

**Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
кафедра географії та туризму**

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота

Аналіз діяльності угорських туристичних організацій Закарпаття

Піштак Дора-Вівіен Василівна

Студентка IV-го курсу

Освітня програма 242 Туризм

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена Вченою радою ЗУІ

Протокол № 7 /27 жовтня 2020 року

Науковий керівник: **Бергхауер Олександр Олександрович**

к.г.н., доцент

Завідувач кафедри географії та туризму: **Молнар Йосип Йозефович**

к.г.н., доцент

Робота захищена на оцінку _____, «__» _____ 2021 року

Протокол № _____ / 2021

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

кафедра географії та туризму

Кваліфікаційна робота

Аналіз діяльності угорських туристичних організацій Закарпаття

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Виконав: студентка IV-го курсу

Піштак Дора-Вівіен Василівна

Освітня програма 242 Туризм

Науковий керівник: **Бергхауер Олександр Олександрович, к.г.н.**

доцент

Рецензент: **Шаш Еники Людвиківна**

доктор філософії, доцент

Берегове
2021

ЗМІСТ

ВСТУП	6
1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ТЕМИ	8
1.1.Інтерпретація та класифікація туристичних привабливостей	8
1.2.Туристичні продукти	11
1.3.Структура туристичної пропозиції	12
1.3.1.Загальний стан	13
1.3.2.Місцеві умови	13
1.3.3.Організаційні умови	14
2. ПРЕЗЕНТАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	17
2.1.Туристичні привабливості Закарпаття.....	17
2.2.Туристичні продукти Закарпаття	21
2.2.1.Лікувально-оздоровчий туризм	21
2.2.2.Гірськолижний туризм	23
2.2.3.Пішохідний туризм.....	23
2.2.4.Сільський зелений туризм	24
2.3.Туристичні організації Закарпаття.....	24
3. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ	28
3.1.Методи дослідження.....	28
3.2.Презентація результатів опитування	29
ВИСНОВКИ	40
ПІДСУМКИ	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	45
СПИСОК РИСУНКІВ	48
СПИСОК ТАБЛИЦЬ	49
ДЕКЛАРАЦІЯ	50
РЕЗЮМЕ	51
ДОДАТКИ	52

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

Földtudományi és Turizmus Tanszék

A KÁRPÁTALJAI MAGYAR TURISZTIKAI SZERVEZETEK TEVÉKENYSÉGÉNEK ELEMZÉSE

Szakedolgozat

Képzési szint: alapképzés

Készítette: Pisták Dóra Vivien

IV. évfolyamos hallgató

Képzési program: 242 Turizmus

Témavezető: Dr. Berghauer Sándor, PhD

docens

Recenzens: Dr. Sass Enikő, PhD

docens

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	6
1. A TÉMA ELMÉLETI MEGALAPOZÁSA	8
1.1.A turisztikai vonzerő értelmezése és csoportosítása.....	8
1.2.A turisztikai termékek.....	11
1.3.A turisztikai kínálat struktúrája.....	12
1.3.1.Általános feltétele	13
1.3.2.Helyi feltételek.....	13
1.3.3.Szervezeti feltételek.....	14
2. A TURISZTIKAI CÉLTERÜLET BEMUTATÁSA	17
2.1.Kárpátalja turisztikai vonzerői.....	17
2.2.Kárpátalja turisztikai termékei.....	21
2.2.1. Egészségturizmus	21
2.2.2. Síturizmus	23
2.2.3.Természetjárás és bakancsos turizmus	23
2.2.4.Falusi turizmus.....	24
2.3.Turisztikai szervezetek Kárpátalján.....	24
3. A KUTATÁS EREDMÉNYEI	28
3.1.Kutatási módszerek	28
3.2.A kérdőíves kutatás eredményeinek bemutatása	29
KÖVETKEZTETÉSEK	40
ÖSSZEGZÉS	42
IRODALOMJEGYZÉK	45
ÁBRÁK JEGYZÉKE	48
TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE	49
NYILATKOZAT	50
PE3HOME	51
MELLÉKLETEK	52

BEVEZETÉS

A szakdolgozat a kárpátaljai magyar turisztikai szervezetek tevékenységének vizsgálatával a megye idegenforgalmának egyik olyan témáját tárja fel, amely ezt megelőzően nem képezte korábbi kutatások tárgyát. A cél elérése érdekében szekunder és primer kutatást végeztünk, ami a kapcsolódó szakirodalmak elemzését és feldolgozását, valamint kérdőíves kutatást jelent.

A szekunder kutatás első lépesként a témával kapcsolatos fogalmakat tárjuk fel, mint a turisztikai vonzerő értelmezése és csoportosítása, illetve a turisztikai termékek bemutatása. Az elméleti rész fontos kérdése volt a turisztikai kínálat struktúrájának elemzése, melyen belül a témával foglalkozó szakirodalmakra alapozva a turizmus általános, helyi és szervezeti feltételeire is kitérünk.

A szakdolgozat szekunder kutatási részének fontos mozzanata volt, a második fejezet, amely a vizsgálati terület, Kárpátalja turisztikai sajátosságait tárja fel. A szóban forgó részben előbb megismerhetjük megyénk természeti és ember alkotta vonzerőit, melyben rövid leírás található megyénk természetföldrajzi adottságairól, valamint történelmi, vallási emlékhelyeiről, építményeiről, hagyományairól, rendezvényeiről. Ezt követően kerülnek feltárára a megye turisztikai termékei, melyeket a kapcsolódó szakirodalmakra (Berghauer – Sass, 2019 (szerk.); Tarpai, 2013; Sass, 2019) támaszkodva taglalunk, mutatunk be. A második fejezet részeként olvashatunk a kárpátaljai turisztikai szervezetekéről, továbbá a munka során kitérünk azok területi megoszlására, néhány alapvető szervezeti sajátosságukra.

A szakdolgozat harmadik fejezetében a primer kutatás eredményeit tárjuk fel. A primer kutatás alapjai a Pécsi Tudomány Egyetem Turizmus Tanszékének és a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Földtudományi és Turizmus Tanszékének közös kutatása során lettek kidolgozva az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú „Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek” projekt keretében. A kutatást kérdőíves felmérés formájában végeztük, amelyet 10 szervezet képviselője töltött ki és így sikerült a kárpátaljai magyar turisztikai szervezetek nagyobb részét bevonni a vizsgálatba. A kutatás során nyert információk kerülnek feldolgozásra a harmadik fejezetben, ahol a szöveges értékelés mellett ábrák és táblázatok segítségével szemléltetjük az eredményeket.

A munka célja egyrészt, hogy a szakirodalmi áttekintésre alapozva feltárja a témához fűződő fontosabb elméleti kérdéseket és bemutassa a vizsgálati terület turisztikai sajátosságait. Másrészt, hogy a primer kutatás eredményeire alapozva megvizsgálja a kárpátaljai magyarok életterében tevékenykedő turisztikai szervezetek helyzetét, alapvető problémáit. A kutatás

során kapott eredmények alapján következtetéseket vonjunk le és javaslatokat tegyünk ezeknek a problémáknak a megoldására.

1. FEJEZET

A TÉMA ELMÉLETI MEGALAPOZÁSA

1.1. A turisztikai vonzerő értelmezése és csoportosítása

A vonzerő a turizmuselméletben talán az egyik legfontosabb és leginkább vitathatóbb kategória. Fogalmát többen próbálták meghatározni, de máig sincs olyan nemzetközi konszenzus, ami ezzel kapcsolatban megszületett. A szakirodalomban a vonzerőnek több szinonimájával is találkozhatunk, ilyen a látnivaló, nevezetesség, a vonzásadottság, valamint az attrakció elnevezés.

A turisztikai vonzerőre vonatkozó definíciók esszenciáját a következőképpen fogalmazhatjuk meg: az a vonzerő, ami a turistát arra ösztönzi, hogy az adott helyre látogasson (Michalkó, 2007).

Ez a meghatározást értelmezve arra juthatunk, hogy akkor válik valami turisztikai vonzerővé, ha a megtekintéséért útra kelnek. Ezek szerint azt tekintjük turisztikai vonzerőnek, ami számottevő turista érkezését váltja ki.

A turisztikai vonzerőket több szempont szerint is csoportosíthatjuk. Az egyik szempont, a vonzerők genezis szerinti csoportosítása. A genezis, azaz eredet szerinti csoportosítás szerint két alapvető kategóriát különböztetünk meg: az **ember alkotta** és a **természeti vonzerők** csoportját.

Természeti vonzerő esetében az eredet kérdése elhanyagolható, mivel azok a Föld munkájának eredendőjeként jöttek létre, kialakulásához köthetők. Az ember alkotta vonzerőket azonban három nagy csoportba soroljuk (Michalkó, 2007):

- a mesterséges (szabadidőpark),
- a genezisüknél fogva szabadidő-orientált,
- a fejlődésük során turisztikai szerepet kapott vonzerők (várak, kastélyok).

Több más csoportosítás is létezik. Vannak elsődleges és másodlagos vonzerők. Az elsődleges vonzerők azok, amelyekért a turisták útra kelnek, a másodlagos vonzerők gyengébb hatásúak, csak kielégítik az előbbieket, vagy csak többen együtt képesek erősebb hatást kifejteni (Lengyel, 2004).

Ember alkotta vonzerők

A szakirodalomban a leggyakoribb csoportosítás a szerint történik, hogy természetes vagy ember alkotta vonzerőről van szó (Lengyel, 2004).

A következőkben azokat a vonzerőcsoportokat mutatom be, amelyek jelentősen hozzájárulnak a világ turistaforgalmához.

-Történelmi korokat idéző épületek: olyan települések, vagy azok egyes részei, épületek, épületegyüttesek, amelyeket előző nemzedékek hoztak lére, és a társadalom által nekik tulajdonított értékük van, valamilyen fokig védelmet élveznek. Az ilyen épületek általában közintézmények, valamilyen hivatal otthonai. Építészeti stílusuk, díszítettségük vagy szerepük által váltak érdekessé (Michalkó, 2007).

-Egyedi építészeti alkotások: olyan épületek, amelyek nem lakóhelyként vagy igazgatás helyszínékként épült, hanem egyéb okokból lett létrehozva.

-Különleges gyűjtemények: értékes tárgyak, relikviák régészeti feltárások gyűjteménye.

-Köztéri műalkotások: szobrok vagy szoborcsoportok, melyek köztereken találhatóak, és valamilyen esemény vagy személy emlékére lettek létrehozva, illetve díszíthetnek szökőkutakat. Ezek a műalkotások készülhetnek kőből, fából vagy fémből.

-Történelmi események színhelyei: Leginkább az iskolában szerzett általános tudás részét képező, történelmet befolyásoló események, mozzanatok, helyszínek válnak látványossággá.

-Híres emberek életútjának állomásai: olyan épületek, amelyek az által váltak híressé, hogy egy nevezetes személyiség ott született, megfordult vagy alkotott.

-Legenda: gyakran csak kitalált vagy mitológiai alapon fekvő történetekhez kapcsolódó helyszínek (Michalkó, 2007).

-A társadalmi munkamegosztásból fakadó életterek (városkép, falukép)

-Kulturális tradíciók: társadalmi értékévé vált folklorizáció, amelyet üzleti céllal közvetítenek.

-Rokonok, ismerősök, szakmai partnerek: család, illetve barát vagy ismerős meglátogatása, üzleti szempontból történő találkozások.

-Az emberi együttélés sajátos formái, életterei: bepillantás a különös és nem mindennapi életvitelt folytató társadalmi csoportok életébe.

-Oktatási intézmények, tanfolyamok, kurzusok: az ismeretszerzés professzionális formája, az utazás motivációja, valamilyen ismeretszerzés elsajátítása.

-Spirituális szféra (szent helyek): zarándoklat szent helyekre, amelyekhez kapcsolódóan az egyház valamilyen csoda bekövetkezését igazolta.

-Gasztronómia: tadjellegű vagy nemzeti konyha kipróbálása, valamilyen híres vendéglátói egység meglátogatása, borvidékek felkeresése, borkóstolás, borutak látogatása. Részvétel valamely ételhez, vagy italhoz kapcsolódó fesztiválon, kiállításon (Michalkó, 2007).

-A termelés, a munka világa: olyan termelőüzemek, kutatóhelyek, gyárak meglátogatása, amelyeknek működése, az adott szakmában végzett tevékenysége jelenti a vonzerőt.

-Kiskereskedelmi szféra: vásárlási célú utazások

-Szerencsejáték

-Gyógykezelés

-Fizikai aktivitást kínáló szolgáltatások és helyszínek: a lakóköznyezetén kívül eső rekreációt szolgáló helyszínek (Michalkó, 2007).

-Legek

Természeti vonzerők

Annak ellenére, hogy ebben az esetben a turisták által történő igénybevétel nem lehet meghatározni, mégis számos felmérés igazolja, hogy az ilyesfajta vonzerők kelti fel a legtöbb turista érdeklődését. A természeti vonzerők között is különböző csoportokat határozhatunk meg. Ezek a következők:

-A vizek: ebbe a csoportba sorolhatjuk az óceánok, tengerek, tavak, vízesések turisztikai céllal való felkérését, ahol lehetőség nyílik az üdülésre, extrém sportok üzésére, esetleg természeti jelenégek megfigyelésére (ár, apály, hullámozás) (Michalkó, 2007).

-Gyógy és termálvizek (Vichy, Hévíz) (Lengyel, 2004).

-Éghajlat és egyes időjárási jelenségek: ezalatt olyan időjárási változások összeségét értjük, amely évről évre azonos időben és módon következik be. Legtöbbsen a mérsékelt övben uralkodó éghajlatot keresik fel, ahol gondatlanul élvezhetik a tengerparti nyaralásukat. Ugyanakkor ide tartoznak a trópusi sivatagi éghajlati viszonyok, valamint a hideg övezetbe való betekintés.

-A domborzat: A földkéreg felszíni alakulatait soroljuk ide: fjord, gleccser, tengerszem, jégbarlang, cseppkőbarlangok, homokbucka stb. (Michalkó, 2007).

-A fekvés: ezalatt az adott terület földrajzi fekvését értjük, akkor válik turisztikai szempontból nevezetessé, ha a településen valamilyen nevezetes földrajzi kör halad át (pl. London-Greenwich). Ide sorolható még egy adott földrész égtáj szerinti legszélső pontja is.

-A tengerszint feletti magasság: hegycsúcsok meghódítása, klimatikus gyógyhelyek felkeresése, a lejtő, amit inkább a télisportok kedvelői használnak ki.

-Vulkanizmus

-Csillagászati jelenségek: Napfogyatkozás, Holdfogyatkozás, a sarki fény, meteorhullás és üstökös látványa.

-Növény és állatvilág: természetközeli helyek, nemzeti parkok, látogatóközpontok.

-A tájképi szépség

-Talajadottságok: a különleges kőzetek, talajeróziók, vagy talajfolyások jelentik a vonzerőt (Michalkó, 2007).

1.2. A turisztikai termékek

A turizmus piacának egyik fő összetevője, alrendszere a kínálat. A kínálat központi kategóriája a turisztikai termék.

A turisztikai termék olyan tényezők, értékek és szolgáltatások összessége, amelyek együttesen elégítik ki a turisták igényeit, és azon vonzerőn alapul, amiért a turisták az adott térségbe jönnek. Tartalmazza a vonzerőt, szállást, étkezést, kommunikációt, biztonságot, imázst stb. Fő összetevője a vonzerő vagy attrakció, valamint az infrastruktúra, megközelíthetőség.

A szakirodalom figyelmeztet minket, hogyha a termék valamely alkotóeleme hiányzik esetleg nem megfelelő színvonalú, akkor az hosszútávon nem számíthat sikerekre a turizmusban. (Lengyel, 2004; Michalkó, 2007).

