



BORTURIZMUS ÉS BORMARKETING

Népszerű utazási motivációk és lehetséges válaszok a Tokaj-Zemplén desztináció turizmusában

A pandémia megváltoztatta az utazási motivációkat és célokat: olyan, korábban is létező turisztikai termékek kerültek nagyobb arányban a figyelem fókuszába, amelyek emlékezetes élmények megéléséhez segítik a látogatót, a természeti és ember alkotta adottságokban gazdag belföldi és a vidéki desztinációk pedig felértékelődtek. Jelen dolgozat a Tokaj-Zemplén turisztikai desztináció vonatkozásában releváns népszerű turisztikai trendeket villantja fel és a változó kihívásokra adható 5 turisztikai termékfejlesztési fókuszot vázolja.

1. Kedvező tendenciák és feltételek a desztináció számára

A magyar turizmusipart a kormányzat kitüntetett figyelve és komoly minőségi fejlesztések időszakában ugyan drasztikusan érintette a pandémia, ám elmondható, hogy a fejlesztési források elérhetőségét kellően elősegítette az a turizmus makrogazdasági környezetét formáló jogszabály (a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló 2016. évi CLVI. törvény²), amely a turisztikai fejlesztések fókuszát az egyedi attrakciókról a turisztikai térségekre helyezte át, kimondva, hogy Magyarország turisztikai potenciáljának növelése a turisztikai desztinációkban rejlik.

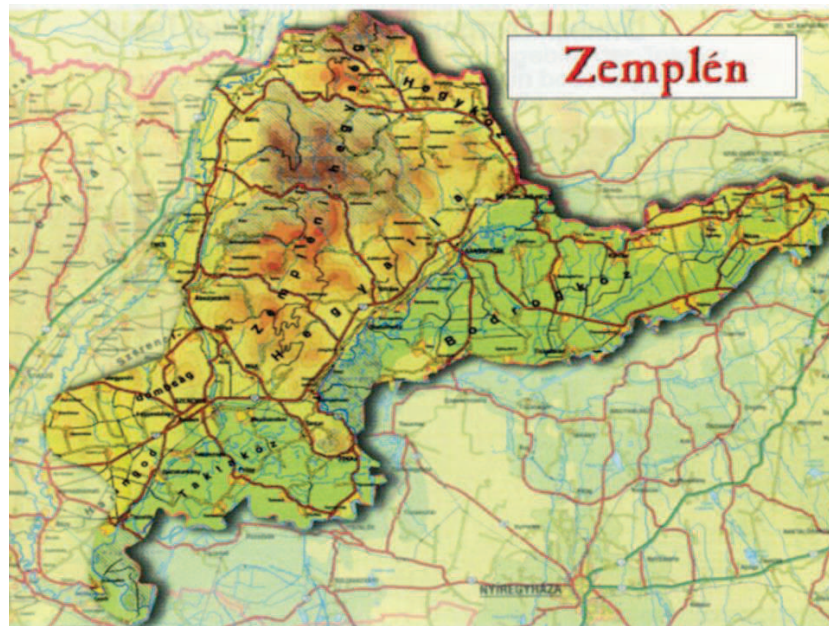
A 2017-ben meghirdetett Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030, illetve a 2021-ben publikált NTS2030-Turizmus 2.0 Stratégia az alapinfrastruktúra-és attrakciófejlesztést³, majd az igény-és keresletalapú fejlesztést helyezte a stratégiák fókuszába.

Tokaj-Zemplén desztináció turisztikai szerepköre felértékelődött azzal, hogy a Tokaj-Nyíregyháza turisztikai desztináció 2020 őszén állami kijelölésre került, s ezzel egyike lett az ország 11 turisztikai térségének⁴.

² <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1600156.TV>

³ SZŐLŐ-LEVÉL. 2021. 2. szám. Tokaji Kutatóintézet, Tarcál. pp. 84.-101.

⁴ 429/2020. (IX. 14.) Korm. rendelet



1.ábra: A Tokaj-Zemplén turisztikai desztináció

(Forrás: http://real.mtak.hu/91563/1/MK_2008_DL_TDM_Zemplenben.pdf)

A Tokaj-Zemplén Térség Fejlesztési Program⁵ fő célja a térség turisztikai vonzerejének növelése mellett a hosszú távú fenntartható fejlődés, a térség népességmegtartó erejének növelése, az életfeltételek minőségi javítása, az elvándorlás megállítása. A program keretében meghirdetésre tervezett Turisztikai szolgáltatások fejlesztése című, 3,7 milliárd Ft forint keretösszegű pályázat a programban érintett 70 településen működő vállalkozások számára válik elérhetővé. A pályázati kiírás révén induló és működő vállalkozások számára egyaránt lehetőség nyílik a turisztikai vonzerőkhöz kapcsolódó szolgáltatások bővítésére, valamint új turisztikai szolgáltatások létrehozására⁶.

2.Kihívások: változó utazási trendek a pandémia korában

A pandémia okán változtak az utazási szokások, emellett várhatóan lesznek olyan trendek, amelyek bár a járványhelyzet alatt alakultak ki, rövidtávon (és akár középtávon is) éreztetik hatásukat. Az NTS2030-Turizmus 2.0 Stratégia szerint az alábbi folyamatok a különböző látogatói szegmensek, valamint a küldő- és célországok vonatkozásában eltérő mértékben jelentkezhetnek, illetve maradhatnak fenn tartósan⁷:

⁵ 1791/2020. (XI. 11.) számú Korm. határozat

⁶ <https://www.tbft.hu/elozetes-tajekoztatas-a-tokaj-zemplen-terseg-fejlesztési-program-keretében-meghirdetni-tervezett-turisztikai-szolgáltatások-fejlesztése-című-pályázati-kiíráról/>

⁷ <https://mtu.gov.hu/cikkek/strategia>



Egészség és higiénia: a kialakult új egészségügyi szabályok, valamint a távolságtartás iránti igény középtávon a turizmus ágazatnak is része marad, s ezzel összefüggésben várható, hogy a „biztonságos” területek, desztinációk jelentősen felértékelődnek a turisztikai kereslet szempontjából.

„Kis utazás”: A légi közlekedésnek tulajdonított egészségügyi kockázatok, valamint a konkrét korlátozások miatt előtérbe kerülnek a rövidebb távolságokra tett, jellemzően autós utazások.

Tudatos utazók: Az általános gazdasági fellendülés megtörése miatt csökkenő kereslet megerősíti az utazóközönség költségtudatosságát, rövidül a foglalási periódus és fontosabbá válnak a rugalmas lemondási feltételek.

Valós idejű és digitális: A járványválság kapcsán a szolgáltatások terén még nagyobb szerephez jut a digitalizáció.

Klímatudatosság: A járványválság még jobban előtérbe helyezte a károsanyag-kibocsátás csökkentésének szükségességét és a széleskörű fenntarthatóságot.

Nemzetközi utazási trendeket bemutató szócikkek további népszerű utazási trendek kialakulására, megerősödésére, előtérbe kerülésére hívják fel az utazásszervező, szálláshely-és vendéglátó szolgáltatók figyelmét⁸:

- A desztináció sajátosságainak, egyediségének mélyebb megismerése, hagyományainak tisztelete,
- Közös és személyes őseink-örökségünk felfedezése,
- Transzformatív („átalakító”) utazás: személyes élmények, helyi interakciók, önkéntesség,
- Személyre szabott utak, helyi élmények, termékek, kalandok,
- Overtourism versus undertourism, szelíd turizmus,
- Környezettudatos, felelős utazás (vonatozás, biciklizés, hajózás),
- Utazás utó- (csendes) szezonban,
- Utazás családdal, barátokkal együtt – családos hotelekben, vendégházakban,
- Állatbarát helyek preferálása (booking.com),
- Micro-cations: rövid, gyakoribb utazások, hosszú hétvégék, túrák, aktivitás.

⁸ Dankó L.: Új megközelítések Sárospatak és Zemplén turizmusában Sárospataki Turizmusfejlesztési Szimpózium THE, Sárospatak 2021. november 17. ppt.



Ezek az utazási motivációs változások az élménykeresés, az érzelmek, az autentikusság és az átélhető hangulat fontossága felértékelődését vetítik előre: az utazók egyre inkább élményeket keresnek a termékek helyett, és ezen élmények megszületésében, egyedi megtapasztalásában gyakorta saját maguk is aktívan részt akarnak venni. Nem feltétlenül látogatóként kívánnak viselkedni a desztinációban, hanem a helyi emberekhez hasonlóan megélni a történeteket és bekapcsolódni, elmerülni a tevékenységekben. Ezért az úti céljukat nem csupán a konkrét turisztikai attrakció alapján választják ki, hanem az úti cél hangulata a hely szelleme (genius loci), a desztináció által közvetített, megtapasztalható érzés alapján. Amennyiben a pandémia tartós fennmaradása, a környezettudatosság megerősödése kikényszeríti ezen trendek szerinti tömeges utazástervezést, a turizmusban és vendéglátásban paradigmaváltásra fog sor kerülni.

3. Megfontolásra ajánlott termékfejlesztési válaszok

Az **örökségturizmus** a turizmus helyszínének kulturális, történelmi és természeti értékeire fókuszál. A látogatók a passzív megfigyelés mellett, az aktív bevonódás élményét is keresik, amelyen keresztül a helyi közösség és kultúra részévé válhatnak, és az átélt autentikusság élményét tapasztalhatják meg. A keresleti trendek értelmében a meglátogatott közösség kultúrájának, szokásainak megtapasztalása olyan turisztikai termékek középpontját jelenti, mint a kulturális turizmus, az ökoturizmus, élelmiszerturizmus és a falusi turizmus.

A kulturális és természeti örökség olyan kisugárzását képes adni a desztinációnak, mellyel a szereplők azonosulni tudnak. Az azonosulás pozitív eredményeként változik a korábbi sztereotípiákon alapuló imázs, arculat. Tudatosítja, hogy az életminőség nemcsak az anyagi jólét függvénye. Az atmoszféra, a borvidék és a tágabb desztináció hangulata, a rendezvények, a helytörténeti hagyományok, az értékek tisztelete és ápolása az örökségturizmus fejlődése mellett összetartó erőt jelentenek, és erősítik a térséghez kötődést. Desztinációnkban Tokaj-Hegyalja világörökség kultúrtáj, az épített és szellemi örökségek a kulturális, a tájvédelmi körzetek, természetvédelmi területek pedig természeti örökségeink.

Az örökségturizmus fejlesztése - fejlődése pozitív gazdasági és társadalmi hatású, identitásteremtő és erősítő, segíti az örökségértékek megőrzését, az emberek közötti harmóniát és megértést, támogatja a kultúrát és segíti magának a turizmusnak a megújítását. Emellett nem csak az örökségi értékek azonosításával és hasznosításával foglalkozik, hanem részt vesz a turizmus révén a gazdasági és társadalmi előnyök elérésében, a pénzügyi források biztosításában a védelem, valamint a marketing céljából.



Az élelmiszerturizmus, mint fogalom 2001-től terjedt el, miután Erik Wolf, a World Food Travel Association elnöke fehér könyvet írt a témáról⁹. Az élelmiszer -turizmus az egyedülálló és emlékezetes étkezési és italfogyasztási élményekre fókuszál a látogatás során, de nem korlátozódik csupán az ingyenc kulináriára. Ezen turisztikai aktivitás fő célja, hogy az egyes desztinációk komplex helyi termék, étel és ital, valamint kulináris élménykínálata utazásra, látogatásra inspirálja az embereket.

Az élelmiszer turizmus olyan tevékenységekből áll, amelyek tapasztalatokat, s ezen keresztül élményeket nyújtanak a felkeresett desztináció, település helyi étel és ital kínálatáról, fogyasztási szokásairól, kultúrájáról és a hagyományok megbecsüléséről, oly módon bemutatva, hogy értékeli egy adott régió történelmét, kultúráját és környezetét.

A helyi termékek felfedezése a látogatók részéről a gasztronómiai hagyományokat a regionális identitás és a kulturális örökség megismerésének alappillérvé teszi, értékeli a helyi közösségekben kialakult hagyományos ételeket és italokat.

Az élelmiszer-turisztikai termékek fejlesztésénél és értékesítésénél az embereket a vidék megismerésére ösztönözzük, változatossá téve a fogyasztható ételek, italok szezonálisát azon látogatói célcsoport számára, akik személyes és tiszteletteljes módon, értően akarnak kapcsolódni a helyi kultúrához. Az ilyen típusú turizmus megerősítéséhez szükséges a látogatók mélyebb összekapcsolása a desztinációval, a helyi étel és italkínálat ezt nagyon jól szolgálja. Nagyszerű lehetőséget teremt arra, hogy a látogatók az értéklánc különböző szintjein közelítsenek az élelmiszerekhez, és tanuljanak azoktól, akik ezt előállítják. Ily módon lehetőség nyílik a gazdasági fejlődés kiterjesztésére a társadalom különböző rétegeire, és személyesebb és hitelesebb élményeket kínálni az utazónak.

Az élelmiszer turizmus ezért sokkal több, mint egy desztinációban, településen a honlapon, prospektusban ajánlott exkluzív éttermek listája ingyenceknek. A helyi szolgáltatókkal, közösséggel együtt épített és identitását tiszteletben tartó élelmiszer turizmus eszköz lehet a turizmus negatív hatásainak megváltoztatására, valamint a turista és a helyi emberek, vendéglátók, valamint a valódi élelmiszerek közötti kapcsolat élménnyé formálására.

⁹ <https://foodandroad.com/food-tourism/>



Erose Sthapit tanulmánya vizsgálja, hogy mi teszi emlékezetessé az étkezési élményt ((memorable food experience-MFE) a turisták számára¹⁰. Az MFE koncepcionális keretének főbb komponensei: helyi specialitások és ételtulajdonságok (íz), hitelesség, újdonság, összetartozás és társadalmi interakció, vendéglátás és szolgáltatáskép, beleértve az élelmiszer ajándéktárgyakat.

Zemplén örökség értékeit a helyi gasztronómiai sokszínűségeen keresztül is mélyebben megismerni akarók számára ma még hiányos ez a kínálat. A hagyományos élelmiszerek, termékek felkutatásának 2020-ban kialakított metodikája és a Zempléni Tájak LEADER HACS területén végzett adatgyűjtés, adatbázis kialakításával ez a munka elkezdődött, hogy a desztinációba látogató, értő közönség emlékezetes étkezési élményekkel gazdagodhasson¹¹.

Az egészségturizmus a gyógy- és wellness-turizmust átfogó fogalom, melynek értelmében a turista utazásának fő motivációja a lelki és testi egészségi állapotának javítása és/vagy megőrzése, tehát a gyógyulás és/vagy a megelőzés és ennek megfelelően a célterületen tartózkodása alatt igénybe is veszt/vehet rekreációs és/vagy egészségturisztikai szolgáltatás (oka)t.

Az eltérő igényű célcsoportok számára nyújtott szolgáltatásokat célszerű különválasztani („gyógyító víz”, „regeneráló víz”, „szórakoztató víz”).

A tradicionális – természetes gyógy-tényezőkre épülő – *gyógyturizmus* alapját és folyamatosan bővülő keresletét az egyre jobban elöregedő társadalom, valamint a 21. századi civilizációs betegségek adják.

A *wellnessturizmus* fogyasztói elsősorban az egészségtudatos életmód követőiből és az ez iránt érdeklődőkből áll. Motiváció szerint két csoportra oszthatók:

- elsődleges wellnessfogyasztók, akik számára a wellness jelenti az utazás fő motivációját.
- A másodlagos wellnessfogyasztók azok, akiknek jellemzően más az elsődleges utazási motivációjuk, de a tartózkodás alatt wellness-szolgáltatást is igénybe vesznek.

¹⁰ <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2017.1328607?journalCode=rana20>

¹¹ Dankó L.: A food tourism fejlesztési lehetőségei a Tokaj – Zemplén desztinációban
<http://falukonferencia.rkk.hu/pdf/absztrakt.pdf>



Az **aktív turizmus** témakörébe tartozó tevékenységek sokrétűsége és jellegükből adódóan más turisztikai termékekkel (pl. ökoturizmus) való szoros kapcsolatuk megnehezíti az aktív turizmus definiálását.

A definíciók legtöbbször az aktív turizmust az aktivitás, mint motiváció szemszögéből közelítik meg, és a szabadidős célú turisztikai utazásokat helyezik a középpontba.

Bármely turisztikai tevékenység lehet az aktív, vagy kalandturizmus része, ha jellemző rá a fizikai tevékenység, a kulturális csere, a kommunikáció, a természet közelsége (ezekből minimum kettő tulajdonsággal kell rendelkeznie az adott tevékenységnek).

Az aktív turizmus keretében értelmezzük a következő, helyváltoztatással, utazással egybekapcsolt szabadidős tevékenységeket:

- golfturizmus,
- horgászturizmus,
- kaland-és extrém turizmus,
- kempingturizmus,
- kerékpáros turizmus,
- lovasturizmus,
- sportturizmus (sportesemények látogatása).
- téli sportok, síturizmus,
- természetjáró (bakancsos) turizmus,
- vadászturizmus.

Szelíd (lassú) turizmus

A tömegessé vált turizmus nagyban hozzájárult a globális és regionális környezeti, társadalmi és az épített örökséggel kapcsolatos problémák kialakulásához. (ezt a jelenséget túlturizmusnak-overtourism nevezzük).

Az új trendek a slow turizmus, a lassú pihenés filozófiáját hirdetik - lassíts egy kicsit, és lásd meg a valódi értékeket, amelyek mellett nap mint nap elmész. Pihenj, fogadd be nyitott szemmel és szívvel a környezetet, feledkezz rá egy-egy szép történelmi emlékre, természeti



szépségre, vagy kulturális élményre, kóstold meg a felkeresett desztináció ízeit, legyél befogadó a helyi élményekre, helyi értékekre.

A szelíd, vagy lassú turizmus a helyi lakosság és a turisták közötti kölcsönös megértést segíti elő, nem veszélyezteti a meglátogatott területek kulturális sajátosságait, és lehetővé teszi a táj kímélését is.

Ide sorolható: a természetjárás, túrázás szelíd változata, az ökoturizmus, vízi turizmus, a falusi turizmus, de a megvalósítás környezetkímélő jellegétől függően más turizmus típusok is.

Összegzés

A Tokaj-Zemplén desztináció szempontjából az utazási szokások, trendek változásait illetően a leginkább kiemelhető, hogy a belföldi, vidéki desztinációk felértékelődnek, a látogatók egyre inkább a tartalmas utazásokat, emlékezetes élmények megélését preferálják. A desztináció természeti és emberalkotta adottságai jó alapot teremtenek a változó látogatói motivációk kielégítésére.

A turizmus állami irányítása és a területi fejlesztés segíti a kihívásokon alapuló, azokra reagáló termékfejlesztési tervek közösségi és vállalkozói keretek közötti további megvalósítását.

A fejlesztések eredményeként desztinációnk Budapest és a Balaton után a 3. legnépszerűbb utazási célterületté válhat. Ebben a munkában komoly támogató szerep vár a Tokaj-Hegyalja Egyetemre a turisztikai és vendéglátó szakemberek graduális képzésében és a szolgáltatók szakmai továbbképzésében egyaránt.

Dr.Dankó László, CSc és Dr.Tóth Zsófia, PhD

Felhasznált és ajánlott források

Dankó L.: A food tourism fejlesztési lehetőségei a Tokaj – Zemplén desztinációban
<http://falukonferencia.rkk.hu/pdf/absztrakt.pdf>

Dankó L.: Új megközelítések Sárospatak és Zemplén turizmusában Sárospataki Turizmusfejlesztési Szimpózium THE, Sárospatak 2021. november 17. ppt.

Dankó L.-Tóth Zs.: A bor- és gasztronómiai innováció és kapcsolódása a turizmusfejlesztési stratégiához Szőlő-Levél A Tokaji Kutatóintézet folyóirata XI. évfolyam 2.szám (2021).

Dankó L.-Tóth Zs.: A Tokaji borvidék turizmus-fejlesztésének marketing támogatása Szőlő-Levél A Tokaji Kutatóintézet folyóirata XI. évfolyam 3.szám (2021). <https://szolo-level.hu/category/2021-ev/3-szam-2021-ev/>

Discover the main types of activities in Food Tourism <https://foodandroad.com/main-activities-of-food-tourism/>

Food Tourism, a tasty way to travel <https://foodandroad.com/food-tourism/>



<https://mtu.gov.hu/cikkek/bor-es-gasztroturizmus-1490>

<https://www.culinarytourismalliance.com/food-tourism-101>

<https://www.tbft.hu/elozetes-tajekoztatas-a-tokaj-zemplen-terseg-fejlesztesi-program-kereteben-meghirdetni-tervezett-turisztikai-szolgaltatasok-fejlesztese-cimu-palyazati-kiirasrol/>

<https://www.youtube.com/watch?v=fR870kX0hrI>

NTS2030-Turizmus 2.0 stratégia <https://mtu.gov.hu/cikkek/strategia>

Sthapit, E. et.al.: Extending the memorable tourism experience construct: an investigation of memories of local food experiences

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15022250.2019.1689530>

Sthapit, E.: Exploring tourists' memorable food experiences: a study of visitors...

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2017.1328607?journalCode=rana20>