resistance in the Bo-Kaap and the plan stalled. It is suggested that the stream of development proposals have been met by the community with a sense of injustice, as historical context goes unacknowledged (Donaldson et al., 2013).

The South African Heritage Resources Agency, guided by international directives, is tasked with identifying and protecting sites of national heritage significance (Donaldson et al., 2013). This agency identified the Bo-Kaap as having unique elements linking tangible, built heritage, and intangible cultural-religious values. In 2004 it attempted to declare the Bo-Kaap a National Heritage Site, but due to an incomplete community participation process the declaration was rejected (Shem-Tov, 2020). The provincial heritage resources authority, Heritage Western Cape (established 2003) is mandated to promote co-operative governance between national, provincial, and local authorities for the identification, conservation, and management of tangible and intangible heritage resources. Donaldson et al. (2013) highlight that the organisation's mandate includes lobbying national government in order to establish policy guidelines for preserving intangible aspects of heritage, a neglected area of protection efforts. In South Africa the relevance and importance of heritage sites is indicated through a grading and declaration process, as heritage resources can be designated as National Heritage Sites (Grade I), Provincial Heritage Sites (Grade II), or Municipal Heritage Sites (Grade III), each of which is managed at the corresponding authority level (Steenkamp, 2021). According to the City of Cape Town (2021a) the Bo-Kaap engages all three spheres of heritage governance. While many significant sites were formally protected under the National Monuments Act (1969), they are now managed by Heritage Western Cape. Most heritage resources within the Bo-Kaap are classed as Grade III.

The Bo-Kaap is defined by the South African Heritage Resource Agency as a Grade I heritage site, but under provincial supervision. Donaldson et al. (2013) pinpoint that this contested jurisdiction over the Bo-Kaap complicates management and accountability. The Bo-Kaap is subject to several broader regulatory and development frameworks including that of the Local Area Spatial Development Framework (LASDF) (City of Cape Town, 2021a).

This provides a “contextual overview of the existing trends” in the Bo-Kaap and sets parameters for development investment. Underpinning this framework is a complex set of legislation. The Sustainable Development Goals (SDGs) along with the National Development Plan (2030) are stated as the guiding principles of the LASDF, albeit no sustainability indicators, benchmarks or mention of SDG's are provided. Critically, however, the City of Cape Town remains steadfast in its policy commitments to strategies of densification.

3. Methodology

The study employs a qualitative research approach. A review of urban and tourism development scholarship informs an understanding of neighbourhood change in Bo-Kaap and supported by 22 semi-structured interviews with key role players. The interviews were conducted in 2023–2024. In addition to interviews, the research draws upon documentary sources. The study analysed the content of urban conservation planning tools and the commissioned Bo-Kaap Tourism Development Framework (City of Cape Town, 2019, 2021a, 2021b). Finally, participant observation and social media content data was triangulated to further assess the extent of tourism-driven gentrification and its socio-cultural repercussions. Full details regarding respondents and their selection is provided by Jessa (2025).

4. Results

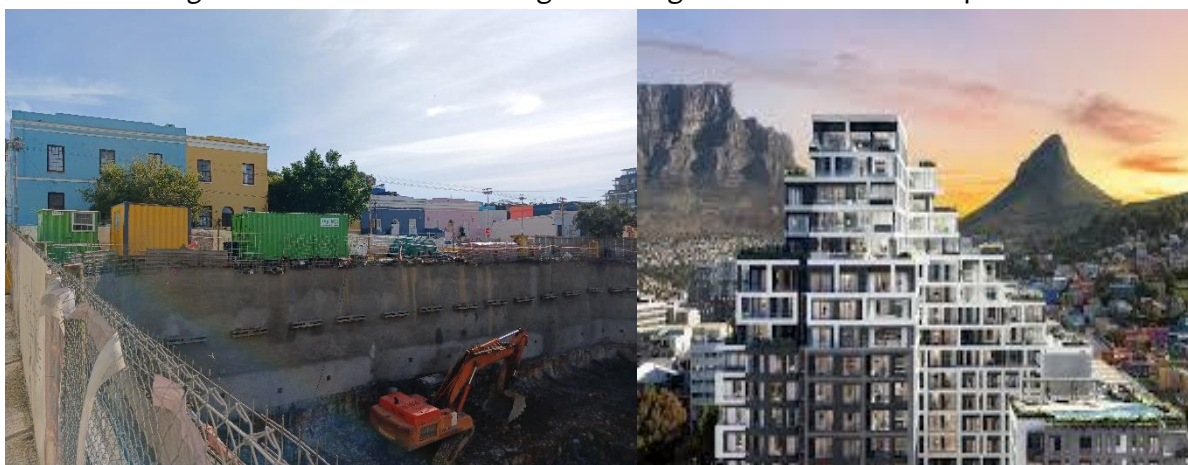
The results are structured into three sections of material. First, using documentary sources, a chronicle and discussion of events which occurred in Bo-Kaap during 2018 is presented. This is critical to understand as it precipitated the launch of significant new initiatives directed at heritage protection and planning tourism development. The second and third sections analyse stakeholder perspectives on the unfolding of these heritage protection initiatives and measures for tourism planning for Cape Town's historic Bo-Kaap neighbourhood.

4.1 Mega-property developments, community resistance, and declaration of heritage protection

Community pressures for the establishment of new heritage protection measures for the Bo-Kaap began in the early 2010s, a time of the progressive march of gentrification. Residents of Bo-Kaap appealed to Cape Town authorities over many years to recognise the threats posed by gentrification pressures to their social cohesion through waves of displacement and enact measures to protect and safeguard the area (Shem-Tov, 2020). In 2013 the local Bo-Kaap Residents Association made an application for the protection of local heritage and petitioned for the declaration of a heritage protection zone. Socially inclusive heritage conservation requires the implementation of targeted land-use management policies, such as heritage-sensitive zones or Heritage Protection Overlay

Zones (HPOZ) (Adendorff, 2025). The concept of an HPOZ is a mechanism used by local authorities to grant protections to spatial heritage areas in their land-use schemes. The effect of this provision is that these declared areas are given automatic protection by providing general developmental instructions and guidelines (Steenkamp, 2021). The enactment of HPOZs is an internationally recognised approach towards conserving historic urban districts. For example, Mawhorter and Kinahan (2025) draw attention to the establishment in 1979 of such zones in Los Angeles as a policy tool to protect and enhance buildings deemed as unique and irreplaceable assets in the city's history; Gorska (2015) evaluates their role and impact on gentrification in the city.

Figure 1. The 'Monster' Paradigm Building: Foundations and completion



Source: Author photo. Note: The scale of the property development as compared to the adjacent low-level modest houses of Bo Kaap

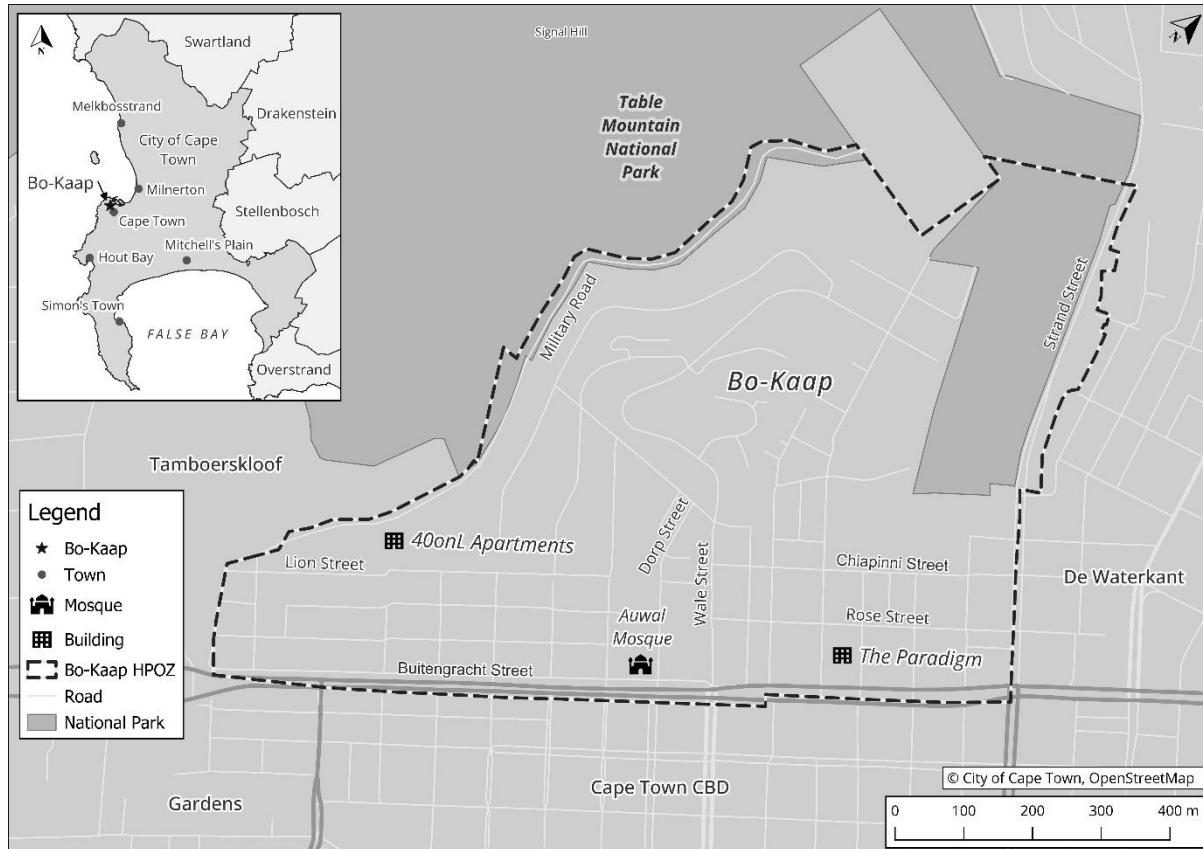
The application process of the Bo-Kaap resident association for an HPOZ began in 2013 and was ready for filing in 2015 (Kretzmann, 2019). The proposal was intended to provide a mechanism for the protection of heritage places and the areas of Bo-Kaap which were considered as conservation-worthy in terms of the city's heritage strategy. However, it took a further eight years for the HPOZ to be adopted. In the interim, several large-scale development applications were approved by the city, despite local resident opposition and a protracted legal battle. A landmark event was the construction of the so-called (by public petition and local media) 'Monster-building' development, The Paradigm, on the edge of Bo-Kaap (Figure 1). This building (now projected for completion in 2027) approval and construction heightened tensions between Bo-Kaap community groups and the city authorities "who were viewed by the public as being unfairly biased toward the developers' short-term economic gain at the cost of sustaining long-term social cohesion" (Shem-Tov, 2020: 15). The latter was a stated policy objective of the city authorities and part of their mandate for responsible and sustainable heritage management. The Paradigm mega-property development was followed by another, namely '40 on Lion' (also known as the Blok development after the name of the developer) situated on the upper-slopes of Bo-Kaap, approved by city authorities in 2018. Its construction galvanised the already

simmering frustrations of the Bo-Kaap community for what was considered to be ineffectual protection mechanisms for the area as well as a problematic transfer of publicly-owned land previously earmarked for social housing. Further, there occurred the removal of restrictive title deed conditions without a public participation process.

The Cape Town city authorities seemingly disregarded community objections and protestations that the unique character of the Bo-Kaap and the way of life of its community was threatened by such 'monstrous' buildings which were incompatible with the physical or socio-historic setting of Bo-Kaap (Shem-Tov, 2020). The authorities were accused of purposefully stalling the enactment of HPOZ, to ensure the completion of the mega-property developments. The city mayor approved at least four major developments, including a 19-storey apartment block (Kretzmann, 2019). An investigation into allegations of misconduct by the city was tabled in October 2018 with the mayor blaming the stalling of the heritage plan on 'the White cabal' and the city's planning tribunal (Kretzmann, 2019). For Shem-Tov (2020) this is an indicative example of the complex, racialized politics that exist in urban heritage planning.

What ensued was a burst of heritage activism which brought into view a "more intimate narrative of displacement, marginalisation, loss and community wounding" (Shem-Tov, 2020: 15). According to Shem-Tov (2020: 16), a pivotal point was reached that gave rise to the 2018 Bo-Kaap community demonstrations of resistance "in the way of burning tyres in the streets, confrontations with riot police, public venting, physically marking and claiming of space with graffiti and posters on every street and multiple buildings, the holding of evening prayers in Wale Street and the communal public breaking of the fast of Ramadan by the Muslim community". Residents claim that a new form of forced removal is taking place. Following the city's approval of the 40 on Lion (a large 65-unit residential development) and The Paradigm, a multi-storey luxury residential building (240 advertised apartments), the community reached breaking point. In 2018 it organised to resist increasing gentrification, in what Shem-Tov (2020) describes as one of the first instances of 'heritage activism' in South Africa. For two weeks during May-June 2018, the community burned tyres, blocked tour buses and construction vehicles from entering the area in protest against bullying by developers, tourism, and city officials. Further, as documented by Salie (2022: 57) another "significant standoff occurred on 20 November 2018, when community members blocked a crane from being delivered to the luxury apartment construction of 40 on Lion". The community alleged that the land had been obtained irregularly from the city authorities. The disputed land was previously part of a maternity hospital grounds that was no longer in operation. It was recorded that the "standoff continued throughout the day with police using force, arresting residents and using stun grenades to disperse the crowd, resulting in injuries to many residents" (Salie, 2022: 57). Muslim residents of Bo-Kaap came onto the streets and "burning tyre-smoke plumed into the city sky signalling community discontent". 2018 media images of placard-holding Muslim elders of Bo-Kaap and of local youth defying combat-clad riot police in street confrontations shocked Capetonians (Shem-Tov, 2020).

Figure 2. Location of Bo-Kaap and the Heritage Protection Overlay Zone



Source: Authors

Emotive action was spotlighted. Swift action ensued as the City of Cape Town authorities rapidly set in motion the much-delayed HPOZ and the national heritage authority rapidly nominated 19 sites in Bo-Kaap as declared National Heritage sites. On 12 April 2019 the Bo-Kaap HPOZ was incorporated in Municipal Planning Law. Figure 2 shows the delimited space of the HPOZ, which includes the tourist hub of Wale and Chiapinni Streets, the Auwal Mosque (meaning ‘first mosque’ which was built in 1811), and the controversial mega-property developments approved by city authorities. In May 2019, the HPOZ was extended to include the Bo-Kaap area (City of Cape Town, 2021a). The HPOZ prescribes land uses and provides development guidelines to conserve and protect shared community assets, the unique historic landscape, ensure conscious and considerate management, promote heritage tourism and the “way of life” of the residents. The vision of the HPOZ was stated as follows: “recognition and conservation of the Bo-Kaap as a unique historical urban landscape with a vibrant, living culture and way of life ... adding localised development rules to deal with specific concerns, over and above the provisions of a base zoning” (City of Cape Town, 2019: 1). This includes provision for the protection of areas in an environment which could be substantially adversely affected by property development (City of Cape Town, 2019).

The document identifies several key areas requiring attention in terms of conserving the unique historical urban landscape with a vibrant living culture and way of life, the promotion of heritage tourism, and the careful and considered management of development (City of Cape Town, 2019). Tangible and intangible heritage values can, and do, coexist simultaneously, and should be conserved as a cornerstone of any development strategy. Campbell and Donaldson (2025) assert that in Cape Town the city's HPOZ affords limited protections for streetscapes and urban form whilst cautioning that aspects of intangible heritage are more difficult to conserve. Likewise, Stewart (2022) contends that the HPOZ is geared towards administering the built environment albeit falls short in managing intangible aspects of heritage.

4.2 Heritage protection measures: From tangible to intangible

On eventual approval the HPOZ was celebrated by the community, now seemingly successful in its protracted campaign (Mitchell & Le Roux, 2023). Further, city officials also perceived the HPOZ as having significant benefits to afford heritage protection to the Bo-Kaap. The interviews revealed that this enthusiasm should be tempered with a degree of scepticism as several limitations were identified.

The adoption of the HPOZ was excessively protracted. As noted previously, the HPOZ in Bo-Kaap was purposefully stalled to allow for several mega-property developments to proceed. These fuelled allegations of corruption and compounded historical legacies of mistrust. Typically, a community activist engaged in the process from the start contended: *"We were not given heritage! We fought for heritage status for more than 10 years... Yet despite our fight and heritage status we saw the onslaught of development continue and seemingly being ramped up"*. A retrospective application of the HPOZ was sought, in light of the approval in July 2024 by the City's Municipal Planning Tribunal of a six-storey hotel development, adjacent to the area's foremost cultural and religious asset, the Auwal mosque, thus placing heritage in direct conflict with development. Engaging in what could only be described as a publicity stunt, the Deputy Mayor for the City of Cape Town, appearing on television news, suggested the community take comfort in the HPOZ: *"There's a heritage overlay zone which means that the heritage aspect legislatively is protected you cannot go and now develop at will. There are levers within the local school of government that we've legislated and that's one aspect how we are able to offer a sense of comfort to Bo-Kaap, saying these are the levers that are available"*. Resident activists weary of the limited efficacy of the protections afforded by the HPOZ stated as follows: *"Not really, that's not what it means. A lot of building plans are still going to go through including the hotel behind the Auwal Mosque. There's no stopping them, they will find a way. This plan was approved before the HPOZ"*. Likewise, a city official asked about the retrospective application was sceptical: *"The development plans (proposed hotel development near the Auwal mosque) have been submitted prior to the HPOZ being passed. So, the city has to work again within the framework of the law"*.

The lack of transparency and engagement around the developments in Bo-Kaap is disconcerting. Relevant planning negotiations were conducted under a veil of secrecy. The experience of Bo-Kaap confirms Horn's (2020) criticism of neoliberalist-dominated urban planning with the stark contradiction between capitalism and democratic processes is evident. Indeed, this research echoes Horn's (2020) findings that participation in democratic processes is often undermined in favour of economic interests, further reinforcing existing power hierarchies. This said, the findings disclosed that the HPOZ does afford certain additional protections for tangible heritage in the Bo-Kaap. The urban planning landscape is cumbersome and regulatory complex. The Bo-Kaap engages all three spheres of heritage governance and most heritage resources within the Bo-Kaap are Grade III (City of Cape Town, 2021a) The Auwal Mosque is a Grade II heritage site under provincial administration. As Donaldson et al. (2013) contend, jurisdiction over the Bo-Kaap complicates management and accountability, internal disputes between spheres of governance – national, provincial and local – are common.

Heritage practitioners engaged with the applications highlighted the technical complexity inherent in heritage designations and management and noted the lack of defined rules. Uncertainties and inconsistencies are evident, leaving applications open to interpretation and vulnerable to corruption/collusion. The local organisation tasked with evaluating and negotiating planning applications (BOCRA: Bo-Kaap Civic and Rate Payers Association), is limited by significant skills and capacity shortages. The interviews revealed that: *“All the Civic is doing is fighting one building (application) after another. It's relentless stuff going to lawyers, architects, heritage etc”* (Community activist and resident tour operator). A BOCRA representative reinforced this point: *“The problem is, it also requires now our Civics have become much more technical, for instance a Development Application Committee is needed because you know how many applications come through and I am overloaded with applications. When it comes to the technical engagement with the Government and with the national heritage agency (SAHRA) it requires a certain level of technical sophistication which the Civic does not always have”*.

For the conservation of heritage in Bo-Kaap, the relentless number of planning applications is concerning. Suggestions that boundaries/zoning are continuously being manipulated were found to have legitimacy. Horn (2019) demonstrates how in South Africa urban edges remain under threat of encroachment from ad hoc, incremental developments and leaving them open to manipulation. Indications are that these overlay boundaries will continue to be tested by large-scale urban developers and nefarious interests. A city official acknowledged the power of capital over legislation and collective sentiment: *“All I can say is that politics and religion is always secondary to making money. You also have Saudi investors in the Bo-Kaap. It's about property speculating and this is the biggest threat to the Bo-Kaap. Whether it's open land or inherited property there always guys who are going to be after this to manipulate the legal system, rezone land and get big developments in. Private property rights often trump collective sentiment. There is fierce competition for these sites which have potential for growth. This is a big problem. These guys*

operate at the level of the mafia in many respects, coercion, pressure manipulation is all part of the game these days”.

The built environment focus raised questions about the adequacy of the HPOZ in preserving intangible cultural heritage (City of Cape Town, 2019). While the importance of protecting intangible cultural heritage is identified by the HPOZ, no practical measures were recommended, nor were any programmes implemented. As both Stewart (2022) and Sitas and Stewart (2023) maintain, the HPOZ affords little to no protection for intangible cultural heritage. To prioritize the interests and perspectives of residents, sustained community engagement and activism therefore is a strategic imperative. The responsibility for preserving intangible cultural heritage must ultimately rest squarely with the community itself. The implementation of the Historic Urban Landscape, (UNESCO, 2016), and a Living Heritage Inventory is supported by heritage practitioners as effective conservation tools for intangible cultural heritage. Increasing private investment, deregulation, and in the case of the HPOZ, stalled regulation and reregulation, diminishes state authority as they became conduits for investors in large-scale, incongruent developments. Acknowledging the lack of and complexity of implementing protections for intangible cultural heritage, practitioners explain as follows: *“We can't conserve and preserve living heritage as practices, but we can create the platforms for those to evolve, and healthily within communities. And that's where I see our intersection with the built environment”.* Further, it was acknowledged: *“The HPOZ doesn't give any explicit protection for the intangibles. Tangible, yes, but it's mere facadism”.*

Based on the resident interviews, it is not the built heritage environment *per se* that is valued by the Bo-Kaap Muslim resident community. Rather, it was less about the actual buildings and more about the community that is valued, in other words the cultural expressions and traditions of the Muslim community. Indeed, whilst the community called for the HPOZ to be put in place to protect the built heritage and the area is known for its unique architectural character, *“the heritage claims are not currently on the buildings”* (Shem-Tov, 2020: 105). Although the built urban environment is valued as a symbol of a shared past and of shared memories and a space in which members feel a sense of attachment and identity, the architectural quality is of less importance than what it *“means to their internal world”* (Shem-Tov, 2020: 106). Put simply, it is more than the buildings that make Bo-Kaap worthy of heritage protection. As argued elsewhere, what is critical in the intangible heritage expressed as *“the cultural richness is in the everyday experiences of children playing in the streets or walking to Madrassah school, the generational respect shown to Muslim elders, the ubiquitous corner cafes that are disappearing in Cape Town neighbourhoods, the diversity of people living peacefully beside one another, ‘the spirit of the place’”* (Shem-Tov, 2020: 106).

Overall, therefore, intangible heritage practices, traditions, and living heritage manifest in the area are most valued by the community. The spirit of Bo-Kaap and its sense of place derive from *“both the physical context and the intangible”* (Shem-Tov, 2020: 108). This, however, is not protected by heritage conservation measures which favour the built

heritage and ignore, for example, safeguards for the call of prayer for the Muslim faithful against the demands for the city to ban it on the grounds that it contravenes noise regulations. According to Jethro and Lehloenya (2023) the Bo-Kaap and the sounds of the adhan (call to prayer) broadcast from the neighbourhood's mosques embody the intangible heritage of the history of Islam as a suppressed minority faith in South Africa's colonial past and of the Muslim struggle for belonging in the city of Cape Town.

4.3 Contested tourism planning

Tourism planning in the Bo-Kaap, albeit weak, is not new, and, for some decades, has engaged with the challenges of development and touristification of the area (Jessa, 2025). For example, during the apartheid period, a report undertaken for the city authorities in 1966 drew attention to both problems of congestion in the area because of its proximity to the CBD, to the need for improvement of local tourism assets and retention of the area's so-termed 'street scene'. Currently, tourism planning remains unresolved and planning proposals have been met with both disappointment and suspicion by Bo-Kaap residents.

The anti-gentrification and anti-tourism protests which occurred in 2018 were a watershed in tourism planning. Following the protest actions, Bo-Kaap civics encouraged city and tourism authorities to formulate a community-centred tourism development plan. The plan was to establish tourism performance and resident perception data, and utilize sound data to formulate, in collaboration with community members a vision and strategy for Bo-Kaap's tourism and heritage future. Subsequently, local consultants were commissioned on behalf of the city to undertake the formulation of a Tourism Development Framework (TDF). According to the draft framework published in June 2021, plans were developed based on a collaborative process, utilising a multi-disciplinary team and tourism stakeholders. The framework espouses a 'respectful, participatory and sustainable' approach. Two workshops of four hours each were held in 2021, to introduce the proposed tourism plan to a small group of community representatives. Historical legacies of mistrust could not be ignored, as a tense relationship between community members and authorities existed.

Against this unpromising backdrop, the interviews revealed that, perhaps unsurprisingly, the tourism plan was met with much suspicion and consternation. The TDF presents the plan as one which is iterative and based on sustainable tourism principles (City of Cape Town, 2021b). The proposed framework aims to enhance tourism, economic opportunities, and safety by creating new tourism routes, improve traffic and pedestrian management, and revitalise key heritage sites with signage, wayfinding, and digital tools. The plan emphasises that design ideas do not offer a detailed resolution and rather offers a "structuring framework, and a set of ideas around key sites, rather than a masterplan, and can respond to changes over time" (City of Cape Town, 2021b: 77). Community members felt excluded from the planning process and ultimately rejected the plan which was further criticized for being divorced from broader community concerns. Although the TDF claims that a tourism performance assessment was conducted, the data has not been

made public. Several community attendees of a tourism workshop found the process of engagement was disingenuous, poorly communicated and felt the plan was imposed, rather than collaborative. Respondents indicated their expectation was that the plan would be co-designed rather a superficial 'tick-box' exercise conducted to ensure approval. Representatives criticized the participation processes for being rushed, not providing adequate notice for reflection or any allowance for the crafting of a considered plan. Horn (2020) characterises the participation processes as tokenism.

Community representatives who attended the workshop explained their discontent:

The community doesn't get consulted properly! They [City] have got a checkbox exercise, right, all they want to do is tick it off. There is no genuine consultation.

So firstly, some of us and from the BOCRA received emails directly inviting us to 2-day workshop hosted by the City of Cape Town. The subject was the city's tourism development framework for the community... So, we went there, but I had a sneaky suspicion it was designed to be exclusive.

We rejected the plan for several reasons. The plan did not engage us as a community in a proper way. It was very top-down with little community input from the start... We felt it did not address overtourism issues and was more of a traffic plan than anything else.

In response, city officials contend they conducted an appropriate process of community consultation with integrity while acknowledging the inherent difficulties of achieving consensus. Authorities assert individual projects would be subject to further rounds of participation: *"With every decision the City makes there is always a level of public participation that takes place that allows us to understand what the communities' needs are and then use that information to develop the budget or the plan"*. Operational aspects of the tourism framework were found to be oriented towards affluent tourists, disregarding the critical concerns of gentrification, overtourism, and intangible heritage conservation. Further, the plan included no initiatives to include marginalized groups in the community, a key concern for inclusive growth. Instead, the plan is essentially growth-focused. One tourism practitioner opined: *"Is it purely a means of commodification and its strategy is short-sightedly driven by such an approach? That's what this says to me, it's about making money. They have set targets, longer stays, more spend, increase international tourism"*. The developmental context was highlighted by a city tourism planning official reiterating government's focus on stimulating economic growth pathways: *"I have heard people say that all the city wants to do is promote tourism, more tourism, more tourism. But we have to recognize certainly in the Bo-Kaap that it is a key opportunity for job creation"*. The alternative suggested is for developing tourism in Bo-Kaap which is centred on the needs and interests of residents and domestic tourists.

Given that only a small number of community representatives were invited to workshops, exclusive participation processes are viewed with suspicion. Patterns of failed engagement compound the strained relationship between community members and government officials. Accusations of manipulation of meeting minutes points to more sinister behaviour, further reinforcing the need for transparency. Sunkar et al. (2016) find

in their examination of social capital in heritage tourism development that trust was the most crucial element of social capital, forming the foundation for successful, cultural heritage tourism development. Bo-Kaap community representatives have gone some way to ensure increased accountability and created avenues for scrutiny of formal processes by drafting a memorandum of understanding for future engagement. This includes the demand of making meeting minutes easily available to the public. Ansell and Gash (2008) further support this consideration in collaborative governance as a component of institutional design, namely that the basic protocols and ground rules for collaboration in an open and inclusive process need to be established. In the Bo-Kaap, current low levels of trust produce low levels of commitment, strategies of manipulation and dishonest communication by planners and officials. Internal conflict disrupts progress and feeds trust deficits. Officials (and some residents) believe the fragmentation within community hinders productive engagements.

The divergent views revealed in the research interviews concerning implementing limits and/or regulation to fetter uninhibited tourism growth exemplify the broader debate on balancing economic growth with community needs. Rising rents and property costs correlate with demand for business premises as more homes gear up for commercial activities. While some respondents felt unregulated growth would produce negative impacts, others believed current levels of tourism are beneficial and manageable, thus dismissing regulation or limits. Concern that regulation that may stifle economic growth is a legitimate worry. The legal and practical implementation of limits, such as restricting access or limiting hours according to tourist behaviour, was deemed impractical, unfair and antiquated. The divergent views between civic representatives and tourism officials are apparent. For a resident tour guide: *“You have to limit it. You've got to. It's convenient to say you can't limit it. Well, it's in your interest to say that. But you don't limit it in a negative manner in a bureaucratic manner. And it's called sustainability... actually means you're going to place limits on growth. So while tourism is not at a breaking point just yet I promise you it's less than five years away at the current growth rate. We don't want the footfall that the city wants”*. The city tourism planning official took a contrasting position: *“It's nowhere near the levels of over-tourism as mentioned. It has a long way to go before the type of regulation you mention is justified. Closing down roads on certain days has its own operation and legal challenges. We cannot close down certain roads, what about the guest houses or the cooking schools in those roads that need to be open on those days. How can we justify curbing their income?”*

Available alternatives for income generation in the Bo-Kaap are limited while the economic benefits of tourism are starkly apparent. Many residents rely on informal sources of income generated via their home-based businesses, thus compounding the difficulty of enforcement, a fact noted by authorities who are reluctant to clamp down on resident businesses. Rather, home-based businesses are encouraged by the city. The challenge for imposing limits or tourism de-growth is thus to reduce consumption of tourism while ensuring productivity, economic stability and maintaining livelihoods (Koens & Milano,

2024). This research supports assertions by Khan et al. (2022) that the regulatory landscape of urbanisation supports neoliberalist processes of urban development. In the Bo-Kaap, property developments have perpetuated pre-existing uneven socio-spatial development, as densification and marginalisation occur side-by-side. Certainly, the research did not find any evidence of inclusive developments in the Bo-Kaap area. Ignored in the TDF are any measures to improve living conditions for half of the area's population resident in ever-expanding informal settlements and overcrowded conditions of shelter.

The potential to harness the current and latent socio-economic benefits of tourism in a meaningful way remains promising. By prioritising initiatives that resonate with the lived experiences and aspirations of residents, policymakers might nurture positive emotions towards tourism. Cultivating a sense of ownership promotes historical redress and fosters improved engagement. Ownership of tourism development should ultimately reside with the community. Sustained community activism will remain a critical factor in the survival of the Bo-Kaap and its ability to resist increasingly impending densification and gentrification. Nevertheless, given the complex regulatory landscape, community members often find it difficult to articulate their needs in a meaningful way. The research supports assertions by Horn (2020) that perspectives of the community are deliberative and based in their experience of everyday life while planners are technical and methodical.

5. Conclusion

The inner-city neighbourhood of Bo-Kaap is the 'cultural jewel' of Cape Town, a major tourism attraction and popular locale for film shoots. In this area close to the Cape Town CBD land is being contested as its use is progressively oriented towards commercial interests at the expense of its social value and disregard of the community (Salie, 2022). Arguably, "the cultural custodians of Bo-Kaap are the Cape Muslim community group, a culturally distinct group bounded by their shared Islamic faith, familial connections, multi-generational ties to Bo-Kaap, shared historical roots and cultural traditions" (Shem-Tov, 2020: 41). Urban heritage planning and the tourism regulatory landscape impacting this space have been the novel focus of analysis in this paper. Special attention centred on planning surrounding the Heritage Protection Overlay Zone and tourism development.

The complex web of legislation highlights the maze within which planners must navigate. Each area of governance appears to operate in a siloed, non-collaborative manner which serves sector or individual interests. The approval of several, large-scale developments together with unregulated tourism growth underscores the contestation of rights inherent within this post-colonial African context. Heritage policy and conservation planning tools (such as the HPOZ) present overwhelming complexity, undefined rules and are open to manipulation. The local tourism development framework has been rejected by community representatives for its superficial participation processes and neglect of addressing community concerns for inclusive growth, gentrification and overtourism. Intangible heritage needs to be brought into the mainstream of policy-thinking about heritage. The prevailing sense of pride and cultural authority attributed to the community

in Bo-Kaap does not reside simply in the built environment rather it is the cultural context of the buildings and the historical environment. The spirit of Bo-Kaap and its ‘sense of place’ derive from “both the physical context and the intangible” (Shem-Tov, 2020: 108).

Government reticence to engage meaningfully with community demands exacerbates mistrust, as does approving unwanted new property developments. Legacies of mistrust will be perpetuated if incongruent developments are allowed to disrupt and threaten the community’s way of life and intangible heritage. No coherent plan can be developed in an environment of perpetual uncertainty, characterized by ad-hoc, incremental violations which serve capital, not people. Residents appear to be reaching a psychological breaking point and poised for further public protest. Arbitrary management plans and inadequate inclusion of existing conditions, without objectives or monitoring data along with an economic centric view ignores important social or environmental needs in an expanding city and fails to illuminate the complex relationship tourism development has with mobilities, housing, planning, and heritage (Koens & Milano, 2024). City administrators and destination managers must acknowledge that there are definite limits to growth, as limits are a necessary pathway to sustainability. Ultimately, shifting the narrative from one of competition to collaboration becomes crucial to ensure a more inclusive and sustainable model of tourism development in the Bo-Kaap.

Acknowledgements

Thanks to journal reviewers for insightful comments and to Robbie Norfolk, L. Gladys Champagne, and Betty White for valued inputs to the paper. Arno Booyzen prepared the map.

References

- Adendorff, R. (2025). *Socially inclusive heritage conservation land-use management in small towns: A case study in the Greater Oudtshoorn Municipality*. Master’s thesis (Urban and Regional Planning), Stellenbosch University, Stellenbosch.
- Ahmad, Y. (2006). The scope and definitions of heritage: From tangible to intangible. *International Journal of Heritage Studies*, 12 (3): 292–300.
DOI: 10.1080/13527250600604639
- 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
- Baderoon, G. (2014). *Regarding Muslims: From slavery to post-apartheid*. New York: New York University Press.
- Campbell, E. & Donaldson, R. (2025). All in the mix: Neighbourhood aesthetics, artwashing and gentrification in Salt River, Cape Town. *Journal of Housing and the Built Environment*, 40: 1061–1087. DOI: 10.1007/s10901-025-10194-1

- City of Cape Town (2019). *Bo-Kaap Heritage Overlay Protection Zone (HPOZ): Guiding document*. Department of Environmental Resource Management, City of Cape Town. <https://www.bridgesnotbarriers.co.za/bokaap-hpoz/> (07. 03. 2022).
- City of Cape Town (2021a). *Bo-Kaap Local Area Spatial Development Framework. Draft baseline and analysis report*. Department of Environment and Spatial Planning, City of Cape Town. <https://resource.capetown.gov.za/> (14. 03. 2021).
- City of Cape Town (2021b). *Bo-Kaap Tourism Development Framework*. Jakupa Architects. Cape Town. https://www.capetown.gov.za/_documents/resource.capetown.gov.za/documentcentre/Documents/City%20strategies,%20plans%20and%20frameworks/Bo-Kaap_Tourism_Development_Framework.pdf/ (14. 03. 2021).
- Cocola-Gant, A. (2018). Tourism gentrification. In: L. Lees & M. Phillips (Eds.), *Handbook of Gentrification Studies*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 281–293.
- Davids, A. (1980). *The mosques of Bo-Kaap: A social history of Islam at the Cape*. Cape Town: South African Institute of Arabic and Islamic Research.
- Donaldson, R. (2024). No room for modesty in heritage significance: The case of Dennesig in Stellenbosch, South Africa. *Modern Geografía*, 19 (2): 25–46. DOI: 10.15170/MG.2024.19.02.03
- Donaldson, R., Kotze, N., Visser, G., Park, J., Wally, N., Zen, J., & Vieyra, O. (2013). An uneasy match: Neoliberalism, gentrification and heritage conservation in Bo-Kaap, Cape Town. *Urban Forum*, 24 (2): 173–188. DOI: 10.1007/s12132-012-9182-9
- Drummond, J. H. (2024). Contested heritage in South Africa: Perspectives from Mahikeng. *Modern Geografía*, 19 (2): 117–140. DOI: 10.15170/MG.2024.19.02.06
- Drummond, J. H., Drummond, F., & Rogerson, C. M. (2021). Latent opportunities for heritage tourism in South Africa: Evidence from Mahikeng and surrounds. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10 (5): 1591–1609. DOI: 10.46222/ajhtl.19770720-181
- Garside, J. (1993). Inner city gentrification in South Africa: The case of Woodstock, Cape Town. *GeoJournal*, 30 (1): 29–35. DOI: 10.1007/BF00807824
- Gorska, K. M. (2015). *Different shades of change: Historic districts in Los Angeles and their impact on gentrification and neighborhood trends*. PhD dissertation, University of California, Los Angeles.
- Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: The case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42 (7): 1099–1121. DOI: 10.1080/00420980500120881
- Horn, A. (2019). The history of urban growth management in South Africa: Tracking the origin and current status of urban edge policies in three metropolitan municipalities. *Planning Perspectives*, 34 (6): 959–977. DOI: 10.1080/02665433.2018.1503089
- Horn, A. (2020). The darker side of muddling through: An analysis of spatial planning policy decision-making and policy termination in Cape Town, South Africa. *Urban Forum*, 31 (4): 573–598. DOI: 10.1007/s12132-020-09390-9

- Jessa, S. (2025). *Rights and responsibility: Neighbourhood change and tourism development in the Bo-Kaap*. PhD dissertation (Tourism and Hospitality Management), University of Johannesburg.
- Jessa, S. & Rogerson, J. M. (2025a). Contested inner-city gentrification: Evidence from Cape Town. *Revistă Română de Geografie Politică*, 27 (2): 111–129.
DOI: 10.30892/rrgp.272104-393
- Jessa, S. & Rogerson, J. M. (2025b). Tourism gentrification in Cape Town's Bo-Kaap: Socio-economic transformations and displacement. *Bulletin of Geography: Socio-Economic Series*, 69: 129–143. DOI: 10.12775/bgss-2025-0032
- Jessa, S. & Rogerson, J. M. (2025c). Overtourism in Cape Town: Local stakeholder perspectives. *Modern Geográfia*, 20 (4): 117–140. DOI: 10.15170/MG.2025.20.04.07
- Jethro, D. & Lehloeny, M. A. (2023). Call to prayer: The sound of the adhan, heritage and shifting urban identity in Cape Town. *Anthropology Today*, 46 (3): 213–228.
DOI: 10.1080/23323256.2023.2279074
- Khan, F., Higgins, B. F., & Adonis, W. (2022). Saving or seizing the city: Discursive formations in Cape Town, South Africa. *Sustainability*, 14 (3): 1376. DOI: 10.3390/su14031376
- Koens, K. & Milano, C. (2024). Urban tourism studies: A transversal research agenda. *Tourism Culture & Communication*, 24 (1): 275–286.
DOI: 10.3727/109830423X16999785101653
- Kotze, N. (2013). A community in trouble? The impact of gentrification on the Bo-Kaap, Cape Town. *Urbani Izziv*, 24 (2): 124–132. DOI: 10.5379/urbani-izziv-en-2013-24-02-004
- Kretzmann, S. (2019). *Did De Lille stall while Bo-Kaap developers scored?*
<https://groundup.org.za/article/did-de-lille-stall-while-bo-kaap-developers-scored/> (26. 03. 2019).
- Liu, Y., Dupre, K., & Jin, X. (2021). A systematic review of literature on contested heritage. *Current Issues in Tourism*, 24 (4): 442–465.
DOI: 10.1080/13683500.2020.1774516
- Marschall, S. (2005). Making money with memories: The fusion of heritage tourism and identity formation in South Africa. *Historia*, 50 (1): 103–122.
<https://hdl.handle.net/10520/EJC38177>
- Massey, R. (2020). Urban renewal in South African cities. In: R. Massey & A. Gunter (Eds.), *Urban Geography in South Africa: Perspectives and Theory*. Cham: Springer Nature, pp. 265–282.
- Mawhorter, S. L. & Kinahan, K. L. (2025). Where preservation meets land use regulation: Historic districts in Los Angeles. *Journal of the American Planning Association*, 91 (3): 394–413. DOI: 10.1080/01944363.2024.2417053
- McDonald, D. (2012). *World city syndrome: Neoliberalism and inequality in Cape Town*. London: Routledge.

- Mitchell, K. & Le Roux, J. (2023). Investigating the effects of gentrification in the creation of socially sustainable urban precincts: A case study of Bo-Kaap, Cape Town, South Africa. In: T. C Haupt, M. Akinloki, F. Simpeh, C. Amoah & Z. Armoed (Eds.), *Construction in 5D – Deconstruction, digitalization, disruption, disaster and development* Cham: Springer Nature, pp. 285–296.
- Nhlabathi, S. S. & Maharaj, B. (2021). Gentrification, social activism and contestations in Cape Town (South Africa). In: I. Dominguez-Mujica, J. McGarrigle, & J. M. Parreño-Castellano (Eds.), *International residential mobilities: From lifestyle migrations to tourism gentrification*. Cham: Springer, pp. 291–308.
- Nyikana, S. & Ntlansana, N. (2026). Leveraging rural horse racing events for local development: Examining repeat visitation and social value. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 11 (2): 148–169. DOI: 10.15170/TVT.2026.11.02.08
- Qiu, Q., Zuo, Y., & Zhang, M. (2022). Intangible cultural heritage in tourism: Research review and investigation of future agenda. *Land*, 11 (139): 1–21. DOI: 10.3390/land11010139
- Richards, G. (2026). Re-valuing rural heritage: The role of placemaking and place shaping. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 11 (2): 46–64. DOI: 10.15170/TVT.2026.11.02.03
- Rogerson, C. M. (2024). Planning urban regeneration through heritage tourism: The case of Kliptown, South Africa. *Modern Geográfia* 19 (2): 71-89. <https://doi.org/10.15170/MG.2024.19.02.05>
- Rogerson, C. M. & Rogerson, J. M. (2021a). Looking to the past: The geography of tourism in South Africa during the pre-COVID-era. In: C. M. Rogerson & J. M. Rogerson (Eds.), *Urban tourism in the Global South: South African perspectives*. Cham: Springer, pp. 39–75.
- Rogerson, C. M. & Rogerson, J. M. (2021b). The other half of urban tourism: Research directions in the Global South. In: C. M. Rogerson & J. M. Rogerson (Eds.), *Urban tourism in the Global South: South African perspectives*. Cham: Springer, pp. 1–37.
- Rogerson, C. M. & Rogerson, J.M. (2025). Racial discrimination in tourism: The record of apartheid Cape Town. *Modern Geográfia*, 20 (3): 47–67. DOI: 10.15170/MG.2025.20.03.03
- Rogerson, C. M. & van der Merwe, C. (2016). Heritage tourism in the Global South: Development impacts of the Cradle of Humankind World Heritage Site. *Local Economy*, 31 (1–2): 234–248. DOI: 10.1177/0269094215614270
- Saarinen, J. & Rogerson, J. M. (Eds.) (2021). *Tourism, change and the Global South*. Abingdon: Routledge.
- Salie, S. (2022). *Gentrification and the disruption of space: Residents' lived experiences in Bo-Kaap, Cape Town*. MA (Development Studies) dissertation, University of the Western Cape.
- Seabra, C. & Korstanje, M. E. (Eds) (2025). *A research agenda for tourism and risk*. Cheltenham: Edward Elgar.

- Shem-Tov, S. (2020). *Changing values in heritage: Shifts from the tangible to intangible in urban historic environments, Bo-Kaap as case study*. Master's Thesis (Architecture Planning and Geomatics), University of Cape Town.
- Sitas, R. & Stewart, M. (2023). From heritage conservation to heritage justice in Cape Town. *City, Culture and Society*, 35 (100551): 2–9. DOI: 10.1016/j.ccs.2023.100551
- Steenkamp, R. (2021). Municipal instruments in law for cultural heritage protection: A case study of the City of Cape Town Metropolitan Authority. *Potchefstroom Electronic Law Journal*, 24(1): 1–34. DOI: 10.17159/1727-3781/2021/v24i0a6435
- Stewart, M. (2022). Counter-mapping heritage: Memory and significance in places of racialised land dispossession: The case of Lower Claremont, Cape Town. *Curator: The Museum Journal*, 65 (3): 679–689. DOI: 10.1111/cura.12509
- Sunkar, A., Meilani, R., Rahayuningsih, T., & Muntasib, E. K. S. H. (2016). Social capital: A basis for community participation in fostering environmental education and the heritage tourism development of Cibalay megalithic site. *E-Journal of Tourism*, 3 (2): 120–129. <https://scispace.com/pdf/social-capital-a-basis-for-community-participation-in-m22m6opocp.pdf/>
- Tavares, D. S., Alves, F. B., & Vásquez, I. B. (2021). The relationship between intangible cultural heritage and urban resilience: A systematic literature review. *Sustainability*, 13 (22): 12921. DOI: 10.3390/su132212921
- Timothy, D. J. (2018). Making sense of heritage tourism: Research trends in a maturing field of study. *Tourism Management Perspectives*, 25: 177–180. DOI: 10.1016/j.tmp.2017.11.018
- Timothy, D. J. (Ed.) (2023). *Cultural heritage and tourism in Africa*. Abingdon: Routledge.
- Timothy, D. J. & Shinde, K. (Eds.) (2026). *Religious heritage and tourism in South Asia*. Abingdon: Routledge.
- Todeschini, F. (2017). Open conversation: Controversial architecture of the city, the case of a large building development approved by the City of Cape Town in the Bo-Kaap – the decision appealed. *Architecture, SA* 83: 14–22.
- Tunbridge, J. E. & Ashworth, G. J. (1996). *Dissonant heritage: The management of the past as a resource in conflict*. Chichester: John Wiley.
- UNESCO (2016). *The HUL guidebook: Managing heritage in dynamic and constantly changing urban environments: A practical guide to UNESCO's Recommendation on the Historic Urban Landscape*. Paris: UNESCO.
https://www.hulballarat.org.au/resources/HUL%20Guidebook_2016_FINALWEB.pdf/
- Van der Merwe, C. (2013). The limits of urban heritage tourism in South Africa: The case of Constitution Hill, Johannesburg. *Urban Forum*, 24: 573–588. DOI: 10.1007/s12132-013-9197-x
- Van der Merwe, C. & Rogerson, C. M. (2018). The local development challenges of industrial heritage in the developing world: Evidence from Cullinan, South Africa. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 21: 186–199. https://gtg.webhost.uoradea.ro/PDF/GTG-1-2018/280_Merwe.pdf/



THE ROLE OF STREET FOOD VENDING IN URBAN TOURISM DEVELOPMENTS IN THE GLOBAL SOUTH

¹Andile Moyo, ²Ngoni C. Shereni✉, ³Logistic Makoni, ⁴Kevin Mearns

¹Master's student, Lupane State University; Department of Hospitality and Tourism, Zimbabwe;
amoyo3339@gmail.com

²Postdoctoral research fellow, University of South Africa, Department of Environmental Sciences, College of Agriculture and Environmental Sciences, South Africa; sherenc@unisa.ac.za, ORCID: 0000-0003-0074-9559

³Postdoctoral research fellow, University of South Africa, Department of Environmental Sciences, College of Agriculture and Environmental Sciences, South Africa; logism@unisa.ac.za, ORCID: 0000-0003-4279-821X

⁴Professor, University of South Africa, Department of Environmental Sciences, College of Agriculture and Environmental Sciences (CAES), South Africa; mearnkf@unisa.ac.za ORCID: 0000-0001-5874-3542

ABSTRACT

Street food vending has become a central aspect of urban informality, which is a significant economic activity in many countries, particularly in the Global South. Nevertheless, this sector receives limited attention from policymakers, tourism practitioners, and destination managers, and its economic significance remains largely unaccounted for. This study, therefore, aimed to explore the role of street food vending in urban tourism, focusing specifically on a Global South city. In this qualitative study, which focused on Bulawayo, Zimbabwe's second-largest city, semi-structured interviews were conducted with informal food vendors to gain insights into the topic. Thematic analysis was employed to identify patterns and recurring issues in the interview data. The findings reveal that street food vending plays a significant role in urban tourism development. This economy contributes to urban growth by creating employment, empowering residents, and supporting other businesses, an economic contribution that remains largely undocumented due to the marginalisation of the informal sector.

Keywords: culinary tourism, informal food economy, street food vending, urban tourism, Zimbabwe

Received: 1 June 2026

Accepted: 21 September 2026

Published: 12 October 2026

This open access article may be used under the international license terms of CC BY-NC-ND 4.0.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



AZ UTCAI ÉTELÁRUSÍTÁS SZEREPE A VÁROSI TURIZMUS FEJLŐDÉSÉBEN A GLOBÁLIS DÉLEN

¹Andile Moyo, ²Ngoni C. Shereni✉, ³Logistic Makoni, ⁴Kevin Mearns

¹MSc-hallgató, Lupane Állami Egyetem; Vendéglátás és Turizmus Tanszék, Zimbabwe; amoyo3339@gmail.com

²Tudományos munkatárs, Dél-afrikai Egyetem, Mezőgazdasági és Környezettudományi Kar, Környezettudományi Tanszék, Dél-afrikai Köztársaság; sherenc@unisa.ac.za, ORCID: 0000-0003-0074-9559

³Tudományos munkatárs, Dél-afrikai Egyetem, Mezőgazdasági és Környezettudományi Kar, Környezettudományi Tanszék, Dél-afrikai Köztársaság; logism@unisa.ac.za, ORCID 0000-0003-4279-821X

⁴Egyetemi tanár, Dél-afrikai Egyetem, Mezőgazdasági és Környezettudományi Kar, Környezettudományi Tanszék, Dél-afrikai Köztársaság; mearnkf@unisa.ac.za, ORCID: 0000-0001-5874-3542

ABSZTRAKT

Az utcai ételárusítás a városi informális gazdaság központi elemévé vált, amely számos országban – különösen a Globális Dél országaiiban – jelentős gazdasági tevékenységnek számít. Mindazonáltal ez az ágazat gyakran csak korlátozott figyelmet kap a döntéshozóktól, az idegenforgalmi szakemberektől és a desztinációmenedzsmenttől, gazdasági jelentőségét pedig nagyrészt figyelmen kívül hagyják. Ezért e tanulmány célja az volt, hogy feltárja az utcai ételárusítás szerepét a városi idegenforgalomban, különös tekintettel egy, a Globális Délen található városra. Jelen kvalitatív tanulmányban, amely Zimbabwe második legnagyobb városára, Bulawayóra összpontosított, félig strukturált interjúkat készítettünk informális élelmiszerárusokkal, hogy betekintést nyerjünk erre a területre. Tematikus elemzéssel azonosítottuk az interjúkban fellelhető mintázatokat és visszatérő tartalmakat. Az eredmények azt mutatják, hogy az utcai élelmiszerárusítás jelentős szerepet játszik a városi turizmus fejlődésében. Ez a gazdasági tevékenység munkahelyteremtéssel, a lakosság önállóságának erősítésével és más vállalkozások támogatásával járul hozzá a városi növekedéshez; ez a gazdasági hozzájárulás azonban az informális szektor marginalizáltsága miatt ez idáig nagyrészt dokumentálatlan maradt.

Kulcsszavak: gasztroturizmus, informális élelmiszergazdaság, utcai ételárusítás, városi turizmus, Zimbabwe

Benyújtva: 2026. június 1.

Befogadva: 2026. szeptember 21.

Publikálva: 2026. október 12.

Ez a mű a Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0 nemzetközi licence-feltételeinek megfelelően használható fel.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



1. Introduction

Street food vending (SFV) is the practice of selling food and beverages in public places, open spaces, or by the wayside (Adaku et al., 2024). It is mostly done by informal food vendors operating within the informal economy (Anand & Jagadeesh, 2022; McKay et al., 2016; Nkosi & Tabit, 2021). Food vendors are responsible for meeting the immediate dietary requirements of people by selling mostly ready-to-eat foods from carts, food stalls, food trucks, and kiosks (Nkosi & Tabit, 2021; Pulliat et al., 2024; Swai, 2019). Various socio-economic factors, such as limited time for food preparation, changing family structures, and modern lifestyles, have led to increased demand for street-vended foods. Food vending is a typical phenomenon in most urban areas, and it has grown to be a significant business practice globally, especially in the Global South where it sustains the livelihoods of low-income households (Abrahale et al., 2019; Marutha & Chelule, 2020). Africa, Asia, and America have some of the leading cities in the SFV business (Czarniecka-Skubina et al., 2018).

Many countries now recognise SFV as an important aspect of the tourism industry, as it helps to showcase local and regional cuisines, promote urban renewal, and stimulate the local economy (Huynh-Van et al., 2022). More importantly, it significantly impacts urban spaces positively because it provides a unique foodscape, as well as affordable, fresh, and healthy meal options to tourists and residents (Joassart-Marcelli et al., 2024; Pulliat et al., 2024). In addition, it showcases cultural diversity, helps preserve indigenous foods, and provides employment opportunities to the local community, thereby improving the overall standard of living and quality of life in the city (Petersen et al., 2018). The informal food economy not only sustains urban tourism but also promotes other informal sectors, especially those that supply raw materials to food vendors (Petersen et al., 2018).

In Zimbabwe, SFV is regarded as the foundation of the city's market economy and urban tourism, providing residents and tourists with cheap, convenient meals (Maphosa, 2026). SFV has become a distinctive part of the informal sector, as it provides entrepreneurship opportunities for the city's residents (Adaku et al., 2024; Peimani & Kamalipour, 2022). Surprisingly, in most countries in Sub-Saharan Africa SFV is not widely recognised or well developed, mainly due to strict regulatory frameworks that make it difficult for street food vendors to operate (Swai, 2019). Despite the opportunities offered by SFV, policymakers and the academic community in the Global South pay less attention to this sector (Petersen & Charman, 2018). This study, therefore, seeks to examine the threats and opportunities of SFV in the context of urban tourism in Zimbabwe with a particular focus on Bulawayo.

For the purposes of this study, urban tourism refers to a range of leisure, cultural, and economic activities that take place within a city and draw on its built environment and everyday life to create unique visitor experiences (Rogerson & Rogerson, 2021). Much of the existing literature on urban tourism is based on capital cities and primary tourism hubs, where tourism offerings such as attractions, accommodation, and transport nodes are well developed (Ashworth & Page, 2011). Secondary cities such as Bulawayo, by contrast, attract

visitors mainly through urban life and informal activities, with informal food vending as a typical example. This study, therefore, extends the literature on urban tourism to a secondary-city context, where informal activities such as SFV play a prominent role in shaping tourists' experiences. The specific objectives for this study are as follows: to examine the role of SFV in urban tourism developments, assess its socio-economic impacts, and identify the challenges faced in developing SFV.

2. Literature review

2.1 Role of SFV in urban tourism developments

SFV plays a vital role in attracting tourists and enhancing their experience, as it provides an authentic and local experience (Swai, 2019). It also offers tourists an opportunity to experience the local culture of a city, as it represents the culinary and cultural traditions of a place (Hill et al., 2019). Anand and Jagadeesh (2022) argue that the informal food economy provides a direct connection to the local community, allowing tourists to taste authentic dishes and interact with local vendors, enhancing their cultural experience. In addition, street food is often considered an authentic part of a destination, offering a taste of local cuisines and a glimpse into the daily life of the local community (Adaku et al., 2024). Food vendors are often locally-owned businesses, offering tourists a more authentic culinary experience than do large chain restaurants (Bourlessas et al., 2022; Swai, 2019). Moreover, most food vendors sell traditional and ethnic foods, which helps preserve cultural heritage and traditions (Adaku et al., 2024; Hill et al., 2019). Bourlessas et al. (2022) further assert that street food serves as a gateway for tourists to authentically engage with a destination's local cuisine and identity, offering a genuine, immersive experience that contributes to the overall tourism experience. In the same vein, it is an integral part of gastronomic tourism, offering tourists an encounter with local food and allowing them to immerse themselves in local cuisines and lifestyles (Trafialek et al., 2018).

SFV contributes to the local economy of urban areas by creating employment opportunities for the local community and helping them generate income (Adaku et al., 2024; Nkosi & Tabit, 2021). It also supports other sectors in the economy, such as agriculture, food production, and transportation (Swai, 2019). It has also been observed that the informal food economy attracts tourists to specific areas, thereby increasing the number of tourists in the city and boosting tourism revenues. Opportunities for social interaction between tourists and the local community are also created as people gather around food carts to eat and socialise, fostering a communal atmosphere (Caramaschi, 2024; Pulliat et al., 2024).

Food vending in urban areas can contribute to the uniqueness and distinctiveness of a destination. Cities with vibrant street food scenes can differentiate themselves from other tourist destinations and attract food enthusiasts and culinary travellers, boosting the city's tourism. Street food markets, festivals, and tours can become part of a city's identity and contribute to its overall tourism uniqueness (Jimenez-Arpiza et al., 2026). For tourists

visiting urban spaces, trying different types of cuisines can be a memorable and enjoyable experience. There is no doubt that street food scenes contribute to the vibrancy and competitiveness of an urban destination. A vibrant street food culture can attract authentic-seeking food tourists and is considered a significant factor in destination choice.

2.2 The socio-economic impacts of SFV

SFV in urban areas has several socio-economic impacts that can positively influence local communities and enhance social dynamics. By promoting and selling traditional dishes, food vendors help preserve the community's cultural identity and foster local culinary heritage. Informal food vending can provide economic opportunities and empowerment for marginalised groups, such as immigrants, refugees, and low-income individuals (Uwamahoro & Khoo, 2025). It offers a relatively low-cost entry point for starting a small business, allowing these individuals to generate income and support themselves and their families. SFV can contribute to the social inclusion and empowerment of these groups, providing avenues for economic mobility and self-sufficiency. More importantly, food vending in urban areas often relies on locally sourced ingredients, thereby supporting local farmers and food producers. This ultimately strengthens local food systems by creating demand for locally grown and produced ingredients and by promoting sustainable, environmentally friendly practices.

Food vendors, especially in areas with high foot traffic and tourist activity, can earn a sustainable income that improves their living conditions and overall quality of life. In the same vein, it partially eases disparities in access to healthy food, contributing to poverty alleviation by providing affordable food options in areas with limited access to nutritious meals (Navarrete-Hernández et al., 2023). SFV fosters entrepreneurship in local communities and encourages individuals to develop their culinary skills, business acumen, and customer service skills (Caramaschi, 2024). Food vendors are given opportunities to develop culinary skills, food-preparation techniques, customer-service expertise, and business-management knowledge. Many food vendors start small and gradually expand their operations, creating opportunities for business growth and development. This entrepreneurial mindset can have broader impacts on the local economy.

2.3 The challenges faced in developing SFV

SFV in urban tourism destinations faces numerous challenges that vary with local regulations, market conditions, and the destination's specific context. For example, food vendors often face hurdles related to obtaining the necessary licenses and permits to operate legally (Koch, 2015). Regulatory requirements, such as health and safety regulations, zoning restrictions, and compliance with food-handling standards, can be complex and burdensome. Meeting all these requirements can be costly and time-consuming for street food vendors, particularly those with limited resources and knowledge of the regulations. Also, the lack of a clear, supportive regulatory framework

can hinder the expansion and development of SFV within urban tourism, leading to uncertainty and difficulty in navigating legal requirements (Caramaschi, 2024).

Urban tourism destinations often attract numerous street food vendors, leading to increased competition, making it challenging for individual vendors to stand out and attract customers. Market saturation results in price wars and reduced profit margins, complicating vendors' efforts to sustain their businesses. Furthermore, in Global South tourist destinations where unemployment is prevalent, many people use SFV as a means of self-employment, leading to market saturation (Peimani & Kamalipour, 2022).

Inadequate infrastructure, lack of proper sanitation facilities and storage space, unavailability of proper waste management systems, and lack of access to clean water facilities increase food safety hazards in SFV (Hossen et al., 2021). Inadequate infrastructure also hampers the overall street food experience for both vendors and customers. In addition, the lack of proper sanitation facilities makes it hard for the street food vendors to comply with health and safety standards; this can impact the perception of hygiene and food safety standards of street food, potentially affecting the overall tourism experience (Marutha & Chelule, 2020).

As neighbourhoods undergo redevelopment and transformation, street food vendors may face higher rents, eviction, and displacement. The changing character of a neighbourhood due to urbanisation and urban development can also alter the street food scene and affect the viability of existing vendors. Urban development projects, the expansion of commercial establishments, and the increasing demand for public spaces can result in the displacement of street food vendors and the reduction of available vending areas (Uwamahoro & Khoo, 2025). Also, SFV faces negative perceptions and stereotypes, particularly regarding hygiene and food safety (Hiamey & Hiamey, 2018). Some tourists and locals perceive street food as unclean and unsafe, which can impact the reputation and customer base of the food vendors. Negative perceptions about SFV, such as concerns about hygiene and cleanliness, can deter potential customers, including tourists, from engaging with street food offerings (Hiamey & Hiamey, 2018). This can impede their economic viability and contribution to the urban tourism experience. In this regard, stereotypes about SFV, such as assumptions about the quality and safety of their products, can lead to cultural stigmatisation and affect the visibility and acceptance of SFV in the urban landscape.

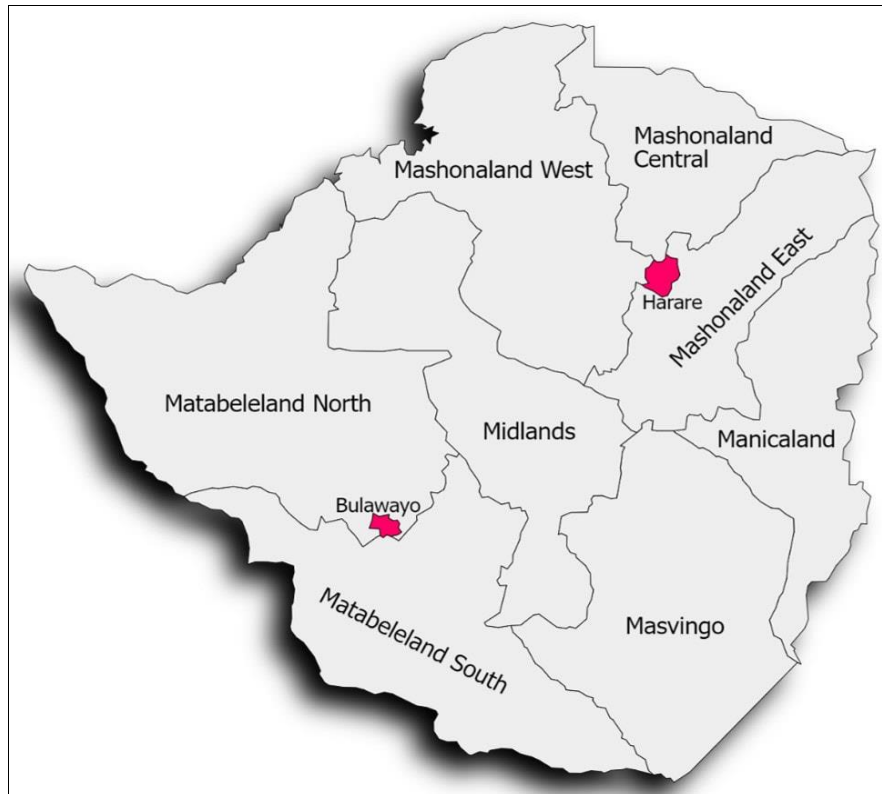
3. Study context

The Bulawayo Central Business District (CBD) covers approximately 5.4 square kilometres and is laid out in a grid pattern, with 17 avenues and 11 streets. The city is known for its vibrant street food, which adds cultural authenticity and enhances the overall travel experience. SFV plays a significant role in urban tourism in Bulawayo, reflecting the city's rich cultural heritage and socio-economic dynamics. The vibrant SFV in Bulawayo offers a variety of local dishes, which enhances the city's appeal as a tourist destination. It has been noted that the informal nature of SFV contributes to the livelihood of the residents,

fostering community engagement and economic resilience. In addition, Bulawayo hosts world-class cultural heritage attractions that can be used to leverage a vibrant SFV sector (Shereni & Ndhlovu, 2024).

As Zimbabwe's second-largest city, Bulawayo is strategically positioned as the commercial and cultural hub of the Matabeleland region (*Figure 1*). The city's spatial layout provides an ideal environment for analysing the spatial distribution of informal economic activities, such as SFV.

Figure 1. Map of Zimbabwe showing the location of Matabeleland region and Bulawayo



Source: Authors

The spatial scope of this study focuses on the CBD, which serves as a gateway and a hub for tourism, cultural exchange, and commerce. A transit and cultural gateway to both Matabeleland North and South, Bulawayo is a critical centre for regional tourism flows. Regarding culture, the city holds deep historical and symbolic significance as the epicentre of Ndebele heritage. The street food economy in Bulawayo CBD prominently showcases Ndebele cuisine, which sustains local livelihoods and is a form of cultural preservation and transmission. The cuisine reflects local, indigenous knowledge and culinary traditions, providing visitors with authentic experiences. Overall, Bulawayo represents a typical Global South city where tradition and modernity coexist, with its street food reflecting this dual identity by offering both modern fast-food and traditional Ndebele cuisine. Such a blend augments the tourists' experiences through catering to diverse tastes and highlighting the

living culture of the Matabeleland people. Therefore, street food in Bulawayo is both a cultural bridge between locals and visitors and a significant economic activity.

From a regulatory perspective, the Bulawayo city council requires all informal traders, including street food vendors, to obtain a vending license before they start operating. Licensing fees vary by location: those operating within the CBD are required to pay an annual fee of USD 23 and an additional monthly site rental fee of USD 11.50, while vendors operating outside the CBD pay half of these amounts (Bulawayo City Council, 2024). Food vendors are additionally required to undergo a health examination and food-handling training with the City of Bulawayo Health Services Department. Vending space is allocated by the city council rather than freely chosen by vendors, ensuring that vendors meet all hygiene standards. Vendors operating outside designated places are classified as illegal vendors and are subject to enforcement under the city's laws (Bulawayo City Council, 2024).

SFV in the Bulawayo CBD differs prominently from vending in the city's residential areas. Within the CBD, street food vendors are located in high-transit areas, targeting commuters, visitors and shoppers looking for quick, affordable, and culturally distinct culinary experiences. Its development is shaped by everyday commercial life in the city, with tourism benefits emerging as a byproduct of that everyday vibrancy. However, food vending outside the CBD primarily serves the needs of the working population and individual households.

4. Methodology

This study adopted an exploratory qualitative research design to get the real-life experiences of the research participants (Creswell, 2013) and to gain insight into the relationship between SFV and urban tourism development in Bulawayo. Semi-structured interviews were done with twenty-five street vendors in the Bulawayo CBD. Interviews were conducted between March and April 2024, using an interview guide with questions organised around the study's three objectives, the role of SFV in urban tourism development, the socio-economic impacts of SFV, and the challenges faced in developing SFV. Follow-up questions were used flexibly to allow the participants to elaborate on issues raised. All interviews were audio-recorded with the participants' permission and transcribed verbatim.

Given the limited research on this subject in the local context, an informal, flexible design was used to facilitate the collection of authentic, grassroots data. The researchers employed a convenience sampling technique to select study participants based on their accessibility and availability during field visits. Such an approach helped the researchers engage directly with the vendors in their natural work environment, collating spontaneous, voluntary insights without the influence of institutional or formal gatekeeping structures. The empirical findings presented in this study are thus based on the lived experiences of 25 street food vendors interviewed.

Various ethical considerations were followed in the design and conduct of this study to ensure adherence to the ethical requirements of academic research. Verbal informed consent was obtained from all 25 participants prior to the interviews, during which the purpose of the study, the voluntary nature, and their right to withdraw at any time were explained. In addition, to maintain participant privacy and anonymity, no identifying information was collected from the vendors. In the manuscript, participants are identified using unique codes rather than their names. Data collected was stored securely and only used for the purposes of this study.

Data analysis followed a manual inductive thematic approach. The process began with an iterative reading of the interview transcripts to familiarise with the data. This was followed by the generation of initial codes to capture ideas, expressions, and lived experiences of the vendors. The codes were then combined to form broader themes consolidated around the objectives of the study. This allowed the themes to emerge from the vendors' lived experiences rather than being imposed on the data from existing frameworks.

5. Results

5.1 Profile of street food vendors

SFV in the Global South is associated with the informal sector, where a cohort of vendors ventures into city spaces that are highly unregulated and unaccounted for (Rogerson & Rogerson, 2025). These vendors do so as a means of livelihood sustenance (Timothy & Teye, 2005). An earlier study on South Africa identified this activity as an attractive income venture, especially for socio-economically vulnerable populations (Motala, 2002). A similar pattern is observed in post-COVID-19 South Africa, where Nyathi et al.'s (2024) case study of informal food vendors in Johannesburg reveals that the sector is largely dominated by economically vulnerable populations seeking livelihood opportunities within unregulated urban spaces.

More specifically, as revealed by Tawodzera (2019a), the demographic characteristics of street food vendors in the Global South show strong participation by women, youth, and middle-aged individuals who depend on vending as either a primary or supplementary source of income. Many of these vendors have been reported to have some form of education, with secondary school completion being the most common (Nyathi et al., 2024; Sepadi & Nkosi, 2023; Tawodzera, 2019b). Literature on this activity also reveals that other demographic characteristics such as gender, age, and years of experience play a significant role in determining the vending practises, food handling behaviours, income generation, and entrepreneurial sustainability (Food & Agriculture Organisation, 2020; Magidi, 2019; Magidi, 2025; Sepadi & Nkosi, 2023).

In the case of Bulawayo, street food vendors closely reflect the broader Global South pattern in that vending is largely dominated by vulnerable socio-economic populations seeking livelihood sustainability. The empirical findings show that the sector is dominated

by women and youth who have been relying on this activity for at least three years as a livelihood and income-generating activity (Table 1). Attention now shifts to these vendors' lived experiences and reflections on the impact of SFV on tourism and socio-economic dynamics in the city, as well as challenges that are experienced.

Table 1. Demographic profile of research participants

Participant identifiers*	Age	Gender	Level of education	Number of years as a street food vendor
SFV1	34	Male	High school	3
SFV2	25	Female	Tourism student	2
SFV3	-	Male	Diploma in professional cookery	5
SFV4	24	Female	High school	3
SFV5	25	Female	High school	3
SFV6	37	Female	National certificate in baking	6
SFV7	45	Female	High school	10
SFV8	29	Male	High school	3
SFV9	24	Female	High school	2
SFV10	39	Female	Diploma in finance and accounting	8
SFV11	49	Female	Honours degree in marketing	8
SFV12	23	Female	High school	2
SFV13	50	Female	High school	14
SFV14	56	Male	-	17
SFV15	45	Male	Honours degree in accounting	11
SFV16	31	Female	National certificate in beauty therapy	12
SFV17	47	Male	High school	10
SFV18	29	Female	High school	6
SFV19	39	Male	Honours degree in tourism and hospitality management	6
SFV20	35	Male	High school	5
SFV21	27	Female	Diploma in food and professional cookery	4
SFV22	37	Female	-	10
SFV23	45	Female	-	19
SFV24	28	Female	Undergraduate degree	8
SFV25	49	Female	High school	10

*Identifiers were used to maintain anonymity and satisfy the ethical requirements of research.

SFV = Street food vendor; 1 represents the number of the vendor. Source: Authors

5.2 The role of SFV in urban tourism developments

SFV has largely been viewed in tourism scholarship as a vital element of urban tourism systems, especially in the Global South, where the informal economy plays a significant developmental role. A bibliometric analysis-based study on this phenomenon by Makoni and Mearns (2025) reveals that this sector dominates the informal tourism economy in major cities of the Global South. Nyathi et al. (2024) note that SFV aids destination image-building, cultural preservation, the development of urban tourism offerings, and the enhancement of tourists' experiences. Sepadi and Nkosi (2023) state that street food spaces in major cities are centres of an informal cultural landscape where tourists engage not only in food purchase and consumption but also in everyday urban life, local identities, and traditions through food consumption. In addition, the integration of informal SFV into urban tourism economies is linked to broader socio-economic dynamics, such as employment creation, entrepreneurship, and social capital (Rogerson & Mushawemhuka, 2015; Tawodzera, 2019a, 2019b; ILO, 2020). These impacts are also evident in Bulawayo, as participants identified various ways in which food vending aids urban tourism development in the city. Some of the key responses in this regard included:

"...I think it allows tourists to enhance the cultural experience, so here in Bulawayo we sell traditional foods[...]I think it helps create social communities between locals and the tourists hence the tourists can get an insight into the daily livelihoods of the local community as well as the locals can learn about the tourists. I also think it plays a role in cultural exchange because people can exchange their cultures and learn new recipes, allowing community members to showcase and experience multicultural food and crafts" (SFV5).

"Street food vending brings out the culture of a town, tourists get to experience the food aspect of a city [...] Street food vending also enhances experience not just through food but through the interaction with the locals as tourists buy the food, there is an exchange of culture and appreciation of other cultures" (SFV11).

The findings position SFV as a significant aspect of cultural exchange within the city's urban tourism landscape. Participants consistently associated SFV with tourists' activities. Engagement in local culinary activities, indigenous cultural practices, and participation in daily social life were among the key tourism activities mentioned by tourists, which they pursue through food purchases and consumption within city spaces in Bulawayo. The findings also suggest that the street food economy serves as an informal space for interaction in which cultural knowledge and identities are exchanged between tourists and locals. This supports the view that gastronomy tourism extends beyond eating to involve social interaction, cultural exchange, and experiential authenticity (Motala, 2002; Nyoni et al., 2025). Besides the cultural exchange, SFV was also seen as a mechanism for destination image enhancement and competitiveness:

"Destinations become unique, it makes a destination sellable" (SFV9).

"It makes a city different from other destinations, making it unique and recognised by different stakeholders, hence helping lure more tourists into the city" (SFV7).

“Street food vending contributes to infrastructural development; it makes the city look nice and helps draw in more visitors into the city” (SFV5).

The findings also reveal that SFV is perceived as a significant livelihood strategy responsible for job-creation opportunities. In addition, the sector was viewed as a key source of indirect employment creation across informal urban economies. Participants linked food vending to household survival strategies and poverty alleviation, reinforcing the developmental significance of informal economies amid high unemployment and economic instability. Similarly, studies by Tawodzera (2019a), Makoni (2023), and Nyathi et al. (2024) reveal that SFV serves dual roles, functioning as a livelihood strategy and enhancing the urban tourism experience. The Bulawayo evidence from the 25 research participants regarding these included statements, such as:

“It helps promote other local businesses such as agricultural-based businesses involved in the farming of the ingredients used by street food vendors and the transport sector that transports these products” (SFV12).

“From my understanding, I think street food vending helps boost businesses in a sense that those people that travel for gastronomy purposes will need accommodation at the end of the day, hence they come to us for those services, therefore increasing clientele in our lodges” (SFV1).

Overall, these findings demonstrate that SFV involves more than a tourism-related activity within the city’s urban landscape. This activity contributes significantly to destination competitiveness, cultural preservation, and the enhancement of interconnected local industries such as transport, accommodation, agriculture, and retail businesses, thereby reinforcing its broader developmental value within Bulawayo’s tourism economy. These dynamics underscore the extent to which SFV affects daily livelihoods and local socio-economic structures beyond tourism consumption alone in a typical Global South city.

5.3 Socio-economic impacts of SFV

Despite the limited scholarship on the informal sector in the Global South, existing research reveals that the sector is a significant socio-economic activity that is at the forefront of employment creation, social inclusion, livelihood diversification and entrepreneurship development (FAO, 2020; ILO, 2020; Makoni & Mearns, 2025; Rogerson & Rogerson, 2025). Further, the informal food economy is associated with the enhancement of local economic networks through micro-enterprise activities, poverty alleviation, and informal skills transfer (Tawodzera, 2019b; Magidi, 2025). In the context of tourism, SFV plays a vital role in social interaction and community vibrancy by creating spaces where residents and visitors engage in shared culinary experiences (Nyathi et al., 2024).

Similarly, the Bulawayo case demonstrates employment creation, entrepreneurship development, skills development and social interactions as key socio-economic impacts of SFV in the city. The findings position informal food vending as a significant livelihood activity in Bulawayo’s informal economy. Participants consistently linked the sector with

direct and indirect job creation, especially for economically marginalised population groups who have limited access to formal employment opportunities. In addition, emphasis was placed on household sustenance and income generation, suggesting that the sector serves as a critical socio-economic coping mechanism amid economic uncertainty and urban unemployment. Evidence of this is demonstrated in responses from the street food vendors in Bulawayo:

“One person can employ 3 people, so when we have 10 people doing street food vending, it means we have employed 30 people. What about if we have 100 people who can employ 3 people each, that means 300 people will be employed now” (SFV1).

“It creates jobs, hence people can sustain themselves [...] of course, it is not formal, maybe they could formalise it to make things better. We can take our children to school and manage our households through food vending” (SFV10).

These findings reinforce the broader discourse and debates on the informal economy literature that SFV plays a critical role in livelihood diversification and poverty alleviation through providing income and employment opportunities across Global South cities. Despite the limited scholarship on informality within Global South contexts, the Bulawayo case study mirrors patterns observed in earlier studies dating back to the late 1980s. In this regard, Rogerson (1989) observed that Harare mirrored many major African cities that had become centres of economically related rural–urban migration, where migrants sought economic refuge through income-generating activities, livelihood sustenance, and employment opportunities in the informal sector.

Subsequently, Global South scholarship has increasingly shown that the socio-economic importance of informal sector activities, such as SFV, is neither a recent concept nor a phenomenon still in its infancy. Instead, despite decades of evidence highlighting the sector’s role in livelihoods, employment, and urban survival strategies, the realities of the informal sector have largely been overshadowed by dominant development trajectories that constantly prioritise the ‘formal’ sector’s development and modern urban economic systems. In addition, this evolving conversation on informality has positioned the sector as a significant incubator of entrepreneurship, especially in Global South cities where a wide spectrum of informal economic activities, such as food vending, provide accessible entry points into small business ventures, self-employment and micro-enterprise development. The Bulawayo food vendors showed excitement regarding the sector’s entrepreneurial prospects associated with informal food vending:

“... Food vending inspires us to open our own businesses” (SFV3).

“It promotes entrepreneurship and encourages locals to start businesses” (SFV5).

The results further demonstrated that SFV is a paramount contributor to social vibrancy in urban centres by creating spaces for interaction between tourists and locals. Vending spaces were viewed as platforms for social engagements through shared food experiences:

“It promotes skill development, e.g., cooking and management skills, because you will be doing some of the things alone. You got a shop, you are the manager, you are the director, you

are the chef, so basically you do everything so that you can learn management skills from there” (SFV6).

“It gives us an opportunity to directly interact with the guests. We can speak directly with the clients, and then we give them our traditional food; in that way, there is cultural exchange. We also get to learn about their culture as much as they learn about our culture” (SFV9).

“I think it helps create social communities between locals and the tourists hence the tourist can get an insight into the daily livelihood of the local community as well and the locals can learn about the tourists. I think it plays a role in cultural exchange because people can exchange their cultures and learn new recipes” (SFV7).

5.4 Challenges faced in developing SFV

Current scholarship on informality in the Global South indicates that SFV in urban environments is frequently shaped by structural and operational challenges related to informality, limited regulatory and policy support, inefficient urban planning, and scant institutional support. Makoni (2023) identifies harassment by local authorities, increased competition, and policy exclusion as key challenges faced by informal vendors in city spaces. Safety concerns, particularly financial and goods security, were identified in the case of Johannesburg street food vendors (Nyathi et al., 2024).

In the FAO (2020) report, health concerns, particularly food preparation and consumption in unregulated spaces, are listed as critical challenges faced by street food vendors, affecting their businesses and, more broadly, food security in African cities. Many of these challenges have been observed to emerge from tensions between informal activities and formal governance systems, which are known to exclude the informal economy in rapidly urbanising cities (Makoni, 2023). Similar challenges were expressed by the Bulawayo street food vendors:

“There is the harassment part, we are receiving unfair treatment from the city council, these guys, when they come, they take our things just like that. In some cases, people get injured as they run away from the city council, afraid that their things will be taken away. So it becomes more of a disadvantage considering that we have low profits and we are expected to pay a fine using that small money” (SFV11).

“Some people are operating in places where they are selling cooked food with no running water, nearby toilets or mobile toilets and proper sewage, this raises serious health concerns” (SFV10).

“I think the most challenge is that it requires licensing, street food vending requires a license to operate and these licenses are very expensive which becomes hard for the street food vendors to have licenses. The regulation issues such as food handler’s certificate, which is also costly” (SFV13).

“...and there is a lot of competition as many people are now partaking in street food vending” (SFV19).

“We are not trained to interact with the tourists. There is a communication breakdown; we can sell the wrong product to the tourist. We have never been trained to understand the nature of tourists and how to carry ourselves around them” (SFV16).

“We are not trained on the etiquette, we do not know how to carry ourselves around the tourists” (SFV21).

Overall, if SFV is to generate meaningful benefits for urban informality, there is a need for collaboration amongst regulators, destination planners, and informal vendors.

6. Conclusion

For more than three decades, the realities observed in the Bulawayo case study have continued to unfold persistently within the shadows of rapidly urbanising Global South urban centres (Rogerson, 1989; Timothy & Teye, 2005; Reddy et al., 2020; Makoni, 2023; Makoni & Mearns, 2025; Rogerson & Rogerson, 2025). This study, therefore, concludes that the informal economy in the Global South serves as a refuge for millions of livelihoods, yet remains largely overlooked in mainstream urban planning and development, as well as in tourism planning and policy conversations. The Bulawayo case study demonstrates that SFV plays a far more important role in the urban landscape than is often acknowledged. The sector was noted to operate as both an informal survivalist strategy for the economically marginalised populace and a multifaceted urban tourism economic activity that undoubtedly has a significant impact on cultural preservation, entrepreneurship, social capital, job creation, and destination competitiveness.

It was also observed that the sector functions as a vital link between tourism and daily urban life, in which street food practises are integrated into the broader socio-economic fabric of the Global South, characterised by livelihood survival through participation in informal activities. These findings reflect the broader patterns across major cities in the Global South, where food economies continue to shape urban tourism experiences while remaining structurally marginalised within formal policy systems (Makoni, 2023; Nyathi et al., 2024). From a broader perspective, this study’s findings have significant implications for the continued invisibility of the informal tourism sector in a rapidly urbanising Global South, which is associated with the prioritisation of the formal sector. While informal SFV continues to aid local economic development, cultural vibrancy, and tourism experiences, the sector operates under various restrictions, including regulatory exclusion, infrastructural deficiencies, limited institutional support, and several health and safety challenges. The persistence of these conditions demands a rethinking of the conceptualisation of the informal economy in the Global South, particularly within the tourism and urban development frameworks.

As is, the sector remains positioned in a contradictory reality where it is treated as a peripheral urban activity, yet its practical outputs equate it as the other half of the business tourism economy in the Global South urbanscape (Rogerson & Rogerson, 2021). There is, therefore, a need to acknowledge and appreciate the sector as an unwavering aspect of

urban tourism systems and a vital livelihood activity for many people. The tenacity of SFV across major cities in the Global South reflects failed conventional tourism and urban development models to comprehensively integrate the socio-economic realities of the precipitously growing urban populations. Yet, besides functioning at the margins of policy visibility and formal economic recognition, the informal sector has continued to shape urban experiences, reproduce daily forms of economic resilience- particularly within the food economy, and sustain livelihoods in contemporary Global South major cities. Ultimately, this study positions itself as a thought-provoking contribution to the growing scholarship on informality in the Global South, advocating for a broader context-sensitive, inclusive and people-centred approach to urban tourism development.

Looking ahead, the Bulawayo case study suggests that formalisation of the SFV sector through robust regulations, seasonal food festivals, and designated operating locations could translate its current socio-economic contributions into a viable urban tourism product. SFV is placed to integrate seamlessly into other activities within urban tourism. Associated attractions such as Ndebele culture, colonial heritage, cultural festivals, heritage trails, and accommodation offerings can be marketed alongside informal food vending as a single, more compelling destination experience.

The study is not without limitations. First, the use of convenience sampling limits the generalisability of the findings, even though it suits the exploratory and qualitative aims. Second, the study was confined to informal food vendors operating in Bulawayo's CBD, and the experiences reported may not reflect those of vendors elsewhere. Third, data were collected over a short period of time (March–April 2024); as such, the findings represent a cross-sectional snapshot that may not capture seasonal variations, changes in demand, or regulatory enforcement. Fourth, the findings rely on self-reported accounts from the informal food vendors without triangulation from council officials, tourists, or direct observation. Future research can incorporate multiple stakeholders and use longitudinal and mixed-methods approaches, building on the findings of this study.

References

- Abrahale, K., Sousa, S., Albuquerque, G., Padrão, P., & Lunet, N. (2019). Street food research worldwide: A scoping review. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 32 (2): 152–174. DOI: 10.1111/jhn.12604
- Adaku, A. A., Egyir, I. S., Gadegbeku, C., Kunadu, A. P. H., Amanor-Boadu, V., & Laar, A. (2024). Barriers to ensuring and sustaining street food safety in a developing economy. *Heliyon*, 10 (11): e32190. DOI: 10.1016/j.heliyon.2024.e32190
- Anand, S. & Jagadeesh, K. (2022). Neighborhoods and their impacts on the informal food economy of Bengaluru. *Cities*, 126 (November 2021): 103672. DOI: 10.1016/j.cities.2022.103672
- Ashworth, G. & Page, S.J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32 (1): 1–15. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.02.002

- Bourlessas, P., Cenere, S., & Vanolo, A. (2022). The work of foodification: An analysis of food gentrification in Turin, Italy. *Urban Geography*, 43 (9): 1328–1349.
DOI: 10.1080/02723638.2021.1927547
- Bulawayo City Council (2024). Deadline for movement of informal traders to designated vending sites [Public notice]. citybyo.co.zw.
<https://www.citybyo.co.zw/Notices/InformalTrading/>
- Caramaschi, S. (2024). Ingredients for displacement: An exploration of the role of street food advocates in San Francisco’s changing environment. *Urban Geography*, 45 (3): 390–410. DOI: 10.1080/02723638.2023.2189393
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design* (3rd ed.). London: SAGE.
- Czarniecka-Skubina, E., Trafiałek, J., Wiatrowski, M., & Głuchowski, A. (2018). An evaluation of the hygiene practices of European street food vendors and a preliminary estimation of food safety for consumers, conducted in Paris. *Journal of Food Protection*, 81 (10): 1614–1621. DOI: 10.4315/0362-028X.JFP-18-165
- FAO (2020). *Advancing “Healthy Street Food Incentives” to boost the safety and nutritional balance of street food in Sub-Saharan Africa - TCP/RAF/3611*. Food & Agriculture Organisation, FAO Regional Office for Africa.
<https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cb1267en/>
- Hiamey, S. E. & Hiamey, G. A. (2018). Street food consumption in a Ghanaian metropolis: The concerns determining consumption and non-consumption. *Food Control*, 92: 121–127. DOI: 10.1016/j.foodcont.2018.04.034
- Hill, J., McHiza, Z., Puoane, T., & Steyn, N. P. (2019). The development of an evidence-based street food vending model within a socioecological framework: A guide for African countries. *PLoS ONE*, 14 (10): 1–23. DOI: 10.1371/journal.pone.0223535
- Hossen, M. T., Ferdaus, M. J., Hasan, M. M., Lina, N. N., Das, A. K., Barman, S. K., Paul, D. K., & Roy, R. K. (2021). Food safety knowledge, attitudes and practices of street food vendors in Jashore region, Bangladesh. *Food Science and Technology (Brazil)*, 41 (June): 226–239. DOI: 10.1590/fst.13320
- Huynh-Van, B., Vuong-Thao, V., Huynh-Thi-Thanh, T., Dang-Xuan, S., Huynh-Van, T., Tran-To, L., Nguyen-Thi-Thao, N., Huynh-Bach, C., & Nguyen-Viet, H. (2022). Factors associated with food safety compliance among street food vendors in Can Tho city, Vietnam: Implications for intervention activity design and implementation. *BMC Public Health*, 22 (1): 1–11. DOI: 10.1186/s12889-022-12497-2
- ILO (2020). *The Right to the City and informal economy workers in public spaces*. International Labour Organisation. <https://streetnet.org.za/2021/10/05/the-right-to-the-city-and-informal-economy-workers-in-public-spaces/>
- Jimenez-Arpiza, P., Dávila-Navarrete, T.A., Salazar, R., Jiménez-Hernández, J., Saldaña-Almazán, J., & Maldonado-Astudillo, Y. I. (2026). Gastronomic identity, perceived authenticity, and satisfaction in food tourism destinations: A systematic literature review. *Tourism and Hospitality*, 7 (8): 236. DOI: 10.3390/tourhosp7080236

- Joassart-Marcelli, P., Bosco, F. J., Vadun-Lemp, N., & Brazda, T. (2024). Whose sidewalk is it? Street vendors and the battle for San Diego's foodscape. *Urban Geography*, 46 (4): 1–20. DOI: 10.1080/02723638.2024.2388947
- Koch, R. (2015). Licensing, popular practices and public spaces: An inquiry via the Geographies of Street Food Vending. *International Journal of Urban and Regional Research*, 39 (6): 1231–1250. DOI: 10.1111/1468-2427.12316
- Magidi, M. (2025). The transformation of Zimbabwe's informal economy: From petty trade to vibrant sector. *Journal of Asian and African Studies*, 60 (8): 5090–5106. DOI: 10.1177/00219096241275388
- Magidi, M. (2019). *Sustaining livelihoods in Norton Town after deindustrialization in Zimbabwe*. PhD dissertation, Durban: University of KwaZulu-Natal
- Makoni, L. (2023). *The nature of business tourism economy in Harare, Zimbabwe*. PhD dissertation (Tourism and Hospitality Management), University of Johannesburg, South Africa.
- Makoni, L. & Mearns, K. (2025). Informal tourism and sustainable development in Africa: Insights from a systematic literature review and content analysis. *Revista Română de Geografie Politică*, 27 (2): 66–83. DOI: 10.30892/rrgp.272101-390
- Maphosa, M. (2026). Informal entrepreneurship and urban space: A case study of food vendors in Bulawayo, Zimbabwe. *Journal of Asian and African Studies*, 61 (3): 1878–1894. DOI: 10.1177/00219096251325545
- Marutha, K. J. & Chelule, P. K. (2020). Safe food handling knowledge and practices of street food vendors in Polokwane Central Business District. *Foods*, 9 (11): 1560. DOI: 10.3390/foods9111560
- McKay, F. H., Singh, A., Singh, S., Good, S., & Osborne, R. H. (2016). Street vendors in Patna, India: Understanding the socio-economic profile, livelihood and hygiene practices. *Food Control*, 70: 281–285. DOI: 10.1016/j.foodcont.2016.05.061
- Motala, S. (2002). *Organizing in the informal economy: A case study of street trading in South Africa* (No. 993581543402676). International Labour Organization.
- Navarrete-Hernández, P., Alford, M., & Toro, F. (2023). Inclusive informal-to-informal trade: The poverty alleviation potential of street vendors' trade networks in Santiago de Chile. *Third World Quarterly*, 44 (8): 1844–1864. DOI: 10.1080/01436597.2023.2208060
- Nkosi, N. V. & Tabit, F. T. (2021). The food safety knowledge of street food vendors and the sanitary conditions of their street food vending environment in the Zululand District, South Africa. *Heliyon*, 7 (7): e07640. DOI: 10.1016/j.heliyon.2021.e07640
- Nyathi, T. R., Makoni, L., & Mearns, K. (2024). Unraveling the fabric of Johannesburg's informal food vending sector. *Studia Periegetica*, 46 (2): 115–134. DOI: 10.58683/sp.2028
- Nyoni, W. A., Shereni, N. C., & Rogerson, J. M. (2025). Gastronomy and urban destination development in Zimbabwe: The case of Bulawayo. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 14 (4): 830–838. DOI: 10.46222/ajhtl.19770720.667
- Peimani, N. & Kamalipour, H. (2022). Informal street vending: A systematic review. *Land*, 11 (6): 1–21. DOI: 10.3390/land11060829

- Petersen, L. M. & Charman, A. J. E. (2018). The scope and scale of the informal food economy of South African urban residential townships: Results of a small-area micro-enterprise census. *Development Southern Africa*, 35 (1): 1–23. DOI: 10.1080/0376835X.2017.1363643
- Petersen, L. M., Charman, A. J. E., & Kroll, F. J. (2018). Trade dynamics in Cape Town township informal foodservice – A qualitative and supply chain study. *Development Southern Africa*, 35 (1): 70–89. DOI: 10.1080/0376835X.2017.1412297
- Pulliat, G., Block, D., Bruckert, M., Nussbaum-Barberena, L., Dreysse, C., Dupé, P., & Perrin, C. (2024). Governing the nurturing city: The uneven enforcement of street food vending regulations. *Urban Geography*, 45 (7): 1148–1172. DOI: 10.1080/02723638.2023.2279872
- Reddy, A. A., Ricart, S., & Cadman, T. (2020). Driving factors of food safety standards in India: learning from street-food vendors' behaviour and attitude. *Food Security*, 12 (6): 1201–1217. DOI: 10.1007/s12571-020-01048-5
- Rogerson, C. M. (1989). Managing the decolonizing city in southern Africa. *South African Geographical Journal*, 71 (3): 201–208. DOI: 10.1080/03736245.1989.9713536
- Rogerson, C. M. & Rogerson, J. M. (2021). The other half of urban tourism: Research directions in the Global South. In: C. M. Rogerson & J. M. Rogerson (Eds.), *Urban tourism in the Global South: South African perspectives* Cham: Springer, pp. 1–37. DOI: 10.1007/978-3-030-71547-2_1
- Rogerson, C. M. & Rogerson, J. M. (2025). Women informal business tourists in urban Southern Africa: Circuits, drivers and challenges. *Tourism – An International Interdisciplinary Journal*, 73 (1): 113–125. DOI: 10.37741/t.73.1.8
- Rogerson, J. M. & Mushawemhuka, W. (2015). Transnational entrepreneurship in the Global South: Evidence from Southern Africa. *Bulletin of Geography: Socio-Economic Series*, 30: 135–146. DOI: 10.1515/bog-2015-0040
- Sepadi, M. M. & Nkosi, V. (2023). Health risk assessment of informal food vendors: A comparative study in Johannesburg, South Africa. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20 (3): 2736. DOI: 10.3390/ijerph20032736
- Shereni, N. C. & Ndhlovu, E. (2024). Prospects of peer-to-peer accommodation platforms in urban tourism in Zimbabwe. In: *Tourism and hospitality for sustainable development: Volume 1: Technological innovations and development realities*. Cham: Springer Nature, pp. 75–86). DOI: 10.1007/978-3-031-63069-9_5
- Swai, O. A. (2019). Architectural dynamics of street food-vending activities in Dar es Salaam city centre, Tanzania. *Urban Design International*, 24 (2): 129–141. DOI: 10.1057/s41289-019-00083-9
- Tawodzera, G. (2019a). Food vending and the urban informal sector in Cape Town, South Africa. *Waterloo: Hungry Cities Partnership Discussion Paper*, 23.
- Tawodzera, G. (2019b). The nature and operations of informal food vendors in Cape Town. *Urban Forum*, 30 (4): 443–459. DOI: 10.1007/s12132-019-09370-8

- Timothy, D. J. & Teye, V. B. (2005). Informal sector business travelers in the developing world: A borderlands perspective. *The Journal of Tourism Studies*, 16: 82–92.
- Trafialek, J., Drosinos, E. H., Laskowski, W., Jakubowska-Gawlik, K., Tzamalís, P., Leksawasdi, N., Surawang, S., & Kolanowski, W. (2018). Street food vendors' hygienic practices in some Asian and EU countries – A survey. *Food Control*, 85: 212–222.
DOI: 10.1016/j.foodcont.2017.09.030
- Uwamahoro, M. C. & Khoo, E. (2025). Forced to move: A scoping review of research on the vulnerability of street vendors in the context of urban development in Sub-Saharan Africa. *Social Sciences*, 14 (11): 645. DOI: 10.3390/socsci14110645

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 megköntés 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/aktualis-szamunk/>
<https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/archivum/>

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>
- CLARIVATE PROQUEST – <https://www.proquest.com>

A kéziratok beküldhetők a szerkesztoseg@turisztikaitanulmanyok.hu címre küldött levélhez, vagy feltölthetők a <https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/kezirat-bekuldese/> linken keresztül. További részletekért kérjük, látogasson el folyóiratunk weboldalára: <https://www.turisztikaitanulmanyok.hu/>

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>
- CLARIVATE PROQUEST – <https://www.proquest.com>

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