A turisztikai termék lényege, hogy összetett és szolgáltatásokból áll. További jellemzői:

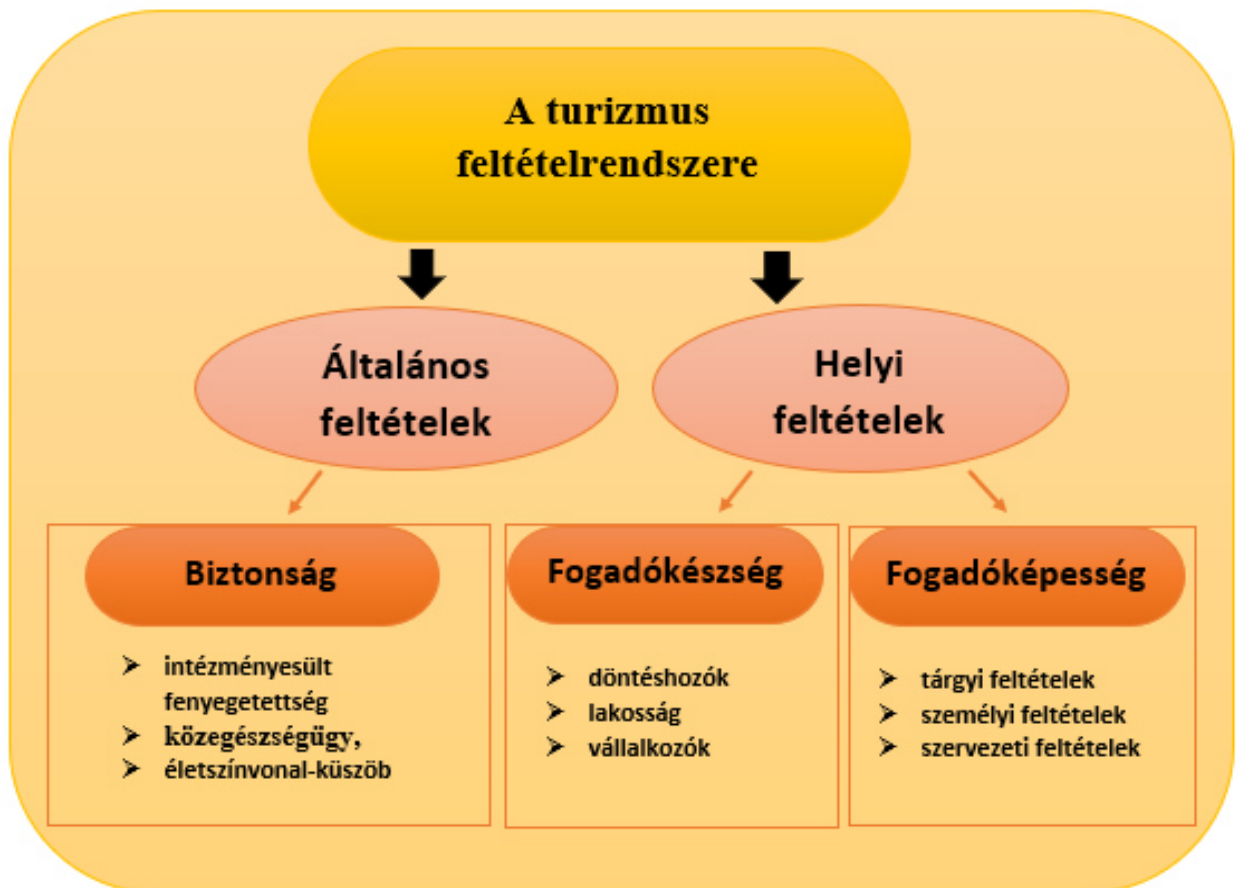
- megfoghatatlan: mivel emléket és élményt szerzünk általa, így csak a szuvenírek, képek azok, amik megfogható formában maradnak meg.
- egyidejűség: ez alatt azt értjük, hogy a szolgáltatás előállítása és fogyasztása egyidőben történik, ezért van szükség a dolgozók szakképzettségére.
- a minőség ellenőrzése és egységesítése nehéz: ez egyaránt függ az ebben dolgozók munkájától és a turista viselkedésétől.
- veszendőség: a szolgáltatást nem lehet raktározni, például egy el nem adott hotelszoba azonnali veszteséget jelent.
- szezonális: ebben az esetben fontos a szezonon kívüli kedvezmények használata.
- erős verseny (Lengyel, 2004).

A turisztikai termék csoportosításánál figyelni kell arra, hogy a termék neve egyértelműen kapcsolódjon a turisztikai tevékenységhez (konferenciaturizmus, lovas turizmus), vagy a térhez, amelyek befolyásolják a kereslet magatartását (falusi turizmus, városi turizmus) továbbá egy-egy csoportspecifikus piaci szegmenshez (ifjúsági turizmus, szenior turizmus) (Michalkó, 2007).

1.3. A turisztikai kínálat struktúrája

A turizmus feltételrendszere a turizmus alapjának tekinthető. Ha a turizmus feltételrendszerét vizsgáljuk, akkor azt a desztinációtól és annak környezetétől közelítjük meg, annak tekintetében, hogy ezek általános és helyi feltételei megfelelnek-e annak, hogy kialakulhasson és folyamatosan működhessen a turizmus (Michalkó, 2004.).

A turizmus feltételrendszere *általános* és *helyi feltételekre* bontható (1. ábra). Az általános feltételek, a desztináció környezetének, annak biztonságának kérdésével foglalkozik, míg a helyi feltételek a célállomáshoz kötődő társadalmi csoportok viselkedését, viszonyulását összesítő fogadókésztségre és a magán vagy állami befektetésekkel foglalkozó fogadóképességre oszlik (Michalkó, 2004, 2007).



1. ábra. A turizmus feltételrendszerének felépítése

Forrás: Michalkó, 2007; Saját szerkesztés

1.3.1. Általános feltételek

Az általános feltételek tartós hiánya nem teszi lehetővé a rendszeres (tömeg-) turizmus kialakulását, vagy létező rendszerének a fennmaradását, fejlődését. A turizmus általános feltételei a biztonság köré összpontosulnak. Ezalatt nem a bűnözőkre, hétköznapi fenyegetettségre gondolunk, sokkal inkább a turizmus egészét fenyegető intézményesült fenyegetettségre, a közegészségügyre, illetve az életszínvonalra (nyomorra) értendő (Michalkó, 2016).

Az intézményesült fenyegetettség komoly akadályt jelent a turizmus megteremtésében (nemzetközi katonai konfliktus, polgárháború, terrorcselekmény). Ha a desztinációt jelentő ország háborúban áll, vagy fennáll annak kirobbanásának lehetősége, maga a külügyminisztérium nem javasolja az utazást (Michalkó, 2007).

A biztonságfaktor második fontos tényezője a *közegészségügy*. Az elmúlt évben saját bőrünkön tapasztalhattuk, hogy milyen érzékenyen érinti a desztinációt egy vírus kialakulása. Negatív tényezőként hat, ha egy adott országba való beutazás előtt védőoltások beadását javasolják.

A harmadik biztonságfaktor az *életszínvonal-küszöb*. Egyes országokban annyira drasztikus az életszínvonal eltérés a turista és az ott élők között, hogy ez beárnyékolja a desztináció értékesítését, negatív élményként hat a turistára (Michalkó, 2004; 2007).

1.3.2. Helyi feltételek

A helyi feltételek a **fogadókészség** és a **fogadóképeség** elemeire épülnek. A fogadókészség az emberi tényezőkön alapszik, a társadalomnak a turizmushoz való hozzáállását jelenti. Ide értendő a döntéshozók, a vállalkozói szféra és a helyi lakosság komplex attitűdje (Fekete, 2006; Michalkó, 2007).

A helyi döntéshozók alatt az önkormányzati képviselőket értjük, ezek a személyek nagy mértékben befolyásolják a település életét, elősegíthetik, illetve gátolhatják a turizmus fejlődését. Hatással vannak a turizmusban érdekelt vállalkozókra, döntő szerepük van a település fejlődését érintő ügyekben (útépítés, adókedvezmények, területek átminősítése).

A helyi vállalkozók jelentős szerepet játszanak a turizmus eredményességében. Minél kisebb lélekszámú az adott település, ők annál nagyobb mértékben tudnak érvényesülni. Helyismeretük előnyt biztosít a kívülről érkezőkkel szemben (Fekete, 2006; Michalkó, 2007).

A helyi lakosság hozzáállása egy adott településen a turizmushoz fontos szerepet játszik. Ha a lakosság több pozitívumot lát a saját életében a turizmus hatásának következtében (településfejlesztés, ellátás javulása, munkahelyteremtés), úgy nyilván az ő hozzáállásuk is ezt tükrözi. Viszont, ha több negatívum éri őket (például: áremelkedés, zsúfoltság.) viselkedésük és megnyilvánulásuk elriaszthatja a turistát (Fekete, 2006; Michalkó, 2007).

A helyi feltételek másik szegmense a **fogadóképesség**, ami alapvetően a tárgyi, a szervezeti és a személyi feltételekre épül.

A *tárgyi feltételek* a turizmus infra- és szuprastruktúráját jelenti, amik a vonzerő eredményes értékesítését foglalják magukba. A tárgyi feltételek megvalósulásához jelentős anyagi forrásokra van szükség, amiket az állami és magán tőkebefektetők fedezik (Michalkó, 2004; 2007).

A *személyi feltételek* alatt a turizmusban dolgozó személyekre gondolunk. Szakmai sikerre és fejlődésre azok számíthatnak leginkább, akik rendelkeznek megfelelő munkaerővel. Számít a nyelvtudás, a verbális és nonverbális kommunikáció megfelelő használata, a szakképzettség és a szakmai tapasztalat (Michalkó, 2004; 2007).

1.3.3. Szervezeti feltételek

A témához kapcsolódva kiemelten fontos a fogadóképesség harmadig alappillére, a szervezeti feltételek megléte, ami nem csak a turista, hanem a turizmusban befektetni szándékozók tőke fogadásában is jelentős szerepet játszhat (Michalkó, 2016).

A szervezeti feltételeknél azt vizsgáljuk, hogy létezik-e olyan intézmény, ami vállalja a turizmus kiépítését, fejlesztését és koordinálását. Ezek a szervezetek képesek pályázatokat beadni, információk, anyagi források fogadására és továbbítására, mindezek koordinálására (Michalkó, 2016).

Ennek a rendszernek a kezdetleges formái a különböző szakmai szervezetek, ilyen szervezetek lehetnek például egy kisebb városban az önkormányzattal közösen működtetett Tourinform iroda. Kárpátalján is ilyen formában vannak jelen ezek a feltételek (Michalkó, 2016).

Fejlettebb országokban ezt a feladatot kidolgozott, központi támogatási rendszerre épülő szervezetek végzik. Ezek a Tematikus utak, Turisztikai klaszterek, Turisztikai Desztinációs Menedzsment Szervezetek. Ezek az új típusú együttműködések a térségi versenyelőnyök megszerzéséért, a keresleti trendekre való rugalmas reagálásért, a támogatási források eléréséért jöttek létre.

Tematikus utak

Legkorábban a tematikus utak jelentek meg, a vidékfejlesztés fontos eszközeként tekintenek rájuk (például a borutak - borturizmus, a zarándokutak - vallási turizmus) (Aubert – Pálfi – Nod, 2020).

A tematikus utak gyökerei az ókorig nyúlnak vissza, ahol a turizmusipar fejlődése során több tematikus út jött létre. A kulturális utak közül kiemelkedtek a zarándokutak, melyek a középkorban is a legjelentősebb tematikus utaknak számítottak (Turisztikai terméktervezés és fejlesztés, 2011).

A tematikus út valójában desztináció- és attrakciófejlesztés egyben, hiszen tagjai között megtaláljuk a vonzerőket és a turisztikai szolgáltatókat is (Gonda – Bencsikné Aubert – Pálfi, 2016).

Turisztikai klaszterek

Napjainkban a gazdaságot sajátos központok, klaszterek uralják, amelyek kiemelkedő sikereket érnek el egy adott gazdasági területen (Sziva, 2010).

A klaszterek az 1990-es évek végén jelentek meg a turisztikai szektorban. Elterjedésük szoros összefüggést mutat a pályázati forrásokkal, hiszen olyan régiókban jöttek nagyobb számban létre, ahol közösségi forrást rendeltek kialakításukhoz és működtetésükhöz. A turisztikai klaszterek a tematikus utakkal ellentétben közvetlenül nem attrakció- és desztináció-, hanem szolgáltatásfejlesztést céloznak (Aubert – Pálfi – Nod, 2020).

Egy klaszter működése akkor lesz hatékony, ha nem egy korábbit leutánozva jön létre, hanem jó példákra alapuló adaptáció, az innováció és a piaci stratégia kialakítása valósul meg (Gonda – Spiegler, 2012).

TDM

A desztináció menedzsmenttel foglalkozó szakirodalom sokszínű képet mutat a TDM szervezet nagyságára, szintjeire, tevékenységi területére, hatósugarára vonatkozóan (Aubert, 2007).

„A turisztikai desztinációs menedzsment – röviden TDM – azon tevékenységek összessége, amelyek egy turisztikai fogadótérség (desztináció) számára ahhoz szükségesek, hogy látogatókat vonzzon és számukra az ottani tartózkodás során tökéletes utazási élményt nyújtson úgy, hogy a látogatóforgalom gazdasági és környezeti hatásai a desztináció közössége számára előnyösek legyenek, ma és hosszú távon egyaránt” (Lengyel, 2008, 10 p).

A célja, hogy fenntartható és versenyképes turizmust hozzon létre, annak rendszerének kialakítása és működtetése egy turistákat fogadó térségben (Lengyel, 2008).

A felsorolt szervezeti formákat megismerve láthatjuk, hogy a kárpátaljai turizmus fejlődésének is egyik nagy problémája leginkább az, hogy hiányzik a fogadóterület turizmusának fejlesztéséért, menedzsmentjéért felelős szervezet, amely kompetenciákkal, megfelelő szakmai ismeretekkel és finanszírozási háttérrel rendelkezik. Ez a sajátosság abból fakad, hogy az ukrajnai idegenforgalmi rendszer nem áll azon a szinten, mint fejlettebb országok esetében, Ukrajnában sem turizmus törvényről, sem a turisztikai desztinációk szakmai irányítását végző intézményrendszeréről nem beszélhetünk (Aubert – Berghauer – Beták – Pálfi – Nod, 2021).

2. FEJEZET

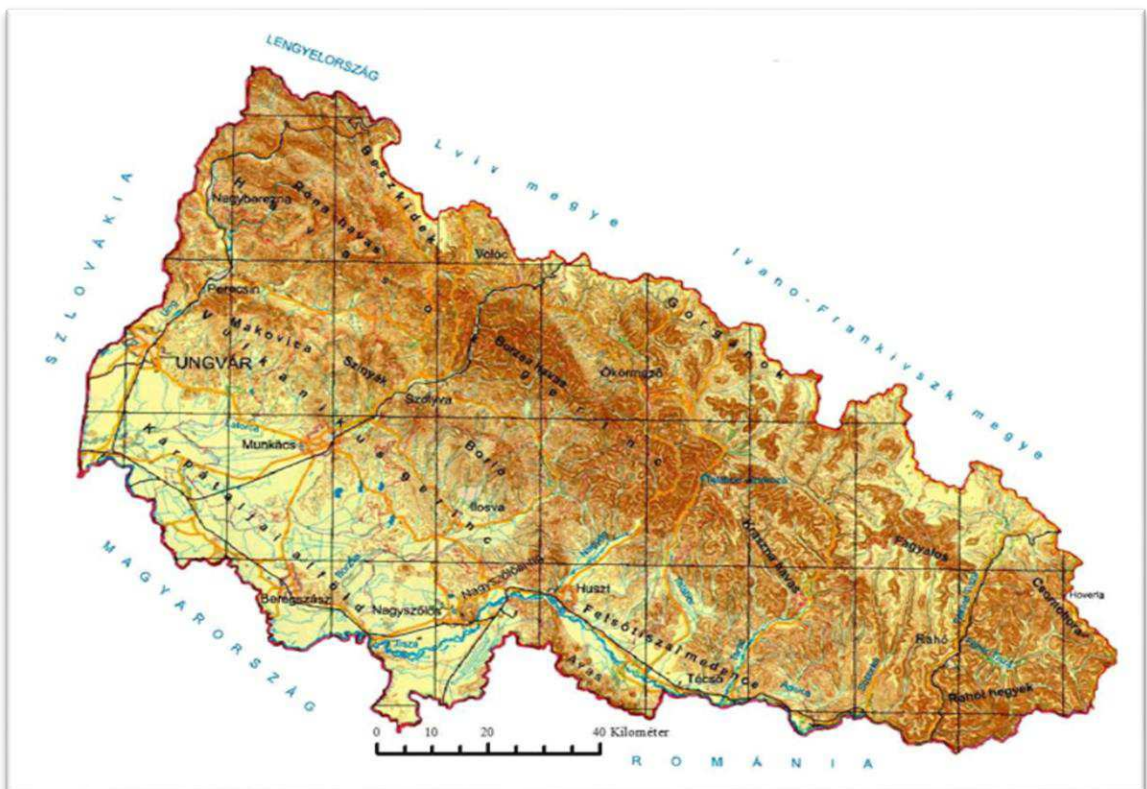
A TURISZTIKAI CÉLTERÜLET BEMUTATÁSA

2.1. Kárpátalja turisztikai vonzerői

Az elméleti részre alapozva a munka további részében röviden feltárássra kerülnek a megye turisztikai vonzerői, melyek rövid bemutatása az előzőekhez hasonló módon, természeti és ember alkotta vonzerők formájában valósul meg. Kárpátalján mindkét vonzerőtípus rendelkezésre áll.

A természeti vonzerők megyénk kedvező földrajzi fekvésének, változatos domborzati viszonyainak és ásványi kincseinek köszönhetően alakultak ki és a későbbiekben tárgyalt turisztikai termékek is ezekre az erőforrásokra épülnek.

A 12,8 ezer km² nagyságú Kárpátalja területét 80%-ban alacsony és közepmagas hegység borítja. Földszerkezeti alapját két egység alkotja: a Kárpátaljai-süllyedék és a Gyűrt-Kárpátok (2. ábra), Kárpátalja hegyvidéki területe három részre osztható: Vízválasztó-vonulat, Havasi-vonulat és Vihorlát-Gutini vulkáni vonulat.



2. ábra. Kárpátalja domborzati egységei.

Forrás: Vavilin, A. 2005; Szerkesztette: Izsák T.

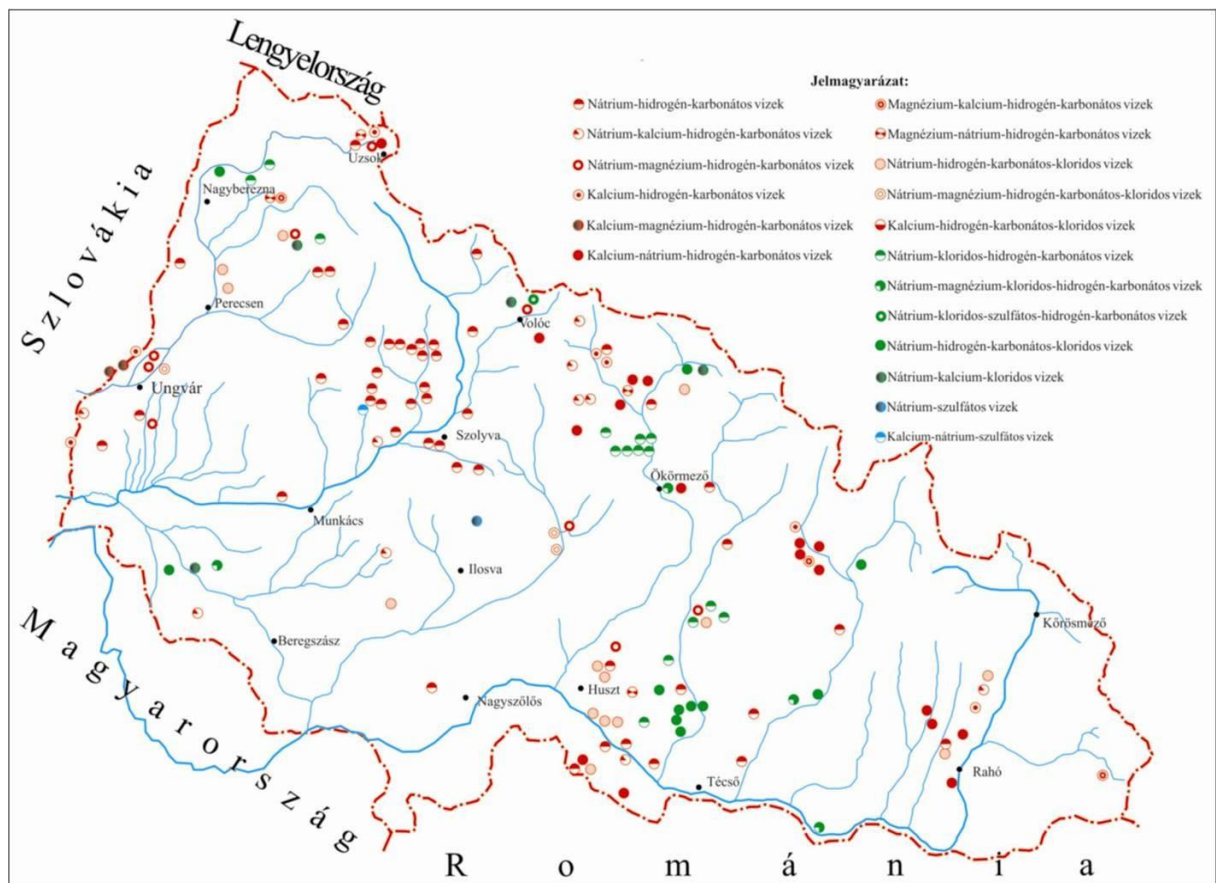
A Vízvázalasztó-vonulat részei a Keleti-Beszkidék és a Gorgánok. Innen délre húzódik a Havasi vonulat, melyet a Tisza jobb oldali mellékfolyói osztják a következő hegységekre: Róna-havas (1000–1400 m), Borzsa-havas (1200–1600 m), Kraszna-havas (1200–1500 m), Szvidovec (Fagyalos, 1500–1800 m), Csornohorai-masszívum (1400–2000 m) és a Rahói-hegyek (1700–1900 m) (Izsák, 2012; Berghauer, 2012).

A Havasi-vonulattól délre haladva a Vihorlát- Gutini vulkáni vonulat található, melyet a Vihorlát, Makovica, Szinyák, Borló-Gyil, Hát-gerinc, Nagyszőlősi-hegység, az Avas, Kőhát és Gutin hegységek alkotnak. Az erdővel borított hegyvidékek lehetőséget adnak gyalogtúrák lebonyolításához (Izsák, 2012; Berghauer, 2012; Tarpai, 2013).

A domborzati viszonyoknak köszönhetően Kárpátaljára a sűrű vízhálózat jellemző. Kárpátalján összesen 9429 kisebb-nagyobb folyó található, melyek összhossza 19 578 km. A Fekete- és a Fehér-Tisza Rahónál egyesül, és összegyűjtve Kárpátalja valamennyi folyójának vizét, szállítja azt a Dunába és a Fekete-tengerbe. Legjelentősebb folyók az Ung, a Latorca, a Borzsa, Talabor, Nagyág. Kárpátalja folyóinak a megye hegyi jellegéből fakadóan a látványértéke magas, melyet tovább fokoznak a vízesések (Sipot-vízesés, Lumsori-vízesés), a tavak és szurdokvölgyek (Berghauer, 2012; Tarpai, 2013; Sass, 2019).

A tavak száma Kárpátalján kevésbé jelentősebb, mint a folyóké. Összesen 32 természetes tó található megyénkben. A legkülönlegesebb a magashegyi Szinevéri-tó, melynek területe 5 hektár, a tó elterjedt látványosság a turisták körében, és jelentős infrastruktúra épült rá az utóbbi években. Ismert tavak Kárpátalján emellett az aknaszlatinai Sós-tavak, a Brebeneszkul-tó (Ukrajna legmagasabban fekvő tava-1801 m) (Berghauer, 2012; Tarpai, 2013).

Kárpátalja bővelkedik ásvány- és termálvizekben, melyeknek kémiai összetétele rendkívül változatos, ezzel tovább gazdagítva a megye turisztikai kínálatát. Kárpátalja legelterjedtebb ásványvízfajtái: szénsavas, hidrogén-szulfidos, szilíciumos, bórsavas, jódos, brómos. Az ásványvizek lelőhelyei (3. ábra) főként a hegyvidéki, előhegyi területek (Munkács és környéke, Felső-Tisza-vidék), míg a termálvizeké inkább a síkvidéki területek (Bereg, Ugocsa, Ungvár és környéke) (Skljanka, 2006; Berghauer, 2012; Tarpai, 2013).



3. ábra. Kárpátalja ásványvízforrásai

Forrás: Mescsenko, V. 1956;

Szerkesztette: Berghauer S.

Kárpátalja természeti értékeit két nemzeti park – a Szinevéri és az Ungi Nemzeti Park –, egy bioszféra rezervátum (Kárpáti Bioszféra Rezervátum) 8 tájvédelmi körzet, számos természeti emlék és 44 kultúrpark őrzi. A Kárpáti Bioszféra Rezervátum egyes részei az UNESCO természeti örökségének listájára kerültek, hogy megóvják az ott található mérsékeltövi őserdőket és azok változatos élővilágát (Berghauer, 2012).

A változatos természeti adottságok mellett rengeteg kulturális és ember alkotta vonzerőt találhatunk Kárpátalján, amelyek turisztikai szempontból jelentős értéket képviselnek.

Kiemelkednek ezek közül a megye várai, kastélyai, mint például a Munkácsi- és Ungvári vár, Beregszentmiklósi várkastély, Dolhai-várkastély. Legkiemelkedőbbek turisztikai szempontból a munkácsi és az ungvári, előbbi Kárpátalja leglátogatottabb turisztikai objektuma. A fentebb említett vonzerőkön kívül Kárpátalján számos történelmi emlékhely található, emléktáblák, obeliszek, melyek neves eseményekről, csaták helyszíneiről állítanak emléket. Magyar vonatkozásban az egyik legjelentősebb emlékhely a megye területén a

Vereckei-hágó, mely honfoglaló őseink előtt tiszteleg (Tarpai, 2013; Berghauer – Sass, 2019 (szerk.)).

Jelentős vonzerőnek számítanak a várromok is, melyek közül a legismertebbek a nevickei, a szerednyei, a kovászói, a huszti, a nagyszőlősi Kankóvár, és a királyházi Nyalábvár romjai (Tarpai, 2013).

A vallási sokszínűségnek tudható be, hogy számos templom és kolostor is színesíti a felhozatalt Kárpátalja ember alkotta vonzerőit tekintve. Említésre méltó a gerényi görögkatolikus körtemplom (rotunda), a beregszászi és a nagyszőlősi katolikus templomok, a huszti és a viski festett mennyezetű erődtemplomok, valamint a técsői és csetfalvai festett kazettás mennyezetű templomok.

Szintén különleges helyet foglalnak el a templomok között a fatemplomok, melyek közül a körösmezői és az uzsoki az UNESCO örökségvédelmi listájára is felkerült. Felépítésük szerint a Kárpátalján élő ruszin néprajzi csoportok alapján különböztetik meg őket (lemkó, bojkó, hucul és dolisnyák) (Deschmann, 1990; Kovács, 1999).

Ember alkotta vonzerőnek minősülnek a fesztiválok és a rendezvények. A vidék jelenlegi fesztiváljai is a megyében élő különböző népekre, kultúrákra, vallási felekezetekre, illetve a területen megtermelt mezőgazdasági termékekre (szőlő, burgonya, paprika, szilva barack stb.) épülnek. Az idelátogatók részt vehetnek művészeti fesztiválok (tánc, zene), zenei, gasztronómiai valamint italfesztiválok. Legtöbbjüket az Ungvári, Beregszászi és Munkácsi járásokban szervezik (Sass, 2016; Sass, 2019).

Új, népszerű fesztivál Kárpátalján a japán cseresznye (szakura) virágzásának fesztiválja, amely április végén, május elején zajlik Ungvár városában (Sass, 2019).

Említésre méltóak Kárpátalja néprajzi hagyományai is, melyek alatt a helyi népi kultúra anyagi és szellemi javainak összességét értjük. Visken és Izán nagy hagyománya van a csuhéfonásnak, mely a turizmus hatására újra előtérbe került (Tarpai, 2013).

Ide sorolható a szövés és a hímzés, mely a Beregvidékre és a Felső-Tisza-vidékre jellemző. Különös népszerűségnek örvend a beregi szóttas, amely az utóbbi időben turista csalogató terméké vált (Tarpai, 2013).

Kárpátalja több évszázados borkultúrával rendelkezik, a vidéken már a III. században foglalkoztak szőlőtermesztéssel. A rendszerváltást követően indult el ennek az ágazatnak a jelentős fejlődése, megjelentek a borkóstoló helyek, pincészetek, borászatok. Majd 2008-ban létrejött a Kárpátaljai Turisztikai Borútvonala, melyen végighaladva megismerkedhetünk a térség legjobb boraival és ételeivel. Legismertebb kárpátaljai borospince a Szerednyén található pincerendszer, ami az UNESCO védelme alatt áll (Tarpai, 2013; Sass, 2019).

2.2. Kárpátalja turisztikai termékei

A szakirodalom alapján a szerzők Kárpátaljával kapcsolatban két, három vagy négy működő turisztikai terméket tartanak számon. Kiemelten kezelik, az egészség és/vagy gyógyturizmust, a síturizmust a természetjárást, bakancsos turizmust, és a falusi (zöld) turizmust (Berghauer – Sass, 2019 (szerk.)).

2.2.1. Egészségturizmus

Az egészségturizmus olyan turisztikai termék, melynek során az utazó fő motivációja egészségi állapotának javítása vagy megőrzése, tehát a gyógyulás vagy a megelőzés. Az egészségturizmusnak attól függően, hogy a gyógyulás vagy a megelőzés a termék központi eleme, két alszektorát különíthetjük el; a gyógyturizmust és a wellness-turizmust (Michalkó, 2007).

A természet nyújtotta ásványi kincseken alapszik Kárpátalja egészségturizmusa (termál- és ásványvízforrások). Ennek megteremtésében a szovjet időszak játszott meghatározó szerepet, amikor is elkezdődött az ásványi kincsek feltárása és annak hasznosításához szükséges infrastruktúra kiépítése. A rendszerváltás óta sikeresen felújították és tovább fejlesztették a ránk hagyott épületeket, komplexumokat (Berghauer, 2012).

A 90-es évektől kezdve az egészségturisztikai létesítmények száma növekvő tendenciát mutatott, egészen 2008-ig. 2017-es adatok alapján 42 egységet tartottak számon. Köztük volt 16 szanatórium, 2 gyermekszanatórium, 1 kezelőház, 3 gyermekintézet (egész évben működő egészségügyi és gyermekközpont), 3 pihenőház, 1 pihenőhely, 14 rekreációs központ és egyéb szabadidős létesítmény (a turisztikai központok kivételével), 2 egészségügyi intézmény (1-2 napos tartózkodásra).

Az egészségturizmust kiszolgáló intézmények 42,9%-át 2017-ben a szanatóriumok alkották, speciális szálláshelyeken a férőhelyek száma 5 141 férőhely volt, a kiszolgált személyek száma 75 182 fővolt (Kárpátalja – Szanatóriumok és turizmus 2017; 2018; Berghauer – Sass, 2019 (szerk.)).

Az intézmények elosztását tekintve legtöbb egészségturisztikai létesítménye a Técsői járásnak van (31,0%), ezt követi a Szolyvai (16,7%), Munkácsi (9,5%), Huszti, Ungvári és Nagyszőlősi (7,1%), Beregszászi és Ökörmezői járások (4,8%) (Kárpátalja – Szanatóriumok és turizmus 2017; 2018).

Az egészségturizmus két fontos része a gyógyturizmus, amelyet kúraszerűen betegségek megelőzésére alkalmazzák, illetve a wellness-turizmus, melynek célja a rekreáció, relaxáció (Boros – Mondok - Várhelyi, 2012).

Kárpátalján mára ezek nem különülnek el, tulajdonképpen összemosódtak, így az egészségturizmus egyfajta gyűjtőfogalommá vált. Ez betudható a Kárpátalján is fokozatosan megjelenő modern SPA és wellness szolgáltatásoknak (Berghauer – Sass, 2019 (szerk.)).

Gyógyturizmus

A gyógyturizmus a konkrét betegség gyógyítása, kezelése, vagy utókezelése céljából különféle, természeti gyógytényezőre (gyógyvíz, gyógybarlang, gyógyiszap, mikroklíma) épülő gyógymódok igénybevételéhez kapcsolódik, melyek elsősorban gyógyfürdőkben, egészségügyi, illetve gyógyintézetekben, érhetők el (Kincses, 2011).

Nagy jelentőségű egészségturisztikai létesítmények találhatók a következő településeken: Polena (Szonyácsne Zakarpatyje és Polena szanatóriumok), Királyfi szállás (Kvitka Polonini szanatórium), Beregszentmiklós (Kárpáti szanatórium), Kékesfüred (Szinyák szanatórium), Saján (Saján szanatórium), Tiszaborkút (Hirszka Tisza szanatórium), Vízköz (Verhovina szanatórium), Dolha (Borzsava szanatórium) stb.

A termálfürdők mellett az idelátogatóknak lehetősége van iszappakolásra, többféle szaunázási lehetőségre és egyéb kezeléseket is kaphatnak, valamint élményfürdőzésre is lehetőségük nyílik (sanatoriizakarpatia.com; Berghauer – Sass, 2019 (szerk.)).

Wellnes-turizmus

A wellness-turizmus fogyasztói elsősorban az egészségtudatos életmód követőiből és az ez iránt érdeklődőkből állnak.

A wellness-turizmus Kárpátalján az elmúlt néhány évben kezdett formálódni és fejlődni. Kárpátalja szerte vannak ilyen profilú létesítmények: Ungvarszkij Etnowellness Hotel (Ungvár), Hotel Resort & Spa Kamelot (Ókemence), Bogolyvár Eco Resort & Spa (Antalóc), Publo Spa Hotel (Visk), Davir Spa Resort (Rónafüred), Girska Tysa Health Resort (Tiszaborkút) stb. Számos intézmény wellness- és gyógyközponttal is rendelkezik: Troyanda Karpat (Beregvár), Grand Hotel Pylypets (Fülöpfalva), Recreation Complex Zhyva Voda (Ökörmező), Recreation Complex Uzhanski Kupeli (Uzsok), Voevodyno Resort (Turjavágás), Kaszonyi termálfürdő és Aquapark (Kaszony) (Berghauer – Sass, 2019 (szerk.)).

2.2.2. Síturizmus

Az éghajlati és a domborzati adottságoknak köszönhetően Kárpátalján a síturizmus turisztikai termékévé nőtte ki magát. A Kárpátok hegyei és előhegyei alkotják a megye területének közel 80%-át, ami kitűnő lehetőséget biztosít a téli sportok szerelmeseinek. A fejlődő infrastruktúra hatására egyre több látogatót vonzanak a síkomplexumok, főként belföldi turistákat. Az idelátogatók több, mint 70 sípályát próbálhatnak ki. Megyénk egyes területein a hótakaró vastagsága, megfelelő időjárási körülmények között, az év 6 hónapjának folyamán biztosít folyamatos síelési lehetőséget (Tarpai, 2013).

A pályák átlagos hossza 700 méter, de található Kárpátalján 1000 (Kékesfüred, Körösmező, Alsószinevér), 1200 (Felsőhidegpatak) valamint 1800 méteres (Padóc) sípályák is, egészen 75-100 méter hosszúságtól, amelyek a kezdők és gyereke számára ideálisak.

Kárpátalja, és egész Ukrajna legmagasabb sípályája a Drahobrát (10 km). Ám a legnagyobb érdeklődést megyénkben Bukovel síterepei generálják, mint belföldi, mint nemzetközi szinten is. A szóban forgó, európai színvonalnak is megfelelő síkomplexumot tudatosan fejlesztik évek óta (Berghauer, 2012; Tarpai, 2013; Sass, 2019).

2.2.3. Természetjárás és bakancsos turizmus

A természetjárás és bakancsos turizmus, az aktív turizmus egyik alkotó eleme. Kárpátalja érintetlen tájainak és kedvező morfológiai adottságainak köszönhetően, remek helyszínt biztosít a gyalogtúrák levezetésére. A többnapos, napi 40–45 km-es szakaszokat is meg tudunk tenni megyénk hegységeiben, téli, családi vagy akár tematikus (például a Tisza forrásvidéke, Árpád-vonal) gyalogtúrák lebonyolítása is megoldható (Berghauer, 2012).

A legismertebb gyalogtúrák a természeti értékeinket védő Szinevéri Nemzeti Parkra és a Csornahorai-masszívumra irányulnak. Kárpátalja hegycsúcsainak megmászása nem igényel nagyobb fizikai vagy speciális felkészülést, így azokat bárki meghódíthatja. A legnépszerűbb csúcs a Hoverla (2061 m), Brebeneszkul (2035 m), Pip Ivan (2029 m), Pietrosz (2020 m), Turkult (1932 m), Bliznica (1881 m).

