

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

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота
ЗАКАРПАТТЯ ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ НА ВЕБСАЙТАХ
УКРАЇНСЬКИХ ТА УГОРСЬКИХ ТУРАГЕНСТВ: СПІЛЬНІ ТА
ВІДМІННІ РИСИ, МОЖЛИВОСТІ

НАДЬ ТІБОР ВАСИЛЬОВИЧ

Студент IV-го курсу

Освітня програма 242 Туризм

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена Вченою радою ЗУІ

Протокол № 7 /27 жовтня 2020 року

Науковий керівник: **ШАШ ЕНИКИ ЛЮДВИКІВНА,**
PhD, доцент

Завідувач кафедри географії та туризму: **МОЛНАР ЙОСИП ЙОЖЕФОВИЧ**

К.Г.Н.

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

Протокол № _____ / 2021

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

Кваліфікаційна робота
ЗАКАРПАТТЯ ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ НА ВЕБСАЙТАХ
УКРАЇНСЬКИХ ТА УГОРСЬКИХ ТУРАГЕНСТВ: СПІЛЬНІ ТА
ВІДМІННІ РИСИ, МОЖЛИВОСТІ

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Виконав: студент IV-го курсу

Надь Тібор Васильович

Освітня програма 242 Туризм

Науковий керівник: **Шаш Еники Людвиківна**

PhD, доцент

Рецензент: **ТОВТ АТІЛЛА АТІЛЛОВИЧ**

ст. викладач

Берегове
2021

ЗМІСТ

ВСТУП	8
1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКАРПАТТЯ	10
1.1 Історичний огляд Закарпаття.....	10
1.2 Географічний опис Закарпаття.....	11
1.2.1 Рельєф.....	11
1.2.2 Клімат.....	12
1.2.3 Гідрографія.....	13
1.2.4 Населення.....	14
2. ВИЗНАЧНІ ТУРИСТИЧНІ МІСЦЯ ЗАКАРПАТТЯ	15
2.1 Туристичні особливості Закарпаття	15
2.2 Будована спадщина Закарпаття.....	16
2.3 Природна спадщина Закарпаття.....	18
3. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ ІНТЕРНЕТОМ ТА ТУРИЗМОМ	20
3.1 Історія виникнення Інтернету	20
3.2 Роль Інтернету в туризмі.....	20
3.3 Історія розвитку онлайн-турагентств	21
4. ФАКТОРИ, ЩО ПЕРЕШКОДЖУЮТЬ ТУРИЗМУ У XXI-му СТОЛІТТІ	25
4.1 Вплив терористичних актів на туризм	25
4.2 Глобальний вплив вірусу Covid-19 на туризм.....	27
5. МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРЕДСТАВЛЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ	29
5.1 Методи дослідження	29
5.2 Аналіз пропозиції туристичних агентств у світлі пандемії Covid-19.....	29
5.3 Аналіз пропозиції туристичних агентств	31
5.3.1 Відображення загальної інформації в пропозиції агенств.....	31
5.3.2 Відображення проживання та харчування в пропозиції агенств	37
5.3.3 Відображення визначних місць в пропозиції агенств	40
5.3.4 Відображення розваг, дозвілля та / або активної туристичної діяльності в пропозиції агенств.....	44
ВИСНОВКИ	47
РЕЗЮМЕ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	53
СПИСОК РИСУНКІВ	54
СПИСОК ТАБЛИЦЬ	55

РЕЗЮМЕ УКРАЇНСЬКОЮ	56
ПОДЯКА.....	58
ЗАЯВА	59
ДОДАТКИ.....	60

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

Földtudományi és Turizmus Tanszék

KÁRPÁTALJA MINT ÚTI CÉL INTERNETES MEGJELENÉSE AZ UKRÁN ÉS A MAGYAR UTAZÁSI IRODÁK AJÁNLATAIBAN : HASONLÓSÁGOK, ELTÉRÉSEK, LEHETŐSÉGEK

Szakdolgozat

Képzési szint: alapképzés

Készítette: Nagy Tibor

IV. évfolyamos hallgató

Képzési program: 242 Turizmus

Témavezető: Dr. Sass Enikő

docens

Recenzens: Tóth Attila

Főiskolai oktató

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	8
1. KÁRPÁTALJA ÁLTALÁNOS JELLEMZÉSE	10
1.1 Kárpátalja történelmi áttekintése	10
1.2 Kárpátalja földrajzi jellemzése	11
1.2.1 Domborzat.....	11
1.2.2 Éghajlat.....	12
1.2.3 Vízrajz	13
1.2.4 Népeesség	14
2. KÁRPÁTALJA KIEMELT TURISZTIKAI VONZERŐI	15
2.1 Kárpátalja turisztikai sajátosságai	15
2.2 Kárpátalja főbb épített örökségei	16
2.3 Kárpátalja főbb természeti örökségei	18
3. AZ INTERNET ÉS A TURIZMUS KAPCSOLATA	20
3.1 Az internet kialakulásának története	20
3.2 Az internet szerepe a turizmusban	20
3.3 Online utazási irodák kialakulásának története	21
4. TURIZMUST HÁTRÁLTATÓ TÉNYEZŐK A 21. SZÁZADBAN	25
4.1 Terrorcselekmények hatása a turizmusra	25
4.2 Covid-19 vírus globális hatásai a turizmusra	27
5. A KUTATÁS MÓDSZEREI ÉS AZ EREDMÉNYEK BEMUTATÁSA	29
5.1 Kutatási módszerek	29
5.2 Az utazási irodák kínálatának elemzése a Covid-19 pandémia fényében	29
5.3 Az utazási irodák kínálatának elemzése	31
5.3.1 Általános információk megjelenése az irodák kínálatában	31
5.3.2 Szállás és étkezés megjelenése az irodák kínálatában	37
5.3.3 Látnivalók megjelenése az irodák kínálatában.....	40
5.3.4 Szórakoztató, szabadidős és/vagy aktív turisztikai tevékenységek megjelenése az irodák kínálatában.....	44
KÖVETKEZTETÉSEK	47
ÖSSZEFOGLALÁS	50
IRODALOMJEGYZÉK	53
ÁBRÁK JEGYZÉKE	54
TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE	55

UKRÁN NYELVŰ REZÜME (РЕЗЮМЕ)	56
KÖSZÖNETNYÍLVÁNÍTÁS	58
NYILATKOZAT	59
MELLÉKLETEK	60

BEVEZETÉS

Szakedolgozatom témája: *Kárpátalja mint úti cél internetes megjelenése az ukrán és magyar utazási irodák ajánlataiban: hasonlóságok, eltérések, lehetőségek.* A témát azért választottam, mivel az elmúlt 2 évben aktívan kutattam mind a magyar, mind az ukrán online utazási irodák kárpátaljai kínálatát. A magyar utazási irodák kínálatával 2019-ben kezdtem el foglalkozni az évfolyammunkám keretein belül. A kutatás célja az volt, hogy megvizsgáljam Kárpátalja internetes megjelenését a magyar utazási irodák kínálatában. A sikeres kutatást követően 2020-ban már az ukrán utazási irodák kínálatával is foglalkoztam. A két kutatás kapott eredményeinek összehasonlításából épült fel a 2021-es szakdolgozatom. A munka fő célja pedig az, hogy megvizsgáljam a különbségeket, hasonlóságokat és sajátosságokat az ukrán és magyar online utazási irodák kínálatának összevetése során.

Az online utazási irodák rohamosan fejlődnek és egyre népszerűbbek a turisták körében. A gyors információáramlás és a letisztultság olyan előnyök, ami miatt a turisták gyakran az internetes utazásszervezést preferálják. Kárpátalja, mint Ukrajna egyik megyéje, rengeteg turisztikai látnivalóval és kulturális értékkel rendelkezik. A megye egyedisége egyértelmű vonzerőként jelenik meg az ukrán és a magyar utazási irodák kínálatában is, amit a kutatásom is alátámaszt. A munkám során arra próbáltam keresni a választ, hogy Kárpátalja, mint konkrét turisztikai desztináció, milyen sajátosságokkal, programokkal, látnivalókkal és lehetőségekkel van ábrázolva és reklámozva az ukrán és magyar online utazási irodák kínálatában. A kutatásom végén pedig olyan fejlesztési lehetőségeket tártam fel, amelyek mindkét nemzet kárpátaljai kínálatát erősíthetik, ami által a régió egy vonzóbb turisztikai célponttá válhat a külföldi és belföldi turistáknak is egyaránt.

A szakdolgozatom kutatását többnyire interneten végeztem. A Google első 100 oldalát átfutva gyűjtöttem össze a kutatáshoz szükséges magyarországi és ukraini irodákat. Összesen 60 irodát sikerült összegyűjteni. Első lépésként felkerestem a turisztikai irodák oldalait. Az oldalak rendszerezése után elkezdtem megvizsgálni azokat. Az utazási irodák oldalain feltüntetett Kárpátaljára szóló programokat egy előre meghatározott szempontrendszer alapján értékeltem. A szempontrendszer egy Excel táblázatban készült el, ahol az irodák fel vannak tüntetve, a hozzájuk rendelt információkkal együtt. A magyar és ukrán irodák elemzéséhez megegyező szempontrendszert alkalmaztam. Ezután következett az adatok kiértékelése, mely során következtetéseket vonatok le arról, hogy milyen hasonlóságok és eltérések vannak az utazási irodák programjai között. A munkám külön kutatási részét képezi az is, hogy megvizsgáljam, hogy az online utazási irodák hogyan reagáltak a Covid-19 világjárványra. A kiértékelt adatokból

diagrammokat szerkesztettem, amelyek segítenek vizuálisan is megjeleníteni a különbségeket és hasonlóságokat az irodák kínálatai között.

A kutatást a teljesség igénye nélkül készítettem el. Részben a téma terjedelme és nagysága, részben pedig a kialakult világjárvány korlátozta a vizsgálat terjedelmét és részletességét. Mégis remélem, hogy ez a kutatás segítségül szolgálhat a jövőben azoknak, akik online utazási irodákkal vagy éppen Kárpátalja turisztikai megjelenésével foglalkoznak.

1. KÁRPÁTALJA ÁLTALÁNOS JELLEMZÉSE

1.1 Kárpátalja történelmi áttekintése

Az Északkeleti-Felvidék történelme messzire nyúlik vissza. A területet ma már Kárpátaljának nevezzük, de hosszú út vezetett ideig. 896-ban léptek be a magyarok a Kárpát-medence területére, a Vereckei-hágón keresztül. A terület gyéren lakott volt és komoly erdőségek és mocsarak borították. A honfoglaló magyarok csupán pannon-szláv lakossággal találkoztak a területen. Ekkor kezdődött az Árpád-kor (896-1301) is. A területet a magyar királyok gyepű védelmi vonallá alakították. Később megkezdték a királyi várak építését is. A terület a királyoknak közkedvelt vadászterülete volt, de komolyabb figyelmet nem fordítottak a térségre ebben az időben. A védelmet nyújtó várak a tatárjárást követően (1241-1242) gyengének bizonyultak és IV. Béla ösztönzésére megkezdődtek a kővárak építése. Ezután a területen megkezdődött a nemesi lakosság betelepítése és ekkor jött létre a négy vármegye: Ung, Ugocsa, Máramaros és Bereg. Becslések szerint az Északkeleti-Felvidék lakossága 100 ezer fő lehetett ekkor (15. század).

A török korban nem volt kiemelt célpont az Északkeleti-Felvidék, mivel a törökök figyelme inkább nyugat felé összpontosult. Az erdélyi fejedelmek és a Habsburgok közötti csaták gyakori helyszíne volt a terület, mely során a lakosságot olykor teljesen kifosztották. II. Rákóczi Ferenc szabadságharca (1703-1711) emelhető ki a korból. A szabadságharc bukása után viszont a dolgok rosszra fordultak a területen. A lakosságot állandó veszteségek érték, a dolgokat pedig csak fokozta a pestisjárvány 1742-ben.

Az 1848-as szabadságharc során a területről sokan próbáltak segíteni a Habsburgok ellen, de így sem sikerült győzni. A lakosság jelentős része az alföldre költözött. A bukás után ismét nehéz idők következtek, egészen a kiegyezésig (1867). Ekkor stabilizálódott az ország helyzete is. A 19. század második felében pedig megnövekedett a zsidó lakosság, ami a kereskedelem fellendülését eredményezte. A ruszin lakosság is ekkor növekedett meg a térségben. A térség ekkor kezdett el komolyabban polgárosodni, bár még mindig komoly probléma volt a hegyvidéki területek elszegényesedése. A 20. században viszont történtek előre lépések. Egán Ede közigazdász eredményes munkájával indult az évszázad, mely során a hegyvidéki területeket megpróbálták felzárkóztatni az alföld fejlettségéhez. Ez viszont megghiúsult, amikor hirtelen életét veszítette, bizzar körülmények között. Az I. világháború kitörése után pedig újra csaták helyszínévé vált a terület. A háború bukása után pedig a területet, a Trianoni békeszerződés értelmében, Csehszlovákiához csatolták (S. Benedek, 1994).

Kárpátalja, mint körülhatárolt régió, az I. világháború után jött létre. Kárpátaljának a területe 12.800 km². A trianoni békeszerződés értelmében a terület az akkori Csehszlovákiához került Podkarpatszka Rusz néven. A csehszlovák idők alatt alakult ki Kárpátalja közigazgatási alapja. Ekkor vált Ungvár is a megye központjává. A terület ezután gyakran cserélt gazdát. A II. világháború kitörésekor (1939) a magyar csapatok visszafoglalták Kárpátalját és 1944-ig a terület Magyarország részét képezte. 1944 őszén Kárpátalját megszállták a szovjet csapatok. 1945 júniusában Csehszlovákia szerződésben lemondott Kárpátaljáról, így a terület a Szovjetunióhoz került. A szovjet időszak kezdetén, Kárpátalján megkezdődtek a magyar és német lakosság elleni megtorlások. 1991-ben a Szovjetunió szétesett és a terület az újonnan függetlenedett Ukrajnához került (Kormány, 1996).

1.2 Kárpátalja földrajzi jellemzése

Kárpátalja a Kárpát medence északkeleti részében helyezkedik el. Greenwich-től keletre helyezkedik el az Ész. 47° 53' -49° 06' és KH 22° 09'-24° 38' által határolt területeken. Ukrajna legnyugatibb megyéje, határos: Lengyelországgal, Szlovákiával, Magyarországgal és Romániával. Kárpátalja két ukrán megyével határos: Lemberg és Ivano-Frankivszk megyékkel (Radvánszky-Sass, 2009).

1.2.1 Domborzat

Kárpátalja domborzata többségben hegyvidék jellegű. A területének 80%-a hegyvidék, 20%-a síkság. A Kárpátoknak három jelentős vonulata van: Vízválasztóvonulat Havasi-vonulat, Vihorlát-Gutini vulkáni vonulat. Kárpátalja átlagos tengerszint feletti magassága 110 méter. Itt található Ukrajna legmagasabb pontja a Hoverla (2061m). Több kétezres hegye is van Kárpátaljának, melyek a Csornohorai-masszívumon helyezkednek el.

Kárpátalja három hegyvidéki területét folyóvölgyek szabják föl, melyek mentén több kismedence is kialakult (Szolyvai-kismedence, Ökörmezői-kismedence, Kőrösmezei-kismedence, Ilosvai-kismedence, Perecsényi-kismedence). Ezek a kismedencék a vidéket változatossá alakítják. Az egyetlen jelentősebb medencéje Kárpátaljának a Máramarosi-medence, amely a Tisza völgyében helyezkedik el Husztól keletre, egészen Lonkáig (Gönczy, 2009).

Ezek a kismedencék változatossá teszik a vidéket, mely a régió turizmusának kialakulásában is nagy szerepet játszik. Kárpátalja domborzata lehetővé teszi az aktív turizmus

létrejöttét. Elsősorban a síturizmus az, ami prioritást élvezhet, de a fejlesztése nem egyszerű, mivel az alacsony és középmagas hegyek nem a legmegfelelőbbek erre a célra. A magas hegyek hiánya miatt a térség függ az időjárási tényezőktől. Ezek a feltételek tehát korlátozzák a síturizmus fejlődését, de utat engednek egyéb aktív sportoknak (kerékpározás, siklóernyőzés) (Berghauer, 2012).

1.2.2 Éghajlat

Kárpátalja a mérsékelt égövben helyezkedik el, éghajlata nedves kontinentális. A terület klímáját nagyban befolyásolják a Kárpátok hegyei, mivel azok megvédik a térséget a hideg északi anticiklonoktól. Ezek a hegyek viszont növelik a térségben a konvekciós hatást, ami miatt a vidéken erős esőzések és hirtelen árvizek jelennek meg.

A domborzatnak köszönhetően Kárpátalján változatos a hőmérséklet eloszlása. Az alacsonyabban fekvő területeken a hőmérséklet átlagban jóval magasabb, mint a hegyvidéki részeken. A Tiszai-síkság területein a kontinentális hatás érvényesül, ami a bőséges csapadékkal és magasabb átlaghőmérséklettel jár, míg a hegységekben a hűvösebb, csapadékosabb hegyvidéki éghajlat dominál.

Az évi középhőmérséklet 9-10°C az alföldi részeken, míg a magasabb területeken csupán 0 és 3°C között változik. A legmelegebb hónap a július. A síkvidéki területeken az átlaghőmérséklet júliusban 18-20 °C, a hegységekben 6 és 13 °C között váltakozik. A leghidegebb hónap a január. A Tiszai-síkság részein az átlag januári hőmérséklet -3-4 °C, a hegyvidéki területeken pedig -5 és 6 °C. Az abszolút évi maximumok 36-41 °C, az abszolút minimumok pedig -32,-39 °C között vannak.

Nedves kontinentális éghajlata miatt Kárpátalján gyakoriak az esőzések. Kárpátalja az egyik legcsapadékosabb része a Kárpát-medencének. Ahogyan a hőmérséklet, úgy a csapadék eloszlása is nagyban függ a domborzati tényezőktől. Az alföldön majdnem fele annyi eső esik csupán, mint a hegyvidéki területeken. A Tiszai-síkságon 650–700 mm az évi átlag csapadékmennyiség, míg a magasabban fekvő részeken 1500 mm is előfordulhat. A legtöbb csapadék tavasz végén és júniusban esik. A legszárazabb időszak télen van. Decemberben hull a legkevesebb csapadék.

Összességében tehát elmondható, hogy Kárpátalja éghajlata alkalmas a turizmus számára. Nem jellemző a szélsőséges időjárás a vidékre, ezért az aktív turizmus fejleszhető lehetne a régióban. A hegymászásnak, gyalogos túráknak és kerékpározásnak kifejezetten kedvez ez az éghajlattípus (Molnár, 2009).

1.2.3 *Vízrajz*

Kárpátalja sűrű vízhálózattal rendelkezik. Több ezer eltérő vízfolyást tartanak számon. Ezeknek a vízfolyásoknak a hossza megközelíti a 20 ezer kilométert. Rengeteg folyó és patak hálózta be mind az alföldi, mind a hegyvidéki területeket. A folyók döntő többsége a főgerinc oldalából fakad és az alföldi területek felé folynak. A síkvidéket elérve, legtöbbször a Tiszába torkollik. A folyók középhosszúak Kárpátalján és csupán négy folyó éri el a 100 kilométeres hosszúságot (Tisza, Latorca, Borzsa, Ung). A nagyobb folyókra jellemző volt, hogy szélesítették a völgynyílásaikat és ezzel hatalmas víztömegeket tudtak felhalmozni.

