

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

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота

**ЗАКАРПАТТЯ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ В ДЗЕРКАЛІ
АНКЕТУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТІВ В М. БЕРЕГОВЕ**
ЛУКАЧ ВІКТОРІЯ СТЕПАНІВНА

Студентка IV-го курсу

Освітня програма 242 Туризм

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена Вченою радою ЗУІ

Протокол № 10 від 27 жовтня 2021 року

Науковий керівник:

Генці Шандор Олександрович

PhD, доцент

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

к.г.н., доцент

Робота захищена на оцінку _____, «___» _____ 2022 року

Протокол № _____ / 2022

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

Кафедра географії та туризму

Кваліфікаційна робота

**ЗАКАРПАТТЯ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ В ДЗЕРКАЛІ
АНКЕТУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТІВ В М. БЕРЕГОВЕ**

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Виконала: студентка IV-го курсу

ЛУКАЧ ВІКТОРІЯ СТЕПАНІВНА

Освітня програма 242 Туризм

Науковий керівник: **Генці Шандор Олександрович**

PhD, доцент

Рецензент: **Щука Галина Петрівна**

д.п.н.

Берегове
2022

ЗМІСТ

ВСТУП	6
1. ЗАКАРПАТТЯ, ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ	12
2. СТАТИСТИЧНІ ЩОРІЧНІ ДАННІ ПРО ЗАКАРПАТТЯ	15
2.1 Базові поняття про туризм	15
2.2 Діяльність туристичних організацій	16
2.3 Колективні засоби розміщення	20
2.4 Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку	23
2.5 Поводження з відходами	26
3. ДОСЛІДЖЕННЯ ВРАЖЕНЬ ПРО ЗАКАРПАТТЯ	30
3.1 Соціодемографічні показники	30
3.2 Організація поїздок	36
3.3. Закарпаття, як туристична привабливість	54
3.4. Діяльність та відвідування атракціонів	59
3.5. Досвіди, враження	63
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
СПИСОК ІЛЮСТРАЦІЙ	72
ДОДАТКИ	75
Додаток А.....	75
Додаток Б.....	77

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

Földtudományi és Turizmus Tanszék

KÁRPÁTALJA MINT TURISZTIKAI TERMÉK A BEREGSZÁSZBA ÉRKEZŐ BELFÖLDI TURISTÁK VÉLEMÉNYÉNEK TÜKRÉBEN

Szakdolgozat

Képzési szint: alapképzés

Készítette: Lukács Viktória

IV. évfolyamos hallgató

Képzési program: 242 Turizmus

Témavezető: Gönczy Sándor

PhD, docens

Recenzens: Sesuka Halina

DSc, professzor

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	9
1. KÁRPÁTÁL MINT TURISZTIKAI ÚTICÉL	12
2. ÉVES STATISZTIKAI ADATOK KÁRPÁTALJÁRÓL	15
2.1 A turizmus alapfogalmai	15
2.2 Turisztikai szervezetek tevékenysége	16
2.3 Kollektív elhelyezési eszközök	20
2.4 Gyermek egészségügyi és rekreációs létesítmények	23
3. KUTATÁS BENYOMÁSOKROL KÁRPÁTALJÁRÓL	30
3.1 Szociodemográfiai jellemzők	30
3.2 Utazásszervezési kérdések	30
3.3. Tevékenység és attrakció-látogatás	54
3.4. Tevékenység és attrakció-látogatás	59
3.5. Élmények, benyomások	63
KÖVETKEZTETÉSEK	68
FELHASZNÁLT IRODALOM	70
ÁBRÁK JEGYZÉKE	70
MELLÉKLETEK	72
Melléklet A.....	75
Melléklet B.....	77

ВСТУП

Закарпаття є найзахіднішою адміністративною одиницею України, займає 12 800 км² і межує з чотирма країнами-членами ЄС. Область межує з Польщею на півночі, на прикордонній ділянці близько 33 км, де немає постійного пункту пропуску. На заході – зі Словаччиною, на прикордонній ділянці довжиною 98 км з п'ятьма пунктами пропуску. Має загальну ділянку кордону з Угорщиною на південному заході довжиною 135 км, де є сім прикордонних переходів. Межує з Румунією на півдні, кордон простягається на 190 км. Кордон з Румунією ми можемо перетнути у п'яти місцях.

Закарпаття - єдиний регіон України, що межує з чотирма державами (Молнар, 2009; dpsu.gov.ua). В Україні в основному є чотири-шість великих напрямків розвитку туризму (Бергхауер, 2009; Школа, 2003; Бейдик, 2001; Мальська, 2012; Шош, 2009; Бергхауер, 2012). За відвідуваністю провідну роль відігравав Київ та його найближчі околиці, а також Крим. У зв'язку з подіями в Україні 2013-2014 років (Євромайдан, збройний конфлікт на сході України, окупація Криму Росією) туристичний фокус Криму, змістився на захід України. Цей напрямок охоплює територію трьох областей: Львівську, Івано-Франківську та Закарпатську. З трьох областей, остання виділяється в межах цільової території, оскільки окрім привабливого природного та культурного середовища має також дуже серйозні термальні та лікувальні водні ресурси, що є рідкістю в Україні. У районах Великої рівнини Закарпаття термальні води зустрічаються на глибині 900–1200 м, видобування яких проводилося ще в Радянському Союзі. Значні купальні комплекси побудовані на термальних свердловинах у Берегові, Косонь, Велятині, Виноградіві, Нижньому Солотвині та Ужгороді на європейському рівні. З перерахованих населених пунктів

Берегове є місцем з яким можна пов'язати як мінімальне так і максимальне співвідношення ціна/вартість, щодо термальних вод. Окрім занедбаної у радянському стилі мінімалістичної інфраструктури спортивної бази Закарпаття, яка була побудована у 1967 році і відтоді не зазнала особливих змін у XXI ст., тут розташований комплекс «Жайворонок», який пропонує всі зручності.

Актуальність теми «Закарпаття, як туристичний продукт в дзеркалі анкетування вітчизняних туристів в м. Берегове». Виходячи з вищесказаного, ми побудували своє дослідження на концепції, що всі відпочиваючі які приїжджають на Закарпаття в тому числі місто Берегове, швидше за все повертаються ще раз, тому це один з актуальних підходів для вивчення розвитку туристичного іміджу регіону.

Постановка проблеми: вивчаючи попит і пропозицію закарпатського туризму, ми бачимо малу кількість статистичних даних (Гуліч, 2020). Корінь цієї проблеми сягає Радянського Союзу, оскільки до 1991 року область була повністю ізольована від зовнішнього світу, тому іноземці практично не могли відвідувати Закарпаття, але внутрішній туризм був дуже розвинутим. Після розпаду союзу внутрішній туризм також скоротився через економічну кризу. Внаслідок економічного занепаду почав поширюватися прожитковий туризм та потім шопінг туризм, що спирався на колишній радянський інвентар та продукти харчової та легкої промисловості, які задовольняли потреби людей. Паралельно з цими процесами знову виникли туристичні тенденції в класичному розумінні, завдяки як іноземному, так і внутрішньому інтересу, але через неналежне державне регулювання та заплутане правове підґрунтя, немає статистики для дослідників. Поки що законодавче регулювання надання даних є неповним, а податкова культура на основі якої ми могли б отримати реальне уявлення про гостьовий трафік є досить неповною, оскільки українська економіка становить близько 30%, у тому числі близько 20-50% туризму належать до чорної та сірої зони (Забаштанська, 2019; Hulics, 2020). З цим пов'язана так звана знижка для малого бізнесу, що управляє міні-готелем,

згідно з якою максимальна кількість розміщення 10 осіб, ще не тягне за собою звітності та оподаткування (Печенюк, 2018).

Цілі: з наведених причин ми вважали виправданим розробити та провести дослідження на основі наших власних даних, завдяки якому ми можемо мати певний рівень уявлення про ставлення вітчизняних туристів до відпочинку на Закарпатті. У нашому дослідженні важливим є соціально-демографічний показник туристів, які прибувають на Закарпаття з інших областей України. Звідки саме вони приїжджають? Як організовують свою подорож? Які туристичні дестинації відвідують? Скільки часу проводять на Закарпатті? Та на скільки вони задоволені якістю обслуговування та туристичними привабливостями?

Методи дослідження: влітку та на початку осені 2021 року ми провели анкетування, в місцях де найбільше туристів, а саме в центрі Берегова, на автостоянках, навколо термальних басейнів. Всього ми заповнили 200 анкет, з них проаналізували 181. Для обробки анкет ми використовували програмне забезпечення Microsoft Excel. Питання, окрім соціально-демографічних, були у форматі або за оцінюючими шкалами, або множинним вибором.

Наше опитування не є безпрецедентним, оскільки дослідження проводилось у 2017 та 2019 роках за однією і тією ж анкетною (підготовленою Клепаром Віталієм, колишнім студентом інститута за спеціальністю туризм), у тих самих місцях. В обох попередніх випадках було заповнено по 200 анкет. Декілька анкет ми залишили на рецепції готелю «Золота Пава» та попросили персонал пропонувати їх гостям. Останні також заповнювали жителі Закарпаття, але вони були вилучені з цього аналізу. За результатами опитування було реалізовано 184 анкети у 2017 році, 175 у 2019 році та 181 у 2021 році, всього 540 анкет. Ми поставили 26 запитань.

BEVEZETÉS

A témaválasztás indoklása: Kárpátalja Ukrajna legnyugatibb, 12 800 km² kiterjedésű közigazgatási egysége, amelynek négy Európai Unió tagországgal van közös határa. A megye északon Lengyelországgal határos, mintegy 33 km hosszú határszakaszon, ahol nincs állandó határátlépési pont. Nyugaton Szlovákiával 98 km hosszú határszakaszon érintkezik, amelyen öt határátlépési pont található. Magyarországgal délnyugaton van 135 km hosszú közös határszakasza, ahol hét határátkelő működik. Délen Romániával határos 190 km-es hosszúságban, és itt öt helyen léphetjük át a határt (Molnár, 2009; dpsu.gov.ua).

Ukrajnában, turisztikai szempontból, alapvetően négy-hat nagy célterületet különítenek el (Berghauer, 2009; Skola, 2003; Bejdik, 2001; Maljszka – Hudo, 2012; Sass, 2009; Berghauer, 2012). Ezek közül látogatottsági szempontból Kijev és közvetlen környezete, valamint a Krím-félsziget játszott vezető szerepet. A 2013-2014-es évek ukrajnai eseményei nyomán (Euromajdan, kelet-ukrajnai fegyveres konfliktus, a Krím Oroszország általi elfoglalása) az addig főleg délre, a Krím irányába mutató turisztikai hangsúly nyugatra, a Kárpátok irányába tolódott. E desztináció három megye, Lviv, Ivano-Frankivszk és Kárpátalja területét foglalja el. A három közigazgatási egység közül az utóbbi kiemelkedik a célterületen belül, mivel a vonzó természeti-kulturális környezet mellett nagyon komoly termál- és gyógyvízvagyonnal is rendelkezik, ami Ukrajnában ritkaságnak számít. Kárpátalja alföldi területein 900–1200 m mélységben mindenhol található termálvíz, melynek feltérképezését még a Szovjetunióban végezték. Az akkor kialakított termálvíz kutakra Beregszászban, Kaszonyban, Velétén, Nagyszőlősön, Alsó-Szlatinán és Ungváron (Börvinges) európai szinten mérve is komoly fürdőkomplexumok épültek. A felsorolt települések közül Beregszász az a hely, amelyhez az ár/érték arány minimuma és maximuma is köthető a termálfürdők tekintetében. Ugyanis, az 1967-

ben épült és azóta sem sok változáson átesett Zakarpattya sportbázis elhanyagolt, szovjet mintájú, minimalista infrastruktúrája mellett a XXI. század minden kényelmét kínáló Pacsirta fürdőkomplexum is itt található.

Az elmondottakból következően kutatásunkat arra a koncepcióra alapoztuk, hogy Beregszászban nagy valószínűséggel minden Kárpátaljára érkező, pihenni és üdülni vágyó társadalmi réteg megfordul, így megfelelő kutatási terep a régió turisztikai arculat-alakulásának vizsgálatához.

Kutatási módszerek: a turizmushoz kapcsolódó társadalmi-gazdasági kutatások alapja a megbízható, hozzáférhető és összehasonlítható statisztikai adatok megléte. Sajnos, Ukrajnában, ezen belül Kárpátalján is ez szinte teljes mértékben hiányzik (Hulics, 2020). Egyelőre nem teljes az adatszolgáltatás törvényi szabályozása, ezen kívül eléggé hiányos az adózási kultúra – ami alapján valós képet kaphatnánk a vendégforgalomról – hiszen az ukrán gazdaság kb. 30 %-a, ezen belül a turizmus mintegy 20–50 %-a a fekete és a szürke zónába tartozik (Zabastanszkij et al, 2019; Hulics, 2020). Ehhez kapcsolódik az állam által az ún. minihotelt működtető kisvállalkozásoknak nyújtott kedvezménye, mely szerint max. 10 fő elszállásolása még nem von maga után bejelentési és adózási kötelezettségeket (Pecsenyuk, 2018).

A felsorolt okok miatt indokoltnak láttuk egy olyan, saját adatokon nyugvó kutatás megtervezését és kivitelezését, amelyen keresztül valamilyen szinten ráláthatunk az általunk lekérdezett alapsokaság attitűdjeire.

A Beregszászba érkező belföldi turisták körében a 2017-es, 2019-es és 2021-es évek turisztikai főszezonjában kérdőíves felmérést végeztük. Mivel nincs semmilyen megbízható adatunk arra vonatkozóan, hogy hány turista érkezik a városba vagy a megyébe, ezért a lekérdezés nem reprezentatív módon, „random” mintavétellel, ukrán nyelvű kérdőívekkel (1. melléklet), kétféle módszerrel történt. Egyrészt, kérdezőbiztosok (Klepár Vitalij, Lukács Viktória) járták a beregszászi fürdők, szállodák, parkolók környékét, valamint a város főterét, ahol a láthatóan és hallhatóan (tehát nem helyi magyar vagy ukrán dialektusban beszélőket) vendégként itt-

tartózkodókat kérdeztek meg. Másrészt, a lekérdezéssel azonos időszakban kérdőíveket hagytunk a két beregszászi termálfürdő és az Arany Páva szálloda portáján, megkérve az ott dolgozókat, hogy ajánlják kitöltésre a vendégeknek. Ez utóbbiakat kárpátaljai lakosok is kitöltötték, de azokat jelen elemzésből kihagytuk.

A lekérdezés eredményeképpen 2017-ben 184, 2019-ben 175 és 2021-ben 181, összesen 540 kérdőívet sikerült realizálni. Az űrlapon 26 kérdést tettünk fel, melyek zárt és nyílt végű kérdéseket is tartalmaztak, és az alábbi tematikus blokkok szerint kerültek csoportosításra:

1. A belföldi turisták szociodemográfiai összetétele (nem, életkor, iskolai végzettség, munkaviszony).

2. Utazásszervezési kérdések (járt e már korábban Kárpátalján, honnan érkezett, ki szervezte az utazását és kivel érkezett, milyen közlekedési eszközzel, hány napra jött, hol és hogyan foglalta le a szállást?)

3. Kárpátalja, mint célterület vonzótényezői (milyen információ alapján és mi célból választotta megyénket, milyen asszociációi vannak Kárpátaljával kapcsolatban, milyen előzetes ismeretekkel rendelkezett Kárpátalja érdekességeiről?)
A jobb megértés és az átláthatóság kedvéért az asszociációval kapcsolatos kérdést utólag szubjektív módon kategorizáltuk.

4. Tevékenység és attrakció-látogatás (milyen tevékenységet végez és mit néz meg az ide érkező, valamint milyen célobjektumokat javasol ismerőseinek meglátogatásra?)

5. Élmények, benyomások. Az asszociációs kérdéshez hasonló okokból az élményekkel kapcsolatos kérdéseket utólag szintén szubjektív módon kategorizáltuk.

1. ЗАКАРПАТТЯ, ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ

Закарпаття надзвичайно перспективний регіон України з точки зору туризму, рекреації та відпочинку. Туристична галузь – це потужний чинник розвитку області. Унікальний лікувально-рекреаційний потенціал, який сприяє розвитку різних видів туризму, з кожним роком залучає у Закарпаття все більше відвідувачів. Основними напрямками розвитку туристичної галузі в області є бальнеологічний, гірськолижний, сільський, пішохідний туризм. У краї є всі умови для розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, які набули популярності. За інформацією управління туризму та курортів департаменту економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, мережа оздоровчих, рекреаційних та туристичних об'єктів області нараховує 511 об'єктів, у т.ч.: оздоровчих – 23, рекреаційних – 126, туристичних – 362. В області одночасно можна розмістити близько 26000 осіб. В області нараховується 56 діючих гірськолижних витягів, у т.ч.: бугельних – 40, крісельних – 8, якірних – 3, елеваторного типу – 2, мультиліфти – 3, ратраків – 26, пунктів прокату – 38. (<https://zakarpattya.gov.ua/zakarpattya/infrastruktura/turyzm-i-rekreatsiya/>)

Закарпаття через свої фізико-географічні особливості, кліматичні умови, природно-ресурсний потенціал та соціально-економічні умови відносяться до районів з хорошими умовами розвитку подорожі та відпочинок. В районі розвинені практично всі види рекреаційної діяльності: від санаторіїв до відпочинку в хороших умовах. Протягом року розвиваються різні види туризму (<http://geography.tnpu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/212.pdf>).

Дякуючи геополітичному положенню, а також сприятливим кліматичним умовам, у Закарпаття дуже сприятливі умови для розвитку дозвілльному туризму. Закарпаття особливе, воно багате горами, водоспадами, величними

лісами і красивими озерами. Крім того, на додаток до надзвичайної природи мальовничі краєвиди, велика кількість природних реліквій, медичні ресурси та багато закладів з цілющою водою. Закарпаття розвивається і це з кожним роком приваблює все більше відпочиваючих. (<http://geography.tnpu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/212.pdf>)

Надзвичайний відпочинок на Закарпатті, різноманітний і барвистий, кожен знайде тут те що йому подобається, наприклад: милуватися історичними, культурними та архітектурними пам'ятками. Закарпаття справді насичене історичними подіями, відвідавши пізнавальний тур Закарпаттям, де туристи мають можливість побувати в старовинних замках, історичних будівлях, вони не тільки вражають своїм виглядом, але вони також красномовно говорять про багате й цікаве минуле історичних подій. Надзвичайно багата флора і фауна - все це зачарує будь-кого. Курорти різних напрямків на Закарпатті залишаються чемпіоном у галузі бальнеотерапії та кліматотерапії. Головна перевага регіону - має великі родовища корисних копалин і термальних вод. (<http://geography.tnpu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/212.pdf>)

Авторським колективом (<http://geography.tnpu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/212.pdf>) складена туристична картосхема Закарпаття, на якій відображені найважливіші археологічні, архітектурні, історичні, природні об'єкти краю (Рисунок 1.1) Умовні позначення на рисунку пояснені у Додатку Б. Номери об'єктів легенди відповідають номерам на картосхемі.

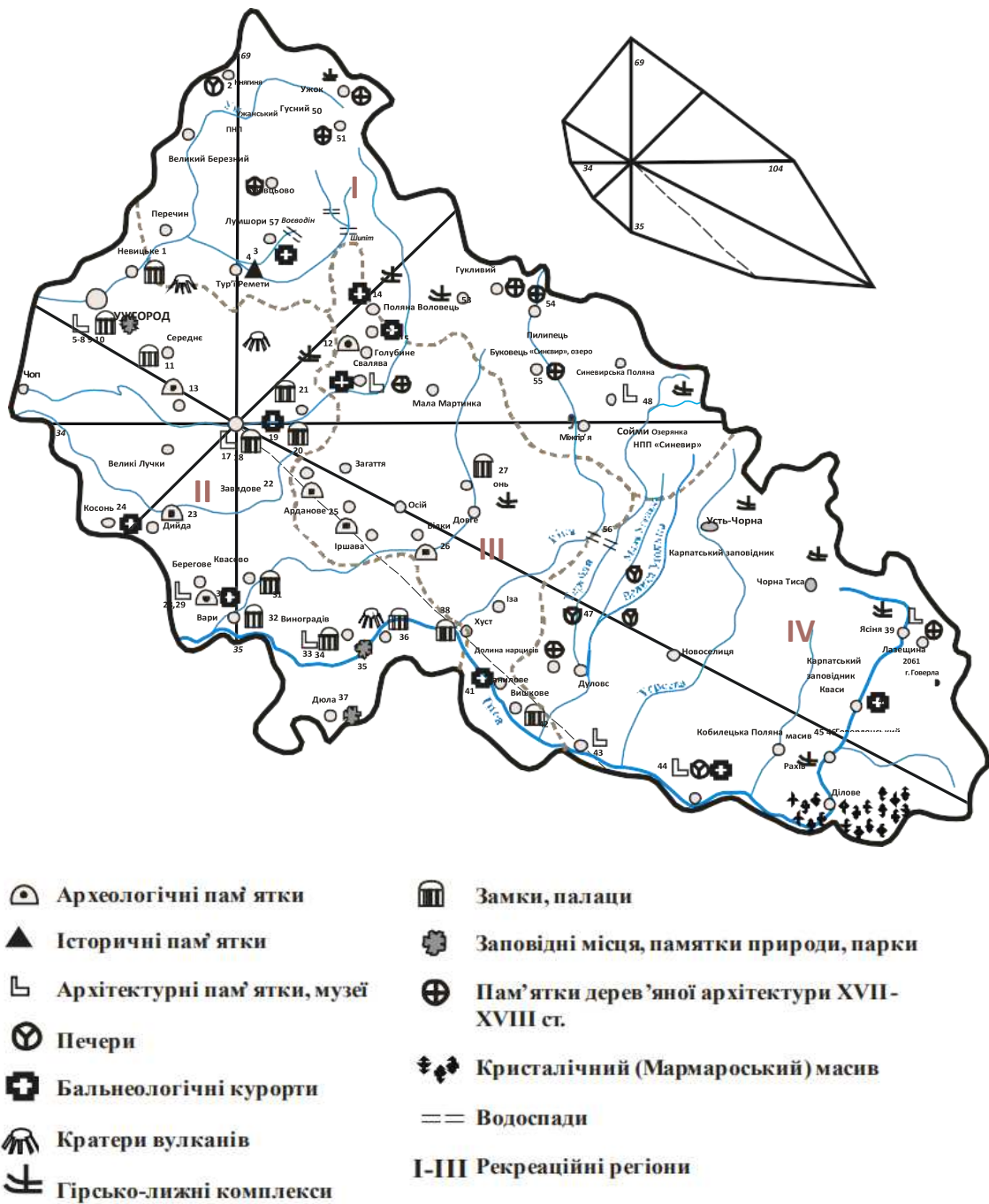


Рис. 1.1. Геопросторове розміщення туристичних ресурсів Закарпаття

Джерело: <http://geography.tnpu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/212.pdf>

2. СТАТИСТИЧНІ ЩОРІЧНІ ДАННІ ПРО ЗАКАРПАТТЯ

2.1 Базові поняття про туризм

Туризм - тимчасовий виїзд особи з місця проживання з медичними, навчальними, професійними, діловими чи іншими цілями без здійснення оплачуваної діяльності в місці, з якого особа виїжджає.

Турист - особа, яка подорожує в Україну чи іншу країну з метою, не забороненою законодавством країни перебування, на термін від 24 годин до одного року без оплачуваної діяльності та зобов'язана залишити країну або місце проживання в межах кордону. на визначений період.

Туристичний продукт - комплекс заздалегідь розроблених туристичних послуг, що об'єднує не менше двох послуг, що продаються або пропонуються до продажу за визначеною ціною і що включає транспортні послуги, послуги з розміщення та інші туристичні послуги (послуги), не пов'язані з транспортом і розміщенням. , організація відвідування закладів відпочинку та розваг, продаж сувенірів тощо)

Відповідно до статті 4 Закону України «Про туризм» організаційними формами туризму є міжнародний та внутрішній туризм. Міжнародний туризм включає в'їзний туризм - подорожі в межах України осіб, які не проживають на її території, та виїзний туризм - подорожі громадян і резидентів України до іншої країни. Внутрішній туризм - це подорож територією України громадян України та осіб, які проживають на її території.

Туроператори - юридичні особи, створені відповідно до законодавства України, єдиною діяльністю яких є організація та надання туристичних

продуктів, продаж і надання туристичних послуг, надання спеціальних або спеціалізованих послуг; супутні послуги та ліцензовані як туроператорські в установленому порядку (Статистичний щорічник Закарпаття, 2020).

2.2 Діяльність туристичних організацій.

Багатовікові традиції, самобутня культура населення Закарпаття, унікальна скарбниця пам'яток народної архітектури краю приваблюють туристів. Їх обслуговує ряд підприємств (туроператорів і туристичних агентств), діяльність яких полягає в організації та забезпеченні створення туристичного продукту, продажу та наданні туристичних послуг, а також посередницькій діяльності з продажу типових і супутніх послуг (Статистичний щорічник Закарпаття, 2020).

За даними Управління статистики Закарпатської області за 2019р. в області діяло 87 видів туристичної діяльності, з них 30 юридичних осіб та 57 індивідуальних підприємців. за видами туристичної діяльності: 12 організацій-туроператорів (організація та надання туристичного продукту, продаж і надання туристичних послуг та посередницька діяльність з надання типових та супутніх послуг), 72 організації – туристичні агентства (посередницька діяльність туроператорів). Туристичні послуги інших туристичних організацій та посередницька діяльність з надання характерних та супутніх послуг) та 3 суб'єкти здійснювали лише екскурсійну діяльність. Протягом 2019 року послугами туристичних організацій офіційно скористалися 28,0 тис. осіб, з них 19,9 тис. осіб – громадяни України, які виїжджали за кордон, 8,0 тис. осіб – внутрішні туристи та 0,1 тис. – іноземні громадяни.