Ezen felül gyakran látogatják Kárpátalja hágóit, (Vereckei, Tatár, Uzsoki, Volóci) valamint a hegyvidéki tavak környékét (Brebeneszkul-tó, Neszamovite-tó) (Szilágy, 2006; Berghauer, 2012; Kárpátalja turisztikai útvonalai, 2010).

2.2.4. Falusi turizmus

A falusi turizmus az egyik legvitatottabb turizmusfajta, mivel fogalmának meghatározásával kapcsolatban nincs egyetértés sem a nemzetközi, sem a hazai szakirodalomban. A falusi turizmus kifejezésére a szakértők gyakran használnak olyan szinonim értelmű fogalmakat, mint a vidéki-, agri-, agro-, farm- vagy zöldturizmus (Szabó, 2007).

Kárpátalján a falusi turizmus a rendszerváltás után kezdte bontogatni szárnyait, amikor is az alacsony színvonalú kereskedelmi-szálláshelyek helyett, a falusi vendéglátókat részesítették előnyben az idelátogatók. A turizmus ezen ágazatában a Beregszászi járásnak van a legkiemelkedőbb szerepe (Berghauer, 2012).

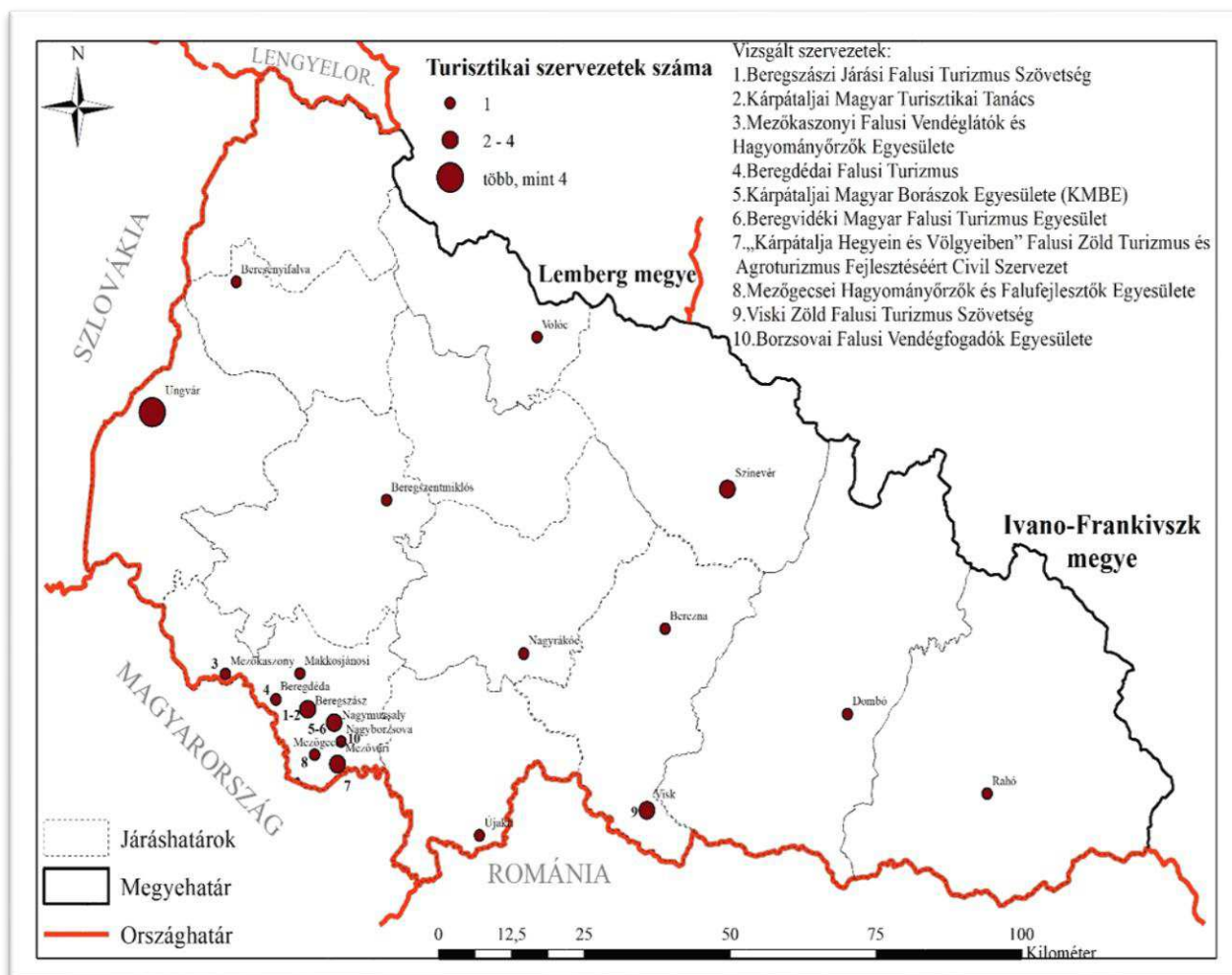
A turisztikai szolgáltatást nyújtó falusi vendégházak megtalálhatók a megye összes járásában, viszont a hivatalos adatok nem ezt tükrözik. Az Ukrajnában fellelhető (377) falusi vendékházak között Kárpátalján mindössze 8 található (Kárpátalja – Szanatóriumok és turizmus 2017; 2018; Sass, 2019).

A Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács magyarországi minta alapján 2018-ban elkezdte a szálláshelyek kategorizálását és a szolgáltatások minőségének javítása céljából bevezette a „Kárpátaljai falusi vendégház” és a „Kárpátaljai vendégház” minősítő védjegyet Kárpátalja magyarlakta területein (Berghauer – Sass, 2019 (szerk.)).

2.3. Turisztikai szervezetek Kárpátalján

Kárpátalja turisztikai jellegét jól hangsúlyozza, hogy területén a turisztikai szolgáltaók mellet több turisztikai szervezet is tevékenykedik (4. ábra). A „Welcome to Zakarpattia” turisztikai-információs portál adatai alapján hivatalosan bejegyzett turisztikai szervezetből 27 darabot találunk megyénkben (1. melléklet).

A kutatásba bevont szervezetek közül (1. táblázat) az adott felületen csak négy szervezet szerepel. A fenti információkat az *opendatabot.ua* felületen ellenőriztük és ezek alapján elmondható, hogy a vizsgált turisztikai szervezetek többsége (9 db) hivatalosan működik megyénkben.



4. ábra. Turisztikai szervezetek Kárpátalján

Forrás: http://www.transcarpathiatour.com.ua/sites_catalog; opendatabot.ua

Szerkesztette: Pisták D.

Helyileg a legtöbb bejegyzett szervezet Ungváron található (8 db), ezen szervezetek főként általánosan, átfogó jelleggel foglalkoznak a turizmussal, továbbá jellemző, hogy a turizmusfejlesztés jegyében működnek (Kárpátaljai turisztikai vállalkozások szövetsége, Ügynökség a Kárpáti régió Fenntartható Fejlődéséért "Forza", Ukrán-Magyar Regionális Fejlesztési Központ), de találunk közöttük sport-turizmus profilú (Kárpátaljai Sportturisztikai Szövetség) és fogyatékkal élők turizmusát támogató szervezetet is (Спілка туризму для людей з обмеженими фізичними можливостями „Відродження”).

A Beregszászi járásban 8, míg Beregszászban 4 bejegyzett turisztikai szervezet található. Ezeknek a szervezeteknek a profilja, a helyi sajátosságoknak megfelelően, a falusi turizmus, a falusi-zöld turizmus, az agro-turizmus, valamint a helyi hagyományok őrzésére irányul (Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség, „Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben”

Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztéséért Civil Szervezet, Mezőegcsei Hagyományőrzők és Falufejlesztők Egyesülete).

1. táblázat. A kutatásban szereplő turisztikai szervezetek

	A szervezet neve	A szervezet neve ukrán nyelven	A szervezet elnöke	A szervezet címe	Az alakulás éve
1.	Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség	Берегівська районна спілка сільського туризму	Csizmár Sarolta	90202 Beregszászi járás, Beregszász, Hősök tere 6.	1995
2.	Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács	Закарпатська угорська туристична рада	Mester András	90202 Beregszászi járás, Beregszász, Timoscuk M. út 6.	2015
3.	Mezőkaszonyi Falusi Vendéglátók és Hagyományőrzők Egyesülete	Берегівська районна спілка власників садиб сільського туризму із збереженням народних традицій села Косонь	Karmacsi Zoltán	90223 Beregszászi járás, Mezőkaszony, Kossuth utca 97.	2009
4.	Beregdédai Falusi Turizmus	Спілка сільського туризму с. Дийда	Homoki Szilvia	90234 Beregszászi járás, Beregdéda, Árpád utca 121.	2003
5.	Kárpátaljai Magyar Borászok Egyesülete (KMBE)	Спілка угорських виноробів закарпаття	Bereczky István	90260, Beregszászi járás, Nagymuzsaly, Vuzka utca 2.	2018
6.	Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület	Спілка угорського сільського туризму берегвідейка	Bereczky István	90260, Beregszászi járás, Nagymuzsaly, Vuzka utca 2.	2012
7.	„Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztéséért Civil Szervezet	Організація сприяння розвитку сільського зеленого та агротуризму “Долинами та горами Закарпаття”	Filep Éva	90255 Beregszászi Járás, Vári, Malom utca 6.	2009
8.	Mezőegcsei Hagyományőrzők és Falufejlesztők Egyesülete	Гечанське товариство розвитку села та охорони народних традицій	Mester András	90251 Beregszászi járás, Mezőegcse, Svitankova út 93.	2010
9.	Viski Zöld Falusi Turizmus Szövetség	Вишківська спілка громадян сільського зеленого туризму	Ötvös Ida	90454 Huszti járás, 90454 Visk, Fodó Sándor utca 49.	2000
10.	Borzsovai Falusi Vendégfogadók Egyesülete		Csizmár Sarolta	90256 Beregszászi járás Borzsova, Kossuth u. 89.	1997/2000

Forrás: Saját szerkesztés

A korábban már említett turisztikai-információs portál alapján a megye további járásaiban a szervezetek száma már csekélyebb. A Nagybereznaiban 2 és a Huszti járásban 3 bejegyzett szervezet található, a Nagyszőlősi járásban 1 (Спілка громадян „Південно

Угочанського сільського зеленого туризму та агротуризму”) a Volóci, Ilosvai, Munkácsi, Perecsenyi, Rahói és Técsői járásokban szintén 1-1 szervezet van bejegyezve. A szervezetek tevékenységi profilja ebben az esetben is elsősorban a falusi- zöld-, agro- és ökoturizmusra orientálódik.

A szervezetek profilját és tevékenységét figyelembe véve jól kirajzolódik vidékünk rurális jellege. Nem véletlen tehát, hogy a falusi turizmus, mint turisztikai termék úgy a magyarlakta, mint az ukrán vidékeken is kiemelkedő szerepet foglal el a turisztikai termékek és turisztikai tevékenységek között. Másrészt, az is jól érzékelhető, hogy a falusi turizmussal ellenben a nagyobb turisztikai szereplők nem tartják fontosnak a szakmai szervezetekbe való tömörülést, azok fenntartását.

3. FEJEZET

A KUTATÁS EREDMÉNYEI

3.1. Kutatási módszerek

Kutatásom során a teljesebb és átfogóbb eredmény érdekében primer és szekunder módszert használtunk.

A szekunder adatok összegyűjtése két részből áll. Elsőként a téma elméleti megalapozásával kezdtünk, taglaltuk a témával kapcsolatos fogalmakat, hogy mi is az a turisztikai termék és turisztikai vonzerő. Továbbá leírásra kerültek azok az általános és helyi feltételek, amelyek a turizmus létrejöttéhez és működéséhez szükségesek. A szekunder kutatás második részében a vizsgált célterületet mutatjuk be. Bemutattuk Kárpátalja turisztikai vonzerőit, külön taglalva a természeti – és ember alkotta vonzerőket, illetve megyénk turisztikai termékei kerülnek leírásra.

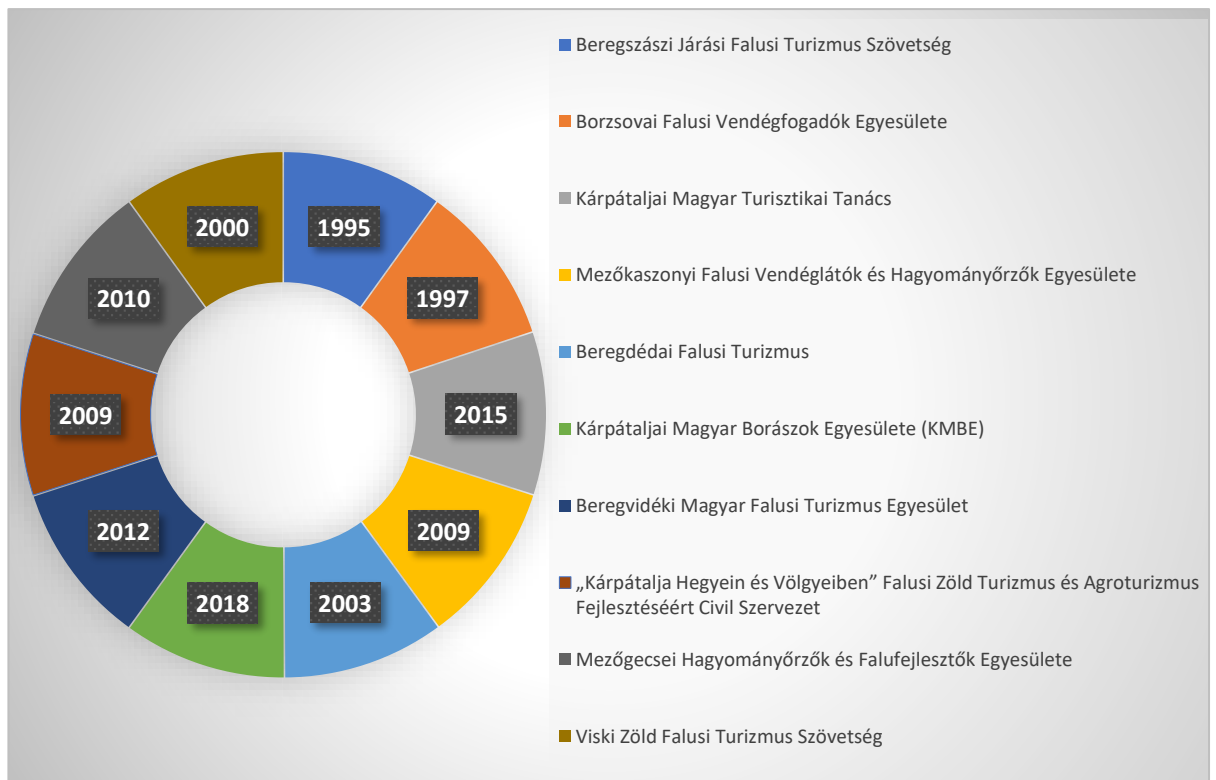
Szakedolgozatomban a szekunder adatok elemzésén túl primer kutatásra is támaszkodunk. A primer kutatás alapjai a Pécsi Tudomány Egyetem Turizmus Tanszékének és a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Földtudományi és Turizmus Tanszékének közös kutatása során lettek kidolgozva az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú „Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek” projekt keretében. A téma feltárásához kérdőíves felmérést alkalmaztunk és célzottan a kárpátaljai magyarok életterében tevékenykedő turisztikai szervezeteket szólítottuk meg. A szervezeteket többsége aktív tevékenységével jelentősen hozzájárul a régió turizmusának fejlesztéséhez, fogadási feltételek javításához, a kisebb turisztikai szereplők érdekeinek érvényesítéséhez és a desztináció fejlődéséhez. A kutatás során 10 szervezet töltötte ki a kérdőívet, amelyben 27 kérdést kellett megválaszolniuk.

A kérdőíves kutatás során célirányos kérdések segítségével próbáltunk minél átfogóbb információmennyiséget begyűjteni majd feldolgozni a szervezetek működését, illetve tevékenységét illetően (szervezeti struktúra, humán erőforrás jellemzők, pénzügyi háttér marketingtevékenység). A mintaszám ugyan nem tekinthető nagynak, de gyakorlatilag lefedi a helyi magyar közösség ilyen jellegű szerveződéseinek nagyobb részét. Másrészt, fontos megemlíteni, hogy a primer kutatás során a mintavételi anyag lekérdezésénél személyes találkozásra nem került sor. A jelenlegi járványhelyzetre való tekintettel a kérdőívek elektronikusan kerültek kiküldésre, amit minden esetben telefonos egyeztetés előzött meg.

3.2. A kérdőíves kutatás eredményeinek bemutatása

A téma feltárásához kérdőíves felmérést alkalmaztunk. Olyan turisztikai szervezeteket kérdeztünk meg, melyek tevékenységük révén jelentősen hozzájárulnak a régió turizmusának fejlesztéséhez és a turisztikai fogadási feltételek javításához. Ennek során 10 db szervezet töltötte ki a kérdőívet, amelyben 27 kérdést tettünk fel számukra.

A vizsgált turisztikai szervezetek többsége az ezredforduló környékén alakult (1995-2018). A turisztikai szervezetek sorából legkorábban a Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség (1995) és Borzsovai Falusi Vendégfogadók Egyesülete (1997/2000) alakult meg (5. ábra). A legfiatalabb szervezet a felmérésünkben Kárpátaljai Magyar Borászok Egyesülete (KMBE, 2018) volt. Átlagot tekintve a szervezetek 2006-2007 között jöttek létre.



5. ábra. A szervezetek alakulásának dátuma

Forrás: Saját szerkesztés

A szervezetek megalakulásának hátterében legtöbb esetben az önálló kezdeményezést nevezték meg a válaszadók, ám esetenként konkrétan a pályázati háttér, lehetőség is szerepet játszott a létrehozásukban, valamint támogató szervezeti kezdeményezés. Illetve két esetben korábbi szervezeti tevékenység újraindítása volt a válasz („Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben”

Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztésért Civil Szervezet és Beregdédai Falusi Turizmus szervezetek).