A folyók vízszintje az év folyamán általában két alkalommal ér el veszélyesen magas szintet. Az első időszak március elején van, amikor is hirtelen olvadásnak indulnak a hórétegek, és ez jelentősen megduzzasztja a folyók vízszintjét. Ezek a koratavaszi áradások, igencsak jellemzőek a térségre, ami komoly problémákat is okoz a mezőgazdaságban, mivel a nagyobb folyók árterei messzire benyúlnak a gazdaságilag hasznosított területekre is. A folyók vízszintje júniusban is gyakran megnövekszik a nagy csapadékmennyiség következtében. Ennek ellenére előfordulhatnak áradások az év bármelyik időszakában, a lehulló csapadékmennyiségtől függően. Kárpátaljára nem jellemző a belvíz, csak a síkvidéki területeken szokott előfordulni.

Állóvizekben nem túl gazdag Kárpátalja. A legnagyobb tava a Szinevéri-tó, amely glaciáris eredetű. Átmérője 500 méter és 15-20 méter mély. Ezek a kisebb, glaciáris eredetű tavak a hegyvidéki területekre jellemzőek. A síkvidéken nem találhatóak természetes eredetű tavak, csupán mesterségesek (Dédai-tó, Beregi-tó). A mesterséges tavak közül a legnagyobb a Talabor-Nagyági-erőmű tározója (Molnár, 2009).

Kárpátalja gazdag felszín alatti vizekben. Több mint 300 ásványvízforrás van nyilván tartva, melyeknek többsége a hegyvidéken található. Legjelentősebb lelőhelyek Szolyva és Ökörmező környékén vannak. A síkvidéken a termálvíz jelenléte a meghatározó. Ezek a felszín alatti vizek a Beregszászi járásban találhatóak döntően (Kormány, 1996).

Összességében elmondható, hogy Kárpátalja vízrajzi adottságai elősegítik a turizmus kialakítását. A magas lejtésű patakok alkalmasak különböző vízi sportok lebonyolítására, akár raftingolásra is. Ezek viszont még nagyon kezdetlegesek Kárpátalján. Hiányzik a megfelelő infrastruktúra.

1.2.4 *Népesség*

Kárpátalja népessége 1 246 506 fő volt a 2021-es becslések szerint. Népsűrűsége 98 (fő) / km². Az alföldi területek a legsűrűbben lakottak. A Tiszai-síkságon terülnek el Kárpátalja nagyobb városai (Ungvár, Munkács, Técső, Huszt, Nagyszőlős) (www.ukrstat.gov.ua/).

Kárpátalja rendkívül sokszínű lakossággal rendelkezik. A legnagyobb számban ukránok vannak (2001-ben 80,5 %) és arányuk egyre jobban növekszik. A kisebbségek közül a magyarok a legjelentősebbek. Arányuk a megyében 12,1 % (151,5 ezer fő). Legnagyobb számban a magyar határ közelében vannak, és többségük falukban lakik. A magyar lakosság egyre jobban csökken Kárpátalja területén. Ennek legnagyobb oka az ország rossz gazdasági helyzete. Az elvándorlás pedig a fiatal és munkaképes generációra jellemző, ami az ország gazdasági fejlődését nagyban befolyásolhatja. A magyar lakosságra nem jellemző az asszimiláció (Molnár D, 2009).

A kárpátaljai kisebbségek közül a második helyet a román lakosság foglalja el. Számuk az utóbbi években növekvő tendenciát mutatott. Lélekszámuk 32 ezer főre tehető. A románoknál pozitív a természetes szaporulat és asszimiláció sem jellemző rájuk.

Az orosz népesség száma nagyjából 31 ezer főre tehető. A számuk erőteljesen csökken. Az 1989-es adatok szerint Kárpátalján 50 ezer lakos vallotta orosznak magát. A csökkenés fő okának az asszimilációt tekintik a szakértők. Ez várható is volt az oroszok körében, de ilyen drasztikus csökkenésre senki sem számított (Molnár, 2009).

Ezeken a nemzetiségeken kívül megemlíthető még a cigány lakosság is, akiknek száma az utóbbi években erőteljesen növekedett. A cigányság körében pozitív természetes szaporulat figyelhető meg. Számuk 14 ezerre tehető. A városokban magasabb létszámmal vannak jelen, mint falvakban. A cigány lakosság jelentős része viszont nem vallja magát romának a bevallások során. A cigányok gyakran vallják magukat magyarnak, mivel saját nyelvüket nem beszélik, ezért feltételezhető, hogy számuk jóval magasabb, mint amennyire becsülik (Jemec, 1993).

Összességében elmondható, hogy Kárpátalja rendkívül sokszínű kultúrával rendelkezik. A régió egyik legnagyobb vonzereje is ebben rejlik, hogy változatos az itteni élet. Az ukrán turisták számára érdekesek lehetnek a magyar kultúrához kapcsolódó objektumok és akár programok is. Kárpátalján a nemzetiségek a kisebb nézeteltérések és konfliktusok ellenére is békében tudnak élni egymás mellett. Ez pedig a turizmusnak az egyik alappillére, maga a biztonság.

2. KÁRPÁTALJA KIEMELT TURISZTIKAI VONZERŐI

2.1. Kárpátalja turisztikai sajátosságai

Kárpátalja nincs előkelő helyen turizmus szempontjából Ukrajnában. A megyék turistaforgalom szerinti rangsorában Kárpátalja 2017-ben a nem túl előnyös 17. helyen szerepelt, és országos részesedése is csak 0,5%-t tett ki. 2013-ban szintén 1% alatti részesedéssel rendelkezett a megye, amely a 16. helyhez volt elegendő. Ukrajna legnagyobb turistaforgalmát lebonyolítva 2017-ben is Kijev városa (71,5%) állt az első helyen. Ezek az adatok nagy aránytalanságról és az országon belül egyetlen turisztikai központról tanúskodnak (Sass, 2019).

Ezek az adatok jól tükrözik Kárpátalja turizmusának Ukrajnában elfoglalt pozícióját, és sejtetik a megye turisztikai fejlesztésének irányelveit. Kárpátalján ennek megfelelően kiemelt figyelmet fordítanak a gyógyturizmus, a szállodai par, a hegyi turisztikai célterületek infrastruktúrájának fejlesztésére. A legnagyobb beruházásokat a megyében a gyógyturizmus terén hajtottak végre az utóbbi években (Tarpai, 2008).

Kárpátalja sokszínű természeti és ember alkotta vonzerői a turizmus erőteljes fejlesztését teszik lehetővé. A vonzerőknek a kihasználását számos tényező akadályozza. A legnagyobb probléma az infrastruktúra hiánya és a szakképzetlen, olykor hiányos munkaerő. A természeti értékek sincsenek megfelelően kihasználva. A hegyvidéki területeken számos vízesés és forrás található, de az ezekhez vezető utak hiánya meggátolja annak felkeresését. Az ásványvizek ilyen tekintetben előkelő helyen állnak, mivel a szovjet időkben az ásványvízforrásokat próbálták megfelelően kihasználni, főleg gyógyászati eszközként használva azt.

Kárpátalja számottevő ásványvízkészletekkel rendelkezik. A régióban több mint 360 forrás található, amelyből 39 tartozik az országos jelentőségűek közé. A vizek különböző ásványi összetételűek és gyógyhatásuk alapján sok esetben a híres kaukázusi ásványvizekkel hasonlítják össze. Az előnyös földrajzi fekvéssel és nagy vízkészletekkel rendelkező források közelében palackozó üzemeket építettek és a kész termékeket az egész Szovjetunió területére szállították. Ma már korszerű üzemek foglalkoznak az ásványvizek palackozásával. Az ismert ásványvízgyártó központokhoz tartozik Szolyva, Visk, Polena. A Kárpátalján készült termékek megtalálhatók Ukrajna üzleteiben, a késztermékek jelentős részét külföldre exportálják. Az évente kitermelt ásványvíz mennyisége, amelyet 17, állami bizottság által bejegyzett forrásból

termelnek ki, meghaladja a 119 ezer m³-t. Kárpátalja ásványvízforrásainak napi vízhozama összesen eléri a 10 ezer m³-t.

Az ásványvízforrásokon kívül Kárpátalja, főleg síkvidéki részén, ahol a geológiai időben vulkanikus tevékenység játszódtott le, termálvízforrásokat is feltártak, amelyek vízhőmérséklete meghaladja a 30-40 °C-t. Kárpátalján a termálvíz hatalmas szerepet játszik a belföldi turizmusban. A termálvizek a felszín alatt 300-400 méter mélységben helyezkednek el. A termálvízforrások közelében gyógyüdülőket, uszodákat építettek fel. A legismertebb termálvízlelőhelyek Kárpátalján Beregszász, Mezőkaszony, Gut, Nagybégány - a Beregszászi járásban, Veléte és Saján - a Huszti járásban, Ungvár, Beregkisalmás (Munkácsi járás), Nagyszőlős és Nagypalád (Nagyszőlősi járás) (Pop, 2003).

2.2 Kárpátalja főbb épített örökségei

Az épített vonzerőket a sokszínűség jellemzi Kárpátalján. A különböző kultúrák jegyei megtalálhatóak a várakban, kastélyokban és a templomokban is. A fő épített örökségek közül a várak dominálnak, látogatottság alapján. Kárpátaljának viszont még nem alakult ki teljesen a turisztikai arculata, de vannak olyan kiemelhető attrakciók, amelyeket előszeretettel keresik fel a turisták. A megye rendelkezik természetes és ember alkotta vonzerőkkel is. Ezek nem koncentráltan helyezkednek el a régióban és ez megkönnyíti a hosszabb utazások szervezését.

Az épített örökségek közül a *Munkácsi vár* a leglátogatottabb Kárpátalján. Ahogyan az összes kővár Kárpátalján, úgy a munkácsi vár is a tatárjárás után épült. Történelmének fénykora a II. Rákóczi Ferenc által vezetett szabadságharchoz köthető. A vár a 18-19. században nem csak védelmi funkciókat látott el, hanem börtönként is használták. A vár turisztikai célú hasznosítása a 20. század második felében kezdődött. A vár legforgalmasabb éve 2007-ben volt, mivel ekkor adott otthont a vár a Munkácsy Mihály- kiállításnak. A várat a magyar turisták előszeretettel keresik föl, történelmi múltja miatt is. A Kárpátaljára utazók többsége biztosan felkeresi a várat (Berghauer, 2012).

Az ungvári vár Kárpátalja egyik leghíresebb műemléke. Első írásos említése a *Gesta Hungarorum*ban található, keletkezéséről azonban több elmélet is létezik. A vár Ungvár keleti dombján épült. A ma is álló vár már a harmadik. Az első egy földvár volt, a második Gerény falu területén állhatott, ez egy kővár volt, amit 1320-ban a Drugeth család leromboltatott és megkezdte a mai vár megépítését. 1968-ban elkezdték a vár restaurálását. A vár vulkanikus eredetű sziklán áll. A külső várat ötbástyás védőfal veszi körül. A várudvarban találjuk a vártemplom gótikus romjait. A belső vár önálló védelmi rendszerrel rendelkezik. A bejárata a

keleti oldalon van, egy felvonóhíd vezet hozzá (Kovács, 1999). Feltártak egy 1598 körül épített 30 méter mély várkutát, amely a belső udvarban található (Németh, 2002). Ma a várkastélyban múzeum és képtár van. 1929-ben a vármegyeházán megnyílt a népmúzeum, ami 1947-ben átköltözött a várba. A várkertben látható egy kiterjesztett szárnyú bronz turulmadár (Kovács, 1999).

Beregváron található Kárpátalja egyik legsztétikusabb, romantika korából származó épülete a *Schönborn-kastély*. A kastély 1895-ben épült és jelenleg is megfelelő állapotban van. 12 bejárata, 52 terme és 365 ablaka van a kastélynak. Apró tornyai és kéményei nagyon látványossá teszik a kastélyt. Az épületet egy hatalmas park is körülveszi. A park sétányokkal van kiépítve, amelyeken bejárhatjuk a területet. A park közepén egy tó is található, amely mesterségesen lett létrehozva (Farkas, 2010).

Az épített örökségekhez tartoznak a fatemplomok is. Kárpátalja hegyvidéki településeinek hangulatát nemcsak a festői táj, hanem a fatemplomok változatos formavilága is fokozza. A kárpátaljai fatemplomok a népi művészet egyedi színtartományai, gótikus vagy barokk stílusjegyeket hordoznak. Felépítésük szerint négy elrendezési módot követnek, de talán célszerűbb őket építőik, a Kárpátalján élő ruszin néprajzi csoportok alapján elkülöníteni (lemkó, bojkó, hucul és dolisnyák). A legkülönlegesebb látványt a megye keleti részén található hucul fatemplomok jelentik. A sajátos ötös tagolódású, kereszt elrendezésű templomok közül a legismertebb a körösmezői Sztrukivszka –templom (Horváth-Kovács, 2002).

Kárpátalján nem csak a fatemplomok rendelkeznek turisztikai értékkel. Az egyik legjellegzetesebb a *csetfalvi református templom*, mely impozáns látványt nyújt. Egyetlen építési periódusban épült, valószínűleg a 15. században. Szentélye a nyolcszög öt oldalával záródik, a hajó hosszúsága 7,5 méter, szélessége 5,5 méter. Egyedi freskói, melyek Szent Mihályt ábrázolják, és kazettás mennyezete különlegessé teszi Kárpátalján.

Az épített örökségekhez tartozik még az *Árpád-vonal* is, Ukrajna legnagyobb összefüggő bunkerrendszere. 1939 márciusában kezdték meg az építését, amikor a területet a magyarok visszafoglalták. Az Árpád-vonal a Keleti-Kárpátokban húzódott, egészen Erdélyig lenyúlva. A vonal végül harc nélkül esett el, mivel Románia átállt a szovjetek oldalára, emiatt pedig a 2. Ukrán Front katonái szimplán megkerülték azt és bekerítették az ott lévő magyar és német katonákat. Az erődrendszer jelentős része ma is áll és látogatható. Az egyik bunkerben még egy hadászati múzeumot is létrehoztak, ahol II. világháborús fegyverek és eszközök vannak kiállítva.

Az épített örökségekhez tartozik a történelmi jelentőségű *Szolyvai emlékpark*. A sztálini terror idején elhurcolt emlékére lett állítva ez a park, 1994-ben. A főúttól nem messze található

és mellette van egy magyar katona sírja is, aki a honfoglalásba vett részt. A magyar turisták körében gyakori, hogy betérnek Szolyvára.

Ha Kárpátalja vonzerőiről beszélünk, akkor nem lehet említés nélkül hagyni a *Vereckei-hágót*. A hágó a magyar történelem talán legfontosabb emlékhelye, ugyanis ezen a hágón keresztül történt a honfoglalás. Az út az emlékműhöz elég rossz állapotban van, de a kilátás gyönyörű. A domb elején egy ukrán emlékművel is találkozunk, ami az ukrán katonáknak állít emléket, akik a II. világháborúban harcoltak. A magyar honfoglalás emlékhelyét pedig ezután a rész után találhatjuk meg. A Kárpátaljai Magyar Kulturális Szövetség (KMKSZ) 1996-ban szeretne volna felállítani az emlékművet, de erre 2008-ig várni kellett. Az emlékművet a magyar turisták szinte biztosan felkeresik. Az utóbbi években az emlékművet többször is megrongálták és felgyújtották. Az emlékmű gyakorlatilag a kárpátaljai magyar kisebbséget jelképezi, ezért nem csoda, hogy gyakran érik ilyesfajta támadások (Farkas, 2010).

2.3 Kárpátalja főbb természeti örökségei

Természeti örökségekben is gazdag Kárpátalja. Az egyik legszebb példája ennek a *Fekete és a Fehér-Tisza összefolyása* Rahón. A Tiszát gyakran a „legmagyarabb” folyónak is nevezik, mivel magyar területen eredt és magyar földön végződött. Emiatt pedig a magyar turisták körében igen gyakori a hely felkeresése (Farkas, 2010).

Körösmező mellett található Ukrajna legmagasabb pontja, a *Hoverla* A hegy 2061 méteres magasságával vonzó, főleg a belföldi turisták körében. Nem messze tőle található Ukrajna legnagyobb síkőzpontja, a *Drahobrat-turistatelep*. A területen európai minőségű sípályák találhatóak, modern kori felvonókkal és kiépített infrastruktúrával. A szállások is jó minőségűek, de az árak is ehhez igazodnak.

Kárpátalja egyik leghíresebb természeti öröksége a *Szinevéri-tó*. A tó a Szinvéri Nemzeti Park részét képezi, amely 1989-től működik hivatalosan. Glaciáris eredetű tó, mely nagyjából 500 méter átmérőjű. A tó 1000 méteres magasságban helyezkedik el, mélysége 15-20 méter között ingadozik. A közepén egy sziget is található, de csak akkor figyelhető meg, ha a tó vízszintje alacsony. Leginkább a belföldi turizmus jellemző rá.

Kárpátalja rengeteg kisebb vízeséssel rendelkezik, de közülük a *Sipót-vízesés* a legesztétikusabb. Volóc városa mellett található és népszerű látványosság a turisták köreiben. A vízesés 14 méter magas. Mellette található egy 1500 méteres sípálya is (Farkas, 2010).

3. AZ INTERNET ÉS A TURIZMUS KAPCSOLATA

3.1 Az internet kialakulásának története

Az internet az egész világot összefogó számítógép-hálózat, melynek helyszíne a kibertér, amelyen keresztül információcsere és adatállomány továbbítás jöhet létre. Az internet, az angol „internetwork” szóból ered. Az internet egymástól különböző számítógépek összekötéséből jön létre, amelyek egymás között kommunikálnak. Összefoglalva azt mondhatjuk, hogy az Internet egy számítógépekből összeállított, komplex technikai eszköz, ami adottságaiból adódóan egyrészt meghatározó szerepet játszik a napjainkra jellemző kommunikációs folyamatokban, másrészt alapvető emberi értékek, relációk és törekvések befogadására, megjelenítésére, megőrzésére és működtetésére alkalmas kulturális közeg.

Az internetet a kezdetekkor katonai célokra tervezték az Amerikai Egyesült Államokban, ahol a második világháború után berobbant a technikai fejlődés. Egy olyan hálózat alapú rendszer létrehozása volt a cél, amely gyors információ eljuttatásra volt képes, miközben nem lehet lekövetni. Az eredetileg katonai és szakmai célokra tervezett hálózat gyorsan általános kommunikációs, információtovábbító médiává vált, majd maguktól adódtak az emberi kapcsolatteremtés újabb, sokszor korábban soha nem ismert formái. Az eredetileg elsősorban oktatási intézményekben elérhető hálózatra egyre több intézmény, szervezet, cég kapcsolódott, a szolgáltatást hamarosan a nagyközönségnek is felkínálták. Internetről csupán az 1990-es évektől beszélhetünk, a http és www. hálózat alapú, mindenki által elérhető rendszerről (Martos, 2011).

A gyors elterjedésből és egyszerű kezelhetőségből eredeztethető az, hogy az internet elkezdett elüzletiesedni. Az óriási és egyre növekvő internetközösség hatalmas üzleti lehetőségeket rejtett. Sőt, az emberek közötti kommunikációs kapcsolatok teljesen új formáit tette lehetővé (Ropolyi, 2006).

3.2 Az internet szerepe a turizmusban

Szinte minden és mindenki jelen van a neten és szinte mindenre és mindenkire rákeresnek a neten. Ha valaki valamit vásárolni szeretne, akkor többnyire először otthonról, kimozdulás nélkül megnézi a világhálón az árakat és a véleményeket. Ez visszafelé is igaz, ezért ha valaki eladni szeretne, annak elengedhetetlen az online jelenléte. A saját honlap egyik hatalmas előnye, hogy olyan reklámfelületet biztosít, ami napi 24 órában, a világ bármely pontjáról, bárki

számára elérhető. Eleinte ritkaságnak számított, ha valaki rendelkezett saját honlappal, de az elmúlt évtizedben rengeteget nőtt a szerepe. A 90-es években elég volt önmagában, hogy valaki saját oldallal rendelkezett, de a weblap nem játszott igazán fontos szerepet a vállalkozás életében. Mára már kulcsfontosságú szerepet tölt be, komoly bevétel forrásként szolgál a vállalatok számára (Anders, 2009).