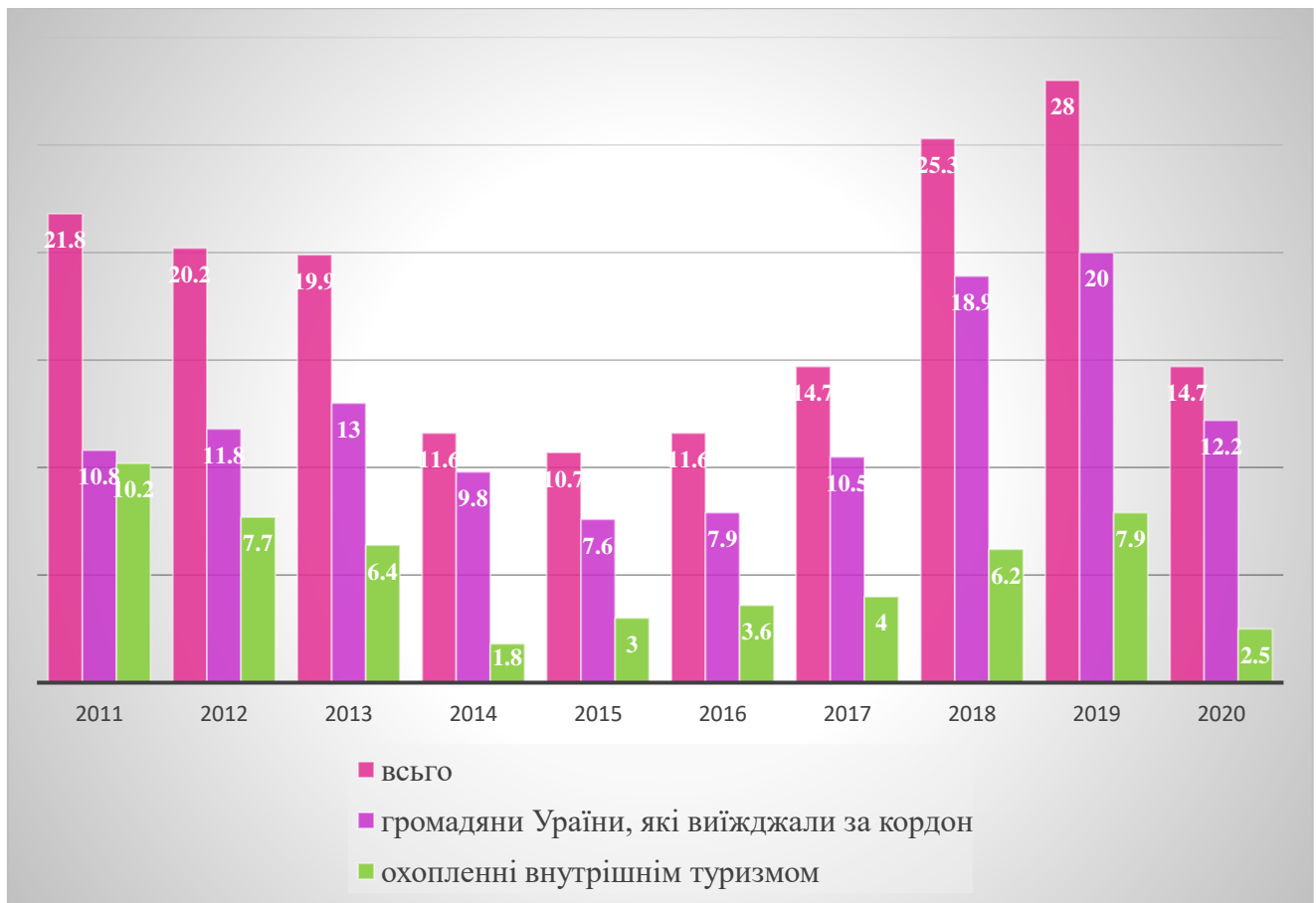


Рис. 2.1 Кількість туристів, які обслуговують туроператори та турагентства, за видами туризму.

Джерело: Статистичний щорічник Закарпаття, 2020.

Розділ надає статистичну інформацію про заклади культури, а також статистичну інформацію про рекреаційний, спортивний та туристичний розвиток. Зкладами культури вважаються театри, філармонії, кінопрем'єри, видавництва, музеї, бібліотеки, клубні установи, Пірком, парки культури, школи мистецтв (початкові спеціалізовані мистецькі навчальні заклади). кінопрем'єри – це кінематографічні об'єкти, які демонструють (публікують) фільми (кінотеатри, міські та сільські кіноінсталяції, відеозали та відеоінсталяції).

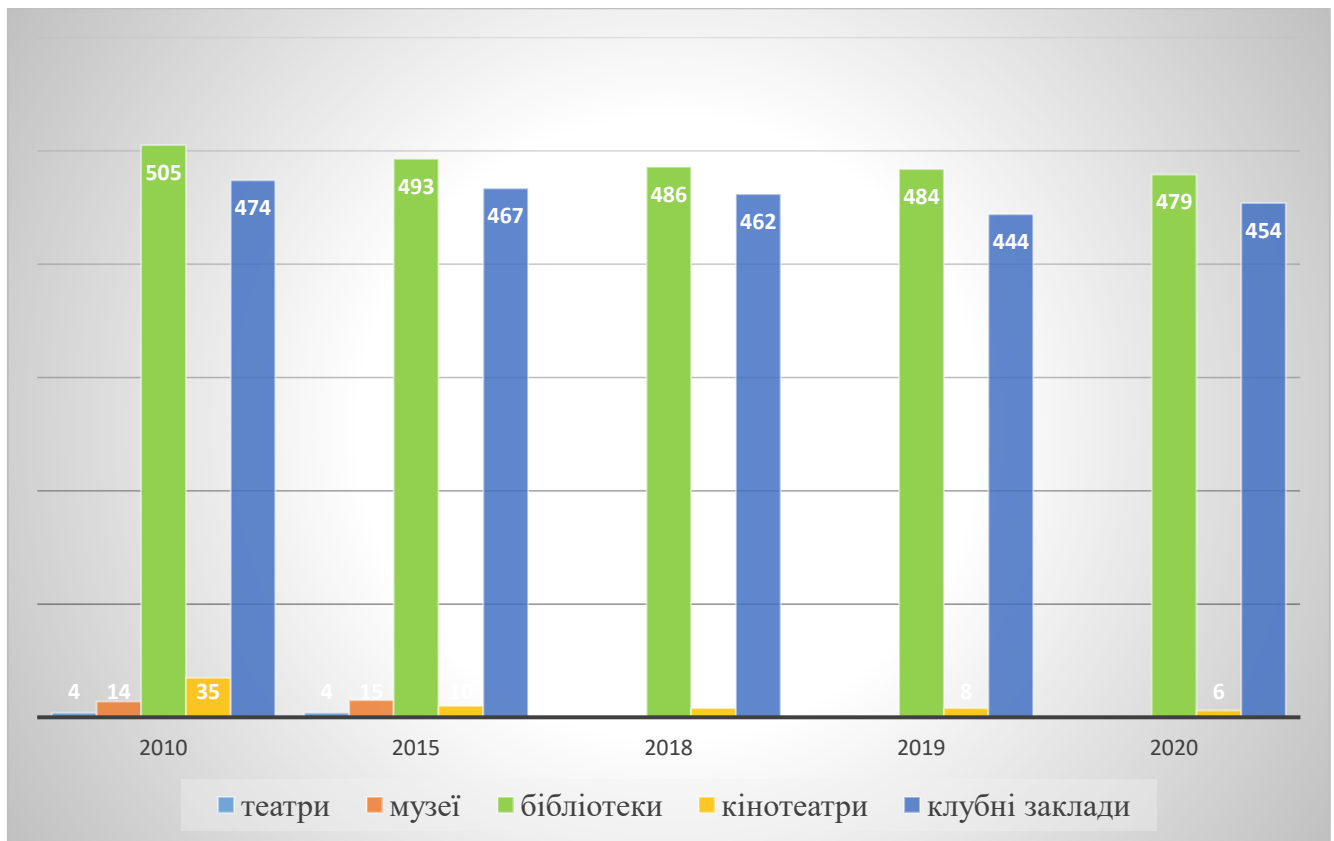


Рис. 2.2 Основні заклади культури та мистецтва.

Джерело: Статистичний щорічник Закарпаття, 2020.

За даними управління статистики Закарпатської області, порівняно з 2018 роком кількість громадян України, які виїжджають за кордон, зменшилась на 5,6%, кількість внутрішніх туристів – на 27,3%, іноземних – на 37,4% – зросла в 3,5 рази.



Рис. 2.3 Обслуговування туристів за категоріями.

Джерело: Статистичний щорічник Закарпаття, 2020.

За даними Управління статистики Закарпатської області у 2020р. Основною метою подорожей туристів було проведення вільного часу. Більшість туристів відвідали такі країни, як Єгипет, Туреччина, Хорватія, Об'єднані Арабські Емірати та Болгарія. Загалом протягом 2020 року суб'єктами туристичної діяльності області здійснено 7,2 тис. туристичних пакетів, які містили 102,5 ночей, у середньому на всіх туристів – 7,0 ночей. зазвичай у 2020 р. вартість реалізованих туристичних пакетів склала 160,3 млн. грн. (Статистичний збірник, 2020).

	20	20	20	20	20
	10	15	18	19	20
Усього туристів	32	30	62	79	25
службова, ділова,	232	49	58	68	13
навчання	98				
	17			18	

	18	30	62	79	25
дозвілля, відпочинок	620	00	32	42	13
лікування	92	4	26	8	
	10				
спортивний туризм	33				
спеціалізований туризм					
	26				
інші цілі	70	45			
	16				
діти віком до 14	54				
	21				
підлітки	67				
		88	73	67	
діти віком від 0-17		9	1	0	
		47			
молодь		27			

Рис. 2.4 Розміщення туристів, охоплених внутрішнім туризмом, за метою поїздки.

Джерело: Туризм у Закарпатській області (статистичний збірник, 2020).

2.3 Колективні засоби розміщення

Колективне розміщення – це розмішувач, який надає місце для ночівлі в кімнаті загальною кількістю 10 або більше місць. До колективного розміщення належать готелі та подібне житло (готелі, мотелі), відпочинок та інше тимчасове житло (гуртожитки, будинки відпочинку, пансіонати, бази відпочинку, туристичні бази, гірські притулки), кемпінги та стоянки для

караванів і трейлерів та інше житло (гуртожитки). для відвідувачів, інше тимчасове житло).

Будинки, пансіонати, бази та інші рекреаційні об'єкти - це об'єкти, призначені для відпочинку населення, в яких розміщуються і харчуються відпочиваючі або лише на певний період часу. такі об'єкти можуть працювати цілий рік (цілорічний) або сезонно (сезонно). Місця розраховуються в місяці максимального встановлення.

Готелі та подібні будівлі де розміщення більше семи номерів, самокеровані, що надають готельні послуги, зокрема обслуговування номерів, щоденне прибирання номерів і ванних кімнат, згруповані за класами та категоріями відповідно до переліку послуг, що надаються та обладнання доступне, і не підпадає під категорію спеціальних установ (Статистичний збірник, 2020).

Готель – це найпоширеніший постійний бізнес, або будинок, в якому відвідувачі надають проживання (мебльовані кімнати) з короткостроковим проживанням.

Мотель – відносно новий тип туристичного готелю для автомобілістів, поруч з трасою, із заправкою, заправкою, паркінгом. кемпінг — літній табір для автомобілістів (з наметами чи будиночками легкого типу) у самообслуговуванні, як правило, мальовничій обстановці.

Туристичні бази та гірські притулки – це комплекси туристичних локацій, гостинності та культурного обслуговування, які зазвичай розвиваються на маршрутах туристичних маршрутів, що знаходяться в будівлях готельного типу. гуртожитки для відвідувачів – це кімнати короткочасного проживання із спільним розташуванням для комунальних послуг.

Кімната – це ізольована, умебльована житлова площа, призначена для короткочасного проживання. Кімната може складатися з однієї, двох і більше кімнат (Статистичний збірник, 2020).

Діяльність по колективному розміщенню. Колективне розміщення займає важливе місце в інфраструктурі рекреаційної галузі. Вони поділяються на готелі та подібні заклади змішування (готелі, мотелі), житло на період відпустки та інше тимчасове розміщення (гуртожитки, будинки відпочинку, пансіонати, бази відпочинку, туристичні бази, гірські притулки), кемпінг та стоянки для автодомів та караванів. , інше житло (гуртожитки для відвідувачів, інші місця тимчасового проживання).

У 2020 році юридичними особами області створено 48 таких підприємств, у тому числі 41 готель та подібне розміщення (готелі, мотелі). Четверта частина перерахованих районів припадає на Ужгород, Соливіський район – 16,7%, Мункацький та Екєрмезький райони – 10,4%, Течський та Густський райони – 6,3%. У 2020 році середня кількість робочих днів у колективному розміщенні в області становила 202 дні, у тому числі в готелях та подібних місцях проживання (готелі, мотелі) – 215 днів. У 2020 році в загальному потенціалі колективних змішувачів налічувалося 3,9 тис. місць, більшість з яких (87,8%) – у готелях та подібних змішувальних приміщеннях (готелі, мотелі).

Протягом 2020 року послугами колективного проживання скористалися 47,3 тис. подорожуючих. з них 46,5 тис. осіб – громадяни України та 0,8 тис. – іноземці. Найбільше відвідувачів – в Ужгородському районі (15,4 тис. осіб або 32,6%), у місті Ужгороді (9,8 тис. осіб або 20,7%) та в Екєрмезьком районі (7,6 тис. осіб або 16,0%) утрималися.

Переважна більшість мандрівників (91,5%) зупинялися в готелях та подібних місцях (готелі, мотелі). 29,3% від загальної кількості цих закладів мають спеціально обладнані кімнати (кімнати) для інвалідів. У 2020 році середня тривалість перебування туристів у колективних змішувачах області становила 3,5 гостьових ночей, з них у готелях та подібних місцях розміщення (готелі, мотелі) – 3,6 ночі, в інших змішувачах – 2,2 ночі (Статистичний збірник, 2020, 2021).

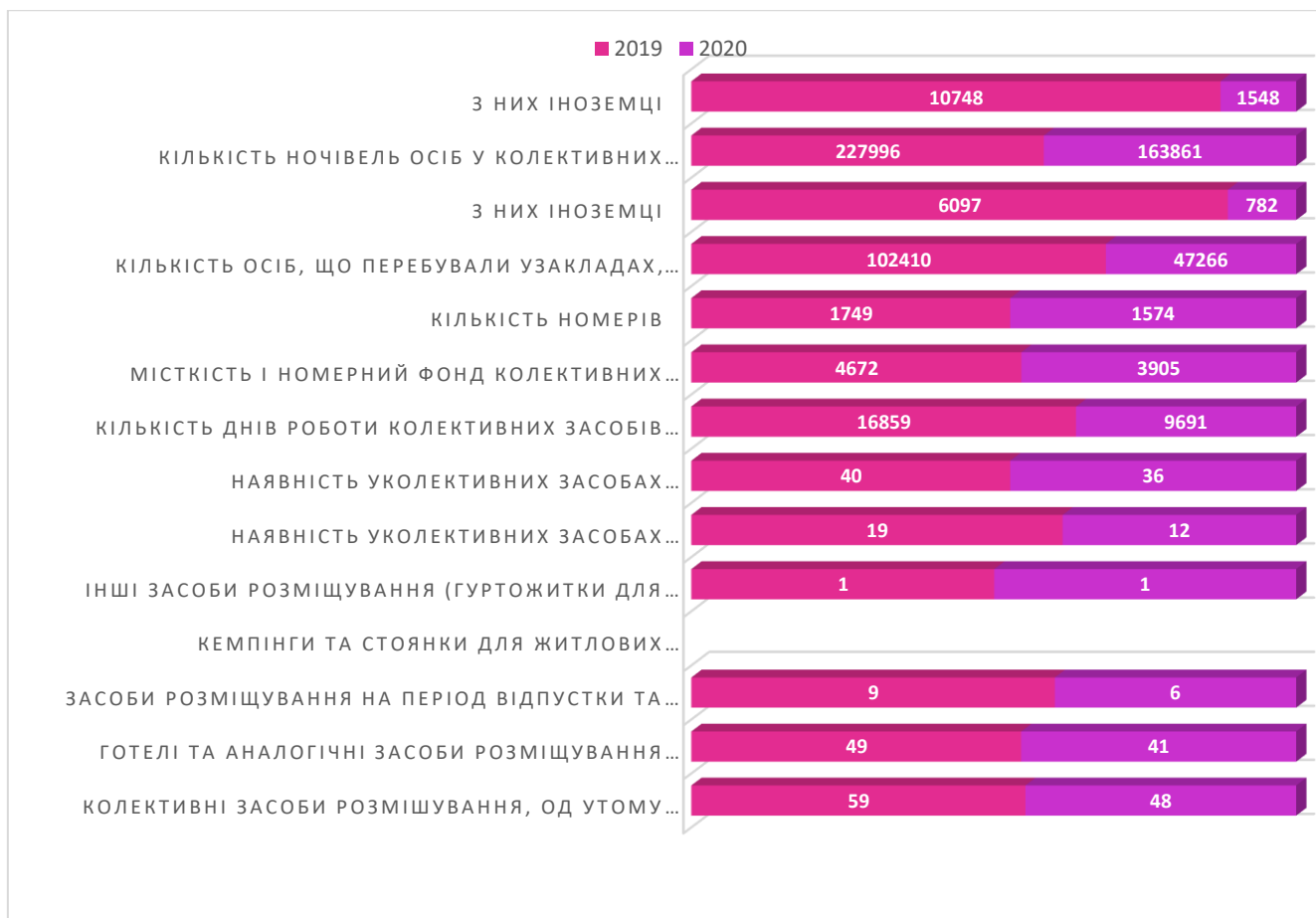


Рис. 2.5 Основні показники роботи колективних засобів розміщення у 2019, 2020 році.

Джерело: Туризм у Закарпатській області (статистичний збірник, 2020,2021).

2.4 Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку

Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку - це спеціально організовані або пристосовані заклади для оздоровлення, відпочинку та розвитку дітей, які працюють у літній період відповідного року та для надання оздоровчо-оздоровчих послуг дітям. До дитячих оздоровчих закладів належать приміські оздоровчі заклади, санаторно-курортного типу, дитячі центри. До закладів

дитячого дозвілля належать заклади праці та відпочинку, табори з денним перебуванням, заміські бази відпочинку та наметові табори.

Станом на червень 2019 року в області налічувалося 196 дитячих закладів охорони здоров'я та зв'язку, де відпочивають 26,9 тис. дітей та підлітків. У цьому показнику 11,1% становили діти з інших регіонів України. Найкраще відпочивали діти Київської області та Кисьви – 1,0 та 0,6 тис. осіб відповідно. Проте 1,5 тисячі дітей на Закарпатті відпочивали в інших регіонах країни.

На літніх канікулах 2019 року у 186 оздоровчих закладах області перебувало 23,7 тис. дітей: 168 таборів з денним перебуванням, 12 приміських закладів відпочинку та 6 наметових таборів. Більшість закладів відпочинку припадає на табори з денним перебуванням (90,3%), у яких відпочиває 15,4 тис. школярів (Статистичний збірник, 2020).

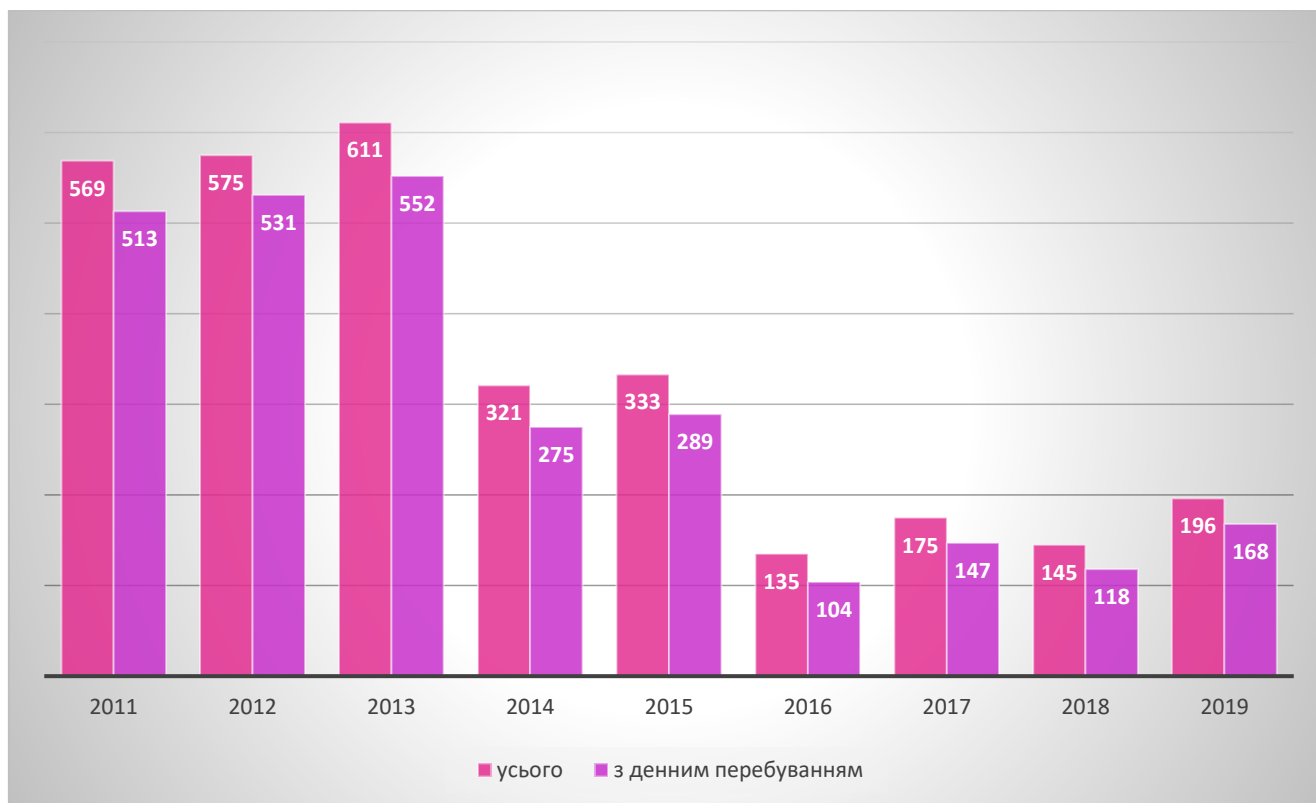


Рис. 2.6 Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку.

Джерело: Туризм у Закарпатській області (статистичний збірник, 2020).

Влітку 2019 року в області діяло 10 амбулаторій, до яких увійшли 7 приміських та 3 заклади санаторного типу. У таких закладах поправили здоров'я 3,2 тис. осіб. У червні 2019 року в дитячих закладах оздоровлення та відпочинку проведено 373,5 тис. людино-днів, з них в оздоровчих закладах – лише 55,7 тис. В області охоплення оздоровленням та відпочинком дітей дитячими закладами оздоровлення та відпочинку становило 15% від загальної кількості дітей 7-16 років, а з урахуванням дітей, які відпочивають та оздоровлюються за межами області -16%.

Особливу увагу слід приділити оздоровленню та відпочинку найбільш уразливих категорій дітей. 35,4% дітей з малозабезпечених та багатодітних сімей влітку 2014 року становлять 9,4 тис. дітей (8,8 тис. осіб – діти області) або діти, які відпочивають у Закарпатській області. Діти-сироти та діти, позбавлені батьківського піклування, також користувалися послугами дитячих закладів реабілітації та підпільної допомоги. Їх кількість становила 780 (498 дітей області). Влітку оздоровилися та відпочили 737 дітей учасників бойових дій, з них 463 – з області. крім того, діти з обмеженими можливостями стали здоровішими та з'явилися влітку, загалом 403 особи, що на 27,9% більше, ніж за аналогічний період 2018Р. З дітей категорії СНД 367 – жителі Закарпатської області. 131 дитина, яка постраждала від аварії на ЧАЕС, відпочивала у 34 дитячих закладах області (з них 99 дітей області). Зазначимо, що середня тривалість перебування дитини в закладах охорони здоров'я становила 17 днів, а в закладах відпочинку – 13 днів (Статистичний збірник, 2020).

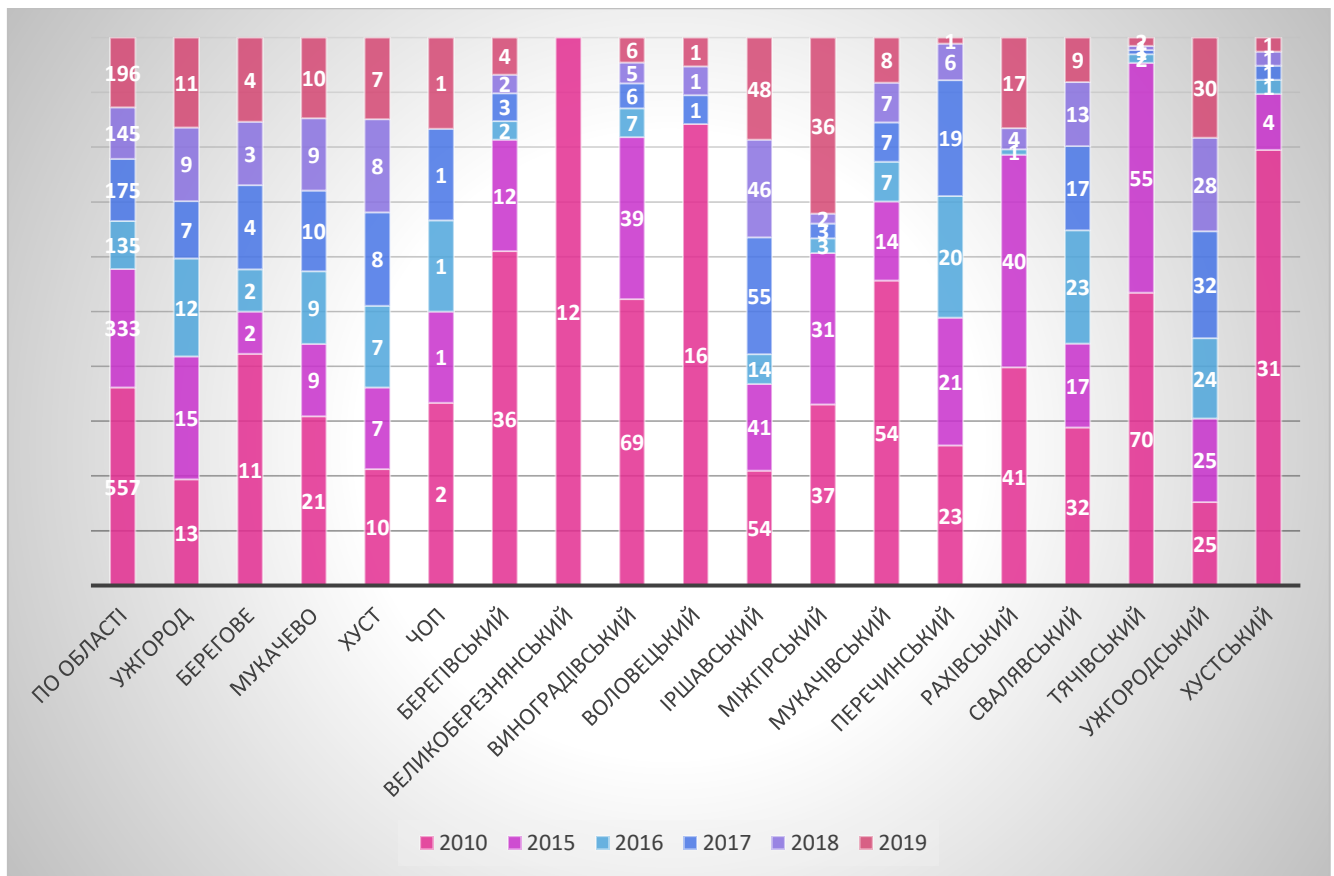


Рис. 2.7 Кількість дитячих закладів оздоровлення та відпочинку по містах та районах

Джерело: Туризм у Закарпатській області (статистичний збірник, 2020).

2.5 Поводження з відходами

Під відходами розуміються всі речовини, матеріали та предмети, що утворюються під час виробництва чи споживання, а також товари (продукція), які повністю або частково втратили споживчі властивості та більше не використовуються у місці їх утворення чи ідентифікації та які були Ви повинні позбутися цього. Утилізація відходів – це виконання операцій з відходами, які не призводять до їх утилізації. Небезпечні відходи – це відходи з фізичними, хімічними, біологічними чи іншими небезпечними властивостями, які

становлять або можуть становити значний ризик для навколишнього середовища та здоров'я людей і які потребують спеціальних методів обробки та обладнання. Небезпечні відходи містять речовини з небезпечними властивостями: токсичність, небезпека вибуху, пожежонебезпечність, висока реактивність або збудники інфекційних захворювань (Навколишнє середовище Закарпаття, 2019).