A szervezet profilját illetően (2. táblázat) szabadon válaszolhattak a megkérdezettek, három esetben a válasz a szakmai érdekképviselet volt, de több megkérdezett válasza a szervezet nevéből is adódóan a falusi turizmushoz kapcsolódott. A Mezőegecsei Hagyományörzők és Falufejlesztők Egyesülete pedig a helyi hagyományörzést jelölte meg fő profiljaként.

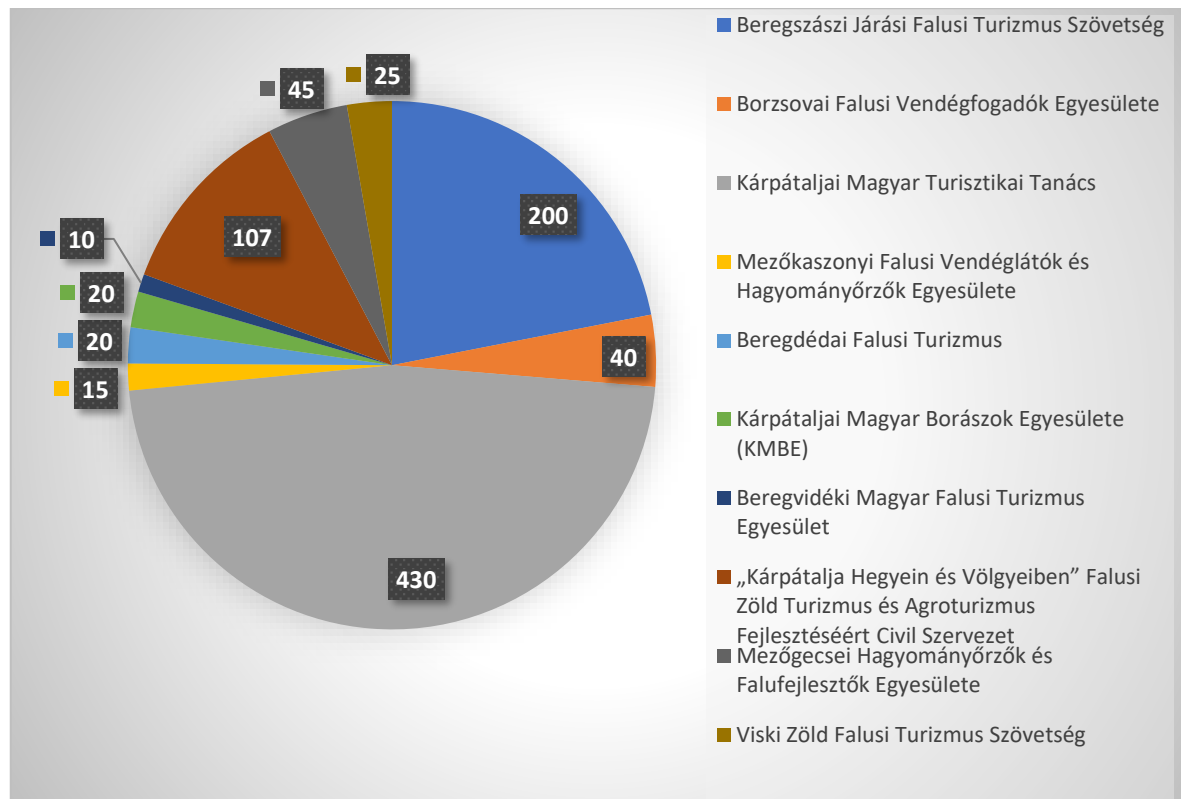
2. táblázat. A vizsgálatban szereplő turisztikai szervezetek fő profilja

Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség	Szakmai érdekképviselet
Borzsovai Falusi Vendégfogadók Egyesülete	Szakmai érdekképviselet
Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács	Szakmai szervezet, segítségnyújtás civil szervezeteknek és magánszemélyeknek, akik a turizmusból érdekeltek
Mezőkaszonyi Falusi Vendéglátók és Hagyományörzők Egyesülete	A falusi turizmus megszervezése, koordinálása és a szolgáltatások, a programok, a kínálat fejlesztése a településen
Beregdédai Falusi Turizmus	Szállás és félpanziós ellátás.
Kárpátaljai Magyar Borászok Egyesülete (KMBE)	A kárpátaljai magyar családi borászatok érdekképviselete, szakmai segítése a magasabb borminőség elérése és a jobb boldogulás érdekében
Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület	Turisztikai attrakciók szervezése, falusi turizmus népszerűsítése, magyar gasztronómia megőrzése és továbbadása
„Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztésért Civil Szervezet	A szervezeti tagok gazdasági, jogi, társadalmi és egyéb közös érdekeinek védelme, a falusi zöld turizmus és Agrárturizmus fejlesztésének elősegítése Kárpátalján
Mezőegecsei Hagyományörzők és Falufejlesztők Egyesülete	Helyi hagyományörző egyesület
Viski Zöld Falusi Turizmus Szövetség	Vendéglátás, programok szervezés

Forrás: Saját szerkesztés

A szervezetek tagjainak számát tekintve a válaszok nagyon különbözőek voltak (6. ábra). A legkevesebb taggal a Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület rendelkezik (10 fő), illetve a Mezőkaszonyi Falusi Vendéglátók és Hagyományörzők Egyesülete (15-20 fő). A legnagyobb létszámú szervezet a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács (430 fő), amelyet a

Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség (200 fő) követ. A „Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztéséért Civil Szervezet is több, mint száz taggal rendelkezik. Átlagosan a kutatásban résztvevő szervezetek taglétszáma 91-92 fő között mozog.

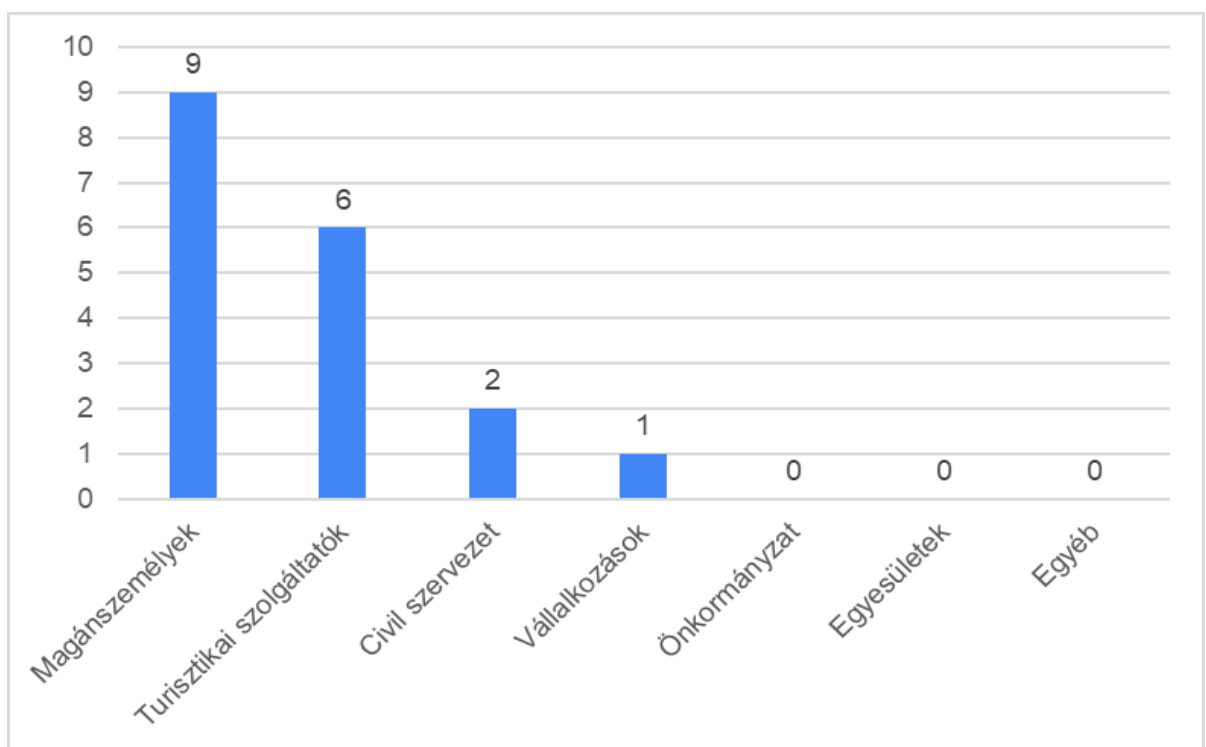


6. ábra. A vizsgált szervezetek tagjainak száma

Forrás: Saját szerkesztés

A kutatás során szintén kérdésként merült fel a taglétszám alakulása annak dinamikája és a, hogy a szervezetek tagjainak száma az alapítás óta milyen mértékben változott. Legtöbbször a „stagnál” és a „lassan növekedett” választ jelölték meg, és csupán két szervezet válasza volt az (Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség és Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács), hogy az utóbbi években intenzíven növekedett a tagok létszáma. Ez a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács esetében azzal is magyarázható, hogy a szervezet a magyarországi napraforgós rendszer mintájára kidolgozta és bevezette vidékünk turizmusába a „Kárpátaljai falusi vendégház” és a „Kárpátaljai vendégház” védjegyet. Mindez előrelépést hozott a szolgáltatások terén és fontos megemlíteni, hogy egyes pályázatok esetében a minősítés pontot ér, kitétel (Sass, 2019).

A kérdőíves felmérés során megtudtuk, hogy a szervezeti tagok közé főként magánszemélyek tartoznak (7. ábra), a magánszemélyek magas száma jelzi, hogy vidékünkön sokan foglalkoznak turizmussal, de jelentős azoknak a száma is, akik nem vállalkozásszerűen tevékenykednek, és így általában a turisztikai piac kis szereplői szervezetekbe tömörülve próbálnak jobban érvényesülni. A válaszokból megtudhatjuk továbbá, hogy a turisztikai szolgáltatók is nagy szerepet játszanak szervezetek tevékenységében (Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács, Beregdédai Falusi Turizmus, Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület), ennél a kérdésnél a megkérdezettek több válaszlehetőséget is megjelölhettek.



7. ábra. A szervezetek tagságát alkotók köre

Forrás: Saját szerkesztés

Egy szakmai szervezet életének fontos mutatója a tagságon belüli munka intenzitása, hiszen a belső kapcsolat és kommunikáció segíti a tagságot a fejlődésben és a problémák megoldásában. A megkérdezett turisztikai szervezetek többségénél havi szintű, valamint havonta több alkalommal valósul meg közös szervezeti munka a tagokkal. Két szervezet életében azonban ez a tevékenység évente fordul elő, valósul meg (Beregdédai Falusi Turizmus és „Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztéséért Civil Szervezet).

A szervezetek területi szintű lefedettsége között is tapasztaltunk eltéréseket. Megyei szintű lefedettséggel csupán a „Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztésért Civil Szervezet és a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács rendelkezik. Járási szinten folytatják tevékenységüket a Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség és Kárpátaljai Magyar Borászok Egyesülete (KMBE). A többi szervezet esetében település szintű tevékenységről számoltak be a megkérdezettek. Ezek zömében a helyi hagyományörző és a helyi falusi turizmussal foglalkozó szervezetek.

Szabadon megválaszolható, kifejthető kérdés formájában kérdeztük meg a szervezetek vezetőit, hogy milyen szervezeti modellre épülnek a kárpátaljai turisztikai szervezetek. A 10 megkérdezett szervezet közül 6 darab válaszát kaptuk meg, ezen kívül pedig egy „nem tudom” választ kaptunk és 3 esetben válasz nélkül hagyták az alanyok a kérdésünket. A szervezetek válaszait a 3. táblázatban gyűjtöttük össze.

3. táblázat. A megkérdezett szervezetek szervezeti modellje

Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség	Az ukrajnai törvényeknek megfelelően hivatalosan bejegyzett jogi személyiségű alapszabállyal rendelkező nonprofit szervezet.
Borzsovai Falusi Vendégfogadók Egyesülete	Az ukrajnai törvények által megengedett nonprofit szervezetek működési szabályzatának megfelelően. A települési önkormányzat által jegyzett szervezetként van nyilvántartva.
Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács	-
Mezőkaszonyi Falusi Vendéglátók és Hagyományörzők Egyesülete	-
Beregdedai Falusi Turizmus	Falusi vendéglátás, idegenvezetés, programszervezés, félpanziós ellátás.
Kárpátaljai Magyar Borászok Egyesülete (KMBE)	Szervezetünk nonprofit alapon működik magyarországi pályázati forrásokra alapozva. Az alakuláskor készített kérdőíves felmérés alapján elkészítettük a szervezett közép-hosszú távú stratégiáját és ezt igyekszünk éves cselekvési tervekre lebontva megvalósítani.
Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület	Érdekazonosságon alapuló forma: az egységek között nincs közvetlen kapcsolat, céljaikat enélkül is el tudják érni. A kölcsönös függést annak a szükségessége hozza létre, hogy az egységek egyesítsék erőfeszítéseiket a kitűzött célok megvalósítása érdekében; ezek önálló egységek, de összehangoltan működnek.
„Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztésért Civil Szervezet	-

Mezőgécsei Hagyományőrök és Falufejlesztők Egyesülete	Civil egyesület
Viski Zöld Falusi Turizmus Szövetség	nem tudom

Forrás: Saját szerkesztés

További kérdésként merült fel, hogy a szervezetek tagjaik-e más turisztikai szerveződésnek, van-e bármilyen ilyenfajta együttműködés a szervezetek között. Szoros és kimutatható együttműködést a Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség és a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács között tapasztaltunk, ugyanis előbbi tagja a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanácsnak. Egyedül a „Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztéséért Civil Szervezet jelezte, hogy tagja egy magyarországi TDM-nek. Illetve egy további szervezet, a Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület pedig tagja tematikus útvonalnak. Turisztikai ernyőszervezethez öt megkérdezett szervezet tartozik. Név szerint a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács, Mezőkaszonyi Falusi Vendéglátók és Hagyományőrök Egyesülete, Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület, a Mezőgécsei Hagyományőrök és Falufejlesztők Egyesülete és a Viski Zöld Falusi Turizmus Szövetség. A Borzsovai Falusi Vendégfogadók Egyesülete, a Beregdédai Falusi Turizmus és a Kárpátaljai Magyar Borászok Egyesülete (KMBE) pedig nem tartozik semmilyen turisztikai szerveződéshez.

A következő kérdésben arra voltunk kíváncsiak, hogy mennyire jellemző a tervszerű működés, fejlődés a kárpátaljai magyar turisztikai szervezetekre, rendelkeznek-e fejlesztési tervvel. Pozitív választ kaptunk a Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség, a Borzsovai Falusi Vendégfogadók Egyesülete, a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács és a Kárpátaljai Magyar Borászok Egyesülete (KMBE) szervezetektől. Míg további két esetben (Beregdédai Falusi Turizmus, „Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztéséért Civil Szervezet) az „Igen, de nem történt érdemi előrelépés” választ jelölték. A többiektől nemleges válaszok érkeztek.

A turisztikai szervezetek életében sarkalatos a finanszírozás, pénz kérdése. Az eddigi tapasztalatok azt mutatják (Aubert et al., 2019; Tózsér, 2020), hogy a fejlődéshez és az egyes fejlettségi szintek eléréséhez nélkülözhetetlen a megfelelő támogatási háttér megléte. Kiderült, hogy a válaszadó szervezetek tagdíjra, pályázati forrásokra és önálló tevékenységből származó jövedelemre támaszkodhatnak.

Ezeknek mértéke változó volt a szervezeteknél. Kárpátaljai Magyar Borászok Egyesülete (KMBE), a Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület és a Mezőgécsei Hagyományőrök és Falufejlesztők Egyesülete életében a pályázati háttér tölti be a legnagyobb szerepet a

finanszírozás terén (50%), ekkora az aránya a támogatói forrásoknak (pl. magyarországi támogatás) a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács és a Mezőgecsei Hagyományőrök és Falufejlesztők Egyesülete életében. Az önálló tevékenységből származó jövedelem százalékos nagysága a Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület (50 % felett) és a Beregdéai Falusi Turizmus (31-40%) esetében volt magas. A tagdíj ugyan beletartozik több szervezet (4 db) működésének finanszírozásába is, de csupán csekély mértékben (10% alatt)

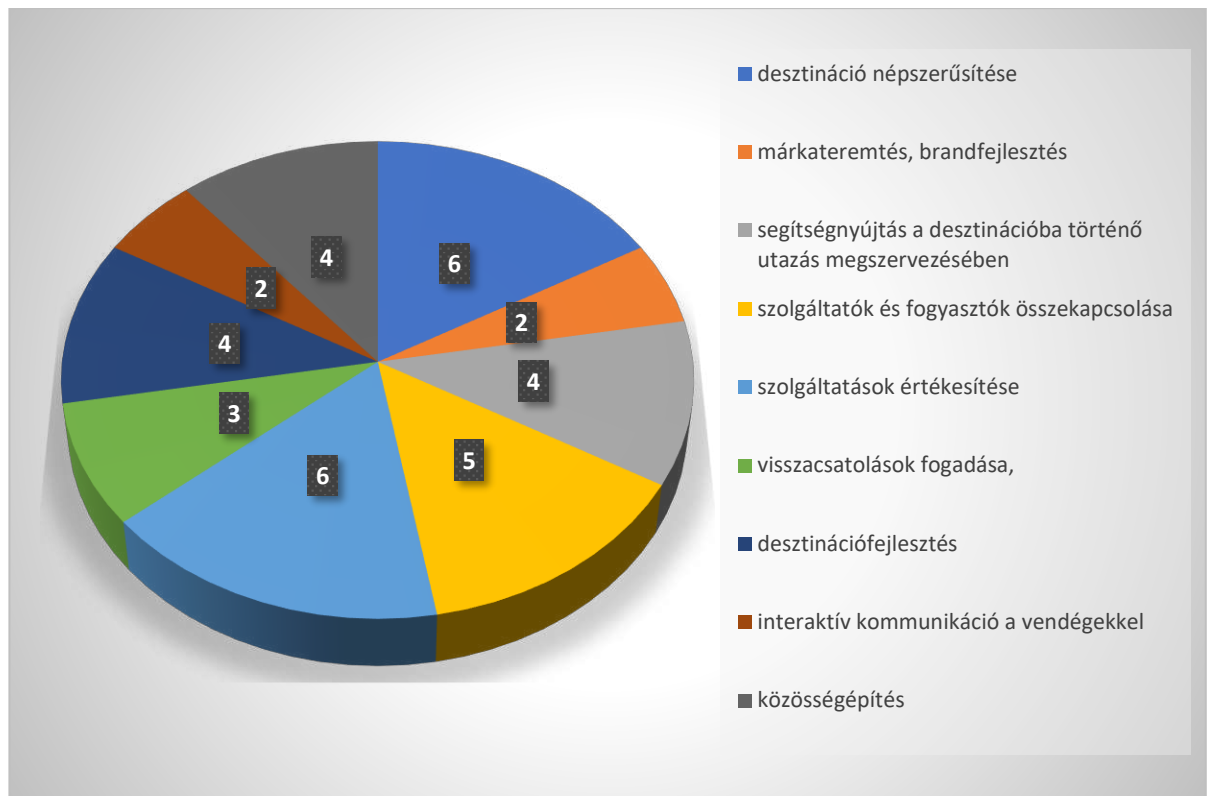
A szerény anyagi kereteket viszont az is jól tükrözik, hogy fizetett alkalmazottal egyedül a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács rendelkezik – 3 főt foglalkoztat a szervezet. A pénzügyi kérdések kapcsán kiderült, hogy általánosságban (7 szervezet) elszámolási kötelezettséggel támogató/fenntartó felé nem tartoznak, míg három esetben (Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács, Kárpátaljai Magyar Borászok Egyesülete (KMBE), Mezőgecsei Hagyományőrök és Falufejlesztők Egyesülete) vannak ilyen jellegű kötelezettségeik is.

Ezután a szervezetek marketingtevékenységére tértünk rá. A kárpátaljai magyar turisztikai szervezetek többsége végez marketingtevékenységet – ez alól kivétel a Mezőkaszonyi Falusi Vendéglátók és Hagyományőrök Egyesülete és a „Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztésért Civil Szervezet –, sőt az adott tevékenységet mindegyik válaszadó szervezet egyaránt fontosnak vagy nagyon fontosnak tartja.

Felmértük, hogy a szervezetek milyen céllal végzik marketingtevékenységüket – ebben az esetekben több válasz megadása is lehetséges volt. A marketingtevékenység folytatásánál előnyben részesítik az online tér használatát, melyen keresztül az adott desztinációt vagy szolgáltatásokat népszerűsítő információk átadását, valamint a közösségépítést, fogyasztók összekapcsolásának fontosságát részesítik előnyben (8. ábra).

Hasonló arányokban érkezett válasz a desztinációfejlesztésre, a segítségnyújtás a desztinációba történő utazás megszervezésében lehetőségre is.

Mindamellet fontos megjegyezni, hogy a megkérdezett szervezetek többsége nem elégedett marketingtevékenységével, kivételt ez alól a Beregdéai Falusi Turizmus, valamint (elégedett) a Viski Zöld Falusi Turizmus Szövetség (teljes mértékben elégedett) képeznek.



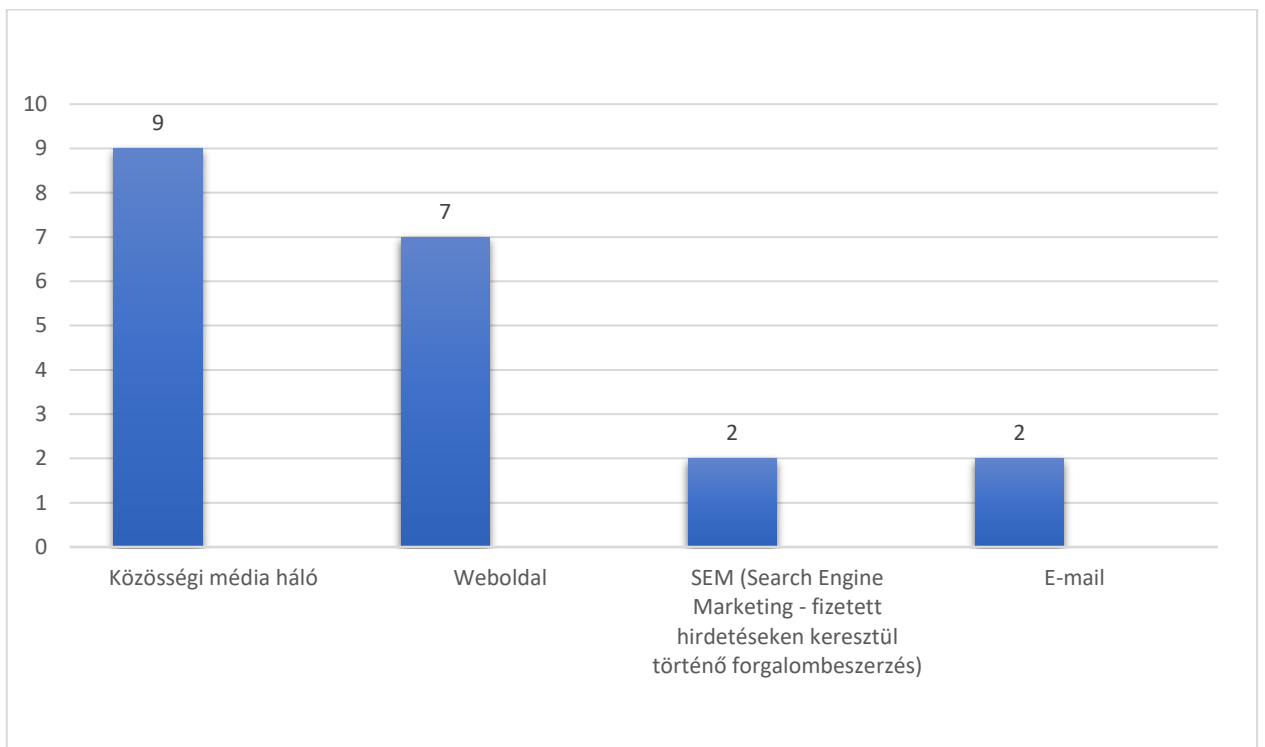
8. ábra. A szervezetek által végzett online marketingtevékenység típusainak száma

Forrás: Saját szerkesztés

Arra is kitértünk, hogy a szervezetek jövedelmük milyen arányát fordítják marketingtevékenységre. A válaszadók többsége 1-10%-ot fordít erre a tevékenységre jövedelméből, míg három szervezet esetében ez valamivel több (1-20%) (Beregdedai Falusi Turizmus, Kárpátaljai Magyar Borászok Egyesülete (KMBE), Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület). A Viski Zöld Falusi Turizmus Szövetség egyáltalán nem finanszírozza az ilyen jellegű tevékenységet, a Mezőkaszonyi Falusi Vendéglátók és Hagyományörzők Egyesülete pedig nem adott választ ezen kérdéseinkre.

A marketingre vonatkozó kérdések körében szerepelt továbbá az is, hogy milyen formában folytatják a turisztikai szervezetek marketingtevékenységüket. A megkérdezettek számos válaszlehetőség közül választhattak, de válaszaikban minden esetben csak négy válaszlehetőségre korlátozódtak (9. ábra). Egyedül a Mezőkaszonyi Falusi Vendéglátók és Hagyományörzők Egyesület részéről nem érkezett válasz az adott kérdésben. Ezt leszámítva mindegyik szervezet megjelölte a „Közösségi médiát”, ami lényegében nem volt meglepetés, ugyanis térségünkben ez a legelterjedtebb marketing-eszköz, ami szinte minden réteghez eljuttatja a megfelelő információkat. A kérdőívekben megadott válaszok alapján 7 szervezet rendelkezik weboldallal – a Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség és a „Kárpátalja

Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztésért Civil Szervezet nem jelölte a weboldal válaszlehetőséget, de az utólagos ellenőrzésnél viszont kiderült, hogy utóbbi szervezetek is rendelkeznek saját weboldallal. A fizetett hirdetések a Borzsovai Falusi Vendégfogadók Egyesülete és a Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület alkalmazza, továbbá két esetben az e-mail használata is felmerült, mint marketingeszköz.



9. ábra. Az online marketing eszközök használatának aránya a vizsgált szervezeteknél

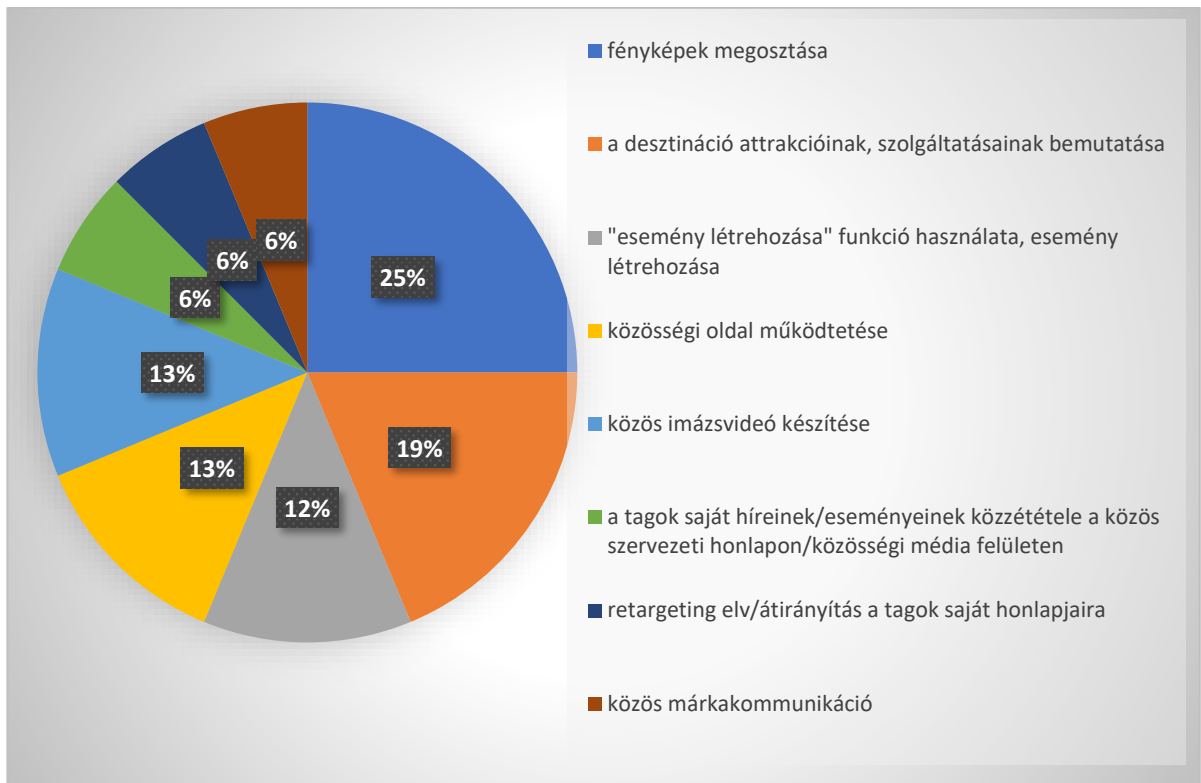
Forrás: Saját szerkesztés

Fentebb kiderült, hogy a közösségi médiát és a weboldalt/saját honlapot használnak a szervezetek tartalommegosztásra leggyakrabban, továbbá arra voltunk kíváncsiak, hogy ezt milyen gyakorisággal végzik.

A legaktívabb tartalomgyártók a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács és a Mezőgecsei Hagyományőrzők és Falufejlesztők Egyesülete, ők hetente vagy hetente többször tesznek közé friss tartalmat. A többi szervezet esetében a válasz egyhangú volt, ők csak akkor végeznek ilyen jellegű tevékenységet, ha valami újdonság történik szervezetük életében.

A turisztikai szervezetek által leggyakrabban használt felület a Facebook illetve a saját honlap, de a Beregvidéki Magyar Falusi Turizmus Egyesület Google hirdetés funkciót is használja. A szervezetek ezeket az online felületeket legtöbbször fénykép megosztásra, a

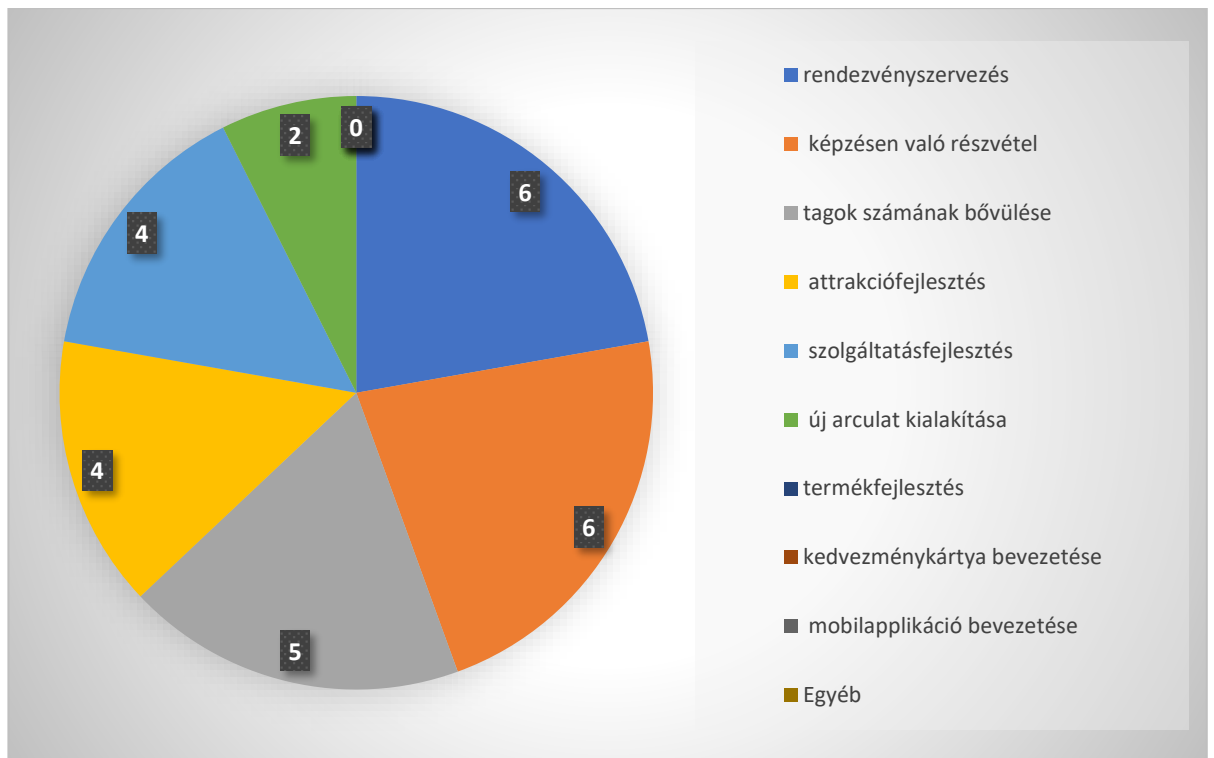
desztináció attrakcióinak, szolgáltatásainak bemutatására, esemény létrehozására használják (10. ábra).



10. ábra. A marketingkommunikáció módszereinek aránya a vizsgált szervezeteknél

Forrás: Saját szerkesztés

A kutatás során az alanyoknál rákérdeztünk arra, hogy milyen fontosabb fejlesztések, események szervezésében, lebonyolításában vett részt a szervezet az elmúlt 5 évre visszamenőleg. A válaszadás során a megkérdezettek több választ is megjelölhettek. Megtudhattuk, hogy legtöbben rendezvények és képzések szervezésében vettek részt. Többen a létszámbővítés fejlesztésével is foglalkoztak (5 szervezet), illetve több válasz érkezett (4-4 szervezet) a szolgáltatás- és attrakciófejlesztésre (11. ábra). A „Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztéséért Civil Szervezet és a Beregdédai Falusi Turizmus szervezetek foglalkozott új arculat kialakításával is az elmúlt 5 évben.



11. ábra. A szervezetek fontosabb fejlesztéseinek, eseményeinek száma az elmúlt 5 évben.

Forrás: Saját szerkesztés

Végezetül arra kértük a kutatásban résztvevő szervezetek válaszadóit, hogy fejtsek ki, milyen egyéb fontosabb gondolatokkal rendelkeznek a szervezetek a marketing tevékenységükkel kapcsolatban. Erre a kérdésre felerészt nemleges, illetve nem felhasználható válaszokat kaptunk. Némely megkérdezett válasza borúlátó volt, leginkább nem terveznek előre. Ezt elsősorban a múlt évben kialakult és napjainkban is tartó vírushelyzetnek tudják be, olyan szervezetek esetében is érvágásként említhető ez az állapot, akik a pandémia előtt aktívak és fejlődőképesek voltak. Mindez összefügg a lelkesedés és a célorientáltság hiányával: „Nem látjuk a kiutat, a megoldás lehetőségét”

A részletesebb válaszokból az is leszűrhető, hogy több szervezet is nyitott a marketing tevékenység fejlesztésére. Válaszaikban nyilatkoztak arról, hogy szeretnének szakembereket bevonni az előrelépés érdekében és nagyobb hangsúlyt fektetni az internet adta lehetőségek kihasználására. Nyilván ezeket a terveket is behatárolja a vírushelyzet, mert noha eljut az információ a vendégkörhöz, de a korlátozások és az állandó változások miatt nem valósulhat meg aktív tevékenység.

KÖVETKEZTETÉSEK

A szakdolgozat megírása során szekunder és primer kutatási módszereket alkalmaztunk. A szekunder kutatás folyamán témához kapcsolódó irodalmakat dolgoztunk fel, amiből az alábbi következtetéseket vontuk le:

- a turisztikai vonzerő az, ami a turistát arra ösztönözi, hogy az adott helyre látogasson;
- genezis, azaz eredet szerint a vonzerőt két alapvető kategóriára osztjuk: ember alkotta és természeti vonzerőkre;
- a turisztikai termék a turizmus piacának egyik fő összetevője, olyan tényezők, értékek és szolgáltatások összessége, amelyek együttesen elégítik ki a turisták igényeit és lényege, hogy összetett szolgáltatásokból áll;
- a turizmus feltételrendszere helyi- és általános feltételekből épül – kialakulásához, hosszútávú működéséhez mindkettő megléte szükséges. A turizmus általános feltételeinek egyik alappillére a szervezeti feltételek;
- Kárpátalja bővelkedik természeti vonzerőkben, melyek megyénk domborzati, vízrajzi, természeti adottságainak és ásványi kincseinek köszönhetően alakultak ki;
- a megye ember alkotta vonzerői a gazdag történelmi múlt, a vallási és nemzeti sokszínűsége épülnek;
- szakirodalmi források alapján Kárpátalján négy kiemelt turisztikai terméket tartanak számon: az egészség- és gyógyturizmust, a síturizmust, a természetjárást vagy bakancsos turizmust és a falusi turizmust;

A primer kutatást kérdőíves felmérés formájában valósult meg. A kérdőívekből nyert információk alapján a következő eredmények születtek:

- a kárpátaljai turisztikai szervezetek profilja követi a helyi adottságokat. Nem véletlen, hogy a vizsgált turisztikai szervezetek többsége (a vidékünk rurális jellegéből adódóan) a falusi turizmusban tevékenykedik;
- a kárpátaljai magyar turisztikai szervezetek többsége taglétszámát tekintve megalakulása óta stagnál – csak a két megyei szintű szervezet tudott az utóbbi időben növekedni;
- a szervezetek más turisztikai szerveződésekkel való kapcsolata mérsékeltnek tekinthető. Az ilyen jellegű kapcsolatok fejlesztése erősítheti a szervezetek szakmai jelenlétét és növelheti (különösen a kisebb szervezetekre igaz ez) tevékenységük hatékonyságát;
- a tervszerű működés csak a vizsgált szervezetek felére jellemző;

- a szervezetek anyagiakban első sorban tagdíjra, pályázati forrásokra és önálló tevékenységből származó jövedelemre támaszkodhatnak. A szűkös anyagi lehetőségeket jól jelzi, hogy fizetett alkalmazottal csak egy szervezet rendelkezik;
- a turisztikai szervezetek marketingtevékenysége nagyon fejletlen és ezzel maguk a szervezetek is elégedetlenek – az anyagi háttér hiánya itt is tükröződik;
- marketingtevékenység céljából egységesen a közösségi médiát és a saját weboldalt használják, a legnépszerűbb platform köreikben a Facebook, amelyet a desztináció vagy szolgáltatások népszerűsítésére, információk átadására, valamint a közösségépítésre és a fogyasztók összekapcsolására használnak.

A kárpátaljai magyar turisztikai szervezetek fejlődéséhez, szakmai küldetésük betöltéséhez fontos lenne a megfelelő anyagi háttér megteremtés. Ez az állami támogatási rendszer hiányosságait ismerve, jelenleg csak külső, magyarországi forrásokból valósulhat meg. Ennek egyik lehetséges formája a támogatott fesztiválok esetében is alkalmazott rendszer kidolgozása lehet.

A turisztikai szervezetek jelenlegi helyzetét ismerve fejlődési irányként az alábbiak javasolhatóak:

- a szervezetek differenciált támogatási rendszerének a kialakítása (pl. területi lefedettség és / vagy taglétszám alapján);
- a szervezeti vezetők rendszeres képzése, konzultálása;
- szakmai segítségnyújtás (akár csoportos formában is) bizonyos nehéz, speciális tudást igénylő feladatok ellátásához;
- az egységes arculatépítés feltételeinek az elősegítése;
- kárpátaljai magyar TDM kialakítása.

ÖSSZEGZÉS

A szakdolgozat témája, a kárpátaljai magyar turisztikai szervezetek tevékenységének vizsgálata. A munka célja az volt, hogy a kutatási módszerek által, megalapozott információk segítségével ismertessük a témához fűződő fontosabb elméleti kérdéseket, bemutassuk a vizsgált terület turisztikai sajátosságait, továbbá a kutatás eredményeire alapozva megvizsgáljuk a kárpátaljai magyarok életterében tevékenykedő turisztikai szervezetek helyzetét, problémáit. A kapott eredmények alapján következtetéseket vonjunk le és javaslatokat tegyünk a felmerülő problémáknak a megoldására. A cél elérése érdekében primer és szekunder kutatást végeztünk, ami a kapcsolódó szakirodalmak feldolgozását, illetve kérdőíves kutatást tartalmazott.

A szakdolgozatot szekunder kutatással kezdtük, ennek során a munka első fejezetében a témával kapcsolatos fogalmakat tártuk fel. A fejezetből megtudhatjuk, hogy a turisztikai vonzerő az, ami a turistát arra ösztönözi, hogy az adott helyre látogasson, és eredetükből kifolyólag csoportosítjuk őket természeti és ember alkotta vonzerőre. Továbbá ismertettük, a turizmus piacának egyik fő összetevőjét, a turisztikai terméket, amely olyan tényezők, értékek és szolgáltatások összessége, amelyek együttesen elégítik ki a turisták igényeit, és azon vonzerőn alapul, ami a turistát az adott térségre csábítja. A turisztikai terméket jellemzi a megfoghatatlanság, az egyidejűség, a veszendőség, a szezonális és az erős verseny.

Az első fejezetben részletezzük azokat a feltételeket, amelyek a turizmus működéséhez szükségesek. Ezek az általános és helyi feltételek. A témához kapcsolódóan kiemelt fontossággal taglaltuk a szervezeti feltételek (a helyi feltételek része), ezek olyan intézmények, amelyek vállalják a turizmus kiépítését, fejlesztését és koordinálását.

A szekunder kutatás fontos részét képezte a második fejezet, ahol a vizsgált terület bemutatására törekedtünk. A szakirodalmak feldolgozása által ismertettük Kárpátalja természeti és ember alkotta vonzerőit. Ezt követte megyénk turisztikai termékeinek leírás, ahol szintén a szakirodalomra alapozva bemutattuk az egészségturizmust, síturizmust, szövesett a természetjárásról és bakancsosturizmusról, továbbá a falusi turizmusról. A szóban forgó fejezet része volt Kárpátalja turisztikai szervezeteinek általános elemzése, azok területi megoszlásának ismertetése és néhány alapvető sajátosságának bemutatása, mindezt térkép segítségével prezentáltuk.

A harmadik fejezet tartalmazta a primer kutatást és annak eredményeit, amelynek alapjai a Pécsi Tudomány Egyetem Turizmus Tanszékének és a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Földtudományi és Turizmus Tanszékének közös kutatása során lettek

kidolgozva az EFOP-3.6.2-16-2017-00017 azonosítójú „Fenntartható, intelligens és befogadó regionális és városi modellek” projekt keretében. A primer kutatás kérdőíves felmérés formájában valósult meg, melyet 10 db szervezet töltött ki és 27 kérdést válaszoltak meg. A kutatás eredményeit részleteztük az adott fejezetben, illetve ábrákkal és táblázatokkal szemléltettük azokat.

Az eredményekből megtudhattuk, hogy átlagosan a szervezetek 2006-2007 közötti időszakban jöttek létre, az esetek többségében önálló kezdeményezésként, illetve pályázati és támogatói háttérrel (is) alakultak. A szervezetek egy részének profilja a szakmai érdekképviselő, míg másoknak a falusi turizmus és az a hagyományörzés. A két legtöbb taggal rendelkező vizsgált szervezet a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács (430 fő), és a Beregszászi Járási Falusi Turizmus Szövetség (200 fő). Megtudhattuk, hogy a szervezeti tagok közé főként magánszemélyek tartoznak, amiből arra következtettünk, hogy vidékünkön sokan foglalkoznak turizmussal, de jelentős azoknak a száma, akik nem vállalkozásszerűen tevékenykednek.

Megyei szintű szervezet a megkérdezettek közül a „Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztéséért Civil Szervezet és a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács, a többiek csak járási és települési szinten tevékenykednek. Más turisztikai jellegű szerveződéshez 1-2 szervezet tartozik, és egyedül a „Kárpátalja Hegyein és Völgyeiben” Falusi Zöld Turizmus és Agroturizmus Fejlesztéséért Civil Szervezet nyilatkozta, hogy tagja egy magyarországi TDM-nek.

A szervezeteket a pénzügyi kérdéskör témában is megkérdeztük. Kiderült kutatásunk során, hogy a válaszadó szervezetek főként tagdíjra, pályázati forrásokra és önálló tevékenységből származó jövedelemre támaszkodhatnak, azonban ezekre is csupán csekély mértékben. A szerény anyagi körülményeket tükrözi, hogy csak a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács rendelkezik fizetett alkalmazottal.

Kitértünk a szervezetek marketingtevékenységére is, a válaszok alapján a többség végez ilyen fajta tevékenységet, amely során az online tér használatát részesítik előnyben. Egyhangúan a közösségi médiát és a saját weboldalt használják erre a célra, ennek háttérében állhat a korábban tárgyalt finanszírozási probléma is, hiszen ezeken a felületeken való jelenlét legtöbb esetben ingyenes, ugyanakkor elmondható, hogy a többség nem elégedett a marketingtevékenységével. Ebben a témakörben a jövőképeket illetően is nyilatkoztak a válaszadók, ami összességében elég negatív hangvételű volt. Ennek oka a jelenlegi vírushelyzet és az ebből fakadó folyamatos változások. Ugyanakkor nyitottak az ilyesfajta tevékenység fejlesztésére és a szakmai előrelépésre a marketingtevékenység terén.

Miután megismertük azokkal a feltételekkel, amelyek a turizmus létrejöttéhez és hosszútávú sikeres működéséhez szükségesek, összevetve ezt a kérdőívekből nyert információkkal, jól kirajzolódik, hogy a kárpátaljai turizmusának ezen szegmense mennyire gyermekcipőben jár. A finanszírozás, a pályázatok hiánya a megfelelő szintű menedzsment mind-mind azt igazolják, hogy szükség lenne egy olyan szervezetre, ami kiemeli, támogatja és koordinálja ezeket a szervezeteket és azok tevékenységeit.

Erős összefüggés figyelhető meg Kárpátalja turisztikai adottsága, a kialakult turisztikai termékek és a működő turisztikai szervezetek között. Ez alól kivétel az egészség- és gyógyturizmus, melynek szereplői zömében nagyobb vállalkozások, így lehetőségük van magasabb szinten megoldani azokat a kérdéseket (pl. érdekérvényesítést, marketing), amelyeket a turisztikai szerveződések látnak el.

Mint minden egyéb dolog, a turizmus is fejlődik, változik, folyamatosan jelennek meg innovációk. Meglátásunk szerint a felmerült problémák kiküszöbölésére jó alternatíva lenne, hogy a turizmus ezen szegmensében dolgozók naprakészek legyenek az újdonságokkal kapcsolatban, ehhez elsősorban szükségesek a képzések, különféle továbbképzések, speciális ismeretekkel rendelkező szakemberek bevonása.

Fontos lenne, hogy a szervezetek közösen dolgozzanak az arculatépítésen, ne vetélytársat lássanak más szervezetekben. Javasolt lenne közös marketingfelület kiépítése, akár külső szakemberek bevonásával, amelyek a térség desztinációszerű népszerűsítését, fejlesztését szorgalmazzák. Ehhez (szakmai) alapot a két nagy tagszámmal rendelkező kárpátaljai magyar szervezet képezhet.

IRODALOMJEGYZÉK

1. Aubert A. – Berghauer S. – Beták N. – Pálfi A. – Nod G. 2021: Turisztikai szervezetek online marketingtevékenységének vizsgálata – A szlovák-magyar-ukrán (kárpátaljai) példa In: Mókusné, Pálfi Andrea; Nod, Gabriella (eds.) Interregionális kutatási eredmények a turizmusban: örökségvédelem, intézményrendszer, helyi termékek (Hun-Au-Slo-Ukr) Pécs, Hungary: PTE TTK FFI Turizmus Tanszék. 130 p. pp. 49-69., 21 p.
2. Aubert A. – Pálfi A. – Nod G. 2020: Esettanulmányok a Dél-Dunántúli Turisztikai Régióból. Pécs, Hungary: PTE TTK FFI Turizmus Tanszék. 203 p.
3. Aubert A. 2007: A térségi turizmuskutatás és tervezés módszerei, eredményei PTE TTK FI, Pécs.
4. Berghauer S. – Sass E. (szerk.): A kárpátaljai magyarság turizmusfejlesztési stratégiája. Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács. Gáborprint, Beregszász 2019. 76 p.
5. Berghauer S. 2012: A turizmus, mint kitörési pont Kárpátalján (?) (Értékek, remények, lehetőségek Ukrajna legnyugatibb megyéjében). Pécsi Tudományegyetem, Földtudományok Doktori Iskola PhD értekezés. Pécs. 106 p
6. Boros Sz. – Mondok A. – Várhelyi T. 2012: Az egészségturizmus szolgáltatásai és menedzsmentje, Szolnoki Főiskola, 383 p.
7. Deschmann A. 1990: Kárpátalja műemlékei. Tájak-Korok-Múzeumok Egyesület, Budapest, 230 p.
8. Fekete M. 2006: Hétköznapi turizmus, A turizmuselmélettől a gyakorlatig. Nyugat-Magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar Doktori Iskolája. Gazdasági folyamatok elmélete és gyakorlata doktori (PhD) program Vállalkozás gazdaságtan és menedzsment alprogram, Sopron, 36 p.
9. Gonda T. – Bencsikné Aubert, J. – Pálfi A. 2016: Tematikus utak jellemzői és azok szerepe a turisztikai termékfejlesztésben. Tudásmenedzsment 17 (1): 228-241 pp.
10. Gonda T. – Spiegler P. 2012: A turisztikai klaszterek szerepe a regionális marketingben. Marketing & Menedzsment 2012, 17 p.
11. Izsák T. 2012: A katasztrofális árvizek természeti és antropogén tényezőinek vizsgálata Kárpátalján PhD értekezés, Pécs 27 p.

12. Kárpátalja – Szanatóriumok és turizmus 2017, 2018: (Закарпаття – Санаторії та туризм 2017). Статистичний збірник. Головне управління статистики у Закарпатській області. Ужгород.
13. Kárpátalja turisztikai útvonalai 2010: Kárpátaljai Megyei Állami Közigazgatási Hivatal, Ungvár, 224 p.
14. Kincses Gy. 2011: Az egészségturizmus korszerű értelmezése, http://www.kincsesgyula.hu/dokumentumok/egtur/egeszegturizmus_2011_attekint_o.pdf (a letöltés dátuma 2021.02.14.)
15. Kovács S. 1999: Kárpátaljai útravaló. Püski Kiadó, Budapest, 180 p.
16. Lengyel M. 2004: A turizmus általános elmélete. Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft. - Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája, Budapest, 130 p.
17. Lengyel M. 2008: TDM Működési Kézikönyv I. rész. Heller Farkas Gazdasági és Turisztikai Szolgáltatások Főiskolája – HFF, Budapest 10 p.
18. Mescsenko V. (Мещенко В.) 1956: Минеральные источники Закарпатья) Карпати, Ужгорож 76 p.
19. Michalkó G. 2004: A turizmuselmélet alapjai. Turizmus Akadémia I., Székesfehérvár, 218 p.
20. Michalkó G. 2007: A turizmuselmélet alapjai, Kodolányi János Főiskola. Székesfehérvár, 224 p.
21. Michalkó G. 2016: Turizmológia [Digitális kiadás.] Budapest: Akadémiai Kiadó. <https://doi.org/10.1556/9789630597173> (letöltés ideje 2021.04.16.)
22. Sass E. 2016: Kárpátalja fesztiváljainak elemzése internetes megjelenésük alapján. In Jászberényi M. – Zátori A., Ásványi K. (szerk): Fesztiválturizmus. Akadémia Kiadó Zrt., Budapest, pp. 368-382.
23. Sass E. 2019: A kárpátaljai Beregvidék falusi turizmusának helyzete és fejlődési lehetőségei, PhD értekezés, Pécs. p. 206
24. Skljanka V. (szerk.) (Шклянка В. (ред..)) 2006: Геологічні Пам'ятки, Мінеральні і Термальні Води Закарпатської Облaсті України [Ukrajna Kárpátalja megyéjének geológiai képződményei, ásvány és termálvizei]. Beregszász, pp. 50–59.
25. Szabó G. 2007: A vidéki turizmus konkrét formái. Falusi Turizmus Tájékoztató 1–2: pp. 8–10.

26. Szilágyi Zs. – Sass E. – Gönczy S. 2006.: Kárpátalja, mint turisztikai desztináció – Magyarországi turisták körében végzett imázs- és elégedettségvizsgálat. A III. Magyar Földrajzi Konferencia tudományos közleményei, Kiadja: MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, 18 p.
27. Sziva I. 2010: „A turisztikai desztinációk versenyképessége. Egyedül miért nem, együtt mikor és meddig?”, Turizmus Bulletin, XIV 3, 41 p.
28. Tarpai J. 2013: Természeti és társadalmi erőforrások szerepe Kárpátalja turizmusfejlesztésében és hatása a területfejlesztésre. PhD értekezés, Pécs 181 p.
29. Tózsér A. 2020: A székelyföldi és a felvidéki turisztikai szervezeti rendszer vizsgálata. In: LIMES: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola (szerk.) LIMES: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola tudományos évkönyve : „50 éves a közgazdasági Nobel-díj” - A számvitel és pénzügy tudományok hatása a gazdasági folyamatok fejlődésére. Beregszász, Ukrajna: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola pp. 347-358., 12 p.
30. Vavilin, A. (Вавилин А.) 2005: Kárpátalja vázlattérképe (Контурна карта Закарпатья). „Bereg Press Bt.” kiadó, Vásárosnamény.

Internetes forrás

1. <https://sanatorii-zakarpattia.com/> (letöltés ideje: 2020.11.24.)
2. Turisztikai terméktervezés és fejlesztés. Pécsi Tudományegyetem (2011) <https://regi.tankonyvtar.hu/> (letöltés ideje 2021.04.01.)
3. http://www.transcarpathiatour.com.ua/sites_catalog; opendatabot.ua (letöltés ideje 2021.03.13.)

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1.ábra. A turizmus feltételrendszerének felépítése	12
2.ábra. Kárpátalja domborzati egységei.....	17
3.ábra. Kárpátalja ásványvízforrásai.....	19
4.ábra. Turisztikai szervezetek Kárpátalján	25
5.ábra. A szervezetek alakulásának dátuma.....	29
6.ábra. A vizsgált szervezetek tagjainak száma	31
7.ábra. A szervezetek tagságát alkotók köre	32
8.ábra. A szervezetek által végzett online marketingtevékenység típusainak száma	36
9.ábra. Az online marketing eszközök használatának aránya a vizsgált szervezeteknél	37
10.ábra. A marketingkommunikáció módszereinek aránya a vizsgált szervezeteknél...	38
11.ábra. A szervezetek fontosabb fejlesztéseinek, eseményeinek száma az elmúlt 5 évben.....	39

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1.táblázat. A kutatásban szereplő turisztikai szervezetek	26
2.táblázat. A vizsgálatban szereplő turisztikai szervezetek fő profilja	30
3.táblázat. A megkérdezett szervezetek szervezeti modellje	33

NYILATKOZAT

Alulírott Pisták Dóra Vivien, turizmus szakos hallgató kijelentem, hogy szakdolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Földtudományi és Turizmus Tanszékén készítettem turizmus diploma megszerzése céljából.

Kijelentem, hogy szakdolgozatomat más szakon korábban nem védtem meg, saját munkám eredménye és csak hivatkozott forrásokat használtam fel.

Tudomásul veszem, hogy szakdolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola könyvtárában a kölcsönözhető könyvek között helyezik el.

РЕЗЮМЕ

Під час написання кваліфікаційної роботи ми вивчали діяльність угорських туристичних організацій на Закарпатті, проводячи вторинні та первинні дослідження. Метою роботи було з наукової точки зору оцінити ситуацію досліджуваних організацій, виявити та фільтрувати будь-яких проблем, які можуть виникнути, та внесення пропозицій щодо їх вирішення.

У першому розділі ми розглянули теоретичні основи даної тематики. Досліджуючи це, ми дізналися, що таке туристична привабливість та туристичний продукт. Крім того, ми змогли з'ясувати, які загальні, місцеві та організаційні умови необхідні для функціонування туристичної системи. Також були розкриті особливо важливі організаційні умови – інституції, які займаються створенням, розвитком та координацією туризму краю.

У другому розділі було представлено Закарпаття, як туристичну дестинацію загалом, його природні та рукотворні цінності. Далі були описані туристичні продукти нашої області, де на основі фахової літератури ми охарактеризували лікувально-оздоровчий, гірськолижний, пішохідний та сільський зелений туризм краю. Також ми склали карту офіційно зареєстрованих туристичних організацій Закарпаття.

Третій розділ складається з методів та результатів дослідження. Як зазначалося раніше, ми проводили вторинні та первинні дослідження. Вторинне дослідження полягало в обробці відповідної фахової літератури. Первинне дослідження проводилось у формі анкетного опитування, основа якої була розроблена під час спільного дослідження. Анкета складалася з 27 питань, яку заповнили 10 організацій.

Дізнавшись про умови, необхідні для становлення та довготривалого успішного функціонування туризму, та порівнявши це з інформацією, отриманою в процесі анкетування, стає зрозумілим, наскільки початковим є даний сегмент закарпатського туризму. Відсутність фінансування та грантів, низький рівень менеджменту – все це виправдовує необхідність об'єднуючої організації, яка виділяє, підтримує та координує досліджувані туристичні організації.

MELLÉKLETEK

1.melléklet. Hivatalosan bejegyzett turisztikai szervezetek Kárpátalján

	A szervezet neve	A szervezet neve ukránul	A szervezet elnöke	A szervezet címe
1.	Kárpátaljai turisztikai vállalkozások szövetsége	Асоціація туристичних підприємств Закарпатської області	Csepa Volodimir/ Чєпа Володимир Іванович	88000 Ungvár, Visoka utca 8.
2.	Kárpátaljai Sportturisztikai Szövetség	Федерація спортивного туризму Закарпаття	Marchenko Oleksandr/ Марченко Олександр Іполитович	88008 Ungvár, Narodna tér 4.
3.	Regionális Turisztikai Kezdeményezésekért Alapítvány "Turjevrocentr"	Фундація регіональних туристських ініціатив „Турєвроцентр”	Saban Natália/ Шабан Наталія Василівна	88000 Ungvár Sobronetska utca 47/13.
4.	A fogyatékkal élők turisztikai szakszervezete "Vidrodzhenya"	Спілка туризму для людей з обмеженими фізичними можливостями „Відродження”	Kazmirov Oleksandr/ Казьміров Олександр Іванович	88000 Ungvár, Svabska utca 51.
5.	Ügynökség Kárpátalja fenntartható fejlődésének előmozdításáért "Forza"	Агенство сприяння сталому розвитку Карпатського регіону „Форза”	Loiko Olesia/ Лойко Олеся Андріївна	88000 Ungvár, Svabska utca 51 A.
6.	Ukrán-Magyar Regionális Fejlesztési Központ	Центр українсько_угорського регіонального розвитку	Tarpai József/ Торпої Йосип Йосипович	88000 Ungvár, Duhnovicha u. 16/1.
7.	Beregvidéki Zöld Turizmus	Зелений туризм Берегівщини	Halász Ágnes/ Галас Агнеш Йосипівна	90255 Beregszászi járás, Vári, Zádor utca 134.
8.	Beregszászi Turisztikai Információs Központ	Берегівський туристичний інформаційний центр	Tarpai József/ Торпої Йосип Йосипович	90202 Beregszász, Zrínyi I. u. 25/2
9.	Jánosi Turisztikai Információs Központ	Яношівський туристичний інформаційний центр	Tarpai József/ Торпої Йосип Йосипович	90233 Beregszászi járás, Makkosjánosi, Fő út 115.
10.	Kárpatinform információs és fejlesztési központ	Інформаційно_дорадчий центр по сприянню розвитку регіону „Карпатінформ”	Váradí Natália/ Вароді Наталія Федорівна	90202 Beregszász, Munkácsi út 9.
11.	„Dél-Ugocsai falusi zöld turizmus és agroturizmus” civil szervezet	Спілка громадян „Південно_Угочанського сільського зеленого туризму і агротуризму”	Jáger Katerina/ Ягер Катерина Іванівна	90365, Nagyszőlősi járás, Újakli, Sevcenko u. 42. c.

12.	„Sipot” turisztikai promóciós egyesület	Асоціація сприяння туризму „Шипот”	Hriha Serhiy/ Грига Сергій Васильович	89100 Volóc, Sevcenko u. 3/1
13.	A falusi turizmus előmozdításáért egyesület	Спілка сприяння розвитку сільського туризму	Polovka Marina/ Половка Марина Вікторівна	90143 Ilosvai járás, Nagyrákóc, Ivan Franko u. 14.
14.	Szervezet a falusi turizmus előmozdításáért „Polonina”	Спілка сприяння розвитку сільського туризму „Полонина”	Hichka Mihailo/ Гичка Михайло Олексійович	90041 Ökörmezői járás, Szinevér, 1422
15.	„Trembita” Regionális Fejlesztési Központ	Центр регіонального розвитку „Трембіта”	Miszik Marianna/ Місик Мар’яна Михайлівна	90041 Ökörmezői járás, Szinevér, 1234
16.	Mukachevo Városi Kerületi Unió A Vidéki Zöld Turizmus Előmozdításáért	Мукачівська міськрайонна спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму	Novickij Oleksiy/ Новицький Олексій Володимирович	89640 Munkácsi járás, Beregszentmiklós, Ivan Franko u. 12.
17.	Kárpátalja falusi turizmusának fejlesztését szolgáló regionális szervezet perecsenyi központja	Перечинський осередок обласної спілки сприяння розвитку сільського туризму в Закарпатській області	Smirna Aliszja/ Смірна Аліса Олександрівна	89210 Perecsenyi járás, Bercsenyifalva (Дубриничі) Centralna u. 131/17
18.	Rahói agro-öko turisztikai szervezet	Рахівське агентство агро-еко туризму	Klimtyuk Olesia/ Климентюк Олеся Василівна	90600 Rahó, Béke út 1.
19.	Falusi turisztikai központ "A Kárpátok szépsége"	Осередок сільського туризму „Краса Карпат”	Kramarenko Oksana/ Крамаренко Оксана	90531 Técsői járás, Dombó (Дубове), Gagarina u. 79
20.	Ungvári járás központi szervezet Kárpátalja falusi turizmusának előremozdításáért	Ужгородський районний осередок спілки сприяння розвитку сільського туризму в Закарпатті	Stepchuk Serhii/ Степчук Сергій Леонідович	88000 Ungvár, Minajszka u. 40
21.	Ungvári Turisztikai Információs Központ	Ужгородський туристичний інформаційний центр	Tarpai József/ Торпоі Йосип Йосипович	88000 Ungvár, Duhnovicha u. 16/1
22.	Huszti járási szervezet „Falusi Zöld Turizmus”	Хустська районна спілка „Сільський зелений туризм”	Ötvös Ida/ Етвеш Іда Людвиківна	90401 Huszti járás, Visk, Zhovtneva u. 49.
23.	Huszti járási szervezet "Ruszin vidéki zöld turizmus „Nárcisz”	Хустська районна організація „Русинський сільський зелений туризм „Нарцис”	Bilyak Bohdan/ Біляк Богдан Іванович	90426 Huszti járás, (Березово) 335.

Forrás: http://www.transcarpathiatour.com.ua/sites_catalog; opendatabot.ua

2. melléklet. Kérdőív a kárpátaljai turisztikai szervezetek tevékenységének felméréséhez

1. *Az Ön által képviselt turisztikai szervezet neve: (rövid válasz)*

2. *A szervezet alapításának éve / aktív tevékenység megkezdésének éve: (rövid válasz)*

3. *Alapítás oka/háttere: (többválasztós)*

- pályázati háttér
- állami kezdeményezés
- önkormányzati kezdeményezés
- támogató szervezeti kezdeményezés
- önálló kezdeményezés
- korábbi szervezeti tevékenység újraindítása
- egyéb, és pedig

4. *Mi a szervezet fő profilja? (rövid válasz)*

5. *Hány tagja van a szervezetnek? (rövid válasz)*

6. *A tagok száma az alapítás óta: (egyszeri választás)*

- a. csökkent b. stagnált c. lassan növekvő d. intenzíven növekedett

7. *A szervezeti tagok körébe tartozik: (többválasztós)*

- önkormányzat
- turisztikai szolgáltatók
- civil szervezet
- magánszemélyek
- vállalkozások
- egyesületek
- egyéb, és pedig

8. *A szervezeti munka milyen intenzitással valósul meg az egyes tagokkal? (többválasztós)*

Tagok:	Munka intenzitása:	Naponta	Havonta néhány alkalommal	Havonta	Negyedévente	Félévente	Évente
Önkormányzat							
Tourinform iroda							
Utazási iroda							
Attrakció üzemeltetői							
Szállásadók							
Magánszemélyek							
Vendéglátóipari egységek							
Civil szervezet							
Egyesületek							
Vállalkozások							

Egyéb, és pedig						
-----------------	--	--	--	--	--	--

9. A szervezet tevékenysége/a tagok köre milyen területi lefedettséggel bír? (egyszeri választás)

- település szintű
- járási szintű
- megyei szintű
- országos szintű
- egyéb (pl. térségi, mint Tisza-menti stb.)

10. Milyen szervezeti modellre épül az Önök szervezete? (hosszú válasz)

11. Rendelkezik az Ön szervezet fizetett alkalmazottal? (többválasztós)

- Igen, önkormányzati/állami alkalmazásban
- Igen, a szervezet saját alkalmazásában
- Nem

12. Amennyiben igen, hány állandó (főállású) munkatársat foglalkoztat a szervezet? (rövid válasz) *nem kötelezően kitöltendő a kérdés, ha nemel válaszolt az előző kérdésre

13. Tagja-e az Önök szervezete más turisztikai szerveződésnek? (többválasztós)

- a. Igen**
- a1. Turisztikai ernyőszervezetnek a2. Klaszternek
a3. Tematikus útvonalnak a4. TDM-nek
a5. Egyéb

b. Nem

14. Az alábbiak közül mely források, milyen arányban játszanak szerepet a szervezet működésének finanszírozásában? (jelölőnégyzetes)

Források:	Arányok:	10% alatt	11- 20%	21- 30%	31- 40%	41- 50%	50% felett
pályázati források							
IFA bevétel %-os juttatása							
egyéb önkormányzati hozzájárulás							
állami hozzájárulás							
tagdíj							
önálló tevékenységből származó jövedelem							
támogatói források (pl. magyarországi támogatás)							

15. Rendelkezik az Ön által képviselt szervezet fejlesztési tervvel? (többválasztós)

- Igen, önálló fejlesztési tervvel
- Igen, az önkormányzati fejlesztési terv részeként
- Igen, a megyei fejlesztési terv részeként
- Igen, de nem történt érdemi előrelépés eddig
- Nem

16. Az Ön által képviselt szervezet tartozik elszámolással támogató/fenntartó felé? (egyszeri válasz)

- Igen, fenntartási időszakban vagyunk
- Igen, állandó fenntartó felé
- Nem

17. Az Ön szervezete végez marketingkommunikációs tevékenységet? (egyszeri válasz)

- Igen
- Nem

18. Az alábbi skála segítségével fejezze ki véleményét a következő kérdésben: Mennyire tartja fontosnak az online marketinget szervezete tevékenységében? (skála)

Likert skála: 1 – egyáltalán nem tartom fontosnak; 5 – nagyon fontosnak tartom

19. Az Ön által képviselt szervezet milyen céllal végzi online marketingtevékenységét? (többválasztós)

- desztináció népszerűsítése
- közösségépítés
- márkateremtés, brandfejlesztés
- interaktív kommunikáció a vendégekkel
- segítségnyújtás a desztinációba történő utazás megszervezésében
- szolgáltatók és fogyasztók összekapcsolása
- szolgáltatások értékesítése
- visszacsatolások fogadása
- desztinációfejlesztés
- Egyéb, és pedig

20. A szervezet működési költségének hány százalékát költik marketingre? (egyszeri választás)

- 0%
- 1-10%
- 11-20%
- 21-30%
- 31-40%

24. Milyen online felületeken osztanak meg leggyakrabban tartalmat? (rövid válasz)

25. Kérem jelölje, hogy az Ön által képviselt szervezet a marketingkommunikáció alábbi módszerei közül, melyeket alkalmazza márkafejlesztés/kapcsolatháló-építés/közösségteremtés céljából? (többválasztós)

- a tagok saját híreinek/eseményeinek közzététele a közös szervezeti honlapon/közösségi média felületen
- retargeting elv/átirányítás a tagok saját honlapjaira
- közös márkakommunikáció
- közös hashtag alkalmazása a közösségi médiában
- közös imázsvideó készítése
- a desztináció attrakcióinak, szolgáltatásainak bemutatása
- fényképek megosztása
- "esemény létrehozása" funkció használata, esemény létrehozása
- közösségi oldal működtetése
- Egyéb, éspedig

26. Milyen fontosabb fejlesztések, események szervezésében, lebonyolításában vett részt a szervezet az elmúlt 5 évre visszamenőleg? (többválasztós)

- attrakciófejlesztés
- szolgáltatásfejlesztés
- tagok számának bővülése
- rendezvényszervezés
- új arculat kialakítása
- termékfejlesztés
- kedvezménykártya bevezetése
- mobilapplikáció bevezetése
- képzésen való részvétel, humán erőforrás fejlesztés
- Egyéb, éspedig:

27. Tervezik-e a jövőben, hogy nagyobb figyelmet fordítanak az online marketing tevékenységüknek? (pl. iskoláztatás, stratégia-alkotás, szakember bevonása stb.) Kérem, röviden írják le tervüket! (hosszú válasz)

Ім'я користувача:
Моца Андрій Андрійович

ID перевірки:
1007779485

Дата перевірки:
08.05.2021 00:03:59 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet

Дата звіту:
08.05.2021 00:51:35 EEST

ID користувача:
100006701

Назва документа: Піштак Дора-Вівіен Василівна_ТУРИЗМ

Кількість сторінок: 56 Кількість слів: 11280 Кількість символів: 96481 Розмір файлу: 1.84 MB ID файлу: 1007833347

8.72% Схожість

Найбільша схожість: 2.99% з Інтернет-джерелом (<https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/23613/sass-eniko-phd-201..>)

8.72% Джерела з Інтернету

345

Сторінка 58

Пошук збігів з Бібліотекою не проводився

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

1