Az internetet szinte már az élet minden területén használják, így a turizmusban is. Az internet és a turizmus szinte tökéletes párosnak tűnik, hiszen egy utazás megtervezésekor rengeteg információt kell gyűjtenie az embernek és ezt szeretné a lehető leggyorsabban megtenni. Az interneten a turisták tapasztalatokat is meghallgathatnak másoktól, hogy könnyebb legyen dönteni egy esetleges utazás felől.

Az internet viszont nem csak a fogyasztóknak nyújt hatalmas segítséget, hanem a szolgáltatóknak is. Manapság szinte elengedhetetlen, hogy egy turisztikai irodának ne legyen hivatalos internetes oldala vagy szociális oldalakon bejegyzett fiókja (Facebook, Twitter, Instagram). Az internet nyújtotta multimédiás lehetőségeknek köszönhetően látványosan be lehet mutatni az adott szálláshelyet, a környéken található látványosságokat, ami elősegíti az utazásszervezők munkáját, mivel így hiteles információt tudnak közölni a turistákkal. A szobafoglalásokban is hatalmas segítséget nyújt az internet. A segítségével már otthonról is egyszerűen tud szobát foglalni bárki, aki szeretne.

Az internet mára a marketing fő platformja lett. Ha keresgélünk az interneten valami után, akkor szinte biztosan beleütközünk egy-egy reklámba, vagy bannerbe, amely valamilyen terméket képvisel. Az interneten való reklámozás mára már az egyik legjövedelmezőbb tevékenység, mivel a népszerűbb oldalakat és portálokat több millióan látogatják. Ilyen módon sokkal egyszerűbb eljuttatni az információt a célközönséghez (Kajtár, 2011).

3.3 Online utazási irodák kialakulásának története

Az online utazási irodák története szorosan összekapcsolódik a légi közlekedés és a légitársaságok történelmével és fejlődésével. A légitársaságok miatt kezdődött meg az a folyamat, ami az online utazási irodák kialakulásához vezetett.

Sok éven át a repülőjegy-foglalás kedvezőtlen, nehéz feladat volt. Mivel a 40-es évek elején a légi közlekedés életképes és megfizethető közlekedési lehetőséggé vált, emberek ezrei lettek jegyvásárlók. Az egyre növekvő számú ügyféllel a fuvarozóknak számos kihívást kellett leküzdeniük, hogy a foglalás gyors, kényelmes és működési szempontból egyszerű legyen (Cossey, 2017).

Az 1950-es években az USA és Európa légitársaságainak gyorsan növekedtek az ügyfelek száma. A növekvő kereslet arra kényszerítette a nagy fuvarozókat, hogy olyan megoldást keressenek, amely képes a foglalásokat sokkal gyorsabban feldolgozni, mint korábban. Abban az időben a légitársaságok archaikus, manuális rendszereket használtak, amelyek megnyitották a légitársaságok készletéhez való hozzáférést, és lehetővé tették a jegyek telefonos lefoglalását. Egyetlen foglalás akár egy órát is igénybe vehetett. A jegykiadók forgó tartályban tárolt papírkártyákkal működtek, manuálisan ellenőrizték a repülés és az ülések rendelkezésre állását, kézzel kitöltve az utastájékoztatókat. Ha egy ügynöknek jegyet kellett foglalnia, papírkártyát tett az eszközbe, és kitöltötte az összes szükséges információt. Tehát az egész folyamat nagyban támaszkodott a kézi bevitelre. A folyamat esetlen és lassú volt, ami a szállítók számára megnehezítette a nagy mennyiségű foglalások feldolgozását.

1957-ben az IBM értékesítőjének és az American Airlines egykori igazgatójának találkozója egy automatizált foglalási eszköz kifejlesztését kezdeményezte. Ennek alapja a SAGE volt, az amerikai légierő számára kifejlesztett földi irányítási szoftver. A katonai felszerelések terén szerzett szakértelem lehetővé tette az IBM számára, hogy újból felhasználja az American Airlines rendszereit, és elkezdhesse a Félautomatizált Üzleti Kutatási Környezet vagy röviden a SABER létrehozását (May, 2014).

1964-ben az IBM megépítette a PanAMAC-ot a Pan American számára, amely repülési és szállásfoglalást kínált. A következő évben, 1965-ben az Eastern Airlines elindította a System One-t, majd a Delta Airlines 1968-ban elindította a DATAS II-t. A United Airlines felépítette az Apollo foglalási rendszert, a Trans World Airlines pedig 1971-ben állt elő a PARS testreszabásával (Joyce, 2013).

Az 1970-es évek elején az Egyesült Államokban szinte az összes fuvarozó elindította foglalási rendszereit. Az automatizált foglalások lehetővé tették a légitársaságok számára a hatalmas mennyiségű foglalások feldolgozását és a bevételek növelését.

A probléma az ipar másik oldalán merült fel. Amíg a légitársaságok automatizálták a foglalási folyamatot, az utazási irodák továbbra is teljesen kézi jellegűek maradtak, az összes viteldíj-információt és menetrendet írásos formában őrizték. Repülés lefoglalásához egy utazási irodának fel kellett hívnia a légitársaság jegyirodáját, hogy ellenőrizze a férőhelyek rendelkezésre állását. Tehát az utazási irodák naprakészen tartása és több jegy eladásának egyetlen módja az volt, ha közvetlen kapcsolatot állítottak fel a légitársaságok CRS-jeivel.

Az akkori Yahoo listázási stílushoz hasonlóan a Travelweb.com a világ első szállodai ingatlanainak átfogó katalógusaként jelent meg, és rövid idő múlva a foglalások egyik összetevőjét is tartalmazta. A weboldalt egy viszonylag kicsi csapat hozta létre a The Hotel

Industry Switch Company (THISCO) munkatársai, John Davis, az online utazás történelmének egyik kulcsfigurája lett, aki az iparág egyik legfontosabb foglalási technológiai szolgáltatóját, a Pegasust alkotta. Az oldalt elsősorban annak bemutatásaként hozták létre, amit a vállalat a színpad mögött tett, de egyedisége miatt sok korai látogató népszerűvé tette az interneten.

1976-ban a United (Apollo) és az American Airlines (SABER) megkezdte az utazási irodák számára a hozzáférést a foglalási rendszereikhez. A Delta, a Trans World és az Eastern hamarosan csatlakozott a mozgalomhoz. Tehát egyetlen CRS helyett az utazási irodáknak most meg kellett választaniuk, hogy mely légitársaságokkal akarnak együttműködni. Minden fuvarozó hosszú távú terjesztési szerződést ajánlott fel utazási irodáknak havi díjak alapján. A szerződések miatt a légitársaságok biztosítottak terminál telepítést, szoftver karbantartást és személyzeti képzést. Mindazonáltal az új feltételek veszteségesek voltak: az utazási irodáknak fizetniük kellett a hardver karbantartásáért, és további foglalásokkal csökkenteni kellett a költségeket. Akadály volt az is, hogy egy ügynök nem tudott hozzáférni több légitársasághoz, kötve volt a CRS szolgáltatóhoz.

Nagy lehetőségeket látva az online foglalás terén, a SABER 1996-ban megalapította saját online utazási irodáját. A Travelocity lett az első olyan weboldal, amely lehetővé tette a fogyasztók számára, hogy weboldalukon keresztül foglaljanak és vásárolhassanak jegyet.

1996-ban a Microsoft elindította az Expedia utazási részleget. Három évvel később az Expedia tőzsdére került. A Worldspan GDS megosztotta repülési tartalmát a Microsofttal az Expedia fejlesztése érdekében, mivel metakeresési és foglalási lehetőségeket kínált. A 2010-es évek második felében az Expedia a második legnagyobb OTA-val válik a Priceline mellett, amely szintén a Booking.com tulajdonosa volt. 2018-ban a Priceline Group lett a Booking Holdings.

Eközben a mobil technológiák fejlettebbek lettek az okostelefonok és a 3G internetkapcsolat megjelenésével. Ezenkívül a mobil webhelyek és alkalmazások alkalmassá váltak az API-kkal való kapcsolat létrehozására az adatok forrása és frissítése érdekében. Emiatt az utazástechnológiai szolgáltatók arra összpontosítottak, hogy közvetlenül a mobiltelefonokról foglaljanak repülőjegyeket.

Az Expedia.com alapítása óta a Microsoft 2003-ban eladta magát a weboldalt és az Expedia, Inc.-t az InterActiveCorp-nak. Ettől kezdve az Expedia, Inc. elsöpörte a piacot, befogadva számos utazási társaságot, online utazási irodát, metakeresést és foglalási platformot. 2015 elején az Expedia, Inc. megszerezte legnagyobb riválisát az utazási foglalási weboldalak területén. Januárban az Expedia két éves partnerség után megvásárolta a Travelocity-t a

SABER-től. Orbitz felvásárlása ugyanabban a hónapban következett. Abban a pillanatban az Expedia az egyik legnagyobb utazási foglalási weboldal lett.

2019-re az online foglalás számos kisebb fejlesztést tapasztalt, amelyek általában az általános műszaki fejlődéshez kapcsolódtak. Az online fizetési rendszerek sokkal biztonságosabbá váltak, gyors feldolgozást vagy akár kriptovalutákkal történő tranzakciókat biztosítottak. A közös mobil alkalmazás lehetővé teszi, hogy a szabadidős ügyfelek percek alatt megtervezhessenek egy héten át tartó utazást, repülőjegyeket, szállodai szobákat foglaljanak és autókat bérelhessenek csupán néhány kattintással. Az utazási irodák online térhódítása pedig nem tűnik lassulni. A webes jelenlét gyakorlatilag már alapvetővé vált a turizmusban, ami további fejlesztéseket vonz magával a jövőben (Schaal, 2016).

4. TURIZMUST HÁTRÁLTATÓ TÉNYEZŐK A 21. SZÁZADBAN

4.1 Terrorcselekmények hatása a turizmusra

A „terrorizmus” kifejezés a latin eredetű „terror” kifejezésből ered. Fizikai erőszakot, félelemet, rettegést előidéző nyilvános erőszakos cselekedetek, amelyek képesek kollektív veszedelmet kelteni egy adott országban vagy akár globálisan is. A terrorizmus magába foglalja egy vagy több személy által elkövetett erőszakos cselekményeket választott vagy véletlenszerű személyek ellen. Ezért a terrorizmus egy olyan eszköz, amelyet egy nagyobb vagy kisebb csoport használ arra, hogy akaratát egy egész népre vagy akár egy egész civilizációra ráerőltesse, így alakítva a történelmet (Albu, 2016).

Ha egy turisztikai desztináció fejlődik és világhírűvé válik, akkor nagyobb eséllyel lesz célpontja egy terrortámadásnak. A terroristák azokat az objektumokat és helyeket célozzák meg, ahol rengeteg ember tud egy helyen összegyűlni. Az is fontos szempont számukra, hogy az elkövetett merénylet komoly visszhangot keltsen a médiában, ezért gyakran támadnak híres és gazdag negyedeket, objektumokat. Ezek a terrortámadások általában az országok közötti politikai feszültségek és konfliktusok eredményei. Vannak vallási és rasszista indíttatású terrortámadások, melyek egyes rétegek elnyomása révén keletkeznek (Llorca-Vivero, 2008).

A terrorizmus ma is komoly gondot okoz a világban. A terrorcselekményeket elkövető személyeket nehéz kiszűrni és figyelem alatt tartani. A titkosszolgálatok évente több ezer terrortámadást állítanak meg, viszont mindegyiket lehetetlen megakadályozni (Vovk, 2015).

A 21. század legsúlyosabb terrortámadása 2001. szeptember 11-én történt, New Yorkban. 19 iszlamista merénylő 4 amerikai utasszállítót eltérítve közel 3000 embert ölt meg. Az eltérített utasszállítókból kettőt a World Trade Center-be, egyet a Pentagonba, egyet pedig a Fehér Házba szánták. Az előbbi kettőt sikeresen eltalálták. A merénylet óriási következményekkel járt nemcsak az Egyesült Államokra, hanem a világra nézve is. A merényletet követően a légitársaságok globális krízisbe kerültek és állami támogatásra szorultak. Politikai és gazdasági következményei is súlyosak voltak. A terrortámadást követően az Egyesült Államok megszállta Irakot, ezzel felbolygatva az egész Közel-Keleti régiót. A turizmusban is óriási károkat okozott az esemény. Az Egyesült Államok turizmusa különösen megsínylette a merényletet. A várt turistaérkezések fele valósult meg, ami hatalmas visszaesés. A világ turizmusa is jelentősen visszaesett. A légitársaságok elvesztették az emberek bizalmát, amit csak évek után sikerült visszaszerezni. Rengeteg légitársaság került a csőd szélére, amelyek több ezernyi embert foglalkoztattak. A gazdasági következményeit mai napig nem

lehet pontosan meghatározni, mivel rengeteg ágazatot érintett. Az anyagi veszteség 60 milliárd dollár volt, ami akkoriban az Egyesült Államok tartozásának majdnem 15%-át jelentette.

A 9/11-es terrortámadás megmutatta a világnak azt, hogy milyen szörnyű események következhetnek be akkor, ha a közbiztonság nincs kellőképpen komolyan véve. Egy ilyen hatalmas katasztrófa gyakorlatilag az egész világot traumatizálta, nem csupán az Egyesült Államokat (www.officialworldtradecenter.com/en/local/things-to-do/9-11-memorial-and-museum.html, 2020).

A turizmus, mint iparág roppant érzékeny a terrortámadásokra. Az egyik alappillére a turizmusnak az maga a biztonság. A legfontosabb szempontként van jelen a turisták számára is, ezért általában alaposan megválasztják azt a desztinációt, ahová utazásukat szervezik. Minden országnak kötelessége kiadni egy listát, amin fel vannak tüntetve azok a régiók és országok, amelyek háborús zónában vannak, vagy valamilyen más konfliktus (polgárháború, korrupció, stb) bontja a társadalmi rendet.

A turizmus egy komoly eszköz, amelyen keresztül a terroristák továbbíthatják üzeneteiket. A terrortámadások leginkább a civil lakosság ellen irányulnak, nem pedig katonai létesítmények ellen. Ennek az oka az, hogy félelmet ültessen egy társadalomba, ezáltal pedig nyomást gyakoroljon az államra. Minél nagyobb az elkövetett merénylet, annál nagyobb a nyomás az államon. A turisztikai célpontokon belüli terrortámadások célja a nemzetközi figyelem kiváltása és hatásuk pedig arányosan nő az áldozatok számával. Azok a turisztikai régiók, ahol gyakoriak a terrorcselekmények, nagy visszaesések és hullámzások jellemzők. Az desztináció instabilitása pedig a turisták eltávolodását eredményezi. A turisták elborzadó reakciója egy terrortámadásra teljesen természetes. A félelem, hogy ők is áldozatai lehetnek egy esetleges merényletnek igencsak erős visszatartó erő. Egy desztinációnak akár évek kellene ahhoz, hogy visszanyerje a turisták bizalmát.

A terrorizmus gazdasági költségei rendkívül magasak. A terrorizmus befolyásolja a gazdaságot olyan államokban, mint Egyiptom, Izrael, Törökország vagy Ciprus, amelyek magas turisztikai jövedelemmel rendelkeznek. Ezeknek az államoknak pedig súlyos kiesést jelent akár egy évnyi forgalomcsökkenés is. A társadalom fejlődésével a terrorizmus bonyolultabbá, kegyetlenebbé válik, viszont egy olyan releváns probléma, ami nem fog megszűnni a közeljövőben. Az országoknak fel kell ismerni ezeket a veszélyeket és mindent meg kell tenni annak érdekében, hogy megvédjék a turistákat és az állampolgárokat is (Albu, 2016).

4.2 Covid-19 vírus globális hatásai a turizmusra

A koronavírus betegség (COVID-19) egy újonnan felfedezett koronavírus okozta fertőző betegség. A legtöbb COVID-19 vírussal fertőzött ember enyhe vagy közepesen súlyos légúti megbetegedést tapasztal, nem igényel, különösebb kezelést. Az idősebb emberek, valamint azok, akiknek olyan egészségügyi problémái vannak, mint a szív- és érrendszeri betegségek, a cukorbetegség, a krónikus légzőszervi megbetegedések és a rák, nagyobb valószínűséggel súlyosabb tünetekkel vészelik át vírust.

A koronavírus (COVID-19), amely egyfajta humanitárius katasztrófa, világszerte érintette az embereket és a vállalkozásokat, globális gazdasági válságot kiváltva. Ebben a tekintetben az idegenforgalmi szektor sem képez kivételt. A járvány nemcsak a devizabevételt, hanem a különféle regionális fejlesztéseket, munkalehetőségeket is érintette, ezáltal megzavarva a helyi közösségeket.

A COVID-19 vírus első fertőzöttjét hivatalosan 2019. december 31-én ismerte be a kínai kommunista kormány. A 11 millió lakossal rendelkező Wuhan városában jelent meg a vírus, eredetét pedig az egyik legnagyobb vadhúspiachoz vezetik vissza. A vírus ezután hamar pandémiává alakult, megfertőzve ma már több millió embert. A gyors terjedése miatt a világ kormányai azonnali intézkedéseket vetettek be, amelyek korlátozták az emberek mindennapjait. Szigorú karantén következett, amely gyakorlatilag minden szektort érintett a világon.

A turizmus iparága különösen nehezen viselte a COVID-19 vírus által bevezetett tilalmakat. Olaszország, Horvátország, Görögország, Egyiptom és Ciprus olyan országok, melyeknek a turizmus a fő bevételi forrásuk. Ezek az országok különösen nehéz helyzetbe kerültek a karantén alatt. A közlekedés teljesen leállt ebben az időszakban, ami tovább nehezítette a helyzetet. Az éttermeknek, hoteleknek és báróknak teljes bevételkieséssel kellett szembenéznük.

Az UNWTO World Tourism Barometer legfrissebb adatai szerint a nemzetközi turisták érkezése (egynapos látogatók) 72%-kal csökkent 2020 októberéig az előző év azonos időszakához képest (1. ábra).

Az év első tíz hónapjában bekövetkezett visszaesés 900 millióval kevesebb nemzetközi turista érkezést jelent a 2019 azonos időszakához képest, és 935 milliárd dolláros veszteséget jelent a nemzetközi turizmusból származó exportbevételekből, ami a 2009-es veszteség több mint tízszerese. A nemzetközi turizmus csökkenése 2020-ban körülbelül egymilliárd érkező és 1,1 trillió USD veszteségnek felel meg a nemzetközi turisztikai bevételekből (1. ábra).



1. ábra. Nemzetközi turistaérkezések visszaesése 2020-ban.

Forrás: *Turisztikai Világszervezet hivatalos weboldala*

5. A KUTATÁS EREDMÉNYEINEK BEMUTATÁSA

5.1 Kutatási módszerek

A kutatás módszerének az internetes felületeken megjelenő információk elemzését választottam. Az interneten keresztül, az utazási irodák honlapjain megjelenő kárpátaljai programok áttanulmányozásával kezdtem a kutatói munkát. Néhány program áttekintése után összeállításra került a vizsgálati szempontrendszer, mely alapján kialakításra került az adatbázis váza. Az elkészült szempontrendszerben 56 kérdés található (2. számú melléklet). A kárpátaljai programajánlatokban tehát meghatározott elemeket kerestem. Az adatok alapján pedig próbáltam következtetéseket levonni arról, hogy mivel csalogatják a magyar és ukrán turistákat az irodák Kárpátaljára, melyek azok a domináns elemek, amelyek szinte minden iroda ajánlataiban megjelennek, s mi az ami elenyésző figyelmet kap. Mikor szervezik általában a programokat, milyen szállást, étkezést és egyéb szolgáltatásokat igyekeznek az irodák értékesíteni az ukrán turistáknak.