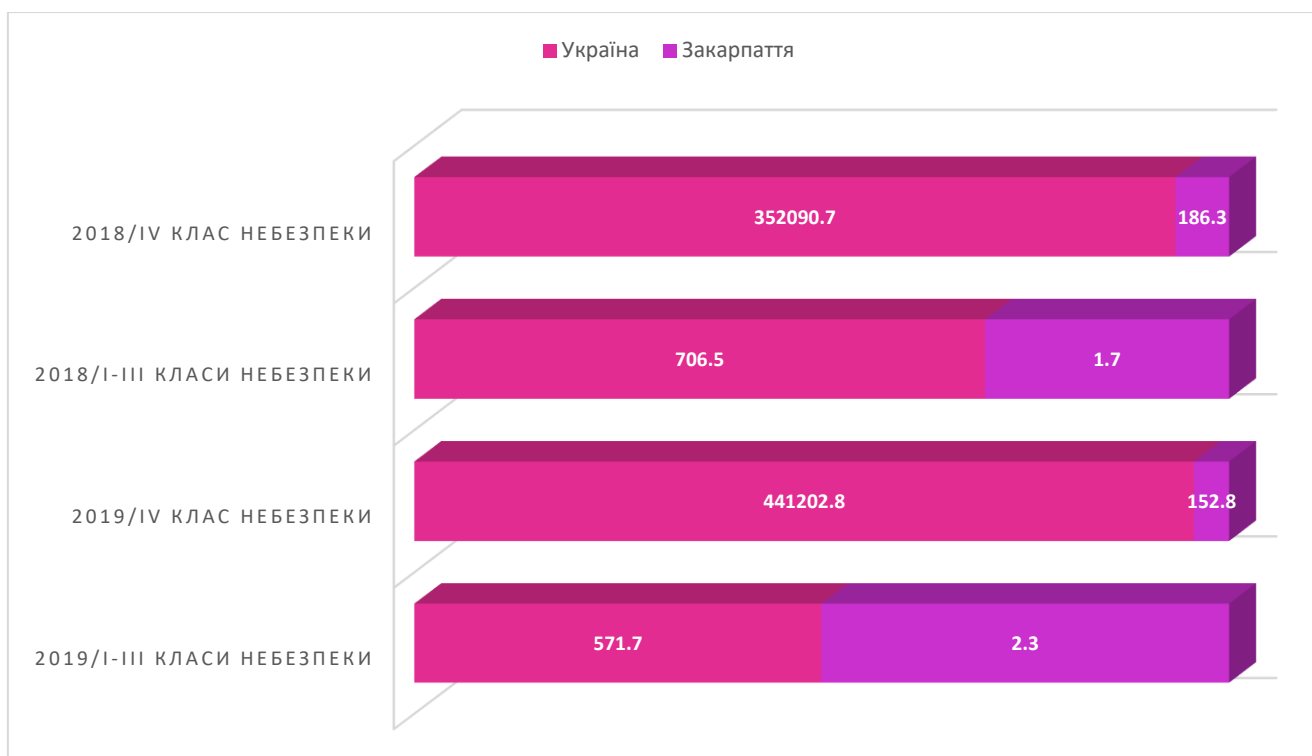


Рис. 2.8 Утворення відходів по регіонах України.

Джерело: Навколишнє середовище Закарпаття за 2019 рік (статистичний бюлетень).

Управління відходами – заходи щодо запобігання утворенню, збору, транспортуванню, зберіганню, переробці, утилізації, утилізації відходів, включаючи контроль за такими операціями та нагляд за місцями утилізації. Поточні витрати на охорону навколишнього природного середовища – це витрати, понесені на утримання (утримання та експлуатацію) об'єкта (основні засоби охорони навколишнього природного середовища) і включаються до витрат поточного періоду. Спалювання відходів – це контрольований процес

спалювання твердих, рідких або газоподібних відходів при високих температурах. Спеціально відведені місця або об'єкти – це території, спеціально призначені для накопичення та постійного зберігання відходів, використання яких дозволено спеціально уповноваженими органами у сфері поводження з відходами. Утилізація відходів – використання відходів як вторинного матеріалу або джерела енергії (Навколишнє середовище Закарпаття, 2019).

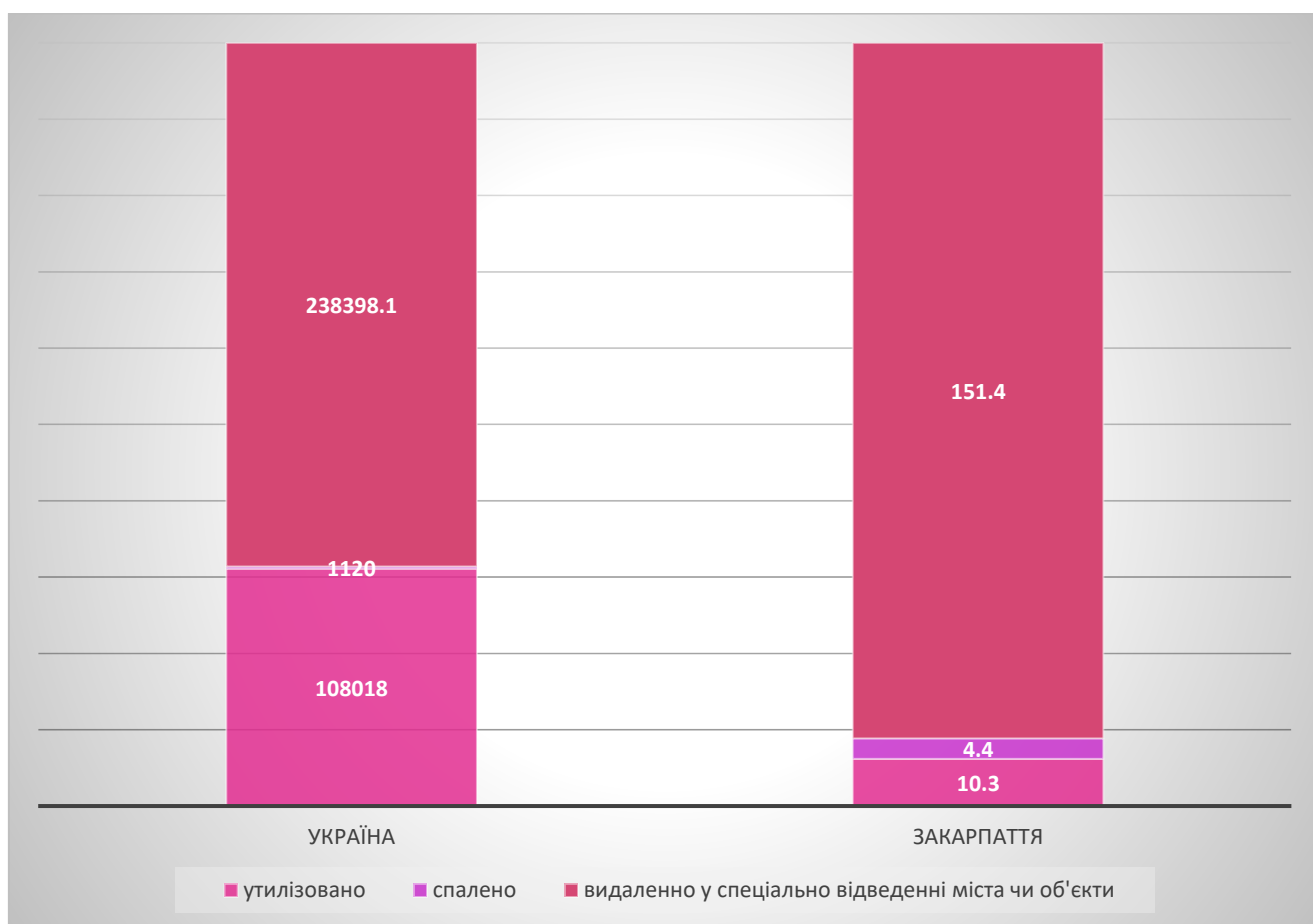


Рис. 2.9 Поводження з відходами по регіонах у 2019 році.

Джерело: Навколишнє середовище Закарпаття за 2019 рік (статистичний бюлетень).

Капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища - інвестиції в придбання нових і використаних активів або у виробництво матеріальних і нематеріальних активів для власних потреб, витрати на

капітальний ремонт і модернізацію для охорони навколишнього середовища (Навколишнє середовище Закарпаття, 2019).



Рис. 2.10 Капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища за видами природоохоронних заходів.

Джерело: Навколишнє середовище Закарпаття за 2019 рік (статистичний бюлетень).

3. ДОСЛІДЖЕННЯ ВРАЖЕНЬ ПРО ЗАКАРПАТТЯ

3.1 Соціодемографічні показники

Для нашого дослідження насамперед було важливо дізнатися соціодемографічний показник туристів, що були опитані.

Більшість із 540 опитаних осіб у дослідженні склали жінки, близько 57% (Рисунок 3.1/А). З річної діаграми (Рисунок 3.1/В) видно, що співвідношення чоловіків і жінок було дуже схожим протягом усіх трьох років. Розподіл показує незначне збільшення у жінок і незначне зменшення у чоловіків (Рисунок 3.1/В).

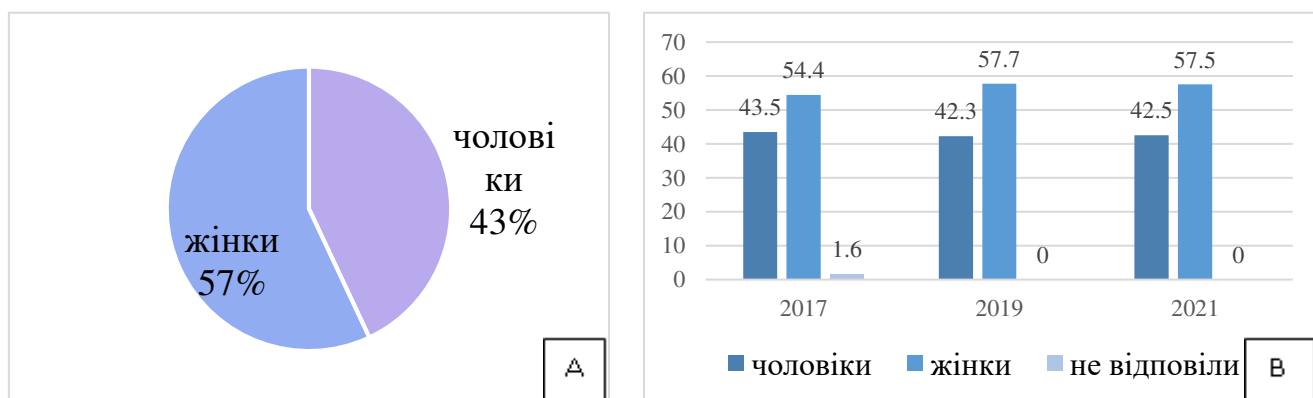


Рис. 3.1 Загальний гендерний склад внутрішніх туристів, які прибувають у Берегове (А), та розподіл за роками досліджень (В).

Джерело: Власна редакція.

Віковий склад населення загалом характеризується переважанням активних працівників (вік 18–55 років), але серед респондентів 36–55 років становили 46% (Рисунок 3.2/А). Виняток становить 2019 рік, коли частка людей старше 55 років зросла більш ніж вдвічі, а частка 18-35-річних паралельно зменшилась (Рисунок 3.2/В). У віковому складі переважають люди середнього віку. Це вказує нам на те, що в цих людей з'явився вільний час, кошти та головне бажання та прагнення пізнати край.

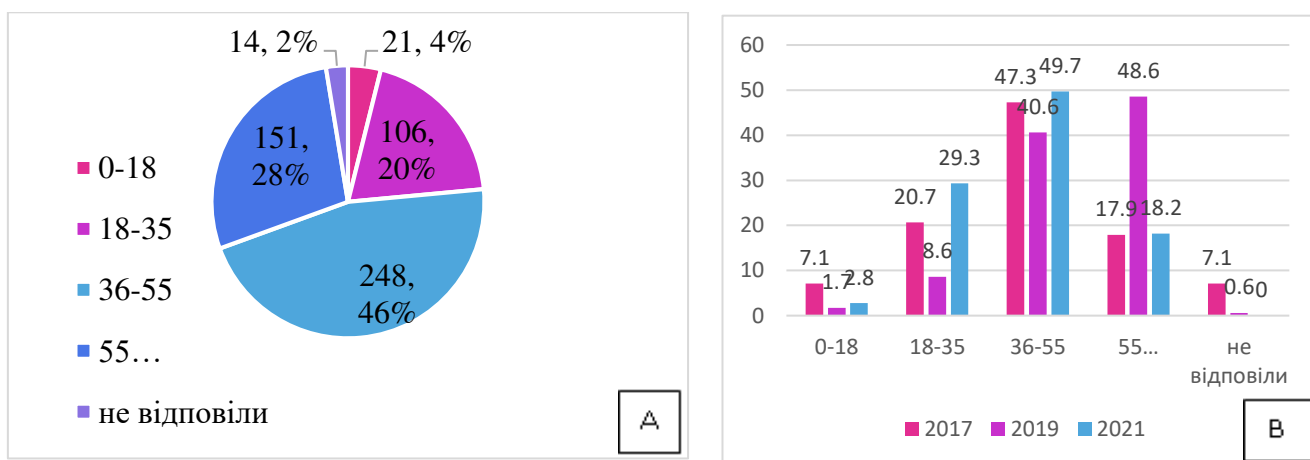


Рис. 3.2 Віковий склад населення (А) та розподіл за віковими групами (В).

Джерело: Власна редакція.

Вищенаведені дані підтверджують також дослідженням показників ринку праці. Загалом, якщо розглядати всі три роки, пенсіонери становили найбільшу частку респондентів, близько 28% (Рисунок 3.3).

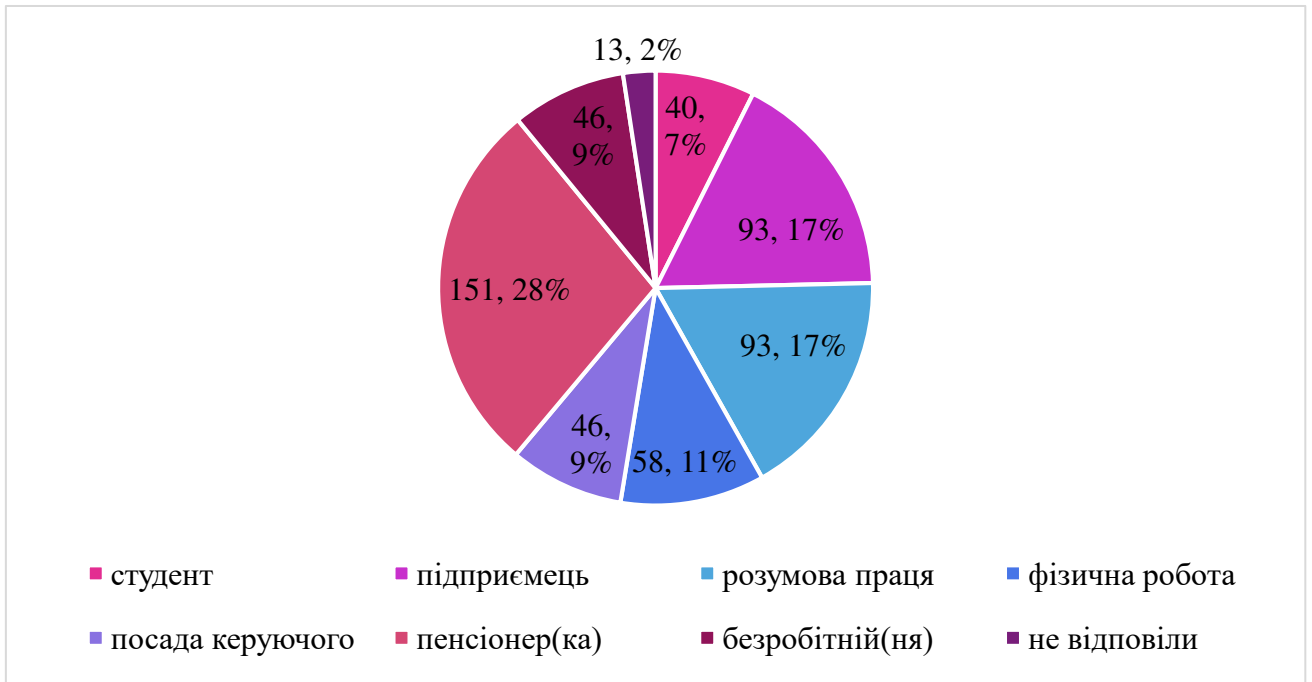


Рис. 3.3 Розподіл опитаних туристів за працевлаштуванням.

Джерело: Власна редакція.

За ними – працівники інтелігенції та підприємці з 17-17%. Цікаво, що рівень безробіття з кожним роком зростає (Рисунок 3.4).

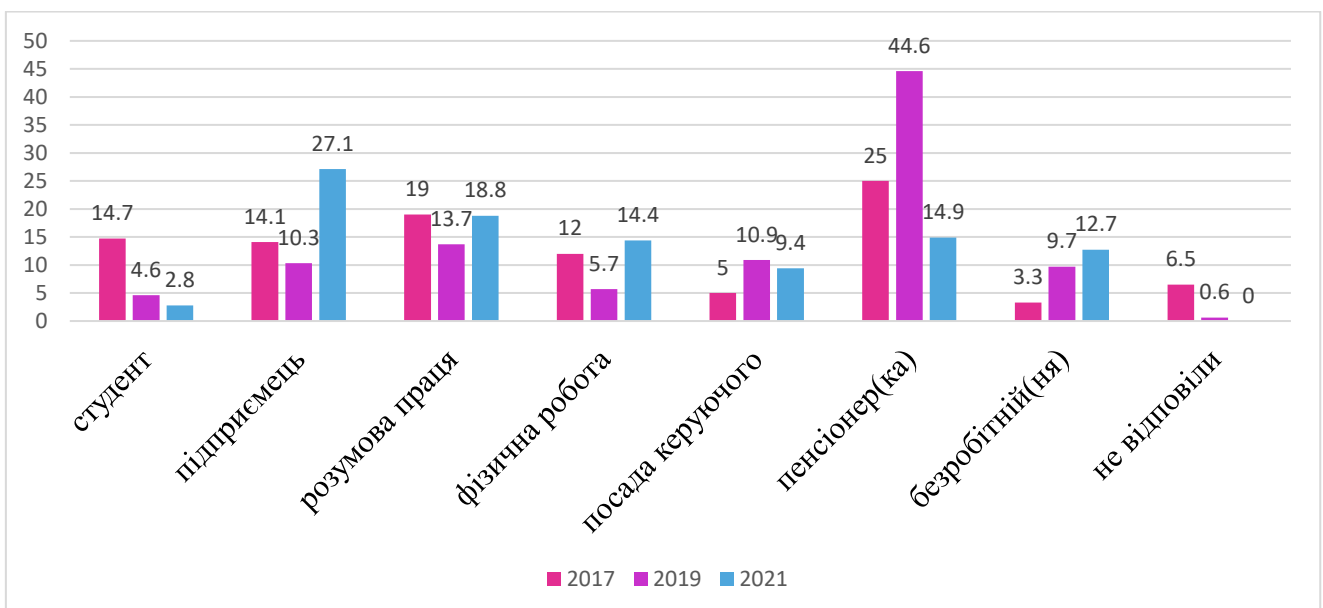


Рис.3.4 Річний розподіл опитаних туристів за працевлаштуванням.

Джерело: Власна редакція.

Що стосується освіти, явну перевагу мали ті, хто має вищу освіту, приблизно 54% (Рисунок 3.5). За ними йдуть кваліфіковані робітники – 27%.

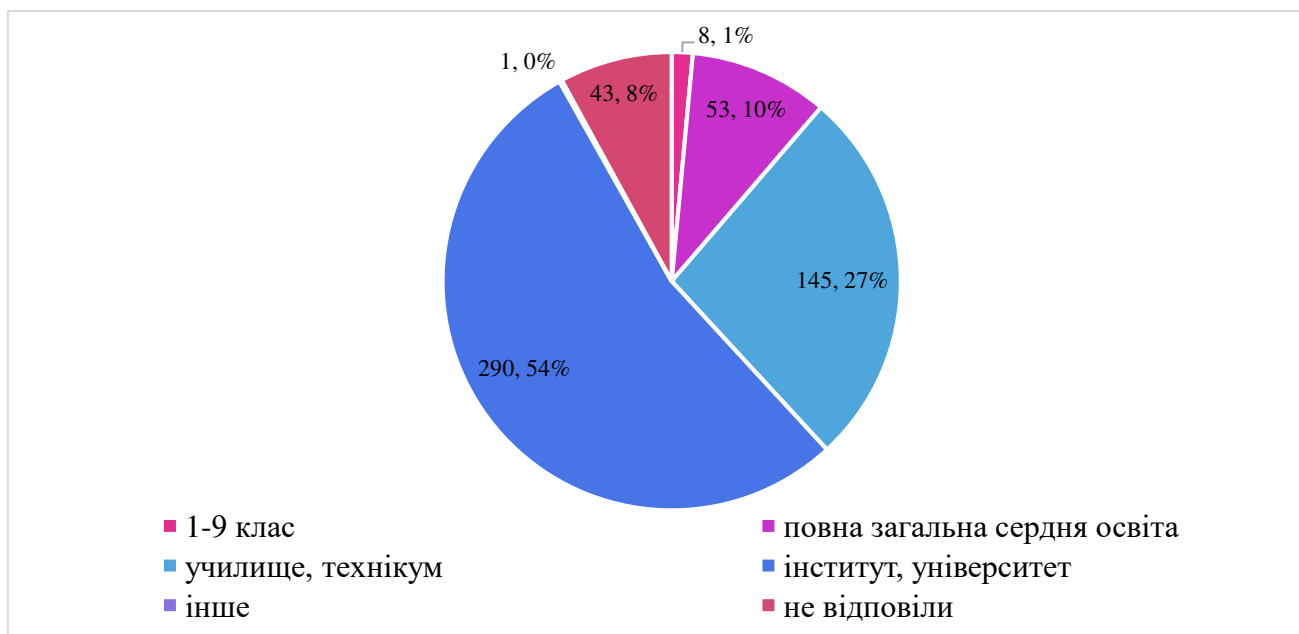


Рис. 3.5 Розподіл туристів, які прибули в досліджуваний період за освітою.

Джерело: Власна редакція.

Якщо розглянути тенденції, то можна помітити явне зростання серед тих, хто має вищу освіту, а також видно, що на туристичному ринку більше присутні особи з вищою освітою (Рисунок 3.6).

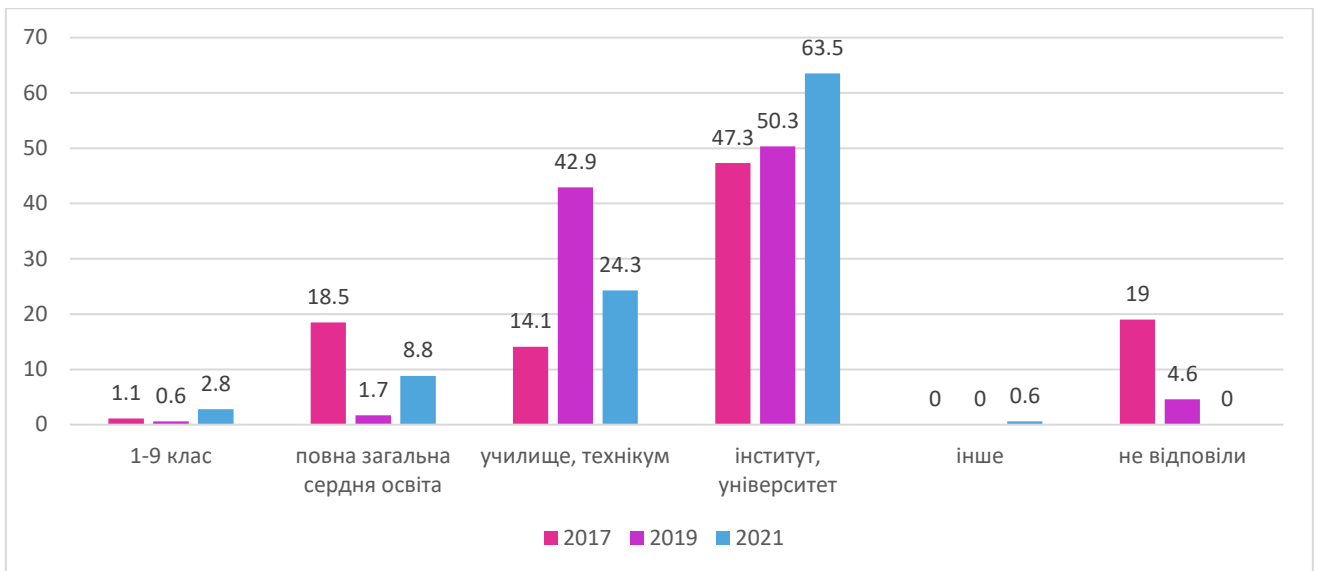


Рис. 3.6 Річний розподіл туристів, які прибули в досліджуваний період за освітою.

Джерело: Власна редакція.

Дуже цікаво, що керівники, які імовірно, більш доступні для відпустки/відпочинку, склали лише 9% опитаних. Можливо, це пов'язано з тим, що вони віддають перевагу відпочинку за кордоном. Цьому у свою чергу дещо суперечить той факт, що якщо на booking.com набрати «житло в Берегові», то перші 10 результатів виглядають зовсім недешево порівняно із середньою зарплатою по Україні (Рисунок 3.7).

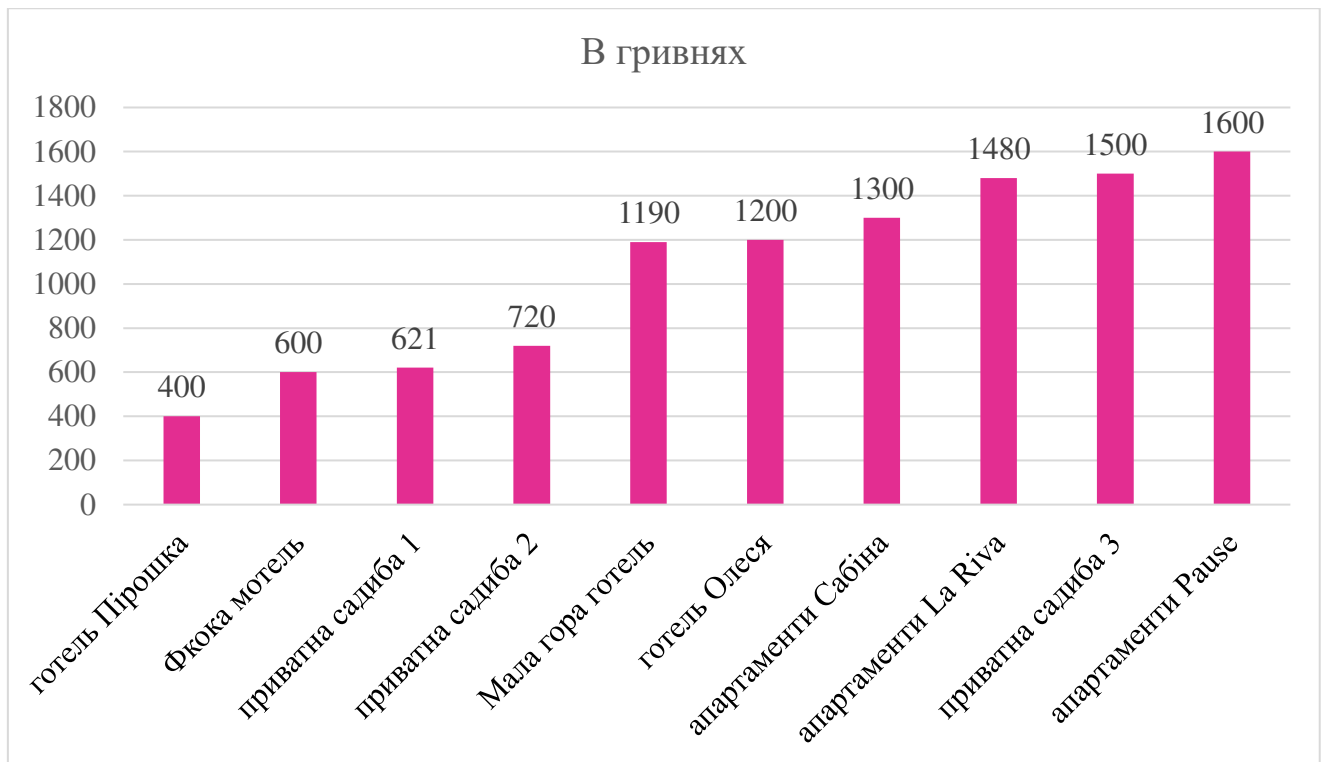


Рис. 3.7 Ціни на проживання в Берегові (особа/ніч) за пропозиціями booking.com у квітні 2022 року.

Джерело: Власна редакція.

3.2 Організація поїздок

58% опитаних внутрішніх туристів раніше відвідували Закарпаття (Рисунок 3.8/А). З річної розбивки видно, що кількість гостей, які повернулися, зменшилася, а кількість нових прибулих зростає (Рисунок 3.8 / В).

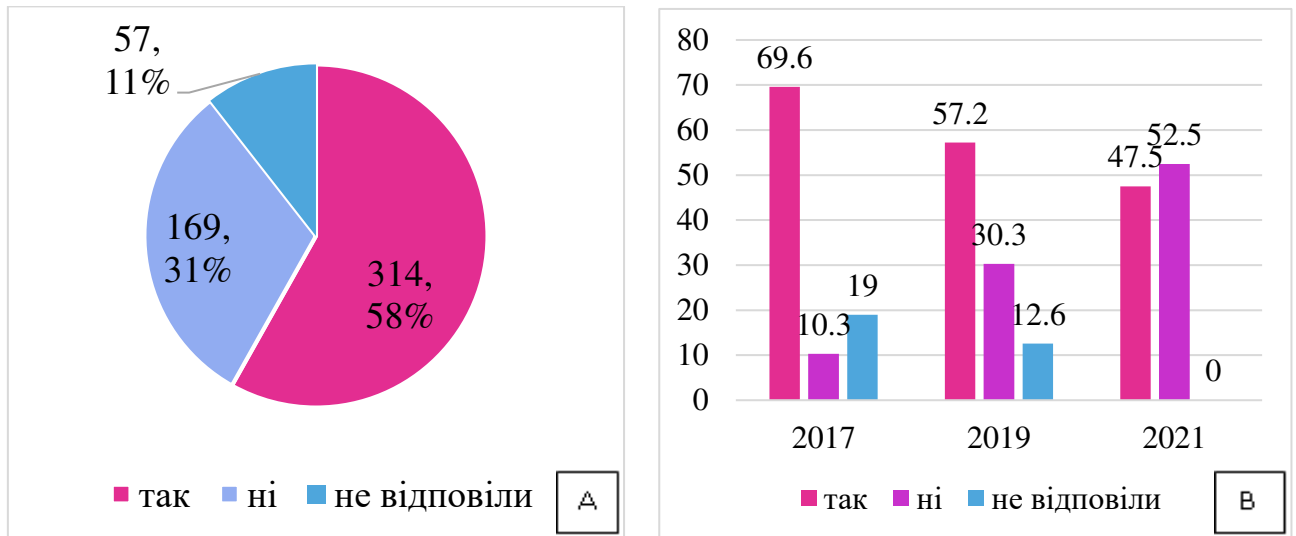


Рис. 3.8 Чи були ви вже на Закарпатті (А) та річне порівняння (В).

Джерело: Власна редакція.

Крім того, дослідження показало, що частка гостей, які стабільно повертаються, становить 6–12%, оскільки ця частка відвідувачів раніше були на Закарпатті 3–5 разів (Рисунок 3.9).

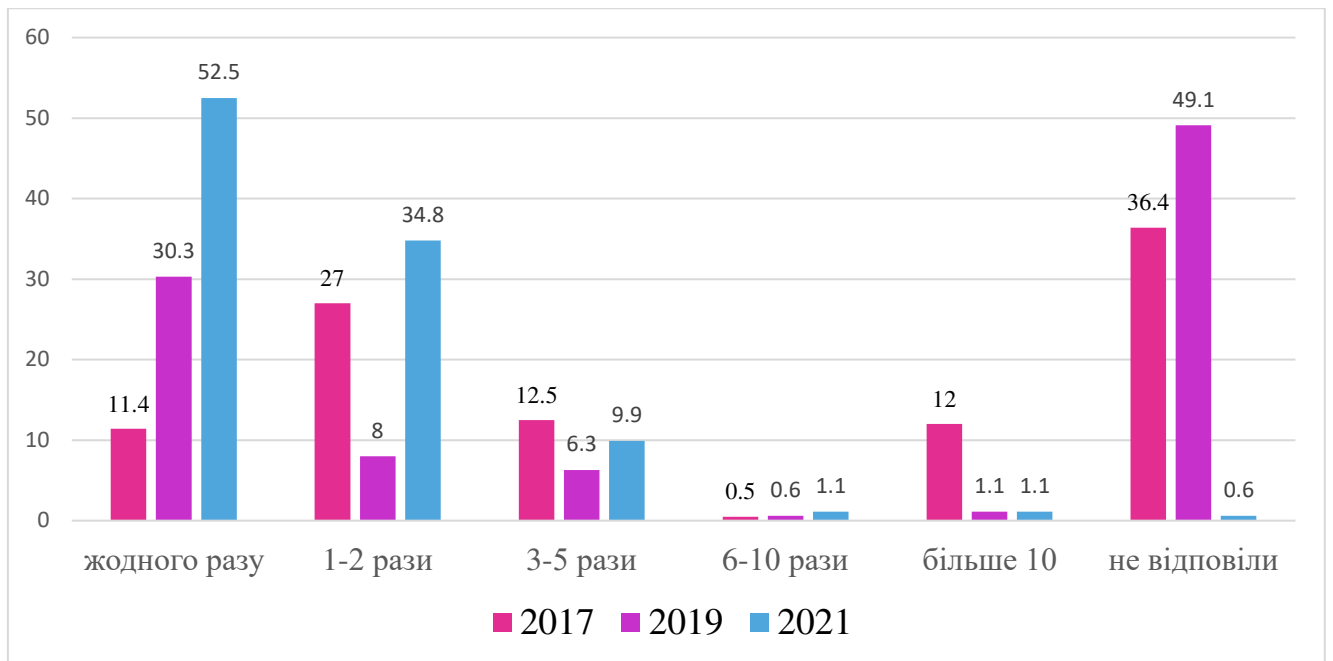


Рис. 3.9 Відвідування Закарпаття за річним розподілом.

Джерело: Власна редакція.

Ми також оглянули місця проживання прибулих гостей за округами та населеними пунктами. Як наслідок за період, що розглядається, найбільша кількість гостей прибули з центральної та західної України. Загалом лідирували Львів та Київська область. Кількість прибулих з Тернопільської області слідує за ними. Проаналізувавши по прибуттю за роками, то вражає те, що у 2017 році Львівська область лідирує в рейтингу з майже вдвічі більшою кількістю прибулих за другу Київську область. Проте жоден із опитаних нами гостей не представляв Сумську та Полтавську область.

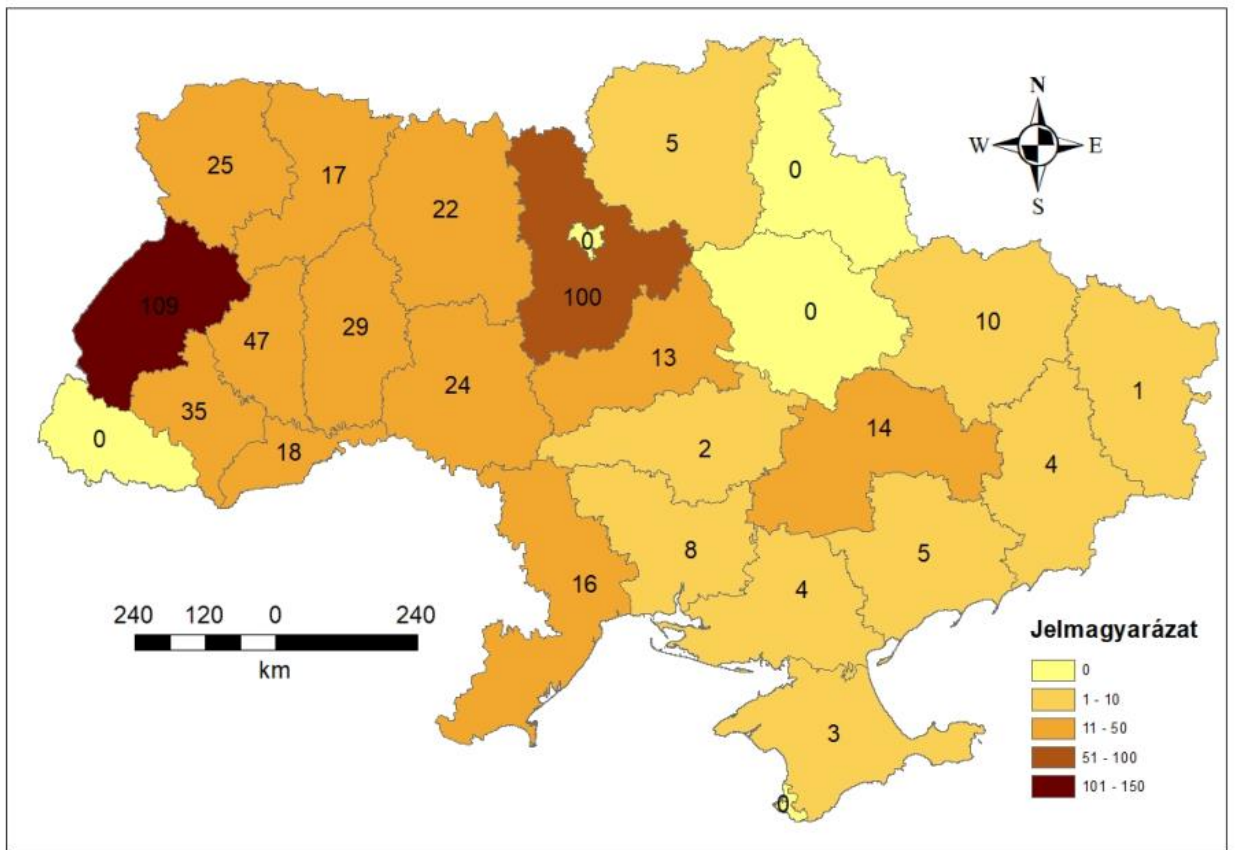


Рис. 3.10. Кількість прибутих респондентів по областях.

Джерело: Власна редакція

Відвідувачі (Львів, Івано-Франківськ, Чернівці, Тернопіль, Хмельницький, Волинь, Рівне, Житомир, Вінниця, Київ, Черкаси, Одеса, Запоріжжя, Дніпро, Харків) були переважно із західної частини України.

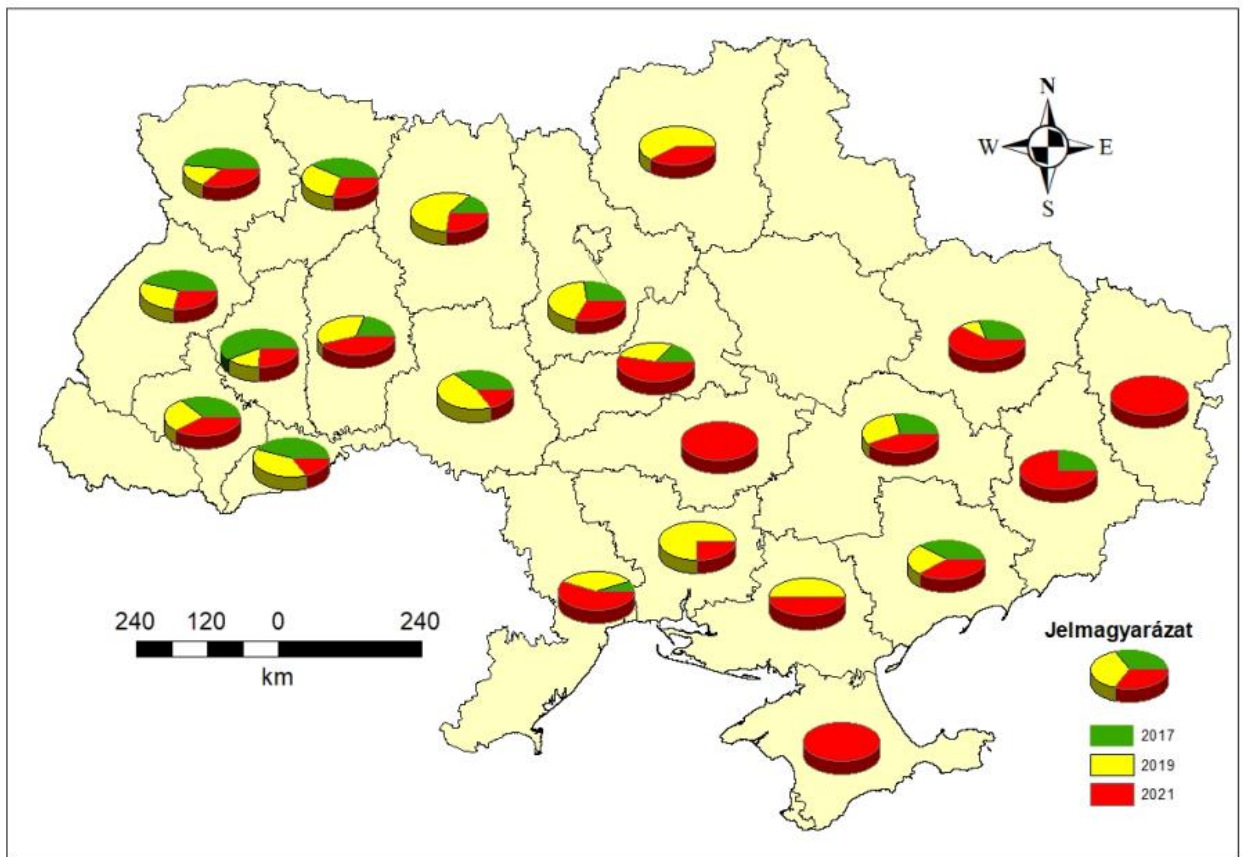


Рис. 3.11. Кількість прибутих респондентів по областях за річним розподілом.

Джерело: Власна редакція.

Один з східної області (Донецької) лише у 2017 та 2021 роках, троє з Чернігівської, Миколаївської та Херсонської області лише у 2019 та 2021 роках, та двоє з Автономної Республіки Крим та Луганської області лише у 2021 році відвідали Закарпаття (Рисунок 3.12).

Якщо поглянути на прибуття за роками, то вражає те, що у 2017 році Львівська область лідирує у рейтингу з майже вдвічі більшою кількістю прибутих за другу Київську область (Рисунок 3.13). У 2019 році цей коефіцієнт змінився на протилежне (Рисунок 3.14), а потім вирівнявся у 2021 році (Рисунок 3.15).

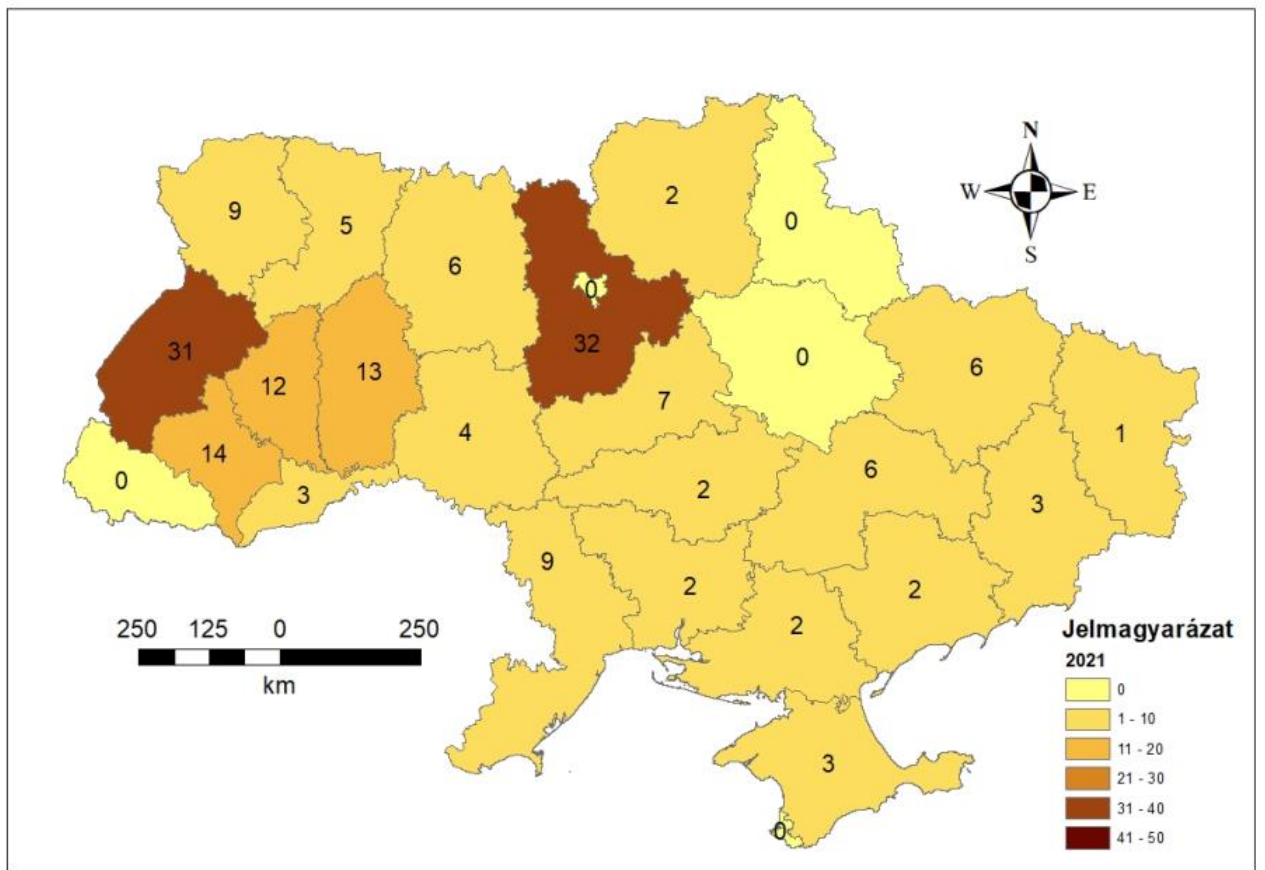


Рис. 3.14. Кількість прибутих респондентів по областям, у 2021 році.

Джерело: Власна редакція.

Та цікавим є те, що туристи до нас прибувають і з таких країн, як Білорусь, Угорщина, Росія, Польща, Ізраїль та Хорватія. (Рисунок 3.15)

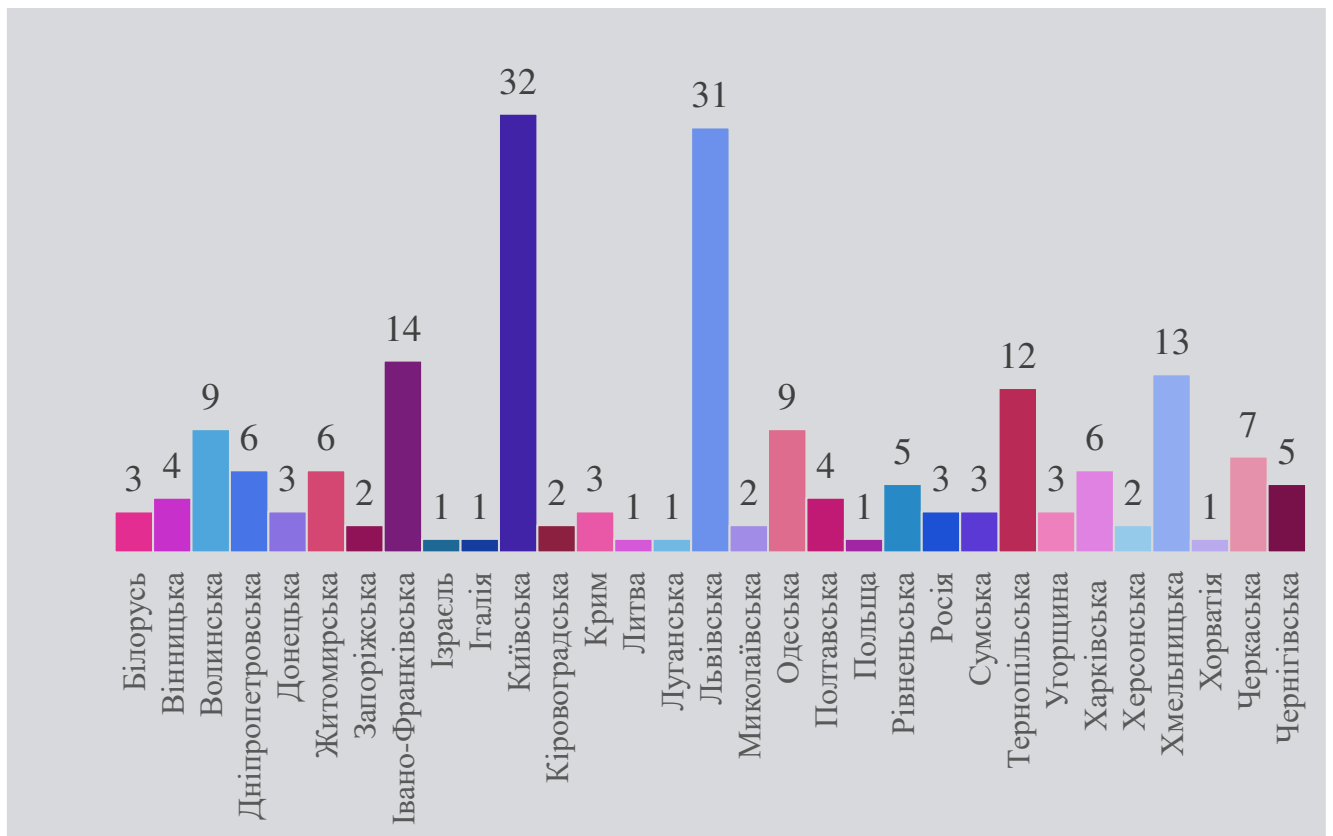


Рис. 3.15 З якої області прибули.

Джерело: Власна редакція.

Цікавим є розподіл респондентів за типом населеного пункту. Переважна більшість прибули з міст у порівнянні за ці три роки опитування, частка міських жителів була особливо високою у 2021 році, вона перевищила 80% (Рисунок 3.16). Кількість туристів із сільських та міських поселень залишилася нижче 5%.

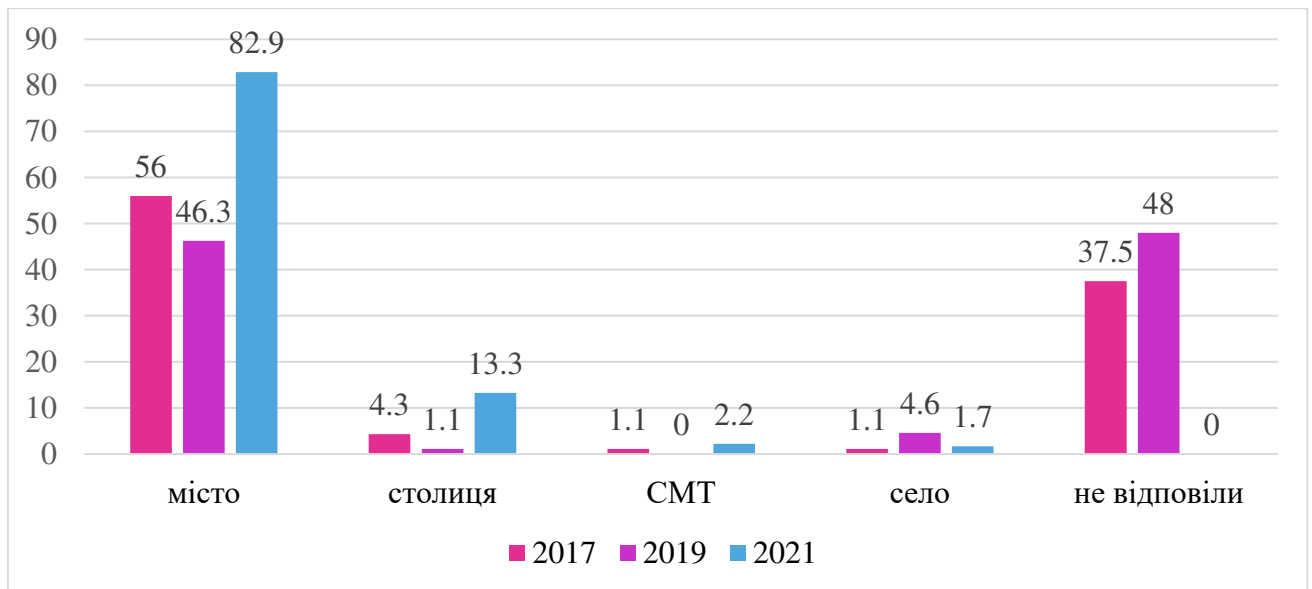


Рис. 3.16 Річний розподіл з типом населеного пункту.

Джерело: Власна редакція.

У ході нашого опитування ми також вивчали умови організації подорожей. Переважна більшість респондентів, 59%, організували подорож самостійно, а 30% – за допомогою родича/друга/знайомого (Рисунок 3.17). При цьому річна розбивка показує, що кількість людей, які самостійно організують свою поїздку, зменшується, а частка тих, хто користується допомогою родича/друга/знайомого під час організації, зростає. Крім того, поступово зростає частка користувачів турфірм. Останній показник уже перевищив 6,5% у 2021 році, що значно збільшився в порівнянні з 0,5% у 2017 році (Рисунок 3.18).

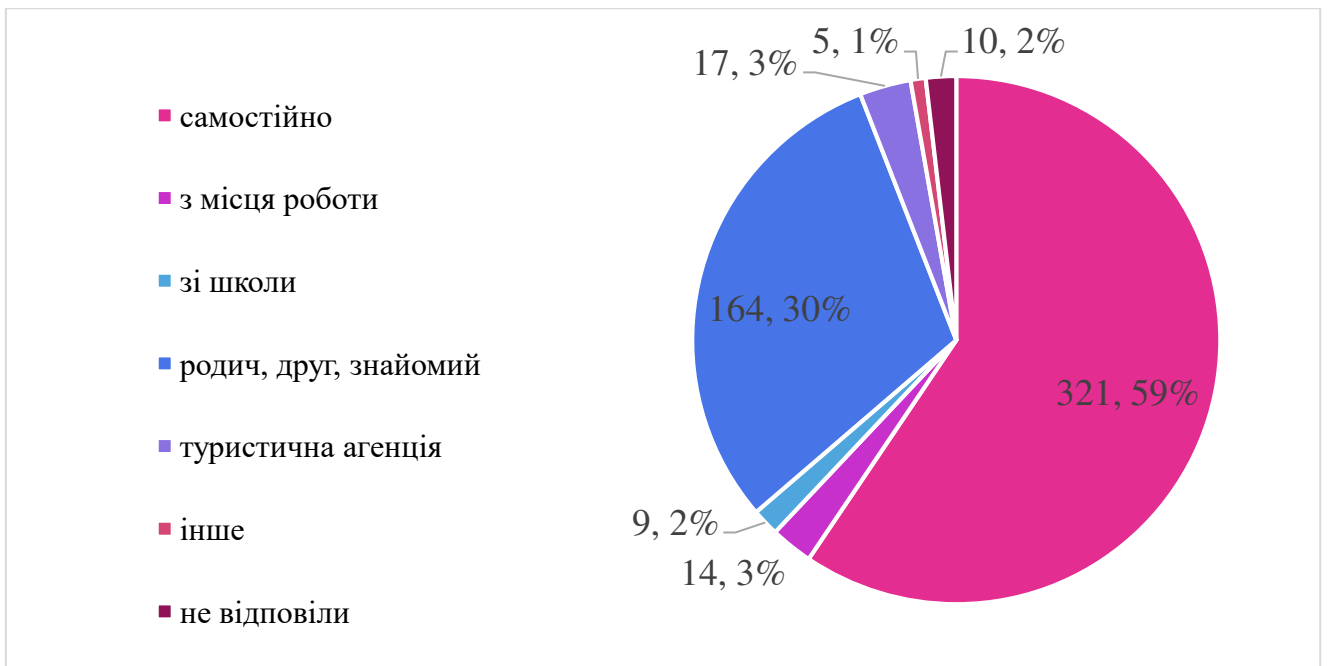


Рис. 3.17 Характеристика організації подорожі.

Джерело: Власна редакція.

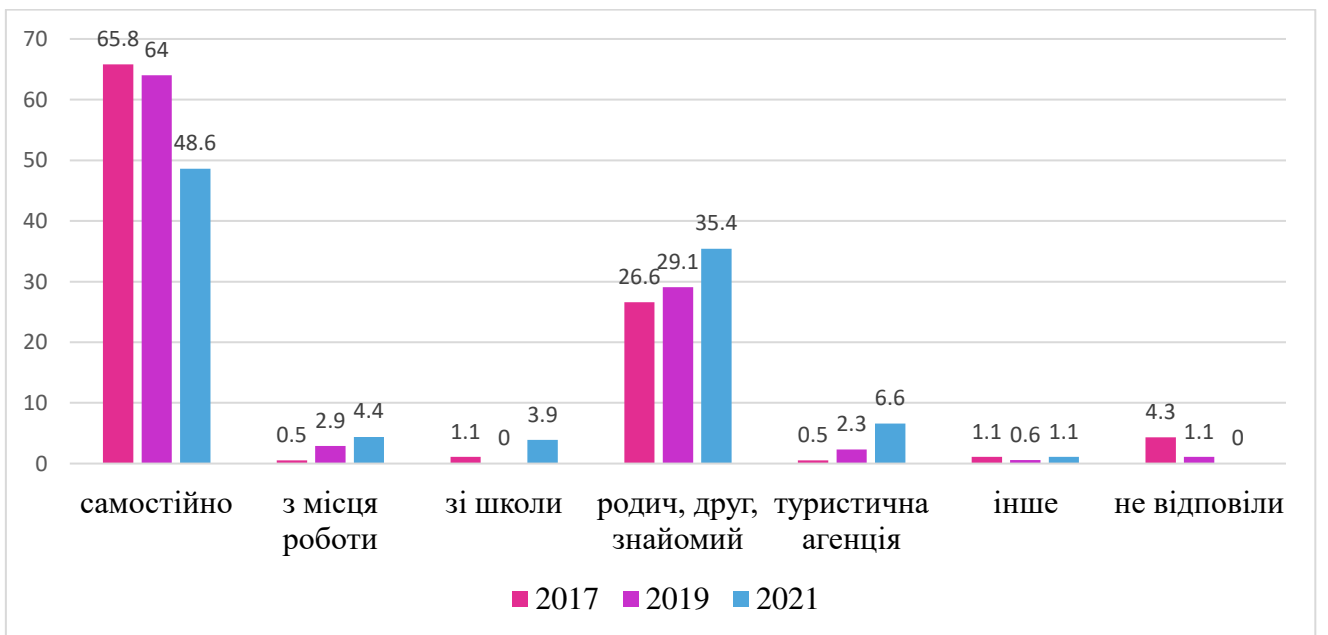


Рис. 3.18 Річні характеристики організації подорожі.

Джерело: Власна редакція.

На питання, з ким прибули туристи 38% відповіли, що з сім'єю, 32% з чоловіком/ дружиною, та з друзями 19%. В інших категорія немає значних змін.

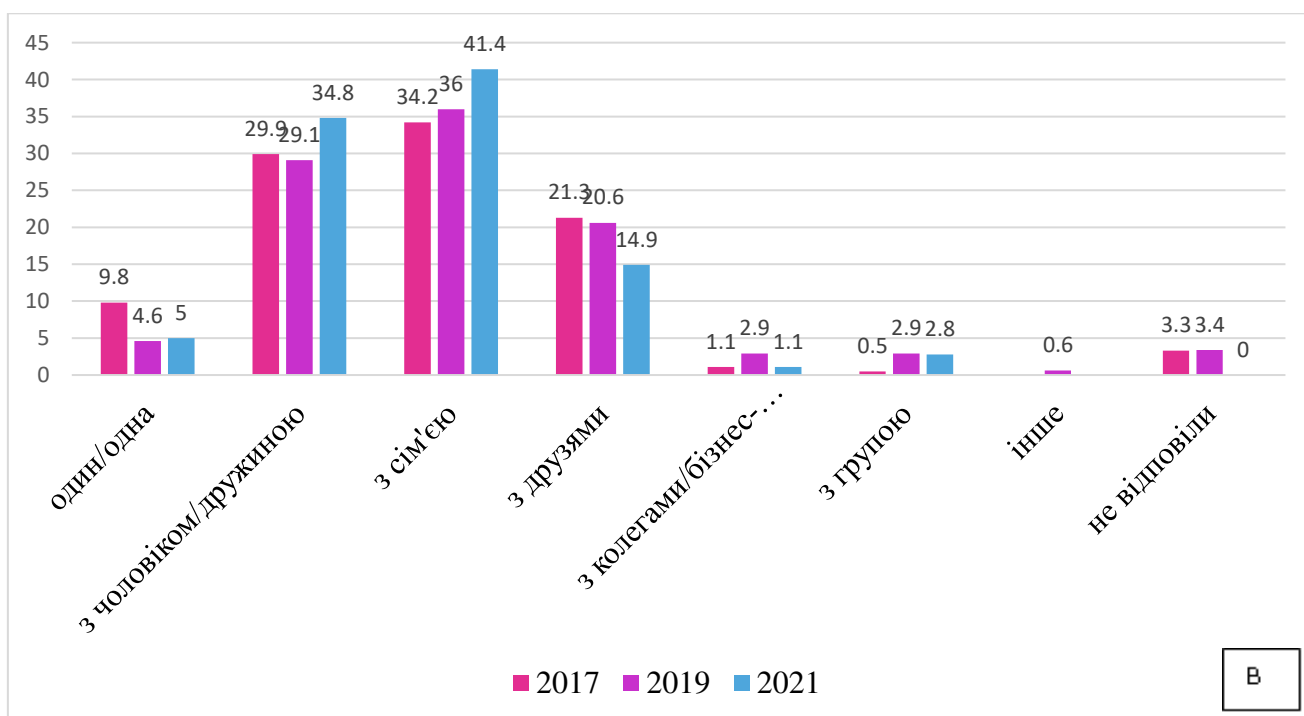
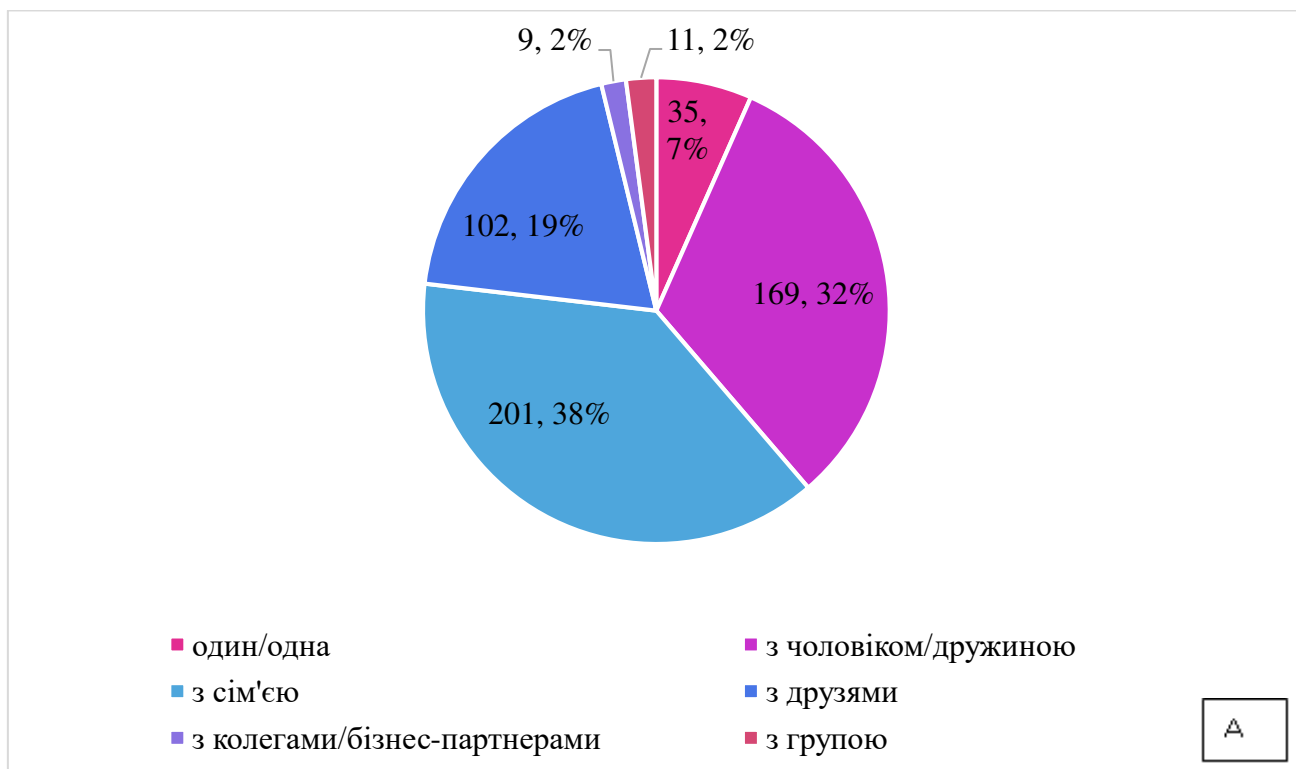


Рис. 3.19 Загальна характеристика туристичної організації Закарпаття (А) і з розподілом за роками (В).

Джерело: Власна редакція.

Під час дослідження ми запитали, скільки днів (ночей у гостях) сюди приходять відвідувачі. Переважна більшість із них проводить на Закарпатті 5 (19,1%), 7 (22,8%) та 10 (14,4) днів. Дуже мало хто проводить день (2,2%) і більше 10 днів в області (менше 7%) (Рисунок 3.20).

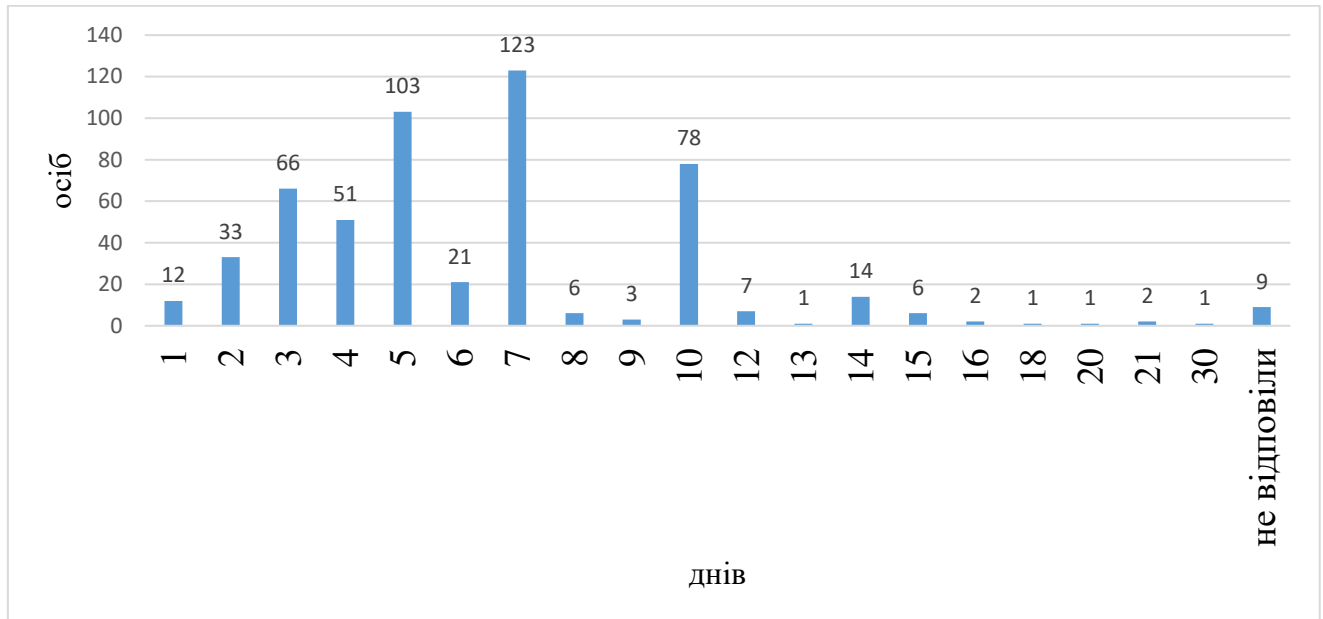


Рис. 3.20 Кількість проведених ночей гостей на Закарпатті.

Джерело: Власна редакція

Транспортом, яким прибули туристи значно переважає легковий автомобіль 57%, 28% на поїзді та 13% на автобусі (Рисунок 3.21). Кількість людей, які прибувають автобусами, демонструє ознаки стагнації, а кількість людей, які прибувають на автомобілі, збільшується. Частка тих, хто прибуває потягом, скоротилася з 38% у 2017 році до 12,7% до 2021 року.

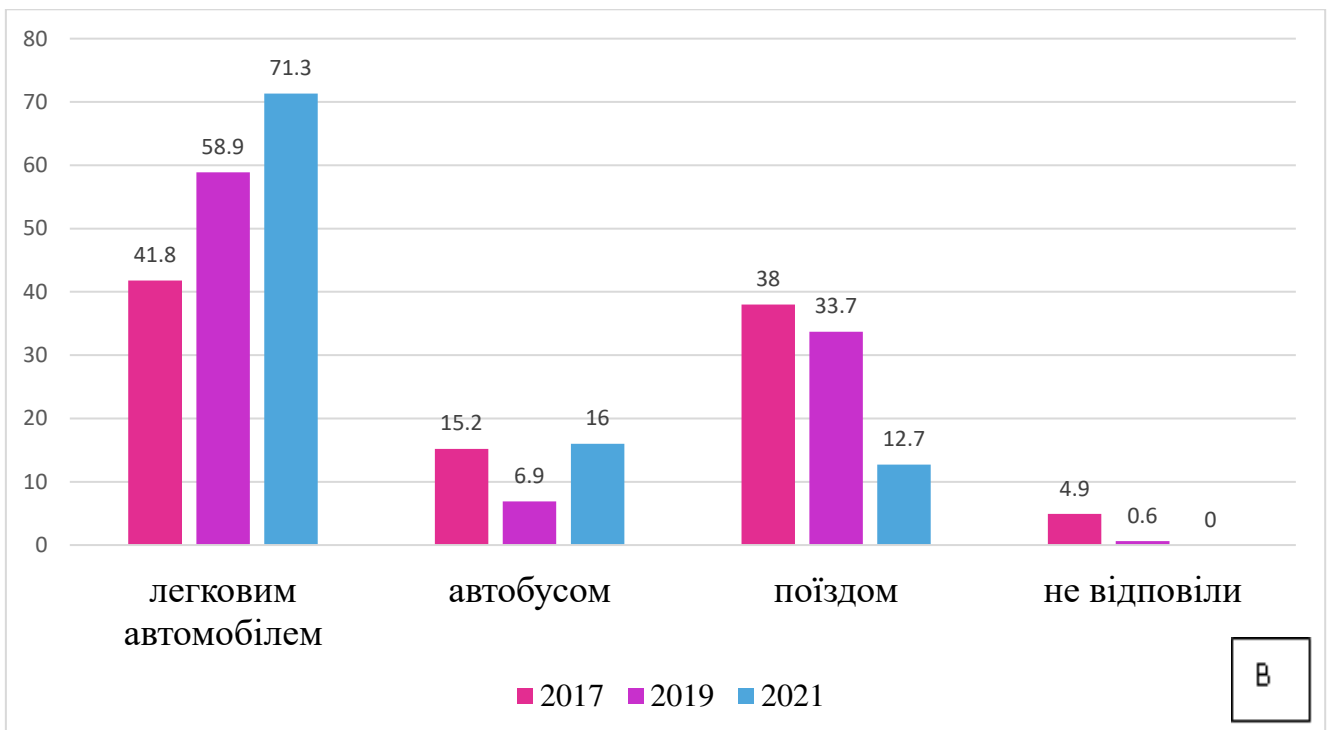
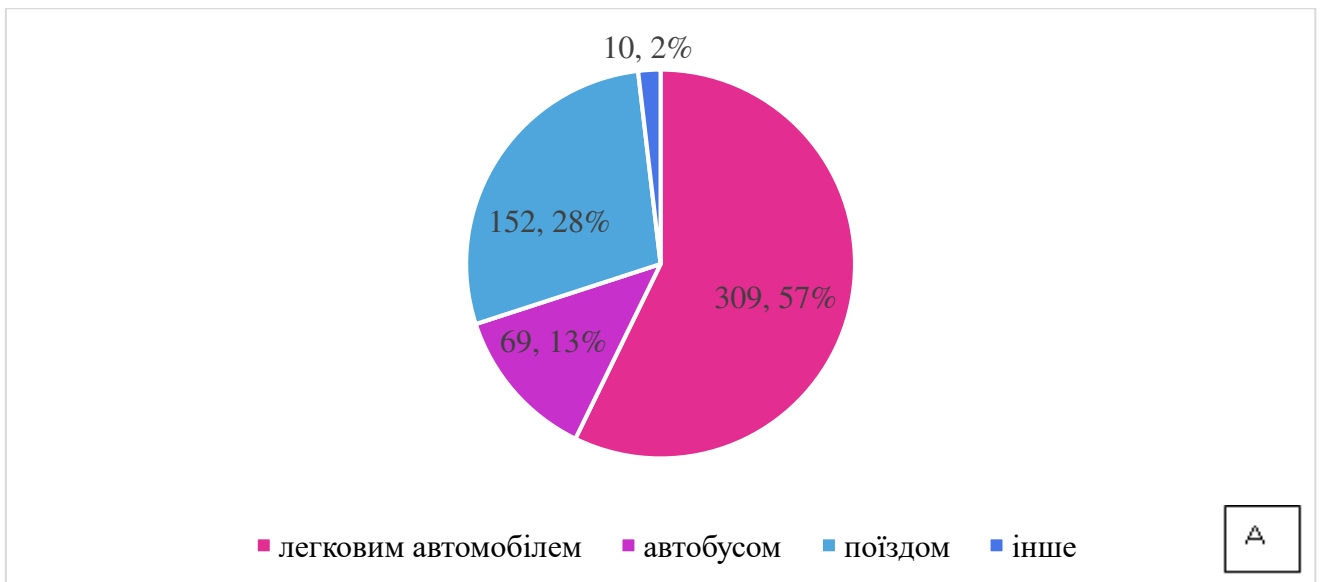


Рис. 3.21 Частка транспортних засобів, якими користуються респонденти (А) і їх річний розподіл (В).

Джерело: Власна редакція.

Ми також перевірили, в яких населених пунктах зупинялися туристи. За всі три періоди дослідження переважна більшість респондентів проводила найбільше часу в Берегові та його околицях (Рисунок 3.22, 3.23, 3.24, 3.25).



Рис 3.22 Кількість ночей та територіальний розподіл на Закарпатті за даними 2017 року.

Джерело: Власна редакція.

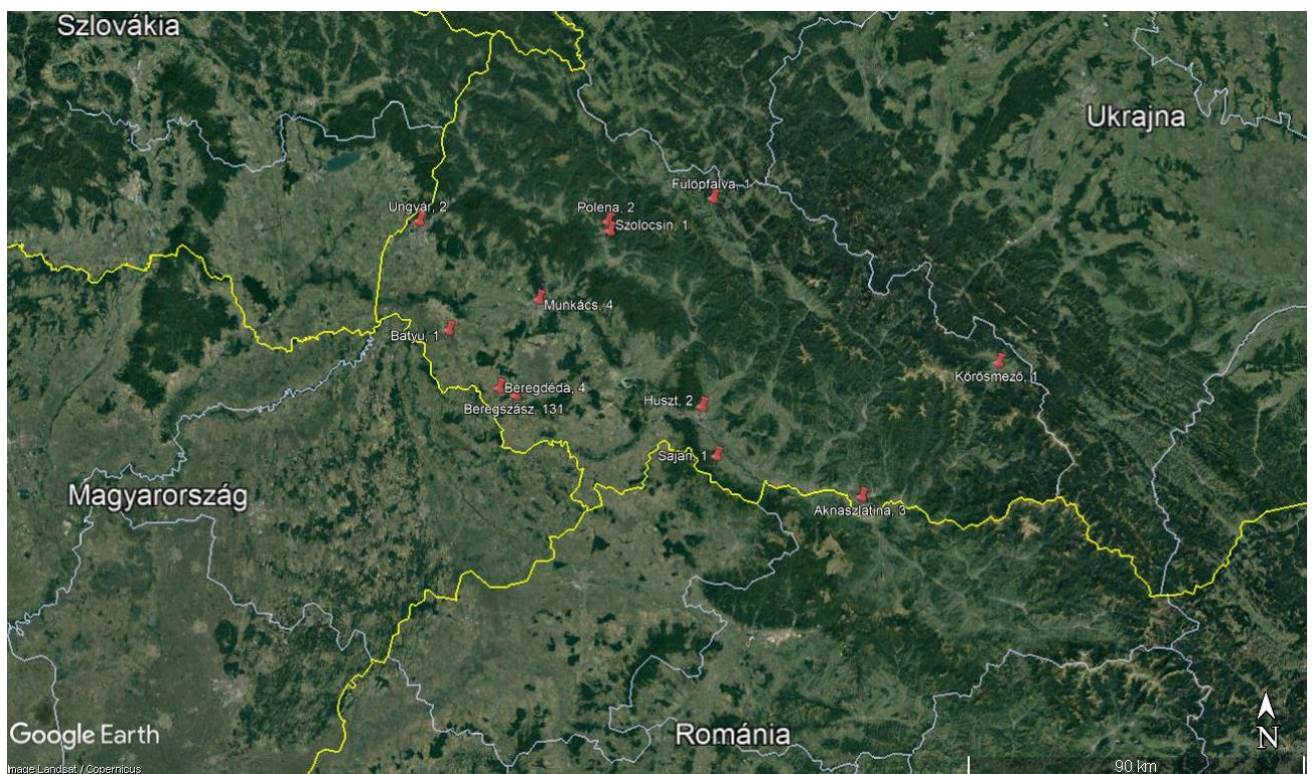


Рис 3.23 Кількість ночей та територіальний розподіл на Закарпатті за даними 2019 року.

Джерело: Власна редакція.

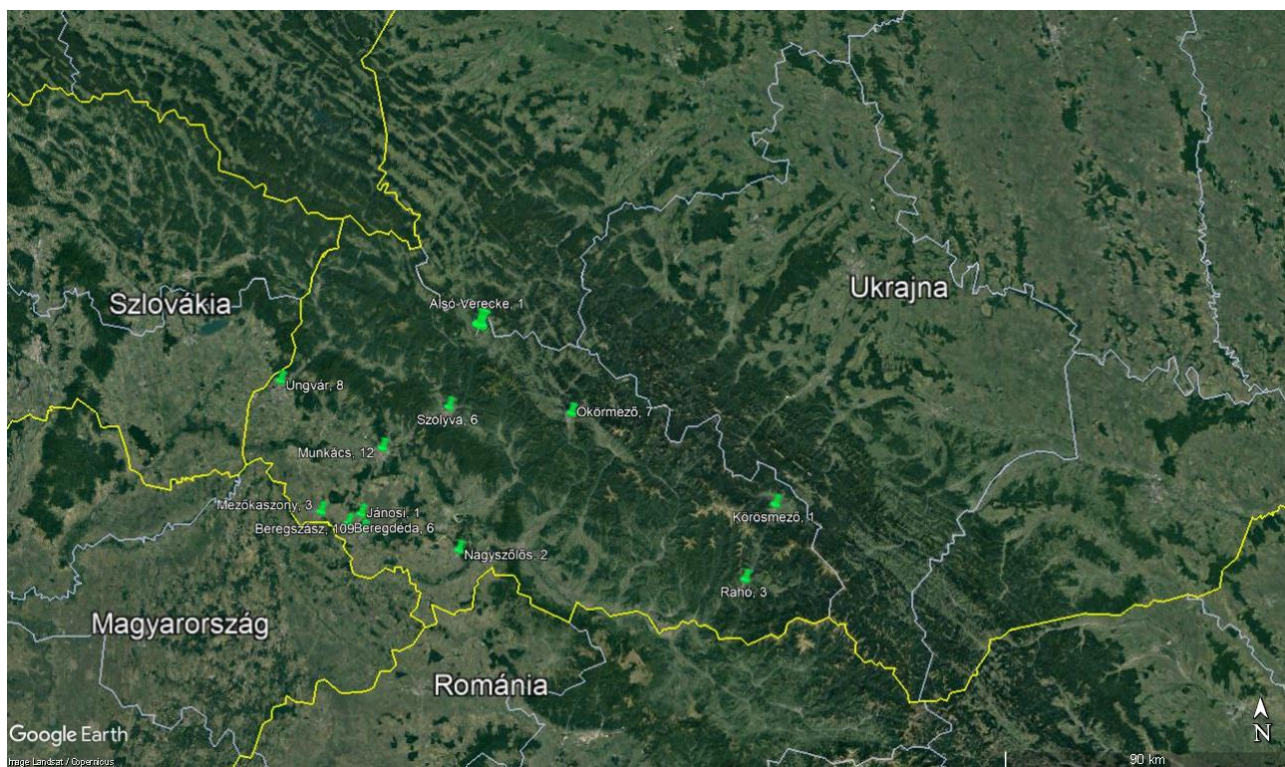


Рис 3.24 Кількість ночей та територіальний розподіл на Закарпатті за даними 2021 року.

Джерело: Власна редакція.

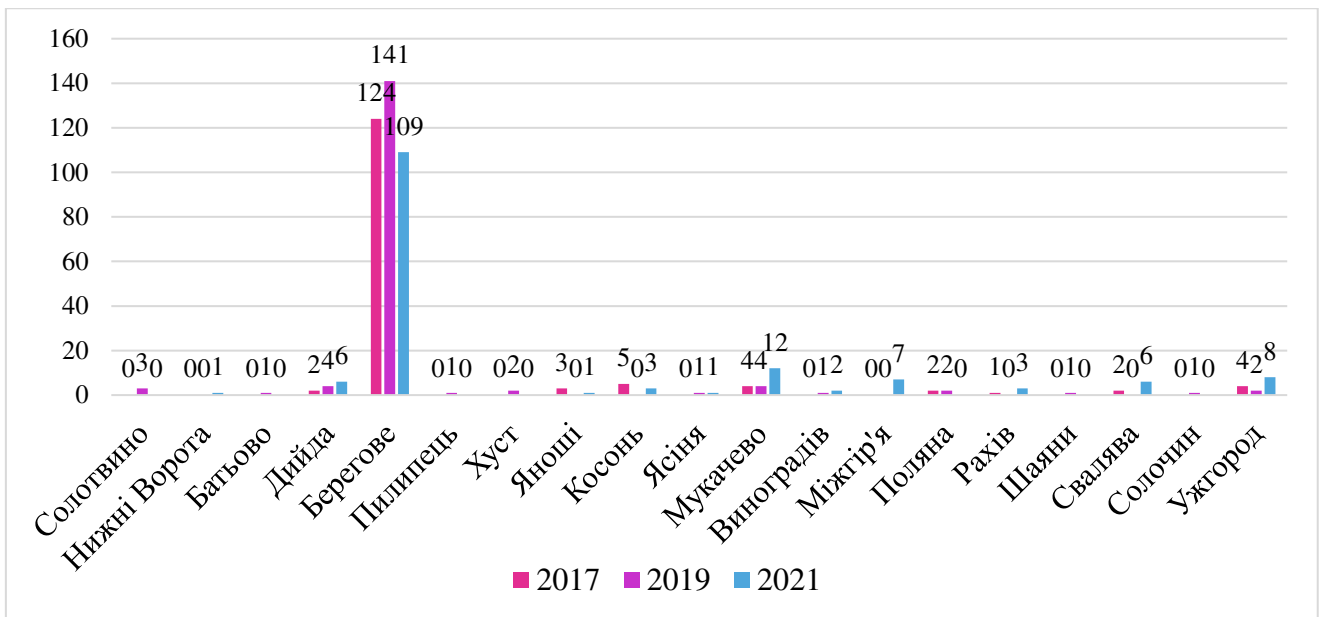


Рис. 3.25 Розподіл ночівель гостей на Закарпатті за населеними пунктами.

Джерело: Власна редакція.

Кількість людей, які забронювали готель, протягом звітного періоду значно зростала (Рисунок 3.26). Порівняно з періодом дослідження 2017 року, до 2021 року частка тих, хто звертається за цим типом житла, зросла більш ніж вдвічі, тоді як частка тих, хто користується приватним житлом, скоротилася вдвічі, а кількість тих, хто проживає в сільському житлі, різко зменшилась. Однак тут слід зазначити, що між сільським гостьовим будинком та приватним житлом існує велике статистичне перекриття. Між ними є практично така велика різниця, що сільські гостьові будинки можуть бути пов'язані з селами, а так зване приватне житло є виключно особливістю міст. Оскільки переважна більшість туристів обрали житло в Берегові, вони збагатили категорію приватного житла, але, ймовірно, через подібність рівня обслуговування, багато з них вказали в анкеті сільське житло.

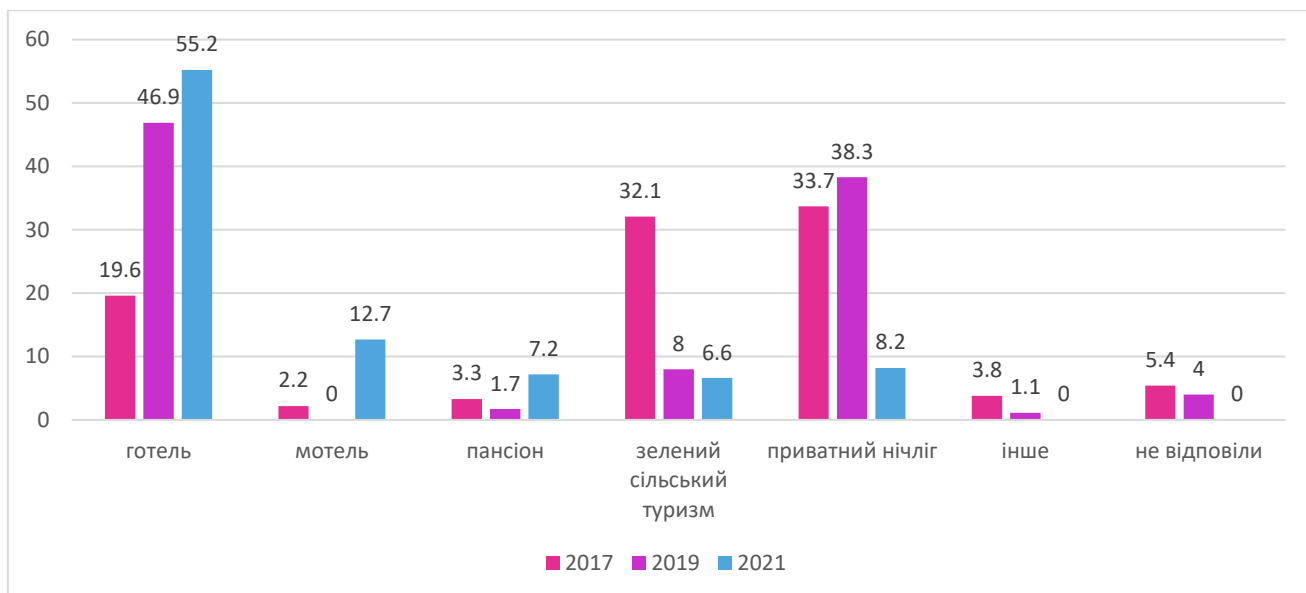


Рис. 3.26 Розподіл житла, яким користуються респонденти, за видами.

Джерело: Власна редакція.

Чітких тенденцій у способі бронювання житла немає. У період, що розглядається, переважало бронювання житла по телефону та через інтернет (Рисунок 3.27/А). Річні показники свідчать про те, що кількість заброньованих організатором житла збільшується, але це стосується лише 5-6% респондентів, тому не можна вважати авторитетним. Велика кількість розміщення свідчить про те, що частина туристів (7-16%) можуть забронювати номер після прибуття.

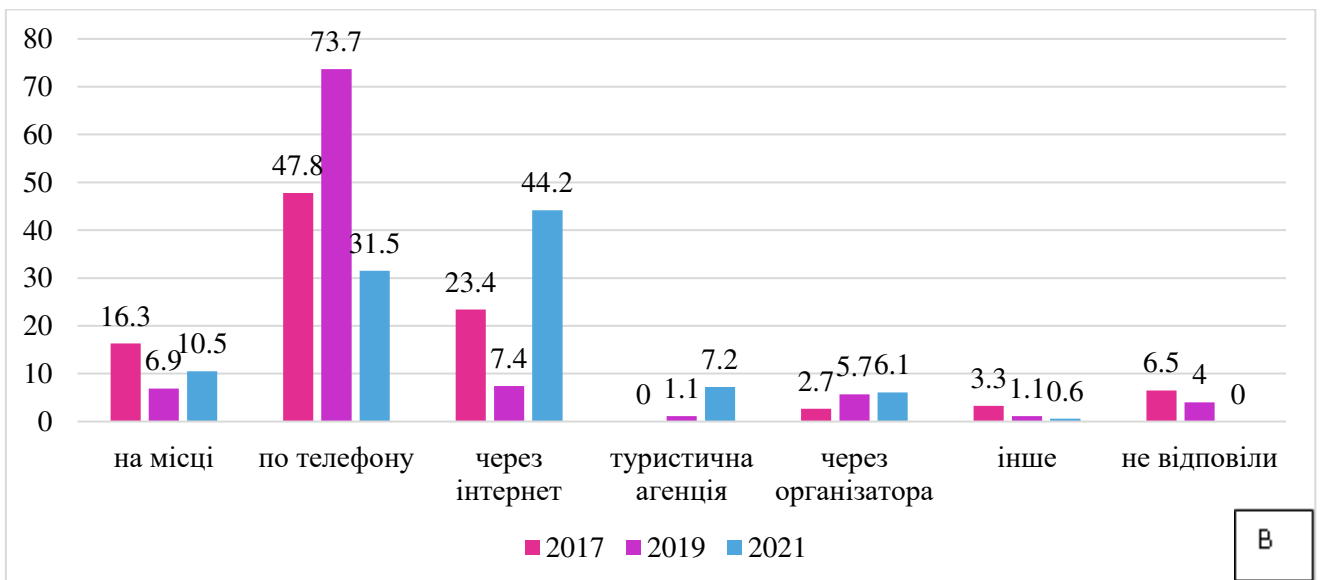
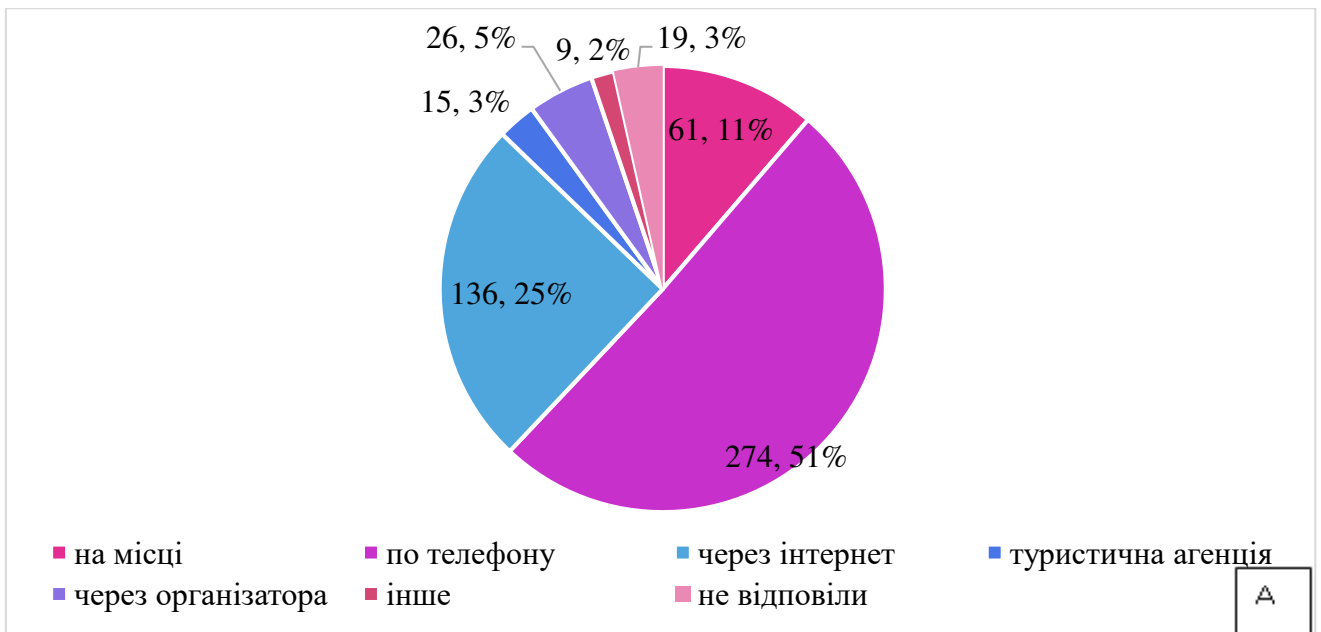


Рис. 3.27 Бронювання житла за досліджуваний період (А) і за рік (В).

Джерело: Власна редакція.

3.3. Закарпаття, як туристична привабливість

Попередня інформація є важливою частиною відвідування туристичного місця. У випадку опитаних нами туристів можна виділити три основні інформаційні поверхні. Туристи, які прибули до Берегова, при виборі місця призначення поклалися переважно на те, що сказали їхні родичі / друзі / знайомі (Рисунок 3.28). У вибірках 2017 та 2019 років їх частка була значно вище 60%. Однак у сезоні 2021 року він впав нижче 50%, а частка мотивації, створюваної веб-інтерфейсами – зросла. Роль соціальних мереж цього року також очевидна, оскільки в два попередні сезони вони використовувалися ще відносно мало, але в 2021 році їх частка у виборі туристичних напрямків зросла до 26,5%. Третя група спирається на попередній позитивний досвід. З цього опитування зрозуміло, що класичні медіа-інтерфейси мають відносно низьку вагу і демонструють тенденцію до зниження вибору цільових сторінок.

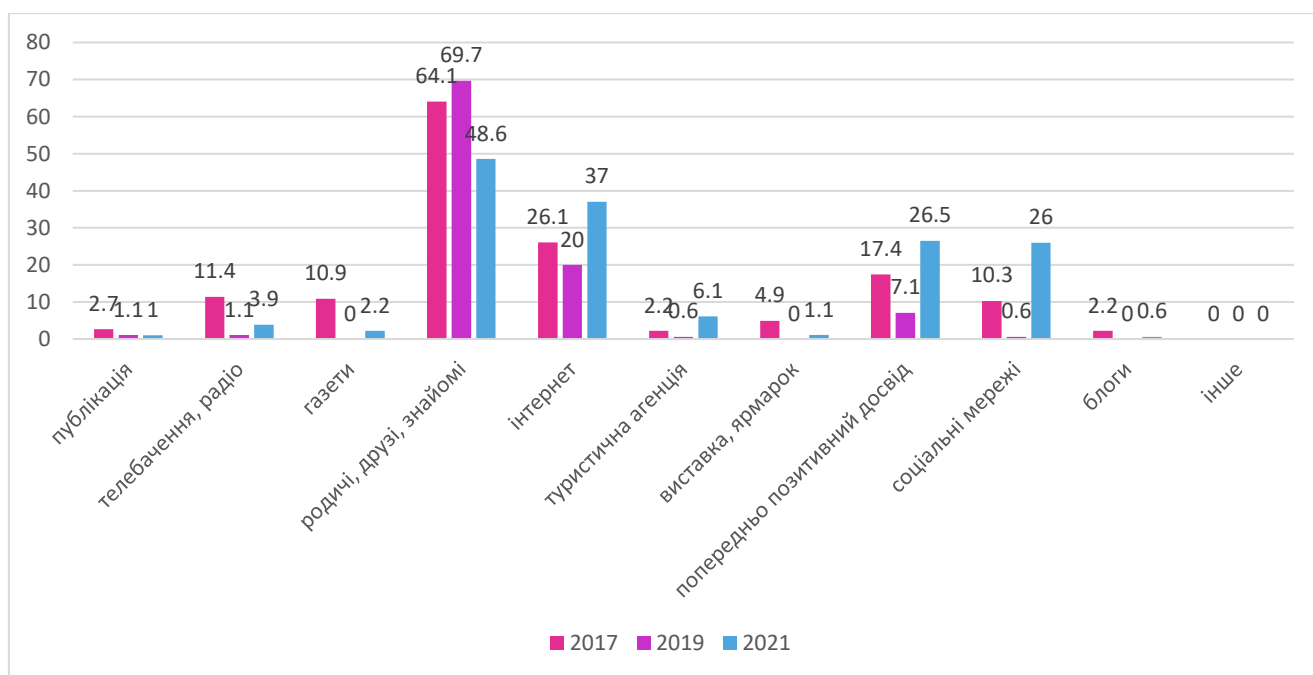


Рис. 3.28. Інформаційні ресурси.

Джерело: Власна редакція.

Під час анкетування ми запитали «Чому туристи обрали саме Закарпаття?». У відповідь на це 1/3 частина учасників відповіли «пізнати цей край», що може зіграти дуже важливу роль у подальшому розвитку туризму в області. У 2017 році більшість людей обрали Закарпаття через багатство історичних пам'яток (41,9%), у 2019 році – через бажання дослідити край (30,4%), а в 2021 році – через багатонаціональність краю (54,9%). Лише сприятливий рівень цін демонструє чітку позитивну тенденцію респондентів, оскільки цю відповідь відзначили 25,9% після початкових 24,1%, а потім 50% у 2021 році (Рисунок 3.29).

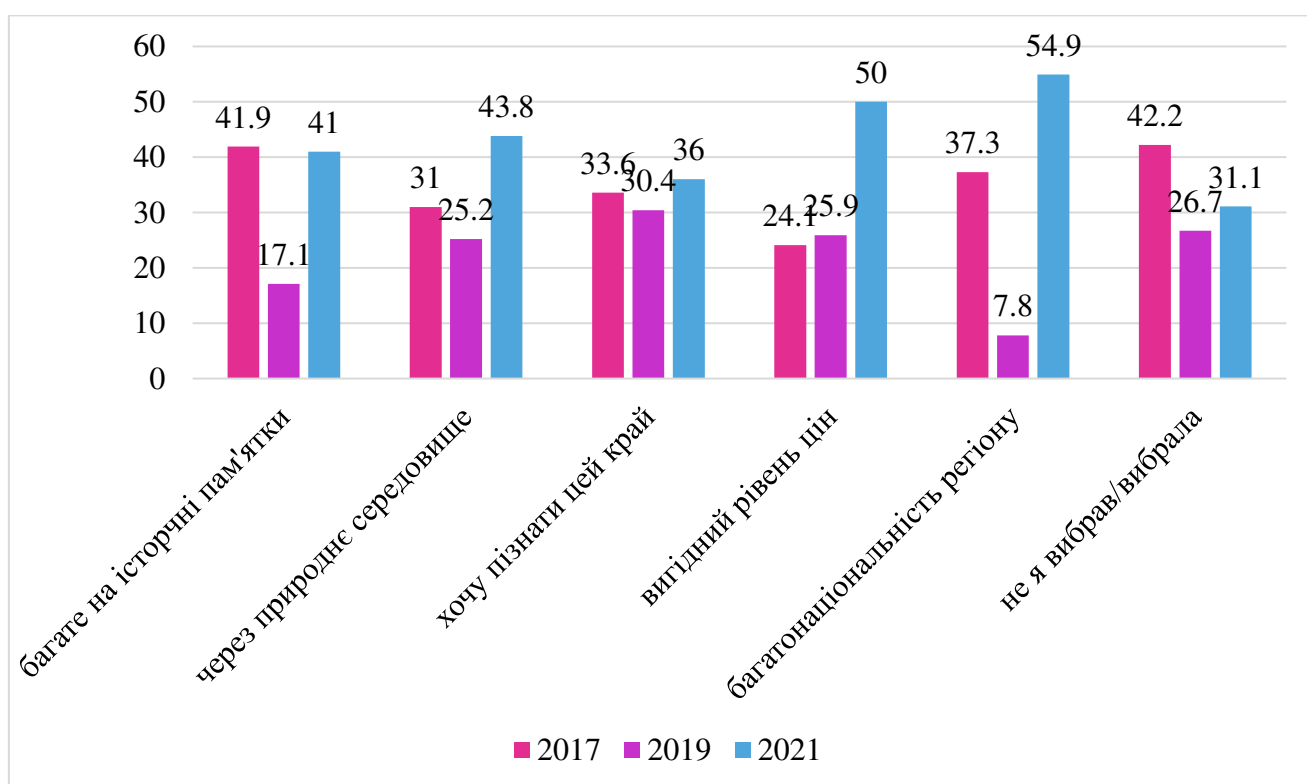


Рис. 3.29. Причини відвідування саме Закарпаття.

Джерело: Власна редакція.

Основною метою поїздки за три досліджувані роки являється оздоровлення, переважна більшість респондентів (60–75%) позначили саме цей варіант (Рисунок 3.30). При цьому зросла кількість бажаючих відправитися в подорож, значно збільшилася і категорія «інше». У 2017 році інша категорія

становила 18,5%, при цьому 94% респондентів вказали відпочинок як головну мету. Те саме стосується 2019 року, де 100% відповіді «інше» 21,1% означало відпочинок. До сезону 2021 року «лише» 60% респондентів в іншій категорії головною метою мали відпочинок, а решта – подорожувати, піший туризм та пізнавати регіон.

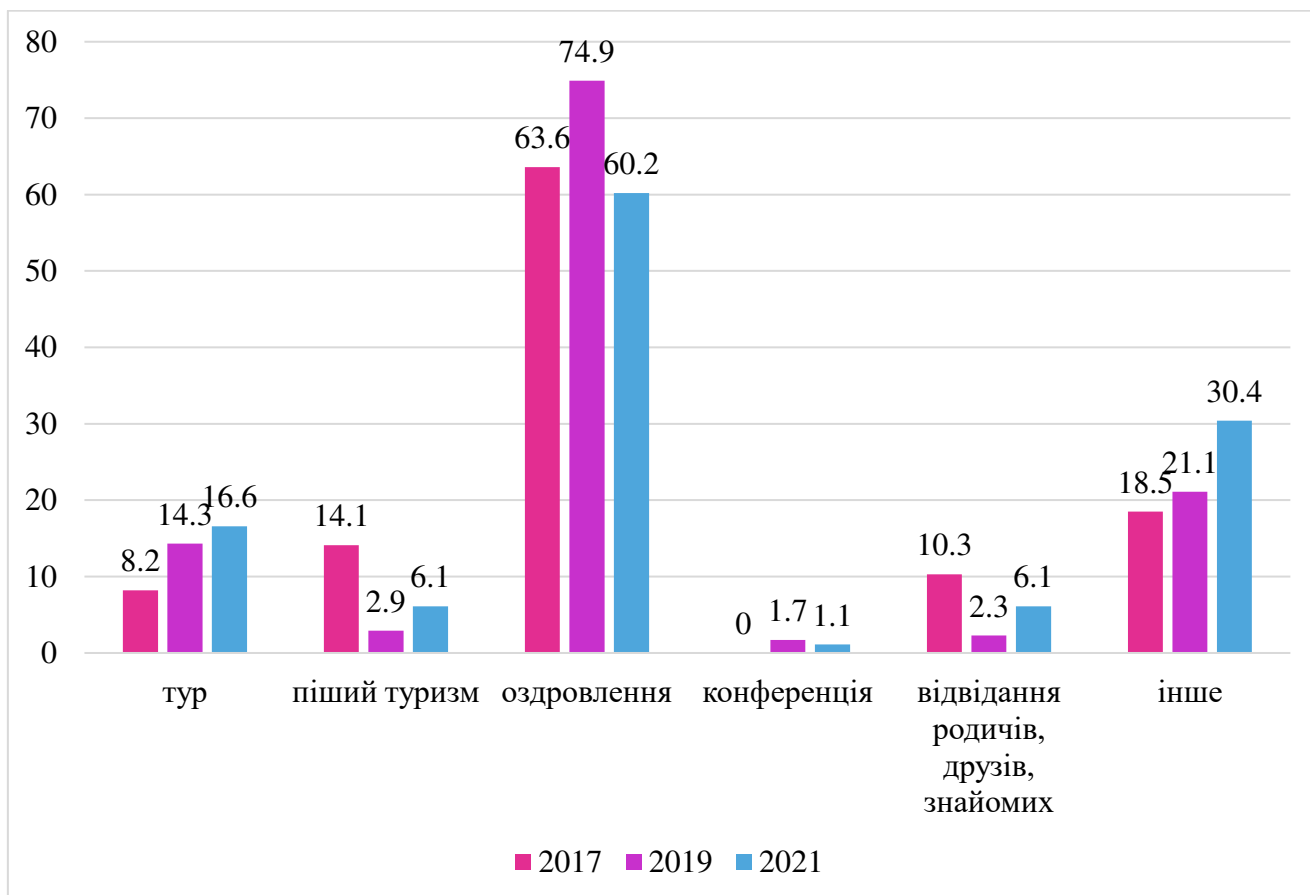


Рис. 3.30 Основна мета подорожі.

Джерело: Власна редакція.

Ми також шукали відповідь на питання, що спадає на думку, коли чуєте слово «Закарпаття». Ми побачили масу цікавих варіантів в стилі «Вітаємо у сонячному Закарпатті», «гуцульщина», перевага 4 кордонів, гостинність господарів, квітучий край, угорський чардаш... Звичайно, відповіді згодом були суб'єктивно класифіковані (Рисунок 3.31). Що дуже важливо в цьому питанні, так це те, що ми не відчували жодної негативної асоціації з іміджем. На жаль, за

перші два роки дослідження дуже багато не відповіли на це запитання (27 і 39%), але, швидше за все, не мали негативного зв'язку з нашим регіоном. Загалом більшість респондентів пригадали речі, пов'язані з ландшафтом (наприклад Карпати, Говерла, мальовничий ландшафт, гори, полонина тощо) та водами (наприклад джерела, водоспад, термальні води, мінеральні води, лікувальні води тощо). Уявлення про туризм (наприклад спа, активний туризм, відпочинок тощо) та архітектуру (наприклад замки, дерев'яні церкви, міста тощо), клімат (наприклад гарна погода, тепло, дощ тощо) демонструють тенденцію зростання.

Для туристичної сфери Закарпаття дуже важливо, що багато людей придумали якісь місцеві характеристики (виноград, гриби, національна різноманітність, мінеральні ресурси, плетіння кошиків, діалект тощо) або місцеві напої (наприклад вино, коньяк), які можуть добре «продатися», і які дуже суттєво сприяють розвитку Закарпатського туристичного бренду. Надзвичайно важливим також є те, що більше 30% респондентів згадали гостинність Закарпаття.

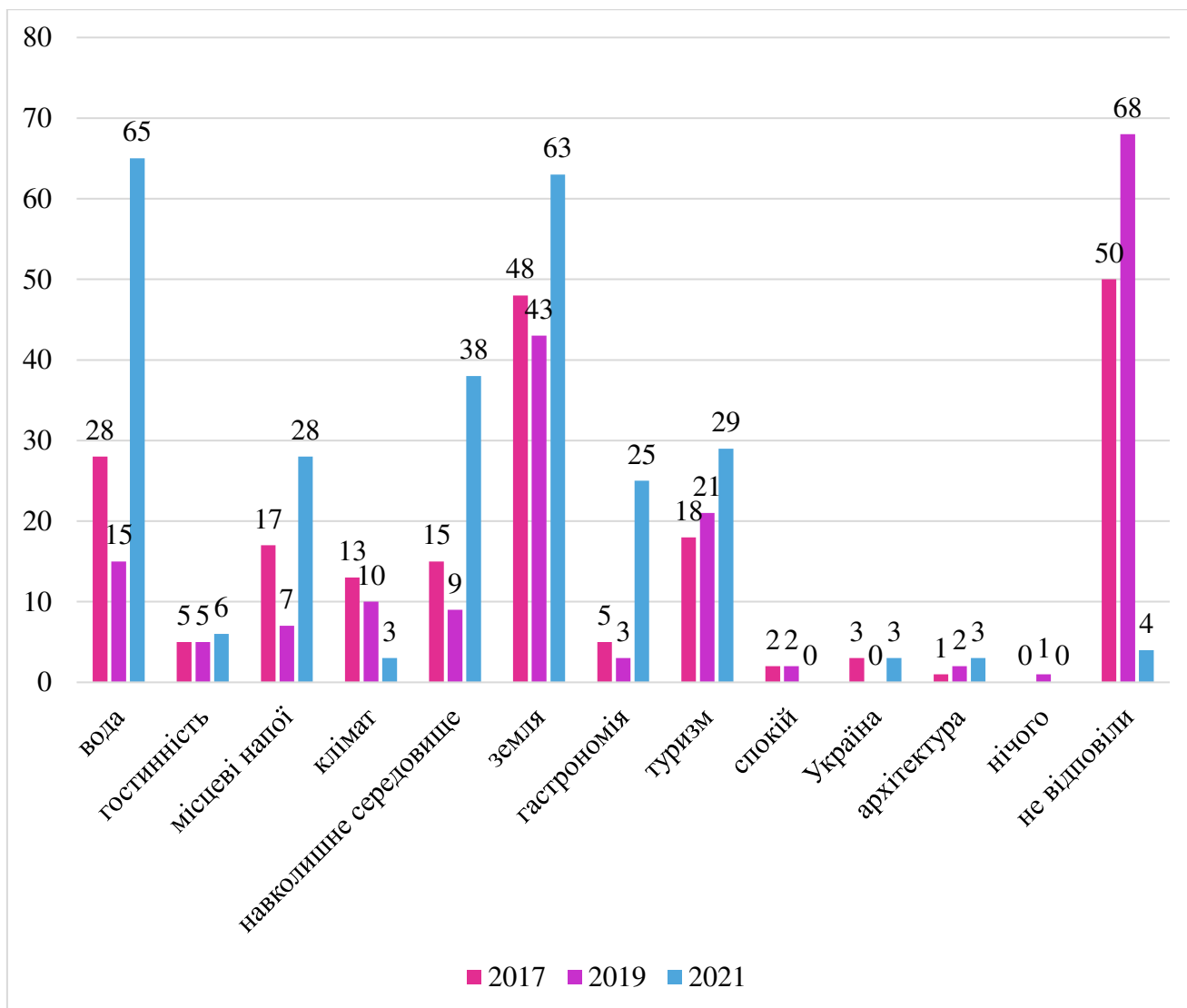


Рис. 3.31 Що приходиться на думку туристу коли чує слово «Закарпаття».

Джерело: Власна редакція.

Ми запитали туристів, які приїжджають сюди, які попередні знання вони мають про різні туристичні категорії в окрузі (Рисунок 3.32). Ми помітили чіткі тенденції щодо зниження обізнаності в чотирьох категоріях. Найбільш помітно, що попередня поінформованість про природні пам'ятки впала, оскільки вона сягала понад 60% у 2017 році, і знизилася до 6%. Також дуже різко зменшилася обізнаність про архітектурні цінності та заходи які проходять: якщо у 2017 році 40% респондентів говорили, що відвідують Закарпатську архітектуру, то у 2021 році ця частка становила лише 14,4%. Обізнаність про події впала з 26% до 0%

за той же період. Зниження на 17% також спостерігається для мінеральних вод. Знання про народну творчість та історичні особливості, а також гастрономічні особливості мали ознаки застою, хоча й з більшими чи меншими коливаннями. Відбулося незначне збільшення обізнаності про цілющі води лише на кілька відсотків.

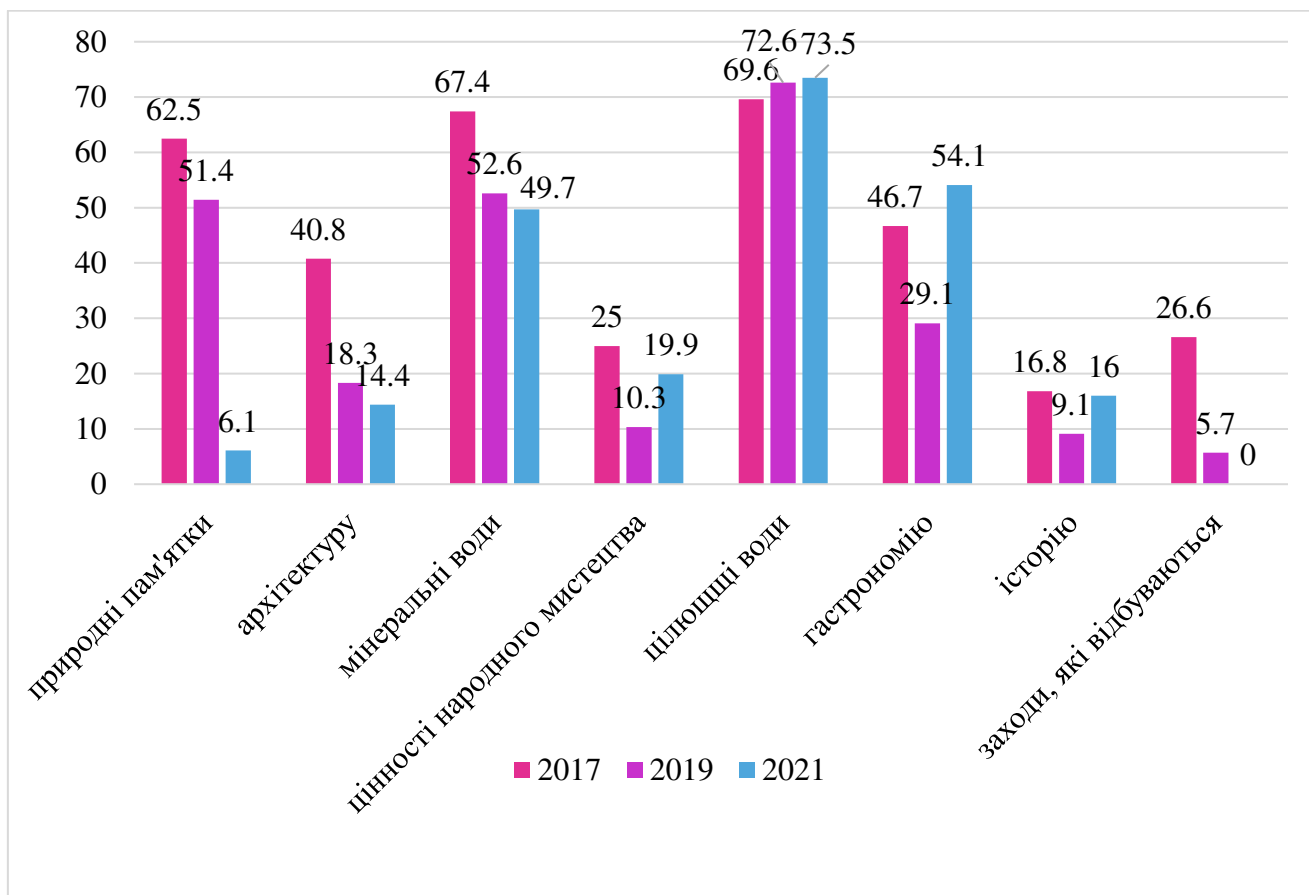


Рис. 3.32 Попередні знання про туристичні атракційні комплекси
Закарпаття

Джерело: Власна редакція.

3.4. Діяльність та відвідування атракціонів

Досліджуючи діяльність внутрішніх туристів на Закарпатті, найбільше вражає те, що учасники останнього опитування, проведеного в туристичний

розпал 2021 року, були значно активнішими, ніж респонденти двох попередніх опитувань. За винятком спорту та участі в заходах, вони виявили набагато більшу активність у всіх формах діяльності. Правда, збільшення відпочинку було мінімальним, оскільки цій діяльності вже віддали перевагу понад 90% респондентів у всіх трьох опитуваннях (Рисунок 3.33). Порівняно небагато людей обрали категорію «інше», учасники опитування 2017 року переважно обирали лікування. Можливо, це означало якусь форму реабілітації чи оздоровлення в одному з місцевих санаторіїв чи курортів. Респонденти опитування 2019 року також вказували на збереження здоров'я, а респонденти у 2021 році вже віддали перевагу перетину кордону та (закордонному?) працевлаштуванню.

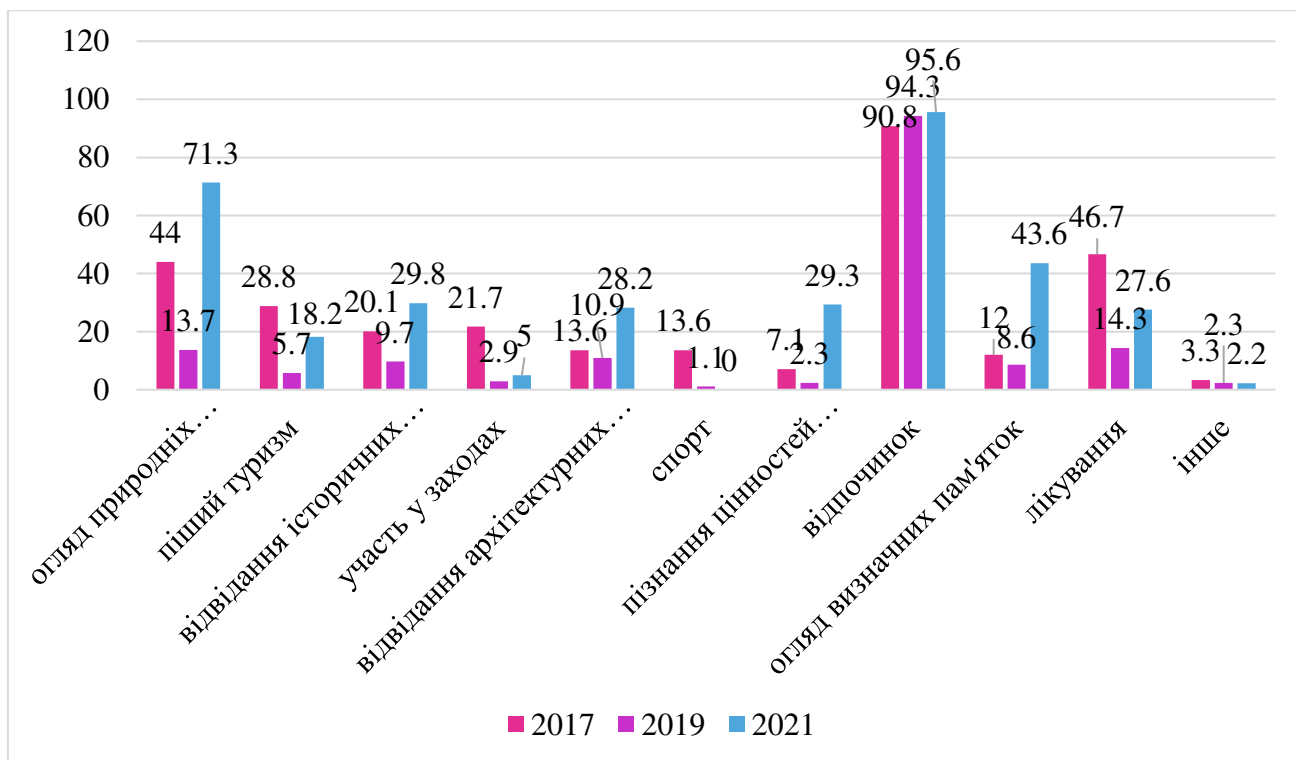


Рис. 3.33 Річний розподіл діяльності внутрішніх туристів на Закарпатті.

Джерело: Власна редакція.

В анкеті також запитували, які туристичні об'єкти тут відвідали туристи. Ми отримуємо дуже збалансовану картину з цього питання, за винятком

категорії «інше» опитування 2021 року. Найбільш відвідуваним у всіх опитуваннях є Берегове, що є певною мірою закономірним через місце проведення опитування. Чітко збільшується кількість відвідувачів Ужгорода (збільшення на 6% за період, що розглядається) та Мукачево (зростання на 17%) (Рисунок 3.34). Частка тих, хто відвідав Солотвино, озеро Синевир, Колочава, Невицке, Говерлу, Хуст та водоспад Шипіт, залишається на застої. Водночас зменшується кількість відвідувачів Верецького перевалу та Верхньої Тиси. До категорії «інше» в перші два роки були включені переважно санаторії та курорти.

Надзвичайно цікавим виявився варіант відповіді «інше», пов'язана з опитуванням 2021 року, в якому, респонденти перерахували 46 різноманітних закарпатських визначних пам'яток, які вони відвідали, у тому числі досить приховані природні привабливості (наприклад, водоспад Скакало). Багато людей відвідували церкви (наприклад Ротонду та дерев'яні церкви Ясінях тощо), місцеві особливості (ферма равликів, плетелі кошиків Ізи, сироварні) та елементи архітектурної спадщини (замок Перені у Виноградіві, Чинодієвський замок).

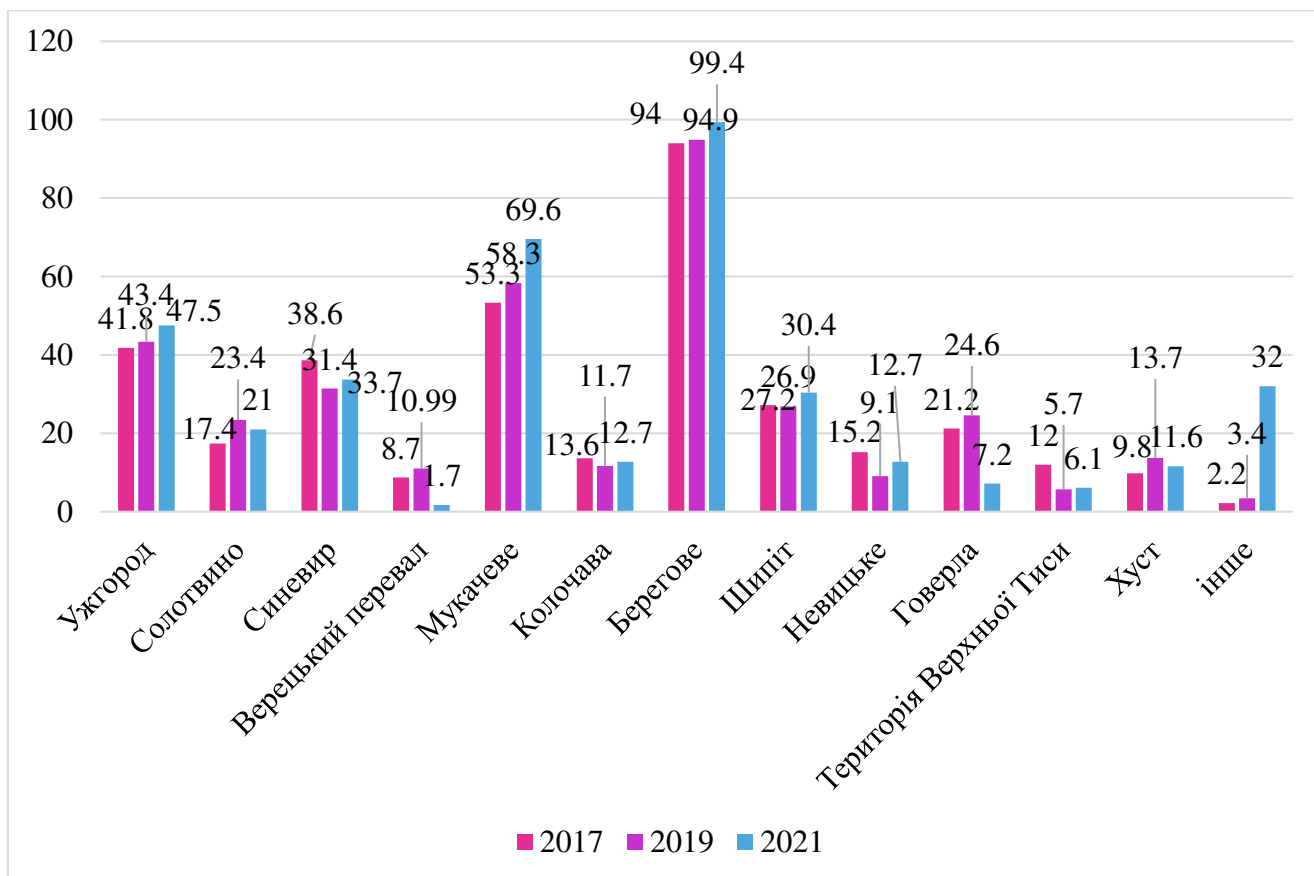


Рис. 3.34 Частка відвідувачів туристичних об'єктів Закарпаття серед респондентів

Джерело: Власна редакція.

З'ясувавши, які пам'ятки відвідали наші респонденти, ми запитали, що вони рекомендують подивитися друзям. Оскільки відгуки були дуже різноманітними, ми класифікували відповіді і в цьому випадку (Рисунок 3.35). Загалом, найбільше рекомендують своїм друзям пам'ятки архітектури, природні привабливості, та басейни. У цьому питанні також було видно, що респонденти у 2021 році були значно активнішими, ніж у попередні два періоди: значна частка (33,7%) цікавилися місцевими привабливостями (музей Берегівщини, парк динозаврів Яноші, ферма оленів, ферма равликів, страусина ферма, музей під відкритим небом, монастирі тощо).

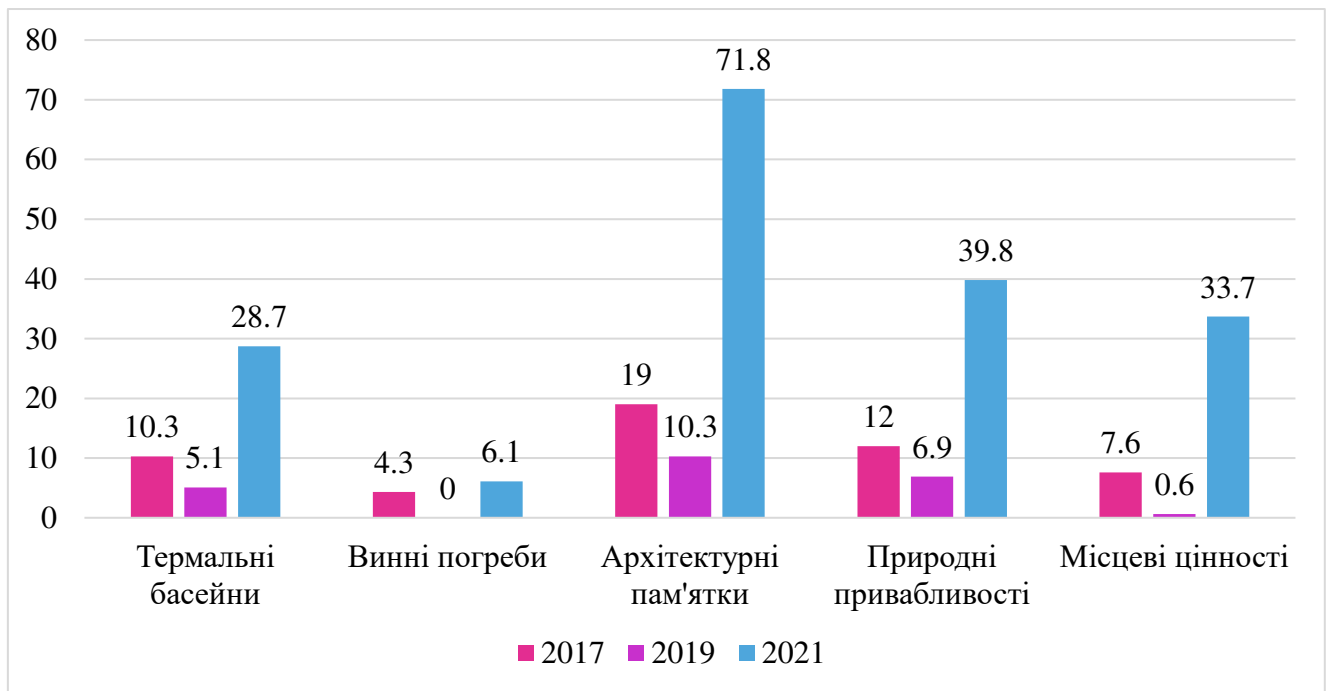


Рис. 3.35 Туристичні об'єкти Закарпаття рекомендовані туристами для відвідування

Джерело: Власна редакція.

3.5. Досвіди, враження

З метою кращого розуміння та прозорості питання, пов'язані з досвідом, як-от питання асоціації, згодом були класифіковані суб'єктивно. І в цьому випадку ми бачимо дуже важливі результати для майбутнього туризму Закарпаття, адже 11-18% респондентів повернулися додому з нашого міста з позитивними враженнями, а частка тих, хто не мав приємних вражень під час їх перебування постійно зменшується (Рисунок 3.36) Оптимістичний досвід з термальними водами та природою є значним, і частка тих, хто мав загальний позитивний досвід з туризмом в опитуванні 2021 року, також є високою. Дуже важливо зазначити, що більшість респондентів, хоча і з тенденцією до

зниження, не відчували жодних незручностей під час відпочинку на Закарпатті. Частка незадоволених інфраструктурою (якість доріг, чистота житла, погане обслуговування) становить близько 10% (Рисунок 3.37)

Аналіз вражень, отриманих під час подорожі Закарпаттям, також може дати привід для оптимізму, адже він свідчить про те, що туристи, які приїжджають сюди, дуже задоволені туристичними напрямками Закарпаття в цілому. Із 540 опитаних 525 відповіли на відповідне запитання, і жоден із них не сказав, що у нього не залишилося гарного враження чи відмовлятиме знайомих від поїздки до нашого краю. Частка тих, хто мав дуже хороший досвід і обов'язково повернеться на Закарпаття, зменшується, а кількість тих, хто отримав гарні враження і повертається по можливості, значно зростає (Рисунок 3.38).

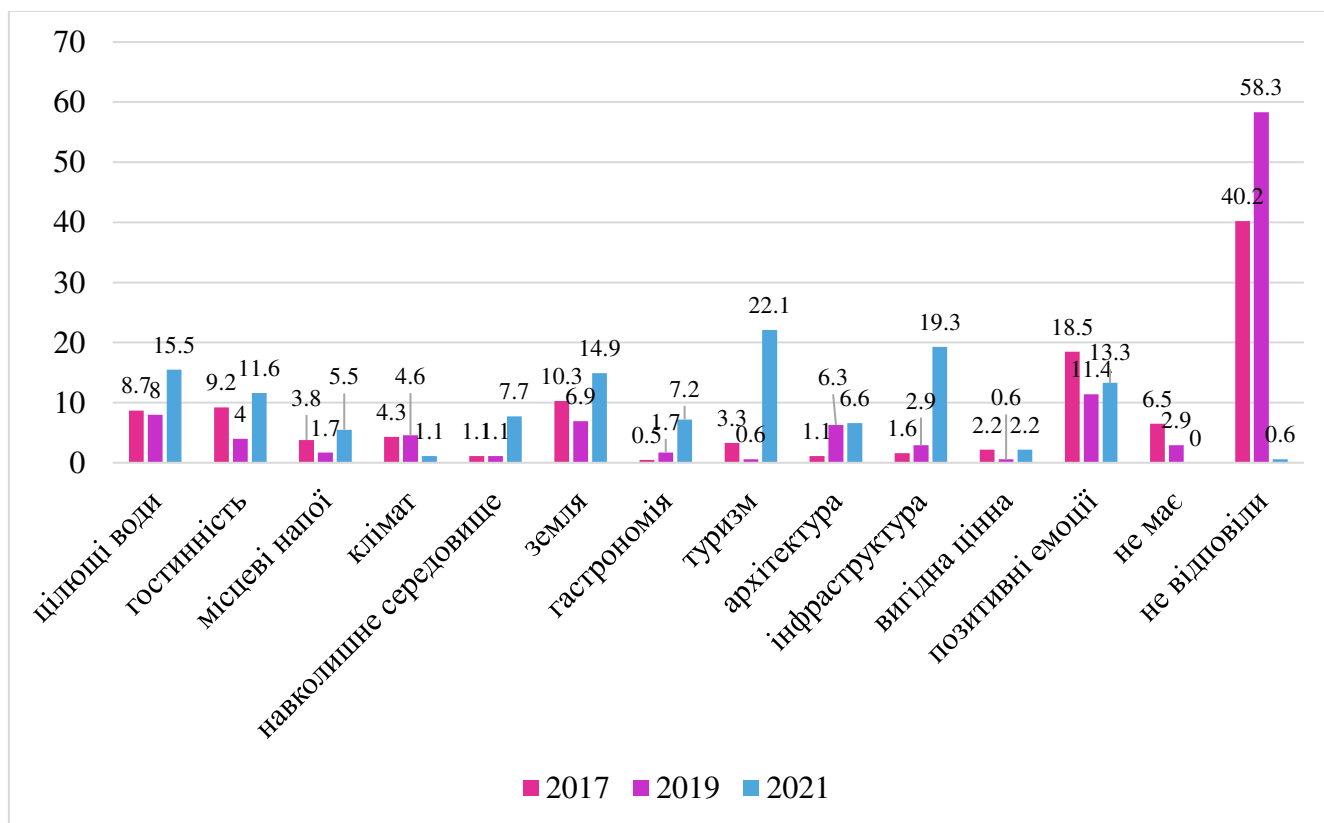


Рис. 3.36 Найкращі враження про Закарпаття в туристів

Джерело: Власна редакція.

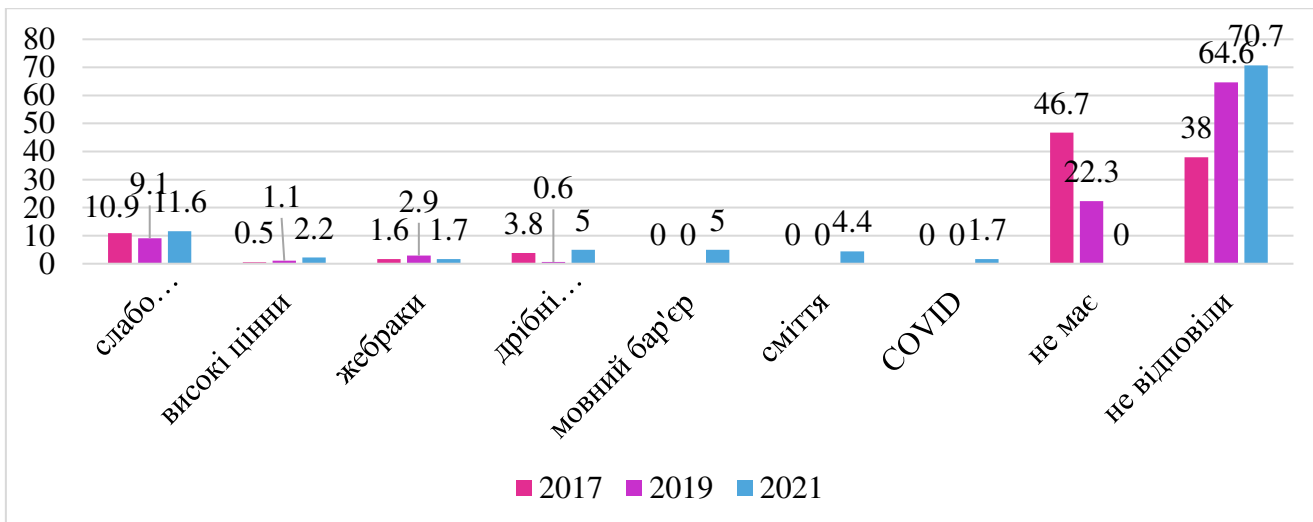


Рис. 3.37 Найгірші враження про Закарпаття в туристів

Джерело: Власна редакція.

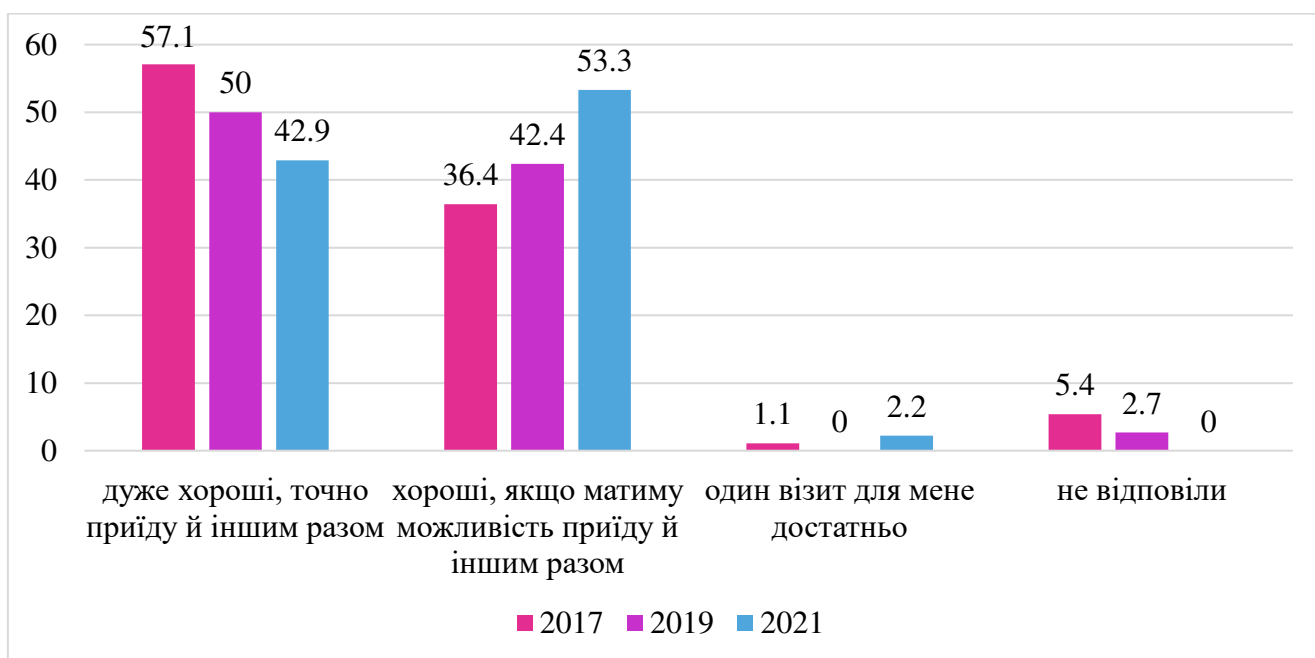


Рис. 3.38 Загальні враження, отримані учасниками опитування за період дослідження

Джерело: Власна редакція.

ВИСНОВКИ

Тема нашої бакалаврської роботи, Закарпаття, як туристичний продукт в дзеркалі анкетування вітчизняних туристів в м. Берегове є цікавою та інформативною, адже ніде нема бази даних по даному питанню. З літа 2021 року та до кінця вересня 2021 року ми опитали та заповнили 200 анкет, Додаток А. Далі почали працювати над їх аналізом, для того щоб подивитися сучасні потреби та цінності туриста прибуваючого на Закарпаття, а також порівняти з минулим опитуванням. Під час аналізу ми взяли до уваги 540 заповнених анкет.

За результатами опитування ми дізнались, що найбільша кількість відпочиваючих прибули із Київської, Львівської та Івано-франківська областей. Також цікавим є те, що прибували із-за кордону, а саме з Білорусі, Угорщини, Росії, Польщі, Ізраїлю та Хорватії. В цьому опитуванні більшу частину склали жінки. Серед опитаних найбільша кількість віком від 36-55 років. Більшість респондентів – це освічені люди, що закінчили університет/інститут. За посадою переважають підприємці. Прибули вони переважно з сім'єю на легкових автомобілях. Термін перебування на Закарпатті в найбільшій кількості опитуваних не перевищує 5-7 дні. Переважно користуються послугами готелів. Бронюють через інтернет та по телефону. Про послуги, які пропонують на Закарпатті, вони дізнаються від родичів, друзів та знайомих, а також інтернет та попередньо позитивний досвід. Закарпаття обирають через природне середовище та пізнання краю. Коли чують слово Закарпаття, найчастіше їм спадає на думку природа, термальні басейни, оздоровлення, гастрономія. Основна мета подорожі туристів на Закарпатті це оздоровлення. На сьогоднішній день найбільш відомим є для них цілющі води Закарпаття, гастрономія. Найбільш відомі пам'ятки які подивились, чи планують подивитися це Мукачеве, Ужгород, Синевир, Шипіт. В основному туристи

проводили своє дозвілля відпочиваючи та оглядаючи природні привабливості. Найкращі враження отримали від природних цінностей та комфортного відпочинку, найгірші враження викликали погані дороги та сміття. Більша частина опитаних повідомили, що при змозі приїдуть обов'язково й іншим разом. Пропонуватимуть своїм знайомим відвідати природні, історичні, культурні пам'ятки Закарпаття. Наприкінці візиту на Закарпаття вони повертаються додому з позитивними враженнями, з наміром повернутися.

Проводячи порівня з попередніми опитуваннями, які проводилися студентами інституту, ми не можемо побачити значних змін та всеж трохи зміни присутні. Наприклад, до нас стали більше людей приїжджати з-за кордону. Це говорить про нашу популяризацію за межами Закарпатської області та України. З точки зору вікової категорії туристів – переважна кількість осіб середнього віку, які прагнуть відпочинку та оздоровлення, а також прагнуть пізнати наш край.

Закарпаття є важливим туристичним об'єктом для всієї України, збагачене різними видами природних та рукотворних привабливостей, які спонукають приїзд туристів, що є вигідним для розвитку економіки не лише області, а і всієї України. Тому, нашим завданням є робити все можливе для розквіту нашого регіону та приваблення сюди, якомога більше відвідувачів. Отже, ми можемо сказати, що дане опитування було вкрай важливим для бачення потреб нашої цільової аудиторії.

KÖVETKEZTETÉSEK

Az általunk megkérdezett Kárpátaljára érkező belső-ukrajnai turisták túlnyomó többsége 36–55 év közötti aktív munkavállaló hölgy, aki szellemi munkát végez vagy vállalkozó, felsősokú végzettséggel rendelkezik és városlakó.

A vizsgálatban résztvevő turista tipikusan visszatérő vendég, ezen belül mintegy 6–12 % azoknak az aránya, akik a vidék többszörösen visszatérő látogatói.

A vendégek főleg Nyugat- és Közép-Ukrajnából érkeztek Kárpátaljára, döntően Lviv és Kijev megyékből.

A megkérdezettek döntő többsége saját maga, vagy rokon/barát/ismerős segítségével szervezte az utazását. Elsősorban családdal és párral (férjjel/feleséggel) érkeztek az üdülésre. Az utazáshoz döntően személygépkocsit vettek igénybe. A szállást Beregszászban, előre, telefonon keresztül foglalták le 5–7 éjszakára, és főleg a hoteleket preferálták.

A Kárpátaljára való utazás kiválasztásánál elsősorban a rokonok/barátok/ismerősök által elmondottakra, esetleg internetes felületek információira támaszkodtak. Az úti cél megválasztásának legfontosabb oka a természeti környezet volt, de a többség alapvető célként a gyógyüdülést jelölte meg.

A válaszadók nagy része Kárpátaljával kapcsolatban a tájra, a természeti környezetre asszociált, de előzetes ismeretei elsősorban a gyógyvizekről voltak, és főleg pihenni érkeztek hozzánk.

Különféle attrakciókat látogattak meg Kárpátalján, ezek közül három város, Beregszász, Ungvár és Munkács emelkedett ki. A látogatási tendenciák azt mutatják, hogy az érkezők az utóbbi időben egyre több látnivalót néznek meg, olyanokat is, amelyek Kárpátalja eldugott részein vannak. Ismerőseik számára elsősorban az

építészeti látnivalókat ajánlották. A kárpátaljai látogatás végén pedig pozitív élményekkel térnek haza, a visszatérés szándékával.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. <http://geography.tnpu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/212.pdf>
2. <https://zakarpattya.gov.ua/zakarpattya/infrastruktura/turyzm-i-rekreatsiya/>
3. Бейдик О. О. 2001: Рекреаційно-туристичні ресурси України ВЦ КНУ, Київ, 396 с.
4. Бергхауер О. О. 2012: Туризм, як прорив на Закарпатті (Цінності, надії, можливості в найзахіднішій області України). Докторська дисертація, Печ, 213 с. Berghauer S. 2012: A turizmus mint kitörési pont Kárpátalján (?) (Értékek, remények, lehetőségek Ukrajna legnyugatibb megyéjében). Doktori értekezés, Pécs, 213 p.
5. Бергхауер О. О. 2009: Туризм. В: Барані Б. (ред.): Закарпаття. Регіони Карпатського басейну 11. Угорська академія наук РКК – Видавництво Dialóg Campus, Печ – Будапешт. pp. 345–346. ISBN 978 963 9899 18 6. / Berghauer S. 2009: Turizmus. In: Baranyi B. (szerk.): Kárpátalja. A Kárpát-medence régiói 11. MTA RKK–Dialóg Campus Kiadó, Pécs–Budapest. pp. 345–346. ISBN 978 963 9899 18 6.
6. Забаштанський М. М. – Забаштанська Т. В. – Роговий А. В. 2019: Детенізація туристичної галузі України: умови, можливості та наслідки / Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, № 3 (108)
7. Корачоні Д. 2007: Образ поселення регіонів України, та особливості розвитку поселення. Географічні вісники, CXXXI, (LV), 1-2, с. 21-38. Karácsonyi D. 2007: Ukrajna régióinak települési arculata és a településfejlődés eltérő vonásai. Földrajzi Közlemények, CXXXI, (LV), 1-2, pp. 21-38.
8. Мальська М.П. – Худо В.В. 2012: Туристичний бізнес. Теорія та практика. Центр учбової літератури, Київ, 424 с.

9. Молнар Й. Природне середовище. Бараний Б. (ред.): Закарпаття. Регіони Карпатського басейну 11. Угорська академія наук РКК – Видавництво Dialóg Campus, Печ – Будапешт, с.107-108. ISBN 978 963 9899 18 6. Molnár J. 2009: Természeti környezet. In: Baranyi Béla (szerk.): Kárpátalja. A Kárpát-medence régiói 11. MTA RKK–Dialóg Campus Kiadó, Pécs–Budapest, pp.107-108. ISBN 978 963 9899 18 6.
10. Навколишнє середовище Закарпаття за 2019 рік, статистичний бюлетень
11. Печенюк А. П. 2018: Формування стратегії розвитку сільського зеленого туризму. Дисертація. Подільський державний аграрно-технічний університет, Кам'янець-Подільський, 225 с.
12. Статистичний щорічник Закарпаття 2020
13. Туризм у Закарпатській області, статистичний збірник 2020
14. Туризм у Закарпатській області, статистичний збірник 2021
15. Школа І. М. 2003: Менеджмент туристичної індустрії ЧТЕІ КНТЕУ, Чернівці, 662 с.
16. Шош Е. Дослідження ролі Закарпаття в туризмі України. Рукопис, 11 с. Sass E. 2009: Kárpátalja Ukrajna turizmusában betöltött szerepének vizsgálata. Kézirat, 11 p.

СПИСОК ІЛЮСТРАЦІЙ

Рис. 1.1. Геопросторове розміщення туристичних ресурсів Закарпаття ...	14
Рис. 2.1 Кількість туристів, які обслуговують туроператори та турагентства, за видами туризму.	17
Рис. 2.2 Основні заклади культури та мистецтва.	18
Рис. 2.3 Обслуговування туристів за категоріями.	19
Рис. 2.4 Розміщення туристів, охоплених внутрішнім туризмом, за метою поїздки.	20
Рис. 2.5 Основні показники роботи колективних засобів розмішування у 2019, 2020 році.	23
Рис. 2.6 Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку.	24
Рис. 2.7 Кількість дитячих закладів оздоровлення та відпочинку по містах та районах.	26
Рис. 2.8 Утворення відходів по регіонах України.	27
Рис. 2.9 Поводження з відходами по регіонах у 2019 році.	28
Рис. 2.10 Капітальні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища за видами природоохоронних заходів.	29
Рис. 3.1 Загальний гендерний склад внутрішніх туристів, які прибувають у Берегове (А), та розподіл за роками досліджень (В).	30
Рис. 3.2 Віковий склад населення (А) та розподіл за віковими групами (В).	31
Рис. 3.3 Розподіл опитаних туристів за працевлаштуванням.	32
Рис. 3.4 Річний розподіл опитаних туристів за працевлаштуванням.	32

Рис. 3.5 Розподіл туристів, які прибули в досліджуваний період за освітою.....	33
Рис. 3.6 Річний розподіл туристів, які прибули в досліджуваний період за освітою.....	34
Рис. 3.7 Ціни на проживання в Берегові (особа/ніч) за пропозиціями booking.com у квітні 2022 року.	35
Рис. 3.8 Чи були ви вже на Закарпатті (А) та річне порівняня (В).	36
Рис. 3.9 Відвідування Закарпаття за річним розподілом.....	37
Рис. 3.10. Кількість прибутих респондентів по областях.	38
Рис. 3.11. Кількість прибутих респондентів по областях за річним розподілом.	39
Рис. 3.12. Кількість прибутих респондентів по областях, у 2017 році.....	40
Рис. 3.13. Кількість прибутих респондентів по областях, у 2019 році.....	41
Рис. 3.14. Кількість прибутих респондентів по областях, у 2021 році.....	42
Рис. 3.15 З якої області прибули.	43
Рис. 3.16 Річний розподіл з типом населеного пункту.	44
Рис. 3.17 Характеристика організації подорожі.	45
Рис. 3.18 Річні характеристики організації подорожі.	45
Рис. 3.19 Загальна характеристика туристичної організації Закарпаття (А) і з розподілом за роками (В).	46
Рис. 3.20 Кількість проведених ночей гостей на Закарпатті.	47
Рис. 3.21 Частка транспортних засобів, якими користуються респонденти (А) і їх річний розподіл (В).	48
Рис 3.22 Кількість ночей та територіальний розподіл на Закарпатті за даними 2017 року.....	49

Рис 3.23 Кількість ночей та територіальний розподіл на Закарпатті за даними 2019 року.....	50
Рис 3.24 Кількість ночей та територіальний розподіл на Закарпатті за даними 2021 року.....	50
Рис. 3.25 Розподіл ночівель гостей на Закарпатті за населеними пунктами.	51
Рис. 3.26 Розподіл житла, яким користуються респонденти, за видами. ..	52
Рис. 3.27 Бронювання житла за досліджуваний період (А) і за рік (В).....	53
Рис. 3.28. Інформаційні ресурси.....	54
Рис. 3.29. Причини відвідування саме Закарпаття.	55
Рис. 3.30 Основна мета подорожі.....	56
Рис. 3.31 Що приходить на думку туристу коли чує слово «Закарпаття». 58	
Рис. 3.32 Попередні знання про туристичні атракціонні комплекси Закарпаття.....	59
Рис. 3.33 Річний розподіл діяльності внутрішніх туристів на Закарпаті... 60	
Рис. 3.34 Частка відвідувачів туристичних об'єктів Закарпаття серед респондентів.....	62
Рис. 3.35 Туристичні об'єкти Закарпаття рекомендовані туристами для відвідування.....	63
Рис. 3.36 Найкращі враження про Закарпаття в туристів.....	64
Рис. 3.37 Найгірші враження про Закарпаття в туристів.....	65
Рис. 3.38 Загальні враження, отримані учасниками опитування за період дослідження.....	65

ДОДАТКИ

Додаток А

Дата заповнення: 2021.

Чи бували Ви раніше на Закарпатті? так, вже разів ні

З якої області Ви прибули? **З якого поселення Ви прибули?**

.....

Стать: чоловіча жіноча

Вік? менше 18 років , 18-35 років , 36-55 років , більше 55 років

Освіта? базова загальна середня освіта (1-9 класи) , повна загальна середня освіта , училище, технікум , інститут/університет , інше:

Місце роботи? студент(ка) , підприємець , розумова праця , фізична робота , посада керуючого , пенсіонер(ка) , безробітний (ня)

Хто був організатором подорожі? самостійно , з місця роботи , школа , родич/друг/знайомий , туристична агенція , інше:

З ким Ви прибули? тільки один (одна) , з чоловіком/дружиною , з сім'єю , з друзями , з колегами/бізнес-партнерами , з групою , інше:

Яким транспортом Ви прибули? легковим автомобілем , автобусом , поїздом , на велосипеді , інше:

Скільки днів Ви плануєте провести на Закарпатті?

У яких поселення Ви зупинялися?

Який тип нічлігу Ви вибрали? готель , мотель , пансіон , зелений сільський туризм (будинок сільського типу) , приватний нічліг , інше:

Де Ви бронювали нічліг? після прибуття на місці , по телефону , через Інтернет , в туристичній агенції , через організатора , інше:

Завдяки яким інформаційним ресурсам Ви вирішили приїхати на Закарпаття? публікація , телебачення, радіо , газета, журнал , родичі, друзі, знайомі , Інтернет , туристична агенція , виставка, ярмарок , попередній позитивний досвід , соціальні мережі ,, блоги , конкретніше:, інше:

Чому Ви вибрали саме Закарпаття? **МОЖНА ВИДІЛИТИ ДЕКІЛЬКА ПУНКТІВ**

багате на історичні пам'ятки

через природне середовище

просто хочу пізнати цей край

завдяки вигідному рівню цін

через багатоетнічність регіону

не я вибрав (вибрала)

Що приходиться Вам на думку, коли чуєте слово «Закарпаття»?

Що є основною метою Вашої подорожі? **МОЖНА ВИБРАТИ ДЕКІЛЬКА ПУНКТІВ!** тур , піший туризм , оздоровлення , конференція , відвідання родичів, друзів, знайомих , інше:

Що Ви знали до цих пір про Закарпаття?

природні пам'ятки Закарпаття

архітектуру Закарпаття

мінеральні води Закарпаття

цінності народного мистецтва Закарпаття

цілющі води Закарпаття

гастрономію Закарпаття

історію Закарпаття

заходи, які відбуваються на Закарпатті

нічого 1 мало 2 в середньому 3 більше, ніж в середньому 4

Які пам'ятки Ви подивилися / подивитесь на Закарпатті?

- Ужгород Верещький перевал Берегово
Невицьке Територія Верхньої Тиси Солотвино
Мукачево Водоспад Шипіт Говерла
Хуст Синевирське озеро Колочава

інше:

Що Ви робили/робитимете на Закарпатті? (МОЖНА ПОЗНАЧИТИ ДЕКІЛЬКА ПУНКТИВ!)

- огляд природніх привабливостей
піший туризм
відвідання історичних пам'яток
участь у заходах
відвідання архітектурних пам'яток
спорт
пізнання цінностей народного мистецтва
відпочинок
огляд визначних пам'яток
лікування

інше:

Найкращі враження, які Ви отримали під час перебування на Закарпатті:

.....

Найгірші враження, які Ви отримали під час перебування на Закарпатті:

.....

Які враження Ви отримали під час перебування на Закарпатті?

- дуже хороші, точно приїду й іншим разом
хороші, якщо матиму можливість, приїду й іншим разом
один візит для мене достатньо
я не отримав (ла) хороших враження
я відмовля знайомих від подорожі в цей край

Які пам'ятки Ви б порадили відвідати Вашим знайомим?

.....

Додаток Б

Легенда до туристичної картосхеми Закарпаття

1. Архітектурна пам'ятка – Невицький замок-фортеця XIV ст. (Невицьке Ужгородського району)

Рекреаційна географія і туризм Наукові записки. №1. 2015.

128

2. Печера Княгиня – карстова впадина шахтного типу, місце падіння найбільшого в Європі

Великобerezнянського метеорита, Великобerezнянський район.

3. Бальнеологічний курорт Лумшори, Перечинський район

4. Пам'ятник жертвам фашизму в концтаборі "Біла Тоня" (Тур'ї Ремети Переченського району)

5. Краєзнавчий музей (Ужгород)

6. Художній музей (Ужгород)

7. Музей народної архітектури й побуту (Ужгород)

8. Музей історії релігії (Ужгород)

9. Архітектурні пам'ятки – замок-фортеця XIV-XVI ст., кафедральний собор (1646), бібліотека

Ужгородського університету (1646) (Ужгород)

10. Ботанічний сад Ужгородського університету (Ужгород)

11. Архітектурна пам'ятка – замок XII-XIII ст. (Середнє Ужгородського району)

12. Археологічна пам'ятка – курганний могильник VI-IV ст. до н.е. (Голубине Свалявського району)

13. Археологічна пам'ятка – курганний могильник XVIII-IX ст. (Зняцеве Мукачівського району)
14. Бальнеологічний курорт Поляна (Свалявський район)
15. Бальнеологічний курорт Солочин (Свалявський район)
16. Історичний музей, храм св. Михайла (Свалява)
17. Історичний музей (Мукачеве)
18. Архітектурні пам'ятки – замок "Паланок" XIV-XV ст., палац XV-XVIII ст., готична каплиця XIV ст.
(Мукачеве)
19. Бальнеологічний курорт "Карпати", Мукачівський район.
20. Архітектурна пам'ятка - замок Шенборнів XIX ст. (Мукачівський район)
21. Архітектурна пам'ятка - замок Сент Міклош XV ст. (Чинадієво Мукачівського району)
22. Археологічна пам'ятка – курган VI-IV ст. до н.е. (Завидове Мукачівського району)
23. Археологічна пам'ятка – городище VI-IV ст. до н.е. (Дийда Берегівського району)
24. Бальнеологічний курорт Косонь (Берегівський район)
25. Археологічна пам'ятка – городища VI-III ст. до н.е. Арданове і Стремтура (околиці Іршави)
26. Археологічна пам'ятка – городище X-XII ст. (Білкі Іршавського району)
27. Архітектурні пам'ятки – Бронцький замок XIII ст. (Бронька Іршавського району)
28. Народний музей (Берегове)

29. Архітектурна пам'ятка – готичний костел XV ст. (Берегове)
30. Палеолітична стоянка. (Берегове)
31. Архітектурна пам'ятка - Квасівський замок (Квасово Берегівського району)
32. Архітектурна пам'ятка - Боржавський замок XIII ст. (Вари Берегівського району)
33. Історичний музей (Виноградів)
34. Архітектурні пам'ятки – костел XV-XVI ст., палац XVII ст., руїни фортеці-замку X-XV ст.
(Виноградів)
35. Ботанічний заказник державного значення "Чорна Гора", Виноградівський район.
36. Архітектурна пам'ятка - замок Нялаб XIII ст. (Королевський замок)
(Королево Виноградівського району)
37. Ботанічний заказник державного значення "Юлівська Гора", Виноградівський район
38. Архітектурна пам'ятка – замок XIV ст.; долина нарцисів – релікт льодовикового періоду. (Хуст)
39. Архітектурні пам'ятки XVI ст. – Струківська церква (Ясіня Рахівського району), церква Преображення Господнього (Петропавлівська) (Лазещина Рахівського району).
Збудовані в гуцульському стилі.
40. Бальнеологічний курорт Кваси, Рахівський район

41. Бальнеологічний курорт Шаян, Хустський район
42. Архітектурна пам'ятка – Вишківський замок (Вишкове Хустського району)
43. Архітектурна пам'ятка – костел XIV-XV ст. (Тячів)
44. Музей соляних копалень (Солотвино Тячівського району)
45. Штучні печери і соляний карст в межах Солотвинського родовища
46. Соляні шахти, алергологічна лікарня (Солотвино Тячівського району)
47. Вапнякові і крейдяні печери Тячівського району: Дружба, Перлинна, Вів, Романія, Чур, Печера прозорих стін (кістки печерного ведмеда) (біля с.Угля)
48. Музей лісу і лісосплаву, ріка (Озерянка Міжгірського району)
49. Бальнеологічний курорт, термальні джерела (Берегове)
50. Архітектурна пам'ятка - Церква св. Михайла з дзвіницею 1745 р. (Ужок Великобerezнянського району)
51. Архітектурна пам'ятка - Церква св. Миколи, 1655 р. (Гусний Великобerezнянського району)
52. Архітектурна пам'ятка - Церква св. Анни 1791 р. (Буківцьово Великобerezнянського району)
53. Архітектурна пам'ятка - Церква Св. Духа XVII ст. (Гукливий Воловецького району)
54. Архітектурна пам'ятка - Церква Різдва Пр. Богородиці, 1762 (Пилицець Міжгірського району)
55. Архітектурна пам'ятка - Церква Введення Пр. Богородиці XVII ст. (Буковець Міжгірського району)

56. Теремле-Рікська ГЕС. Використавно різницю в гіпсометрії. Вода самопливом трубопроводами

Рекреаційна географія і туризм Наукові записки. №1. 2015.

129

подається на турбіни ГЕС на р. Ріка (Міжгірський район)

57. Водоспади Соловей і Партизан у верхівях р.Туриця (Лумшори, Перечинський район)

58. Водоспади Воеводин на р.Воеводин у 12 км від села Тур'я Поляна Перечинського район, Шипіт на

р.Туриця.

59. Водоспад Шипіт – каскадний водоспад на р. Пилипець поблизу села Пилипець, Міжгірського району

ЗМІСТ

ВСТУП	6
1. ЗАКАРПАТТЯ, ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ	12
2. СТАТИСТИЧНІ ЩОРІЧНІ ДАННІ ПРО ЗАКАРПАТТЯ	15
2.1 Базові поняття про туризм	15
2.2 Діяльність туристичних організацій	16
2.3 Колективні засоби розміщення	20
2.4 Дитячі заклади оздоровлення та відпочинку	23
2.5 Поводження з відходами	26
3. ДОСЛІДЖЕННЯ ВРАЖЕНЬ ПРО ЗАКАРПАТТЯ	30
3.1 Соціодемографічні показники	30
3.2 Організація поїздок	36
3.3. Закарпаття, як туристична привабливість	54
3.4. Діяльність та відвідування атракціонів	59
3.5. Досвіди, враження	63
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70
СПИСОК ІЛЮСТРАЦІЙ	72
ДОДАТКИ	75
Додаток А.....	75
Додаток Б.....	77

Ім'я користувача:
Моца Андрій Андрійович

ID перевірки:
1011181043

Дата перевірки:
14.05.2022 10:42:06 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
14.05.2022 17:25:30 EEST

ID користувача:
100006701

Назва документа: 09_Лукач Вікторія Степанівна

Кількість сторінок: 83 Кількість слів: 11260 Кількість символів: 94636 Розмір файлу: 3.97 MB ID файлу: 1011075306

10.7% Схожість

Найбільша схожість: 5.61% з Інтернет-джерелом (<http://geography.tnpu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/11/212.pdf>)

9.63% Джерела з Інтернету

418

Сторінка 85

3.1% Джерела з Бібліотеки

142

Сторінка 88

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел