

XXVI. ÉVFOLYAM 2. SZÁM | 2026

BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM | CORVINUS UNIVERSITY OF BUDAPEST

Turizmus Bulletin

**Érzelmek és racionalitás az utazástervezés fázisában:
döntéshozatali mechanizmusok vizsgálata**

**Tourism seasonality in academic research:
A review of sustainability issues**

**Tourism-led economic transformation in developing countries:
A systematic literature review**

**A Kárpát-medence szecessziós építészetének
turisztikai hasznosítási lehetőségei**

Székelyföld turizmusa a stratégiaalkotás útján

**A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG
SZAKMAI ÉS TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA**

Turizmus Bulletin

A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG
SZAKMAI ÉS TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA

XXVI. évfolyam 2. szám, 2026

Turizmus Bulletin

A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG
SZAKMAI ÉS TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA

XXVI. évfolyam 2. szám, 2026

FŐSZERKESZTŐ:

Jászberényi Melinda, PhD, egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem

FELELŐS SZERKESZTŐ:

Szalai Katalin, PhD, egyetemi docens
Kodolányi János Egyetem

TÁRSSZERKESZTŐ:

Jámbor Attila, MTA doktora, egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem

Princzinger Péter, dr. jur, elnök
Magyar Turisztikai Szövetség

OLVASÓSZERKESZTŐ:

Miskolczi Márk

SZERKESZTŐBIZOTTSÁG ELNÖKE:

Michalkó Gábor, MTA doktora,
egyetemi tanár; tudományos tanácsadó
Pannon Egyetem; HUN-REN CSFK FTI

TUDOMÁNYOS TANÁCSADÓ TESTÜLET

Aubert Antal, kandidátus, professor emeritus
Pécsi Tudományegyetem

Dávid Lóránt, PhD, egyetemi tanár
Neumann János Egyetem

Hinek Mátyás, PhD, főiskolai tanár
Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem

Irimiás Anna, PhD, kutató, egyetemi tanár
Universita degli Studi di Trento (Olaszország)
Budapesti Corvinus Egyetem

Jandala Csilla, kandidátus,
alapító-főszerkesztő

Kenesei Zsófia, PhD, egyetemi tanár
Budapesti Corvinus Egyetem

Kincses Áron, MTA doktora, elnök
Központi Statisztikai Hivatal

Kiss Róbert, PhD, egyetemi adjunktus
I-Shou University (Tajvan)

Kóródi Márta, PhD, főiskolai tanár
Debreceni Egyetem

Kraft Péter, alelnök
Turizmusfejlesztők és Tanácsadók Szövetsége

Lőrincz Katalin, PhD,
egyetemi docens
Pannon Egyetem

Melanie Smith, PhD, egyetemi docens
Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem

Puczko László, PhD, tanácsadó
Xellum Kft.

Pusztai Bertalan, MTA doktora, egyetemi tanár
Szegedi Tudományegyetem

Rátz Tamara, PhD, főiskolai tanár
Kodolányi János Egyetem

Szende Péter, DBA, egyetemi tanár
Culinary Institute of America (USA)

Zátori Anita, PhD, egyetemi docens
Radford University (USA)

Kiadja: Magyar Turisztikai Ügynökség; 1027 Budapest, Kacska utca 15-23.
Felelős kiadó: Egresitsné Firtl Katalin, vezérigazgató (Magyar Turisztikai Ügynökség)
– Bruno van Pottelsberghe, rektor (Budapesti Corvinus Egyetem)

Szerkesztőség: Healing Média Kiadó Kft.; 1142 Budapest, Erzsébet királyné útja 125.
Kapcsolat: turizmusbulletin@uni-corvinus.hu

Címlapfotó: Svastits Krisztián

ISSN 1416-9967 (Nyomtatott); ISSN 1587-0928 (Online)

Tördelőszerkesztés: Király Zoltán, CCPrinting Kft.
Nyomdai munka: CC Printing Kft; Felelős vezető: Könczey Áron; ccprinting.hu

Tartalom

TANULMÁNYOK/ARTICLES

- Onczay-Török Réka Szabina*
Érzelmekek és racionalitás az utazástervezés fázisában: döntéshozatali mechanizmusok vizsgálata 4

MŰHELYTANULMÁNYOK/RESEARCH PAPERS

- Saheleh Taheri*
Tourism seasonality in academic research: A review of sustainability issues 13
- Yousra Zaid – Lóránt Dénes Dávid*
Tourism-led economic transformation in developing countries: A systematic literature review 22
- Tózsér Anett – Rátz Tamara*
A Kárpát-medence szecessziós építészetének turisztikai hasznosítási lehetőségei 31
- Tóth-Batizán Emese – Tóth-Batizán Gergő*
Székelyföld turizmusa a stratégiaalkotás útján 41

RECENZÍÓ/BOOK REVIEW

- Kulcsár László*
Filmturizmus a Kárpát-medencében 50

Érzelmekek és racionalitás az utazástervezés fázisában: döntéshozatali mechanizmusok vizsgálata

Emotions and rationality in travel planning: Examining decision-making mechanisms

Szerző: Onczay-Török Réka Szabina¹

A turizmus és a digitalizáció fejlődése átalakította az utazók döntéshozatalát, megkérdőjelezve a klasszikus haszonmaximalizáló modellek érvényességét. A tanulmány célja a turisztikai döntéshozatal befolyásoló viselkedés-gazdaságtani jelenségek feltárása, különös tekintettel az utazás tervezési szakaszára, ahol a desztináció- és szállásválasztás történik. A kvalitatív, félig strukturált mélyinterjú kutatás kilenc, aktív korú, rendszeresen utazó személy döntési módszereit és a kognitív torzításokat vizsgálja. Az eredmények alapján a desztinációválasztás jellemzően érzelmi alapon történik, míg a szállásválasztás inkább egy preferenciarendszerre épülő, megfontoltabb folyamat. A döntéseket több viselkedés-gazdaságtani torzítás befolyásolja, amelyek ismerete hozzájárulhat a célzottabb és hatékonyabb marketingkommunikációhoz.

The development of tourism and digitalization has transformed travelers' decision-making processes, calling into question the validity of classical utility-maximizing models. The aim of the study is to explore the behavioral economics phenomena influencing tourism-related decision-making, with particular emphasis on the travel planning phase, during which destination and accommodation choices are made. The qualitative, semi-structured in-depth interview research examines the decision-making methods and cognitive biases of nine working-age individuals who travel regularly. Based on the results, destination choice is typically driven by emotions, while accommodation choice is a more deliberate process based on a system of preferences. Decisions are influenced by several behavioral economic biases, the understanding of which may contribute to more targeted and effective marketing communication.

Beérkezett/Received: 2026. 01. 28. Elfogadva/Accepted: 2026. 05. 15.

Kulcsszavak: turizmusmarketing, viselkedés-gazdaságtan, fogyasztói döntéshozatal, turisztikai döntési mechanizmusok.

Keywords: tourism marketing, behavioral economics, consumer decision-making, tourism decision-making mechanisms.

1. Bevezetés

A turizmus meghatározó társadalmi-gazdasági jelenség (SMALLMAN-MOORE 2010), a világgazdaság egyik húzóágazata (UNWTO 2022), amely egyre inkább az életmód részévé válik (THAI-YUKSEL 2017). A digitalizáció következtében az elérhető információk mennyisége jelentősen megnőtt, ami alapjaiban változtatta meg a turisták

viselkedését, információgyűjtését, élménymegosztását és élményeit, ugyanakkor fokozta a kognitív terhelést és nehezítette a döntéshozatal (McCABE et al. 2015, CSORDÁS et al. 2022).

Az utazási döntések magas észlelt kockázattal és bizonytalansággal járnak, mivel érzelmileg teletöltött, jövőbeli élményekre vonatkoznak, amelyek a döntés pillanatában csak korlátozottan értékelhetők racionális kritériumok mentén (LI-KARL 2025). Mindez indokolja a turisztikai döntéshozatal viselkedés-gazdaságtani vizsgálatát, amely figyelembe veszi a kognitív korlátok, érzelmek és torzítások szerepét (McCABE et al. 2015, CATI 2020). Jelen kutatás célja a turisztikai döntéshozatal tervezési szakaszában megjelenő viselkedés-gazdaságtani aspektusok feltárása az aktív korú,

¹ PhD-hallgató, Szegedi Tudományegyetem, torok.reka.szabina@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0008-9790-6322>

magasabb iskolai végzettségű utazók körében. A fókusz szűkítése a döntéshozatal első, meghatározó lépéseinek mélyebb megértését segíti. A fentiek tükrében a tanulmány az alábbi kérdésre keresi a választ: *A korlátozott racionalitás miként jelenik meg a desztináció- és a szállásválasztás döntési folyamataiban és milyen torzítások jellemzik azt?* A nemzetközi szakirodalom jellemzően egy-egy specifikus jelenségre fókuszál, például kockázatészlelés és veszteségkerülés (BOTO-GARCÍA et al. 2024), jutalom és kockázat kapcsolata (TANFORD-KIM 2018), halo-hatás (NICOLAU et al. 2020), kognitív rövidítések (KARAKUŞ 2023), míg a folyamat-alapú megközelítésű kutatások ugyan átfogó képet adnak a döntési mechanizmusokról, de ritkán integrálják a viselkedés-gazdaságtani szempontokat (DECROP 2010, SMALLMAN-MOORE 2010, CSORDÁS et al. 2022, IVÁNYI 2022). Hazai viszonylatban pedig a turisztikai kutatások ritkán közelítették meg a döntéshozatalt viselkedés-gazdaságtani aspektusból (POLISCHCHUK-BUJDOSÓ 2022), ezért a jelen kutatás célja a fenti diskurzushoz való hozzájárulás.

2. A turizmus szempontjából meghatározó viselkedés-gazdaságtani fogalmak

A gazdasági szereplők döntései gyakran nem teljesen racionálisak, mivel a haszonmaximalizáláshoz szükséges információfeldolgozás – az alternatívák azonosítása, elemzése és összehasonlítása – a gyakorlatban korlátozottan valósítható meg az emberi és a környezeti tényezők miatt (SIMON 1987, POLISCHCHUK-BUJDOSÓ 2022). Ennek következtében a döntéshozatal a korlátozott racionalitás elvére épül, amely figyelembe veszi a *kognitív korlátokat, például az információhiányt, az előrejelzési nehézségeket, a számítás korlátait és az időkorlátokat* (SIMON 1955, 1990). A turisták is irracionális döntéshozók (WATTANACHAROENSIL-DOLCHAI 2019), akik a *túlzott választási lehetőségek problémája* miatt az „optimalizálás” helyett a „kielégítésre” törekuszenek, aminek hatására *szuboptimális* választás jön létre (THAI-YUKSEL 2017, VIEIRA et al. 2025). A desztináció megfoghatatlansága miatt az úti cél kiválasztása különösen komplex és kockázatos döntés. Sokszor a lehetőségek minimalizálása helyett újabb alternatívákat keresnek (THAI-YUKSEL 2017), ami *szuboptimális* választást, döntési fáradtságot, vagy akár a döntés elkerülését, elhalasztását is eredményezi (VIEIRA et al. 2025).

Az ilyen helyzetekben *heurisztikák*, azaz mentális rövid utak segítik az ítéletalkotást a *racionális*

elemzés helyett, saját szubjektív érzelmek, előítéletek, valamint hüvelykujj szabályok révén (HÁMORI 2003) irracionális döntésekhez, szisztematikus hibákhoz vagy félrevezető ítéletekhez, sztereotípiákhoz vezetve (TVERSKY-KAHNEMAN 1974, HÁMORI 2003). A kilátáselemélet alapján (TVERSKY-KAHNEMAN 1981) a döntések kontextusfüggők és a veszteségek elkerülése erősebb motivációt jelent, mint a nyereség elérése (CATI 2020, POLISCHCHUK-BUJDOSÓ 2022, BOTO-GARCÍA et al. 2024). THALER és SUNSTEIN (2008) *nudge-elmélete* szerint a döntéshozónak, a lehetőségek korlátozása nélkül, a választási környezet alakításával elért valamilyen irányú „megbökése”, elmozdítása (SZÁNTÓ-DUDÁS 2017) szintén hozzájárulhat a *szuboptimális* döntésekhez. A digitális platformok, mint a Booking is olyan különböző *nudge* eszközökkel irányítják a döntéseket, mint a „*Már csak 2 szoba*”.

A fenti megközelítések közös eleme, hogy a döntéshozatal nem pusztán racionális mérlegelés eredményeként, hanem egyszerűsítő heurisztikák, elfogultságból eredő szisztematikus hibák, valamint a választási környezetet alakító *nudge*-aspektusok együttes hatására alakulnak ki.

3. A turisztikai döntéshozatal

A fenti elméleti keretek alapján a turisztikai döntéshozatal folyamata több, egymást követő szakaszra bontható. A turizmus fejlődésének és a digitalizációnak a hatására ez a folyamat egyre komplexebbé vált, miközben a turisták információi környezete is jelentősen átalakult (IVÁNYI 2022). A korábbi modellek, a döntéshozatal *klaszikus koncepciójához* kapcsolódtak, az utazókra, racionális döntéshozóként és haszonmaximalizálóként tekintettek (McCABE et al. 2015, LI-KARL 2025), akik információt gyűjtenek, elemeznek, a cél eléréséhez a legoptimálisabb alternatívát választják, értékelve a lehetséges eredmények előnyeit és hátrányait (SMALLMAN-MOORE 2010). Ez a megközelítés figyelmen kívül hagyja a turisztikai döntéshozatal fő befolyásoló tényezőit: az *affektív* vagy *érzelmi tényezőket, az intuitív gondolkodást, az adaptív karaktereket és a spontán cselekedeteket* (DECROP 2010). Továbbá lineárisnak tekintik a turisztikai döntéshozatalt, többcsatornás információfeldolgozási folyamat helyett, amelyben kiemelt szerepe van a digitális platformoknak és felhasználói tartalmaknak (CSORDÁS et al. 2022, IVÁNYI 2022). Ezek azonban nem csupán az információforrások számát, hanem a bizonytalanságot is fokozzák, ami tovább erősíti a kognitív torzítások megjelenését (1. táblázat).

A turisztikai döntések gyakori kognitív torzítói az utazás tervezési fázisában

Kognitív torzítók	Turisztikai jelentésük
Heurisztikák	A desztináció imázsa – amit a média kommunikációja, a desztináció marketing tevékenysége befolyásol – az online értékelések, a turista percepciói és preferenciái tekinthetők népszerű rövidítéseknek az utazással kapcsolatos ítéletalkotás során (TVERSKY-KAHNEMAN 1974, KARAKUŞ 2023).
Társadalmi előítéletesség és sztereotípiák	Bizonyos csoportokkal vagy fajokkal szembeni előítéletes attitűdökből erednek, továbbá a desztinációról kialakult képhez, a nemek turizmusban elfoglalt helyéhez, az országhoz, a nemzeti konfliktusokhoz, valamint a reklámokhoz köthetők. Például egy magányosan utazó nő döntéseit befolyásolhatják az arab országokkal kapcsolatos sztereotípiák (WATTANACHAROENSIL-DOLCHAI 2019).
Keretelési hatás	A választási lehetőségek bemutatási módja mint befolyásoló tényező (TVERSKY-KAHNEMAN 1981). A turizmus vonatkozásában az árhorgonyozás, az online értékelések, a média és a desztináció imázsa a legjellemzőbb eszközei és a pozitív keretelés számít hatékony megoldásnak, azaz, hogy mennyien elégedettek, mintsem, hogy mennyien nem (WU-CHENG 2011).
Kognitív disszonancia	Olyan helyzetbe kerülnek a fogyasztók, hogy az attitűdjeik, a meggyőződései és a viselkedésük nem illeszkedik egymáshoz, ez konfliktusérzetet kelt bennük, aminek következtében irracionálisan reagálnak, hogy fenntartsák az összhang látszatát (WATTANACHAROENSIL-DOLCHAI 2019), valamint a túl sok választási lehetőség esetén is előfordul (CATI 2020).
Halo-hatás	Kognitív torzítás, amely során az emberek egy termék valamely tulajdonságának jellemzőjéről a termék egy másik tulajdonságával szembeni (pozitív vagy negatív) hajlamuk alapján alkotnak véleményt (NICOLAU et al. 2020). Például egy szállás nagyon precízen összeállított weboldala és foglalási rendszere miatt a szállásról is pozitív tulajdonságokat feltételez az utazó.
Elsőbbségi hatás	Az egyének nagyobb súlyt tulajdonítanak azoknak az adatoknak, amelyeket elsőként hallottak, láttak (HERBERT 1971).
Csali hatás	Egy harmadik, kevésbé vonzó opció megjelenítése módosítja a két eredeti opció közötti preferenciát és eltolja a csallival szembeni egyértelműen jobb felé a választást. Például a repülőjegy ajánlatok hármas kialakítása.
Priming hatás	A döntést megelőző inger egy korábbi gondolatot, érzést, impulzust aktivál, ami észrevétlenül befolyásolja a végső választást (THAI-YUKSEL 2017). Például az utazási tanácsadók önbizalmat és bevonódást erősítő üzenetei.

Forrás: saját szerkesztés

A fentiekben bemutatott torzítások a turisztikai döntéshozatal eltérő szakaszaiban másként jelennek meg: (1) a keresés (információszerezés és tervezés), (2) az élmény (amikor megtörténik az utazás) és (3) a visszatekintés (WANG et al. 2012, McCABE et al. 2015, IVÁNYI 2022). Az egyes fázisokhoz eltérő kognitív torzítások kapcsolódnak, amelyek közül jelen kutatás az utazás előtti szakaszra fókuszál.

Az utazás előtti élmény legfőképpen az információgyűjtésből, tájékozódásból és az első számú döntésekből áll, amikor elhatározza a turista, hogy mely desztinációra, mely szállásra és milyen közlekedési eszközzel utazik, amelyeket ez alapján három további csoportba sorolhatunk: az (1) úti cél kiválasztása, (2) a turisztikai termékek értékelése, majd (3) a turisztikai termékek kiválasztása. A hozzájuk fűződő kognitív torzításokat a 2. táblázat összegzi.

Az első döntési fázis során a turisták egy mentális folyamaton mennek át: mérlegelik a lehetséges utazási helyszíneket, szabályokat követnek az összehasonlíthatóság érdekében és kidolgozzák az alternatívák közötti preferenciasorrendet (WATTANACHAROENSIL-DOLCHAI 2019). Az úti cél imázsa kiemelt szerepet játszik a folyamatban, mivel heurisztikus támpontként segíti az alternatívák közötti eligazodást (KARAKUŞ 2023).

Az úti cél kiválasztása után a turisták tovább keresik a turisztikai termékválasztással kapcsolatos információkat, mint például szállás, repülőjegy vagy úti cél csomagok. Ebben a szakaszban erőteljes a más fogyasztók által megosztott élmények vizsgálata (SIGALA 2009), amelyek gyakran az árat is felülműlják, így például a szállodaválasztást befolyásoló elsődleges tényezőknek is tekinthetők (TANFORD-KIM 2018).

2. táblázat

Az utazás előtti élmény fázisaiban tapasztalható kognitív torzítások

Döntési szakasz	Jellemző kognitív torzítások
Úti cél kiválasztása	heurisztikák, halo-hatás, keretelési hatás, sztereotípiák, társadalmi és tudatalatti előítéletek
Turisztikai termékek értékelése	heurisztikák, negatív vagy pozitív előítéletek, keretelési hatás, elsőbbségi hatás
Turisztikai termékek kiválasztása	heurisztikák, kognitív félrevezetés, árhorgonyozás, keretelési hatás, veszteségkerülés, elsőbbségi hatás, csalogató hatás, priming hatás, kognitív disszonancia

Forrás: saját szerkesztés WATTANACHAROENSIL és DOLCHAI (2019) eredményei alapján

A végső döntési szakaszban, ahol az aktuális ár, az árengedmény, a vásárlási kockázat és a fizetési hajlandóság a kulcsfontosságú változók, maximális számú torzítás figyelhető meg, amelyek a rendelkezésre álló választási lehetőségek és az árak érzékelése körül forognak (SIMON 1990, CATI 2020; VIEIRA et al. 2025). Az ebben a fázisban tapasztalható kognitív disszonancia okozta torzítások 3 kategóriába sorolhatók (1) az árral és árengedménnyel kapcsolatos elfogultságok, (2) az online turisztikai termékek pozicionálásával kapcsolatos előítéletek és (3) az információ túlterheltséggel kapcsolatos előítéletek (WATTANACHAROENSIL-DOLCHAI 2019).

A döntési folyamat komplexitása indokolja annak mélyebb vizsgálatát, amely a szolgáltatók számára is versenyelőnyt jelenthet (McCABE et al. 2015, LI-KARL 2025).

4. A kutatás módszere, mintavétel és adatgyűjtés

A kialakított keretrendszer empirikus vizsgálata során a kvalitatív mélyinterjúk kutatás központi kérdése az alábbi volt: *A korlátozott racionalitás miként jelenik meg a desztináció és a szállásválasztás döntési folyamatai során és milyen torzítások jellemzik azt?* Ez a megközelítés különösen alkalmas a turisztikai döntéshozatal komplex, nem-lineáris természetének feltárására, mivel lehetővé teszi a döntési mechanizmusok és a mögöttük rejlő preferenciák vizsgálatát (DECROP 2010).

A résztvevők az alábbi szűrőfeltételek alapján kerültek kiválasztásra: *a munkaerőpiac aktív korú, saját keresettel rendelkező, rendszeres utazói, aki egy évben legalább 2 alkalommal elhagyják otthonukat kikapcsolódási céllal, rendelkeznek döntési szerepkörrel a szállás és az úti cél kiválasztásában, illetve maguk szervezik utazásaikat. A mintában a nők és a*

30 év alattiak felülreprezentáltak (6:3 arányban). A megkérdezettek 20-52 év közötti, felsőfokú végzettségű (2 fő felsőoktatási képzésben résztvevő), saját bevallásuk alapján átlagos vagy az átlagosnál egy kicsivel jobb anyagi helyzettel rendelkező, társas utazók (3. táblázat).

Az adatgyűjtés két lépcsőben, (2024, 2026) félig strukturált, 35-45 perces, személyes és online interjúk formájában zajlott, amelyek lehetővé tették a résztvevők utazási döntéseinek és a mögöttes viselkedés-gazdaságtani mechanizmusoknak a feltárását. A beszélgetésekről a résztvevők beleegyezésével hangfelvétel készült.

Az interjú vezérfonala a szakirodalmi részben bemutatott, viselkedés-gazdaságtani fogalmakra épült és úgy került kialakításra, hogy a kérdések részletesen feltárják desztináció- és szállásválasztás során megjelenő döntési mechanizmusokat és azonosítsák az utazástervezés során megjelenő kognitív torzításokat. A kérdések kitértek az információgyűjtés és az alternatívák közötti választás folyamatára, az érzelmi és preferencia alapú -, az árhoz és költségvetéshez kapcsolódó döntésekre, a társas befolyás értékelésére, valamint a döntések utólagos értékelésére.

Az interjúk feldolgozása tematikus tartalomelemzéssel történt (MUCSI 2022), négy lépésben: (1) leiratkészítés, (2) az adatok megismerése, (3) kódolás és (4) kategorizálás. Az utóbbi kettő a kis elemszám miatt manuálisan valósult meg. A kódolást és a végső megállapításokhoz vezető struktúrát a 4. táblázat illusztrálja.

5. A kutatás eredményei

Az alábbiakban a három fő megállapítás tematikusan, interjúidézetekkel alátámasztva, az elméleti kerettel összekapcsolva kerül bemutatásra. Az

3. táblázat

A minta összetétele és jellemzői

Jelölés (név kezdőbetűje, életkor)	Nem	Kivel utazik?	Évente hányszor utazik?	Az utazás célja: kikapcsolódás (K), sport (S), munka (M), iskola (I)
B, 23	férfi	párjával	4-6	K
L, 28			2-3	
I, 39		barátok	3-4	
P, 20	nő	barátok, család	2-3	K, S
J, 27			kb 3	K, M
N, 28		párjával	1-2	K
T, 29			3-4	
É, 29		párjával, családdal	3-4	K, M, I
I, 52			3-5	K, S

Forrás: saját szerkesztés

eredmények érvényességét árnyalják a kutatás korlátai: a kis, egyenlőtlen korosztályi és nemi eloszlású minta, valamint az a tény, hogy csak felsőfokú végzettségűek és felsőoktatásban résztvevők vettek részt a kutatásban.

5.1. (M1) ELSŐ MEGÁLLAPÍTÁS

A tervezés fázisában a válaszadók jobban töreksenek az anyagilag racionális döntéshozatalra, míg a helyszínen az érzelmek és az élmények iránti vágy vezérlik a választásukat, amelyet gyakran utólag kognitív torzításokkal racionalizálnak.

Az interjúban résztvevők válaszaik alapján megfigyelhető, hogy míg a tervezés fázisában saját preferenciáik, igényeik és pénztárcájuk alapján egy kielégítő, de tudatos választásra töreksenek (CATI 2020): „A férjem mindig megnézi a repjegy és a szállás árakat, hogy mennyiből lehet kihozni és van egy lelki határ, amit azért nem lépünk túl... Próbáljuk az arany középutat tartani.” (N, 28), addig az utazás helyszínén a racionalitást felváltja az élményorientált döntéshozatal: „Készíték költségvetést az utazás előtt, azonban amikor már ott vagyunk nem figyelem az árakat. ...egy nagyon drága vezetett túrára fizettünk be, amit itthon biztos nem választottam volna, de ott csak az élményt akartuk megélni.” (I, 52).

Ez a kettősség arra utal, hogy a döntéshozók eltérő kognitív állapotban vannak a két szakaszban. A tervezési fázisban a jövőbeli költségek még absztrakt módon jelennek meg, ami lehetővé teszi a racionális mérlegelést, míg az on-site helyzetben az azonnali élmény és érzelmi bevonódás kerül előtérbe, amely csökkenti a pénzügyi szempontok súlyát (ZÁTORI 2018).

„A szállásköltségre és az utazásra van egy elképzelt összeg a fejemben, de a helyi költséssel már annyira nem foglalkozunk.” (L, 28), illetve „... amikor elmegek nyaralni, akkor csak a pillanatot akarom megélni és nem akarok azzal foglalkozni, hogy drága-e.” (J, 27).

Az on-site döntések esetében gyakran megjelenik egy kognitív konfliktus a korábban meghatározott pénzügyi keret és a viselkedés között. Ezeket jellemzően a retrospektív, azaz visszatekinthető érzelmek torzítása oldja fel, amely lehetővé teszi számukra, hogy utólag pozitív élményként értelmezzék a potenciálisan irracionálisnak tekinthető költségeket. Ez a mechanizmus nemcsak a döntések igazolását szolgálja, hanem hozzájárul a belső konzisztencia és a racionális énkép fenntartásához is: „Utólag inkább már azt bánom, hogy kezdetben agyaltam, megéri-e, mert utólag már nem számít semmi” (T, 29), illetve „Megbánom, ha többet költök, mint elterveztem, viszont nyaralni, pihenni vagyok és most pénzt költök, nem keresek, majd legközelebb tudatosabb leszek, ... majd visszajön az a pénz” (P, 20).

A fenti kettősség arra utal, hogy a különböző döntési helyzetekben eltérő mentális szűrőket alkalmaznak, amelyekben a racionalitás és az érzelmek folyamatosan váltakoznak.

5.2. (M2) MÁSODIK MEGÁLLAPÍTÁS

A desztinációválasztás esetében a vágyak és a személyes preferenciák segítik a döntést, amelyhez hozzájárul a veszteségkerülés jelensége is.

A tematikus kódolás alapján a desztinációválasztás során az érzelmi és élményalapú szempontok dominálnak, míg a racionalitás elsősorban a költségkeret meghatározásában jelentkezik. Az interjúk alapján az úti cél kiválasztása személyes vágyakhoz, elképzelt élményekhez és preferenciákhoz kapcsolódik, amely mögött az alábbi visszatérő motivációk jelentek meg: bakancslistás hely, újdonságkeresés, élménymaximalizálás. Emellett megjelent a közös preferenciák fontossága: „... olyat választunk, ami mindkettőnknek tetszik (N, 28) és a külső ingerek hatása: „Sorozat miatt választottuk” (I, 52).

A desztináció kiválasztásakor kevésbé volt tapasztalható a racionalitásra való törekvés, sőt az érzelmi, intuitív döntéshozatal jellemezte a válaszokat: „... az érzelmeknek kell döntenie ... nem lehet matematikailag kiszámolni, hogy melyik utazás lesz a legjobb üzlet” ... ha az érzelmi alapot a racionalitás felül akarja írni, az sosem lesz a teljes megelégedés” (L, 28), és többen hangsúlyozták hogy hajlandók akár az előzetesen meghatározott kereten túl költeni az élmények maximalizálása érdekében „... akár költünk többet és szerezzünk különleges élményeket ... ha szeretnénk megnézni, de megterhelő, akkor is kifizetjük” (É, 29) és „Ha jól éreztem magamat, akkor megérte elkölteni.” (I, 52).

A veszteségkerülés mint torzító tényező (TVERSKY-KAHNEMAN 1981, BOTO-GARCÍA et al. 2024) az interjúkban az élményről való lemaradás elkerüléseként jelent meg és validálta az esetleges magasabb költést a vágyott élménnyel szemben: „Most még megtehetjük, hogy többet költünk egy kikapcsolódásra ezért kihasználjuk.” (N, 28).

Összegezve az úti cél egyedi élményígérete esetén nagyobb jelentőséget tulajdonítanak az érzelmi értéknek, mint a racionalitásnak.

5.3. (M3) HARMADIK MEGÁLLAPÍTÁS

Az utazók az ideális szállás kiválasztása céljából mentálisan szűrőket alkalmaznak a túlzott választási lehetőségek problémájával szemben.

Az utazók sajátos szabályokat követnek a különböző alternatívák közötti preferenciasorrend

kialakítására, amelyeket különféle kognitív torzítások is kísérnek (DECROP 2010). A megkérdezettek kivétel nélkül konkrét paraméterlistával rendelkeznek (CSORDÁS et al. 2022), amellyel igyekeznek az alternatívák számát kezelhető méretűre csökkenteni (CATI 2020) A válaszadók egyöntetűen beszámoltak az információ túlterhelésről: „A sok információ és lehetőség döntésképtelenné tesz.” (J, 27) Ez belső feszültséget okoz a legjobb döntés és a folyamat mielőbbi lezárása között, amelynek feloldására mentális szűrőket alkalmaznak, mint az alternatívák csökkentése „Utálom, amikor elveszek mindenben, ha túl sok ... lecsökkentem és utána választok.” (I, 52), illetve kielégítő döntést keresnek (VIEIRA et al. 2025) „Ha van egy szállás, ami tetszik és jó helyen van, onnantól nem keresgélek tovább. Nem akarom az összes szállást megnézni, hanem megelégszem.” (L, 28) Ezek a szabályok a döntés során megjelenő kognitív torzítások terheléseit enyhítik, amelyben a döntéshozók az optimális megoldás helyett egy gyorsan elérhető, kielégítő, elég jó alternatívát keresnek: „Nem a legolcsóbb szállásokat keressük, de nem megyünk el a végtelenségig” (L, 28) és „Előfordul, hogy egy drágább, de komfortosabb szállást választunk, tehát az elvárásainkhoz mérten próbáljuk a legjobb árat megtalálni.” (É, 29).

A szállás esetében kiemelt szerepet kapnak az ár és az elhelyezkedés, illetve jellemző az ár szerinti rangsorolás és a küszöbértékek alkalmazása, mint „Az értékelés nagyon fontos, 8 pontos értékelés alatt meg sem nézem a szállást ...” (L, 28). Továbbá a vendégvélemények szociális befolyásukon keresztül, külső validációt biztosítanak a bizonytalan helyzetekben.

Gyakoriságát tekintve anyagiak után az elhelyezkedés (városközpont, látnivalók, séta távolság, tömegközlekedés), a tisztaság, az étkezési lehetőségek (reggeli, félpanzió, konyha), a kényelem (ágy és saját fürdőszoba) voltak a legnépszerűbb paraméterek. Ezt követték a vizuális benyomások a képek alapján és a korábbi utazók véleményei.

A szálláshelyválasztás esetén felmerülő túlzott választási lehetőségek problémáját egyszerűsítő döntési stratégiákkal oldják fel az utazók, amelyben a heurisztikák, a külső validáció és a kielégítő döntésre törekvés jellemzőek.

5.4. A MÉLYINTERJÚ EREDMÉNYEINEK ÖSSZEGRÉSE

A 9 fővel lefolytatott személyes vagy online, 30-45 perc időtartamú interjúk eredményeit a 4. táblázat összegzi.

4. táblázat

A tematikus kódolás alapján azonosított döntési mintázatok és kognitív torzítások

Tematikus kategória	Kódok (példák)	Jellemző interjúidézet (példák)	Azonosított torzítások
M1 A tervezés fázisában jobban törekszenek az anyagilag racionális döntéshozatalra, míg a helyszínen az érzelmek és az élmények iránti vágy vezérlik a választásukat, amelyet gyakran utólag kognitív torzításokkal racionalizálnak.			
Költségkontroll és élményorientált költségkettőssége	előzetes költségtervezés; lelki határ; helyszíni költség elengedése; utólagos igazolás	„Van egy lelki határ, amit nem lépünk túl...” (N, 28) „Az olcsó repjegy határozza meg az utunkat, szállást mindíg találunk olcsón.” (B, 23) „Amikor már ott vagyunk, nem figyelem az árakat... csak az élményt akartuk megélni.” (I, 52)	Retrospektív érzelmek torzítása
M2 A desztináció kiválasztás esetében a vágyak és a személyes preferenciák segítik a döntést, amelyhez hozzájárul a veszteségkerülés jelensége is.			
Érzelmi és preferenciaalapú desztinációválasztás	vágyott úti cél; közös preferencia; élményigéret; intuitív választás; élménymaximalizálás	„az érzelmeknek kell döntenie” (L, 28) „költünk többet és szerezzünk különleges élményeket” (É, 29) „Most még megtehetjük, hogy többet költünk kikapcsolódásra.” (N, 28) „a szempont az az élmény és a kaland, hogy ott milyen lenne, és hogy éreznék magunkat.” (I, 39)	Érzelmi torzítás, veszteségkerülés
M3 Az utazók az ideális szállás kiválasztása céljából mentálisan szűrőket alkalmaznak a túlzott választási lehetőségek problémájával szemben.			
Információs túlterhelés és mentális szűrők alkalmazása	túl sok opció; szűrés; ár szerinti rangsorolás; értékelési küszöb; keresés lezárása	„A sok információ döntésképtelenné tesz.” (J, 27) „... lecsökkentem és választok.” (I, 52) „Ár szerint szűrök, 8 pont...” (L, 28) „...a legjobb ár-érték arányt keressük” (É, 29)	Heurisztikák, szociális befolyás

Forrás: saját szerkesztés

A beszélgetések rámutattak a kielégítő döntésekre való törekvésre (SIMON 1990), amelyet különböző torzítások árnyalnak (TVERSKY-KAHNEMAN 1974, TVERSKY-KAHNEMAN 1981). Habár a tervezés fázisára vonatkozott a kutatás, szóba kerültek olyan költségek és döntések is, amelyek az on-site szakaszt jellemzik. A desztináció és a szállás kiválasztását az alábbi torzítások befolyásolják: érzelmek, preferenciák okozta torzítások (DECROP 2010, LI-KARL 2025), túlzott lehetőségek (THAI-YUKSEL 2017, VIEIRA et al. 2025), veszteségkerülés (TVERSKY-KAHNEMAN 1981, BOTO-GARCÍA et al. 2024), szociális befolyás (SIGALA 2009, TANFORD-KIM 2018), keretezés (TVERSKY-KAHNEMAN 1981, WU-CHENG 2011).

Az utazástervezési fázis döntési mechanizmusainak áttekinthetősége érdekében az 1. ábra összefoglalja a desztináció- és szállásválasztáshoz kapcsolódó kognitív torzításokat, valamint bemutatja a végső döntés kialakulásának folyamatát a szakirodalmi áttekintés és a mélyinterjú kutatás eredményei alapján.

1. ábra

A viselkedés-gazdaságtani torzítások a szakirodalmi áttekintés és mélyinterjú kutatás eredményei alapján



Forrás: saját szerkesztés

6. Következtetések és javaslatok

A kutatás eredményei alapján a turisztikai döntéshozatal nem tekinthető tisztán racionális folyamatnak, mivel azt jelentős mértékben érzelmi és

heurisztikus mechanizmusok alakítják. Az utazók kognitív és időbeli korlátai nem teszik lehetővé a tökéletes információfeldolgozást, így a döntések gyakran torzítások mentén születnek (McCABE et al. 2015, CATI 2020). A kutatás 9 aktív korú, saját keresettel rendelkező, rendszeres utazó mélyinterjújára épült. A tematikus tartalomelemzés rámutatott a desztináció- és a szállásválasztás eltérő döntési logikájára. Míg előbbit az érzelmi és az élményalapú szempontok alakítják, addig utóbbi egy strukturáltabb, preferenciarendszereken alapú folyamat. Az eredmények alapján a racionalitás nem tűnik el a turisztikai döntéshozatal szakaszaiból, mindössze eltérő mértékben jelenik meg, mivel az érzelmi és a mérlegelő mechanizmusok sokszor egyszerre vannak jelen. Továbbá az információs környezet növekedése nem feltétlenül növeli a döntési szabadságot, hanem döntési fáradtságot okoz ezért egyszerűsítő stratégiákat és mentális szűrők alkalmaznak az utazók.

A vizsgálat korlátai közé tartozik a minta kis elemszáma, valamint a nők és a fiatalabb korosztályok felülreprezentáltsága, ugyanakkor a kutatás kvalitatív, feltáró jellegéből adódóan az interjúk tematikus telítődés eléréséig zajlottak, így az eredmények elsődlegesen új perspektívát adnak a turisztikai döntési mechanizmusok megértéséhez és alapot szolgáltatnak a későbbi kvantitatív kutatásoknak.

A jövőben indokolt az eredmények nagyobb mintán történő, kvantitatív módszerekkel való vizsgálata, hogy biztosítsuk az eredmények széles körű validitását. Továbbá célszerű a kísérleti módszert bevonni a torzítások együttes hatásának mérésére, ezáltal pontosabb képet kaphatnánk, a konkrét döntési mechanizmusokról (McCABE et al. 2015, LI-KARL 2025).

A kutatás eredményei teoretikus és gyakorlati relevanciával is bírnak. Elméleti szempontból a turisztikai döntéshozatal viselkedés-gazdaságtani megközelítésű feltárását adják, amely alapul szolgálhat további kutatások számára. Gyakorlati szempontból a desztináció-marketingben érdemes az érzelmi alapú üzenetekre, a bakancslista rövidítésére és a veszteségkerülésre fókuszálni, hiszen a desztinációk nehéz összehasonlíthatósága miatt az elképzelt élmény, az intuíciók és vágyak a döntőek. A szálláshelyek esetében indokolt az információtúlerhelésből fakadó döntési fáradtság csökkentése, például online platformokon jól strukturált szűrési lehetőségekkel, illetve a legfontosabb paraméterek kiemelésével. Végül a helyszíni szakaszban érdemes élménycsomagokkal és kiegészítő szolgáltatásokkal készülni, mivel a turisták ilyenkor hajlamosabbak a magasabb költsékre, döntéseiket pedig utólag racionalizálják.

Felhasznált irodalom

- BOTO-GARCÍA, D. – BALADO-NAVES, R. – SUÁREZ-FERNÁNDEZ, S. (2024): A behavioral microeconomics model of tourist destination choice under risk perceptions with loss-averse individuals. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 49(7). pp. 1197–1211. <https://doi.org/10.1177/10963480241308349>
- CATI, M. M. (2020): Behavioral tourism economics. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3685059>
- CSORDÁS T. – IRIMIÁS A. – KISS K. (2022): Digitalizáció-vezérelt innovációk a turizmusban – fókuszban a fogyasztói magatartás. *Turizmus Bulletin*. 22(4). pp. 16–25. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n4.2>
- DECROP, A. (2010): Destination choice sets: An inductive longitudinal approach. *Annals of Tourism Research*. 37(1). pp. 93–114. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.08.002>
- HÁMORI B. (2003): Kísérletek és kilátások – Daniel Kahneman. *Közgazdasági Szemle*. 50(9). pp. 779–799.
- HERBERT, M. (1971): *Primacy effects in information processing behavior – The individual versus the group*. Paper No. 334.
- IVÁNYI T. (2022): Turisztikai információgyűjtés és élménymegosztás a közösségi média korában. *Turizmus Bulletin*. 22(2). pp. 46–54. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n2.5>
- KARAKUŞ, Y. (2023): Navigating tourist preferences: The role of cognitive shortcuts in destination choice. *Tourist Destination*. 1(1). pp. 15–23. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10053678>
- LI, G. – KARL, M. (2025): Advancing behavioral economics research in tourism and hospitality: New theoretical and methodological perspectives. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 49(7). pp. 1191–1196. <https://doi.org/10.1177/10963480251362794>
- McCABE, S. – LI, C. – CHEN, Z. (2015): Time for a radical reappraisal of tourist decision making? Toward a new conceptual model. *Journal of Travel Research*. 55(1). pp. 3–15. <https://doi.org/10.1177/0047287514563165>
- MUCSI A. (2022): Az oktatási turizmus sajátosságai és keresleti jellemzői. *Turizmus Bulletin*. 22(3). pp. 4–13. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2022v22n3.3>
- NICOLAU, J. L. – MELLINAS, J. P. – MARTÍN-FUENTES, E. (2020): The halo effect: A longitudinal approach. *Annals of Tourism Research*. 83. 102938. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102938>
- POLISCHCHUK E. – BUJDOSÓ Z. (2022): A viselkedés-gazdaságtan és a turizmus elméleti összefüggései. *Acta Carolus Robertus*. 12(1). pp. 75–83.
- SIGALA, M. (2009): E-service quality and Web 2.0: Expanding quality models to include consumer participation and inter-consumer support. *The Service Industries Journal*. 29(10). pp. 1341–1358. <https://doi.org/10.1080/02642060902793415>
- SIMON, H. A. (1990): Bounded rationality. In: Eatwell, J. – Milgate, M. – Newman, P. (eds): *Utility and probability*. Palgrave Macmillan. pp. 15–21.
- SIMON, H. A. (1987): Rationality in psychology and economics. In: Hogarth, R. M. (ed): *Rational choice*. pp. 25–45.
- SIMON, H. A. (1955): A behavioral model of rational choice. *Quarterly Journal of Economics*. 69(1). pp. 99–118.
- SMALLMAN, C. – MOORE, K. (2010): Process studies of tourists' decision-making. *Annals of Tourism Research*. 37(2). pp. 397–422. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.10.014>
- SZÁNTÓ R. – DUDÁS L. (2017): A döntési helyzetek tudatos tervezésének háttere: A nudge fogalma, módszerei és kritikái. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*. 48(10). pp. 48–57.
- TANFORD, S. – KIM, E. L. (2018): Risk versus reward: When will travelers go the distance? *Journal of Travel Research*. 58(5). pp. 745–759. <https://doi.org/10.1177/0047287518773910>
- THAI, N. T. – YUKSEL, U. (2017): Too many destinations to visit: Tourists' dilemma? *Annals of Tourism Research*. 62. pp. 38–53. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.11.003>
- THALER, R. H. – SUNSTEIN, C. R. (2008): *Nudge: Improving decisions about health, wealth and happiness*. Yale University Press.
- TVERSKY, A. – KAHNEMAN, D. (1981): The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*. 211(4481). pp. 453–458. <https://doi.org/10.1126/science.7455683>
- TVERSKY, A. – KAHNEMAN, D. (1974): Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*. 185(4157). pp. 1124–1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
- VIEIRA, C. V. M. F. – MAYER, V. F. – SANTOS, G. E. DE O. – MARQUES, O. (2025): Choice overload on travel decisions: The paradox of variety. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. 42(5). pp. 769–784. <https://doi.org/10.1080/10548408.2025.2455435>
- WANG, D. – PARK, S. – FESENMAIER, D. R. (2012): The role of smartphones in mediating

- the touristic experience. *Journal of Travel Research*. 51(4). pp. 371–387. <https://doi.org/10.1177/0047287511426341>
- WATTANACHAROENSIL, W. – LA-ORNUAL DOLCHAI (2019): A systematic review of cognitive biases in tourist decisions. *Tourism Management*. 75. pp. 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.06.006>
- WU, C. S. – CHENG, F. F. (2011): The joint effect of framing and anchoring on internet buyers' decision-making. *Electronic Commerce Research and Applications*. 10(3). pp. 358–368. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2010.10.004>
- ZÁTORI A. (2018): *Élménymenedzsment a turizmusban*. Digitális kiadás. Akadémiai Kiadó.

Internetes források

- UNWTO (2022): *Tourism statistics and trends*. Letöltve: 2026. február 20.
-

Tourism seasonality in academic research: A review of sustainability issues

A turizmus szezonálitása a tudományos kutatásban: a fenntarthatósági kérdések áttekintése

Author: Saheleh Taheri¹

Tourism seasonality creates recurring fluctuations in visitor demand, posing major challenges for destination sustainability. This study addresses a research gap by examining seasonality through an integrated economic, environmental and social sustainability lens. Using a bibliometric and systematic review of 804 Web of Science publications, the study maps current knowledge and key research trends. Findings show that peak seasons intensify environmental degradation and socio-cultural pressures, while off-seasons contribute to income instability and underused infrastructure. At the same time, seasonality can support ecosystem recovery and product diversification. The study concludes that seasonality is a structural feature requiring context-specific, interdisciplinary policies and proposes a conceptual framework linking seasonality to the three pillars of sustainability.

A turisztikai szezonálitás, vagyis a látogatói kereslet visszatérő ingadozása, jelentős kihívást jelent a desztinációk fenntarthatósága szempontjából. A tanulmány a szezonálitás integrált gazdasági, környezeti és társadalmi fenntarthatósági szempontú vizsgálatával egy eddig kevésbé feltárt kutatási területhez kíván hozzájárulni. A tanulmány 804 Web of Science-publikáció bibliometriai és szisztematikus áttekintése alapján térképezi fel a jelenlegi tudásanyagot és a főbb kutatási trendeket. Az eredmények szerint a főszezon fokozza a környezeti terhelést és a társadalmi-kulturális feszültségeket, míg a holt szezon jövedelemingadozást és az infrastruktúra alacsony kihasználtságát eredményezi. Ugyanakkor a szezonálitás lehetőséget teremthet az ökoszisztémák regenerálódására és a turisztikai termékek diverzifikációjára. A tanulmány megállapítja, hogy a szezonálitás strukturális sajátosság, amely kontextushoz igazodó, interdiszciplináris szakpolitikai válaszokat igényel, és egy olyan koncepcionális keretet javasol, amely a szezonálitást a fenntarthatóság három pilléréhez kapcsolja.

Beérkezett/Received: 2026. 03. 05. Elfogadva/Accepted: 2026. 05. 12.

Keywords: tourism seasonality, sustainability, economic impacts, socio-cultural effects, management strategies.

Kulcsszavak: turizmus szezonálitása, fenntarthatóság, gazdasági hatások, társadalmi-kulturális hatások, menedzsmentstratégiák.

1. Introduction

Tourism seasonality refers to recurring fluctuations in visitor demand within a specific period, influenced by natural and institutional factors, and affecting tourist flows, revenue, employment, and the utilization of tourism infrastructure (BAUM-LUNDTORP 2001, BUTLER 2001). As a

fundamental characteristic of tourism systems, seasonality shapes the dynamics of supply and demand across destinations and remains a persistent structural feature of the industry.

In recent years, the global tourism sector has experienced substantial growth alongside increasing temporal concentration of visitor flows. According to the United Nations World Tourism Organization (UN Tourism 2025), international tourist arrivals declined sharply from 1.47 billion in 2019 to 406 million in 2020, reflecting the unprecedented impact of the Covid19 pandemic, widely recognized as the most significant disruption in the history of international tourism. This global shock fundamentally altered tourism

¹ PhD student, University of Pannonia, saheletaheri2022@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0002-3121-3765>

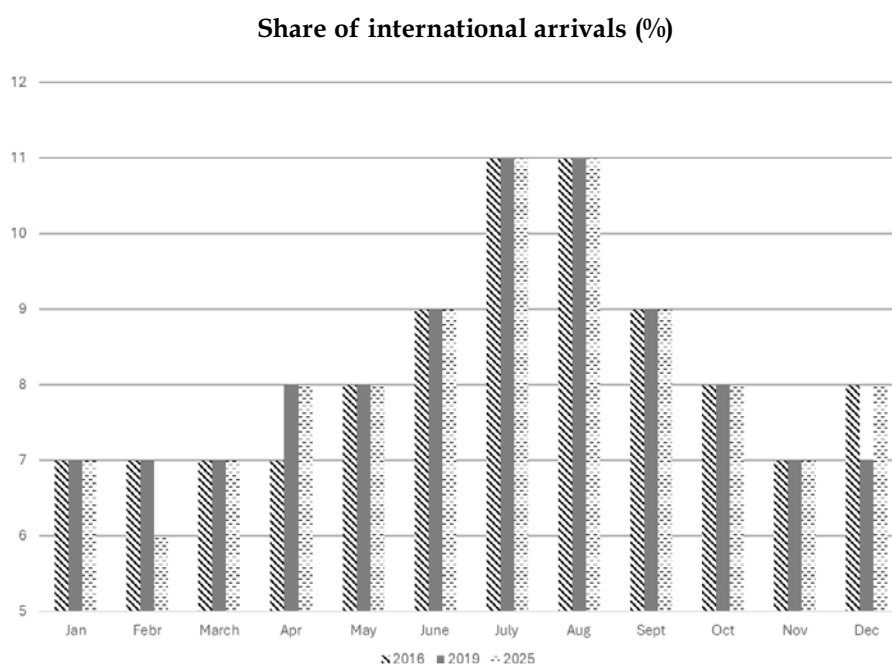
dynamics, intensifying volatility and exposing the vulnerability of tourism systems to external crises. This was followed by a steady recovery reaching approximately 1.52 billion in 2025, representing a 4.0% year-on-year increase. Monthly data indicate growth in most months of 2025, with peaks in January (11%) and April (10%), and only a slight decline in March (-1%). However, arrivals remain strongly concentrated in July and August (11% each), confirming the persistence of seasonal patterns in global tourism flows (Figure 1). This pattern is further supported by global statistics, as 31.0% of international tourist arrivals occur during the summer months (June to August), while tourism receipts peak at 31.0% in the third quarter (July to September), highlighting the strong seasonal concentration of tourism activity (UN Tourism 2025).

et al. 2023), mountain (STEIGER et al. 2023), health (MARTON et al. 2019), urban (ASHWORTH-PAGE 2011) or rural areas (MARTÍN MARTÍN et al. 2020).

Against this background, this study aims to explore the relationships between tourism seasonality and sustainability across its economic, environmental, and social dimensions. Accordingly, the study addresses the following research questions (RQ):

- (RQ1): How has academic research on tourism seasonality evolved over time, and which methodological approaches have been employed in this field?
- (RQ2): How and through which mechanisms do tourism seasonality affect the economic, environmental, and social dimensions of sustainability in tourism destinations?

Figure 1



Source: UN Tourism (2025)

The impacts of tourism seasonality extend beyond economic fluctuations to environmental and social dimensions. Temporal concentration places pressure on natural resources, ecosystems, and infrastructure while also affecting local communities through congestion and fluctuating employment patterns (GÖSSLING et al. 2018, PEETERS et al. 2018). As a result, seasonality has become a key concern in achieving sustainable tourism development. Seasonality has an impact on any kind of tourism destinations such as coastal (RUGGIERI-PLATANIA 2024), lakeside (BARCZA

- (RQ3): Embedded within the author's doctoral research, this study maps the state of knowledge, uncovers gaps, and proposes implications to inform future empirical data collection.

The study is structured as follows: after the introduction chapter, the methodological framework for collecting relevant academic studies about tourism seasonality is identified. The more detailed analysis of previous studies' results has two main pillars. The first part

gives a bibliometric overview about the involved articles, the second part is aimed at mapping implications regarding sustainable tourism development, within that focusing on the three pillars of sustainability (environmental, social, and economic pillar).

2. Methodology for literature review, process of selecting relevant studies

The literature review was conducted using the Web of Science database to identify and analyse relevant academic publications on tourism seasonality. The initial keyword search was based on the terms “tourism” AND “seasonality”, which resulted in 804 documents after applying filters for English language and article or review article document types. Abstracts were carefully screened, and studies unrelated to sustainability issues were excluded. After this initial mapping, a more focused screening process was conducted. The review concentrated on studies that directly addressed the relationship between tourism seasonality and the three pillars of sustainability: environmental, social, and economic impacts. Studies that were only indirectly related, or focused mainly on technical, institutional, or unrelated methodological aspects, were excluded. As a result, the literature was narrowed down to a more relevant set of key publications for an in-depth review.

3. Results

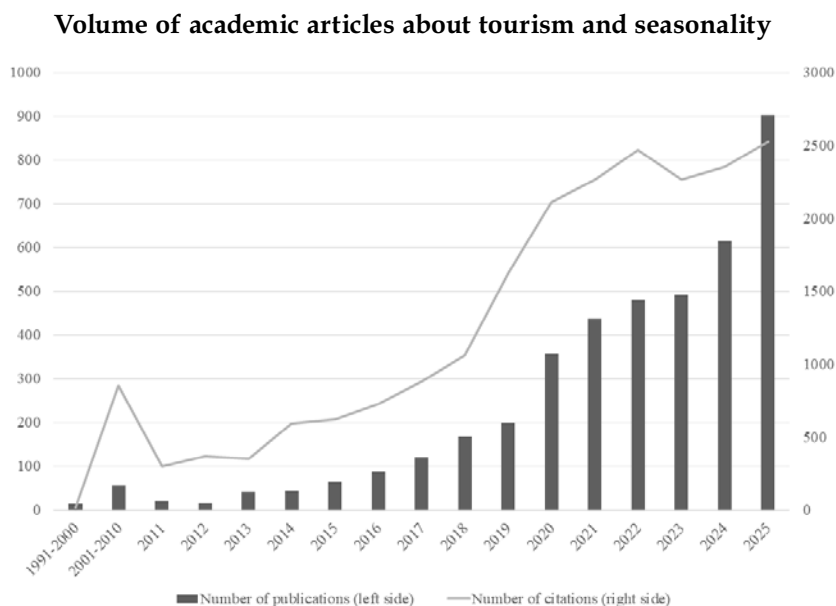
3.1. BIBLIOMETRIC INFORMATION ABOUT THE ACADEMIC ARTICLES

To clarify the research landscape, the results were first analysed according to major research areas. The largest share of publications was classified under *Hospitality, Leisure, Sport & Tourism* with 350 records, followed by *Environmental Sciences* with 138 records, *Environmental Studies* with 134 records, *Management* with 110 records, and *Economics* with 102 records. This distribution shows that tourism seasonality has been studied as a multidisciplinary topic, strongly connected to tourism management, environmental concerns, and economic impacts.

Second, publication trends over time were reviewed by distinguishing between periods before and after the early 2000s (post-millennium period). The results show a gradual increase in research output, with a more pronounced growth in publications after 2015 (Figure 2).

The results were also examined in relation to the Sustainable Development Goals (SDGs). The strongest connection was with SDG 11: *Sustainable Cities and Communities*, with 582 records, followed by SDG 14: *Life Below Water*, SDG 13: *Climate Action*, and SDG 15: *Life on Land*. This confirms that tourism seasonality is closely linked to sustainability challenges, especially in urban destinations, coastal areas, and environmentally sensitive regions.

Figure 2



Source: Web of Science

In terms of geographical distribution, Spain was the leading country with 170 records, followed by China, the United States, Italy, and England. This indicates that much of the existing literature focuses on destinations with strong seasonal tourism patterns, particularly Mediterranean and highly visited tourism regions (Table 1).

Table 1

Bibliometric data about academic articles addressing tourism and seasonality (number of articles)

<i>Document type</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Article (785) • Review article (19)
<i>Web of Science categories (TOP5, one article can be included in more categories)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Hospitality Leisure Sport Tourism (350) • Environmental Sciences (138) • Environmental Studies (134) • Management (110) • Economics (102)
<i>SDGs (TOP5, one article can be included in more categories)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • SDG11: Sustainable Cities and Communities (582) • SDG14: Life Below Water (93) • SDG13: Climate Action (76) • SDG15: Life On Land (54) • SDG03: Good Health And Well Being (45)
<i>Countries addressed in the study</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Spain (170) • People Republic of China (102) • USA (79) • Italy (73) • England (59) • Australia (51) • Other (270)
<i>Open Access</i>	388 articles

Source: own elaboration based on Web of Science (N=804)

3.2. DESTINATIONS ADDRESSED IN ACADEMIC STUDIES

This process identified key patterns in the literature on tourism seasonality and sustainability. The full-text review focused on destination types addressed in the selected studies. Since several studies covered overlapping contexts, classification was based on the dominant destination type or geographical focus. The reviewed literature mainly examines Mediterranean, island, coastal, urban, rural, mountain, and protected-area destinations with strong seasonal fluctuations. Mediterranean countries such as Spain, Italy, and Greece experience pronounced summer peaks, while Northern and Central/Eastern Europe show more moderate seasonal patterns. Urban and island destinations are particularly affected by concentrated visitor flows and seasonal pressure due to limited infrastructure and capacity.

Most reviewed studies focus on mature tourism destinations (KRABOKOUKIS-POLYZOS 2024, KOIMTZIDIS et al. 2025, VIERA-GONZÁLEZ 2025).

3.3. METHODS USED IN ACADEMIC STUDIES

Academic research about tourism seasonality integrates a wide range of methodologies however, secondary data dominates the international publishing practice (SENBETO et al. 2024). The reviewed studies employ diverse data sources, analytical techniques, and geographical contexts to investigate tourism seasonality and sustainability. Most rely on secondary data from statistical databases, official reports, and online sources, while some incorporate primary data through interviews or digital mobility records (Table 2).

GROSSI and MUSSINI (2021) investigated seasonal tourism patterns across six destinations in the Veneto Region of Italy. Their study decomposed changes in the Gini index of monthly tourist arrivals into two components: seasonal stability and seasonal magnitude. Since the Gini index is widely used to measure seasonal concentration, this decomposition provides a deeper understanding of temporal imbalances and reveals differences within and between destinations. NADAL et al. (2004) also highlighted differences in visiting patterns according to source market and season, suggesting that visitors during the main season may differ from those visiting a destination during the shoulder season.

ZARAGOZÍ et al. (2021) analysed tourism mobility using Passive Mobile Data (PMD) in Salou, Spain. The dataset captured movements of residents and tourists, and mobility patterns were visualized using flow maps and alluvial diagrams to examine seasonal variations.

RUGGIERI and PLATANIA (2024) analysed tourism seasonality across Mediterranean islands using longitudinal data from 2008–2018. By applying several quantitative seasonality indicators, the study distinguished between structural patterns of seasonal concentration and variations in tourism intensity, demonstrating how different measurement approaches influence the interpretation of seasonal imbalances and sustainability.

Overall, the reviewed studies show considerable variation in data and analytical approaches. However, in most cases, academic studies addressing tourism seasonality have a longer perspective, depending on data availability,

few decades period is analysed. Regarding the involved stakeholders, travellers are in the forefront of involved studies. The data input for articles points out the 'traditional' understanding of tourism as there is a stronger focus on arrivals and guest nights registered by commercial accommodation.

management. In nature-based destinations, visitor flows are also influenced by weather conditions and special events, while traditional data often fail to capture mobility patterns accurately, highlighting the need for alternative monitoring tools such as vehicle counters (PÓRHALLSDÓTTIR-ÓLAFSSON 2017).

Table 2

Methodological characteristics of selected studies on tourism seasonality

Author(s), year	Source of data	Variable	Method used	Destination	Stakeholders
<i>Secondary data</i>					
VIERA-GONZÁLEZ (2025)	Mobile positioning data	Tourism flows, seasonality indices	Gini index decomposition and multiscale spatial analyse	Spain (national and regional level)	Destination management organizations, public authorities
KOIMTZIDIS et al. (2025)	Remote sensing / night-time lights data	Seasonal intensity and tourism activity trends	Spatial analysis of night-time light data	Greek islands (Aegean, Crete)	Local/regional authorities, communities
RUGGIERI – PLATANIA (2024)	Accommodation records	Overnight stays, seasonal concentration indices	Statistical indicators and time-series analysis	Mediterranean islands (comparative sample)	Island tourism policymakers and planners
KRABOKOUKIS – POLYZOS (2024)	Monthly tourism statistics; overnight stays in accommodation establishments from Eurostat and Statista	Arrivals, overnight stays, tourism seasonality indices (RSI, Kendall's W), seasonal patterns, tourism trends	Relative Seasonality Index (RSI), Kendall's W stability index, time-series decomposition, comparative statistical analysis	Mediterranean countries including Spain, Italy, Greece, Croatia, Cyprus, Portugal, Turkey, etc.	Tourism planners and policymaker
<i>Primary data</i>					
DHIMITRI et al. (2025)	Online questionnaire survey (primary data; 186 stakeholders)	Visitor motivations, destination quality, seasonality barriers, tourism product quality	Descriptive statistics, frequency analysis, Spearman correlation, multiple regression analysis	Albanian Adriatic Coast, Albania	Tourism enterprises, institutions, local authorities
GKARANE et al. (2025)	Semi-structured interviews with tourism practitioners (primary data)	Seasonality challenges, sport events, off-season tourism impacts	Qualitative thematic analysis	Regional destinations in Greece	Tourism practitioners, local businesses, destination manager
GAO et al. (2024)	Online questionnaire survey (primary data; 419 stakeholders)	Sustainable tourism perceptions, tourism awareness, ecological protection, sociocultural development	Factor analysis and structural equation modelling (SEM)	Haikou, China	Tourists, government, travel agencies, local residents

Source: own elaboration

3.4. IMPLICATIONS OF SEASONAL IMBALANCE ON SUSTAINABILITY

Seasonal imbalances in tourism affect sustainability by shaping visitor distribution, resource use, and destination resilience. The uneven temporal distribution of visitors creates congestion in peak periods and underused infrastructure in off-peak seasons, complicating sustainable destination

management. Although tourism is widely viewed as a driver of economic growth, its negative impacts particularly in regions with unused capital and unstable income structures remain less studied. Evidence shows that vulnerability to tourism seasonality may reduce the share of high-growth firms and reinforce structural imbalances within destinations (STOJČIĆ et al. 2022).

3.4.1. Impact on the environment

The relationship between sustainable tourism and the environment is often described as symbiotic, as both can benefit from each other. Tourism relies heavily on natural resources and landscapes for its development, while at the same time it can contribute to their protection. The attractiveness of natural areas forms the foundation of tourism, making the preservation of these resources essential for its long-term viability. Moreover, tourism can generate positive environmental outcomes by raising awareness among visitors and local communities and by providing financial resources for conservation efforts (GHULAMRABBANY et al. 2013).

However, alongside these benefits, tourism can also generate negative environmental impacts if not properly managed. Uncontrolled tourism development may gradually degrade the natural resources on which tourism depends. For this reason, tourism is considered highly dependent on and sensitive to environmental quality; when environmental conditions decline, destinations may lose their attractiveness and visitor numbers may decrease (HASSAN 2000).

3.4.2. Impact on the socio-cultural dimensions of tourism

The negative socio-cultural impacts of tourism, particularly in protected areas, can be profound. Drawing on credible sources such as LEUNG et al. (2018), SPENCELEY and SNYMAN (2017), and UNWTO (2018), these impacts can generally be grouped into external and internal categories.

Externally driven impacts include:

- Prioritizing tourists in the allocation of essential resources (e.g., water and energy), which can deprive residents of basic needs and lower their quality of life.
- Rising social instability, including increased crime, gambling, begging, substance abuse, and sexual exploitation.

Internally driven impacts include:

- Loss of self-esteem and dignity: Locals not engaged in tourism may feel excluded or undervalued, while those in low-status service roles may experience humiliation or feel their skills are ignored, leading to strained and superficial interactions with tourists.
- Emotional harm: Misrepresentation of local culture or disrespectful tourist behaviour can deeply offend residents, potentially leading to tension or conflict between communities and visitors.

While these internal and psychological effects are less visible, they can have lasting consequences on a community's cultural identity, social cohesion, and collective well-being. From the perspective of potential tourism product development, cultural tourism is defined as a great area for attracting visitors outside of the main season. However, establishing an attractive image as a cultural destination has its challenges in mature coastal destinations, as highlighted by FIGINI and VICI (2012) in their study conducted in Rimini (Italy). Events are also in the forefront of developments outside of the peak season. Besides supporting economic sustainability of business operation, they attract residents so this way contributing to the socio-cultural advances of a certain area (CONNELL et al. 2015).

3.4.3. Impact on the economy

Within the framework of traditional tourism assessments, economic impacts are typically viewed positively, often measured through the revenues generated by tourism. However, tourism – particularly in protected areas – can also generate significant negative economic consequences. The following discussion draws on key findings from selected academic sources, including LEUNG et al. (2018), PEETERS et al. (2018), and DAMNJANOVIĆ (2021). The negative economic impacts of tourism flow's seasonal variation include:

- Income fluctuation and seasonal unemployment: Due to the seasonal nature of tourism during off-peak periods or in times of crisis, such as pandemics or economic downturns, many people lose their jobs or experience significant income reduction.
- Economic leakage: A large portion of tourism revenue may flow out of the local community and into the hands of foreign investors. This undermines the core goal of tourism, which is to support local development, and can increase residents' dissatisfaction.
- Unequal distribution of economic benefits: Tourism income is often concentrated in the hands of a few, rather than being fairly distributed across the community. This contributes to growing inequality and relative poverty in the area.

Consumption of goods and services is obviously a positive impact of tourism flows. BAKHAT and ROSELLO (2013) highlights that tourism demand for certain goods such as fuel has a slightly different pattern of residents' consumption patterns. This way, price changes during main season might

impact local demand more, as travellers are not 'withdrawn' by extra charges once they are at the destination.

Positive economic impact of incentives for attracting visitors during the shoulder season is clear such as highlighted by CISNEROS-MARTÍNEZ et al. (2018) in their study about the Spanish IMSERSO programme. However, they point out that seasonality problem cannot be solved simply by such initiatives, especially at destinations with a high share of international visitors who might have different visitation patterns than domestic senior guests (CISNEROS-MARTÍNEZ et al. 2018). Changes in travel behaviour and motivation might be also induced by external crisis such as Covid19 that also has an impact on temporal imbalance of visitor flows and thereby calling for new tourism product development (BARCZA et al. 2023). Table 3 summarises the impacts and challenges of tourism seasonality in relation to economic, environmental and social/cultural sustainability.

management, environmental pressure, economic vulnerability, and SDG-related challenges.

The main finding is that seasonality affects destinations through interconnected environmental, economic, and social mechanisms. Peak-season concentration increases pressure on natural resources, ecosystems, infrastructure, and local communities, while off-season decline contributes to unstable income, seasonal employment, underused capacity, and uneven distribution of benefits. However, the literature often examines these impacts separately rather than as part of an integrated sustainability problem.

The review also shows that most studies rely on secondary data and quantitative indicators, such as the Gini index, tourism flow analysis, decomposition techniques, and long-term statistical datasets. These methods are useful for identifying seasonal patterns, but they often remain descriptive. A key research gap is the

Table 3

Impacts and challenges of tourism seasonality on sustainability

<i>Sustainability dimension</i>	<i>Positive impacts</i>	<i>Negative impacts</i>	<i>Key challenges</i>	<i>References</i>
<i>Economic</i>	<i>Boosts local revenue during high season due to increased demand and employment. Supports business growth and investment in tourism infrastructure.</i>	<i>High dependency on limited peak months causes unstable income. Underutilization of resources in off-season periods.</i>	<i>Achieving stable year-round employment and income. Diversifying local economies beyond tourism.</i>	<i>BAUM – LUNDTORP (2001) FERNANDEZ-MORALES (2024) UNWTO (2025)</i>
<i>Environmental</i>	<i>Concentrated visitation allows time for environmental recovery in off-seasons.</i>	<i>Overcrowding and resource depletion during high season (water, waste, CO₂ emissions). Pressure on fragile ecosystems in coastal/Mediterranean destinations.</i>	<i>Balancing tourist flows to prevent overuse. Managing carrying capacity sustainably.</i>	<i>GÖSSLING et al. (2018) RUGGIERI et al. (2024)</i>
<i>Social/Cultural</i>	<i>Revitalizes local culture and traditions through tourism demand. Enhances community pride and cultural exchange.</i>	<i>Over-tourism disrupts local lifestyles and raises cost of living. Seasonal jobs may lead to precarious employment conditions.</i>	<i>Maintaining community well-being year-round. Ensuring equitable benefits across residents.</i>	<i>VARGAS-SÁNCHEZ et al. (2014) KOENS et al. (2018)</i>

Source: own elaboration

4. Conclusions

Tourism seasonality remains a structural and largely problematic feature of tourism development, with significant implications for destination sustainability. This review shows that academic interest in the topic has increased, especially after 2015, and that seasonality is increasingly discussed in relation to sustainability, destination

limited number of empirical, stakeholder-based, and destination-specific studies that examine how seasonality is actually experienced and which mitigation strategies work in practice.

In terms of implications, the findings suggest that seasonality cannot be addressed through universal solutions. Strategies such as cultural tourism, events, pricing tools, social tourism programmes, product diversification, and demand redistribution may reduce seasonal imbalance,

but their effectiveness depends on destination characteristics, governance capacity, visitor markets, and local stakeholder cooperation.

This study is limited by its reliance on Web of Science and English-language publications, meaning that some relevant research may have been excluded. Nevertheless, it provides a structured overview of the current state of knowledge and identifies key gaps for future research. In line with the author's doctoral research, the findings support the need for a conceptual framework that links seasonality, sustainability pillars, destination characteristics, and future empirical data collection.

References

- ASHWORTH, G. – PAGE, S. J. (2011): Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*. 32(1). pp. 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>
- BAKHAT, M. – ROSSELLÓ, J. (2013): Evaluating a seasonal fuel tax in a mass tourism destination: A case study for the Balearic Islands. *Energy Economics*. 38. pp. 12–18. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2013.02.009>
- BARCZA, A. – CSAPÓ, J. – HINEK, M. – MARTON, G. – ALPEK, L. (2023): Examining seasonality in tourism with special reference to the recent effects of Covid-19 – The case of the Sopron-Fertő tourism destination (Hungary). *European Countryside*. 15(2). pp. 243–258. <https://doi.org/10.2478/euco-2023-0013>
- BAUM, T. – LUNDTORP, S. (eds) (2001): *Seasonality in tourism*. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-043674-6.50004-0>
- BUTLER, R. W. (2001): Seasonality in tourism: Issues and implications. In: Baum, T. – Lundtorp, S. (eds): *Seasonality in Tourism*. Routledge, London. pp. 5–21.
- CISNEROS-MARTÍNEZ, J. D. – McCABE, S. – FERNÁNDEZ-MORALES, A. (2018): The contribution of social tourism to sustainable tourism: A case study of seasonally adjusted programmes in Spain. *Journal of Sustainable Tourism*. 26(1). pp. 85–107. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1319844>
- CONNELL, J. – PAGE, S. J. – MEYER, D. (2015): Visitor attractions and events: Responding to seasonality. *Tourism management*. 46. pp. 283–298. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.013>
- DAMNJANOVIĆ, I. (2021): Overtourism and the local community well-being. In: Mandić, A. – Petrić, L. (eds): *Mediterranean Protected Areas in the Era of Overtourism*. Springer, Cham. pp. 93–115. https://doi.org/10.1007/978-3-030-69193-6_5
- DHIMITRI, J. – ÇINAJ, N. – BRAKAJ, E. P. – QOSJA, E. – DIBRA, M. – MBRICA, A. (2025): Stakeholder insights on tourism seasonality and destination performance along the Albanian Adriatic coast. *Geojournal of Tourism and Geosites*. 61(3). pp. 1944–1951. <https://doi.org/10.30892/gtg.61351-1561>
- FERNANDEZ-MORALES, A. – McCABE, S. – CISNEROS-MARTÍNEZ, J. D. (2024): Is social tourism a vector for destination resilience to external shocks? Evidence from Spain. *Journal of Travel Research*. 63(7). pp. 1606–1625. <https://doi.org/10.1177/00472875231200493>
- FIGINI, P. – VICI, L. (2012): Off-season tourists and the cultural offer of a mass-tourism destination: The case of Rimini. *Tourism Management*. 33(4). pp. 825–839. DOI:10.1016/j.tourman.2011.09.005
- GAO, J. – SAKCHAROEN, T. – SUWANTEE, K. – NIYOMMANEERAT, W. (2024): Stakeholder perceptions of sustainable tourism development: A case study in Haikou, China. *Sustainability*. 16(16). 6742. <https://doi.org/10.3390/su16166742>
- GHULAMRABBANY, M. – AFRIN, S. – RAHMAN, A. – ISLAM, F. – HOQUE, F. (2013): Environmental effects of tourism. *American Journal of Environment, Energy and Power Research*. 1(7). pp. 117–130. www.ajepr.com
- GKARANE, S. – VASSILIADIS, C. – KOTZAIVAZOGLU, I. – FRAGIDIS, G. – VRANA, V. (2025): Combating seasonality in regional tourism: A call to action through sport events and practitioner insights. *Tourism and Hospitality*. 6(2). 66. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6020066>
- GROSSI, L. – MUSSINI, M. (2021): Seasonality in tourist flows: Decomposing and testing changes in seasonal concentration. *Tourism Management*. 84. 104289. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104289>
- GÖSSLING, S. – SCOTT, D. – HALL, C. M. (2018): Global trends in length of stay: Implications for destination management and climate change. *Journal of Sustainable Tourism*. 26. 12. pp. 2087–2101. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1529771>
- HASSAN, S. S. (2000): Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*. 38(3). pp. 239–245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- KOENS, K. – POSTMA, A. – PAPP, B. (2018): Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*. 10(12). 4384. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
- KOIMTZIDIS, M. – FALALAKIS, G. – STATHOPOULOS, S. – KOPSIDAS, O.

- KOURTIDIS, K. - GEMITZI, A. (2025): Assessing development patterns and carrying capacity using nighttime light analysis: A case study in Greece. *Remote Sensing Applications: Society and Environment*. 37. 101462. <https://doi.org/10.1016/j.rsase.2025.101462>
- KRABOKOUKIS, T. - POLYZOS, S. (2024): Analyzing the tourism seasonality for the Mediterranean countries. *Journal of the Knowledge Economy*. 15(2). pp. 8053–8076. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01129-8>
- LEUNG, Y. F. - SPENCELEY, A. - HVENEGAARD, G. - BUCKLEY, R. (2018): *Tourism and visitor management in protected areas: Guidelines for sustainability*. IUCN, Gland. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.2018.PAG.27.en>
- MARTÍN MARTÍN, J. M. - SALINAS FERNANDEZ, J. A. - RODRIGUEZ MARTIN, J. A. - OSTOS REY, M. D. S. (2020): Analysis of tourism seasonality as a factor limiting the sustainable development of rural areas. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 44(1). pp. 45–75. <https://doi.org/10.1177/1096348019876688>
- MARTON, G. - HINEK, M. - KISS, R. - CSAPÓ, J. (2019): Measuring seasonality at the major spa towns of Hungary. *Hungarian Geographical Bulletin*. 68(4). pp. 391–403. <https://doi.org/10.15201/hungeobull.68.4.5>
- NADAL, J. R. - FONT, A. R. - ROSSELLO, A. S. (2004): The economic determinants of seasonal patterns. *Annals of Tourism Research*. 31(3). pp. 697–711. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.02.001>
- RUGGIERI, G. - PLATANIA, M. (2024): Islands' tourism seasonality: A data analysis of Mediterranean islands' tourism comparing seasonality indicators (2008–2018). *Sustainability*. 16(9). 3674. <https://doi.org/10.3390/su16093674>
- SENBETO, D. L. - HON, A. H. - KÖSEOGLU, M. A. - KING, B. - VO-THANH, T. (2024): Seasonality in tourism and hospitality: a review and typology for future research. *Tourism analysis*. 29(2). pp. 175–186. <https://doi.org/10.3727/108354224X17076820300692>
- SPENCELEY, A. - SNYMAN, S. (2017): Protected area tourism: Progress, innovation and sustainability. *Tourism and Hospitality Research*. 17(1). pp. 3–7. <https://doi.org/10.1177/1467358416646646>
- STEIGER, R. - POSCH, E. - TAPPEINER, G. - WALDE, J. (2023): Seasonality matters: Simulating the impacts of climate change on winter tourism demand. *Current Issues in Tourism*. 26(17). pp. 2777–2793. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2097861>
- STOJČIĆ, N. - MIKULIĆ, J. - VIZEK, M. (2022): High season, low growth: The impact of tourism seasonality and vulnerability to tourism on the emergence of high-growth firms. *Tourism Management*. 89. 104455. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104455>
- VARGAS-SÁNCHEZ, A. - PORRAS-BUENO, N. - PLAZA-MEJÍA, M. Á. (2014): Residents' attitude to tourism and seasonality. *Journal of Travel Research*. 53(5). pp. 581–596. <https://doi.org/10.1177/0047287513506295>
- VIERA-GONZÁLEZ, J. M. - HERNÁNDEZ-MARTÍN, R. (2025): Multiscale perspectives on the seasonality of tourism flows in Spain and spatial compensation. *Review of Regional Research*. pp. 1–24. <https://doi.org/10.1007/s10037-025-00251-1>
- ZARAGOZÍ, B. - TRILLES, S. - GUTIÉRREZ, A. (2021): Passive mobile data for studying seasonal tourism mobilities: An application in a Mediterranean coastal destination. *ISPRS International Journal of Geo-Information*. 10(2). 98. <https://doi.org/10.3390/ijgi10020098>
- PÓRHALLSDÓTTIR, G. - ÓLAFSSON, R. (2017): A method to analyse seasonality in the distribution of tourists in Iceland. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. 19. pp. 17–24. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.05.001>

Internet sources

- PEETERS, P. - GÖSSLING, S. - KLIJS, J. - MILANO, C. - NOVELLI, M. - DIJKMANS, C. - EIJGELAAR, E. - HARTMAN, S. - HESLINGA, J. - ISAAC, R. - MITAS, O. - MORETTI, S. - NAWIJN, J. - PAPP, B. - POSTMA, A. (2018): *Overtourism: Impact and possible policy responses*. European Parliament, Policy Department for Structural and Cohesion Policies, Brussels. [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU\(2018\)629184](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=IPOL_STU(2018)629184) (April 30, 2026)
- UN TOURISM (2025): *UN Tourism Tourism Dashboard*. <https://www.untourism.int/tourism-data/un-tourism-tourism-dashboard> (April 30, 2026)
- UNWTO (2025): *World Tourism Barometer*. Madrid: United Nations World Tourism Organization. <https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data> (April 30, 2026)
- UNWTO (2018): *Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions*. World Tourism Organization, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284420070> (April 30, 2026)

Tourism-led economic transformation in developing countries: A systematic literature review

Turizmusvezérelt gazdasági átalakulás a fejlődő országokban: Szisztematikus irodalmi áttekintés

Authors: Yousra Zaid¹ – Lóránt Dénes Dávid²

Tourism-led economic transformation induces structural change in developing economies, enhancing productivity and diversification. This PRISMA-based systematic review analyzed 28 peer-reviewed articles (2010–2024). Findings reveal that transformation emerges from a complex ecosystem integrating governance quality, institutional capacity, tourism resources, infrastructure and host community attitudes, rather than governance alone. Critically, transformation requires deliberate reinvestment of tourism revenues and strengthened backward linkages with local sectors. Three spatial patterns emerge, including enclave economies (e.g., Caribbean islands) with high leakage, linkage-rich systems (e.g., Vietnam) exhibiting deep local integration, and stagnant models (e.g., Sub-Saharan Africa) showing limited structural change despite visitor growth.

A turizmusvezérelt gazdasági átalakulás szerkezeti változást idéz elő a fejlődő országokban, hozzájárulva a termelékenység javulásához és a gazdasági diverzifikációhoz. A PRISMA-módszertant követő szisztematikus szakirodalmi áttekintés 28, 2010 és 2024 között megjelent, lektorált tanulmányt dolgozott fel. Az eredmények azt mutatják, hogy a strukturális átalakulás nem önmagában a kormányzás minőségének függvénye, hanem több tényező együttes hatásaként alakul: meghatározó szerepe van az intézményi kapacitásnak, a turisztikai erőforrásoknak, az infrastrukturális ellátottságnak, valamint a helyi közösségek attitűdjének. Kritikus jelentőségű, hogy a tartós gazdaságszerkezeti változashoz elengedhetetlen a turizmusból származó bevételek célzott visszaforgatása, valamint a helyi ágazatokkal való visszacsatolási kapcsolatok megerősítése. A vizsgált szakirodalom alapján három térbeli mintázat rajzolódik ki: a magas gazdasági szivárgással jellemezhető enklávégazdaságok (például Karib-szigetek); a helyi gazdaságba mélyen beágyazott, erős ágazati kapcsolatokban gazdag rendszerek (például Costa Rica és Vietnam); valamint a stagnáló modellek (például Szubszaharai Afrika), ahol a látogatószám növekedése ellenére is korlátozott marad a gazdaságszerkezeti átalakulás.

Beérkezett/Received: 2026. 02. 18. Elfogadva/Accepted: 2026. 04. 14.

Keywords: structural change, comprehensive development, tourism-led economic transformation, productivity growth, sustainable development.

Kulcsszavak: strukturális változás, átfogó fejlődés, turizmusvezérelt gazdasági átalakulás, termelékenység növekedése, fenntartható fejlődés.

1. INTRODUCTION

Tourism-led economic transformation refers to a fundamental and sustainable restructuring of a

national or regional economy (LI et al. 2025), where the expansion of tourism activities serves as the primary catalyst for shifting the productive base away from traditional sectors, as countries have typically relied on low productivity agricultural or extractive activities, such as subsistence farming. With a tourism-led economic transformation, a nation transitions to higher-productivity and globally competitive activities (SOLARIN et al. 2024), generating broad-based benefits for society. Tourism-led economic transformation differs from general tourism development. General tourism development is typically represented by

¹ PhD student, John Von Neumann University, zaidyousra2021@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0004-3804-2780>

² research professor, Hungarian University of Agriculture and Life Sciences (MATE). david.lorant.denes@uni-mate.hu, <https://orcid.org/0000-0001-7880-9860>

an isolated resort community or episodic service provision with limited connection to other parts of the local market. In contrast, a tourism-led economic transformation is deeply integrated into the country's economic structure. It has extensive backward and forward linkages with local agriculture, manufacturing, and construction. Furthermore, this transformation often leads to an increase in local entrepreneurship, supplier relationships, and the development of specialized skill sets and institutional capacities that also support non-tourism sectors.