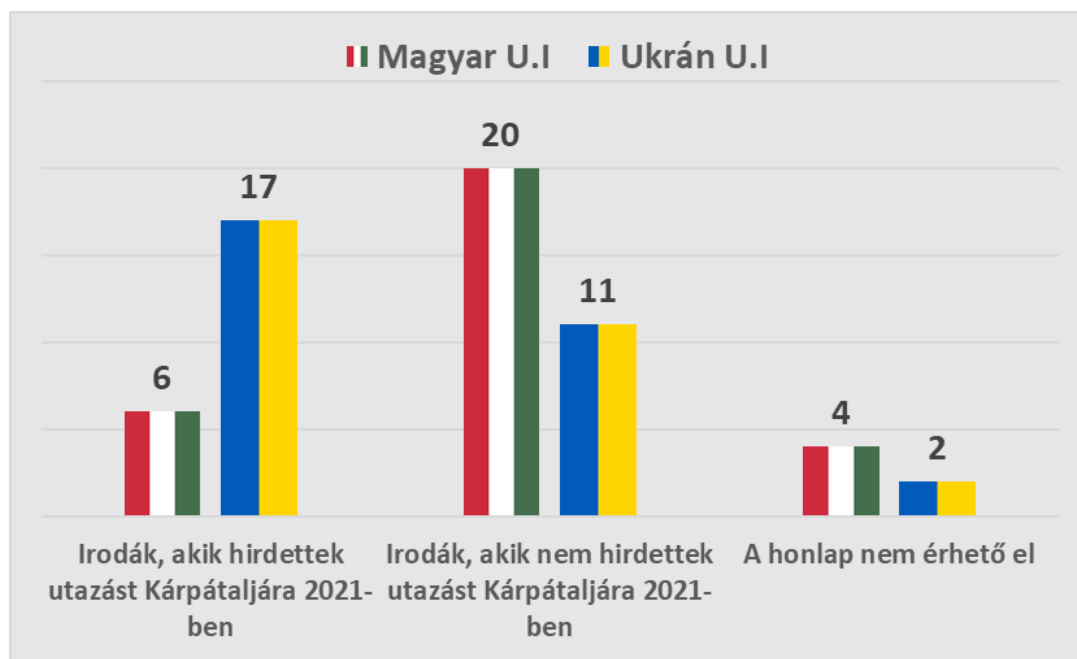
A munkám első része abból épült fel, hogy megkerestem a munkámhoz szükséges utazási irodákat. Az irodákat a Google találatai alapján gyűjtöttem össze. Az első 100 kiadott oldalon átfutva, 60 utazási irodát sikerült összegyűjteni. Ukrán és magyar utazási irodából is 30 állt rendelkezésre. A kereséshez kulcsszavakat használtam, melyek közül a „Kárpátalja Utazás („Подорож на закарпаття”) címszavakra kaptam a legtöbb találatot (7 120 000). A kapott utazási irodákat ezután rendszereztem. Az irodákhoz hozzacsatoltam az oldalukon feltüntetett elérhetőségeiket és az irodához vezető linkeket, majd táblázatba foglaltam őket (1. számú melléklet).

A szempontrendszer segítségével az összes utazási iroda kínálatát sikerült áttekinteni és a kapott adatokat megfelelően átdolgozni. A munka további részét is Excel segítségével végeztem, a kapott adatokat pedig számszerűsítettem és diagramokat készítettem a fontosabb kérdésekből.

5.2 Az utazási irodák kínálatának elemzése a Covid-19 pandémia fényében

A 2020-as év eseményei rendkívül nagymértékben hatottak a turizmusra. A Covid-19 vírus megjelenése miatt a turizmus gyakorlatilag globálisan leállt. Az utazási irodáknak is alkalmazkodniuk kellett az új szituációhoz. Ebben a fejezetben azt kutattam, hogy az ukrán és magyar online utazási irodák hogyan alkalmazkodtak a vírushelyzethez.

A 30 magyar utazási iroda közül csupán 6 hirdetett utazást Kárpátaljára 2021-ben. Ebből a 30 magyar utazási iroda honlapjai közül, 4-nek már nem volt elérhető a felülete (2. ábra). Erre a megnyitáskor nem kaptam semmilyen magyarázatot vagy tájékoztatást.



2. ábra. Az irodák összehasonlítása a 2021-es évre meghirdetett utazások alapján

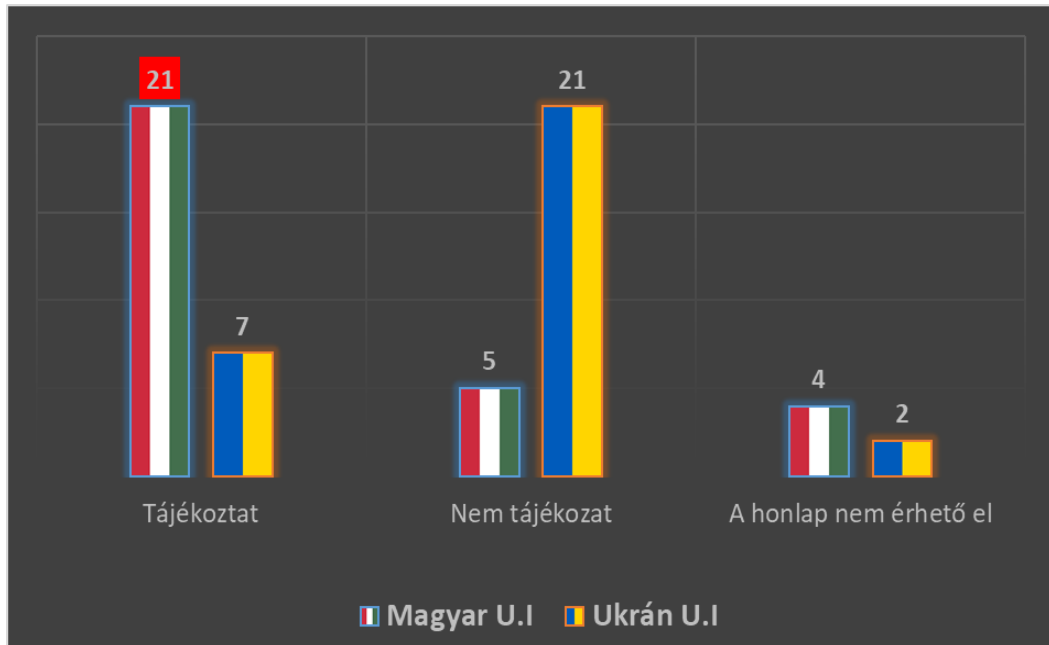
Forrás: Saját szerkesztés

A fenti ábrán azt láthatjuk, hogy az ukrán utazási irodák nagyobb számban hirdettek utazást Kárpátaljára, mint a magyar utazási irodák. Ennek valószínűleg a Covid-19 vírus az oka. A belföldi turizmus a vírus hatására fellendült, így teljesen érthetőek a kapott eredmények (2. ábra).

Azt is megvizsgáltam, hogy az utazási irodák honlapjai milyen tájékoztatást adnak a Covid-19 vírussal kapcsolatban. Az online utazási irodáknak egyértelmű feladata a tájékoztatás is, mely során információt kell szolgáltatniuk az ország politikai és egészségügyi helyzetéről is. Ezt viszont nem mindegyik iroda tette meg (3. számú melléklet).

A 3. ábrán láthatjuk, hogy az online utazási irodák hogyan alkalmazkodtak a vírushelyzethez. Az magyar utazási irodák többsége alapos, pontos tájékoztatást ad a mindig aktuális járványhelyzetről, és az akkor életben lévő kormányrendeletéről. A 30 magyar utazási irodából 21 megfelelően tájékoztatja a turistákat a járványhelyzettel kapcsolatban, 7 utazási iroda pedig hiányosan vagy semmilyen módon nem tájékoztat.

Az ukrán utazási irodák honlapjainak többsége semmilyen információt nem nyújt a járványhelyzettel kapcsolatban. A 30 utazási iroda közül csupán 5 ad megfelelő tájékoztatást a turistáknak. (3. ábra)



3. ábra. Az utazási irodák tájékoztatási mutatói a Covid-19 vírussal kapcsolatban.

Forrás: Saját szerkesztés

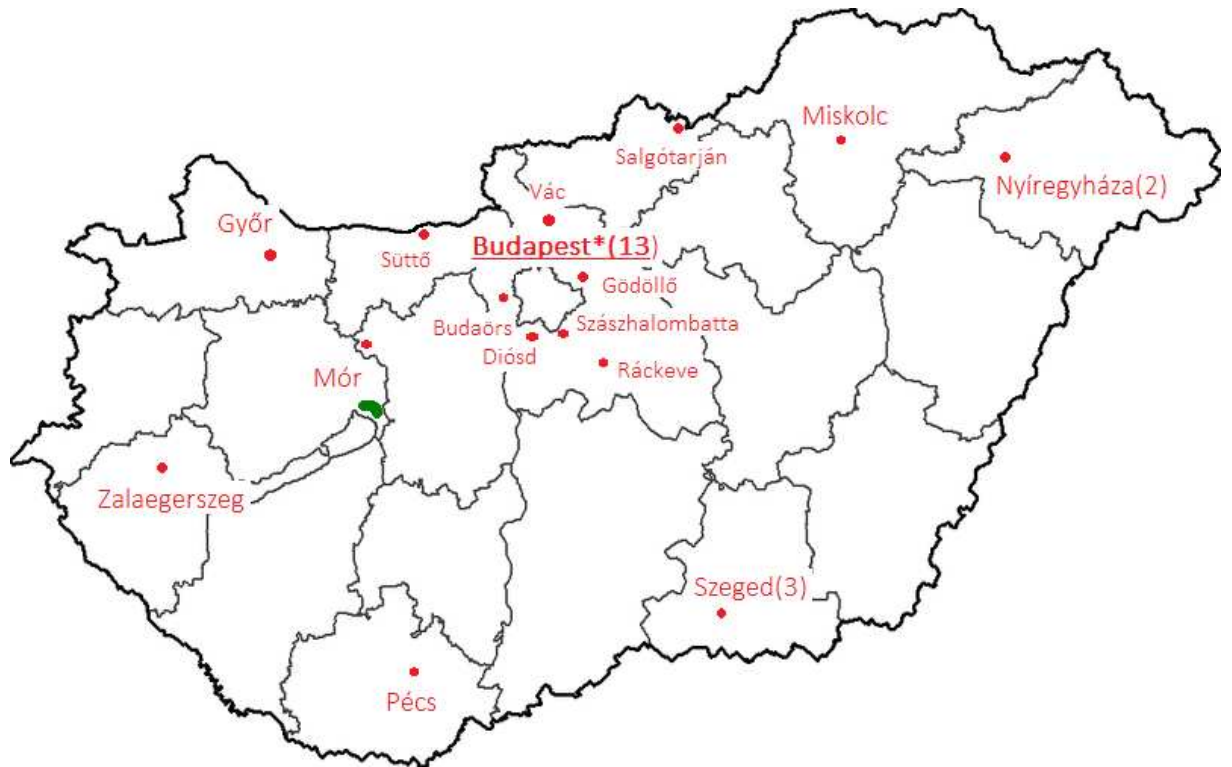
Összességében azt a következtetést lehet levonni, hogy a magyar utazási irodák jelentősen nagyobb számban adnak tájékoztatást a jelenlegi járványhelyzetről. Az ukrán utazási irodák honlapjai elavultak és rendezetlenek a magyar félhez képest. Az ukrán utazási irodák viszont jóval többször hirdették meg kárpátaljai utazásaikat. Leginkább azért több a meghirdetett utazások száma az ukrán irodáknál, mivel a belföldi turizmust jóval kisebb mértékben érintette a koronavírus, mint a nemzetközit.

5.3 Az utazási irodák kínálatának elemzése

5.3.1 Általános információk megjelenése az irodák kínálatában

Ebben a kategóriában a túra alapvető tulajdonságait és jellemzőit vizsgáltam meg az ukrán és magyar utazási irodák programjaiban. Ebben a részben foglalkoztam az utazási irodák elhelyezkedésével is, továbbá a fejezetben kerül feltárára a túrák árai, az időtartamuk és a meghirdetett időpontjaik is.

A magyar utazási irodákat próbáltam az ország több részéről összeszedni. A vizsgált 30 utazási iroda közül 13 található Budapesten és 3 Szegeden, de vizsgáltam irodát Győr városából, Mórról, Budaörsről, Süttőről, Diósdról, Ráckevéről, Zalaegerszegről, Pécsről, Nyíregyházáról, Miskolcra és Salgótarjánról egyaránt (4. ábra).



4. ábra. A vizsgált magyarországi utazási irodák központjainak területi megoszlása

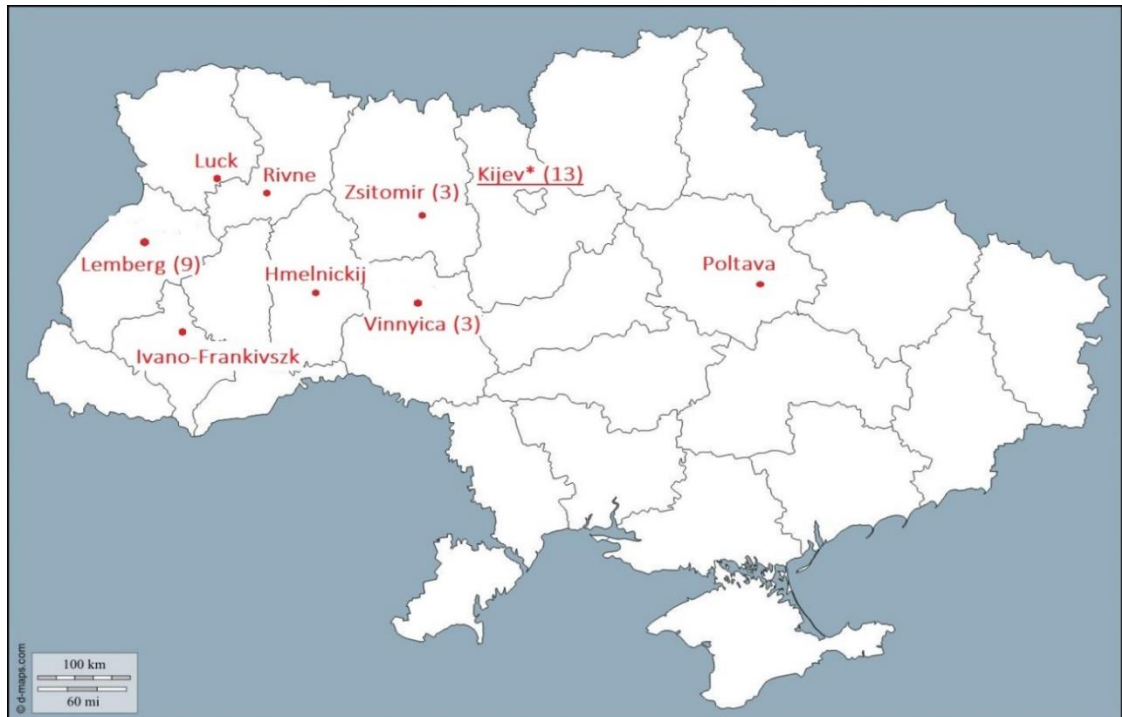
Forrás: Saját szerkesztés

A kutatott magyar utazási irodák leginkább a főváros környékére összpontosulnak. A legtávolabbi iroda Zalaegerszegen volt, ami 565 km-re található Kárpátaljától. A legközelebbi irodát pedig Nyíregyházán találtam, ami 71 km-re található Kárpátaljától. Az irodák átlagos távolsága Kárpátaljától pedig 350,7 km. volt. A távolságot a magyar utazási irodák esetében, az iroda székhelyétől, a legközelebb található ukrán határátkelőhelyig mértem (4. ábra).

Az ukrán utazási irodákat is próbáltam úgy gyűjteni, hogy lefedjem az országot, azonban a minta ebből a szempontból nem mondható teljesen sikeresnek. A 30 utazási irodából 10 Kijevben található, 9 Lembergben, 3 Zsitomirban, 3 Vinnyicában és egy iroda található Luckban, Ivano-Frankivszkban, Hmhelnickijben, Rivnében és Poltavában (5. ábra).

Az ukrán utazási irodák esetében azt láthatjuk, hogy az ország nyugati részébe koncentrálnak. Az ukrán utazási irodák távolságát az iroda székhelyétől a hozzá legközelebb álló kárpátaljai hágóig mértem. A legtávolabbi ukrán iroda Poltaván volt, 1144 km-re

Kárpátaljától. A legközelebbi irodát Ivano-Frankivszkban találtam, ami mindössze 108 km-re található Kárpátaljától. Az ukrán utazási irodák átlagos távolsága Kárpátaljától 521 km. volt, ami jelentősen nagyobb szám, mint a magyar utazási irodáké. Mivel Ukrajna viszonylag nagy területű ország, ezért ez az adatkülönbség nem meglepő (5. ábra).



5. ábra. A kutatott ukrán utazási irodák központjai

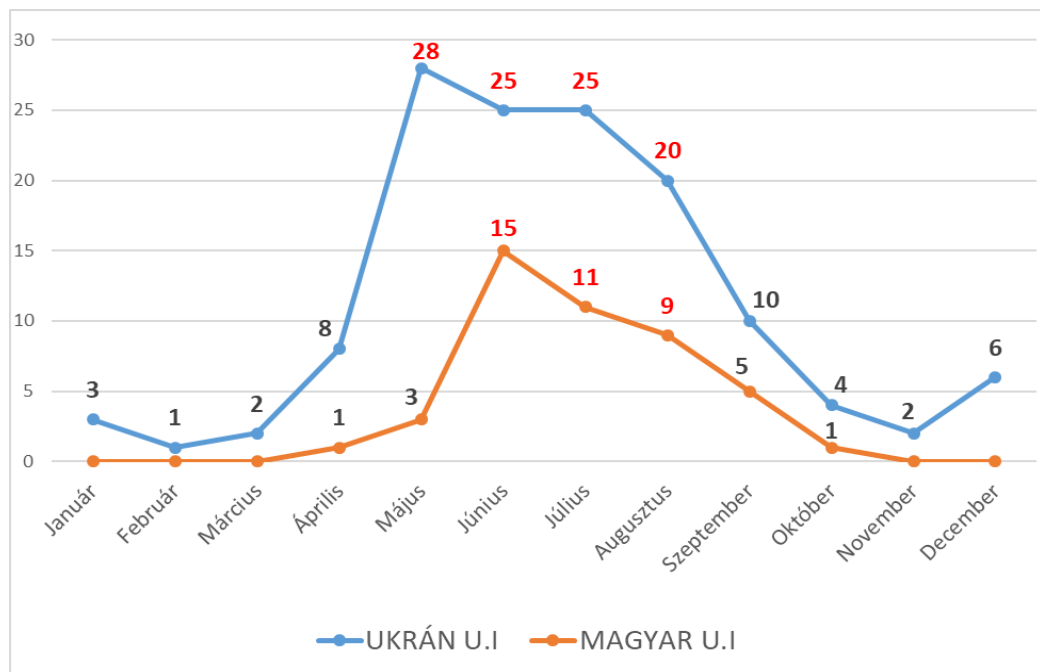
Forrás: Saját szerkesztés

Azt is megvizsgáltam, hogy az utazási irodák feltüntetik-e azt, hogy hány kilométernyi buszozás található a programban. A magyar utazási irodák közül 24 feltüntette azt, hogy mennyi kilométert fognak megtenni, míg az ukránoknál egy utazási iroda sem tudatta részletesen a megtett táv mértékét.

Vizsgáltam azt is, hogy egy adott iroda hányszor ajánl utat egy évben. Az ukrán és magyar utazási irodák az év valamennyi hónapjára megajánlották utazásaikat. A magyar fél 45, míg az ukrán irodák 134 alkalommal hirdettek túrát Kárpátaljára. A kutatásom során azt figyeltem meg, hogy ezek a meghirdetett túrák az esetek jelentős részében tartalmilag nem tértek el, a honlapon eredetileg meghirdetett túrától, csupán az időpont változott. Voltak viszont irodák (leginkább ukrán), ahol nem csak a dátum, hanem a túra leírása, tulajdonságai (napok száma, ár, objektumok) és az ajánlott programok is megváltoztak. Ezeket az utazásokat viszont nem foglaltam bele a kutatásomba, mivel gyakran nem voltak kompatibilisek a felállított

szempontrendszerrel és kutatásuk jelentősen nagyobb munkát vett volna igénybe (2. számú melléklet).

A 6. ábrán láthatjuk, hogy a két nemzet utazási irodái melyik hónapokra hirdetik a legtöbb túrát. Az ukrán utazási irodák sokkal rugalmasabbnak bizonyultak a túrák időpontjaival kapcsolatban, mivel az év gyakorlatilag minden hónapjában tudtak ajánlani utazást Kárpátaljára, míg a magyar fél leginkább csak a tavaszi és nyári hónapokban. Ez mindenképp hátrány a magyar turisták számára. A legtöbb magyar utazási iroda csupán egyszer ajánl utat egy évben, ez főként a nyári hónapokra esik, de vannak olyanok, amelyek más hónapokra is meghirdetik az utat. A legnépszerűbb időszak a magyar utazási irodáknál a nyári hónapok voltak a programok tekintetében. A túrák háromnegyede (35) nyári hónapra van hirdetve, és mindössze néhány iroda ajánl tavaszra és ősze is programot (6. ábra).



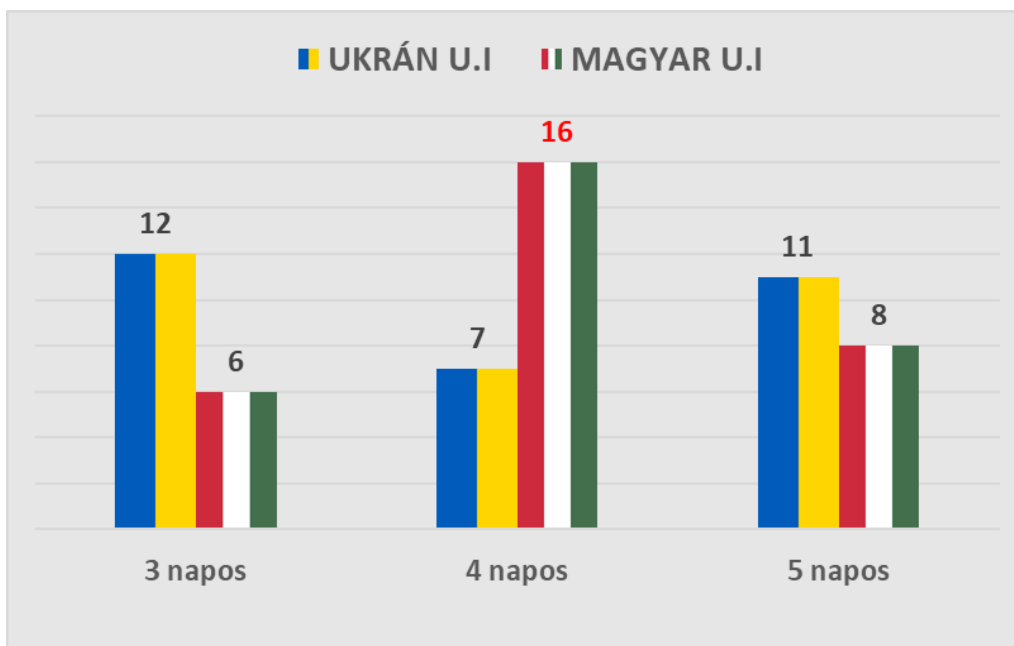
6. ábra. Az utazási irodák által meghirdetett túrák száma hónapokra bontva

Forrás: Saját szerkesztés

A szezonális eloszlását áttekintve két fő szezont különíthetünk el az ábra alapján: egy nyárit és egy télit. A nyári főszezont (június, július, augusztus) egy rövid elő- (május) és utószezon (szeptember) övezi, míg a téli főszezont döntően decembert és januárt jelenti. Mindkét nemzet utazási irodái körében a nyári főszezon erőteljesebb, mint a téli. Azt láthatjuk, hogy az ukrán utazási irodák körében a téli szezon valamennyivel népszerűbb, mint a magyaroknál. Ez azért van, mert az ukránok vallási ünnepei ezekre a hónapokra esnek, mivel a

Julián-naptárban a karácsony és az újév is januárban van. A magyar utazási irodák körében tisztán látszik a nyári főszezon erőteljes dominanciája, míg az ukrán irodáknál a tavaszi előszezon hónapjai is meglepően népszerűek. Mindkét utazási irodánál az őszi hónapok jóval elmaradnak a tavasziaktól és a nyáriaktól, ami a rossz időnek tudható be leginkább (6. ábra).

Kutatásom során megvizsgáltam, hogy az utazási irodák által meghirdetett programok hány naposak. A 7. ábrán szemléltetem mindkét nemzet eredményeit.

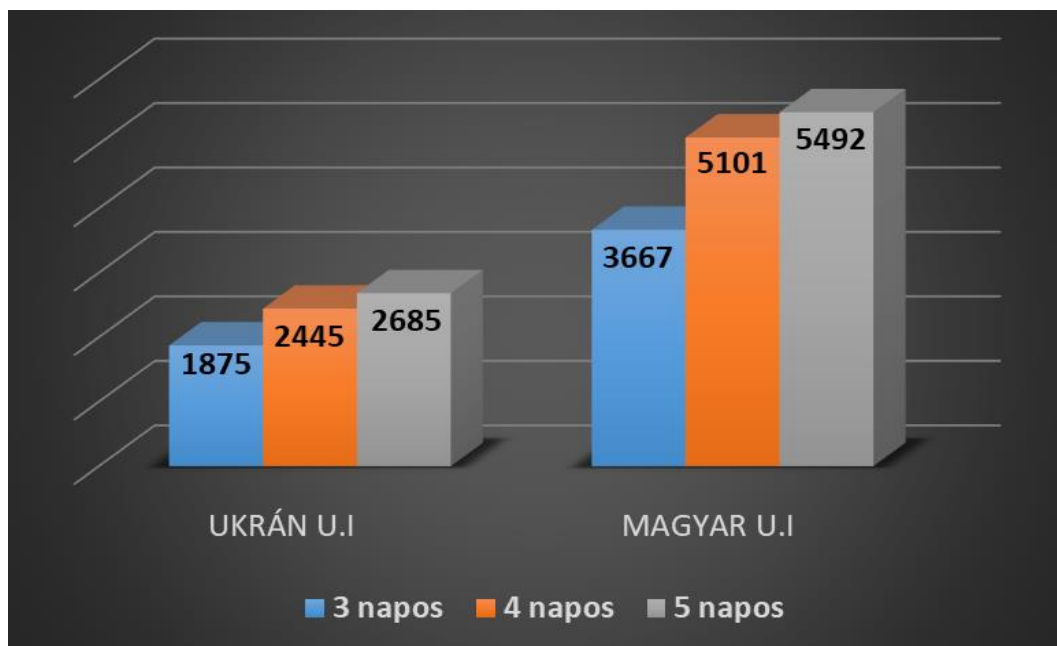


7. ábra. Az utazási irodák által meghirdetett túrák hossza

Forrás: Saját szerkesztés

A magyar utazási irodák körében a 4 napos túrák a legnépszerűbbek. A programok több mint fele (16) 4 napos túra. A 4 napos túrák után az 5 napos utazások következnek, mivel 8 alkalommal az utazási iroda 5 napos programot hirdetett meg. A legnépszerűtlenebb a túra időtartamát nézve a 3 napos túrák. Mindössze 6 utazási iroda hirdetett 3 napos túrát Kárpátaljára. Valószínűleg azért több a 4 és 5 napos túrák száma a magyar utazási irodák kínálatában, mert a határátlépés és az utazás majdnem egy teljes napot is elvesz a programból. A hosszúhétvégés 3 napos túrákra pedig lehet nincs olyan kereslet, mint a 4-5 naposakra (7. ábra).

A kutatásom során azt is vizsgálat alá vettem, hogy mennyibe kerülnek a kínált utazások. Az ár függ a túra napjainak számától és a kínált szolgáltatásoktól. Mindkét nemzet utazási irodáinak túrára szabott árai tartalmazták a busz, a szállás és a félpanzió költségét. A borkóstolás beletartozott az árba legtöbb magyar és ukrán utazási iroda programjában.



8. ábra. Az utazási irodák által meghirdetett programok átlagos ára hrvnyában

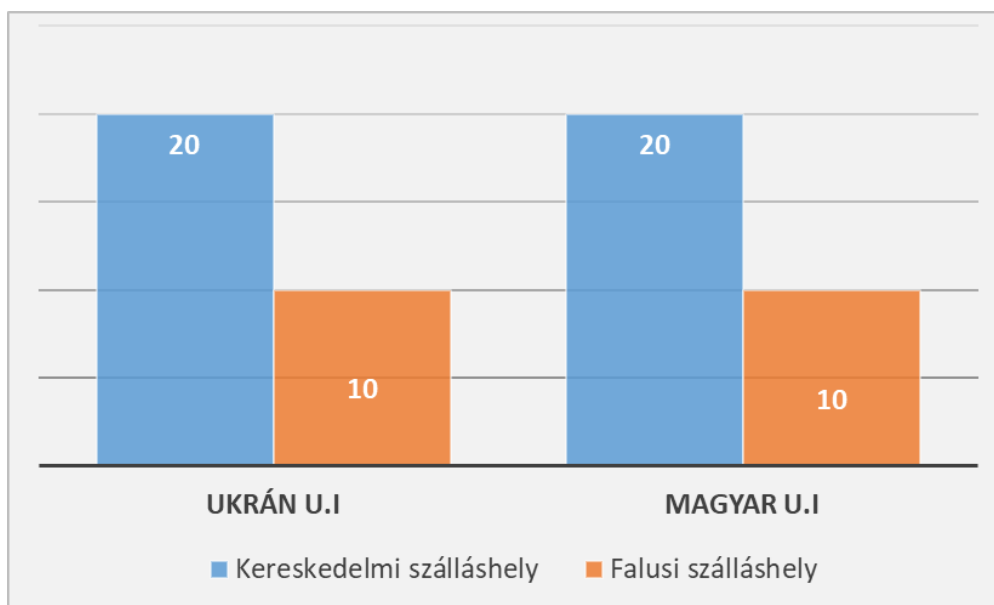
Forrás: Saját szerkesztés

A magyar utazási irodák kínálatában a 3 napos programok átlagban 39 400 forintba (3 667 hrvnya), a 4 napos túrák 54 800 forintba (5 101 hrvnya), míg az 5 naposak 59 000 (5492 hrvnya) forintba kerültek, míg az ukránoknál az árak jóval alacsonyabbak voltak a 3,4 és 5 napos túrák esetében is. A 3 napos programok átlagban 1 875 hrvnyába, a 4 napos túrák 2 445 hrvnyába, míg az 5 naposak 2 685 hrvnyába kerültek az ukrán irodáknál. Ennek az oka valószínűleg a szálláshely és az étkeztetés minőségében keresendő. Az ukrán utazási irodák kínálatánál az is sok esetben előfordult, hogy a feltüntetett szolgáltatásokat nem számolták bele a meghirdetett árba. Ez leginkább a termálvizes programokra és a kóstolásokra volt jellemző (8. ábra).

A kutatásom kiterjedt arra is, hogy megvizsgáljam, milyen jelzőkkel és kifejezésekkel írják körül Kárpátalját a meghirdetett utazások programjaiban az ukrán és magyar utazási irodák. Ezeknek a kifejezéseknek hatalmas szerepük van egy adott desztináció internetes megjelenésében. A pozitív jelzők befolyásolják a turistákat, ezáltal többen érdeklődnek a régió iránt. Kárpátalját rengeteg pozitív jelzővel jellemezték mindkét nemzet utazási irodái. A magyar utazási irodáknál a „Vadregényes”, „titokzatos” és „vendégszerető” szavak jelentek meg a legtöbb programleírásban, míg az ukránok a „Чудовий” (csodálatos) és a „Мальовничий”(festői) szavakkal jellemezték Kárpátalját a programjaikban a legtöbb alkalommal (9. ábra).

azt láthatjuk, hogy döntő többségben a kereskedelmi szálláshelyek vannak jelen. A programokban 20 alkalommal jelenik meg valamelyik kereskedelmi szálláshely (9. ábra).

Az ukrán utazási irodák kínálataiban azt láthatjuk, hogy szintén a kereskedelmi szálláshelyek vannak többségben. A 30 programból 20 alkalommal kereskedelmi szálláshely volt feltüntetve (9. ábra).

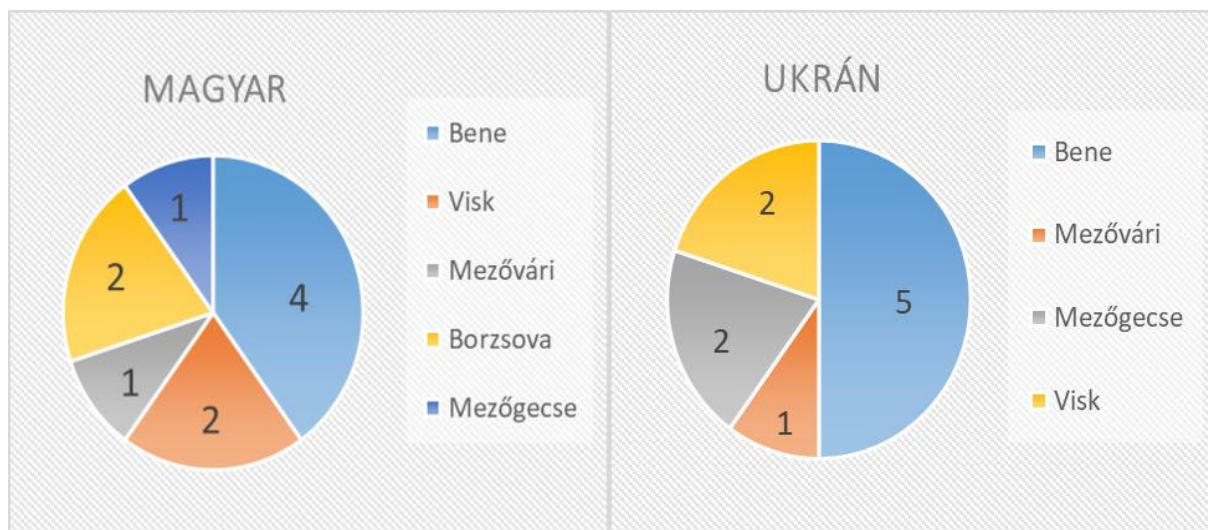


10. ábra. Az utazási irodák programjaiban kínált szálláshelyek típusának megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés

A 10. ábrán láthatjuk, hogy a magyar és az ukrán utazási irodák is nagyobb számban ajánlanak kereskedelmi szálláshelyet a programjaikban. A magyar utazási irodák legtöbb kereskedelmi szálláshelyet Munkácson ajánlották. 12 alkalommal ajánlottak kereskedelmi szálláshelyet itt. A következő Beregszász, mely 4 alkalommal jelent meg kereskedelmi szálláshelyként. Ezt követi Jánosi, amely szintén 2 alkalommal szerepelt szálláshelyként és 2 alkalommal nem volt feltüntetve a szálloda helye. Az ukrán utazási irodák többsége viszont semmilyen információt nem adott meg ezekről a szálláshelyekről, gyakran még a települést sem említik meg, ezért ebből nem volt lehetséges kimutatni a szálláshelyek megoszlását.

A kereskedelmi szálláshelyeken kívül a falusi szálláshelyek is megjelentek a kínálatokban. Az ukrán és magyar utazási irodák is ajánlottak falusi szálláshelyeket, bár közel sem annyit, mint kereskedelmit. A magyar utazási irodák közül 10 utazási iroda ajánlott falusi szálláshelyet a programjukban, ami arra enged következtetni, hogy a falusi szálláshelyek közel sem olyan népszerűek, mint a kereskedelmi szálláshelyek.



11. ábra. Az irodák által hirdetett falusi szálláshelyek területi megoszlása a túrákban

Forrás: Saját szerkesztés

A 11. ábrán azt láthatjuk, hogy az ukrán és magyar utazási irodák által meghirdetett programokban feltüntetett falusi szálláshelyek hol helyezkednek el. Ami meglepő a falusi szálláshelyek tekintetében, hogy mindkét fél a Kárpátalján élő magyar kisebbség által lakott falvak falusi vendégfogadóinak a szolgáltatásait kínálják fel vendégeik számára. Mindkét félnél Bene a legnépszerűbb falusi szálláshely. Benén kívül megjelenik még Visk, Borzsova, Mezőgecse és Mezővári is.

A legtöbb falusi szálláshely a Beregszászi járásban volt meghirdetve, ami jól tükrözi a falusi turizmus területi megoszlását Kárpátalján. Mindkét nemzetnél találhatunk okokat arra, hogy miért ezen a területen ajánlották a legtöbb falusi szálláshelyet. A magyar utazási irodák kínálatában azért dominálhat ez a terület, mert a térség leginkább magyarlakta településekből áll össze, ami mindenképp vonzó lehet a magyar turisták számára. Az is egyértelmű ok, hogy itt található a legtöbb magyar vonatkozású objektum Kárpátalján. Az ukrán utazási irodák kínálatában viszont teljesen más okok miatt kapott a járás jelentősebb hangsúlyt. Kárpátalján a Beregszászi járásban található a legnagyobb termálvízkészlet. A termálvíz az ukrán turisták számára Kárpátalja elsőszámú turisztikai terméke. Kaszony és Beregszász olyan települések, ahol termálvizes fürdőzésre tökéletes lehetőséget kapnak az ukrán turisták, emiatt pedig a szálláshely megválasztása fontos az ukrán irodák számára (Sass, 2019).

Azt is megvizsgáltam, hogy a programokban hány szálláshely jelenik meg. Az ukrán és magyar utazási irodák is ajánlanak olyan túrát, amiben nem csak egy, hanem több szálláshely is előfordul az utazás során. Érdekeség viszont, hogy a megvizsgált utazási irodák

programjaiban nem volt olyan túra, ahol falusi és kereskedelmi szálláshely is megjelent volna egy programban.



12. ábra. Hány szálláshely jelenik meg a programban?

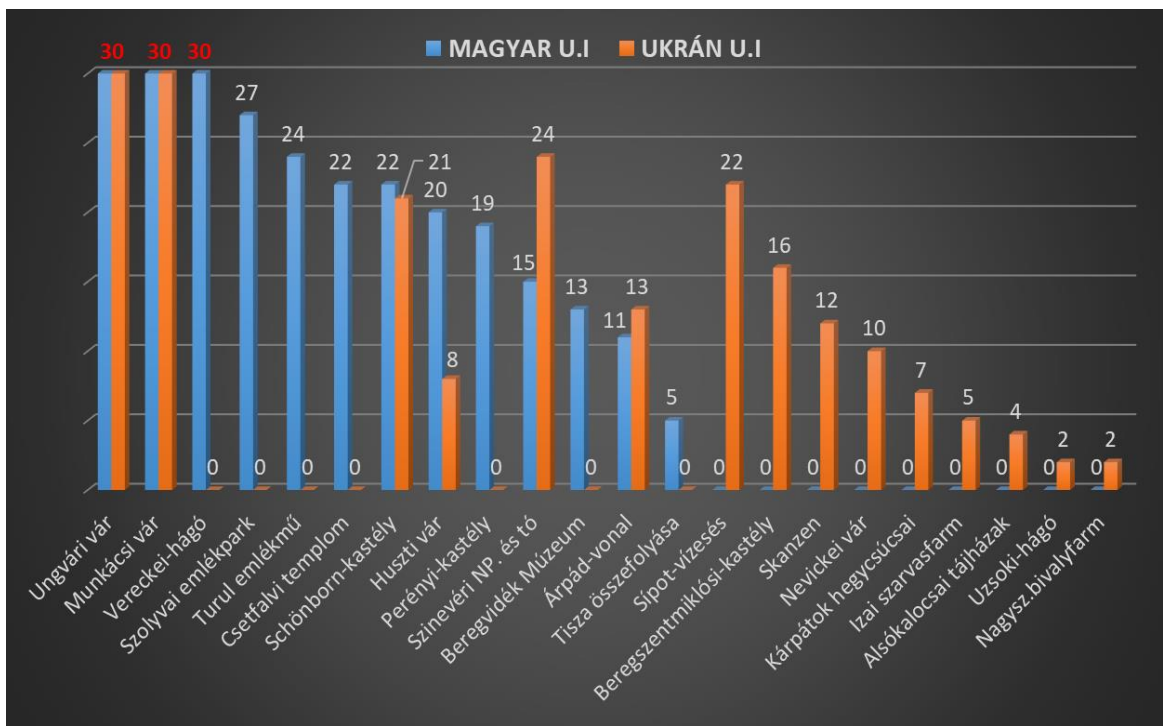
Forrás: Saját szerkesztés

A 12. ábrán azt láthatjuk, hogy az ukrán utazási irodák előszeretettel kínálnak több szálláshelyet programonként, mint a magyar fél. A 30 magyar utazási iroda közül 26 csupán egy szálláshelyet kínál az egész program során. Az ukrán utazási irodák viszont 18 alkalommal egynél több szálláshelyet hirdettek meg. Ez azt jelenti, hogy amíg a magyar utazási irodák csillagtúra szerűen szervezik az útjaikat, vagyis a csapat az esetek döntő többségében visszatér ugyan arra a szálláshelyre, addig az ukrán irodák inkább körutazásokat ajánlanak.

Étkezésben is dominánsabb volt az éttermi étkezés a falusinál, ami teljes mértékben összefügg a szálláshelyválasztással. A vizsgált programok mindegyike félpanziós ellátást kínált és egyik program sem ajánlott teljes ellátást.

5.3.3 Látnivalók megjelenése az irodák kínálatában

A kutatásnak ebben a részében azt tárom fel, hogy az ukrán és magyar utazási irodák kínálatában mely kárpátaljai objektumok és látványosságok élveznek prioritást. A programok áttekintését és rendszerezését követően egy összehasonlító diagrammot készítettem, amelyen szemléltettem, hogy miket ajánlanak megtekintésre az ukrán és magyar utazási irodák Kárpátalján. Az ábrán viszont nem minden kárpátaljai objektum található meg, mivel csak azokat ábrázoltam, amelyek legalább egyszer bekerültek a túra leírásába. Számos utazási iroda volt a kutatásomban, amely nem részletezte a megtekintett objektumok listáját, ezáltal pedig nem tudtam pontosan feltüntetni minden objektumot (13. ábra).



13. ábra. A látnivalók megoszlása az utazási irodák programjaiban

Forrás: Saját szerkesztés

A programokban megjelenő objektumok azt mutatják, hogy az épített örökségek a legfontosabb turisztikai célpontok a magyar turisták körében. Azt is láthatjuk, hogy a Vereckei-hágó, a Munkácsi vár és az Ungvári vár mindegyik programban megjelent, ami azt jelenti, hogy Kárpátalján kihagyhatatlannak tartják ezeket az objektumokat a magyar utazási irodák. Szintén érdemes megemlíteni a Szolymai emlékparkot, amely a „málenkij robot” áldozatainak állít emléket. A park 27 alkalommal lett úticélként kitűzve. A Turul emlékmű Tiszaújlakon is a magyar vonatkozású múlt miatt került be 24 programba.

A templomok közül a csetfalvi templom az, amely a legtöbb programban szerepelt. Kazettás mennyezete és impozáns külseje miatt, Kárpátalján egyedinek mondható. Ezért nem meglepő az sem, hogy 22 alkalommal találkozhatunk vele a programokban (13. ábra).

A kastélyok közül mindenképp meg kell említeni a Schönborn-, és a Perényi-kastélyt, melyek igencsak népszerűek a turisták körében. A Schönborn-kastély 22 alkalommal jelent meg a programokban, míg a Perényi-kastélyt 19 utazási iroda tette be a túrájába.

Az első természeti látnivaló, amely komolyabb számban jelent meg a programokban az a Szinevéri Nemzeti Park és annak területén fekvő tó amely Kárpátalja egyik legszebb természeti vonzerőjeként van jelen. 15 alkalommal jelent meg a kínálatban. Ez arra enged következtetni, hogy

a magyar utazási irodák előszeretettel rakják bele programjaikba a Szinevéri Nemzeti Parkot, de közel sem olyan népszerű, mint a várak. Az egyik legszebb természeti kincse Kárpátaljának, az a Fekete-és Fehér Tisza összefolyása, amely Rahón található. A Tiszát a „legmagyarabb folyóként” szokták becézni, mégis csupán a programok töredékében jelenik meg. Mindössze 5 utazási iroda tette programja részévé ezt a természeti látványosságot.

Az ukrán utazási irodák kínálata más képet mutat, mint a magyar. Itt is mindegyik programban szerepel az Ungvári és a Munkácsi vár, ami azt jelenti, hogy a turisták számára Kárpátalján kihagyhatatlannak tartják az ukrán utazási irodák ezeket az objektumokat. Az is megfigyelhető azonban, hogy az elsősorban magyar történelmi jelentőséggel rendelkező Vereckei-hágó – értelemszerűen – egyszer sem jelenik meg az ukrán kínálatban, vagyis ez a hely nem jelent vonzerőt a belföldi turisták számára. A hágók közül 2 alkalommal jelent meg az Uzsoki a programokban, viszont ezeken kívül más hágókat egyáltalán nem tettek a programjukba az ukrán irodák

A következő népszerű látnivaló az ukrán programokban az a Szinevéri Nemzeti Park és tó. Az ukrán utazási irodák szintén előszeretettel rakják bele a programba Kárpátalja legszebb természeti látnivalóját. A népszerűsége a programokban azt sugallja, hogy az ukrán turistákat jelentős mértékben vonzzák a kárpátaljai természeti értékek is. A tó mellett található egy medvezervátum is, amit gyakran az irodák csatolnak a programhoz, ami külön okot ad arra, hogy a Szinevéri Nemzeti Park bekerüljön a programba. Összesen 24 alkalommal jelent meg a helyszín az ukrán utazási irodák programjaiban. A következő látnivaló szintén egy természeti értéke Kárpátaljának, a Sipot-vízesés. Összesen 22 alkalommal került be a programokba. Az objektum egy különleges szerepet tölt be az ukrán turisták számára, mivel Ukrajna földrajzi adottságai miatt az ország területén kevés hasonló magasságú vízesés található. Érdekesség, hogy a magyar programokban a vízesés egyszer sem jelent meg.

A Schönborn-kastély 21 alkalommal került be a programokba. A könnyű elérhetősége és látványossága miatt gyakran csatolják a programokba a kastélyt. A következő látnivaló pedig a Beregszentmiklósi várkastély, ami meglepően 16 alkalommal került be a programokba. Ez az objektum nem túl népszerű sem a helyi, sem a magyar turisták számára, viszont az ukrán irodák a programok több mint felében meghirdették. Az Árpád-vonal 13 alkalommal szerepelt a programok között. A Skanzen követi 12 alkalommal, bár azt meg kell jegyezni, hogy sok programban nincs feltüntetve külön attrakcióként, csupán az Ungvári vár látogatása során kerül felkeresésre. A Skanzenen kívül Alsókalocsa tájházai is megjelentek a programokban. Az ukránoknál 4 alkalommal, a magyar irodáknál viszont egyszer sem szerepelt a túsókban. A

várromok is megjelentek az ukrán utazási irodák kínálatában. A Nevickei várrom meglepően sokszor szerepelt, mintegy 10 alkalommal, míg a Huszti várrom 8-szor (13. ábra).

A programokban nagy számban megjelentek a kárpátaljai farmok is. Ezek a farmok az ukrán turisták számára attrakcióként funkcionálnak, és az irodák előszeretettel teszik be a programjukba. 11 alkalommal került be farm a kutatott programokba. A legnépszerűbb farm, az Izai szarvasfarm volt, ami 5 alkalommal került be a programok közé. A következő attrakció bár technikailag nem egy farm, viszont többször is megemlítésre került az ukrán programokban. A Szinvéri Nemzeti Park részét képező medvezervátum 4 alkalommal jelent meg a programokban. A Nagyszőlősi bivalyfarm meglátogatása is bekerült a programokba 2 alkalommal (13. ábra).

Összességében azt lehet elmondani, hogy az ukrán és magyar utazási irodák kínálatában is dominálnak az épített örökségek. Az ukrán utazási irodáknál is a várak voltak a legnépszerűbbek, viszont sokkal nagyobb szerepet kapnak a természeti látnivalók mint a magyar utazási irodák programjaiban. Mindkét nemzet utazási irodái máshogy közelítik meg Kárpátalját, mint turisztikai régiót. A magyar utazási irodák főként a kulturális és nemzeti értékeket tartották szem előtt a túrák megalkotása során. Minden olyan objektumot igyekeztek a program részévé tenni, ami kötődik a magyar történelemhez. Valószínűleg ezért is hagyták ki teljesen a programjaikból a Sípot-vízesést és az Uzsoki-hágót. Kevés alkalommal jelent meg a Fehér-, és Fekete-Tisza összefolyása is. Ez viszont valószínűleg azért van, mivel Rahó messze található a fontosabb turisztikai desztinációktól, ezért az irodák kihagyhatónak találják ezt a látnivalót. Ugyanez az érvelés adhat magyarázatot arra, hogy a Hoverla miért nem jelent meg egyetlen programban sem (13. ábra).

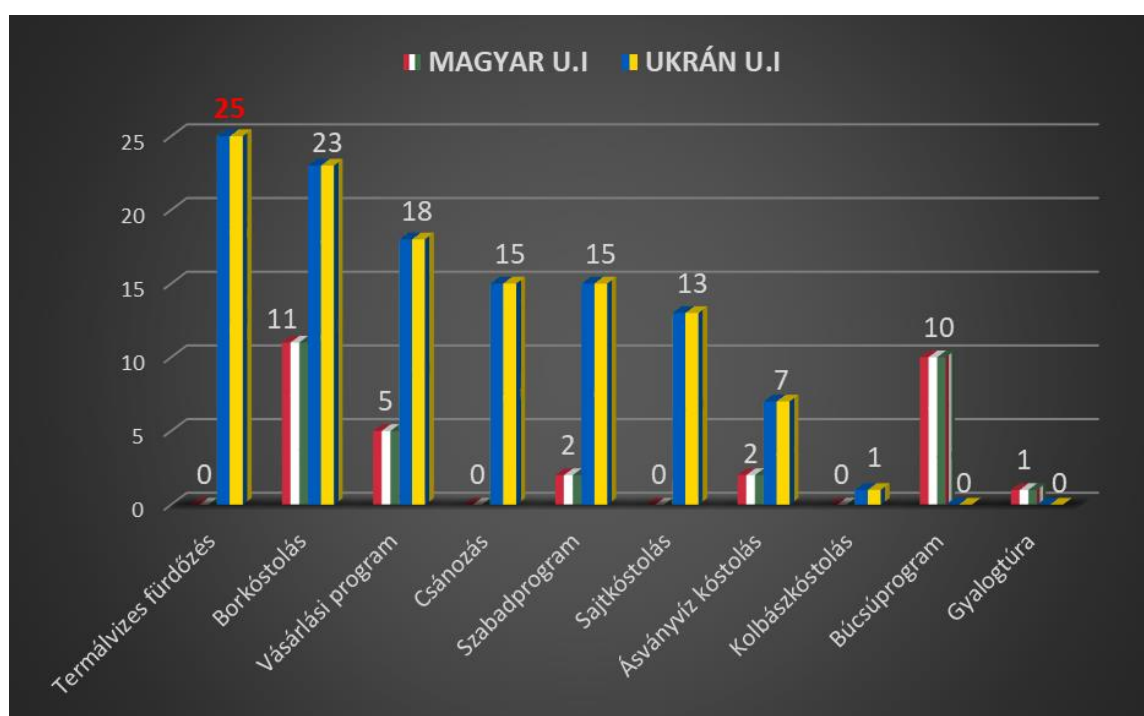
Az ukrán utazási irodák programjait kutatva pedig azt láthatjuk, hogy előtérbe kerülnek az esztétikai értékkel rendelkező látványosságok. Az ukrán utazási irodák Kárpátalját olyan helyként reklámozzák, ahol a turista kikapcsolódhat.

A következtetés tehát az, hogy vannak Kárpátalján olyan objektumok, melyeket mindkét nemzet utazási irodái kihagyhatatlannak tart, mint a Munkácsi-, és Ungvári vár, amelyek az összes programban megtalálhatóak. Vannak olyan látnivalók is, amelyeket csak az egyik nemzet utazási irodái preferáltak. A Vereckei-hágó és a Csetfalvi templom csupán a magyar programokban jelent meg, míg a Sípot-vízesés és a Skanzen csak az ukrán programokban. Vannak olyan látnivalók is, amelyek népszerűek mind a magyar, mind az ukrán túrákban is. Ilyen az Árpád-vonal, a Schönborn-kastély és a Szinevéri Nemzeti Park és tó.

5.3.4 Szórakoztató, szabadidős és/vagy aktív turisztikai tevékenységek megjelenése az irodák kínálatában

Az utazási irodák által meghirdetett kárpátaljai túrák programjait olyan szempontból is vizsgálat alá vettem, hogy rávilágítsak milyen szórakoztató, szabadidős és/vagy aktív turisztikai tevékenységhez köthető lehetőségeket kínálnak az utazni vágyóknak. Kíváncsi voltam, hogy a természeti és kulturális értékek, látnivalók megtekintése mellett milyen egyéb programlehetőségekkel csalogatják a vendégeket Kárpátaljára, s hogy megfigyelhető-e lényeges különbség az ukrán és a magyar irodák ajánlatai között.

A 14. ábrán azt láthatjuk, hogy az utazási irodák milyen programokat hirdettek meg a túraleírásban.



14. ábra. Az utazási irodák által meghirdetett szórakoztató, szabadidős és/vagy aktív turisztikai programok megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés

A magyar utazási irodák kínálatát tekintve a borkóstolás volt a legnépszerűbb program, amely 11 alkalommal jelent meg. Ezt követte a búcsúprogram, ami 10 alkalommal szerepelt programként. A borkóstolás mellett a vásárlási lehetőségek is megjelentek 5 programban. 2 alkalommal jelent meg szabadprogram a magyar utazási irodák túráiban. A természethez köthető aktív turisztikai tevékenységek ajánlása nem jellemző a magyar irodák programjaiban, ugyanis a programokban csupán egyetlen kisebb gyalogtúra jelent meg egy utazási irodánál.

Az ukrán utazási irodák szórakoztató, szabadidős és/vagy aktív turisztikai programok terén sokszínűbbnek bizonyultak a magyar féltől. Megjelentek olyan programok is, amelyek a magyar utazási irodák kínálataiban egyáltalán nem szerepelnek, mint a farmlátogatás, sajtókóstolás és termálvizes fürdőzés.

A legnagyobb számban szereplő program az ukrán irodák túráiban a termálvizes fürdőzés volt. 25 alkalommal ajánlották ezt a lehetőséget, néhány iroda pedig egynél több termálfürdőt is hirdetett a programjában. A beregszászi Pacsirta termálfürdő lett a legnépszerűbb fürdőhely, mivel 12 túrában szerepelt. A Pacsirtát viszont a Kaszonyi termálfürdő követte, amely 11 programban szerepelt. Velétén 2 alkalommal hirdettek fürdözést az irodák.

A következő népszerű program az ukrán utazási irodák körében a borkóstolás volt. 23 alkalommal jelent meg borkóstolás a programokban, ami egy biztató számadat a kárpátaljai borászok számára. Az ukrán turistákat vonzzák az itteni borok és előszeretettel rakják az irodák is bele a programba. Borkóstolás terén Beregszász volt a legnépszerűbb hely a vizsgált programokban, aztán Munkács és Szerednye következett. A programokba előszeretettel teszik az ukrán irodák a sajtókóstolást is, ami 13 túraleírásban szerepelt. Ezek mindegyikét Izán ajánlották. A programok felében a turistáknak szabadprogramot is kínáltak (14. ábra).

A következő népszerű program a csánozás volt, ami 15 alkalommal jelent meg az ukrán utazási irodák programjaiban. A magyar félnél ez a szolgáltatás egyszer sem jelent meg, mivel ezekkel a programokkal nem rezonálnak annyira a magyar turisták (14. ábra).

A kárpátaljai ásványvizek is megjelentek a programokban. 7 alkalommal ajánlottak az irodák ásványvízkóstolást. A legtöbbet Kölesényen és Kivtka Polenininán, de egy iroda Vízközön is ajánlott kóstolást. A magyar utazási irodák kínálatában az ásványvízkóstolás nem mondható népszerűnek. Mindössze 2 programban jelent meg, míg az ukrán félnél 7 programban volt lehetőség kárpátaljai ásványvízkóstolásra (14. ábra).

A programok között, mint az aktív turisztikai tevékenység egyik formája a hegymászás is megjelent, a magyar programokhoz képest sokkal nagyobb intenzitással. 7 alkalommal ajánlottak az ukrán irodák hegymászást: 6 alkalommal a Pikuj-hegycsúcsot mászták meg a turisták, 1 alkalommal pedig a Makovica-hegycsúcsot. Viszont egyik ukrán programban sem szerepelt biciklizés, vagy evezés, a magyar programokhoz hasonlóan (14. ábra).

Összességében azt lehet elmondani, hogy meghirdetett programok terén az ukrán utazási irodák sokszínűbbek a magyar utazási irodáknál. Számos esetben láthatóak ellentétek és különbségek a két iroda kárpátaljai megközelítésében. A magyar utazási irodák kevesebb

borkóstolást és termálvizes programot ajánlanak, mivel ezeket a magyar turisták saját országukban is megtapasztalhatják, gyakran olcsóbban és jobb körülmények között.

Az ukrán utazási irodáknál a borkóstolás mellett a termálvizes programok voltak a legnépszerűbbek. A termálvíz egy rendkívül vonzó turisztikai erőforrás, amelyre az ukrán utazási irodák kiemelt hangsúlyt fektetnek a programjaikban. Gyakran csak ezzel reklámozzák Kárpátalját, és a honlapokon feltüntetett képek között rengeteg alkalommal szerepelnek termálvizes illusztrációk. Az ukrán turistáknak a termálvíz egyértelmű vonzerőnek számít, amire Kárpátalja építhet. A termálvíz rengeteg potenciált rejt a régió számára a belföldi turizmus szemszögéből.

Az ukrán irodák Kárpátalja gasztronómiai értékével is próbálják csalogatni a turistákat. A programjaikba előszeretettel tesznek sajtkóstolást és akár kolbászkóstolást is. Ez is egy olyan turisztikai termék, amely leginkább a belföldi turistákat csalogatja. Kárpátalja gasztronómiája újdonságként hathat az ukrán turistáknak, ami nem mondható el a magyar részről (14. ábra).

KÖVETKEZTETÉSEK

A kutatás során kapott eredmények által egy átfogó képet kaphatunk Kárpátalaja turisztikai kínálatáról az ukrán és magyar utazási irodák internetes felületein történő megjelenése következtében. Mivel a kutatásom célja a hasonlóságok, eltérések és lehetőségek keresése volt a két nemzet utazási irodáinak összevetésével, ezért igyekeztem a céloknak megfelelő válaszokat és következtetéseket is megfogalmazni:

1. táblázat. Az ukrán és magyar utazási irodák internetes kínálatában lévő eltérések és hasonlóságok

Forrás: Saját szerkesztés

Kutatott kategóriák	Hasonlóságok	Eltérések
<i>Utazási irodák honlapjai</i>	Az alapvető információk (ár, szállás, étkezés, utaztatás) fel voltak tüntetve az irodák honlapjain.	A magyar utazási irodák honlapjai jóval átláthatóbbak, kezelhetőek és informatívabbak, mint az ukrán utazási irodáké.
<i>Utazási irodák elhelyezkedése</i>	Mindkét nemzetnél a legtöbb utazási irodát a fővárosból (és környékéről) leltem.	Az ukrán utazási irodák átlagosan messzebb találhatóak Kárpátaljától, mint a magyarok.
<i>Kárpátalját leíró kifejezések</i>	Az utazási irodák mindkét nemzetnél leginkább Kárpátalja természeti adottságaival hirdették a régiót.	A magyar utazási irodák kínálatában használt kifejezések többször utaltak Kárpátalja történelmi és kulturális múltjára, mint az ukrán irodák esetében.
<i>Az utazás időtartama</i>	Az 5 napos túrák mindkét nemzetnél közel arányosan oszlottak meg.	Az ukrán kínálatokban a 3 napos túrák, míg a magyarban a 4 napos túrák voltak a legnépszerűbbek.
<i>Az utazás időszaka</i>	Mindkét nemzet utazási irodáinál a nyári főszezonban lett a legtöbb túra meghirdetve.	Az ukrán utazási irodák kínálatában a tavaszi elő-, és az őszi utószezon erőteljesebb, mint a magyar irodáknál.

<i>Szállás helye, típusa</i>	A kereskedelmi szálláshelyek mindkét nemzet utazási irodáinál dominálnak.	Az ukrán utazási irodák túrái jelentősen többször kínálnak egynél több szálláshelyet a programban, mint a magyar irodák.
<i>Étkezés helye, típusa</i>	Mind a magyar, mind az ukrán utazási irodák túráiban csak félpanziós ellátás szerepelt, az éttermi étkeztetés pedig mindkét félnél dominánsabb volt a falusitól.	A magyar utazási irodák honlapjai részletesebb információkat szolgáltatnak az étkeztetésről, mint az ukrán oldalak.
<i>Árak</i>	Az 5 napos túrák kerültek mindkét nemzetnél a legtöbb pénzbe.	A magyar célközönség programjai majdnem kétszer drágábbak, mint az ukránoké.
<i>Természeti látnivalók</i>	A Szinevéri Nemzeti Park mindkét nemzet utazási irodáiban népszerű volt.	Az ukrán utazási irodák sokkal nagyobb hangsúlyt fektetnek a természeti látnivalók bemutatására, mint a magyar irodák.
<i>Építészeti értékek</i>	Kárpátalja várai mindkét nemzet utazási irodáinál domináltak a kínálatban.	Kárpátalja épített értékei sokkal erőteljesebben megjelentek a magyar utazási irodák kínálatában, mint az ukránoknál.
<i>Gasztronómia</i>	A kárpátaljai borok kóstolása egyaránt népszerű volt a magyar és az ukrán utazási irodák kínálatában.	Sokkal több kulináris elemet tartalmaznak az ukrán célközönség programjai, mint a magyaroké.
<i>Szórakoztató, szabadidős programok</i>	Mindkét nemzet utazási irodáinak kínálatában voltak olyan túrák, ahol a turisták lehetőséget kaptak vásárlásra és szabadidős program alakítására.	A magyar utazási irodák esetében szegényesebb a kínált programok változatossága.
<i>Aktív turisztikai tevékenységek</i>	Aktív turisztikai tevékenységek egyaránt szinte teljesen hiányoztak az ukrán és magyar utazásokból.	Az ukrán utazási irodák kínálatában többször szerepelt hegymászás.

Lehetőségek:

A kutatásom során nem csak az eltérések és hasonlóságok keresése volt az ukrán és magyar utazási irodák Kárpátaljára szóló internetes kínálatában, hanem olyan fejlesztési lehetőségek kidolgozása is, amelyek erősíthetik a régió megjelenését az internetes felületeken.

2. táblázat. Fejlesztési lehetőségek az ukrán és magyar utazási irodák internetes kínálatában

Forrás: Saját szerkesztés

Kategóriák	Fejlesztési lehetőségek az ukrán utazási irodák internetes kínálatában	Fejlesztési lehetőségek a magyar utazási irodák internetes kínálatában
<i>Általános információk</i>	<ul style="list-style-type: none">• Átláthatóbb és kezelhetőbb webes felületek létrehozása.• Részletesebb leírás a programokról, a megtekinthető látnivalókról, a megtenni tervezett kilométerekről, az étkeztetés formájáról és a szálláshelyekről.• Kárpátalja kulturális és történelmi oldalának erőteljesebb megjelenítése a régió hirdetésekor.	<ul style="list-style-type: none">• Több túra hirdetése a főszezonon kívüli időszakokra.• Több információ a célterületről és az ország helyzetéről.
<i>Szállás és étkezés</i>	<ul style="list-style-type: none">• Magyar konyhához köthető étkezési lehetőségek bővítése a kínálatban.• A falusi szálláshelyek erőteljesebb megjelenítése a kínálatban.	<ul style="list-style-type: none">• Több Kárpátaljához kapcsolódó kulináris elem megjelenése a kínálatban.• Alternatív szálláshelyek (ifjúsági szállók, parókiák, stb.) megjelenése a programokban.• A magyar falusi szálláshelyek erőteljesebb megjelenítése a kínálatban.
<i>Látnivalók</i>	<ul style="list-style-type: none">• Kárpátalja épített örökségeinek erőteljesebb megjelenése a kínálatban.	<ul style="list-style-type: none">• Kárpátalja természeti értékeinek több programba való integrálása.
<i>Szabadidős és/vagy aktív turisztikai tevékenységek</i>	<ul style="list-style-type: none">• Több kreatív búcsúprogram a kínálatban.• Az aktív turisztikai tevékenységek (túrázás, biciklizés, evezés) megjelenése a kínálatban.	<ul style="list-style-type: none">• Sokszínűbb szabadidős és aktív programlehetőségek a kínálatban.• Az aktív turisztikai tevékenységek (túrázás, biciklizés, evezés) megjelenése a kínálatban.

ÖSSZEFOGLALÁS

Kárpátalja mint turisztikai desztináció rengeteg látványossággal és kulturális értékkel rendelkezik. A munkám során arra próbáltam keresni a választ, hogy Kárpátalja mint konkrét turisztikai desztináció, milyen sajátosságokkal, programokkal, látnivalókkal és lehetőségekkel van ábrázolva és reklámozva az ukrán és magyar online utazási irodák kínálatában. A kutatás fő célja pedig az volt, hogy megvizsgáljam a különbségeket, hasonlóságokat és sajátosságokat az ukrán és magyar online utazási irodák összevetésével.

30 magyar és 30 ukrán utazási irodának a programjait vizsgáltam meg, majd hasonlítottam össze a munkámban. A kutatás jelentős részét az interneten végeztem. Az irodákat összegyűjtöttem, majd egy 56 kérdésből álló szempontrendszer alapján megvizsgáltam őket. Ezután rendszereztem az adatokat és kiértékeltem a kapott eredményeket. Végül szemléltetésként diagrammokat alkottam a fontosabb eredményekből.

A kutatásom összegző következtetése az, hogy magyar utazási irodák főként a kulturális és nemzeti értékeket tartották szem előtt a túrák megalkotása során. Minden olyan objektumot igyekeztek a program részévé tenni, ami kötődik a magyar történelemhez és kultúrához. A Vereckei-hágó, a Munkácsi vár és az Ungvári vár az összes programban megtalálható volt. Bár Kárpátalja számos természeti látnivalóval rendelkezik, a magyar utazási irodák kínálataiban ezek mégsem jelennek meg nagyobb számban. A magyar utazási irodák programjaira jellemző az, hogy Kárpátalját szeretnék részletesen megismertetni a turistákkal, ezért az objektumokra fektették a nagyobb hangsúlyt, és nem a szórakoztató programokra.

Az ukrán utazási irodák kínálata sok aspektusban eltér a magyar oldalétól. Az ukrán programok áttekintése során egyértelművé vált, hogy az irodák Kárpátalját egy olyan desztinációként jelenítik meg, ahol a kikapcsolódás a fő cél. Az ukrán turisták számára a kulturális és vallási értékek háttérbe szorulnak a pihenés és szórakozás mellett, míg a magyar irodáknál pont ezek a jegyek alakítják a kínálatot. Az ukrán túrák sokszínűek a kínált programok alapján, viszont a látnivalókra közel sem fektetnek olyan hangsúlyt, mint a magyar irodák. A termálvíz egy olyan domináns turisztikai terméként jelenik meg az irodák kínálatában, amit a kulturális és épített örökségek meg sem közelítenek. Ennek ellenére az ukrán utazási irodák kihagyhatatlannak tartják az Ungvári-, és Munkácsi várat, mivel az összes programban megjelent ez a két objektum. Az irodák Kárpátalja természeti értékeire is nagyobb hangsúlyt fektetnek a túrák megalkotása során. A Szinevéri-tó és a Sípot-vízesés jelentős számban megtalálható a programok között.

A kutatás során tiszta képet kaptam arról is, hogy a magyar és az ukrán utazási irodák internetes kínálataiban mik a hiányos elemek. Lehetőségekként feltártam olyan dolgokat, amelyek kibővíthetik az irodák programjait Kárpátaljára, ezáltal egy vonzóbb desztinációvá téve a régiót. Az ukrán online utazási irodáknál a legnagyobb előrelépéseket a honlapjaik felújításával és karbantartásával lehetne elérni, míg a magyar utazási irodák a túrákban szereplő programok sokszínűbbé tételével tudnának elérni több turistát.

Összességében úgy gondolom, hogy Kárpátalja jelentős turisztikai potenciállal rendelkezik. Láthatjuk azt, hogy mindkét nemzet irodái megtudják ragadni a régió értékeit és tulajdonságait a túra megalkotása során. Az utazási irodák egyre jobban térnek át az online felületeken való megjelenésre. A vírushelyzet is egy olyan tényező, ami elősegíti az internetes túrafoglalások fejlődését és elterjedését. Az ukrán és magyar utazási irodák kínálatai változhatnak és bővíülhetnek a jövőben. Úgy gondolom, hogy a kutatásom bár hasznos elem, közel sem merítette ki a turizmusnak e színterét.

IRODALOMJEGYZÉK

1. ALBU, C. E. 2016: *Tourism and Terrorism: A Worldwide Perspective*, CES Working Papers, ISSN 2067-7693, Alexandru Ioan Cuza University of Iasi, Centre for European Studies, Iasi, Vol. 8, Iss. 1, pp. 1-19.
2. ANDERS T. 2009: *A honlapok feladata*, Turizmus Trend, pp. 28-31.
3. BERGHAUER S. 2012: *A turizmus, mint kitörési pont Kárpátalján (?)* (Értékek, remények, lehetőségek Ukrajna legnyugatibb megyéjében), Pécsi Tudományegyetem, PhD értekezés, p. 214.
4. COSSEY C. 2017: *History of online travel industry*
<https://blog.vroomvroomvroom.com/2017/05/online-travel-history.html#gsc.tab=0>,
Letöltés dátuma 03.12.2020.
5. FARKAS Z. 2010: *Kárpátalja (Lemberg és Csernovic)*, Kelet-Nyugat kiadó, Budapest, p 192.
6. GÖNCZY S. 2009: Földrajzi viszonyok, domborzat. In: Baranyi B. (szerk.): *Kárpátalja*. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs–Budapest, pp. 108–118.
7. HORVÁTH Z. GY. – KOVÁCS S. 2002: *Kárpátalja kincsei*. Masszi Kiadó és Romantika Kiadó, Budapest, p. 312.
8. JEMEC, G. Sz., Gyacsenko, B. I. (Ємець, Г. С., Дяченко, Б. І.), 1993: *Циганське населення Закарпаття*. Вид. “Карпати”. Ужгород. p. 64.
9. JOYCE S. 2013: *A brief history of travel technology-from its evolution to looking at the future*, www.phocuswire.com/A-brief-history-of-travel-technology-from-its-evolution-to-looking-at-the-future, Letöltés dátuma: 11.12.2020.
10. KAJTÁR V. 2011: *Magyar és olasz ötcsillagos szállodák honlapjainak összehasonlítása* pp. 3-6.
11. KORMÁNY GY. 1996: *Kárpátalja földrajzi vázlata*. Oktatási segédanyag. Bessenyei György Tanárképző Főiskola Beregszászi Tagozata, Nyíregyháza – Beregszász. 45 p.
12. KOVÁCS S. 1999: *Kárpátaljai útravaló*, Püski Kiadó, Budapest, p. 180.
13. LLORCA-VIVERO, R. *Terrorism and international tourism: new evidence*. *Defence and Peace Economics*, 2008, 19(2), pp. 169-188.
14. MARTOS B. 2011: *20 éves a magyarországi internet*. Internet Szolgáltatók Tanácsa, szerk. Varga János, Budapest, p. 272.
15. MAY K. 2014: *How 25 years of WEB inspired the travel revolution*
www.theguardian.com/travel/2014/mar/12/how-25-years-of-the-web-inspired-travel-revolution, Letöltés dátuma: 11.12.2020.

16. MOLNÁR D. I. 2009: A népesség száma és területi elhelyezkedése napjainkban. In: Baranyi B. (szerk.): Kárpátalja. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs–Budapest, pp. 174–176.
17. MOLNÁR J. 2009: A természetes szaporodás. In: Baranyi B. (szerk.): Kárpátalja. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs–Budapest, pp. 176–180.
18. MOLNÁR J. 2009: Éghajlati viszonyok. Vízrajzi adottságok. In: Baranyi B. (szerk.): Kárpátalja. MTA Regionális Kutatások Központja, Pécs–Budapest, pp. 123–140.
19. NÉMETH A. 2002: *Kárpátalja*, MEDICINA KÖNYVKIADÓ RT. p. 162.
20. PAP, SZ. (Поп С.) 2009: Природні ресурси Закарпаття. Державне видавництво «Карпати», Ужгород. 336 p.
21. RADVÁNSZKY B. – SASS E. 2009: *Kárpátalja idegenforgalmának természeti alapjai*. In: TÓTH J. – AUBERT A. (szerk.): *A Kárpát-medence és etnikumai*. Tanulmánykötet Pozsár Vilmos tiszteletére. Publikon Kiadó, Pécs. pp. 51–65.
22. ROPOLYI L. 2006: *Az internet természete*. Typotex kiadó, Budapest 2006, pp 31-40.
23. S. BENEDEK A. 1994: *Kárpátalja története és kultúrtörténete*. Budapest, Bereményi Könyvkiadó, p. 128.
24. SASS E. 2019: *A kárpátaljai Beregvidék falusi turizmusának helyzete és fejlődési lehetőségei*, Pécsi Tudományegyetem, PhD-értekezés, p.206.
25. SCHAAL D. 2016: *The Definitive history of online travel* <https://skift.com/history-of-online-travel/>, Letöltés dátuma: 19.12.2020.
26. TARPAI J. 2008: *Turisztikai együttműködés a magyar-ukrán határ mentén.* : Magyar-ukrán határrégió. Együttműködés az Európai Unió külső határán. Debrecen, MTA Regionális Kutatások Központja, p. 168.
27. VOVK S. 2015: *The influence of terrorism on international tourism*, Cand. of Economics, Ternopil National Economic University, Ukraine, pp. 37-48
28. www.officialworldtradecenter.com/en/local/things-to-do/9-11-memorial-and-museum.html (A 9-11-es terrortámadás hivatalos emlékhonlapja), Letöltés dátuma: 22.01.2021.
29. www.unwto.org/, Letöltés dátuma: 22.01.2021.
30. www.ukrstat.gov.ua/, Letöltés dátuma: 04.05.2021

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra. Nemzetközi turistaérkezések visszaesése 2020-ban	28
2. ábra. Az irodák összehasonlítása a 2021-es évre meghirdetett utazások alapján	30
3. ábra. Az utazási irodák tájékoztatási mutatói a Covid-19 vírussal kapcsolatban	31
4. ábra. A kutatott utazási irodák magyarországi központjai.....	32
5. ábra. A kutatott ukrán utazási irodák központjai	33
6. ábra. Az utazási irodák által meghirdetett túrák száma hónapokra bontva	34
7. ábra. Az utazási irodák által meghirdetett túrák hossza	35
8. ábra. Az utazási irodák által meghirdetett programok átlagos ára hrvnyában	36
9. ábra. A programok leírásában használt jelzők szöveghőben való ábrázolása.....	37
10. ábra. Az utazási irodák programjaiban kínált szálláshelyek típusának megoszlása	38
11. ábra. Az irodák által hirdetett falusi szálláshelyek területi megoszlása a túrákban	39
12. ábra. Hány szálláshely jelenik meg a programban?.....	40
13. ábra. A látnivalók megoszlása az utazási irodák programjaiban.....	41
14. ábra. Az utazási irodák által meghirdetett szórakoztató, szabadidős és aktív turisztikai programok megoszlása	45

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. táblázat. Az ukrán és magyar utazási irodák internetes kínálatában lévő eltérések és hasonlóságok.....	48
2. táblázat. Fejlesztési lehetőségek az ukrán és magyar utazási irodák internetes kínálatában.....	49

UKRÁN NYELVŰ REZÜME (PEZIOME)

Наш край Закарпаття, як туристичний напрямок, має багато привабливостей та культурних цінностей. У своїй роботі я досліджував прояви даних привабливостей та дестинацій, разом з особливостями реклами, програмами, визначних місць та їх можливостей в пропозиціях українських та угорських онлайн-туристичних агентств. Основною метою дослідження було дослідити відмінності, подібності та особливості шляхом порівняння українських та угорських туристичних агентств.

Спершу я дослідив програми 30 угорських та 30 українських туристичних агенцій, а в даній кваліфікаційній роботі порівняв їх. Основною частиною даної роботи є дослідження, виконане мною на просторах Інтернету. Для початку я знайшов власне агенства, а потім проаналізував їх на основі набору критеріїв із 56 питань. Після цього я систематизував дані та оцінив отримані результати. Нарешті, в якості ілюстрації, я створив діаграми основних результатів дослідження.

Підсумком дослідження є те, що під час створення турів угорські туристичні агенції головним чином враховували культурні та національні цінності. Вони намагалися включити до програми всі об'єкти, пов'язані з історією та культурою Угорщини. До всіх програм були включені Верецький перевал, Мукачівський та Ужгородський замки. Незважаючи на те, що Закарпаття має багато природних визначних місць, у пропозиціях більшості угорських туристичних агенцій їх досить мало. Програми угорських турагенств характеризуються тим, що вони прагнуть детально познайомити Закарпаття з туристами, тому акцент робився на об'єктах, а не на розважальних програмах.

Пропозиція українських турфірм багато в чому відрізняється від їх угорських колег. Під час огляду українських програм стало зрозуміло, що агенства зображують Закарпаття як пункт призначення, де головною метою є відпочинок. Для українських туристів культурні та релігійні цінності відходять на другий план, на користь відпочинку та розваг, тоді як в угорських турагенствах саме ці програми формують пропозицію. Українські екскурсії різноманітні залежно від пропонованих програм, але вони не приділяють такої уваги визначним пам'яткам, як угорські турфірми. Термальна вода постає домінуючим туристичним продуктом в пропозиціях агенств, поруч з яким культурна та архітектурна спадщина навіть близько не стоїть. Тим не менше, українські туристичні агенції вважають Ужгородський та Мукачівський замки важливими, оскільки ці два об'єкти фігурували у всіх їхніх програмах. Крім того, турагенства роблять значний акцент і на природних цінностях Закарпаття під час планування екскурсій: Синевирське

Озеро та водоспад Шипіт можна знайти у значній кількості пропонованих програм.

Під час дослідження я також отримав чітке уявлення про елементи в Інтернет-пропозиціях угорських та українських туристичних агентств, яких не вистачає. Як варіант, я дослідив моменти, які могли б розширити програми турагенств на Закарпатті, роблячи таким чином наш регіон більш привабливим напрямком для туристів. В українських онлайн-туристичних агенціях найбільшого прогресу можна досягти шляхом оновлення та обслуговування їхніх веб-сайтів, тоді як угорські туристичні агенції можуть заохотити більше туристів, урізноманітвивши програми своїх турів.

Підбиваючи підсумки, вважаю за потрібне сказати, що Закарпаття має значний туристичний потенціал. Ми бачимо, що туристичні агенства обох країн можуть врахувати цінності та особливості регіону під час планування певного туру. Крім того турагенства дедалі частіше переходять на онлайн-інтерфейси. Ситуація з вірусом також є фактором, який сприяє розвитку та розповсюдженню бронювання турів в режимі онлайн. Пропозиції туристичних агентств України та Угорщини можуть змінитися та стати більш доповненими в майбутньому.

KÖSZÖNETNYÍLVÁNÍTÁS

Ezúton szeretnék köszönetet mondani témavezetőmnek, Dr. Sass Enikőnek. Köszönöm, hogy segítségemre volt, bármilyen problémával is találtam szemben magam. Hálás vagyok a kitartásáért, türelméért és tanácsaiért. Továbbá köszönöm a munkámra adott építői kritikáját, amely rendkívül hasznosnak bizonyult a szakdolgozat megírása során. Az előző munkáimban való segítségért is külön hálás vagyok.

NYILATKOZAT

Alulírott Nagy Tibor, turizmus szakos hallgató kijelentem, hogy szakdolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Földtudomány és Turizmus Tanszéken készítettem turizmus diploma megszerzése céljából.

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

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

MELLÉKLETEK

1. számú melléklet. Az ukrán és magyar utazási irodák listája

SOR-SZÁM	UTAZÁSI IRODA NEVE	UTAZÁSI IRODA LINKJE	UTAZÁSI IRODA SZÉKHELYE
1.	777 Tour	www.777tur.com/uk/тури-карпати-закарпаття/тури-відпочинок-карпати-весна-літо-осінь/тур-закарпаття-автобусний.html	Lemberg, Nagy Volodimir utca 50
2.	Accord Tour	https://www.accordtour.com/tours/2831/la ng/ua	Lemberg, Novij Svit 15
3.	AdriaTours Utazási Iroda	https://www.adriatours.hu/ukrajna/karpataljai-korut/88695a	6720 Szeged, Kárász u. 9
4.	Afisha Tour	https://afisha.lutsk.ua/travel/kazka-zakarpattya-cvitinnya-krokusiv	Luck, Bratkovszkoho utca 4
5.	Altan Tour	http://altantour.com/content/view/1790/285/	Lemberg, Filatova utca 6
6.	Anga Travel	https://anga.ua/tour/smachne_zakarpattya.html?sdate=1573776000	Kijev, Kobeljjava utca 7
7.	B.B Tours Utazási Iroda	http://www.bbtours.hu/ajanlat/359460/250/szivhez-szolo-karpatalja	1025 Budapest, Napvirág utca 7.
8.	Bomba Tour	https://bomba-tour.com/uk/categories/zakarpattia	Vinnycia, Teatraljna utca 22
9.	Budavár Tours	http://www.budavartours.hu/ajanlat/ukrajna/beregszasz/karpataljan-utazunk-beregszaszi-es-szatmari-emlekekkel-1831487.html	H-1011 Budapest, Batthyány tér 5-6.
10.	Cartour	https://utazas.cartour.hu/ukrajna/karpatalja/beregszasz/magyar-emlekek-karpataljan/2531860977	1132 Budapest, Visegrádi u. 14.
11.	Dolce Travel	http://www.dolcetravel.hu/utazas-szallas/karpataljai---korut-5-nap4-ej/2168	1074 Budapest, Dohány u 92.

12.	Domi Tours	https://www.domitours.hu/utazas-megtekintes/karpataljai-korut/98706a#tab-informaciok	2440 Százhalombatta Piac Tér D/2
13.	Dorogovkaz	https://ua.dorogovkaz.com/tury_na_zakarpattia.php	Kijev, Függetlenség utca 40
14.	Etnosvit	https://etnosvit.com/uk/tour/zakarpatskaskazka/	Lemberg, Dorohozsetszka út 9
15.	Gál-Busz	https://www.galbusz.hu/hu/utazasok/367-barangolas-karpataljan.html	1078 Budapest, Rottenbiller u 44.
16.	Grand Tours Utazási Iroda	https://grand-tours.hu/ukrajna/karpatalja/munkacs/kirandulas-karataljan/2343248093	7621 Pécs, Király u. 5
17.	Hon Tours Utazási Iroda	https://www.hontours.hu/tours/karpataljai-korut/	1056 Budapest, Duna u. 3
18.	HurráNyaralunk Utazási Iroda	https://www.hurranyaralunk.hu/ut/kirandulas-karpataljanoseink-nyomaban	Budapest, Károly körút 6. (Astoria)
19.	Kaztour	https://top-tour.lviv.ua/ekskursijnyj-tur-tsvitinnya-nartsysiv-i-7-chudes-zakarpattya/	Kijev, Skiljna utca 44b
20.	Kárpáteurópa Utazási Iroda	https://karpateuropa.hu/utazas/karpatalja-vereckei-hago/	1036 Budapest, Szépvölgyi út. 3/a
21.	Kraina Tour	https://kraina-ua.com/ua/tour/tour-na-zakarpattya	Kijev, Budivelnik utca 1/21
22.	Kolokray	https://kolokray.com/uk/product/10-shedevrov-zakarpattya.html	Kijev, Szakszahonszkoho utca 52 A
23.	Korall Utazási Iroda	https://www.korallutazas.hu/index.php?page=detail&id=57388&iid=126	2049 Diósd, Gárdonyi Géza utca 18.
24.	Krevetka Tour	https://krevetka-tour.com.ua/promo/	Zsitomir, Kijevi utca 96
25.	Love Travel	http://smerekoviya-dvir.com.ua/ua/ekskursii/	Vinnyica, Szobornaja 60

26.	Marco Polo Travel	https://www.marco-polo.hu/utazas-megtekintes/karpataljavarai/91619a?sm=1#tab-informaciok	3100 Salgótarján Rákóczi út 1-9
27.	Milenium Plus	http://milenium-plus.com.ua/zakarpattya-v-tsviti-sakury/	Rivne, Szoborna 56
28.	Misszió Tours Utazási Iroda	https://www.missziotours.hu/karpataljakincksei-20180428	1082 Budapest, Horváth Mihály tér 2
29.	Molodshij Tourism	http://mtourism.com.ua/tours-to-transcarpathia-ua/838-new-year-in-transcarpathia-ua	Lemberg, Hajdamacka út 11.
30.	Nadiya Tour	https://exkursia.com.ua/zakarpats-ki-travnevi-tvoi-vykhidni/	Ivano- Frankivszk, Yaroslava Mudroho 4
31.	Nyírség Utazási Iroda	https://nyirsegutazas.hu/kirandulas-karpataljan	Nyíregyháza, Kossuth tér 10, 4400
32.	Partner Tour	https://partner-tour.com/tour/zamkamy-zakarpattya-termaly-ta-chany-3-dni/	Hmelnickij, Herojiv M. utca 10
33.	Patriot	https://patriot.zt.ua/ua/tour/5-dniv-v-zskarpattia.html	Zsitomir, Béke utca , 21
34.	Pride Tour	https://pride-travel.com.ua/tour/vsya-krasa-zakarpattya-za-5-dniv	Kijev, Iljenka út 20
35.	Proko Travel	http://www.prokotravel.hu/ut/magyar-emlekek-karpataljan	6720 Szeged, Kígyó utca 3.
36.	Rolitúra Utazási Iroda	https://rolitura.hu/karpataljaihosszuhetvege/	2543 Süttő, Diósvölgyi utca 2/ A
37.	Selena Tour	http://www.selena-tour.com.ua/tour/magic_of_caraphians/06.03.2020/3	Kijev, Melnikova 12
38.	Slavtour	http://slavtur.com.ua/tury_ukraine/zakarpattia/narcysy_may.html	Vinnyica, Keleckaja, 60
39.	Smile Tour	http://www.smile-tour.com.ua/ekskursii-2/turu-na-svjata/1106-travnevi-svyata-v-zakarpatti-2020	Zsitomir, Kijevi utca 37

40.	Summertime Travel Utazási Iroda	http://summertime.hu/ukrajna-karpatalja-kirandulas-karpataljan/reszletek/413599	8060 Mór, Deák Ferenc u. 28
41.	Syssytravel Utazási Iroda	https://www.sissytravel.hu/ajanlat/446035/333/karpatalja-magyar-emlekei	2100 Gödöllő, Petőfi tér 16.
42.	Tam Tour	https://tamtour.com.ua/zakarpattia-za-dva-dni-naitsikavishe	Kijev, Brovari út 115
43.	TDM Travel	http://www.tdmtravel.hu/index.php?page=detail&id=57388&iid=126	2600 Vác, Budapesti főút 24.
44.	Teleki Sámuel Utazási Iroda	https://www.telekitravel.hu/utazas-megtekintes/kirandulas-a-keleti-karpatokba-es-a-monarchia-legromantikusabb-tartomanyabagaliciaba/93143a/68358657d	2300 Ráckeve, Ady Endre utca 14.
45.	Terra Tour	http://www.terra-tour.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=79&lang=ru	Poltava, Szennaja utca 2/49
46.	Télen-Nyáron Utazási Iroda	https://www.telen-nyaron.hu/utazas/korut/ukrajna/karpatalja--vereckeihago	1063 Budapest, Színyei Merse utca 16
47.	Top Tour	https://top-tour.lviv.ua/category/zakarpattya/	Lemberg, Rinok utca 37
48.	Tour Basa	https://tourbaza.com/tour/podorozh-v-unikalne-zakarpattya/	Kijev, Jurij Iljenka út 81
49.	Travelweb Utazási Iroda	http://www.travelweb.hu/index.php?page=detail&id=167446&iid=250	1132 Budapest Visegrádi u. 32
50.	Tourdelviv	http://tourdelviv.lviv.ua/tour/view/709/carpathian-news/uk	Lemberg, Csornovola, 63
51.	UA Travels	https://ua-travels.in.ua/2018/04/26/podorozh-zakarpattya-podivitisya-na-ukra%D1%97nu-inshimi-ochima/	Kijev, Mecsnikova út 16

52.	Unviersal Travel Group	https://uni-travel.com.ua/tour/vikend-v-zakarpate/	Kijev, Sztelcov utca 84
53.	Utazom.com	https://utazom.com/utazas/karpataljai-korut	Budapest, Károly körút 6. (Astoria)
54.	Varis Travel	https://varistravel.hu/ukrajna/karpatalja/munkacs/kirandulas-karpataljan/2343248093	2040 Budaörs, Sport u. 2-4.
55.	Veledutazunk Utazási Iroda	https://www.veledutazunk.hu/utazas-megtekintes/karpatalja-varai/91619a/67441653d890	Zalaegerszeg, Kazinczy tér 13.
56.	Vidám Delfin Utazási Iroda	http://vidamdelfin.hu/korutazas/karpataljai-korutazas/	Nyíregyháza 4400, Szent Miklós tér 7
57.	Vidviday	https://vidviday.ua/karpaty-za-5-dniv	Lemberg, Zamartnyivszka út 34
58.	Világlátó Utazási Iroda	http://www.vilaglatoutazas.hu/reszletek/kirandulas_karpataljan/413599.html	3525 Miskolc, Nagy Imre u. 17. fsz.
59.	Vivaldi Travel	http://vivalditravel.hu/reszletek/sajat/28/karpatalja_varai	1065 Budapest, Révay u. 14.
60.	Zeppelin Utazási Iroda	https://www.zseppelin.hu/ajanlat/328504/200/karpataljan-utazunk!-beregvaszi-es-szatmari-emlekekkel	6722, Szeged, Petőfi Sándor sgt. 18.

2. számú melléklet. A szempontrendszer kérdései

Az utazási iroda neve	Melyik határátkelőhelyen lépnek be Ukrajnába a program szerint ?
Ajánl-e a csomag ifjúsági (kollégium/parókia) szálláshelyet?	Mennyibe kerül a túra ?
Ajánl-e a csomag kereskedelmi szálláshelyet?	Milyen egyéb templomlátogatás szerepel a programban?
Ajánl-e a program étkezést falusi turizmus keretében?	Milyen jelzőkkel reklámozzák Kárpátalját?
Ajánl-e a program éttermi étkezést?	Mit tartalmaz a feltüntetett ár ?
Ajánl-e a program félpanziós ellátást?	Szerepel-e a Huszti vár a programban ?
Ajánl-e a program sajtókóstolást ?	Szerepel-e a Munkácsi vár megtekintése a programban?
Ajánl-e a program teljes ellátást?	Szerepel-e a programban a Beregvidéki Múzeum meglátogatása ?
Az Utazási Iroda weboldala	Szerepel-e a programban a Fekete-és Fehér-Tisza összefolyásának megtekintése?
Az utazások NEVE (ha van)	Szerepel-e a programban a Nevickei vár meglátogatása ?
Az utazások típusának megnevezése	Szerepel-e a programban a Vereckei-hágó megtekintése ?
Említ-e a az iroda termálvizes programot a túrában, és ha igen, hol ?	Szerepel-e a Schönborn-kastély meglátogatása a programban?
Hány (típusú) Kárpátaljával kapcsolatos utat kínál?	Szerepel-e a Sipot-vízesés megtekintése a programban ?

Hány kilométeres a program(busszal) ?	Szerepel-e a Szinevéri-tó megtekintése a programban ?
Hány kilométernyi biciklizés van a programban?	Szerepel-e a Szolyvai emlékpark a programban ?
Hány kilométernyi evezés van a programban?	Szerepel-e az Árpád- vonal bunkereinek a meglátogatása ?
Hány kilométernyi gyaloglás/túrázás van a programban ?	Szerepel-e az Ungvári vár a programban ?
Hány napos az ajánlott túra ?	Szerepel-e Turul emlékmű a programban ?
Hány szálláshely jelenik meg a programban ?	Szerepel-e valamilyen hegy megmászása a túrában ?
Hány személy esetén indítják az utat?	Szerepel-e valamilyik hágó a programban ?
Hányszor ajánl egy évben utat az iroda ?	Van-e borkóstolás a programban ?
Hol található az iroda ?	Van-e búcsúprogram a kínálatban ?
Megjelenik-e a Perényi kastély a progrmban ?	Van-e Kárpátalja gasztronómiájához köthető program?
Megjelenik-e valamilyen kárpátaljai farm meglátogatása a programban ?	Van-e kárpátaljai eszközbérlési (bicikli/csónak/sátor stb.) lehetőség a programban ?
Megjelennek-e a kárpátaljai fatemplomok a programban ?	Van-e lehetőség ásványvíz kóstolására a programban ?
Megjelennek-e a tájházak a programban ?	Van-e lehetőség vásárlásra a program szerint?
Mely időszak(ok)ban ajánl túrákat az iroda ?	Van-e szabadprogram a kínálatban ?
Van-e valamilyen fürdőzéssel kapcsolatos program a túrában ?	Van-e táncház a kínált programban?

3. számú melléklet. Az Altan Tour meghirdetett útjai Kárpátaljára, részletes tájékoztatással a járványhelyzetről

-30% Агенція
Шептицьких: (067) 3-701-602, (093) 525-40-20

СТАРТ РАНЬОГО БРОНЮВАННЯ

Головна > Тури вихідного дня - УКРАЇНА > Карпатські новинки за 5 днів

Я шукаю тур
довірте цю роботу нам!

Я на валізах
чекаю шалену знижку і
готовий їхати хоч завтра

SMS
підписатись на смс розсилку

Карпатські Новинки За 5 Днів

РЕКОМЕНДУЄМО!

4 термальних купань, 4 дегустації, замки, канатна дорога, водоспади, наскельна фортеця, мальовничі гори, давні храми

Тúra időpontja

17.03.2021	07.04.2021
28.04.2021	05.05.2021

5 днів — 1995 грн

Тájékoztatás a jelenlegi járványhelyzetről

ТУРАГЕНСТВО "CORAL TRAVEL"

ОФІС ШЕПТИЦЬКИХ, 10

ПРЯМИЙ ПРОДАЖ

Примітка. * - ціни вказані у іноземній валюті лише з інформаційною метою і до реклами не відносяться. Всі фінансові операції проводяться лише у гривні. Комерційний курс уточнюйте у менеджерів

ПОШУК ТУРВ

Протокол проведення мандрівок із урахуванням обмежень через коронавірус (COVID-19):

- цей тур проводиться з дотриманням рекомендацій МОЗ;
- просимо всіх подорожувачих мати з собою засоби індивідуального захисту (маску та антисептик),
- при посадці в транспортний засіб здійснюється замір температури тіла;
- транспортні засоби проходять вологе прибирання миючими та дезінфікуючими засобами перед кожним рейсом;
- під час огляду туристичних об'єктів рекомендуємо дотримуватися безпечної дистанції щодо інших людей;
- у випадку посилення карантинних заходів цей тур буде перенесено (якщо Вам не підійде нова дата, а також альтернативні варіанти турів - ми повернемо сплачені кошти в повному обсязі).

Головний тур:

1 день: виїзд зі Львова (09:00) – Чинадієво (екскурсія замком Сент-Міклош) – Мукачево (обід) – Косино (купання в термальному басейні) – Берегівський р-н (ночіля в садибах сільського зеленого туризму, поселення о 20:30).

Чинадієво

Посеред старовинного містечка Сент-Міклош розташований похмурий середньовічний замок барона Дорені (XIV ст.), а цікавим інтер'єром, потаємним ходом та спальнею мужньої Ілони Зріні, в якій вона зустрічалася з графом Імре Текелі через це його ще називають «Замок кохання». Врятував споруду художник Йосиф Бартоц, який взяв її в концесію і реставрує.

Ім'я користувача:
Моца Андрій Андрійович

ID перевірки:
1007779451

Дата перевірки:
08.05.2021 00:04:05 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet

Дата звіту:
08.05.2021 00:45:15 EEST

ID користувача:
100006701

Назва документа: Надь Тібор Васильович_ТУРИЗМ

Кількість сторінок: 67 Кількість слів: 15236 Кількість символів: 123862 Розмір файлу: 2.07 MB ID файлу: 1007833350

3.54% Схожість

Найбільша схожість: 1.56% з Інтернет-джерелом (<https://pea.lib.pte.hu/bitstream/handle/pea/15006/berghauer-sandor-..>)

3.54% Джерела з Інтернету

53

Сторінка 69

Пошук збігів з Бібліотекою не проводився

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел