TRENDEKBŐL LEHETŐSÉG – ZEMPLÉN TURIZMUSÁNAK LEHETSÉGES VÁLASZAI A VÁLTOZÓ TURISZTIKAI KÖRNYEZETRE

DR. NAGY KATALIN PHD[1]
egyetemi adjunktus
Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet
https://doi.org/10.33031/ZRFS.2026.4.9

A tanulmány azt vizsgálja, hogy a turizmust meghatározó megatrendek és makrotrendek milyen fejlődési lehetőségeket kínálnak Zemplén számára, és ezekre milyen, a térség saját erőforrásaira építő turisztikai kínálati válaszok adhatók. Az elemzés az élményorientáció, az autentikusság és lokalitás, a slow turizmus, a természetközeli és aktív turizmus, a well-being, a bor- és gasztroturizmus, valamint a fenntarthatóság, reziliencia és digitalizáció szempontjából vizsgálja a térség alkalmazkodási lehetőségeit. Az eredmények szerint Zemplén legfontosabb lehetősége nem új attrakciók létrehozásában, hanem meglévő értékeinek integrációjában és komplex élménnyé szervezésében rejlik. A tanulmány ennek értelmezésére a „Lassú Zemplén-élmény" és a „Komplex Zemplén-élmény" koncepcióját fogalmazza meg.
Kulcsszavak: turisztikai trendek; trendadaptáció; Zemplén; desztinációfejlesztés; turisztikai élmény; fenntarthatóság
JEL: L83; O18; R11; Z32

1. BEVEZETÉS

A turizmus környezete az elmúlt évtizedekben olyan mértékben és olyan gyorsasággal változott, amely a turizmus valamennyi szereplőjét folyamatos alkalmazkodásra készteti. A demográfiai és társadalmi változások, a technológiai fejlődés, a digitalizáció és a mesterséges intelligencia térnyerése, a környezeti és éghajlati kihívások, valamint az utazók életmódjának és értékrendjének átalakulása egyaránt hatással van arra, hogy az emberek miért, hogyan, hová és milyen módon utaznak. A turizmus keresleti és kínálati oldalán egyaránt olyan új mintázatok rajzolódnak ki, amelyek hosszabb távon a desztinációk működését és versenyképességét is befolyá-

[1] email: katalin.nagy@uni-miskolc.hu; ORCID 0000-0002-0449-4111; https://iises.academia.edu/KatalinNagy; https://m2.mtmt.hu/frontend/#view/Publication/SmartQuery/1127/

solhatják. A turizmust érintő változások értelmezésében fontos szerepet töltenek be a megatrendek és az ezekből kibontakozó makrotrendek. A megatrendek hosszú távú, széles körű társadalmi, gazdasági, technológiai vagy környezeti folyamatok, amelyek a turizmusban többek között a kereslet, az utazói magatartás, a turisztikai kínálat és a desztinációk működésének változásában jelennek meg. A trendek azonban önmagukban nem jelentenek automatikus fejlődési lehetőséget: turisztikai előnnyé akkor válhatnak, ha az adott térség saját erőforrásaihoz és karakteréhez hitelesen kapcsolhatók. A turisztikai alkalmazkodás ezért nem egyszerűen a globális trendek követését, hanem azok helyi értékekre és erőforrásokra épülő értelmezését jelenti.

Ez a kérdés különösen érdekes Zemplén esetében. A térség turisztikai karakterét a Zempléni-hegység természeti és aktív turisztikai adottságai, a folyók és vízparti területek, a gazdag történelmi és kulturális örökség, a várak és kastélyok, a kisebb települések sajátos karaktere, valamint Tokaj-Hegyalja nemzetközileg is jelentős bor- és kulturális öröksége együttesen határozza meg. Mindezekhez aktív turisztikai, gasztronómiai, falusi, termál- és rendezvénykínálat is kapcsolódik. Zemplén ugyanakkor nem homogén turisztikai tér: az egyes települések és mikrotérségek eltérő erőforrásokkal, turisztikai hagyományokkal és fejlettségi szinttel rendelkeznek. A sokszínűség ezért egyszerre jelent erőforrást és kihívást: lehetőséget teremt komplex turisztikai élmények kialakítására, ugyanakkor szükségessé teszi az egyes kínálati elemek térségi szintű összekapcsolását.

A tanulmány alapvető feltevése szerint Zemplén jövőbeli turisztikai fejlődésében nem feltétlenül az új attrakciók számának folyamatos növelése jelenti a legfontosabb lehetőséget. Legalább ilyen jelentős lehet a már meglévő természeti, kulturális, történelmi, borászati, gasztronómiai és közösségi erőforrásoknak a változó turisztikai trendekhez igazodó újraértelmezése, integrációja és élményalapú összekapcsolása. A kérdés ezért nem pusztán az, hogy milyen trendek formálják a turizmus jövőjét, hanem az is, hogy ezek közül melyekhez rendelkezik Zemplén olyan sajátos erőforrásokkal, amelyekre hiteles, versenyképes és fenntartható turisztikai kínálat építhető. E szempontból különösen érdekes Tokaj-Hegyalja és Zemplén kapcsolatának vizsgálata. A Tokaji borvidék borászati és kulturális öröksége olyan nemzetközi ismertséget és márkaértéket képvisel, amely a térség egyik meghatározó turisztikai vonzereje. Ugyanakkor a borvidéki élmény önmagában is túlmutat a borfogyasztáson: a szőlőtermeléshez kapcsolódó táj, a történelmi pincék, a települések, a gasztronómia és a helyi kulturális örökség együttesen olyan komplex élményvilágot alkotnak, amely szervesen összekapcsolható Zemplén természeti, kulturális és aktív turisztikai kínálatával.

A tanulmány célja annak vizsgálata, hogy a turizmust meghatározó megatrendek és makrotrendek közül melyek kínálnak releváns alkalmazkodási és fejlődési lehetőségeket Zemplén számára, valamint, hogy ezekre a térség meglévő erőforrásaira és turisztikai kínálatára építve milyen válaszok alakíthatók ki. A vizsgálat különös figyelmet fordít az élményorientáció, az autentikusság és lokalitás, a slow turizmus, a természetközeli és aktív turizmus, a well-being, a bor- és gasztronómiai turizmus, a fenntarthatóság és reziliencia, valamint a digitalizáció és a személyre szabás összefüggéseire.

A tanulmány fő kutatási kérdése ezért a következőképpen fogalmazható meg:

Mely turisztikai megatrendek és makrotrendek kínálnak Zemplén számára releváns fejlődési lehetőségeket, és ezekre milyen, a térség sajátos erőforrásaira építő turisztikai kínálati válaszok adhatók?

A kérdés megválaszolása során a tanulmány először áttekinti a megatrendek, makrotrendek és turisztikai alkalmazkodás elméleti összefüggéseit, majd bemutatja Zemplén turisztikai erőforrásainak és kínálatának főbb sajátosságait. Ezt követően a meghatározó trendek és a térség adottságainak illeszkedését vizsgálja, különös tekintettel azokra a kapcsolódási pontokra, amelyek új vagy továbbfejleszthető turisztikai termékek és élmények alapjául szolgálhatnak. A tanulmány végül arra keresi a választ, hogy a térség sokféle kínálati eleme miként kapcsolható össze egy integráltabb, élményalapú és fenntartható Zemplén-élménnyé.

2. MEGATRENDEK, MAKROTRENDEK ÉS TURISZTIKAI ALKALMAZKODÁS

2.1. A megatrendek és makrotrendek értelmezése

A turizmus jövőjének vizsgálata nem választható el attól a szélesebb társadalmi, gazdasági, technológiai és természeti környezettől, amelyben a turizmus működik. A turisztikai kereslet és kínálat változásai ritkán kizárólag a turizmuson belül keletkező folyamatok eredményei; sokkal inkább olyan hosszabb távú változások következményei, amelyek a társadalom életmódját, értékrendjét, fogyasztási szokásait, mobilitását, technológiahasználatát és környezeti tudatosságát egyaránt alakítják.

E folyamatok értelmezésére a szakirodalomban és a stratégiai tervezésben egyaránt elterjedt a megatrend fogalma. Megatrend alatt olyan hosszú távú, széles körben érvényesülő és több területet egyidejűleg érintő változási folyamatot értünk, amelynek hatásai nem egyetlen gazdasági ágazatra vagy társadalmi csoportra korlátozódnak. A megatrendek ezért nem rövid távú divatjelenségek: időbeli lefutásuk hosszú, hatásuk több szinten jelentkezik, és következményeik gyakran egymással is összekapcsolódnak. A turizmus szempontjából jelentőségük abban áll, hogy a társadalom és a gazdaság működésének változásain keresztül alakítják a turisztikai keresletet és kínálatot. A demográfiai átalakulás például módosítja az utazók összetételét és élethelyzetét, a digitalizáció átalakítja az információkeresést és a foglalást, a klímaváltozás pedig a desztinációk vonzerejét és szezonális működését is befolyásolhatja.

A makrotrendek a megatrendek turisztikai és piaci szinten érzékelhető következményeiként értelmezhetők. Míg a megatrendek a társadalmi-gazdasági környezet mélyebb és hosszabb távú átalakulását írják le, addig a makrotrendek közelebb állnak a fogyasztói magatartás, a turisztikai piac és a kínálat változásaihoz. Ilyen makrotrend az élményorientáció erősödése, az autentikusság és lokalitás felértékelődése, a slow turizmus terjedése, a természetközeli és aktív turizmus iránti érdeklődés növekedése, a well-being előtérbe kerülése, a bor- és gasztronómiai turizmus élményközpontú fejlődése, valamint a digitalizáció és a személyre szabás térnyerése.

A turizmus szempontjából különösen fontos, hogy a trendek nem egymástól függetlenül működnek. Az élményorientáció összekapcsolódhat az autentikussággal, a

slow turizmussal és a helyi kultúra iránti érdeklődéssel, a természetközeliség az aktív turizmussal, a well-beinggel és a fenntarthatósággal, míg a digitalizáció valamennyi más trendet támogathatja. Egy desztináció ezért ritkán egyetlen trendhez alkalmazkodik; sokkal inkább olyan trendkombinációkra reagál, amelyekhez meglévő erőforrásai különböző mértékben kapcsolhatók. E megközelítésben a trend önmagában nem turisztikai fejlesztési cél, hanem a kereslet, az utazói magatartás vagy a turisztikai környezet változásának jelzése. A valódi kérdés az, hogy az adott térség rendelkezik-e olyan erőforrásokkal, kompetenciákkal és együttműködési lehetőségekkel, amelyek segítségével a trendből helyi érték és turisztikai kínálat teremthető. A turizmus jövőjét meghatározó változások ezért három szinten értelmezhetők: **globális változások → turisztikai trendek → helyi alkalmazkodás**.

A tanulmány további részében ezért a megatrendeket nem önmagukban, hanem turisztikai következményeiken és térségi alkalmazhatóságukon keresztül vizsgáljuk. Ez teremti meg annak lehetőségét, hogy a globális turisztikai változások és Zemplén sajátos természeti, kulturális, történelmi, borászati és gasztronómiai erőforrásai között kapcsolatot teremtsünk.

2.2. A globális trendek turizmusra gyakorolt hatása

A turizmus fejlődését egyre inkább olyan, egymással összekapcsolódó társadalmi, gazdasági, technológiai és környezeti folyamatok alakítják, amelyek hatása túlmutat az ágazat közvetlen környezetén. A trendek ezért nem egyszerűen új fogyasztói divatokként, hanem a kereslet, a kínálat és a desztinációk működési feltételeit hosszabb távon átalakító folyamatokként értelmezhetők (OECD, 2024[1]; European Commission, 2025[2]).

A **demográfiai és társadalmi változások** mindenekelőtt az utazók összetételét, életmódját és motivációit alakítják. Az elöregedő társadalmak, a háztartásszerkezet változása, a többgenerációs utazások, valamint az egészséges és aktív életmód iránti növekvő érdeklődés differenciáltabb turisztikai igényeket eredményeznek. A kínálat számára ez egyre inkább a különböző korosztályok és élethelyzetek igényeit rugalmasan kezelő termékek kialakítását teszi szükségessé (OECD, 2024).

A **technológiai fejlődés és a digitalizáció** az utazás teljes folyamatát átalakítja. A turista az inspirációtól az információkeresésen és foglaláson keresztül egészen az utazás alatti tájékozódásig és az élmények megosztásáig digitális környezetben mozog. A mesterséges intelligencia ezt a folyamatot tovább gyorsítja: az ajánlórendszerek, a személyre szabott tartalmak, az automatizált ügyfélszolgálat és az AI-alapú útvonaltervezés új lehetőségeket teremtenek mind a turisták, mind a desztinációk számára (OECD, 2024). A digitalizáció ugyanakkor nem önálló cél, hanem a turisztikai élmény és a desztinációs működés támogatásának eszköze.

A **környezeti és éghajlati változások** ezzel párhuzamosan egyre közvetlenebbül befolyásolják a turizmus működési feltételeit. Az éghajlatváltozás hatással lehet a turisztikai szezonok hosszára, a természeti erőforrásokra, a desztinációk komfortjára és egyes turisztikai termékek életképességére. A turizmusnak ezért egyszerre kell alkalmazkodnia a klímaváltozás következményeihez és csökkentenie saját környezeti terhelését. Az Európai Unió turizmust érintő átmeneti folyamataiban ennek megfe-

lelően kiemelt szerepet kap a zöld átállás, a reziliencia és a fenntarthatóbb működés (European Commission, 2025).

A **fogyasztói értékrend változása** szintén meghatározó. A turisztikai keresletben egyre nagyobb figyelmet kapnak az autentikus, helyi és személyes élmények, a természetközeli programok, az egészséges életmódhoz kapcsolódó utazások, valamint a kevésbé zsúfolt és egyedibb úti célok. Az európai utazók érdeklődése ezzel párhuzamosan egyre differenciáltabbá válik, és a hagyományos tömegturisztikai desztinációk mellett növekszik a kevésbé ismert helyek és alternatív élmények jelentősége (ETC, 2025[3]).

A változások eredményeként több, egymással összefüggő tendencia erősödik meg. A trendek turizmusra gyakorolt hatása ezért komplex alkalmazkodási folyamatként értelmezhető: a társadalmi és technológiai változások módosítják a turisták elvárásait, ezekre a turisztikai szolgáltatók és desztinációk új termékekkel, szolgáltatásokkal és élménykombinációkkal reagálnak, miközben a környezeti és gazdasági feltételek kijelölik az alkalmazkodás korlátait és lehetőségeit.

Ebből következik, hogy a trendek vizsgálatának egyik legfontosabb kérdése nem maga a trend azonosítása, hanem annak helyi adaptációja. Egy globális folyamat akkor válhat egy térség számára valódi turisztikai lehetőséggé, ha a desztináció saját értékeire és erőforrásaira építve képes azt helyi kínálattá és megkülönböztethető élménnyé alakítani.

2.3. A változó turisztikai kereslet és az új utazói igények

Az egyik meghatározó változás az **élményorientáció erősödése**. A turista számára a desztináció értékét egyre kevésbé kizárólag a meglátogatott attrakciók száma vagy minősége határozza meg, hanem az utazás során megélt tapasztalatok összessége. Pine és Gilmore (1999) élménygazdaság-koncepciója alapján az élmény önálló fogyasztói értékké vált. Az élményorientált turista ezért egyre inkább aktív résztvevője, nem pedig passzív fogyasztója a turisztikai folyamatnak. Ezzel szorosan összefügg az **autentikusság és a lokalitás felértékelődése**. A turisták egy része olyan élményeket keres, amelyek megkülönböztethetők a mindennapi fogyasztási környezettől, és lehetőséget teremtenek a helyi kultúra, életmód, gasztronómia vagy természeti környezet közvetlen megtapasztalására. Az autentikusság értelmezése ugyanakkor összetett: a turista számára nem feltétlenül a változatlan, „eredeti" állapot jelenti az autentikusságot, hanem az is, hogy az élményt hitelesnek, helyhez kötöttnek és személyesen jelentősnek érzékeli (Cohen, 1988[4]; Wang, 1999[5]). A változó kereslet egyik következménye a **lassabb, elmélyültebb utazási formák iránti érdeklődés erősödése**. A slow turizmus olyan utazási szemléletet képvisel, amelyben a hely mélyebb megismerése, a táj megtapasztalása, a helyi kultúrával való kapcsolódás és az utazás tempójának tudatos lassítása kerül előtérbe. A slow turizmus szakirodalma ezt a helyi kötődéssel, autentikussággal, tudatossággal és a magasabb minőségű élmény keresésével kapcsolja össze (Oh, Assaf & Baloglu, 2016[6]; Dickinson & Lumsdon, 2010[7]). Az utazói igények másik fontos iránya a **természethez és az egészséges életmódhoz való kapcsolódás**. A természetközeli, szabadtéri és aktív programok, a testi és mentális jóllétet támogató utazások jelentősége egyaránt növekszik. A wellness-

és well-being-turizmus fejlődése ennek megfelelően egyre kevésbé korlátozódik a hagyományos fürdő- és spa-szolgáltatásokra: a természet, a mozgás, a pihenés, az egészséges táplálkozás és a mentális feltöltődés egyaránt az utazási élmény részévé válhat (Global Wellness Institute, 2024[8]). A kereslet változásában egyre fontosabb szerepet kap a **személyre szabás** is. A turista saját érdeklődése, élethelyzete, időkerete és költségvetése alapján kívánja megszűrni a rendelkezésére álló információkat. Az algoritmikus ajánlórendszerek és a mesterséges intelligencia fejlődése új lehetőségeket teremt az egyéni igényekhez igazított ajánlatok, útvonalak és programok kialakítására (OECD, 2024). A digitális környezet ugyanakkor nem szüntette meg a bizalom jelentőségét: az online értékelések, felhasználói vélemények és az elektronikus szájreklám (eWOM) továbbra is fontos információforrást jelentenek. A digitális utazói döntés ezért egyszerre vált személyesebbé és közösségibbé.
A változó keresletben ugyanakkor nem minden turista ugyanúgy reagál a trendekre. A turisztikai fogyasztás egyre inkább szegmentált és mozaikos: ugyanaz az utazó különböző utazásai során eltérő motivációkat követhet, és egyetlen utazáson belül is többféle élményt kereshet. Ezért a korábban elkülönített turisztikai motivációk és terméktípusok közötti határok elmosódnak. A kulturális turista egyben gasztroturista lehet, a természetjáró well-being-élményt kereshet, a borturista pedig kulturális és tájélményt fogyaszthat. A jövő turisztikai kínálatának így egyre inkább olyan élményeket kell létrehoznia, amelyek több kapcsolódó igényt képesek integrálni. Mindezek új feladatot jelentenek a desztinációk számára: a turista egyre kevésbé egyetlen attrakciót vagy szolgáltatást választ, hanem komplex utazási élményt keres.

2.4. A turisztikai kínálat alkalmazkodása a trendekhez

A turisztikai kereslet változásai szükségszerűen hatással vannak a kínálat fejlődésére is. Az alkalmazkodás azonban nem egyszerűen új szolgáltatások létrehozását jelenti, hanem magában foglalhatja a meglévő erőforrások újraértelmezését, a szolgáltatások kombinálását, az élményteremtés új formáit, valamint a különböző szereplők és kínálati elemek együttműködését is (Cooper & Hall, 2008; Page, 2019[9]).
A kínálati alkalmazkodás egyik meghatározó iránya az **élményalapú termékfejlesztés**. A turista számára az egyes szolgáltatások – a szállás, a közlekedés, az étkezés, az attrakció vagy egy program – önmagukban ritkán jelentenek teljes turisztikai élményt. A versenyképes kínálat ezért egyre inkább arra törekszik, hogy ezeket az elemeket koherens, emlékezetes és a célcsoport igényeihez illeszkedő élménnyé szervezze (Pine & Gilmore, 1999[10]; Oh, Fiore & Jeoung, 2007[11]). A turisztikai termék ennek megfelelően nem azonos egyetlen szolgáltatással vagy attrakcióval, hanem különböző kínálati elemek olyan kombinációja, amely a turista számára értéket teremt. A trendek hatására ennek az értékteremtésnek egyre fontosabb részévé válik az élmény, a személyes relevancia és a helyhez való kapcsolódás. A kínálati alkalmazkodás másik fontos iránya az **integráció**. A változó kereslet olyan turisztikai élményeket is létrehoz, amelyek nem illeszthetők egyetlen hagyományos termékkategóriába. A korábban elkülönült terméktípusok így egyre inkább komplex élményrendszerekké kapcsolódhatnak össze. Az integráció ugyanakkor nemcsak a termékek, hanem a turisztikai szereplők szintjén is szükségessé válik. Egy komplex desztinációs él-

mény kialakításában rendszerint több vállalkozás, önkormányzat, civil szervezet, kulturális intézmény és helyi közösség vesz részt. A desztináció versenyképessége ezért részben azon múlik, hogy ezek a szereplők képesek-e együttműködni, és saját szolgáltatásaikat a közös térségi értékteremtés részeként értelmezni (Baggio, Scott & Cooper, 2010). A trendekhez való alkalmazkodás fontos eleme továbbá a **differenciálás** és a **helyi identitás erősítése**. A globális turisztikai piacokon számos, egymáshoz hasonló szolgáltatás és termék jelenik meg, ezért önmagában egy újabb szálláshely, étterem vagy program létrehozása nem feltétlenül teremt tartós versenyelőnyt. A helyi természeti, kulturális és társadalmi sajátosságokra épülő kínálat ezzel szemben olyan megkülönböztető értéket képviselhet, amelyet más desztinációk nehezebben tudnak lemásolni. A helyhez kötöttség és az autentikusság ezért nemcsak keresleti elvárás, hanem a desztinációk differenciálásának egyik eszköze is. A **fenntarthatóság** szintén egyre inkább beépül a kínálatfejlesztés logikájába. A turizmus fenntarthatósága nem kizárólag a környezeti terhelés csökkentését jelenti, hanem a helyi gazdaság, a közösségek és a kulturális értékek hosszú távú megőrzését is. A desztinációk rezilienciájának erősítése ezért a turizmus hosszú távú versenyképességének is fontos feltétele (OECD, 2024). A **digitalizáció** e folyamatban elsősorban összekapcsoló és támogató szerepet tölthet be. A digitális technológiák lehetővé teszik a kínálat hatékonyabb bemutatását, az információk személyre szabását, a turisták preferenciáinak jobb megértését, valamint a különböző szolgáltatások összekapcsolását. A mesterséges intelligencia ezt tovább bővíti például az egyéni útvonaltervezés, az ajánlórendszerek és a személyre szabott kommunikáció révén (OECD, 2024).
A trendadaptáció feladata ennek a folyamatnak a tudatos alakítása: a desztináció meglévő erőforrásainak olyan új kombinációit és értelmezéseit kell megtalálni, amelyek a változó kereslet számára releváns élményt teremtenek.

2.5. A trendadaptáció térségi megközelítése

A turisztikai trendek desztinációs szintű értelmezése során azt is meg kell határozni, hogy az adott desztináció rendelkezik-e olyan erőforrásokkal, kompetenciákkal és együttműködési feltételekkel, amelyek lehetővé teszik a trend turisztikai kínálattá alakítását. A trend és a desztináció kapcsolatát ezért célszerű **illeszkedési folyamat**ként értelmezni. A tanulmány az egyes trendeket öt egymásra épülő szempont mentén vizsgálja: (1) **Trend** – milyen társadalmi, gazdasági, technológiai, környezeti változás áll a trend hátterében? (2) **Kereslet** – milyen változást eredményez a turisták motivációiban, elvárásaiban és fogyasztási magatartásában? (3) **Erőforrás** – milyen helyi természeti, kulturális, történelmi, társadalmi vagy gazdasági erőforrások kapcsolhatók a trendhez? (4) **Kínálati válasz** – milyen turisztikai termékek, szolgáltatások vagy élménykombinációk alakíthatók ki az erőforrásokra építve? (5) **Érték** – milyen desztinációs értéket teremthet a trendhez illeszkedő kínálat, és miként járulhat hozzá a térség versenyképességéhez, fenntarthatóságához és hosszú távú alkalmazkodóképességéhez? A megközelítés alapja tehát nem a trendek egyszerű „rávetítése” a térségre, hanem a trend és a helyi erőforrások közötti kapcsolat feltárása. A tanulmány ezt a megközelítést alkalmazza Zemplén esetében. A térség vizsgálata során azok a kapcsolódási pontok kerülnek a középpontba, amelyek a

meghatározó turisztikai trendek és Zemplén sajátos erőforrásai között kialakíthatók. A tanulmány elemzési kerete ennek megfelelően a következőképpen foglalható össze (1. ábra):



1. ábra: A trendadaptáció térségi modellje
Forrás: saját szerkesztés

E modell teremti meg az alapját a trendek és a térségi kínálat összevetésének, Zemplén turisztikai térségének és legfontosabb erőforrásainak bemutatásán keresztül.

3. ZEMPLÉN TURISZTIKAI TÉRSÉGE ÉS ERŐFORRÁSAI

3.1. Zemplén, mint turisztikai térség

Zemplén turisztikai értelmezése sajátos területi helyzetéből adódik. A térség egyszerre kapcsolódik a Zempléni-hegység természeti és aktív turisztikai kínálatához, Tokaj-Hegyalja történelmi borvidékéhez, valamint a Bodrog és a Bodrogzug vízi és ökoturisztikai lehetőségeihez. E sokféleség következtében Zemplén nem egyetlen turisztikai termék köré szerveződő, homogén desztinációként, hanem egymással összefüggő vonzerők és kínálati elemek rendszerében értelmezhető. A területi lehatárolás szempontjából fontos különbséget tenni a földrajzi és a turisztikai térségfogalom között.

A hivatalos turisztikai rendszerben a térség jelenleg a **Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség** része, amely eltérő karakterű altérségeket foglal magában. A Tokajhoz

kapcsolódó térségben elsősorban a bor- és kulturális turizmus, Zemplénben pedig az aktív turizmus, a várak és a természeti értékek meghatározóak (MTÜ, 2021[12]). A tanulmány szempontjából ugyanakkor indokolt Zemplént önálló, funkcionális turisztikai térként értelmezni. A Zempléni-hegység, Tokaj-Hegyalja, a Bodrog térsége és a történelmi városok olyan kapcsolódási lehetőségeket kínálnak, amelyek a látogató számára együttes élménytérként jelenhetnek meg. Ezt a térségi szemléletet a Tokaj-Zemplén térség fejlesztésével foglalkozó szakmai munkák is tükrözik (Dankó & Remenyik, 2026[13]). Zemplén turisztikai karakterének legfontosabb sajátossága ezért az **erőforrások sokfélesége és kombinálhatósága**.



2. ábra: Zemplén turisztikai érték- és élményrendszere
Forrás: saját szerkesztés (hangulatképekkel)

A továbbiakban ezért nem Zemplén valamennyi turisztikai értékének leltárszerű bemutatása a cél, hanem annak feltárása, hogy a legfontosabb erőforráscsoportok milyen lehetőségeket kínálnak a trendekhez való alkalmazkodásra.

3.2. A térség természeti erőforrásai

Zemplén turisztikai vonzerejének egyik fontos alapját a változatos természeti környezet jelenti. A Zempléni-hegység erdős hegyvidéki tájai, változatos felszínformái, völgyei és vízfolyásai, a Bodrog, a Tisza és a hozzájuk kapcsolódó ártéri területek együttesen sokféle természetalapú turisztikai tevékenység számára biztosítanak hát-

teret. A térség természeti értékei között egyaránt megtalálhatók a hegyvidéki tájak, a geológiai képződmények, az erdők, a folyóvölgyek és a vízhez kapcsolódó élőhelyek. A hegyvidéki környezet elsősorban a természetjárás, a kerékpározás és az aktív turizmus számára kínál lehetőségeket, míg a Bodrog és a Bodrogzug a vízi, öko- és természetmegfigyelési élmények fontos alapja. A Megyer-hegyi tengerszem sajátos példája annak, hogy a természeti és az ember által alakított táj találkozása önálló turisztikai értéket teremthet. A termálvízkincs pedig a természetközeli és aktív kínálat mellett a rekreáció és regeneráció lehetőségét is erősíti.

A természeti erőforrások turisztikai jelentősége azonban nem kizárólag az egyes látványosságokban rejlik. A hegyvidéki táj, az erdők, a folyóvölgyek, a panorámák, a víz és a csend együttesen olyan élménykörnyezetet alkotnak, amely egyszerre kapcsolható a természetközeli és aktív turizmushoz, a slow turizmushoz és a well-beinghez. Ugyanaz a természeti környezet többféle turisztikai élmény alapjául szolgálhat: a túrázás, kerékpározás, vízitúra és természetmegfigyelés mellett a táj a pihenés és regeneráció élményét is kínálhatja.
A természeti erőforrások további értéke azok összekapcsolhatósága. A hegyvidéki túrák történelmi várakkal és településekkel, a Bodrog menti programok kulturális és gasztronómiai élményekkel, a termál- és rekreációs szolgáltatások pedig aktív vagy kulturális programokkal kombinálhatók. A természet így nem pusztán önálló turisztikai erőforrás, hanem a térségi élményrendszer egyik összekötő eleme.

3.3. Kulturális és történelmi örökség

Zemplén turisztikai erőforrásrendszerének másik meghatározó pillére a gazdag történelmi és kulturális örökség. A térségben várak és kastélyok, történelmi városok, egyházi és oktatási intézmények, irodalmi emlékhelyek, múzeumok, népi építészeti értékek és a borvidékhez kapcsolódó épített örökségi elemek egyaránt megtalálhatók. A várak közül a füzéri, regéci és boldogkői vár, valamint a sárospataki Rákóczi-vár különböző történelmi korszakokat és örökségi rétegeket jelenít meg. A történelmi személyiségekhez és szellemi örökséghez kapcsolódó helyszínek – többek között Sárospatak oktatási és kulturális hagyományai, Kazinczy Ferenc öröksége vagy Vizsoly művelődéstörténeti jelentősége – tovább gazdagítják a térség kulturális kínálatát. Különleges örökségi réteget alkot Tokaj-Hegyalja kultúrtája.

A Tokaji történelmi borvidék kultúrtáját az UNESCO 2002-ben világörökségi helyszínként ismerte el[14]. Értékét nem önmagában a bor, hanem a szőlőültetvények, a történelmi települések, a pincék, az épített környezet és a több évszázados szőlő- és borkultúra együttese adja. A kultúrtáj így jól példázza a természeti környezet és az emberi tevékenység hosszú távú kapcsolatából létrejövő komplex örökségi értéket.

A kulturális örökség turisztikai jelentősége túlmutat a hagyományos örökségturizmuson. A történetekkel, személyiségekkel, épületekkel és hagyományokkal rendelkező helyszínek az élményorientációhoz, az autentikusság kereséséhez és a slow turizmushoz is kapcsolhatók. Egy vár nem csupán megtekinthető műemlék, hanem

történetmesélés, tematikus program vagy részvételi élmény helyszíne lehet; a történelmi pincék és pincesorok pedig a borhoz, a gasztronómiához, a tájhoz és a helyi közösségekhez kapcsolódó élmény részeként értelmezhetők.



3. ábra: Zempléni kulturális hangulatok
Forrás: saját szerkesztés

A kulturális örökség így Zemplén esetében **összekötő erőforrásként** is működhet. Kapcsolódhat a természeti környezethez, a bor- és gasztronómiai turizmushoz, az aktív turizmushoz és a helyi közösségekhez. A turisztikai hasznosítás szempontjából ezért nem feltétlenül újabb attrakciók létrehozása a legfontosabb lehetőség, hanem a meglévő örökségi elemek történetbe rendezése és átélhető élménnyé alakítása.

3.4. Bor- és gasztronómiai erőforrások

Zemplén kínálatának egyik legmarkánsabb és nemzetközi szinten is jól pozícionálható eleme a Tokaj-Hegyaljához kapcsolódó bor- és gasztronómiai örökség. Jelentőségét nem pusztán a borok ismertsége adja, hanem az a kulturális táj, amelyben a szőlőművelés, a történelmi települések, a pincék, a gasztronómia és a hozzájuk kapcsolódó hagyományok egymással szorosan összekapcsolódnak. A borvidéki élmény ezért túlmutat a borkóstoláson. A pincelátogatás, a borászokkal való találkozás, a helyi ételek megismerése, a szőlőhegyi programok és a táj megtapasztalása együttesen teremthetnek autentikus és személyes élményt. A bor ebben az értelemben olyan **kapcsolóelem**, amely a kulturális, természeti és gasztronómiai kínálatot is képes összekötni (Getz & Brown, 2006[15]; Hall et al., 2000[16]).

A helyi gasztronómia hasonló szerepet tölthet be. A helyi alapanyagok, hagyományos ételek, kézműves termékek és étkezési szokások nem pusztán fogyasztási lehetősé-

get jelentenek, hanem a hely kulturális reprezentációi is lehetnek. A turista így nem egyszerűen bort vagy ételt fogyaszt, hanem a tájhoz, a helyi termelőkhöz és a térség életmódjához kapcsolódó élményt szerezhet. Ez különösen jól illeszkedik az autentikusság, a lokalitás és a részvételi élmények iránti kereslethez. A bor- és gasztronómiai erőforrások értéke ugyanakkor éppen az összekapcsolhatóságukban rejlik. Egy túra vagy kerékpáros program pincelátogatással, egy vár- vagy kastélylátogatás helyi gasztronómiával, a Bodrog menti kirándulás pedig bor- vagy gasztroélménnyel egészíthető ki. A Tokaji bor ilyen módon nem csupán önálló turisztikai termék, hanem **belépési pont lehet Zemplén komplex turisztikai világába**.

A trendadaptáció szempontjából tehát nem az a kérdés, hogy Zemplén rendelkezik-e jelentős bor- és gasztronómiai értékekkel, hanem az, hogy ezek miként kapcsolhatók össze más térségi erőforrásokkal, és hogyan alakíthatók helyi identitást, autentikusságot és egyedi desztinációs értéket hordozó élménnyé.

3.5. Aktív, rekreációs és egyéb turisztikai kínálat

Zemplén turisztikai kínálatának fontos eleme az aktív és rekreációs turizmus. A Zempléni-hegység túra- és kerékpáros útvonalai, a Bodrog és a Bodrogzug vízi lehetőségei, valamint a kaland- és élményturisztikai szolgáltatások jól illeszkednek a természetközeli, aktív és élményorientált turizmus trendjeihez. Az aktív kínálat a könnyebb természetjárástól és kerékpározástól a vízitúrákon át az intenzívebb kalandélményekig széles skálát foghat át. A sátoraljaújhelyi Zemplén Kalandpark az aktív és élményturizmus látványos eleme, míg a sárospataki termálkínálat a pihenést és regenerációt kereső vendégek számára jelent kiegészítő lehetőséget. A két irány nem egymást kizáró termékeket jelent: egy többnapos zempléni tartózkodásban az aktív programot természetesen egészítheti ki a fürdőzés vagy más regenerációs élmény. A kisebb települések falusi és közösségi turisztikai lehetőségei további személyes és helyhez kötött élményeket kínálhatnak. A helyi hagyományok, gazdálkodási formák, kézművesség, gasztronómia és közösségi értékek olyan kínálati elemek, amelyek az autentikusság és a helyi kapcsolódás iránti kereslethez is illeszkednek.

Az aktív, rekreációs és közösségi kínálat egyik legfontosabb sajátossága ezért a kombinálhatóság. A kerékpározás kulturális örökséggel és borászattal, a természetjárás helyi gasztronómiával, a vízitúra pedig kulturális vagy borvidéki élménnyel kapcsolható össze. A különböző elemekből így nem csupán egymást követő programok, hanem többnapos, többmotivációs élmények alakíthatók ki. Zemplén aktív és rekreációs kínálatának fejlesztési lehetősége ezért elsősorban nem újabb önálló attrakciók létrehozásában, hanem a meglévő programok és szolgáltatások **térségi összekapcsolásában** rejlik. Ez egyszerre növelheti a kínálat élményértékét, a tartózkodási időt és a térségben realizálódó turisztikai értéket.

3.6. Zemplén turisztikai kínálatának sajátosságai és kihasználatlan lehetőségei

A bemutatott erőforrások alapján Zemplén turisztikai kínálatának három meghatározó sajátossága rajzolódik ki: **erőforrásgazdagság, sokféle trendhez való illeszthetőség és jelentős integrációs potenciál**. A térségben egyszerre vannak jelen kiemelkedő, önmagukban is látogatókat vonzó attrakciók és kisebb léptékű, kevésbé ismert helyi értékek. A várak, Tokaj és a világörökségi borvidék fontos desztinációs márkaelemeket jelentenek, miközben számos kisebb természeti, kulturális, gasztronómiai és közösségi érték elsősorban más kínálati elemekhez kapcsolva válhat turisztikailag jelentőssé. A versenyképesség szempontjából ezért nemcsak az egyedi attrakciók minősége, hanem a különböző erőforrások és szolgáltatások rendszerszerű együttműködése is meghatározó (Baggio, Scott & Cooper, 2010[17]; Ritchie & Crouch, 2003). A térségben ugyanakkor a turisztikai kínálat térbeli széttagoltsága is megfigyelhető. Tokaj, Sárospatak és Sátoraljaújhely jól azonosítható turisztikai központok, miközben a kisebb települések számos, kevésbé látható értéket őriznek. A térségi turizmus egyik fontos lehetősége ezért a központok és a kisebb települések kínálatának összekapcsolása, valamint a turistaforgalom térbeli kiterjesztése.

Hasonló kettősség jelenik meg időben is. Egyes programok és termékek – különösen a szabadtéri, rendezvény- és borhoz kapcsolódó kínálat – szezonálisan koncentráltak, miközben a kulturális örökség, a bor és gasztronómia, a múzeumok, a rekreáció és a különböző aktív programok kombinációja lehetőséget adhat a szezonális ingadozások mérséklésére. A több motivációt egyszerre megszólító kínálat így a négyévszakos turizmus egyik eszköze is lehet. A legfontosabb kihasználatlan potenciál ezért nem

elsősorban új attrakciók hiányában, hanem a **meglévő erőforrások közötti kapcsolatok elégtelenségében** kereshető. Tematikus útvonalak, többnapos programok, térségi élménycsomagok, helyi termelőket és szolgáltatókat összekapcsoló kínálati rendszerek, valamint a települések közötti együttműködések egyaránt hozzájárulhatnak az integráció erősítéséhez. Ehhez azonban megfelelő elérhetőségre, szolgáltatási háttérre, információra, digitális jelenlétre, humán kapacitásokra és desztinációs együttműködésre is szükség van (Ritchie & Crouch, 2003[18]; Baggio, Scott & Cooper, 2010). Zemplén különleges lehetősége, hogy a térség tája, történelme, bora, gasztronómiája, kézművessége és helyi történetei olyan sajátos kombinációt alkotnak, amely megfelelő interpretációval és együttműködéssel nehezen másolható desztinációs értékké alakítható. A természetjárásból történetekkel kiegészített kulturális élmény, a borkóstolásból táj- és gasztronómiai élménnyel összekapcsolt program, a várakból pedig interaktív örökségi élmény válhat.

Mindezek alapján tehát az a legfontosabb következtetés fogalmazható meg, hogy **Zemplén nem egyetlen turisztikai termékben, hanem a különböző erőforrások és élmények rendszerében hordoz jelentős fejlődési potenciált**. A következő fejezet ezért már nem az erőforrásokat veszi számba, hanem azt vizsgálja, hogy a

korábban azonosított turisztikai trendekhez ezek közül melyek és milyen módon kapcsolhatók.

4. ZEMPLÉN VÁLASZAI A TURIZMUS MEGHATÁROZÓ TRENDJEIRE

4.1. A trendek és Zemplén kínálatának illeszkedése

A turizmus jövőjét meghatározó trendek nem azonos mértékben és nem azonos módon érintik az egyes desztinációkat. Egy térség alkalmazkodóképességét ezért nem önmagában az határozza meg, hogy képes-e követni a nemzetközi trendeket, hanem az is, hogy saját erőforrásaira építve milyen releváns és megkülönböztethető választ tud adni ezekre. A trendadaptáció ebben az értelemben nem másolást, hanem a globális folyamatok helyi értelmezését jelenti. Zemplén ebből a szempontból kedvező helyzetben van. A térség természeti, kulturális, történelmi, borászati és gasztronómiai erőforrásai több olyan trendhez is kapcsolhatók, amelyek a turisztikai kereslet hosszabb távú alakulását meghatározhatják. Különösen jelentős lehet az élményorientáció, az autentikusság és lokalitás, a slow turizmus, a természetközeli és aktív turizmus, a well-being, a bor- és gasztroturizmus, valamint a fenntarthatóság és a digitalizáció irányába történő alkalmazkodás. A trendek és a térségi kínálat kapcsolatának vizsgálatakor ugyanakkor fontos különbséget tenni a **potenciál és a tényleges kínálati válasz** között. Az, hogy egy trendhez található megfelelő erőforrás, még nem jelenti automatikusan azt, hogy abból versenyképes turisztikai termék jön létre. Ehhez szükség van az elemek összekapcsolására, megfelelő szolgáltatási háttérre, interpretációra, elérhetőségre, kommunikációra és együttműködésre is. A zempléni lehetőségek ezért az alábbi illeszkedési logika mentén értelmezhetők:

1. táblázat:

Trend – Zemplén illeszkedési mátrix

Turisztikai trend	Zempléni erőforrás	Lehetséges kínálati válasz	Potenciális élmény
Élményorientáció	várak, bor, természet, történetek	komplex, történetalapú élményprogramok	átélhető Zemplén
Autentikusság és lokalitás	falvak, hagyományok, helyi termelők, kézművesség	helyi szereplőkre épülő programok	„találkozás a hellyel”
Slow turizmus	táj, borvidék, falvak, Bodrog	tematikus gyalogos és kerékpáros útvonalak	elmélyült, lassú felfedezés
Természetközeliség és aktív turizmus	Zempléni-hegység, erdők, Bodrog	túra-, kerékpáros és vízitúra-rendszerek	mozgás és természetélmény
Well-being	termálvíz, természet, csend, aktív lehetőségek	regenerációs és természetalapú programok	testi-lelki feltöltődés
Bor- és gasztroturizmus	Tokaj-Hegyalja, pincék, helyi termékek	bor-, gasztro- és tájélmények integrációja	„a hely íze”
Fenntarthatóság	természet, helyi gazdaság, kulturális örökség	kis léptékű, helyi értékekre épülő turizmus	felelős utazás
Digitalizáció és személyre szabás	sokféle, szétszórt kínálati elem	digitális útvonalak, személyre szabott ajánlások	könnyen felfedezhető Zemplén

Forrás: saját szerkesztés

A mátrix nem a trendek és kínálati elemek mechanikus megfeleltetését jelenti, hanem azt mutatja meg, hogy a térség meglévő erőforrásai milyen irányokban alakíthatók tovább a változó kereslethez igazodó élményekké. Ugyanaz az erőforrás több trendhez is kapcsolódhat: a Zempléni-hegység például egyszerre lehet az aktív, a slow, a természetközeli és a well-being-turizmus alapja, míg a tokaj-hegyaljai borvidék a borturizmus mellett az autentikusság, a gasztronómia, a kulturális örökség és a lassú turizmus szempontjából is értelmezhető.

A legfontosabb tanulság ezért az, hogy Zemplén számára a trendadaptáció kulcsa nem újabb önálló attrakciók létrehozása, hanem a meglévő erőforrások közötti kapcsolatok erősítése. A turista számára ugyanis nem az egyes erőforrások összessége, hanem az azokból létrejövő **koherens élményrendszer** válik értékké.

4.2. Élményorientáció, autentikusság, slow turizmus: Zemplén a „lassú élmények" tere



4. ábra: A lassú Zemplén-élmény komplex modellje
Forrás: saját szerkesztés a szakirodalom és Zemplén erőforrásainak elemzése alapján

A turista egyre kevésbé pusztán látnivalókat és szolgáltatásokat keres, hanem személyes jelentéssel bíró, bevonó és emlékezetes tapasztalatokat. Pine és Gilmore (1999) élménygazdaság-koncepciója alapján az élmény önálló fogyasztói értékké vált. Az autentikusság nem feltétlenül változatlan „eredetiséget" jelent: a turista számára az is hitelessé teheti az élményt, ha azt helyhez kötöttnek, személyesen jelentősnek és átélhetőnek érzékeli (Wang, 1999). A slow turizmus pedig éppen a hely mélyebb megismerését, a helyi kultúrával és közösségekkel való kapcsolódást, valamint az élmények elmélyítését hangsúlyozza (Dickinson & Lumsdon, 2010; Oh, Assaf & Baloglu, 2016).

Zemplénben a gyalogos és kerékpáros útvonalak, a borvidéki települések, a pincesorok és a Bodrog olyan elemek, amelyekből a lassabb, felfedező jellegű utazás feltételei megteremthetők. A **„lassú Zemplén" ezért nem önálló turisztikai termékként, hanem térségi szemléletként** értelmezhető: a természetjárás, a bor, a helyi gasztronómia, a kulturális örökség és a helyi közösségekkel való találkozás közös élményígéretté rendezhető. Ehhez elsősorban az értékek újrarendezésére, interpretációjára és a szereplők együttműködésére van szükség.

A trendadaptáció ebben az esetben nem új attrakciót, hanem **új nézőpontot** jelent. A meglévő értékekből olyan élmény alakítható ki, amely időt hagy a felfedezésre és a személyes kapcsolódásra, miközben a hosszabb tartózkodás és a több települést érintő utazás a térségi értékteremtést is támogathatja. Az élményorientáció, az autentikusság és a slow turizmus ezért Zemplénben egymást erősítő trendekként értelmezhetők. A természet, a történelem, a bor, a gasztronómia és a helyi közösségek együtt **közös helyélménnyé** szervezhetők.

4.3. Természet, aktivitás és well-being: Zemplén, mint regeneráló tér

A well-being a turizmusban már nem kizárólag klasszikus wellness-szolgáltatásokat jelent, hanem a természetben töltött időt, a mozgást, a mentális feltöltődést és a regenerációt is. Zemplén hegyvidéki tájai, erdei, vízpartjai és aktív lehetőségei ezért **regeneráló térként** is értelmezhetők. A természet és az aktivitás összekapcsolása nem feltétlenül jelent nagy intenzitású sportot. A gyaloglás, a könnyebb túrázás, a kerékpározás, a vízitúra és a természetmegfigyelés eltérő fizikai igényű célcsoportok számára is élményt kínálhat. A természetben töltött idő, a csend, a víz közelsége és a táj megtapasztalása önmagában is a regeneráció részévé válhat. Zemplén számára ezért olyan természetalapú well-being-kínálat alakítható ki, amely az aktivitást és a pihenést egyaránt magában foglalja. A lassú túrázás, a kerékpáros felfedezés, a Bodrogon tett vízitúra vagy akár a borvidéki séta egyszerre lehet aktív és regeneráló élmény. A lehetséges kínálat az eltérő intenzitású élmények rendszerére épülhet: **könnyű séta → aktív túra → soft adventure → vízi élmény → természetmegfigyelés → regeneráció.**
Ezek kulturális és gasztronómiai programokkal is kiegészíthetők. A well-being ebben az értelmezésben nem feltétlenül új infrastruktúrát igényel, hanem a meglévő

természeti és turisztikai erőforrások újraértelmezését, megfelelő szolgáltatási és kommunikációs háttérrel.

Zemplén egyik lehetséges jövőbeli pozíciója ezért nem egyszerűen az **„aktív Zemplén”**, hanem a **„regeneráló Zemplén”** lehet: olyan térség, ahol a természetben végzett aktivitás maga is a jóllét forrásává válik. Ez nem kívülről átvett modell, hanem a térség meglévő karakterének trendérzékeny újraértelmezése.

4.4. Bor, gasztronómia és helyi identitás: az ízeken keresztül megélt Zemplén

A bor és a gasztronómia turisztikai szerepe ma már túlmutat a fogyasztáson. A helyi ételek, italok és étkezési hagyományok a desztináció identitásának és az autentikus élménynek a hordozói lehetnek. A bor- és gasztroturizmus sajátossága, hogy a helyhez kötődő termékek nemcsak megkóstolhatók, hanem történeteket, tájélményt, kulturális jelentéseket és személyes találkozásokat is közvetíthetnek.

Zemplén esetében ennek különösen erős alapja a Tokaj-hegyaljai borvidék, amely nem egyszerűen mezőgazdasági termőterület, hanem történetileg kialakult kulturális táj. A Tokaji történelmi borvidék kultúrtáját 2002-ben vették fel az UNESCO világörökségi listájára[12]; értékét a szőlőültetvények, települések, pincék, tájhasználat és a több évszázados szőlészeti-borászati hagyomány együttese adja.
Turisztikai szempontból ennek fontos következménye, hogy a Tokaji bor nem választható el attól a tájtól és kultúrától, amelyben megszületik. A bor élménye így egyben **tájélmény, kulturális élmény és társas élmény** is lehet. A látogató nem pusztán bort kóstolhat, hanem megismerheti annak történetét, a termelőt, a készítés folyamatát és a borvidéki tájat.
A bor ebben az értelemben összekapcsoló elemként jelenhet meg:

2. táblázat:
A bor és gasztronómia élményteremtő szerepe

Kiinduló érték	Kapcsolódó élmény	Lehetséges komplex kínálat
Tokaji bor	táj és szőlőhegy	borvidéki tájélmény
Pincék	történetek, termelő	személyes pincelátogatás
Helyi ételek	bor	bor–gasztro élmény
Várak, kastélyok	bor, gasztronómia	kulturális–gasztro program
Kerékpár/túra	bor, helyi étel	aktív–gasztro útvonal
Helyi közösségek	termékek, történetek	közösségi élmény

Forrás: saját szerkesztés

A bor és a gasztronómia ebben az értelmezésben nem önálló „szigetet” alkot a turisztikai kínálaton belül, hanem kapcsolatot teremthet a természeti, kulturális, aktív és közösségi turizmus között. Stratégiai kérdés ugyanakkor a Tokaj-márka és a tágabb Zemplén-identitás viszonya. A Tokaji bor nemzetközileg ismert és erős márka, ezért nem annak helyettesítése, hanem **térségi továbbgondolása** lehet célszerű. A borvidé-

ki élmény természetesen kapcsolható a Zempléni-hegység természeti környezetéhez, a történelmi örökséghez, Sárospatak és Sátoraljaújhely kulturális értékeihez, a falvak hagyományaihoz, a helyi gasztronómiához és az aktív turizmushoz. Így a Tokaji bor egyben belépési pont is lehet Zemplén komplex turisztikai világába.
A cél tehát nem az, hogy minden zempléni turisztikai élmény borélménnyé váljon, hanem az, hogy ahol természetesen illeszkedik, ott a bor és a gasztronómia **kapcsolóelemként** jelenjen meg a különböző turisztikai élmények között. A bor, a gasztronómia és a helyi közösségek így a helyhez kötődő élmény és a desztinációs értékteremtés eszközeivé válhatnak.

4.5. Fenntarthatóság és reziliencia: Zemplén, mint alkalmazkodó desztináció

A fenntarthatóság és a reziliencia szorosan összekapcsolódik: előbbi a hosszú távú működést és az erőforrások megőrzését, utóbbi a sokkokhoz való alkalmazkodást és a megújulást helyezi előtérbe. A reziliencia szempontjából különösen fontos a kínálat diverzifikációja, a tér- és időbeli koncentráció mérséklése, valamint a helyi szereplők összehangolt részvétele (OECD, 2025[20]). Zemplén turisztikai értékeit adó természeti és kulturális erőforrások egyben sérülékenyek is. Az erdők, vizek, ártéri területek, történeti tájak és szőlőterületek megőrzése ezért a turizmus hosszú távú érdeke. A fenntarthatóság ebben az összefüggésben nem pusztán környezetvédelmi kérdés, hanem a turisztikai érték megőrzésének feltétele. A tér- és időbeli diverzifikáció egyszerre szolgálhatja a fenntarthatóságot és a rezilienciát. Kevésbé ismert helyszínek bekapcsolása, a többnapos és négyévszakos kínálat erősítése, a helyi gazdaságba visszaforgó turisztikai költés és az érzékeny természeti értékek terhelhetőséghez igazodó használata egyaránt hozzájárulhat a kiegyensúlyozottabb működéshez.

A fenntarthatóság ugyanakkor maga is az élmény részévé válhat. Érzékeny természeti területeken – például a Bodrogzugban – a kis léptékű, vezetett és interpretációra épülő programok támogathatják a látogatás és a természetvédelem összehangolását. A cél nem a minél nagyobb turistaforgalom, hanem a terület érzékenységéhez illeszkedő használat. A diverzifikált kínálat egyben növeli az alkalmazkodóképességet: a természeti, kulturális, örökségi, bor- és gasztronómiai, aktív, vízi és well-being-potenciál több lábon álló turisztikai rendszert alkothat. Ennek társadalmi feltétele a helyi szereplők érdekeltsége, hiszen a turizmus akkor teremt helyben értéket, ha a vendégköltés a termelőkhöz, vendéglátókhoz, szállásadókhoz, kézművesekhez és kulturális szereplőkhöz is eljut.

3. táblázat:
Fenntartható és reziliens Zemplén

Kihívás	Zempléni adottság	Lehetséges válasz	Eredmény
Szezonalitás	sokféle természeti és kulturális érték	négyévszakos kínálat	kiegyensúlyozottabb kereslet
Területi koncentráció	sok kisebb település és érték	tematikus útvonalak, hálózatok	térségi értékteremtés
Környezeti terhelés	érzékeny természeti területek	látogatómenedzsment, kis lépték	erőforrásvédelem

Klímaváltozás	borvidék, erdők, vizek	alkalmazkodó kínálat	nagyobb reziliencia
Helyi gazdasági sérülékenység	helyi termelők, szolgáltatók	helyi beszállítói kapcsolatok	helyben maradó érték
Külső sokkok	diverzifikált kínálat	több turisztikai termék összekapcsolása	alkalmazkodóképesség

Forrás: saját szerkesztés

A fenntarthatóság és a reziliencia együtt olyan alkalmazkodó desztinációs modellt rajzol ki, amelyben a **diverzifikáció, a tér- és időbeli kiegyensúlyozás, az erőforrásvédelem, a helyi értékteremtés és az együttműködés** egymást erősíti. A siker mércéje ezért nem kizárólag a turisták száma, hanem az élmény minősége, a helyben maradó érték, a környezeti terhelés és a változásokhoz való alkalmazkodóképesség is.

4.6. Digitalizáció és személyre szabás: a digitális Zemplén

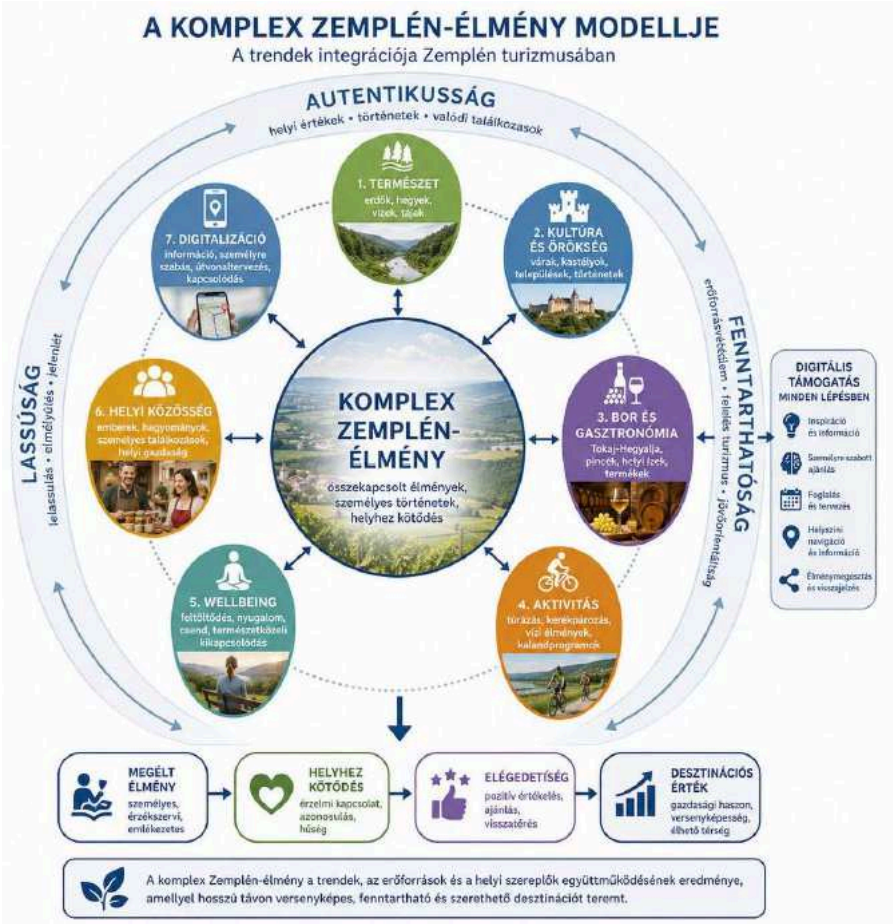
A digitalizáció a turista teljes utazási folyamatát érinti: az inspirációtól és információkereséstől a tervezésen és foglaláson át a helyszíni tájékozódásig, az élménymegosztásig és a következő utazás iránti érdeklődésig. Zemplén esetében ennek különösen fontos szerepe lehet, mert a térség turisztikai értékei különböző településeken és tematikus rendszerekben jelennek meg. A digitalizáció egyik legfontosabb feladata ezért nem egyszerűen a marketing, hanem **a térségi kínálat kapcsolatteremtése** lehet. A várak, borászatok, túra- és kerékpáros útvonalak, vízi lehetőségek, múzeumok, helyi termelők és gasztronómiai szolgáltatók egy integrált digitális rendszerben a turista idejéhez, érdeklődéséhez, mobilitásához és aktivitási igényéhez igazíthatók.

A digitális turista útja az inspirációtól az információkeresésen és tervezésen át a foglalásig, helyszíni navigációig, élményig és megosztásig tart. Digitális tartalmak, útvonaltervezők, ajánlórendszerek, QR-kódok és audioguide-ok támogathatják a felfedezést, miközben az AI-alapú ajánlórendszerek az egyéni időkeret, érdeklődés, közlekedési mód, csoportösszetétel és aktivitási szint alapján alakíthatják az ajánlatokat. A digitalizáció így a meglévő attrakciókat kapcsolhatja **digitális ökoszisztémába**: **látnivaló + útvonal + szállás + gasztronómia + borászat + helyi program + közlekedés + foglalás.**

A digitális technológia a fenntarthatóságot is támogathatja: alternatív programok ajánlásával mérsékelheti a túlterhelt helyszínek koncentrációját, és segítheti a látogatók tér- és időbeli eloszlását. Ugyanakkor a technológia feladata nem a fizikai élmény helyettesítése, hanem annak támogatása. A „lassú Zemplén-élmény" szempontjából akkor értékes, ha a látogatót éppen a helyhez való mélyebb kapcsolódásban segíti. Zemplén digitális jövője ezért egy olyan integrált desztinációs rendszer lehet, amely

a meglévő kínálatot **összekapcsolja, elérhetővé teszi és a látogató igényei szerint rendezi élménnyé**.

4.7. A trendek integrációja: a komplex Zemplén-élmény



5. ábra: A komplex Zemplén-élmény modellje
Forrás: saját szerkesztés

Az előző alfejezetek alapján látható, hogy Zemplén számos, egymástól látszólag eltérő trendhez rendelkezik megfelelő erőforrásokkal. A természetközeli és aktív turizmus a hegyvidéki tájra, az erdőkre, a vízi lehetőségekre és a túrázásra építhet; a well-being ezekhez a regeneráció és feltöltődés dimenzióját kapcsolhatja. A bor- és gasztroturizmus a Tokaji borvidék kulturális tájához és a helyi termékekhez kötődhet, míg az örökségturizmus a várak, kastélyok, történelmi települések és szellemi örökség révén teremthet élményt.

Ezek az elemek azonban nem egymástól független fejlesztési irányok. A **természeti érték + kulturális örökség + bor és gasztronómia + aktivitás + well-being + helyi közösség + digitális támogatás** együtt komplex, személyes és autentikus élménnyé szervezhető: **természeti érték + kulturális örökség + bor és gasztronómia + aktivitás + well-being + helyi közösség + digitális támogatás → komplex, személyes és autentikus élmény → desztinációs érték.**

A versenyelőny ezért nem feltétlenül egyetlen attrakcióban vagy trendben, hanem **az erőforrások kombinációjában** rejlik. Egy vár, egy túra, egy pincelátogatás vagy egy helyi étel önmagában is értéket képvisel, de összekapcsolva koherens utazási történetté válhat. Egy zempléni élménylánc például erdei túrát, történelmi várat, helyi étkezést, borvidéki sétát és pincelátogatást kapcsolhat össze.

A komplex élményteremtéshez helyi értékteremtés is kapcsolódik: a borász, vendéglátó, szállásadó, termelő, túravezető, kulturális intézmény és helyi közösség egyaránt hozzájárulhat a közös élményhez. A komplexitás ezért nem pusztán termékfejlesztési, hanem **együttműködési kérdés** is.

A tanulmányban feltárt összefüggések alapján saját értelmezési modellként fogalmazható meg a **komplex Zemplén-élmény modellje**, amely az erőforrások, a turisztikai trendek és a helyi szereplők együttműködésének integrációját helyezi a középpontba. A modell magja a komplex Zemplén-élmény, amelyet három átfogó elv kapcsol össze: **autentikusság – lassúság – fenntarthatóság**. A folyamat eredménye: **komplex élmény → helyhez kötődés → elégedettség → desztinációs érték.**
A modell legfontosabb tanulsága, hogy Zemplén versenyelőnye **a kapcsolódásokban** rejlik. A térségnek nem szükséges minden trendhez önálló terméket rendelnie; saját erőforrásait új kombinációkba rendezve képes válaszolni a változó keresletre. Ezért a zempléni turizmus fejlesztésének egyik lehetséges alapelve a következőképpen fogalmazható meg:

Nem újabb és újabb attrakciók létrehozása, hanem a meglévő értékek intelligens összekapcsolása teremthet új turisztikai értéket. Zemplén turisztikai alkalmazkodása ebben az értelemben nem utánzás, hanem **helyi innováció**: a térség saját erőforrásainak és identitásának újrarendezése a változó turisztikai környezetben.

5. ÖSSZEGZÉS ÉS FEJLESZTÉSI IRÁNYOK

5.1. A vizsgálat legfontosabb megállapításai

A tanulmány azt vizsgálta, hogy a turizmust meghatározó megatrendek és makrotrendek közül melyek kínálnak Zemplén számára releváns fejlődési lehetőségeket, és ezekre milyen, a térség saját erőforrásaira építő turisztikai kínálati válaszok alakíthatók ki. Az elemzés alapján Zemplén több meghatározó turisztikai trendhez is kedvezően illeszkedik. A térség természeti, kulturális és történelmi öröksége, bor-

és gasztronómiai értékei, valamint aktív és rekreációs kínálata egyaránt alkalmas az élményorientáció, az autentikusság és lokalitás, a slow tourism, a természetközeli és aktív turizmus, a well-being, a bor- és gasztroturizmus, továbbá a fenntarthatóság és a digitalizáció irányába történő alkalmazkodásra.

A vizsgálat legfontosabb következtetése ugyanakkor az, hogy **Zemplén turisztikai lehetősége nem elsősorban az erőforrások hiányán vagy új attrakciók létrehozásán múlik, hanem a meglévő értékek összekapcsolásán és élménnyé szervezésén**. A térség különböző adottságai egymást erősítő rendszerként értelmezhetők.

A trendadaptáció ezért három egymásra épülő szinten ragadható meg: **erőforrás → élmény → desztináció.** Az erőforrás önmagában még nem jelent turisztikai értéket. Ahhoz, hogy a változó kereslethez kapcsolható legyen, megfelelő kínálati válaszra, interpretációra, együttműködésre és digitális támogatásra van szükség. Az így létrejövő komplex élmény pedig hozzájárulhat a helyhez kötődéshez, az elégedettséghez és végső soron a desztinációs érték növekedéséhez.
A tanulmány saját értelmezési keretei – a **„Lassú Zemplén-élmény"** és a **„Komplex Zemplén-élmény"** – azt mutatják, hogy a térség versenyelőnye elsősorban nem egyetlen turisztikai termékben, hanem az erőforrások és élmények kombinációjában kereshető.

5.2. Lehetséges fejlesztési irányok

A vizsgálat eredményei alapján Zemplén turizmusának fejlesztése négy, egymással szorosan összefüggő irány köré rendezhető.
1. Az attrakciók és kínálati elemek térbeli és tematikus összekapcsolása: a várak, kulturális helyszínek, túra- és kerékpáros útvonalak, borászatok, pincék, gasztronómiai szolgáltatók és helyi értékek tematikus útvonalakkal, komplex programokkal és több települést érintő élményláncokkal kapcsolhatók össze. Ez növelheti a tartózkodási időt, a térségi költést és a kevésbé ismert helyszínek turisztikai láthatóságát.
2. A többnapos és négyévszakos élménykínálat erősítése: a természet, a kulturális örökség, a bor és gasztronómia, az aktív programok és a well-being egymásra építésével olyan többmotivációs kínálat alakítható ki, amely mérsékelheti a szezonális és térbeli koncentrációt. A cél nem pusztán a turistaforgalom növelése, hanem annak kiegyensúlyozottabb térbeli és időbeli elosztása.
3. A helyi értékteremtés és a szereplői együttműködés erősítése: a helyi termelők, borászok, vendéglátók, szállásadók, kézművesek, túravezetők és kulturális szereplők bekapcsolása egyszerre erősítheti az autentikusságot, a közösségi élményt és a helyben maradó gazdasági értéket. A komplex turisztikai élmény ezért nem kizárólag termékfejlesztési, hanem **térségi együttműködési kérdés** is.
4. Integrált és személyre szabott digitális desztináció kialakítása: a digitális útvonalak, közös információs rendszerek, személyre szabott ajánlások és online foglalási lehetőségek segíthetik a térség sokféle kínálati elemének összekapcsolását. A digitalizáció ebben az értelemben nem önálló fejlesztési cél, hanem a térségi élmény-

rendszer működését támogató infrastruktúra.
E négy irány együttesen hozzájárulhat ahhoz, hogy a térség turizmusa kevésbé szétaggolt, kiegyensúlyozottabb és nagyobb helyi értéket teremtő rendszerré váljon.

5.3. Következtetések – a trendadaptáció mint térségi stratégia

Zemplén turisztikai jövőjének kulcsa nem egyetlen trend követésében, hanem **a trendek és a helyi adottságok integrációjában** rejlik. A térség számos olyan erőforrással rendelkezik, amely alkalmas a változó kereslethez illeszkedő turisztikai kínálat kialakítására. A meghatározó kihívás ezért nem az értékek létrehozása, hanem azok összekapcsolása, értelmezése és közös élménnyé szervezése. A turisztikai trendek ebben a megközelítésben nem fejlesztési célként, hanem **változási impulzusként** értelmezhetők. Egy trend akkor válhat valódi térségi lehetőséggé, ha a desztináció saját identitásával és erőforrásaival összhangban képes arra reagálni. Zemplén esetében ez olyan turisztikai fejlődési pályát jelenthet, amelyben az autentikusság, a lassúság, a fenntarthatóság, az élményorientáció, a személyre szabás és a helyi értékteremtés nem egymástól elkülönülő célok, hanem egy **integrált desztinációs rendszer** elemei. A jövő Zemplénje ezért nem feltétlenül **„több" turizmust** jelent, hanem **jobban összekapcsolt, nagyobb helyi értéket teremtő és magasabb élményértéket kínáló turizmust**. A trendadaptáció ebben az értelemben nem utánzás, hanem helyi innováció: a térség saját értékeinek újraértelmezése és új kombinációkba rendezése a változó turisztikai környezetben.

JEGYZETEK:

[1] OECD (2024): OECD Tourism Trends and Policies 2024. OECD Publishing, Paris. https://doi.org/10.1787/80885d8b-en

[2] European Commission (2025): Transition Pathway for Tourism. Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, European Commission. https://doi.org/10.2873/1096076

[3] Cooper, C. & Hall, C. M. (2008): Contemporary Tourism: An International Approach. Butterworth-Heinemann/Elsevier, Amsterdam.

[4] Cohen, E. (1988): Authenticity and commoditization in tourism. Annals of Tourism Research, 15(3), 371–386. https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-X

[5] Wang, N. (1999): Rethinking authenticity in tourism experience. Annals of Tourism Research, 26(2), 349–370. https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00103-0

[6] Oh, H., Assaf, A. G. & Baloglu, S. (2016): Motivations and Goals of Slow Tourism. Journal of Travel Research, 55(2), 205–219. https://doi.org/10.1177/0047287514546228

[7] Dickinson, J. & Lumsdon, L. (2010): Slow Travel and Tourism. Earthscan/Routledge, London.

[8] Global Wellness Institute (2024): Global Wellness Economy Monitor 2024. Global Wellness Institute, Miami.

[9] Page, S. J. (2019): Tourism Management. 6th ed. Routledge, London.

[10] Pine, B. J. & Gilmore, J. H. (1999): The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage. Harvard Business School Press, Boston.

[11] Oh, H., Fiore, A. M. & Jeoung, M. (2007): Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. Journal of Travel Research, 46(2), 119–132. https://doi.org/10.1177/0047287507304039

[12] MTÜ – Magyar Turisztikai Ügynökség (2021): Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség. Magyar Turisztikai Ügynökség, Budapest.

[13] Dankó, L. (2026): A turizmusfejlesztés és hatásainak vizsgálata a Tokaj-Zemplén desztinációban. In.:Remenyik, B. (szerk.): Sárospataki turizmusfejlesztési tanulmányok 2026. Zemplén Régió Fejlesztése Sorozat 11. Tokaj-Hegyalja Egyetem Lorántffy Intézet, Sárospatak, pp. 23-47.

[14] UNESCO World Heritage Centre (2002): Tokaj Wine Region Historic Cultural Landscape. World Heritage List, No. 1063. UNESCO, Paris.

[15] Getz, D. & Brown, G. (2006): Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis. Tourism Management, 27(1), 146–158. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.002

[16] Hall, C. M., Sharples, L., Cambourne, B. & Macionis, N. (2000): Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets. Butterworth-Heinemann, Oxford.

[17] Baggio, R., Scott, N. & Cooper, C. (2010): Network Science – A Review Focused on Tourism. Annals of Tourism Research, 37(3), 802–827. https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.02.008

[18] Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I. (2003): The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. CABI, Wallingford.

[19] UNESCO World Heritage Centre (2026): Tokaj Wine Region Historic Cultural Landscape – Decision 48 COM 7B.38. UNESCO World Heritage Committee.

[20] OECD (2025): Building strong and resilient tourism destinations. OECD Tourism Papers, No. 2025/03. OECD Publishing, Paris. https://doi.org/10.1787/a57c343d-en