Moreover, tourism-led economic transformation differs from pure economic growth, which can be achieved by increasing visitor numbers without structural change, by demonstrating significant changes in the structure of the country's economy sectoral changes, labor productivity trajectories, export sophistication, and overall level of economic diversification. These structural changes result in less reliance on foreign capital to drive long-term economic development (LEJÁRRAGA-WALKENHORST 2013), and reduced exposure to international shocks. Thus, tourism-led economic transformation positions tourism as an active agent for structural change in a developing country's position within the global value chain, provided that the appropriate policies, institutions, and environmental context are available to transform the economic rents generated by tourism into productive capabilities and inclusive development outcomes (KERSAN-ŠKABIĆ 2024).

The issue of tourism-led economic transformation is of great importance for developing countries, given the structural challenges that hinder traditional development paths, as most of these countries suffer from a weak industrial base, lack of productive capital, and the spread of disguised unemployment in the agricultural sector, which makes tourism an attractive alternative that requires lower initial investments compared to heavy industry (CASTILHO-FUINHAS 2025) however, this attractiveness is accompanied at the same time by risks of economic dependency and external dominance (CHAPERON-BRAMWELL 2013), as excessive reliance on volatile international demand may reinforce neo-colonial patterns of exploitation and create isolated tourist enclaves that do not contribute to comprehensive local development (CASTILHO-FUINHAS 2025). Empirical evidence reveals highly divergent outcomes across geographical contexts: while Costa Rica and Vietnam demonstrate successful integration through strong backward linkages and pro-poor distributional effects (DUIM-CAALDERS

2008), Caribbean island nations and parts of Sub-Saharan Africa exhibit persistent enclave formations, substantial revenue leakages, and elite capture of benefits that constrain broad-based welfare gains (FERGUSON 2011). These disparities underscore that tourism's developmental potential is contingent upon specific institutional and spatial configurations rather than automatic.

Despite the growing academic interest in tourism economics over the past three decades, the literature examining tourism as a genuine catalyst for structural economic transformation remains fragmented, conceptually ambiguous, and methodologically heterogeneous, creating a critical knowledge gap that this systematic review seeks to address. Existing studies present a paradoxical landscape, while numerous econometric studies affirm the positive correlation between tourism receipts and GDP growth (CHEN 2010, KHOSHNEVIS YAZDI et al. 2017), other studies caution against *the illusion of development*, highlighting persistent enclave formations, substantial revenue leakages, and limited backward linkages (BROHMAN 1996, AKAMA-KIETI 2007), which constrain broad-based welfare gains. Furthermore, the mediating role of institutional quality, governance arrangements, and policy configurations remains undertheorized and empirically underspecified, with limited comparative analysis illuminating why seemingly similar tourism booms yield divergent developmental trajectories across different national contexts a gap insufficiently addressed in existing Central European tourism research literature. While rural tourism is considered a tool for local development in post-socialist transition contexts (KISS 2001), the specific dynamics of structural economic transformation in developing economies remain insufficiently explored in this regional literature.

Against this backdrop, this systematic literature review pursues three distinct, interrelated objectives. First, to synthesize and critically appraise the empirical evidence on the mechanisms through which tourism expansion translates or fails to translate into structural economic change, distinguishing between transient growth episodes and sustained structural transformation. Second, to identify the contingent conditions (institutional, spatial, and policy-related) under which tourism serves as an engine versus an obstacle to broad-based economic transformation, with specific attention to regional variations between enclave-dependent, linkage-rich, and stagnant development models. Third, to elucidate how institutional architectures and policy interventions mediate

these outcomes, thereby informing evidence-based strategies for harnessing tourism potential in developing countries.

2. Methodology

The PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) protocol was adopted as the guiding framework for this systematic review, given its established capacity to minimize subjective bias through transparent, pre-defined procedures for study selection, data extraction, and synthesis (MOHER et al. 2009). To ensure comprehensive yet rigorous coverage of the literature, the Scopus database was chosen as the primary data source. Compared with Google Scholar which encompasses substantial volumes of unverified grey literature Scopus provides access to peer-reviewed, high-quality publications indexed in reputable academic journals (SARKIS-ONOFRE et al. 2021). Furthermore, unlike Web of Science, which concentrates predominantly on science and technology disciplines, Scopus offers broader interdisciplinary coverage spanning social sciences, humanities, and tourism studies (ESTEVAO-COSTA 2020). An additional practical advantage of Scopus is its functionality for exporting bibliographic records directly into Microsoft Excel, thereby streamlining the systematic screening and eligibility assessment processes.

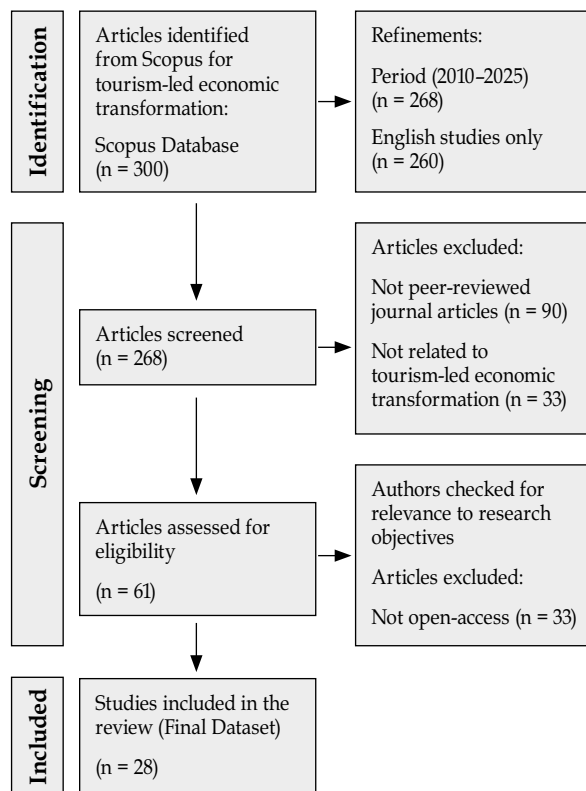
Given the study’s focus on tourism-led economic transformation in developing country contexts, the initial search strategy was designed to capture the intersection of tourism development, economic outcomes, and developing nation settings. The specific search string employed was: (“Tourism-led growth” or “Tourism economic transformation” or “Tourism development”) and (“Economic growth” or “Economic development” or “Structural transformation”). This combination of keywords was intentionally broad to ensure retrieval of diverse studies examining how tourism drives economic change, including sectoral upgrading, employment generation, foreign exchange earnings, and structural economic shifts. To avoid excluding relevant research, the search was not confined to specific tourism typologies; rather, it encompassed various forms including sustainable tourism, ecotourism, cultural tourism, and community-based tourism where economic transformation processes are frequently analyzed within broader developmental frameworks.

The systematic review followed a structured, transparent protocol for selecting and analyzing literature pertinent to tourism-led economic

transformation in developing countries. The Scopus database was selected for its comprehensive, cross-disciplinary coverage of peer-reviewed academic publications spanning tourism, development economics, and regional studies. The initial database search yielded 300 records. These results were subsequently refined through a multi-stage screening process applying pre-established inclusion and exclusion criteria to ensure both scholarly rigor and topical relevance (PAHLEVAN-SHARIF et al. 2019). First, the publication timeframe was restricted to 2010–2024 to prioritize contemporary scholarship reflecting recent theoretical and empirical developments in tourism-economic research, reducing the dataset to 268 articles. Second, only English-language publications were retained to ensure consistency in data interpretation and synthesis (ESTEVAO - COSTA 2020), resulting in 260 articles. Third, the selection was further narrowed to peer-reviewed journal articles and review papers that had achieved final publication status, thereby excluding conference

Figure 1

Systematic review flowchart: Identification, screening, and selection of studies on tourism-led economic development



Source: own elaboration

proceedings, book chapters, and preprints to safeguard academic reliability. Following this stage, 170 articles remained. Fourth, to enhance transparency and facilitate access to primary sources, only open-access publications were retained, yielding 61 eligible studies. Finally, manual screening of titles, abstracts, and full texts against the core inclusion criteria focusing explicitly on tourism's role in driving macro- or micro-level economic transformation within developing country contexts resulted in a final dataset of 28 studies for detailed analysis.

These 28 studies constitute the empirical foundation of this systematic review. Each article was critically examined following PRISMA guidelines (PAHLEVAN-SHARIF et al. 2019), with evaluation focusing on several key aspects, including the type of economic mechanism involved, the geographical and institutional context, the methodological approach, and any documented limitations. This framework guided the extraction of evidence, which is synthesized in the Results and Findings chapter, where findings are illustrated with specific regional examples to link theoretical mechanisms to empirical practice. The complete screening and selection process is visually summarized in a PRISMA Flow Diagram in *Figure 1*.

3. Results and Findings

3.1. DIRECT ECONOMIC MECHANISMS

The empirical literature (FABER-GAUBERT 2019, NUNKOO et al. 2020) examining the direct economic mechanisms of tourism-led economic transformation reveals a complex set of outcomes that defy simplistic generalizations, with foreign exchange earnings constituting the most consistently documented benefit (BEHURIA 2025), yet simultaneously a subject of growing debate. While cross-country econometric analyses affirm that tourism revenues improve balance-of-payments positions in developing economies, particularly for small island states and coastal nations, substantial foreign exchange leakages embedded in all-inclusive resort models have been documented in destinations such as Mauritius and select Caribbean islands (SEALY 2018). In these enclave contexts, transnational hotel chains repatriate profits, import food and construction materials, and employ expatriate managerial staff, thereby reducing net foreign exchange contributions to levels that call into question tourism's presumed comparative advantage over traditional exports.

Conversely, linkage-rich models demonstrate superior retention of tourism expenditures. Costa Rica's deliberate farmer to hotel supply chain programs, for instance, have successfully enhanced backward linkages with domestic agriculture, embedding foreign exchange earnings more deeply into local productive structures (ROGERSON 2012, TELFER-WALL 2000). Similarly, quality certification schemes and targeted SME development in Vietnam and parts of Sub-Saharan Africa reveal that deliberate policy interventions can strengthen tourism multipliers, though outcomes remain contingent on local supplier capacity and institutional support (NORBU et al. 2021, LIU 2022).

Employment creation emerges as a second direct mechanism, with studies documenting substantial labor absorption capacities, particularly for women and youth marginalized from formal labor markets in Tunisia and Jamaica (JACKMAN 2022, SUN et al. 2022). However, the quality of these opportunities remains contested. Longitudinal evidence from Mexico and the Dominican Republic reveals widespread informality, unstable contractual arrangements, significant gender wage disparities, and pronounced seasonality that generates income volatility. Regarding the "Dutch Disease" hypothesis, Croatia exemplifies risks of premature deindustrialization, where tourism booms coincided with real exchange rate appreciation and manufacturing sector contraction (BROZ-DUBRAVČIĆ 2011). In contrast, Slovenia and Costa Rica have mitigated these risks through targeted industrial policies that maintain export competitiveness alongside tourism expansion (HOLZNER 2011, INCHAUSTI-SINTES 2024).

Collectively, these direct economic mechanisms show that tourism's ability to drive structural transformation depends on the specific spatial and institutional configurations through which foreign exchange is retained. There are enclave economies characterized by high leakage and limited local integration, linkage-rich systems exhibiting strong backward connections with domestic suppliers, and stagnant models showing persistent revenue volatility without structural change.

3.2. STRUCTURAL TRANSFORMATION PATHWAYS

Beyond direct economic mechanisms, tourism expansion drives deeper structural transformation pathways that reshape sectoral composition, labor markets, and human capital in developing economies (KHAN et al. 2020), with significant variation depending on institutional and policy

contexts. In Vietnam and select Sub-Saharan African destinations such as Ghana, evidence shows substantial growth in the services sector alongside tourism development, where services' share of GDP has exceeded 70% in major urban hubs (DOSSOU et al. 2024), though this trajectory resembles the enclave pattern observed in Croatia and Greece where service growth coincided with manufacturing decline and increased exposure to external shocks, contrasting with the more balanced diversification seen in Costa Rica. These transformations are also reflected in accelerated rural-to-urban migration to tourism hubs observed in Tanzania's Lake Victoria zone and China's Zhangjiajie region (SONG et al. 2025) and rising female participation in accommodation and food services documented in Jamaica and Tunisia, enhancing economic autonomy while being linked to low-wage, precarious employment. At the human capital level, Rwanda and Botswana demonstrate successful skills acquisition in languages and service management that improve employment prospects, whereas stagnant models in select Caribbean islands and parts of Sub-Saharan Africa reveal limited structured training and persistent brain drain (BEHURIA 2025).

Entrepreneurship and small enterprises within tourism value chains emerge as promising transformation pathways particularly in linkage-rich contexts such as Ghana and Indonesia, where targeted SME development has supported local value capture, potentially supporting broad-based development when backed by appropriate policies, though these outcomes remain contingent on governance quality and remain largely underdeveloped in stagnant enclave economies dependent on transnational corporations (ROGERSON 2012, TELFER-WALL 2000).

3.3. SPATIAL AND DISTRIBUTIONAL DIMENSIONS

The spatial and distributional dimensions of tourism-led transformation reveal a tension between economic growth and developmental equity. In Egypt, tourism investment concentrates overwhelmingly in Luxor and Sharm El-Sheikh, creating pronounced development corridors along the Red Sea and Nile while peripheral regions in Upper Egypt remain structurally marginalized, deepening regional disparities that stimulate rural-urban migration to these coastal and heritage centers (LIN et al. 2023). Similarly, in Tunisia, the stark contrast between developed northern coastal zones and the underserved

southern hinterlands illustrates how tourism can reinforce core-periphery structures when spatial planning remains uncoordinated (MEDDEB 2021, BOUSNINA 2023), whereas targeted rural tourism strategies in regions like Bali's interior villages and Mexico's Yucatán hinterland demonstrate that spatial diffusion becomes feasible when adequate infrastructure and institutional capacity are present (CARTE et al. 2010).

Regarding income distribution, while tourism may generate benefits for low-income groups through employment opportunities and informal activities, the phenomenon of elite capture manifests distinctly across varying contexts in GCC countries (Gulf Cooperation Council), concentrated land ownership and investment privileges have allowed dominant elites to control high-value tourism assets, thereby limiting trickle-down effects to local communities studies (CASTILHO-FUINHAS 2025, GUO et al. 2026). This pattern contrasts with experiences in Turkey's Mediterranean coast, where rising property values in Antalya and Bodrum have triggered residential displacement among traditional populations (KESKINOK 2012), commodifying cultural spaces and generating social tensions that undermine long-term sustainable development foundations. Furthermore, land-use changes associated with unchecked resort expansion in Goa (India) and Mombasa (Kenya) demonstrate how speculative real estate markets can displace indigenous communities from their traditional territories (ROUTLEDGE 2001, KARIUKI-NG'ETICH 2016), reinforcing patterns of spatial inequality that persist despite aggregate economic growth indicators (ALNAFISAH 2025).

3.4. INSTITUTIONAL AND GOVERNANCE FACTORS

The institutional and governance framework constitutes a decisive factor in determining whether tourism expansion leads to comprehensive economic transformation or reinforces patterns of inequality. When strong state capacity and effective policy coordination are present, as evidenced in Botswana's centralized investment promotion frameworks and Rwanda's strategic coordination of tourism revenues, structural transformation is facilitated through deliberate diversification strategies that avoid the enclave trap (LIN et al. 2023). In contrast, fragmented governance and weak regulatory enforcement in Kazakhstan's Almaty region and select urban peripheries tend to undermine investor confidence and limit developmental benefits, perpetuating dependency

dynamics rather than fostering linkage-rich development (SOEMITRO-ADNYANA 2016, SAKYPBEK et al. 2025).

Public-private partnerships have produced divergent outcomes across developing contexts: whereas well-managed collaborations in Southeast Asian transition economies demonstrate potential for coordinated infrastructure development, poorly designed arrangements in Tanahampo (Bali, Indonesia) resulted in the exclusion of local fishing communities and the creation of unsustainable fiscal burdens that constrained inclusive development (WESTOBY et al. 2021). Furthermore, corruption represents a major risk by distorting investment allocation and eroding institutional trust, particularly evident in governance-deficient environments where opaque land titling and discretionary licensing prevail, undermining the potential for productive backward linkages (KARADAG et al. 2025), whereas international organizations exert a dual influence sometimes supporting sustainable development through technical assistance in Eastern European transition economies, yet at other times imposing structural adjustment constraints on highly indebted small island states, thereby affecting the achievement of inclusive tourism development.

3.5. SUSTAINABILITY AND LONG-TERM VIABILITY

Sustainability and long-term viability of tourism-led economic transformation face mounting challenges (NI et al. 2026) across environmental, economic, and cultural dimensions, threatening the foundations upon which developmental aspirations rest and necessitating comprehensive governmental responses that transcend traditional growth metrics. Environmental constraints manifest starkly in the breaching of carrying capacity limits at popular tourist destinations (TELLO CHAN et al. 2025a, 2025b). Climate change exposure poses existential threats, as witnessed in low-lying island nations and mountain economies dependent on skiing, where extreme weather events disrupt operations and demand costly investments. Furthermore, the Covid19 pandemic severely tested economic resilience, exposing the fragility of tourism-dependent economies such as Aruba, Macau, and Seychelles, which experienced GDP contractions exceeding 20% in 2020 (KHAN et al. 2020), demonstrating that excessive reliance on a single sector creates major economic volatility akin to the “resource curse” and calling for renewed attention to diversification strategies.

Cultural exploitation represents a subtler yet consequential threat to long-term sustainability (BAI-WENG 2023), as the staged performance of heritage and the marketing of heritage sites to meet tourist expectations may erode intrinsic cultural values and the social cohesion of host communities that constitute the destination’s unique distinctiveness.

Conclusion

This review demonstrates that tourism can contribute to achieving economic transformation in developing countries, but it is not an automatic outcome of increasing tourist arrivals. The findings reveal that transformation operates through distinct economic mechanisms, manifests across three divergent spatial patterns: enclave economies, linkage-rich systems, and stagnant models depending on governance quality, and is critically mediated by institutional capacity and policy coordination. Rather, it is a development pathway that depends on the interaction of public policies, institutional capacities, and the effective utilization of tourism resources to convert potential into broad-based productive and social gains. The findings highlight a complex balance between tourism’s positive aspects, such as generating foreign exchange, creating employment opportunities, and enhancing productivity, and potential risks, including weak local economic linkages and revenue leakages, which may limit the achievement of inclusive development. The review also indicates that the success of tourism in supporting structural transformation requires adopting comprehensive policies that go beyond merely increasing visitor numbers. Evidence from Vietnam demonstrates that deliberate strategies strengthening backward linkages, developing SME capacity, and ensuring equitable benefit distribution can foster linkage-rich transformation, whereas enclave and stagnant models lacking such coordination failed to achieve structural change. Such policies should strengthen linkages with the local economy, develop workforce skills, improve the investment environment, and ensure a fair distribution of economic benefits.

Global crises, such as the Covid19 pandemic and the growing impacts of climate change, have exposed the fragility of economies heavily reliant on tourism, particularly enclave-dependent destinations such as Aruba, Macau, and Seychelles, yet they have simultaneously opened opportunities to redirect the sector toward more diversified, sustainable, and resilient development models.

References

- AKAMA, J. S. – KIETI, D. (2007): Tourism and Socio-economic Development in Developing Countries: A Case Study of Mombasa Resort in Kenya. *Journal of Sustainable Tourism*. 15(6). pp. 735–748. <https://doi.org/10.2167/jost543.0>
- ALNAFISAH, N. (2025): The Role of Tourism Development in Promoting Income Equality: A Case Study of GCC Countries. *Sustainability*. 17(10). 4272. <https://doi.org/10.3390/su17104272>
- BAI, L. – WENG, S. (2023): New Perspective of Cultural Sustainability: Exploring Tourism Commodification and Cultural Layers. *Sustainability*. 15(13). 9880. <https://doi.org/10.3390/su15139880>
- BEHURIA, P. (2025): The Deceptive Allure of Luxury Tourism: The Political Economy of Tourism Strategies in Mauritius, Botswana, and Rwanda. *African Studies Review*. 68(4). pp. 772–797. <https://doi.org/10.1017/asr.2025.10098>
- BOUSNINA, A. (2023): Tunisia's Regional Inequalities Of Development: Determinants And Effects: The Results Of An Inquiry. *تأثيرات عدم المساواة الإقليمية في تونس: النتائج من استطلاع*. 662. <https://doi.org/10.51991/2230-012-001-032>
- BROHMAN, J. (1996): New directions in tourism for third world development. *Annals of Tourism Research*. 23(1). pp. 48–70. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00043-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00043-7)
- BROZ, T. – DUBRAVČIĆ, D. (2011): The Dutch Disease in unwonted places: Why has Croatia been infected while Slovenia remains in good health? *South-Eastern Europe Journal of Economics*. 9(1). pp. 47–66.
- CARTE, L. – McWATTERS, M. – DALEY, E., – TORRES, R. (2010). Experiencing agricultural failure: Internal migration, tourism and local perceptions of regional change in the Yucatan. *Geoforum*. 41(5). pp. 700–710. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2010.03.002>
- CASTILHO, D. – FUINHAS, J. A. (2025): Exploring the effects of tourism capital investment on income inequality and poverty in the European Union countries. *Journal of Economic Structures*. 14(1). 6. <https://doi.org/10.1186/s40008-025-00349-2>
- CHAPERON, S. – BRAMWELL, B. (2013): Dependency and agency in peripheral tourism development. *Annals of Tourism Research*. 40. pp. 132–154. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.08.003>
- CHEN, M.-H. (2010): The economy, tourism growth and corporate performance in the Taiwanese hotel industry. *Tourism Management*. 31(5). pp. 665–675. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.07.011>
- ROGERSON, C. M. (2012): Strengthening agriculture-tourism linkages in the developing World: Opportunities, barriers and current initiatives. *African Journal of Agricultural Research*. 7(4). <https://doi.org/10.5897/AJARX11.046>
- DOSSOU, T. A. M. – ASONGU, S. A. – KAMBAYE, E. N. – DOSSOU, K. P. – ALINSATO, A. S. (2024): Governance, tourism and inclusive growth in Africa. *International Social Science Journal*. 74. pp. 687–712. <https://doi.org/10.1111/issj.12476>
- DUIM, V. R. V. D. – CAALDERS, J. (2008): Tourism Chains and Pro-poor Tourism Development: An Actor-Network Analysis of a Pilot Project in Costa Rica. *Current Issues in Tourism*. 11(2). pp. 109–125. <https://doi.org/10.2167/cit312.0>
- ESTEVÃO, C. – COSTA, C. (2020): Natural disaster management in tourist destinations: A systematic literature review. *European Journal of Tourism Research*. 25. 2502. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v25i.417>
- FABER, B. – GAUBERT, C. (2019): Tourism and Economic Development: Evidence from Mexico's Coastline. *American Economic Review*. 109(6). pp. 2245–2293. <https://doi.org/10.1257/aer.20161434>
- FERGUSON, L. (2011): Tourism, Consumption and Inequality in Central America. *New Political Economy*. 16(3). pp. 347–371. <https://doi.org/10.1080/13563467.2010.500721>
- GUO, L. – ZHANG, J. – MA, T. – YANG, L. – WANG, P. – MA, X. (2026): Tourism as a Catalyst for Reducing Regional Disparities: An Empirical Study of the Economic Convergence Effect of Tourism. *Sustainability*. 18(3). 1289. <https://doi.org/10.3390/su18031289>
- HOLZNER, M. (2011): Tourism and economic development: The beach disease? *Tourism Management*. 32(4). pp. 922–933. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.08.007>
- INCHAUSTI-SINTES, F. (2024): Avoiding the Dutch Disease in tourism-led economies: Reconciling tourism development and sectoral diversification. *Portuguese Economic Journal*. 23(2). pp. 213–239. <https://doi.org/10.1007/s10258-023-00243-4>
- JACKMAN, M. (2022): The effect of tourism on gender equality in the labour market: Helpmate or hindrance? *Women's Studies International Forum*. 90. 102554. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2021.102554>
- KARADAG, H. – SIT, M. – GUNES, H. – SIT, A. (2025): Does good governance promote tourism

- sector? A panel data coefficient analysis. *Journal of Tourism Management Research*. 12(2). pp. 260–273. <https://doi.org/10.18488/31.v12i2.4594>
- KARIUKI, F. – NG’ETICH, R. (2016): Land Grabbing, Tenure Security and Livelihoods in Kenya. *African Journal of Legal Studies*. 9(2). pp. 79–99. <https://doi.org/10.1163/17087384-12340004>
- KERSAN-ŠKABIĆ, I. (2024): Tourism in global value chains- the case of Central and East European countries. *Journal of International Studies*. 17(4). pp. 109–125. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2024/17-4/7>
- KESKINOK, H. Ç. (2012): Tourism development and planning: The Case of Kalkan, Antalya, Turkey. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. 4(3). pp. 353–374. <https://doi.org/10.1080/19407963.2012.726106>
- KHAN, A. – BIBI, S. – LORENZO, A. – LYU, J. – BABAR, Z. U. (2020): Tourism and Development in Developing Economies: A Policy Implication Perspective. *Sustainability*. 12(4). 1618. <https://doi.org/10.3390/su12041618>
- KHOSHNEVIS YAZDI, S. – HOMASALEHI, K. – SOHEILZAD, M. (2017): The relationship between tourism, foreign direct investment and economic growth: Evidence from Iran. *Current Issues in Tourism*. 20(1). pp. 15–26. <https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1046820>
- KISS K. (2001): Falusi turizmus – Eltérő értelmezések, eltérő piaci lehetőségek? *Turizmus Bulletin*. 5(1). pp. 23–36.
- LEJARRAGA, I. – WALKENHORST, P. (2013): Economic policy, tourism trade and productive diversification. *International Economics*. 135–136. pp. 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.inteco.2013.09.001>
- LI, M. – FAN, Y. – GUO, C. – LI, X. (2025): Tourism prosperity and high-quality economic development. *International Review of Economics & Finance*. 101. 104246. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.104246>
- LIN, B. – LEE, W. – WANG, Q. (2023): Residents’ Perceptions of Tourism Gentrification in Traditional Industrial Areas Using Q Methodology. *Sustainability*. 15(22). 15694. <https://doi.org/10.3390/su152215694>
- MEDDEB, H. (2020): *Tunisia’s Geography of Anger: Regional Inequality and Populism*. CEIP: Carnegie Endowment for International Peace. United States of America. COI: 20.500.12592/37s6tx
- MOHER, D. – LIBERATI, A. – TETZLAFF, J. – ALTMAN, D. G. – FOR THE PRISMA GROUP. (2009): Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *BMJ* 339. b2535. <https://doi.org/10.1136/bmj.b2535>
- NI, X. – LIU, Y. – ZHAO, H. (2026): Impact of tourism intensity on destination economic resilience: Quasi-natural experiments based on double machine learning. *Tourism Management*. 113. 105353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105353>
- NORBU, N. P. – TATENO, Y. – BOLESTA, A. (2021): Structural transformation and production linkages in Asia-Pacific least developed countries: An input-output analysis. *Structural Change and Economic Dynamics*. 59. pp. 510–524. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2021.09.009>
- NUNKOO, R. – SEETANAH, B. – JAFFUR, Z. R. K. – MORAGHEN, P. G. W. – SANNASEE, R. V. (2020): Tourism and Economic Growth: A Meta-regression Analysis. *Journal of Travel Research*. 59(3). pp. 404–423. <https://doi.org/10.1177/0047287519844833>
- PAHLEVAN-SHARIF, S. – MURA, P. – WIJESINGHE, S. N. R. (2019): A systematic review of systematic reviews in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 39. pp. 158–165. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.04.001>
- ROUTLEDGE, P. (2001): “Selling the rain”, resisting the sale: Resistant identities and the conflict over tourism in Goa. *Social & Cultural Geography*. 2(2). pp. 221–240. <https://doi.org/10.1080/14649360120047823>
- SAKYPBEK, M. – ASSIPOVA, Z. – MINNAERT, L. – YESSENOV, M. – AKTYMBAYEVA, A. (2025): Governance Barriers to Sustainable Tourism Development in Almaty City and Region: Evidence from Stakeholder Interviews (2018 and 2024) Conducted in Kazakhstan. *Tourism and Hospitality*. 6(5). 238. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6050238>
- SARKIS-ONOFRE, R. – CATALÁ-LÓPEZ, F. – AROMATARIS, E. – LOCKWOOD, C. (2021): How to properly use the PRISMA Statement. *Systematic Reviews*. 10(1). 117. s13643-021-01671-z. <https://doi.org/10.1186/s13643-021-01671-z>
- SEALY, W. (2018): From Colonialism to Transnationalism: The Neo-Colonial Structure of Caribbean Tourism. *Journal on Tourism & Sustainability (JOTS)*. 1(2). pp. 81–92. <https://doi.org/10.5281/zenodo.20464820>
- SOEMITRO, R. A. A. – ADNYANA, I. B. P. (2016): Failure Factors of Public-Private Partnership at Tourism Port Development of Tanahampo in Bali. *Journal of Sustainable Development*. 9(4). 279. <https://doi.org/10.5539/jsd.v9n4p279>
- SOLARIN, S. A. – ULUCAK, R. – ERDOGAN, S. (2024): Assessing the Economic Impacts of Tourism Markets and Activities Diversification: Evidence From a New Dynamic Regression Approach. *Journal of Travel Research*. 63(8). pp. 2078–2093. <https://doi.org/10.1177/00472875231203395>
- SONG, C. – KANG, Z. – YAO, Y. – YIN, T. – ZHANG, S. (2025): Sustainable Land Use in Tourism and

- Industrialization: Competition, Conservation, and Coordinated Development. *Sustainability*. 17(16). 7219. <https://doi.org/10.3390/su17167219>
- SUN, Y.-Y. – LI, M. – LENZEN, M. – MALIK, A. – POMPONI, F. (2022): Tourism, job vulnerability and income inequality during the COVID-19 pandemic: A global perspective. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*. 3(1). 100046. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100046>
- TELFER, D. J. – WALL, G. (2000): Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. *Tourism Geographies*. 2(4). pp. 421–447. <https://doi.org/10.1080/146166800750035521>
- TELLO CHAN, J. M. – MAGIO, K. O. – GAYOSSO SOTO, E. (2025a): The Tourist Carrying Capacity as a Basis for Sustainable Management of Ecotourism Activities: Case Study of the Southern Mexican Caribbean. *Sustainability*. 17(16). 7492. <https://doi.org/10.3390/su17167492>
- TELLO CHAN, J. M. – MAGIO, K. O. – GAYOSSO SOTO, E. (2025b): Sustainable livelihoods from tourism in the “10 New Balis” in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 26(6). pp. 702–716. <https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1908386>

Internet sources

- LIU, A. (2022): Impact of Tourism on Regional Economic Growth: A Global Value Chain Perspective. Asian Development Bank. <https://doi.org/10.22617/WPS220014-2> (March 30, 2026)

A Kárpát-medence szecessziós építészetének turisztikai hasznosítási lehetőségei

Tourism utilization opportunities of Art Nouveau architecture in the Carpathian Basin

Szerzők: Tózsér Anett¹ – Rátz Tamara²

A tanulmány a Kárpát-medence szecessziós építészetének turisztikai hasznosítását vizsgálja, különös tekintettel Budapest, Szeged, Kecskemét, Pécs, Szabadka, Nagyvárád és Marosvásárhely kiemelkedő példáira. A kilenc félig strukturált interjúra épülő kutatás feltárja, hogy az elmúlt évtizedben miként alakult a szecessziós építészet turisztikai hasznosítása ezekben a városokban. A szakértők szerint a leghatékonyabb eszközök közé a tematikus városi séták, a kulturális programok és közösségi események – különösen a Szecesszió Világnapjához kapcsolódó rendezvények –, valamint a különféle digitális megoldások tartoznak, amelyek mind hozzájárulnak e gazdag építészeti örökség láthatóvá és vonzóvá tételéhez. A megszólaltatott szakemberek hangsúlyozzák továbbá az oktatásnak, a helyi közösségek bevonásának, valamint a kutatók és idegenvezetők közötti szoros együttműködésnek a jelentőségét a hiteles és fenntartható örökségbemutató elősegítésében.

The study examines the tourism-oriented utilization of Art Nouveau architecture in the Carpathian Basin, with particular emphasis on the outstanding examples found in Budapest, Szeged, Kecskemét, Pécs, Subotica, Oradea and Târgu Mureş. Based on nine semi-structured interviews, the research explores how the tourism use of Art Nouveau architecture has evolved in these cities over the past decade. According to the experts, the most effective tools include thematic city walks, cultural programmes and community events – especially those linked to the World Art Nouveau Day – as well as various digital solutions, all of which contribute to making this rich architectural heritage both visible and appealing. The interviewed specialists also emphasize the importance of education, community engagement, and close cooperation between researchers and tour guides in advancing the authentic and sustainable presentation of this heritage.

Beérkezett/Received: 2026. 03. 09. Elfogadva/Accepted: 2026. 05. 10.

Kulcsszavak: szecesszió, építészet, Kárpát-medence, turisztikai hasznosítás.

Keywords: Art Nouveau, architecture, Carpathian Basin, tourism utilization.

1. Bevezetés

1.1. A KÁRPÁT-MEDENCEI SZECESSZIÓS ÉPÍTÉSZET KUTATÁSÁNAK INDOKOLTSÁGA, EURÓPAI RELEVANCIA

A magyar építészetben a szecesszió jegyei az 1890-es években tűntek fel először és a századforduló fénykorát követően az 1910-es évek végére, az

első világháborúval a korszaka lezártnak tekinthető. A vasútépítés, a főváros gyors fejlődése és a polgármesterek tevékenysége révén a Magyar Királyságban is az érdeklődés homlokterébe került a városépítészet kérdése. Ehhez nagyban hozzájárultak az 1890-es években a Millennium fejlesztési és kiállítási feladatai, a párizsi világkiállításokon való részvétel, valamint a XX. század elején az új szerkezeti anyagok (így a vasbeton) használata és a népművészeti értékek felhasználásából eredő megújulás lehetősége is (GELLÉR 2004, VÁMOSSY 2016).

A mozgalom legfontosabb hazai mestere Lechner Ödön volt. Az általa, valamint követői

¹ kutatási főmunkatárs, vezető hivatali főtanácsos, Nemzetstratégiai Kutatóintézet, anett.tozser@nski.gov.hu, <https://orcid.org/0000-0001-5166-1106>

² tanszékvezető, főiskolai tanár, Kodolányi János Egyetem, tratz@kodolanyi.hu, <https://orcid.org/0000-0002-1500-6785>

és tanítványai által művelt magyaros szecesszió mellett, azzal részben párhuzamosan, a stílusnak többféle irányzata létezett: egyes hazai épületeken megfigyelhető a francia és a belga Art Nouveau, a német Jugendstil, a bécsi kortársak, vagy épp a korabeli skandináv és angol építészet hatása. Lechner elméleti és gyakorlati munkássága a korszak több meghatározó építészé, így Lajta Béla, vagy a Fiatalok csoportjának egyik fontos alakja, Kós Károly számára is kiindulópontot jelentett. További neves szecessziós stílusban alkotó építészek voltak többek között: Baumhorn Lipót, Jakab Dezső és Komor Marcell, Kőrössi Albert Kálmán, Magyar Ede, Márkus Géza, Medgyaszay István, Mende Valér, Quittner Zsigmond, Raichle J. Ferenc, Zrumeckzy Dezső (GALL 2002, GELLÉR 2004, SISA 2014, VÁMOSSY 2016, WIKIPÉDIA).

Ugyanakkor a szecesszió nemcsak az építészetben, hanem más művészeti ágakban is kiemelkedő képviselőket adott. A magyar szecessziós festészet egyik központja a gödöllői művésztelep volt, mindazonáltal Rippl-Rónai József, Gulácsy Lajos, Beck Ö. Fülöp, Körösfői-Kriesch Aladár képei is mutattak szecessziós vonásokat. Az iparművészet területén kiemelendő Kozma Lajos bútortervező és grafikus, Róth Miksa üvegfestő és mozaikművész korai munkássága, továbbá Thék Endre asztalosmester, Jungfer Gyula lakatosmester, valamint Zsolnay Vilmos keramikus és a Zsolnay-gyár tevékenysége (GELLÉR 2004).

Lechner Ödön, a magyar szecessziós építészet megteremtője több mint negyven műemléképületet hagyott ránk szerte az országban és a környező országokban is. A legjelentősebb öt szecessziós épülete 2008 óta szerepel az UNESCO hivatalos világörökségi várományos helyszíneinek listáján. A jelölés Lechner Ödön érett korszakának fő műveit tartalmazza, ezek az épületek: a kecskeméti Városháza, az Iparművészeti Múzeum, a kőbányai Szent László plébániatemplom, a Magyar Földtani Intézet és a Postatakarékpénztár épülete (SISA 2014, UNESCO VILÁGÖRÖKSÉG MAGYARORSZÁGON).

A Kárpát-medencei magyar szecessziós építészet gazdagságát és e témakör vizsgálatát alátámasztja az is, hogy több Kárpát-medencei magyar város, köztük Budapest, Szeged, Nagyvárad, Szabadka tagja az 1999-ben megalakult Szecessziós Városok Hálózatának (*Réseau Art Nouveau Network*). A szervezetnek olyan városok is a tagjai, mint például Bécs, Párizs, Brüsszel, Barcelona, Helsinki, Ljubljana, Palermo, Havanna, Riga. Az említett városok mind jelentős szecessziós örökséggel rendelkeznek. A szecessziós városok közötti együttműködésekben szerepet kap a szecessziós stílus kutatása, a kapcsolódó művészeti

emlékek megőrzése és az ismeretközlés egyaránt. A Szecesszió Világnapját magyar kezdeményezésre 2013 óta ünneplik a szervezet tagországában minden év júniusában. Ezen a napon múzeumi és városi sétákkal, tárlatvezetésekkel és előadásokkal várják a szecesszió iránt érdeklődőket. A hálózat tagjainak együttműködését 2013-ban az Europa Nostra zsűrijének különdícséretével értékelték. A Szecessziós Városok Hálózata 2014-ben elnyerte az Európa Tanács Kulturális Útvonalak címét is (RÉSEAU ART NOUVEAU NETWORK).

A Szecessziós Városok Hálózatának munkájára épülő Európai Szecessziós Útvonal (Art Nouveau European Route) azoknak a városi önkormányzatoknak és nonprofit szervezeteknek a szövetsége, amelyek elkötelezettek a szecessziós örökség nemzetközi népszerűsítése és védelme iránt. A kezdeményezés arra is törekszik, hogy tagjai megoszthassák egymással a műemlékek helyreállításával kapcsolatos tapasztalataikat, vonzó és figyelemfelkeltő programokat szervezzenek a közönség számára, és javaslatot dolgozzanak ki a fenntartható turizmus fejlesztésére (RÉSEAU ART NOUVEAU ROUTE).

1.2. A KUTATÁS CÉLJA ÉS MÓDSZEREI

A tanulmányban a Kárpát-medence magyar szecessziós településeinek sokaságából – a teljesség igénye nélkül – kiemeltük azokat a városokat, amelyek jelentős szecessziós épített örökséggel rendelkeznek, nevezetesen Budapestet, Szegedet, Kecskemétet, Pécsét, Szabadkát, Nagyváradot és Marosvásárhelyt. A vizsgálat célja annak feltárása volt, hogy a szecessziós stílus milyen szerepet tölt be e települések építészeti örökségében. A kutatás során azonosítottuk a turisták által legismertebb szecessziós építészeti értékeket, elemeztük, miként alakult a szecessziós építészet turisztikai hasznosítása az elmúlt évtizedben ezekben a városokban, valamint feltártuk, mely módszerek bizonyultak a leghatékonyabbnak a turisztikai célú hasznosításban. Elemzésünk kitért arra is, hogy ezek az épületek milyen szerepet töltenek be a városok kulturális életében és a közösségi terek formálásában.

A tanulmány alapjául kilenc félig strukturált interjú szolgált, amelyekben az érintett települések képviselői nyújtottak átfogó képet a helyi szecessziós épített örökségről. Az interjúalanyok között volt az Iparművészeti Múzeum Könyvtár és Adattár főosztályvezetője; a Szeged és Térsége Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetője; a Szeged Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatal Fejlesztési Iroda Városrendezési Osztályának főépítészé; a Kecskeméti Katona József Múzeum

Képzőművészeti Osztályának vezetője; a Kecskemét Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatala Humánszolgáltatási Iroda Közösségi Kapcsolatok Osztálya vezetője; a Baranya Vármegyei Kormányhivatal Állami Főépítészeti Iroda műemléki referense; a Szabadkai Városi Múzeum megbízott igazgatója; a Partiumi és Bánsági Műemlékvédő és Emlékhely Társaság elnöke; a marosvásárhelyi Visit Mures ügyvezető igazgatója.

2. A magyar szecessziós építészet

A magyar szecessziós építészet az Osztrák–Magyar Monarchia részét képező Magyar Királyságban a XIX–XX. század fordulóján meghatározó, a szecessziós művészethez kötődő, elsősorban magyar építészek által művelt, többféle művészeti és stílusirányzattól összeálló épített örökséget jelenti (GERLE et al. 1990, DÉRY–MERÉNYI 2020).

A századforduló művészete nem csak az új stílus melegágya volt, de gyökeresen új típusú művészet táptalaja is. Az alkotófolyamat újszerűsége a képző- és iparművészetben és az építészetben is megmutatkozott. A szecesszió a XIX–XX. század fordulójának rövid életű, ám felszabadult irányzata Európa-szerte, így a Magyar Királyságban is rányomta bélyegét a modern művészet minden területére. A nemzetközi stílusjegyeket hordozó historizáló és eklektikus irányzatok helyett – más művészeti ágakhoz hasonlóan – az építészek is arra törekedtek, hogy nemzeti stílust, egyedien magyar építészetet hozzanak létre, amely ugyanakkor a modern élet lendületét is kifejezi. Ehhez elsősorban a nemzeti hagyományokból és a népművészetből merítettek ihletet (FUCSKÁR–FUCSKÁR 2021, BRUNNER–KESERŐ 2023, BALDAVÁRI 2025). Az új stílus építészeti emellett szívesen éltek a korszerű vas-, üveg- és kerámiagyártás anyagaival. A vas képlékenységet a természeti ornamentika céljaira használták, ennek mintáival ellensúlyozták a kő tömörségét. Az üveg sík felülete teret adott a vonal, a fény és a színek játéknak, a plasztikusan formálható és változatos színekben gyártható kerámia egyaránt különleges arculatot adott az épületek külsejének és belső tereinek (FUCSKÁR–FUCSKÁR 2021).

Budapest európai összehasonlításban is gazdag szecessziós műemlékekben, a város szecessziós állománya ezres nagyságrendű. Itt találhatók Lechner Ödön legfontosabb munkái: az Iparművészeti Múzeum, a Magyar Földtani Intézet székháza és a Postatakarékpénztár. A korszakra jellemző módon kiváló minőségű anyagokból, összművészeti alkotásként megformált épületek továbbá a Gresham-palota, az egykori Parisiana

Mulató, a Zeneakadémia, a Gellért Szálló és Gyógyfürdő (MORAVÁNSZKY 1998, GERLE et al. 1990, MORAVÁNSZKY 1998, SISA–WIEBENSON 1998, KOVÁCS–BATÁR 2012, SISA 2014, KOVÁCS 2021, RÁKOS et al. 2021).

Magyarországon a szecessziót elsősorban Lechner Ödön (1845–1914) nevével kapcsolják össze. Ő a legismertebb, legnagyobb hatású szecessziós építészünk, egyúttal a mozgalom magyaros irányzatának kezdeményezője. Historizáló tanultságú építészként a francia kora reneszánsz, a magyar népi díszítőművészet, valamint a közel-keleti és indiai architektúra elemeinek ötvözésével hozott létre sajátos formanyelvet. Az előregyártás és a kerámia építészeti alkalmazásának úttörője volt. Bár komolyabb állami elismerést és katedrát nem kapott életében, nagy hatást gyakorolt a korszak építészetére, elsősorban a fiatal pályakezdőkre. Tanítványai, követői közé sorolható Lajta Béla, Jakab Dezső, Komor Marcell, Málnai Béla, Kőrössi Albert Kálmán, Raichle J. Ferenc, Magyar Ede (VÁMOS 1970, VÁRALLYAY 2010, GERLE–CSÁKI 2013, SISA 2014, BRUNNER–KESERŐ 2023, CSÁKI 2024, BALDAVÁRI 2025, KULTURA.HU).

Lechner Ödön tevékenységének jelentős hatása volt az, hogy egyidejűleg számolta fel az eklektikus törekvéseket és tette népszerűvé a szecessziót mint nemzeti stílust. Követői a Magyar Királyság egész területén voltak. A Lechner-iskola a Felvidéktől a Bácskáig és Erdélyig több középületet hagyott maga után. Ekkor épült például szecessziós stílusban a kiskunfélegyházi, a szabadkai és a marosvásárhelyi városháza. Az úri középosztály körében divatossá vált a szecesszió, ennek hatására a mezővárosokban élő tehetősebb polgárság igyekezett utánozni őket. Temesváron, Marosvásárhelyen, Kiskunfélegyházán, Kecskeméten, Tiszakécskén, Kiskunhalason több szecessziós lakóházat találunk (GELLÉR 2004, BEDE 2012).

A szecesszió időszakában több ezer épületet emeltek az akkori Magyarország területén és sok közülük komoly művészeti értéket képvisel. A tanulmányban kiemeltünk a szecessziós építészet szempontjából hét jellegzetes települést (Budapest, Szeged, Kecskemét, Pécs, Szabadka, Nagyvárad, Marosvásárhely) az akkori Magyarország területéről, melyek szecessziós épületei ráirányítják a figyelmet a magyar szecessziós építészet gazdagságára (GELLÉR 2004, BEDE 2012).

3. A turisták által legismertebb szecessziós épületek

Az építészeti örökség turisztikai vonzereje nagyban függ az elérhetőségtől, a belső terek látogathatóságától, valamint a szervezett programoktól és

kommunikációtól. Azok az épületek a leglátogatottabbak, amelyek folyamatosan nyitva állnak a közönség előtt.

Budapesten a szecessziós épületek közül leginkább azok vonzzák a látogatókat, amelyek frekventált, könnyen megközelíthető helyen állnak, mint például a Gellért Gyógyfürdő (Hegedűs Ármin, Sebestyén Artúr és Sterk Izidor, 1909-1918), bár ez utóbbi felújítások miatt jelenleg nem látogatható belülről. Ezzel szemben a kevésbé ismert, vagy nehezebben hozzáférhető műemlékek, mint a Postatakarékpénztár (Lechner Ödön, 1899-1901), jóval kevesebb figyelmet kapnak. A látogatottságot hatékony népszerűsítéssel és a belső terek megnyitásával lehet növelni, aminek jó példája a Ráth György-villa (Unger Emil, 1871) állandó kiállítása, amely rendszeresen látogatható.

Hasonló tendencia figyelhető meg más városokban is. Szegeden a rendszeresen látogatható Reök-palota (Magyar Ede, 1906-1907), az Új Zsinagóga (Baumhorn Lipót, 1900-1903) és a Víztorony (Zielniskzi Szilárd, Korb Flóris és Giergl Kálmán, 1903-1904) a legnépszerűbbek.

Kecskeméten a Városháza (Lechner Ödön és Pártos Gyula, 1893-1896) és a Cifrapalota (Márkus Géza, 1902-1903) vonzza a figyelmet, utóbbi a szecessziós népi motívumok miatt is különleges.

A Zsolnay Kulturális Negyed Pécs jól elkülöníthető, önálló kulturális egysége, amely gazdag szecessziós építészeti örökséggel és művészeti értékkel bír. Kiemelkedő része a több mint hétszáz darabból álló Gyugyi-gyűjtemény, amely a Sikorski házban (Sikorski Tádé, 1883-1887) kapott helyet, a negyedben elsőként felújított épületben. A Mattyasovszki ház (Köves Emil, 1910) ma a Bóbita Bábszínház otthona, szintén fontos látványosság és közösségi tér.

Szabadkán a legismertebb épületek – a Városháza (Komor Marcell és Jakab Dezső, 1907-1910), a Raichle-palota (Raichle Ferenc, 1903-1904) és a Zsinagóga (Komor Marcell és Jakab Dezső, 1900-1902) – a helyiek és a turisták körében is kiemelt helyet foglalnak el.

Nagyváradon a Fekete Sas palota (Komor Marcell és Jakab Dezső, 1907-1908) a legismertebb szecessziós épület, de egyre nagyobb figyelmet kap a Darvas–La Roche-ház (Vágó László és

1. táblázat

A turisták által legismertebb szecessziós épületek eredeti és jelenlegi funkciói

Épület	Eredeti funkció	Jelenlegi funkció
Gellért Gyógyfürdő (Budapest)	Fürdő – luxus pihenés	Fürdő – gyógyászati központ (jelenleg felújítás alatt áll)
Reök-palota (Szeged)	Lakóház	Összművészeti központ
Új Zsinagóga (Szeged)	A szegedi zsidó közösség hitéletének központja	A szegedi zsidó közösség hitéletének központja
Víztorony (Szeged)	Víztorony	Víztorony és turisztikai látványosság (kiállítóhely, kilátótorony)
Városháza (Kecskemét)	Közigazgatási, városvezetési központ	Közigazgatási, városvezetési központ és turisztikai látványosság (látogatóközpont, várostörténeti kiállítás, rendezvényhelyszín)
Cifrapalota (Kecskemét)	Többfunkciós bérház (lakások, üzletek, kaszinó)	Kecskeméti Katona József Múzeum kiállítóhelye, Kecskeméti Képtár, rendezvényhelyszín
Sikorski ház (Pécs)	Lakóház	Kiállítóhely (Gyugyi-gyűjtemény)
Mattyasovszki ház (Pécs)	Lakóház	Bóbita Bábszínház
Városháza (Szabadka)	Közigazgatási, városvezetési központ	Közigazgatási, városvezetési központ és turisztikai látványosság (vezetett túrák az épületben, kilátótorony)
Raichle-palota (Szabadka)	Lakóház	Kortárs Galéria
Zsinagóga (Szabadka)	A szabadkai zsidóság hitéletének központja	A szabadkai zsidóság hitéletének központja, kulturális események, koncertek helyszíne
Fekete Sas palota (Nagyvárad)	Kulturális és szórakoztató központ, szálloda és vendéglátás, irodák, kereskedelmi központ, közösségi tér	Kulturális és szórakoztató központ, szálloda és vendéglátás, irodák, kereskedelmi központ, közösségi tér
Darvas–La Roche-ház (Nagyvárad)	Lakóház	A város szecessziós múzeuma
Moszkovits Miksa-palota (Nagyvárad)	Lakóház	Lakóház és kereskedelmi funkció (üzletek, kávézó, étterem)
Kultúrpalota (Marosvásárhely)	Kulturális és közművelődési központ	Kulturális központ és közösségi tér
Városháza (Marosvásárhely)	Közigazgatási, városvezetési központ	Közigazgatási, városvezetési központ, látogatható torony

Forrás: saját kutatás

Vágó József, 1909-1910), amely a város szecessziós múzeuma, valamint a Moszkovits Miksa-palota (ifj. Rimanóczy Kálmán, 1904-1905), amely feltűnő megjelenésével vonzza a figyelmet.

Marosvásárhelyen a Kultúrpalota (Komor Marcell és Jakab Dezső, 1911-1913) és a Városházatorony (Komor Marcell és Jakab Dezső, 1905-1906) képviselnek kiemelkedő kulturális-turisztikai értéket.

A szecessziós épületek jellegzetessége a többfunkciós használat, melynek keretében turisztikai, kulturális, hitéleti és közigazgatási célokat egyaránt szolgálnak. Többek között múzeumok, kiállítóterek, kulturális központok (például a szegedi Reök-palota vagy a pécsi Zsolnay Kulturális Negyed), szálláshelyek (például a nagyváradi Fekete Sas palota), fürdők (például a Gellért Gyógyfürdő), kulturális intézmények (például a marosvásárhelyi Kultúrpalota) és hitéleti helyszínek (például a szabadkai Zsinagóga) működnek bennük. Egyes épületek, mint a szabadkai és a kecskeméti Városháza, egyszerre töltenek be közigazgatási és turisztikai funkciót (1. táblázat).

4. A szecessziós építészet turisztikai hasznosítása

A kutatás során vizsgáltuk, hogy milyen módon valósult meg a települések szecessziós építészetének turisztikai célú hasznosítása az elmúlt évtizedben. Elsőként azonban az építészeti turizmus jellemzőit mutatjuk be röviden.

4.1. AZ ÉPÍTÉSZETI TURIZMUS

Az építészet fontos szerepet tölt be a desztinációk vonzóképeségének növelésében. A turisták gyakran azonosítják a desztinációkat a meghatározó épületeikkel. Az építészeti turizmus a kulturális turisztikai termékformák között szerepel, amely esetében a látogatók fő motivációja az épületek és egyéb építészeti alkotások megtekintése, és a desztináció építészeti értékei kulcsfontosságúak az emlékezetes turisztikai élmény kialakításában. Bár az építészeti séták elsősorban a céltudatos kulturális turistákat vonzzák, egy desztináció épített öröksége jelentős hatással van az általános látogatói élményre is (MICHALKÓ 2005, OCKMAN-FRAUSTO 2005, DE RIDDER-VANNESTE 2020).

Az építészet nem csupán a fizikai tér alakítását jelenti, hanem a kulturális termelés és fogyasztás aktív részesévé is válik. Az épületekben alkotásokat mutatnak be, kiállításokat, kulturális eseményeket rendeznek, amelyek nemcsak kulturális élményt nyújtanak, hanem gazdasági bevételt is generálnak. Éppen ezért az építészetet olyan szempontból is

szükséges értékelni, hogy miként használják fel az építményeket a társadalmi és kulturális tevékenységek ösztönzésére, valamint gazdasági előnyök megteremtésére. Az ikonikus építészet gyakran központi eleme városrehabilitációs projekteknek, amelyek célja nemcsak a fizikai környezet megújítása, hanem a kulturális és gazdasági élet fellendítése is. Bár az ilyen projektekkel kapcsolatos gazdasági előnyökről eltérő vélemények léteznek, az építészetre helyezett fókusz mindenképpen hozzájárul a turizmus fejlődéséhez. Az ikonikus épületek izgalmas látványosságokká válnak, amelyek új látogatókat vonzanak és gazdasági lehetőségeket alakítanak ki a települések számára (MURATOVSKI 2012, EVANS et al. 2013, SCERRI et al. 2018).

Az attraktív narratívákat alkalmazó marketingkommunikáció segíthet felhívni a figyelmet és növelni az érdeklődést a desztináció épített öröksége iránt. A desztináció marketingtevékenységéért felelős szervezeteknek kulcsszerepük van az épített örökség turisztikai látványosságként való népszerűsítésében: míg a speciális érdeklődésű látogatók a kifejezetten számukra vonzó niche látványosságokat és szolgáltatásokat keresik, a legtöbb városnéző turista általában csak akkor fedez fel bizonyos témákat a tartózkodása során, ha az kötelezően megtekintendő látnivalóként jelenik meg, vagy egyértelműen szerepel a desztináció márkájában szlogenként vagy logóként (RÁTZ 2017, 2020, TÓZSÉR 2019, 2020, PAPP-VÁRY et al. 2020).

Az épített örökség megtekintése akkor válhat vonzó programmá, ha a bemutatásuk során az interpretációs eszközök széleskörű választékát alkalmazzák, így minél több élményt kínálva a látogatóknak. Ez lehetőséget biztosít számukra, hogy átéljék a különböző történelmi időszakokat, új ismereteket sajátítsanak el, miközben teret adnak a kreativitásnak is. Az épület megtekintése nemcsak magának az épületnek és a hozzá kapcsolódó információknak, hanem az épület és a környezetének élményszerű, interaktív felfedezését is magában foglalja. Az élményszerű bemutatás fontosságát olyan örökségturizmusban megfigyelhető keresleti trendek is alátámasztják, mint a tapasztalt, jól tájékozott turisták számának növekedése, valamint a desztinációban való rövidebb tartózkodás, ami miatt a látogatók többféle és intenzív élményt keresnek (BODNÁR et al. 2017, GÁSZNÉ 2021, WIRTH-KÖBLI 2024).

4.2. A SZECESSZIÓS ÉPÍTÉSZET TURISZTIKAI HASZNOSÍTÁSA

A turisztikai hasznosítás sikeres gyakorlata tehát azon alapul, hogy a települések épített örökségét élményszerűen és hitelesen mutatják be a

lakosságnak és a turistáknak. Ennek lényeges elemei a tematikus városi séták, amelyek során a résztvevők nemcsak az épületek látható értékeivel ismerkedhetnek meg, hanem azok történetével, alkotóival és az adott helyszínekhez kötődő érdekességekkel, anekdotákkal is. A program különlegességét növeli, ha a látogatók olyan zárt vagy ritkán látogatható épületekbe is bepillantást nyerhetnek, amelyek máskor nem hozzáférhetők. A programok hatékonyságát növeli, ha az épületek rendszeresen nyitva állnak, és a látogatók számára többféle formában kínálnak élményt, például kiállítások, vezetett túrák, interaktív programok vagy családi foglalkozások révén.

A Szecesszió Világnapja jelentős esemény a települések életében, hiszen lehetőséget nyújt a helyi építészeti örökség bemutatására és széles körű népszerűsítésére. Az interjúalanyok hangsúlyozták, hogy ezek a programok kiemelik a szecessziós épületek történetét és értékeit, így a látogatók mélyebb és alaposabb ismeretekhez juthatnak. A rendezvények kínálata – koncertek, vezetett túrák, tematikus sétaútvonalak és interaktív foglalkozások – minden korosztály számára élményszerűvé teszi a részvételt. Emellett a programok aktívan bevonják a helyi közösségeket, civil kezdeményezéseket és intézményeket, erősítve ezzel a társadalmi összetartást.

A digitális eszközök további lehetőségeket biztosítanak a tudás átadására: online adatbázisok, interaktív térképek, QR-kódok és rövid kisfilmek révén a látogatók önállóan is felfedezhetik az épületeket, még akkor is, ha személyesen nem vesznek részt vezetett sétán. Ezzel párhuzamosan a közösségi kommunikáció – weboldalak, közösségi média és promóciós kisfilmek – folyamatosan tájékoztatja és bevonja az érdeklődőket, növelve az épített örökség ismertségét és vonzerejét.

Szakértői vélemények szerint hosszú távon elkerülhetetlen, hogy olyan generáció nőjön fel, amely értékeli az egyediség és a minőség szerepét az építészetben. A szecesszió üzenete ma is érvényes: az igényes, személyre szabott téralakítás értékeivel szemben az uniformizált, tömeggyártott környezet egyre kevésbé tud valódi élményt nyújtani. Az oktatási dimenzió ezért szintén kiemelt szerepet kap: iskolai csoportok bevonása, tematikus foglalkoztató anyagok, játékos tanórák és programok révén a fiatal generáció is megismerheti és értékelheti a kulturális örökséget. Ez hosszú távon hozzájárul ahhoz, hogy a látogatók – legyenek helyiek vagy turisták – ne csupán fogyasztói, hanem tudatos értékelői és védelmezői legyenek az épített környezetnek.

A szemléletformálás azonban nemcsak az oktatásban, hanem a helyi közösségek bevonásában is

kulcsfontosságú. A szecesszió jelentőségének széles körű megismertetéséhez szükséges az épületek lakóinak és a civil kezdeményezéseknek az aktív részvétele, hiszen ez erősebb társadalmi támogatottságot biztosít, és előbb kapcsolatot teremt a város építészeti örökségével.

Több szakember rámutatott, hogy a turisztikai programok hitelessége nagymértékben a kutatók és az idegenvezetők közötti szoros és folyamatos együttműködéstől függ. Jelenleg azonban ez az együttműködés még nem teljes körű a szakértői vélemények szerint, pedig kiemelten fontos lenne: lehetőséget teremtene arra, hogy a látogatók megbízható, szakmailag ellenőrzött információkhoz jussanak, miközben hozzájárulna a pontatlan városi legendák vagy félreértelmezett adatok terjedésének megelőzéséhez. Ezen kívül szükség lenne a kulturális és a turisztikai szféra, az idegenvezetők szorosabb együttműködésére is például közös konferenciák, szemináriumok vagy szakmai utak révén, hogy a kulturális és turisztikai területek hatékonyabban kapcsolódjanak egymáshoz, ezáltal mélyebben megismerjék és támogassák egymás tevékenységét.

Az egyik interjúalany felhívta a figyelmet arra is, hogy gyakran felmerül a kérdés: miért nincs Magyarországon Lechner Ödönnek vagy Kós Károlynak szentelt múzeum, miközben más országokban – például Brüsszelben vagy Ljubljanában – a jelentős építészek életművét külön intézmények őrzik. Magyarországon e téren a Róth Miksa Emlékház emelhető ki. Emellett létezik a Medgyaszay Családi Emlékhely, amely teljesen önfenntartó és a látogatás lehetősége a család döntésétől függ. Mindezek mellett azonban szükség lenne olyan múzeumra vagy további kiállítóhelyekre, amelyek egy-egy építész életművét és szellemi örökségét mutatják be.

Egy szakértő szerint érdemes lenne elérni, hogy Magyarország és a Kárpát-medence szecessziós öröksége része legyen a barcelonai Európai Szecessziós Utak Hálózatának. Ennek előfeltételként célszerű lenne létrehozni egy *Kárpát-medencei magyar szecessziós útvonalat*, amely Budapest mellett a vidéki és a határon túli települések szecessziós építészetét is bemutatja, így egy átfogó, egységes útvonal jöhetne létre a régió örökségének bemutatására.

A szakértői vélemények alapján megállapítható, hogy a települések szecessziós épületeinek turisztikai hasznosítása komoly potenciállal bír és több sikeres példa is igazolja ennek eredményességét. A szakértők által megfogalmazott kritikai észrevételek is építő jellegűek, céljuk a további fejlesztések előmozdítása és a turisztikai hasznosítás hatékonyságának növelése. A továbbiakban bemutatjuk,

milyen tapasztalatokat fogalmaztak meg az interjúalanyok a vizsgált települések szecessziós épületeinek turisztikai hasznosításával kapcsolatban.

A budapesti szakember véleménye szerint a főváros építészeti örökségét bemutató tevékenységek jelenleg meglehetősen széttörödezettek, az intézményi és civil kezdeményezések gyakran ad hoc módon valósulnak meg, átfogó stratégia ritkán áll mögöttük. Fontos szerepet kapnak azonban az Iparművészeti Múzeum által szervezett „A Szecesszió Fesztiválja” és a Szecessziós Magazin konferenciái, amelyek összefogást és rendszeres figyelmet biztosítanak. Kiemelten fontosak a tematikus városi séták és múzeumi vezetett túrák, amelyek révén a látogatók mélyebb ismeretekhez juthatnak. Hiányzik azonban a művészettörténész kutatók és a turisztikai szakemberek (kiemelten az idegenvezetők) együttműködése a szakember véleménye szerint.

Szeged szecessziós öröksége a város turisztikai kínálatának egyik legfontosabb pillére. Ennek főbb képviselői a Reök-palota, az Új Zsinagóga és a Víztorony, amelyek kiemelt szerepet kapnak a TDM szervezet tematikus sétáin és vezetett túráin. A Reök-palota művészeti központként kiállításokkal, kulturális programokkal és aktív online jelenléttel járul hozzá a város szecessziós hagyományának megőrzéséhez. Az Új Zsinagóga és a Víztorony egész évben látogathatók, értékeiket többnyelvű vezetések, digitális tartalmak segítségével ismerhetik meg az érdeklődők. A Szecesszió Világnapjához, a Kulturális Örökség Napjaihoz és más jeles alkalmakhoz vagy intézményesített programokhoz kapcsolódó ingyenes séták minden évben érdeklődésre tartanak számot, hiszen ilyenkor olyan épületek is megnyílnak, amelyek máskor nem látogathatók. A TDM szervezet turisztikai felületein rendszeresen bemutatja ezeket a helyszíneket, és kisfilmekkel, promóciós anyagokkal is erősíti Szeged szecessziós arculatát. A programok a helyiek és a turisták számára egyaránt vonzóak, a város marketingtevékenységében, fesztiváljaiban és oktatási programjaiban is megjelennek.

Kecskemét szecessziós középületei – köztük a Városháza, a Cifrapalota, a Katona József Gimnázium és a Református Újkollégium – nem csupán rendeltetésük szerint töltenek be fontos szerepet, hanem a város épített örökségének is meghatározó értékei. A Lechner Ödön és Pártos Gyula tervei alapján épült Városháza a közigazgatás és a városi identitás szimbóluma, felújítása után látogatóközponttal és kávéházzal bővült, rendezvények és koncertek helyszínévé is szolgált, miközben művészeti értékei évente több ezer látogatót vonzanak. A Márkus Géza tervezte Cifrapalota múzeumi központként működik, állandó és időszakos

kiállítások, konferenciák és közösségi rendezvények helyszíne. A Komor Marcell és Jakab Dezső által tervezett Iparos Otthon napjainkban Ifjúsági Otthonként funkcionál a Hírös Agóra részeként. A felújított tükörtermével és társalgójával megőrizte történelmi karakterét, miközben kulturális és közösségi programok helyszínévé működik. A város turisztikai kínálatát a Tourinform Iroda nyári városnéző sétái erősítik, bemutatva a szecessziós épületeket és a főtér templomait.

Pécsett a Zsolnay Kulturális Negyed példája mutatja, hogy a szecessziós örökség és a kulturális élet összekapcsolásával egész évben kiegyensúlyozott látogatottság érhető el. A negyed a városközpont közelében, önálló kulturális pólusként létezik, ahol fesztiválok, családi programok és egyetemi jelenlét élettel töltik meg a helyet. Városi séták és előadások szintén segítik az építészeti értékek megismertetését.

Szabadka szecessziós öröksége a város egyik legfőbb vonzerejét képezi. 2013 óta hivatalosan is a „szecesszió városaként” tartják számon és azóta minden évben aktívan részt vesz a szecesszió világnapja eseményeiben. A Városháza az eredeti belső terei és tornya révén fontos építészeti értéket képvisel, ahol a Szabadkai Városi Múzeum munkatársai vezetett túrákon mutatják be az épület történetét és jelentőségét. A Raichle-palota kortárs galériával, műhelymunkákkal és tematikus tárlatvezetések sorozatával mutatja be a szecesszió stílusjegyeit. Szabadka Zsinagógája a felújítást követően a város egyik meghatározó kulturális helyszíne lett, ahol a látogatók koncerteken és a kiemelt turisztikai alkalmakhoz kapcsolódó ingyenes programokon vehetnek részt. A városi tematikus sétaútvonal többek között ezeknek az emblematisz épületeknek az érintésével kínál interaktív betekintést a szecesszió örökségébe. Ezzel párhuzamosan oktatási programok és gyermekfoglalkozások segítségével a fiatal generációk számára is élményszerűvé teszik a stílus megismerését. Szabadka identitásában a szecesszió mára élő, inspiráló kulturális értéknek jelenik meg, amely nemcsak az épített örökség bemutatásában, hanem a város éttermeiben, kulturális tereiben és civil kezdeményezéseiben is visszaköszön.

Nagyvárad az utóbbi években egyre vonzóbb turisztikai célponttá vált, a vendégéjszakák száma mára meghaladja a helyi lakosság számát és az egynapos látogatások is jelentősen növelik a város forgalmát. A városban a Szecesszió Világnapja kiemelkedő esemény, amely a szecessziós örökségre irányítja a figyelmet. A kétnapos rendezvény során a Fekete Sas palota és más ikonikus épületek megnyílnak a nagyközönség előtt, videóvetítésekkel, fényinstallációkkal és beltéri programokkal

idézve meg a város történetét. Többnyelvű vezetett séták során a résztvevők nemcsak kívülről tekinthetik meg a szecessziós épületeket, hanem betekintést nyerhetnek azok belső tereibe is.

Marosvásárhely kulturális központja a Kultúrpalota, ennek ellenére a látogatottsága jóval alacsonyabb, mint a város legnépszerűbb turisztikai célpontjáié, a Marosvásárhelyi Állatkerté. A Városházatorony – amely hivatalosan a Kultúrpalota része – panorámás kilátást kínál, azonban a szervezési és kommunikációs lehetőségek korlátozottsága miatt látogatottsága jelenleg nem éri el a benne rejlő potenciált és nyitvatartása sem mindig kiszámítható. A helyi szervezetek tematikus sétákat és épületbemutató túrákat szerveznek, például a Kulturális Örökség Napjai és a Turizmus Világnapja alkalmából, illetve szecessziós konferenciákon vesznek részt. Ugyanakkor a városban még nem alakult ki a rendszeres, mindennapi programstruktúra és a történeti épületek bemutatása sem kapcsolódik egységesen, így Marosvásárhely turisztikai potenciálja nincsen teljesen kihasználva.

5. Összefoglalás

A tanulmány kiemelte a jelentősebb szecessziós örökséggel bíró városokat, köztük Budapestet, Szegedet, Kecskemétet, Pécsset, Szabadkát, Nagyváradot és Marosvásárhelyt. Budapest különösen gazdag szecessziós örökségben, ugyanakkor a stílus markánsan formálta az előbb említett városok építészeti arculatát is, ami jól szemlélteti a magyar szecesszió sokrétűségét és Kárpát-medencei jelentőségét.

Vizsgálatunk során elemeztük a szecessziós építészeti turisztikai hasznosításának formáit az érintett településeken, valamint feltártuk ezen épületek jelentőségét a városok kulturális és közösségi életének alakításában. A kutatás képet nyújt a vizsgált Kárpát-medencei magyar városok szecessziós építészeti örökségéről, valamint annak turisztikai jelentőségéről.

A tanulmányban kilenc félig strukturált interjú eredményeit használtuk fel, amelyek révén a vizsgált városok szecessziós örökségéről és annak hasznosításáról átfogó, helyi tapasztalatokon alapuló képet kaptunk.

Az építészeti örökség turisztikai vonzerejét nagymértékben befolyásolja az elérhetőség, a belső terek látogathatósága, valamint a szervezett programok és a kommunikáció. A folyamatosan nyitva álló épületek a leglátogatottabbak, mivel a közönség könnyen hozzáférhet értékeikhez. Budapesten a Gellért Gyógyfürdő és a frekventált helyen álló szecessziós épületek vonzzák a legtöbb látogatót,

míg a kevésbé ismert vagy nehezen megközelíthető helyszíneken található épületek jóval kevesebb figyelmet kapnak. A látogatottság növelhető a belső terek megnyitásával és tudatos népszerűsítéssel, amire példaként szolgál a Ráth György-villa állandó kiállítása. Szegeden a rendszeresen látogatható Reök-palota, az Új Zsinagóga és a Víztorony a legnépszerűbbek. Kecskeméten a Városháza és a Cifrapalota emelkedik ki, utóbbi különösen a szecessziós népi motívumok miatt. Pécsen a Zsolnay Kulturális Negyed önálló szecessziós egységként vonzza a közönséget, kiemelkedő látnivalói a Gyógyi-gyűjtemény és a Mattyasovszki ház, amely a Bóbita Bábszínháznak is otthont ad. Szabadkán a Városháza, a Raichle-palota és a Zsinagóga számítanak a leglátogatottabb helyszíneknek. Nagyváradon a Fekete Sas palota, a Darvas-La Roche-ház és a Moszkovits Miksa-palota, míg Marosvásárhelyen a Kultúrpalota képvisel jelentős kulturális-turisztikai értéket.

A szecessziós örökség ma niche kulturális turisztikai termékként vonzza a célzott érdeklődőket, miközben az építészeti értékek a desztinációk általános látogatói élményét is gazdagítják.

A szecessziós épületek sikeres turisztikai hasznosításának alapja, hogy az épített örökséget élményszerűen és hitelesen mutatják be, például tematikus városi séták, múzeumi vezetett túrák, interaktív programok és ritkán látogatható épületek bemutatása révén. A Szecesszió Világnapja mellett más kiemelt események – mint például az Idegenvezetők Világnapja, a Kulturális Örökség Napjai, a Turizmus Világnapja – fontos szerepet töltenek be a közönség bevonásában, a helyi közösségek és civil szervezetek aktivizálásában, valamint az építészeti értékek széles körű bemutatásában. A digitális eszközök – online adatbázisok, interaktív térképek, QR-kódok – és a közösségi kommunikáció további lehetőséget biztosítanak arra, hogy a látogatók önállóan is felfedezhessék és mélyebben megismerhessék a városok építészeti értékeit.

Budapest építészeti örökségének bemutatása során az intézményi és civil kezdeményezések gyakran önállóan, spontán módon valósulnak meg és ritkán illeszkednek egy átfogó, összehangolt stratégiai keretbe. Ebben a környezetben kiemelt jelentőségűek a Szecesszió Világnapjához kapcsolódó események és az Iparművészeti Múzeum által szervezett „A Szecesszió Fesztiválja”, amelyek valódi összefogást teremtenek. A vidéki városokban és a külhoni magyar településeken szintén jelentős a világnapi rendezvények szerepe, hiszen ezek a helyi kulturális életet és a turisztikai kínálatot egyaránt gazdagítják.

A fővárosban továbbra is fontos szerepet töltenek be a tematikus városi séták és a múzeumi

vezetett tûrák, amelyek révén a látogatók részletesebb, mélyebb ismeretekhez juthatnak az építészeti örökségrõl. A vidéki és határon túli városok szintén jól példázzák a szecessziós építészet turisztikai hasznosításának lehetõségeit: a városi séták, a kiállítások, az interaktív foglalkozások és a fesztiválok élményszerûen mutatják be a stílus értékeit, miközben hozzájárulnak a közösségi tudat erõsítéséhez.

A szecessziós épületek turisztikai hasznosításáról szóló interjúk alapján a szakemberek javasolják olyan múzeum vagy állandó kiállítások létrehozását, amelyek bemutatják a kiemelkedõ építészeti példákat, például Lechner Ödön és Kós Károly életmûvét. Fontosnak tartják továbbá a nemzetközi együttmûködéseket és az átfogó tematikus útvonalak – például a *Kárpát-medencei szecessziós útvonal* – kialakítását, amelyek elõsegítenék a szecessziós örökség szélesebb körû megismertetését és turisztikai potenciáljának teljesebb hasznosítását. Emellett szükségesnek látják a kutatók, mûvészettörténészek, kulturális és turisztikai szakemberek közötti szorosabb együttmûködést, valamint a fiatal generáció érdeklõdésének tudatos formálását és bevonását a szecessziós épített örökség megismerésébe.

Felhasznált irodalom

- BALDAVÁRI E. (2025): *A szecessziós építészet tendenciái Kõrössy Albert Kálmán életmûvének keresztmetszetében*. Doktori (PhD) értekezés. Pázmány Péter Katolikus Egyetem BTK Történelemtudományi Doktori Iskola, Budapest.
- BEDE B. (2012): *Magyar szecessziós építészet*. Corvina Kiadó Kft., Budapest.
- BODNÁR D. – JÁSZBERÉNYI M. – ÁSVÁNYI K. (2017): Az új muzeológia megjelenése a budapesti múzeumokban. *Turizmus Bulletin*. 17(1-2). pp. 45–55. DOI: 10.14267/TURBULL.2017v17n1-2.5
- BRUNNER A. – KESERÛ K. (2023): *Felfedezõ utak = Routes of Discovery: Szecessziós épületornamentika a vidéki Magyarországon = Art Nouveau Architectural Ornaments in the Hungarian Countryside*. Holnap Kiadó, Budapest.
- CSÁKI T. (2024): *Lajta Béla 150 – Budapesti épületsorsok. Béla Lajta 150 – Fates of Budapest Buildings*. Budapesti Történelmi Múzeum, Budapest.
- DE RIDDER, K. – VANNESTE, D. (2020): Tourism Development Through Landscape Theming: Exploring Art Nouveau Experiences in Brussels. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*. 6(2). pp. 45–54. DOI: 10.5281/zenodo.3841187
- DÉRY A. – MERÉNYI F. (2020): *Magyar Építészet 1867-1945*. Urbino Kft., Budapest
- EVANS, J. – BRIDSON, K. – MINKIEWICZ, J. (2013): *Branding the Arts: Demonstrating Impact – Four Case Studies of Public Art Museums*. Melbourne Business School, Melbourne.
- FUCSKÁR Á. – FUCSKÁR J. A. (2021): *Magyar szecesszió*. Kossuth Kiadó, Budapest.
- GALL A. (2002): *Kós Károly mûhelye*. Mundus Magyar Egyetemi Kiadó Kft., Budapest.
- GÁSZNÉ BÓSZ B. (2021): Hatékony interpretáció: sikeres vár. In: Wirth G. – Köbli Á. (szerk.): *Huncastle III*. Eduvus Egyetem, Budapest. pp. 33–41.
- GELLÉR K. (2004): *Stílusok – korszakok. A magyar szecesszió*. Corvina Kiadó Kft., Budapest.
- GERLE J. – CSÁKI T. (szerk. 2013): *Lajta Béla*. Holnap Kiadó, Budapest.
- GERLE J. – KOVÁCS A. – MAKOVECZ I. (1990): *A századforduló magyar építészete*. Szépirodalmi Könyvkiadó, Budapest.
- KOVÁCS D. (2021): *Szecessziós Budapest*. Kedves László Könyvmûhelye, Budapest.
- KOVÁCS D. – BATÁR ZS. (2012): *Szecessziós Budapest*. Andron Könyv Kft., Budapest.
- MICHALKÓ G. (2005): *Turizmusföldrajz és humánökológia*. Kodolányi János Fõiskola – MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest – Székesfehérvár.
- MORAVÁNSZKY Á. (1998): *Versengõ látomások. Esztétikai újítás és társadalmi program az Osztrák-Magyar Monarchia építészetében 1867–1918*. Vince Kiadó, Budapest.
- MORAVÁNSZKY Á. (1988): *Építészet az Osztrák-Magyar Monarchiában*. Corvina, Budapest.
- MURATOVSKI, G. (2012): The Role of Architecture and Integrated Design in City Branding *Place Branding and Public Diplomacy*. 8(3). pp. 195–207. DOI: 10.1057/pb.2012.12
- OCKMAN, J. – FRAUSTO, S. (ed.) (2005): *Architourism: Authentic, Escapist, Exotic, Spectacular*. Prestel, Munich.
- PAPP-VÁRY Á. – WOLF D. – FARKAS M. – SZOLNOKI SZ. (2020): Turisztikai szlogen- és logóhasználat az európai fõvárosok esetében – Milyen szavakkal hívogatnak, milyen jelképekkel csalogatnak? *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 5(2). pp. 15–41. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.02.02
- RÁKOS K. – SÜLE Á. K. – CSÁKI T. – HAJDU V. – KESERÛ K. (2021): Felfedezõ utak a szecessziós Budapesten: elsõ séta - Budapest régi belvárosának újjáépülése a századfordulón (üzleti negyed) (II.). *Magyar Iparmûvészet*. 28(7). pp. 47–53.
- RÁTZ, T. (2022): Art Nouveau Heritage as a Resource in Tourism: Challenges and Solutions.

- Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 7(1). pp. 112–124. DOI: 10.15170/TVT.2022.07.01.08
- RÁTZ, T. (2017): „Be Global, Go Local” – Innovation and Creativity in the Development of Alternative Guiding Services in Budapest. *Journal of Tourism and Cultural Change*. 15(5). pp. 476–489. DOI: 10.1080/14766825.2016.1189558
- SCERRI, M. – EDWARDS, D. – FOLEY, C. (2018): Design, Architecture and the Value to Tourism. *Tourism Economics*. 25(3). pp. 1–16. DOI: 10.1177/1354816618802107
- SISA J. – WIEBENSON, D. (1998): *Magyarország építészetének története*. Vince Kiadó, Budapest.
- SISA J. (2014): *Lechner, az alkotó génius*. Iparművészeti Múzeum – MTA BTK Művészettörténeti Intézet, Budapest.
- TŐZSÉR A. (2020): A magyar turizmus Kárpát-medence szintű kiterjesztésének lehetőségei. *Turizmus Bulletin*. 20(4). pp. 46–52. DOI: 10.14267/TURBULL.2020v20n5.5
- TŐZSÉR A. (2019): A Délvidék/Vajdaság turisztikai kínálata és kereslete. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 4(3). pp. 36–51. DOI: 10.33538/TVT.190403.3
- VÁMOS F. (1970): *Lajta Béla*. Akadémia Kiadó, Budapest.
- VÁMOSSY F. (2016): *A 20. század magyar építésze (1902–2002) I. kötet. Örökségünk értékei. Válságos évtizedek (1902–1956)*. Tarsoly Kiadó, Budapest.
- VÁRALLYAY R. (2010): *Komor Marcell és Jakab Dezső*. Holnap Kiadó, Budapest.
- WIRTH Á. – KÖBLI Á. (2024): A Balaton vár- és kastélyturizmusának helyzete és fejlesztési lehetőségei. *Turizmus Bulletin*. 24(3). pp. 32–40. DOI: 10.14267/TURBULL.2024v24n3.4

Internetes források

- KULTURA.HU: *Lechner Ödön és a népies szecesszió megosztó története*. 2024. június 10. <https://kultura.hu/lechner-odon-es-a-nepies-szecesszio-megosztó-tortenete/> Letöltve: 2025. április 2.
- RÉSEAU ART NOUVEAU NETWORK: <https://www.artnouveau-net.eu/> Letöltve: 2025. május 20.
- RÉSEAU ART NOUVEAU ROUTE: <https://www.artnouveau.eu/en/index.php> Letöltve: 2025. május 20.
- UNESCO VILÁGÖRÖKSÉG MAGYARORSZÁGON: *Lechner Ödön művei*. Építési és Közlekedési Minisztérium. <https://vilagorokseg.e-epites.hu/varomanyos/lechner-odon.html> Letöltve: 2025. október 15.
- WIKIPÉDIA: *Szecessziós építészet Magyarországon*. https://hu.wikipedia.org/wiki/Szecesszi%C3%B3s_%C3%A9p%C3%ADt%C3%A9szet_Magyarorsz%C3%A1gon Letöltve: 2025. április 15.

Székelyföld turizmusa a stratégiaalkotás útján

On the way to strategic planning for tourism in Szeklerland

Szerzők: Tóth-Batizán Emese¹ – Tóth-Batizán Gergő²

A tanulmány a székelyföldi turizmuspiac egyre kívánatosabb professzionalizációját nem pusztán kínálatfejlesztési vagy marketingkérdésként, hanem történeti, jogállási és stratégiaalkotási problémaként értelmezi. A munka kiindulópontja, hogy Székelyföld erős kulturális-történeti identitással rendelkező, de államigazgatási értelemben nem önálló, szimbolikus-informális régió, amelynek turisztikai megjelenítése ezért egyszerre piaci, intézményi és politikai természetű feladat. A tanulmány a turizmusstratégia, a desztinációmenedzsment, a helymárkázás és az etnikai-kisebbségi turizmus szakirodalmára támaszkodva mutatja be, hogy a többségi nemzetállami környezetben elhelyezkedő Székelyföld számára a turizmus a láthatóság, az önreprezentáció és a gazdasági önszerveződés egyik lehetséges eszköze lehet. A cikk alapját képező vizsgálat a romániai statisztikai adatok és az online térben azonosított attrakciók alapján arra jut, hogy Székelyföld turisztikai erőforrásai jelentősek, de a régió versenyképességét a jogi elismerés hiánya, az intézményi széttagoltság, a hálózati együttműködés gyengesége és a közös metanarratíva kidolgozatlansága korlátozza. A tanulmány egy identitásérzékeny, többpólusú és hálózati alapú turizmusstratégia irányait vázolja fel.

This paper interprets the professionalization of the tourism market in Szeklerland not only as a question of product development or marketing, but also as a historical, legal and strategic planning challenge. The argument starts from the fact that Szeklerland is a culturally and historically strong, yet administratively non-recognized symbolic-informal region. Consequently, its tourism representation is simultaneously a market-related, institutional and political issue. Based on tourism strategy, destination governance, place branding and ethnic minority tourism literature, the paper argues that tourism may become an instrument of visibility, self-representation and economic self-organization for minority regions embedded in majority national environment. Relying on Romanian statistical data and the systematic mapping of online tourism attractions, the study concludes that Szeklerland has considerable tourism resources, but its competitiveness is constrained by the lack of formal regional recognition, institutional fragmentation, weak cooperation networks and the absence of a shared meta-narrative. The paper outlines the foundations of an identity-sensitive, multi-level and network-based tourism strategy.

Beérkezett/Received: 2025. 12. 07. Elfogadva/Accepted: 2026. 05. 29.

Kulcsszavak: Székelyföld, turizmusstratégia, kisebbségi turizmus, desztinációmenedzsment, helymárkázás, Erdély.

Keywords: Szeklerland, tourism strategy, ethnic minority tourism, destination management, place branding, Transylvania.

1. Bevezetés

Székelyföld turizmusának fejlesztése nem értelmezhető ugyanazzal a logikával, mintha egy jogilag lehatárolt, önálló turisztikai térség lenne. A

Székelyföld egyszerre történeti emlékezhely, etnikai-kulturális régió, gazdasági peremterület, valamint olyan politikailag érzékeny tér, amelynek önálló regionális megnevezése és intézményesítése a román állam keretei között vitatott (HORVÁTH-MICHALKÓ 2014). Ezért a turizmus itt nem csupán szolgáltatások, attrakciók és vendégéjszakák rendszere, hanem a tér láthatóvá tételének, elbeszélhetőségének és legitimálásának gyakorlata is.

A tanulmány arra az alapvetésre épít, hogy a Székelyföld turizmuspiacának professzionalizációja csak akkor lehet sikeres, ha a fejlesztés túllép

¹ egyetemi adjunktus, Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem; elnök, Transylvania Bloom Initiative Egyesület, toth.batizan.emese@ms.sapientia.ro, <https://orcid.org/0009-0008-7181-696X>

² alapítótag, Transylvania Bloom Initiative Egyesület, tbgergo@gmail.com

a szálláshelyek, útvonalak és programok egyszerű kínálati bővítésén, és egy olyan turizmusstratégiává válik, amely képes összekapcsolni a történeti régió identitáselemeit, figyelembe veszi a jogállási korlátokat és a piaci célcsoportok igényeit, katalizálja a térségi szereplők együttműködését. A turizmusstratégia ebben az értelemben nem egy dokumentum, hanem intézményépítési folyamat: meghatározza, kik beszélhetnek Székelyföldről, milyen narratívában, milyen termékeken keresztül, milyen minőségi garanciákkal és milyen piacok felé. Az elmúlt évek kezdeményezései igazolták, hogy egy, a székelyföldi turisztikai szereplők által közösen elfogadott stratégia valóban hozzájárulhatna a székelyföldi turizmuspiac további professzionalizációjához (2023-ban, 2024-ben és 2025-ben is megrendezésre került a *Székelyföld turizmusa a professzionalizáció útján* elnevezésű konferencia-sorozat).

A jelen tanulmány két elméleti pilléren nyugszik. Egyrészt a desztinációfejlesztési szakirodalom alapján annak elfogadásából, hogy a turisztikai versenyképesség nem az attrakciók pusztá meglétéből fakad, hanem sokkal inkább abból, hogy a térség szereplői képesek-e az erőforrásokat koordinált, piacképes és minőségbiztosított élményrendszerre alakítani (DWYER-KIM 2003, RITCHIE-CROUCH 2003). Másrészt a kisebbségi és etnikai turizmus kutatásai arra figyelmeztetnek, hogy a kulturális különbség turisztikai hasznosítása egyszerre teremthet gazdasági lehetőséget és hordozhat reprezentációs kockázatot: a közösség láthatóvá válhat, de kultúrája leegyszerűsített, folklorizált vagy külső szereplők által ellenőrzött terméké is alakulhat (YANG-et al. 2008, PUSZTAI 2024, TIAN et al. 2024).

Ebből következően a Székelyföld esetében a stratégiai kérdés nem az, hogy van-e elég attrakció, hanem az, hogy miként lehet a régió történeti és kulturális sajátosságait úgy turisztikai értéké formálni, hogy az egyszerre legyen felismerhető a magyar, a román és a nemzetközi közönség számára, ugyanakkor ne veszítse el helyi közösségi jelentését. A tanulmány ennek megfelelően kevésbé a statisztikákat, sokkal inkább az elméleti, stratégiai és intézményi újonságokat helyezi a fókuszába.

2. Elméleti háttér: turizmusstratégia, desztinációmenedzsment és kisebbségi térségek

A turizmusstratégia a desztináció hosszú távú pozicionálásának, erőforrás-koordinációjának és intézményi tanulásának kerete. A klasszikus desztinációs versenyképességi modellek szerint a természeti

és kulturális adottságok csak akkor válnak versenyelőnyvé, ha a térség képes azokat hozzáférhetővé, szolgáltatási minőséggel, menedzsmenttel, információval, márkáépítéssel és fenntarthatósági szempontokkal összekapcsolni (DWYER-KIM 2003, RITCHIE-CROUCH 2003). A turisztikai termék ezért nem egyetlen szolgáltató teljesítménye, hanem sok szereplő – önkormányzatok, vállalkozások, civil szervezetek, egyházak, kulturális intézmények és közlekedési cégek – közös eredménye.

A modern desztinációelmélet a turizmust hálózati és több szintű rendszerként írja le. HAUGLAND és szerzőtársai (2011) szerint a desztinációmenedzsment integrált feladategyüttes, amely egyszerre igényli az egyes vállalkozások képességeinek fejlesztését, a desztinációsintéző koordinációt és a régiók közötti kapcsolatokat. VOLGGER és PECHLANER (2014) szerint a desztinációs menedzsment szervezetek (DMO-k) sikere nem elsősorban formális hatáskörükből, hanem hálózatépítő képességükből és elfogadottságukból fakad. HALL (2011) alapján a turizmuspolitikát ezért kormányzási folyamatként kell értelmezni, ahol a hatalom, a koordináció és a végrehajtás nem választható el egymástól.

A stakeholder-szemlélet ugyanezt erősíti meg. JAMAL és GETZ (1995) a közösségi turizmus tervezését együttműködési folyamatként értelmezik, SAUTTER és LEISEN (1999) pedig arra hívják fel a figyelmet, hogy a turisztikai tervezésben a különböző érintettek bevonása nem pusztán demokratikus gesztus, hanem a megvalósíthatóság feltétele. RUHANEN (2009) ugyanakkor arra mutat rá, hogy a tervezési dokumentumok gyakran hivatkoznak részvételre, de a valódi döntési folyamatokból a helyi közösségek kimaradnak. Kisebbségi térségekben ez a probléma még élesebb, mert a turisztikai reprezentáció nemcsak gazdasági, hanem identitáspolitikai következményekkel is jár.

A helymárkázás elmélete szerint a desztinációmárka nem egyszerű reklámszlogen, hanem a hely identitása, imázsa és intézményi kommunikációja közötti dinamikus kapcsolat (KAVARATZIS-HATCH 2013). Egy kisebbségi régió esetében a márkáépítés ezért különösen érzékeny: a térségnek egyszerre kell saját közössége számára hitel-esnek, a többségi nemzetiségű közönség számára érthetőnek, a nemzetközi látogató számára pedig vonzóknak lennie. YUSUPOVA és PFOSEK (2023) posztsovjet városi példán mutatják be, hogy a turizmus és a helymárkázás a vitatott etnikai hierarchiák és emlékezetpolitikai viszonyok tárgyalásának eszközévé válhat. HARDI és szerzőtársai (2021) a Komárom-Komárno térség vizsgálatakor hasonlóan arra jutnak, hogy a közös kulturális

turizmus csak akkor léphet túl a történeti-etnikai megosztottságon, ha a szereplők közös stratégiai koncepciót és integrált kulturális terméket alkotnak.

A professzionalizáció fontos szerepet tölt be minden piac alakulásában és fejlődésében, így jelentős szerepe van a székelyföldi turizmus megértésében és annak alakításában is (MICHALKO 2023). Larson és Collins szerint a professzionalizáció nem más, mint az ugyanahhoz a foglalkozáshoz tartozó összes egyén kollektív próbálkozása arra, hogy meghatározzák a munkájuk és munkavégzésük feltételeit, módszereit, kontrollálják az újabb, ugyanazon szakmába tartozó egyének képzését, illetve legitimizálják a munkaközösségük autonómiáját és státusát (Larson 1977, Collins 1979 idézi DIMAGGIO-POWELL 1983). A professzionalizációra irányuló törekvés azonban sohasem lehet teljes mértékben sikeres, hiszen a szakemberek nem tudják teljesen függetleníteni magukat a laikusoktól, ez a jelenség pedig csökkentheti a szakmaiság színvonalát. Adott szakmai csoportok hatalma az általuk megalkotott szakmai kódok betartására vonatkozóan annak függvényében nő vagy csökken, hogy milyen következményekkel jár adott egyénekre nézve az, ha nem tartják be a szakmai kódokat, illetve, ha elhagyják a csoportot (DONABEDIAN 1995). „A professzionalizáció célja a kollektív jövedelemszerzés esélyeinek növelése, privilégiumok megszerzése, hatalom és társadalmi rangok kivívása” (Larson 1977 idézi FORMÁDI 2009:78).

A kisebbségi vagy autonómiatörekvéssel érintett régiók turizmusa ezért háromszoros kihívással szembesül: láthatóvá kell tennie a sajátos kultúrát, koordinációs intézményeket kell építeni, és olyan narratívát kell kialakítani, amely nem konfliktust exportál, hanem a sajátos székelyföldi kisebbségi történelmi tapasztalatot befogadható, minőségi élménnyé alakítja a turisták számára. Ez a tanulmány ezt nevezi identitásérzékeny turizmusstratégiának.

3. Székelyföld történeti szerepe és jogállási sajátossága

Székelyföld turisztikai értelmezésének alapja a térség sajátos történeti szerepe. A székely székek a középkori és kora újkori Erdély sajátos területi-közigazgatási egységei voltak, amelyek a vármegyei rendszertől eltérő közjogi hagyományt és erős helyi önszerveződést hordoztak. HORVÁTH (2010) szerint a történeti Székelyföldet létrehozó regionalitás ma nem normatív államigazgatási régióként, hanem szimbolikus-informális régióként ragadható meg: a tér létezik a kulturális tudatban,

a történeti emlékezetben, a magyar kultúrát ismerők, vagy a magyar kultúrához tartozók nyelvhasználatában és a regionális identitásban, de nem rendelkezik azzal a jogi-adminisztratív státusszal, amelyet egy hivatalos turisztikai régió feltételezne.

Ez a kettősség a turizmusstratégia szempontjából alapvető. Székelyföld turisztikai értelemben nagyon is létező desztináció: a magyar nyelvű közönség számára erős érzelmi és történeti jelentéssel bír, a helyi lakosság számára identitásrégió, a természeti és kulturális kínálat alapján pedig piaci értelemben is értelmezhető úti cél. Jogi szempontból ugyanakkor nem önálló romániai fejlesztési-turisztikai egység. Ezért a térség nem ugyanúgy tud országos és európai fejlesztési keretekbe belépni, mint egy intézményesült régió. A megyei statisztikai bontás (Hargita, Kovászna és részben Maros megye) csak közelítő megoldás, mert a történeti-kulturális Székelyföld határai nem fedhetők le teljes pontossággal a mai közigazgatási határokkal. A székelyföldi turizmus intézményes és területi szerveződésének kérdése különösen fontossá válik a romániai turizmusirányítás legújabb reformfolyamatai fényében. Ahogyan arra SZILÁGYI és HORVÁTH is rávilágítanak (2025), az adminisztratív fejlesztési régiók és a kulturális-történeti régiók logikája gyakran nem fedi egymást, ami töredezetté teszi a turizmusfejlesztést, a marketinget és a desztinációmenedzsmentet. A 86/2022-es kormányrendelet ebből a szempontból fordulópontnak tekinthető, hiszen először teremtett jogi lehetőséget regionális szintű desztinációmenedzsment-szervezetek létrehozására történeti régiók mentén. A reform egyik legfontosabb sajátossága, hogy a turisztikai régiók kijelölése során a történeti tartományok – például Erdély, Máramaros vagy Bukovina – turisztikai márkaként és identitáshordozó térségként jelennek meg. Ugyanakkor Székelyföld nem került be önálló turisztikai régióként a hivatalos rendszerbe, hanem Kelet-Erdély részeként jelenik meg, annak ellenére, hogy a térség erőteljes etno-kulturális sajátosságokkal, önálló turisztikai identitással és sajátos, egyedi regionális narratívával rendelkezik.

A jogállási sajátosság nem csupán technikai probléma, hanem a desztinációképzés központi kérdése. Ha egy térség neve, határa és önálló fejlesztési szerepe vitatott, akkor a turizmus egyszerre válhat *puha* intézményesítési eszközzé és konfliktusforrássá. Puha intézményesítés alatt azt értjük, hogy a szereplők közös termékeken, útvonalakon, minőségi kritériumokon és márkarratíván keresztül akkor is megteremtik a régió gyakorlati felismerhetőségét, ha annak formális jogi státusza hiányzik.

A kisebbségi turizmus szempontjából ugyanakkor fontos elkerülni, hogy Székelyföld kizárólag etnikai zárványként jelenjen meg. A sikeres stratégia a különbség értelmezhetővé tételére épül. A székely örökség, a magyar nyelvű kultúra, a vallási és népi hagyományok, a természeti környezet, a vendégszeretet és a gasztronómia minőségi, többnyelvű és interkulturális narratívában is bemutatható. NAGY (2013) már korábban hangsúlyozta, hogy a régió sajátos kulturális desztinációként jelenhet meg a külső és belső piacokon; a kérdés ma az, hogy ez képes-e professzionális stratégiai rendszerré válni.

4. Módszertan és empirikus kiindulópontok

A stratégiát megalapozó vizsgálat két, egymást kiegészítő empirikus elemből áll. Az első a romániai Országos Statisztikai Hivatal adatai alapján készült, megyei szintű turisztikai adatelemzés. Ez a megközelítés szükségszerűen kompromisszumos, mert Székelyföld nem jelenik meg önálló statisztikai régióként. A három megye együttes vizsgálata ezért nem tökéletes lehatárolás, de alkalmas arra, hogy a térség turizmusának alapvető dinamikáit jelezze.

Az 1. ábrán látható, hogy a székelyföldi turistaérkezések száma az elmúlt bő tíz évben enyhén növekvő tendenciát mutat. Ezt a növekvő tendenciát törte derékba a Covid19-járvány, és az ágazatnak Székelyföldön még nem sikerül produkálnia azt a turisztikai keresletet, amely a pandémia előtt már megvolt. Kovászna és Hargita megye elérték és meghaladták a Covid19-járvány előtti

vendégérkezések számát, de a Maros megyei mutatókkal együtt Székelyföld egészének romlanak a mutatói. Kovászna megyébe 2019-ben 137 442 vendég érkezett, a térség 2023-ra már meghaladta ezt az értéket (173 081 vendég). Hargita megyébe 2019-ben 237 386 vendég érkezett, 2023-ban 6 896 fővel több. Tehát a régió két megyéjében növekedett ugyan az érkező vendégek száma, de Maros megyének nem sikerült erre a növekvő pályára visszaállni, 2019-hez képest 119 246 vendéget veszített a térség (2023-ban összesen 479 790 vendégérkezést regisztráltak).

Ugyanez a tendencia figyelhető meg a vendégéjszakák számának alakulásában is, 2023-ban Hargita és Kovászna megyében sikerült a 2019-es számokat felülmúlni, míg Maros megyében a kereslet alulmaradt a pandémia előtti évhez viszonyítva (1. táblázat).

1. táblázat

A vendégéjszakák száma Székelyföldön

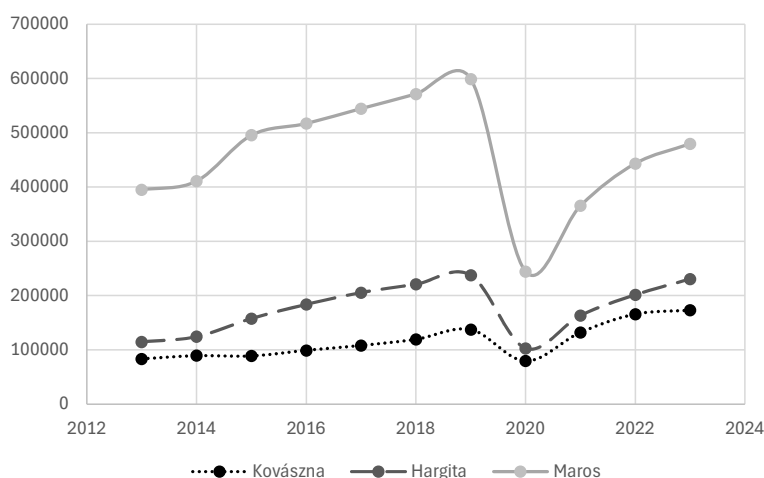
	2019	2023
Kovászna	604 831	637 401
Hargita	530 988	538 829
Maros	1 164 244	922 549

Forrás: saját szerkesztés

Az eredmények alapján a vendégforgalom a Covid19-járvány előtti időszakig növekvő pályán volt, majd a helyreállítás megyénként eltérő mintázatot követett. Kovászna és Hargita kereslete kedvezőbb képet mutat, míg Maros megye teljesítménye visszafogottabb, ami a térségen belüli

1. ábra

A Székelyföldre érkező vendégek száma



Forrás: KSH, Tempo online alapján saját szerkesztés

különbségekre is felhívja a figyelmet. A tartózkodási idő 2023-ban átlagosan 2,6 éjszaka körül alakult, ami azt jelzi, hogy a régió jelenleg inkább rövid tartózkodású, mozaikos élményeket kínál, mint hosszabb, komplex tartózkodásra ösztönző desztinációs terméket.

A vizsgálatban a második pillér az online térben azonosítható turisztikai attrakciók és szolgáltatások feltérképezése volt, amely során Székelyföld turizmuspiacát elemezve összesen 609 különféle, jelentős attrakciót azonosítottunk. A kutatás turisztikai portálok, foglalási rendszerek, Google Maps-adatok, önkormányzati és intézményi felületek alapján rögzítette a legfontosabb attrakciókat, majd azokat turizmustípusok és desztinációk szerint rendezte. Ez a desztinációképezés nem a PNRR 86/2022-es kormányrendelet (Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 86/2022) által mesterségesen meghatározott desztinációhatárokat, hanem az online fellelhető adatok térképre való leképezését követi. Az elemzés hat belső desztinációt különített el: Maros-Nyárad-Küküllő, Sóvidék, Gyergyó, Udvarhely-Homoród, Csík-Gyimes és Háromszék (2. ábra). A vizsgálatban azonosított attrakciók közül az aktív turizmus, a gasztroturizmus és a kulturális turizmus elemei jelennek meg legnagyobb számban, ugyanakkor az egészség-, a vallás- és a nemesi turizmus a kisebb súlyuk ellenére magasabb stratégiai élményértéket hordoznak.

2. ábra

Székelyföld kistérségi desztinációi



Forrás: saját szerkesztés

Az értékelés során alkalmazott módszertani döntés lényege, hogy a turizmuspiacot nemcsak az azt

alkotó szereplők mennyiségi teljesítményeként, hanem térbeli és intézményi szerkezetként is vizsgáljuk. Az attrakciók száma önmagában nem minőségi mutató, de jelzi, hol vannak a potenciális termékcsomagok, és hol szükséges koordináció, minőségbiztosítás vagy narratív összekapcsolás.

5. A professzionalizáció stratégiai kihívásai

Az eredmények alapján Székelyföld turizmuspiaca részben professzionalizálódott, de nem tekinthető teljesen integrált desztinációs rendszernek, hiányoznak a megfelelő minősítéssel és szakmai autoritással rendelkező szakmai szervezetek. A kínálat sokszínű, a természeti és kulturális erőforrások erősek, a helyi identitás megkülönböztető ereje jelentős, ugyanakkor a térségben hiányoznak vagy gyengék azok a kötőszöveti elemek, amelyek egy versenyképes turizmuspiac működéséhez szükségesek. Egy korábbi kutatás több ilyen elemet azonosított, amelyek ma is érvényesek: hálózatok és együttműködés, bizalom, metanarratíva és helyi interpretációk kapcsolata, hagyománytermelés, valamint minőség és minősítés (TÓTH-BATIZÁN 2024).

Ezek közül a *hálózati együttműködés* a legfontosabb stratégiai feltétel. A turizmusban a látogató nem különálló szolgáltatásokat, hanem összefüggő élményt fogyaszt. A szállás, az étkezés, a közlekedés, a program, a tájékoztatás, a nyelvi hozzáférés és az emlékezetes történet együtt alkotja a desztinációs terméket. Ha ezek nem kapcsolódnak össze, a látogató rövid ideig marad, a költés szétterjed, a térség pedig nem képes erős márkává válni. Székelyföldön a turisztikai hálózati együttműködések elsősorban informális, személyes bizalom alapuló kapcsolatok mentén működnek. A szereplők leggyakrabban vendégek továbbírányításával, információ- és erőforrásmegosztással segítik egymást, azonban ezek az együttműködések többnyire alacsonyabb szintű kooperációs formákban ragadnak meg. A kapcsolatok működésében kiemelt szerepet játszik a társadalmi tőke, ugyanakkor a bizalmatlanság, a státuszkülönbségek és a személyes konfliktusok könnyen megszakíthatják az együttműködést. A székelyföldi térségben kevésbé jellemzőek a hosszú távú, stratégiai partnerségek és a közös beruházások. Ennek következtében a hálózati együttműködések jelen vannak ugyan a mindennapi működésben, de azok esetleges jellegűek és korlátozott mértékben képesek valódi regionális szintű versenyelőnyt teremteni (TÓTH-BATIZÁN 2020). A hálózati szemléletet erősítik BAGGIO és szerzőtársainak (2010) kutatásai is, amelyek szerint a desztinációs hálózat szerkezete befolyásolja

az információ és a tudás terjedését, vagyis a szereplők közötti kapcsolatok nem mellékesek, hanem a fejlődési kapacitás részei.

Az együttműködés, hálózatban való gondolkodás egyik alapvető feltétele a bizalom. A *bizalom hiánya* különösen olyan térségekben veszélyes, ahol a formális intézményi elismerés korlátozott. A székelyföldi turizmuspiacot erőteljes bizalomhiány jellemzi, amely mind az interperszonális, mind az intézményi kapcsolatok szintjén megjelenik. Korábbi sikertelen együttműködési kezdeményezések, valamint a kollektivizálás történelmi tapasztalatai hosszú távon is hozzájárultak a közös gondolkodással szembeni fenntartások kialakulásához. A turizmuspiaci szereplők közötti bizalmatlanság a székelyföldi turizmus egyik legfontosabb strukturális akadályaként jelenik meg, amely korlátozza a hosszú távú együttműködések és közös fejlesztések kialakulását. Ha azonban nincs erős, hivatalosan elfogadott regionális keret, akkor a kooperációt informális és félformális intézményeknek kell fenntartaniuk. Ilyenek lehetnek a szakmai szövetségek, közös minősítési rendszerek, tematikus útvonalak, közös digitális felületek, térségi márkahasználati szabályok és rendszeres stakeholder fórumok. Ezek nem pusztán marketingeszközök, hanem a térségi kormányzás csírái.

A *metanarratíva hiánya* szintén stratégiai gyengeség. A turizmuspiac esetében a metanarratíva olyan átfogó, közösen elfogadott történetet vagy értelmezési keretet jelent, amely meghatározza, hogyan tekintenek a szereplők a térségre, annak identitására, értékeire és fejlesztési irányaira. Ez a narratíva egyszerre formálja a turisták térségről alkotott képét, valamint a helyi szereplők gondolkodását és együttműködési hajlandóságát is. Székelyföld esetében a metanarratíva olyan elemekre épülhet, mint az autentikusság, a hagyományőrzés, a természetközelség, a kulturális örökség és a vendégszeretet. A térségben hiányzik egy teljes mértékben egységes, közösen képviselt turisztikai metanarratíva, amely nehezíti a szereplők közötti együttműködést és a desztináció egységes pozicionálását. Emiatt a turisztikai kínálat sok esetben széttagolt marad, és a helyi szereplők inkább saját vállalkozásuk narratíváját építik, mintsem egy közös regionális történetet. A székelyföldi turizmusban egyre hangsúlyosabban jelenik meg az a felismerés, hogy a térség egyik legfontosabb vonzereje a helyi kulturális örökségre és gasztronómiára épül. A turisták elsősorban autentikus élményeket keresnek: a hagyományos ételek, a helyi alapanyagok, a kulturális sajátosságok és a vidéki életmód megtapasztalása kiemelt szerepet játszik az utazási döntéseikben. Székelyföldön sok erős helyi történet létezik: Csíksomlyó szakrális

központja, a székely kapuk és falvak világa, a borvizek és fürdők, a nemesi kúriák, a hegyvidéki tájak, a gasztronómia, a kézműves hagyományok és a városi kulturális örökség. Ezek azonban gyakran egymás mellett jelennek meg, nem pedig egy közös desztinációs logikában. A stratégia feladata nem az, hogy egyetlen hivatalos történetté merevítse Székelyföldet, hanem az, hogy megteremtse a közös keretet: a helyi interpretációk sokfélesége egy nagyobb, érthető és exportálható történetbe rendeződjön.

A *kisebbségi és autonómiatörekvéssel* érintett régiók esetében különösen fontos a reprezentáció feletti kontroll kérdése. Ha a turisztikai narratívát kizárólag külső szereplők alakítják, a közösség könnyen tárgyá válik saját történetében. Ha viszont a narratíva csak befelé beszél, a külső piacok számára nehezen érthető marad. Az identitásérzékeny stratégia ezért köztes pozíciót keres: a helyi közösség önértelmezésére épít, de azt többnyelvű, befogadó és minőségorientált módon fordítja le a turisztikai piac nyelvére.

A *minőség és minősítés* a professzionalizáció egyik kulcsa. A székelyföldi turizmuspiacra a minőség és a minősítés kérdése egyszerre kapcsolódik az állami szabályozáshoz és az informális piaci működéshez. Bár a hivatalos minősítési rendszer részletes előírásokat tartalmaz, a vállalkozók többsége a bürokratikus, költséges és időigényes engedélyeztetési folyamat miatt nehezen tud megfelelni ezeknek az elvárásoknak. Emiatt Székelyföldön számos szálláshely részben vagy teljesen informális módon működik, ugyanakkor a szolgáltatások minősége nem feltétlenül rosszabb a hivatalosan minősített egységeknél. A termékek azonban csak akkor teremtenek magasabb hozzáadott értéket, ha a látogató kiszámítható minőséggel, pontos információval, biztonságos hozzáféréssel és egységes szolgáltatási szinttel találkozhat. A minőségbiztosítás nem uniformizálás, hanem minimumszttenderdek rendszere: nyitvatartás, foglalkoztatás, többnyelvű információ, képzett vezetés, útvonalbiztonság és vendégkommunikáció.

6. Stratégiai irányok Székelyföld számára

A székelyföldi turizmusstratégia *első iránya* a puha regionális intézményesítés. Mivel Székelyföld hivatalos jogállása (a román állam számára jogilag Székelyföld „nem létezik”) nem teszi lehetővé egy klasszikus, államilag elismert turisztikai régió egyszerű létrehozását, a stratégia kezdetben olyan együttműködési formákra épülhet, amelyek jogi-politikai ütközés nélkül is regionális gyakorlatot teremtenek. Ide tartozhat egy térségi szakmai

platform, egy közös digitális attrakciós és szolgáltatói adatbázis, a tematikus utak közös kezelése, a minőségi védjegy, valamint egy olyan márkaarchitektúra, amely a hat belső desztinációs régiót nem versenytársként, hanem egymást kiegészítő kínálati egységként mutatja be.

A *második irány* az identitásérzékeny márkaépítés. Székelyföld nem lehet sem kizárólag nosztalgikus magyar emléktér, sem etnikai konfliktust sugalló politikai üzenet, sem általános erdélyi tájromantika. A márka középpontjában egy olyan értékigéret állhat, amely a történeti önazonosságot, a természeti erőt, a lassú és emberléptékű vendég látást, a vallási és kulturális mélységet, valamint a helyi termékek világát kapcsolja össze. Ezt a magyar piac felé érzelmi és örökségi, a román piac felé felfedező és minőségi belföldi, a nemzetközi piac felé pedig autentikus, hegyvidéki és kulturális slow tourism narratívában érdemes megfogalmazni.

A *harmadik irány* a termékportfólió tudatos rétegzése. Az aktív turizmus a legnagyobb mennyiségi potenciálú kínálati mező, de önmagában könnyen alacsony költségű, rövid tartózkodással párosuló termék marad. Ezért össze kell kapcsolni gasztronómiával, fürdő- és borvízkultúrával, vallási örökséggel és helyi történetekkel. A hat belső desztinációs régió együtt képezhet olyan portfóliót, amely hosszabb tartózkodásra ösztönöz.

A *negyedik irány* a többségi környezetben való stratégiai láthatóság. A kisebbségi térségnek nem elegendő saját közössége számára felismerhetőnek lennie; a román és nemzetközi közönség számára is értelmezhető, hozzáférhető és vonzó nyelvet kell kialakítani (TÓZSÉR 2025). Ez nem identitásfeladást jelent, hanem fordítást: a székely történeti tapasztalat, a magyar kulturális örökség és a regionális autonómia emlékezete olyan turisztikai jelentésmezőbe kerülhet, amely a látogatóknak nem politikai állásfoglalást, hanem mélyebb helyismeretet kínál. A Komárom-Komárno példája arra mutat rá, hogy a közös kulturális turizmus akkor lehet integráló erő, ha képes a XX. századi etnikai törésvonalakat meghaladó, de azokat el nem hallgató közös terméké válni (HARDI et al. 2021).

Az *ötödik irány* a közösségi kontroll és a kulturális fenntarthatóság biztosítása. A nemzetközi etnikai turizmus szakirodalma szerint a kisebbségi közösségek turisztikai bevonása könnyen vezethet függőséghez, külső fejlesztői kontrollhoz vagy a kulturális reprezentáció feletti helyi befolyás csökkenéséhez (YANG et al. 2008, TIAN et al. 2024). Székelyföldnek ezért a stratégia nem épülhet pusztán befektetői logikára. Szükség van helyi tulajdonú vállalkozások, családi szolgáltatók, egyházi és civil szereplők, helyi termelők és kulturális

intézmények megerősítésére (SEBREK et al. 2024). A cél nem a kultúra áruba bocsátása, hanem olyan turisztikai termék létrehozása, amelyben a közösség nem dekoráció, hanem döntéshozó és hasznélvező.

Végül, de nem utolsó sorban a stratégia csak akkor működik, ha mérhető és tanul rendszerként épül fel. A vendégszám mellett mérni kell a tartózkodási időt, a helyi költést, a visszatérési szándékot, a szolgáltatói együttműködések, a minősített szolgáltatók körét és a helyi lakosság viszonyát. A kisebbségi régió stratégiai sikere abban is megragadható, hogy a turizmus erősíti-e a helyi önszerveződést és a térség külső elismertségét, növeli-e a külföldről Székelyföldre látogató turisták számát.

7. Következtetések

Székelyföld turizmusának jövője nem egyszerűen attól függ, hogy hány attrakcióval, szálláshellyel vagy programmal rendelkezik a térség. A döntő kérdés az, hogy a történeti régió képes-e a jelenlegi szimbolikus-informális státuszából egy profeszszionálisan működő, hálózatos, minőségorientált és identitásérzékeny turisztikai térré válni. A tanulmány szerint a turizmus ebben a folyamatban nem helyettesíti a politikai vagy jogi intézményesülést, de hozzájárulhat a régió gyakorlati felismerhetőségéhez, gazdasági önszerveződéséhez és kulturális önreprezentációjához.

A székelyföldi turizmusstratégia legfontosabb feladata ezért a kettős olvashatóság megteremtése. Befelé a stratégia a helyi közösségek számára értelmezhető identitás- és gazdaságfejlesztési program kell legyen; kifelé pedig olyan desztinációs ajánlat, amely a magyar, román és nemzetközi piacok számára is világos, minőségi és hiteles. Ez a kettősség csak akkor tartható fenn, ha a közös metanarratíva nem nyomja el a helyi interpretációkat, hanem rendezzi és összekapcsolja őket.

A vizsgálat gyakorlati következtetése, hogy Székelyföldnek először nem egy nagy intézményt, hanem működő stratégiai gyakorlatot kell építenie. Ennek elemei a közös vonzerőleltár, a tematikus termékfejlesztés, a térségi minőségvédjegy, a többnyelvű kommunikáció, a stakeholder fórumok, a közös digitális felület és a belső desztinációs szubrégiók összehangolt márkaarchitektúrája lehetnek. Ezekből alakulhat ki az a puha intézményrendszer, amely később erősebb politikai és fejlesztéspolitikai láthatóságot is teremthet.

Elméleti szempontból a székelyföldi eset arra hívja fel a figyelmet, hogy a kisebbségi, autonómiatörekvéssel érintett térségek turizmusát nem lehet pusztán desztinációmárketingként

kezelni. Itt a turizmus egyszerre gazdaságfejlesztés, kulturális törekvés, emlékezetpolitika és térségi önszerveződés. A professzionalizáció valódi újdonsága éppen abban állhat, hogy a turizmuspiac szereplői nem a jogállási korlátok megszűnésére várnak, hanem a rendelkezésre álló kulturális, természeti és közösségi erőforrásokból fokozatosan felépítik Székelyföld desztinációs kínálatát, azaz Székelyföldet mint jól működő turisztikai régiót.

Felhasznált irodalom

- BAGGIO, R. – SCOTT, N. – COOPER, C. (2010): Network science: A review focused on tourism. *Annals of Tourism Research*. 37(3). pp. 802–827. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.02.008>
- DIMAGGIO, P. J. – POWELL, W. (1983): The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism in Organizational Fields. *American Sociological Review*. 48.(2). pp. 147–160.
- DONABEDIAN, B. (1995): Self-Regulation and the Enforcement of Professional Codes. *Public Choice*. 85(1–2). pp. 107–118. <https://doi.org/10.1007/BF01047905>
- DWYER, L. – KIM, C. (2003): Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*. 6(5). pp. 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- FORMÁDI K. (2009): *Professzionalizáció új iránya a turizmus szektorban*. PhD-értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. http://phd.lib.uni-corvinus.hu/532/1/formadi_katalin.pdf
- HALL, C. M. (2011): A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. *Journal of Sustainable Tourism*. 19(4–5). pp. 437–457. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346>
- HARDI, T. – KUPI, M. – OCSKAY, G. – SZEMERÉDI, E. (2021): Examining cross-border cultural tourism as an indicator of territorial integration across the Slovak–Hungarian border. *Sustainability*. 13(13). 7225. <https://doi.org/10.3390/su13137225>
- HAUGLAND, S. A. – NESS, H. – GRONSETH, B.-O. – AARSTAD, J. (2011): Development of tourism destinations: An integrated multilevel perspective. *Annals of Tourism Research*. 38(1). pp. 268–290. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.08.008>
- HORVÁTH A. (2010): Az etnicitás dilemmája a Székelyföld turizmusfejlesztésében. *Tér és Társadalom*. 24(3). pp. 149–166.
- HORVÁTH A. – MICHALKÓ G. (2014): Az etnicitás turizmusföldrajzi értelmezése erdélyi példákon keresztül. *Földrajzi Közlemények*. 138(2). pp. 150–160.
- JAMAL, T. B. – GETZ, D. (1995): Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of Tourism Research*. 22(1). pp. 186–204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- KAVARATZIS, M. – HATCH, M. J. (2013): The dynamics of place brands: An identity-based approach to place branding theory. *Marketing Theory*. 13(1). pp. 69–86. <https://doi.org/10.1177/1470593112467268>
- MICHALKÓ G. (2023): A jó hely – egy turizmusorientált koncepcióvázlat. *Tér és Társadalom*. 37(4). pp. 30–50. <https://doi.org/10.17649/TET.37.4.3519>
- NAGY B. (2013): *A turisztikai helymarketing a Székelyföldön. Az imázs- és márkahasználat tudományos megalapozása*. Nemzeti Kisebbségkutató Intézet, Kolozsvár.
- PUSZTAI, B. (2024): The Use of National Minority Culture in Tourism Development. *Ethnographica et Folkloristica Carpathica*. 26. pp. 7–25. <https://doi.org/10.47516/ethnographica/26/2024/15045>
- RITCHIE, J. R. B. – CROUCH, G. I. (2003): *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI, Wallingford.
- RUHANEN, L. (2009): Stakeholder participation in tourism destination planning: Another case of missing the point? *Tourism Recreation Research*. 34(3). pp. 283–294. <https://doi.org/10.1080/02508281.2009.11081603>
- SAUTTER, E. T. – LEISEN, B. (1999): Managing stakeholders: A tourism planning model. *Annals of Tourism Research*. 26(2). pp. 312–328. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00097-8](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00097-8)
- SEBRÉK, S. S. – GARRIDO, B. P. – MICHALKÓ, G. (2024): Why are unfavorable signs of overtourism ignored by urban politics? An attention-based explanation of no intervention. *Tourism Planning & Development*. 21(6). pp. 703–711. <https://doi.org/10.1080/21568316.2022.2151503>
- SZILÁGYI, F. – HORVÁTH, A. (2025): The Problem of Territoriality in Tourism in Romania. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 10(2). pp. 100–125. doi: 10.15170/TVT.2025.10.02.06
- TIAN, B. – STOFFELEN, A. – VANCLAY, F. (2024): Understanding resilience in ethnic tourism communities: The experiences of Miao villages in Hunan Province, China. *Journal of Sustainable Tourism*. 32(7). pp. 1433–1452. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2239525>
- TÓTH-BATIZÁN E. (2024): A székelyföldi turizmusipar professzionalizációs lehetőségei. Komparatív elemzés: Székelyföld, Dél-Tirol és Balaton. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. 9(2). pp. 25–39. doi: 10.15170/TVT.2024.09.02.02

- TÓTH-BATIZÁN E. (2020): *A turisztikai piac szerkezete és etnikai sajátosságai Székelyföldön*. Doktori értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest
- TÓZSÉR A. (2025): Torockó falusi turizmusának bemutatása. *Turizmus Bulletin*. 25(4). pp. 55-63. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2025v25n4.6>
- VOLGGER, M. - PECHLANER, H. (2014): Requirements for destination management organizations in destination governance: Understanding DMO success. *Tourism Management*. 41. pp. 64-75. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.001>
- YANG, L. - WALL, G. - SMITH, S. L. J. (2008): Ethnic tourism development: Chinese government perspectives. *Annals of Tourism Research*. 35(3). pp. 751-771. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.06.005>
- YUSUPOVA, G. - PFOSER, A. (2023): Tourism, memory production and contested ethnic hierarchies in post-Soviet Almaty. *Europe-Asia Studies*. 75(3). pp. 491-508. <https://doi.org/10.1080/09668136.2021.1964437>
-

Filmturizmus a Kárpát-medencében¹

Szerző: Kulcsár László²

Beérkezett/Received: 2026. 04. 19. Elfogadva/Accepted: 2026. 04. 30.

A filmturizmus a turizmussal foglalkozó szakirodalom viszonylag friss területe. A média és a turizmus kapcsolata ugyan az 1980-as évekre nyúlik vissza a szakirodalomban, de az igazán nagy fellendülés a témában az 1990-es évek közepére tehető. A magyar szakirodalomban³ a filmturizmussal foglalkozó tudományos írások a 2000-es évek elején jelentek meg, és a 2010-2020-as évtizedben koncentrálnak viszonylag jelentősebb számban. Nem kizárólagosan, de elsősorban a filmturizmus marketing területén található publikációkat (SULYOK 2009, JÁSZBERÉNYI 2014, KISS 2014, IRIMIÁS 2015, MITEV et al. 2017, TÓTH 2019).

A könyv egyrészt, ahogyan a szerkesztők a bevezetőben meghatározták „a filmturizmus gyakorlati kiépítéséhez kíván hozzájárulni”, másrészt a könyvben felvonultatott impozáns leltár révén a magyar turisztikai koncepció megvalósítását is szeretné segíti. Ennél véleményem szerint többet is ad, a turizmus tudományos vizsgálódásai terén fontos információkat nyújt a kutatók számára.

Ebben az ismertetőben nem egyszerűen a könyv tartalmának pozitív vonatkozásait szeretném kiemelni – bár vannak bőven, mint például a képek magas színvonala, az információk sokrétűsége –, hanem a fent említett szándék megvalósulását segítő gondolatokat hangsúlyozom.

A filmturizmus központi témája általában abban érhető tetten, hogy valamilyen motívum következtében (IRIMIÁS 2015) az emberek egy részét vonzza annak az élménynek hatása, amit egy általuk fontosnak tartott szempont alapján egy film kiváltott, s ez az érdeklődésüket kiváltó film, tévésorozat helyszínének meglátogatását eredményezi. Ha innen, ebből a megállapításból indulunk ki, rögtön számos, a filmturizmussal kapcsolatos kérdés vetődik fel. Mielőtt néhányat – amelyek nagyrészt a könyv elolvasása megerősített –ismertetnék ezek közül, meg kell állapítani, hogy a könyv több dimenzióban is nagyon értékes és hiánypótló munka. Bár nem ez a legjelentősebb értéke, de felfoghatjuk egy magas szintű művészet- és ipartörténeti ismeretterjesztő könyvnek is, hiszen több mint száz helyszínről, épületről, annak berendezéséről nyújt olyan információkat, amelyek sok embernek újdonságot jelenthetnek, s amelyek reprezentáns képviselői az egész Kárpát-medence természeti, épített és kulturális örökségének.

Robert K. Merton klasszikus munkájára utalva (MERTON 1949, 1980) ezek az információk egy látens funkció jelenlétét erősítik, ami egy irányba hat a könyv eredeti, szándékolt, azaz a manifeszt funkciójával. A manifeszt funkciót itt a filmforgatások helyszínének bemutatása jelenti azzal a céllal, hogy erősítse a filmturizmus pozícióját a kulturális turizmuson belül. Az ismeretterjesztés, mint látens funkció is olyan következménnyel járhat, amely a filmturizmus lehetőségeire hívja fel a figyelmet, annak jelentőségét támasztja alá.

Még egy bekezdés erejéig érdemes Merton 1949-ben született, de méltatlanul háttérbe szorított „Middle Range Theory” szociológiai koncepciójánál maradni. Egy másik megközelítésben vizsgálva ezt a funkcionális megkülönböztetést, a manifeszt funkció következményét abban láthatjuk, hogy a magyar filmipar nemcsak komoly bevételeket termel hazai vállalkozásoknak, hanem olyan produkciókhoz járul hozzá, amelyek adott esetben a készítőik számára is gazdasági előnyt jelentenek (TÓTH 2019). Ebben az esetben viszont a filmturizmus kerül a látens funkció szerepkörébe (éppúgy, mint az ország imázsára gyakorolt pozitív hatás), azaz a helyszínek iránti érdeklődés, azok látogatása nem ellentétes ugyan a manifeszt funkció érvényesülésével (gazdasági előny), tehát nem diszfunkció, de mint ennek a tevékenységnek a következménye, többnyire nem annak tudatosan létrehozott része. Nem mond ellent ennek az sem, hogy a nagy filmstúdiók ezt az érdeklődést kihasználva, látogatóközpontokat hoztak létre, túsorokat szerveznek a stúdió területén, bemutatva a világhíres filmek egy-egy kellékét vagy a stúdióban létrehozott helyszínét. A Paramount Pictures egyik stúdió túsorján e sorok írója is részt vett Los Angelesben és ült azon a padon, ahol Forest Gump bonbonnal kínálta az idegeneket, s látta azt a betonteknőt, ahol „el-süllyedt” a Titanic, ami ma egyébként egy parkoló a stúdióban.

Mint említettem, a könyv sok kérdést vet fel a filmturizmussal kapcsolatban, vegyünk sorra ezek közül néhányat. A filmturizmusnak, mint középszintű elméletnek értelmezése tehát az általa megvalósított funkciók következményein keresztül vizsgálható. A *Filmturizmus a Kárpát-medencében* című könyv által

¹ Recenzió a Kiss Róbert Richárd szerkesztette *Filmturizmus a Kárpát-medencében* c. könyvről (Kodolányi University Press, MediaCom Kiadó, Budapest, 2025)

² professzor emeritus, Kodolányi János Egyetem. kulcsar.laszlo@kodolanyi.hu <https://orcid.org/0000-0002-5684-382X>

³ A nemzetközi szakirodalom ismertetését ebben a recenzióban a szerző nem tartja szükségesnek.

bemutatott helyszínek kulturálisan nagyon sokféle üzenetet közvetítenek, mint ahogyan a helyszínekhez kötődő filmek is. Vannak közöttük szinte mindenki által ismert népszerű filmek és vannak olyanok, amelyek nem arattak különösebb sikert se itthon, se külföldön. Vannak olyan filmek, amelyek egy-egy jelene, az elhangzott szöveg azóta átszüremlett társadalmi, politikai, kulturális életünkbe, s nyilván vannak olyanok is, amelyekre nem emlékezünk, vagy nem is hallottunk róla. Ebből következik, hogy egyes helyszínek jobban alkalmasak a turizmussal kapcsolatos szerep betöltésére, mások pedig kevésbé.

A filmturizmus egy-egy helyszíne nem minden esetben áll meg a saját lábán. Sok filmes helyszín vagy a film vagy más ok miatt, például a helyszín földrajzi elhelyezkedése, a hiányos szolgáltatások, a kísérő attrakciók hiánya és más tényezők miatt nem elég vonzó. Más filmes helyszínek pedig attrakciódús környezetben vannak, mint például Budapesten. Ismét más filmhelyszínek esetében maga a helyszín, a hozzá kötődő filmforgatás nélkül is igen magasra értékelt turisztikailag (például a fertődi Esterházy-kastély, a Gyilkos-tó, Torockó stb.). Éppen ezért egy kulturális turisztikai koncepció megalkotásánál az egyik igen fontos dolog annak felmérése, hogy a könyv által bemutatott helyszínek milyen környezetben vannak, milyen funkciókat valósíthatnak meg a jelenlegi helyzetben, illetve a tervezett koncepcióban. Másképpen szólva, mit adhat a film hozzá a helyszín turizmusának alakulásához. A könyv egyik érdeme, hogy megmutatja a filmes helyszínek sokféleségét, s ha nem is kimondottan, de felkínálja egy tipológia készítésének lehetőségét a kulturális turizmus koncepciójához való hozzájárulásként.

A turistának valamilyen viszonya kell, hogy legyen azzal a filmmel, amelynek helyszínét meglátogatja, feltételezve, hogy a látogatást legalább részben a film motiválta. A kérdés az, hogy vajon milyen tényezők alakítják ezt a viszonyt. A válasz nem olyan egyszerű, hiszen a feltételezett turistáknak a társadalmi státusza, a kulturális színvonala, az értékrendszere nagyon sokrétű lehet, s ezek mind olyan jellemzők, amelyek befolyásolják a helyszínhez, de a filmhez való viszonyát is. A könyvben bemutatott filmforgatások helyszíneinek bekapcsolása a kulturális turizmusba egyrészt objektív tényezők miatt sokszor nehéz, szinte lehetetlen, másrészt szociológiai tényezők következtében is nehézségeket jelenthet. Jelenthet azonban előnyöket is, hiszen akár egy jól ismert és népszerű helyszín turisztikai pozícióját is tovább erősítheti az ott forgatott film. A filmturizmus marketingjének mindkét esetben alkalmazkodnia kell az említett kulturális, szociológiai jellemzőkhöz, amit – eddig el nem végzett – kutatásoknak kellene megelőzniük.

Az örökségturizmus és a filmturizmus közös jellemzője az, hogy a helyszín nem mozgatható. Ebből a tényből az attrakció számára hátrányok is keletkezhetnek, amelyek leküzdésének egyik lehetőségét az aktív turizmus integráló szerepének kihasználása jelentheti (KULCSÁR-BODROGAI 2025). Ennek érdekében sok és sokféle fejlesztésre lenne szükség, hogy a filmturisztikai helyszínek ott is beépüljenek a turisztikai programkínálatba, ahol ez még nem történt meg, és megfelelő vonzást (szívó hatást) jelentsenek az aktív, például a kerékpáros turizmus számára. Természetesen további lehetőségek is kínálkoznak, például a marketingkommunikáció erősítése korszerű digitális eszközökkel és a közösségi média tudatosabb használatával, ugyanakkor a könyvben bemutatott filmturisztikai helyszínekben rejlő lehetőségek alapos turisztikai és szociológiai felmérése nélkül valószínűleg nagyrészt kihasználatlanok maradnak azok. A könyvnek az egyik nagy erénye az, hogy erre a lehetőségre, ha közvetve is, de felhívja az olvasó figyelmét.

Felhasznált irodalom

IRIMIÁS A. (2015): *Filmturizmus. A filmek és a televíziós sorozatok turisztikai szerepének és hatásainak geográfiai vizsgálata*. Turizmus szakkönyvtár. Akadémiai Kiadó, Budapest.

JÁSZBERÉNYI M. (2014): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Nemzeti Közzolgálati és Tankönyv Kiadó, Budapest.

KISS R. R. (2014): A film hatása a kulturális turizmusra. In: Jászberényi M. (szerk.): *A kulturális turizmus sokszínűsége*. Nemzeti Közzolgálati és Tankönyvkiadó, Budapest.

KULCSÁR L. – BODROGAI L. A. (2025): *Aktív Turizmus. Elméleti és módszertani kézikönyv*. Kodolányi University Press, Székesfehérvár.

MERTON, R. K. (1980): *Társadalomelmélet és társadalmi struktúra*. Gondolat, Budapest.

MERTON, R. K. (1949): *Social theory and social structure*. Glencoe, IL: Free Press.

MITEV, A. – IRIMIÁS, A. – MICHALKÓ, G. – FRANC, M. (2017): "Mind the scenery!" Landscape depiction and the travel intentions of Game of Thrones fans: some insights for DMOs. *Regional Statistics*. 7(2). pp. 58–74. DOI: 10.15196/RS07201

SULYOK J. (2009): Filmturizmus, avagy a filmekben rejlő lehetőségek a turisztikai desztinációk számára. *Turizmus Bulletin*. 1. 34–39.

TÓTH T. ZS. (2020): A magyar filmipar, mint a kreatív gazdaság mozgatórugója. *Gazdaság és Társadalom. Journal of Economy & Society*. 12(3). pp. 80–103. DOI: 10.21637/GT.2019.03.05

Turizmus Bulletin

Founded: 1997

The professional and scientific journal of the Hungarian Tourism Agency
Published quarterly with the support of the Mobility and Tourism Research Centre, Sustainable
Development Institute, Budapest Corvinus University

The Turizmus Bulletin is ranked "B" on the list of periodicals of Economic and Law Sciences, the 9th
Section of the Hungarian Academy of Sciences, and ranked "A" on the list of periodicals of Earth
Sciences, the 10th Section of the Hungarian Academy of Sciences

The articles published in the Turizmus Bulletin have undergone a double, mutually anonymous revision
process

Basic concepts of submission, editing of manuscripts

1. Each manuscript should be submitted to the editors electronically as Word doc. docx file to the turizmusbulletin@uni-corvinus.hu email address. Illustrations - except for Tables - should be also sent in separate jpg. or tif. files. Their title should facilitate their identification. The size of the files submitted should not exceed 1-2 MB, and the total package should be within 8 MB.
2. Each manuscript should fully satisfy the actual requirements regarding content and format, which are available on the website or can be asked from the editorial board.
3. The size of the manuscripts including spaces should not exceed 35 thousand characters. In case they contain illustrations, their location in the text planned by the author should be indicated and it is also necessary to supply a reference (e.g. Figure 1) in the text. Illustrations should primarily serve to support the message. Their number, their proportionate size, and their aesthetic format are all required to be observed (the total number of Figures, Tables and Photos should not, if at all possible, be more than 3-5). Only print quality (at least 300 dpi resolution), grey-scale illustration should be submitted, and it is the authors responsibility to reproduce the originally coloured Figures or the Photos grey-scale. The illustrations should not be given their number, title and reference, they should be indicated in the text, but the Figures should include legends to support their comprehension. All illustrations must be legally acceptable.
4. The manuscripts submitted by the authors are reviewed by two specialists invited and appointed by the editorial board. For this to be done, a form which complies with international standards and which is regularly used for this purpose, is completed. The anonymity of authors to reviewers, the anonymity of reviewers to authors is provided by the editorial board. Reviewers have 4 weeks to formulate their opinion, after which, depending on the length of the revision to be done, authors should finalise their manuscript in 3-6 weeks. Should reviewers recommend a major revision, then, only after a repeated review process and approval can the decision be made to publish the manuscript. Following this, the manuscript can be edited, copy edited and prepared for printing. During this period contact with the author is maintained to the necessary extent. If the author so needs, the chief editor or the head of the editorial board issues confirmation regarding the acceptance of the manuscript.
5. The editors maintain contact with the corresponding author. It is the first author's responsibility to send the authors' declaration filled in and signed in a scanned form, and attached to the manuscript. This is intended to guarantee that, among many other things, the study and its details have not previously been published elsewhere, that they are not in the process of publication, that publication does not require permission from a third party and that the publication rights of the illustrations are valid.
6. If the research, which the study is based on, was supported by any organisation or company, then this should be acknowledged before the literature list.
7. The Turizmus Bulletin is one of the most important source of the national tourism knowledge base, and so authors are expected to be acquainted with the earlier professional literature regarding the given topic, published in the earlier issues of the periodical. To do so the comprehensive search engine under the keywords "Research/Our Journals (Kutatás/Folyóirataink)" on the Budapest Corvinus University website helps, where the content of all the previous issues of the Tourism Bulletin is available. In addition, the earlier issues can also be downloaded on the website of the Corvinus Mobility and Tourism Centre, and the website of the Hungarian Tourism Agency.

The online search and download links:

- <https://journals.lib.uni-corvinus.hu/index.php/turizmusbulletin>
- <https://www.uni-corvinus.hu/fooldal/kutatas/intezeti-kutatokozpontok/mobilitas-es-turizmus-tovabbkepzesi-modszertani-es-kutatokozpont/turizmus-bulletin/>
- <https://igyutazunk.hu/cikkek/turizmus-bulletin>



TURIZMUS BULLETIN

A MAGYAR TURISZTIKAI ÜGYNÖKSÉG
SZAKMAI ÉS TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA