

Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
Кафедра географії та туризму

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ДОСВІДУ ПОДОРОЖУВАННЯ
ПОКОЛІНЬ «Y» ТА «Z» МЕШКАНЦІВ ВЕЛИКОБЕРЕЗЬКОГО
МІКРОРЕГІОНУ (БЕРЕГІВСЬКИЙ РАЙОН) НА ОСНОВІ
АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ

ІЛЛЕЙШ ТОМАШ БЕЙЛОВИЧ

Студент IV-го курсу

Освітньо-професійна програма: ТУРИЗМ

Спеціальність: 242 Туризм

Рівень вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена на засіданні кафедри

Протокол № 8 / 2024

Науковий керівник:

НОДЬ ОРШОЯ ЛАСЛІВНА

*(кандидат економічних наук, старший викладач,
старший викладач кафедри географії та туризму)*

Завідувач кафедри географії та туризму:

МОЛНАР ЙОСИП ЙОЖЕФОВИЧ

*(кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри географії та туризму)*

Робота захищена на оцінку _____, «__» _____ 202__ року

Протокол № _____ / 202__

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ЗУІ
Протокол №2 від „28” лютого 2024 р.
Ф-КДМ

**Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II**

Кафедра географії та туризму

**ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ДОСВІДУ ПОДОРОЖУВАННЯ
ПОКОЛІНЬ «Y» ТА «Z» МЕШКАНЦІВ ВЕЛИКОБЕРЕЗЬКОГО
МІКРОРЕГІОНУ (БЕРЕГІВСЬКИЙ РАЙОН) НА ОСНОВІ
АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ**
Кваліфікаційна робота

Виконавець: студент IV-го курсу

ІЛЛЕЙШ ТОМАШ БЕЙЛОВИЧ

освітньо-професійна програма: Туризм

спеціальність: 242 Туризм

Науковий керівник: **НОДЬ ОРШОЯ ЛАСЛІВНА**

*(кандидат економічних наук, старший викладач,
старший викладач кафедри географії та туризму)*

Рецензент: **ШАШ ЕНИКИ ЛЮДВИКІВНА**

*(доктор філософії з галузі науки про землю,
доцент кафедри географії та туризму)*

Берегове
2025

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою ЗУІ

Протокол №2 від „28”лютого 2024 р.
Ф-КДМ

Ukrajna Oktatási és Tudományügyi Minisztériuma

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

Földrajz és Turizmus Tanszék

**AZ „Y” ÉS „Z” GENERÁCIÓK UTAZÁSI SZOKÁSAINAK
ÖSSZEHAISONLÍTÓ ELEMZÉSE KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS ALAPJÁN A
NAGYBEREGI MIKRORÉGIÓ PÉLDÁJÁN (BEREGSZÁSZI JÁRÁS)**

Szakdolgozat

Készítette: ILLÉS TAMÁS

IV. évfolyamos turizmus

szakos hallgató

Témavezető: NAGY ORSOLYA

(a gazdaságtudományok kandidátusa, adjunktus,

a Földrajz és Turizmus Tanszék adjunktusa)

Recenzens: SASS ENIKŐ

(PhD, docens, a Földrajz és Turizmus Tanszék docens)

Beregszász-2025

Зміст

Вступ.....	6
1. Великоберезький мікрорегіон.....	7
1.1 Концепція мікрорегіону.....	7
1.2 Населені пункти мікрорегіону.....	7
1.2.1 Кідьош.....	7
1.2.2 Легенда.....	9
1.2.3 Реформаторська церква села Кідьош.....	9
1.2.4 Дзвіниця.....	11
1.2.5 Винний підвал сім'ї Шош.....	11
1.2.6 Великі Береги.....	13
1.2.7 Великоберезький етнографічний музей.....	14
1.2.8 Ботанічний сад.....	15
1.2.9 Великоберезька реформаторська церква.....	16
1.3 Великоберезький реформаторський ліцей.....	17
1.3.1 Берегуйфалу.....	20
1.3.2 Реформаторська церква Берегуйфалу.....	22
2. Опис поколінь.....	24
3. Методи дослідження.....	28
4. Порівняльний аналіз досвіду подорожування поколінь «Y» та «Z».....	29
Підсумки.....	49
Висновок.....	50
Резюме.....	52
Список використаної літератури.....	54
Додатки.....	56
Список ілюстрацій.....	60
Заява.....	62

Tartalom

Bevezetés	6
1.A Nagyberegi mikrorégió	7
1.1 A mikrorégió fogalma	7
1.2 A mikrorégió települései.....	7
1.2.1 Kígyós	7
1.2.2 Legendája	9
1.2.3 A kígyósi református templom.....	9
1.2.4 A harangtorony.....	11
1.2.5 Sass Károly pincészete	11
1.2.6 Nagybereg	13
1.2.7 A nagyberegi tájház.....	14
1.2.8 A botanikus kert	15
1.2.9 A nagyberegi református templom.....	16
1.3 A nagyberegi református líceum	17
1.3.1 Beregújfalu	20
1.3.2 A beregújfalusi református templom	22
2. Generációk.....	24
3. Kutatási módszertan	28
4. Az „Y” és „Z” generáció utazási szokásainak összehasonlító elemzése.....	29
Következtetés.....	49
Összegzés	50
Rezümé	52
Irodalomjegyzék	54
Mellékletek	56
Ábrák jegyzéke	60
Nyilatkozat	62

BEVEZETÉS

Szakdolgozatom témája **az „y” és „z” generációk utazási szokásainak összehasonlító elemzése kérdőíves felmérés alapján a nagybereg-i mikrorégió példáján**. Célom, hogy összehasonlítsam és bemutassam, hogy a nagybereg-i mikrorégióban élő Y és Z generációs lakosoknak miben különbözik és hasonlít az utazási szokásuk. Aktuálisnak tartom ezt a témát, mivel a két generáció két különböző korban nevelkedett és nőtt fel, eltérő életstílussal és értékrenddel rendelkeznek.

Munkám kutatási módszereként különböző szakirodalmak feldolgozása, internetes források, személyes ismeretek valamint kérdőíves felmérés fog szolgálni. Készítettem egy online kérdőívet, amely 20 kérdésből áll, és melyet a nagybereg-i mikrorégióban élő Y és Z generációs lakosok töltöttek ki. Ennek a kérdőívnek a célja az volt, hogy feltérképezze az utazási preferenciákat, motivációkat, legkedveltebb utazási eszközöket, utazási motivációkat és sok minden mást, hogy egy átlátható képet kaphassak a két generáció utazási szokásairól és össze tudjam hasonlítani őket.

Szakdolgozatom 4 fejezetből tevődik össze. Az első fejezetben a nagybereg-i mikrorégióval fogok foglalkozni, ahol első sorban magával a mikrorégió mint fogalommal fogok foglalkozni. Ezután bemutatásra kerül az a 3 település, amelyek ehhez a mikrorégióhoz tartoznak: Kígyós, Nagybereg és Újfalu. Itt betekintést nyerhetünk a 3 község történeti múltjáról, legendájáról, turisztikai erőforrásairól.

A második fejezetben a generációk bemutatására kerül sor szakirodalmi áttekintés alapján. Itt részletesen bemutatom a generációk fogalmi meghatározását és kitérek a generációk jellemzőire is.

A harmadik fejezet az a kutatási módszertan. Itt kicsit részletesebben körbeírom hogyan végeztem el a kutatásomat.

A negyedik fejezetben a már említett kérdőíves felmérés segítségével összehasonlítom a nagybereg-i mikrorégió Y és Z generáció lakosainak utazási szokásait és diagramok segítségével demonstrálni fogom a kapott eredményeket.

A munkám befejezése után remélem egy átfogó képet kapok a nagybereg-i mikrorégióban élő két generáció utazási szokásainak különbségeiről és hasonlóságairól.

1.FEJEZET. A NAGYBEREGI MIKRORÉGIÓ

1.1 A mikrorégió fogalma

A mikrorégió egy kistérségen belüli településekből álló, földrajzilag összefüggő regionális egység (<https://hu.wikipedia.org>). Kistérség: a települések között létező működésbeli kapcsolatrendszer összessége alapján behatárolható területi egység, egymással erős kapcsolatban lévő, önszerveződő, egymással határos települések összessége. A kistérségek kialakulásának alapja az önkéntesség és a horizontalitás. Ez a szervezet rugalmas és megkönnyíti a települések közötti együttműködést (PAP NORBERT, 2004).

A néprajztudomány az etnikai csoportok és a tájak összefüggésében vizsgálja a mikrorégiókat. A kistérségekhez történelmi tájak és a közösségek kapcsolódnak, amelyek meghatározzák identitásukat és a kulturális örökségüket (PALÁDI-KOVÁCS ATTILA, 2011).

A mikrorégiók a társadalmi és gazdasági reálszerveződés fontos egységei. Ezeket az egységeket működési és szerkezeti kapcsolatok kötik össze. A területfejlesztési törvény szerint a kistérségek a települések közötti működésbeli kapcsolatok alapján szerveződnek, és fontos szerepet játszanak a közszolgáltatások hatékony szervezésében. A kistérségek gyakran a vonzáskörzetek részei, amelyeket a központok és azok környezetük közötti kapcsolatok meghatároznak (NEMES NAGY JÓZSEF, 1998).

1.2 A mikrorégió települései

1.2.1 Kígyós

Kígyós község a „Nagyhegy” lábánál Beregszásztól 3 kilométerre a „Fekete mocsár” szélén található. A régészek ezen a területen a Krisztus előtt második évezred végéből származó bronztárgyakat találtak. A település a XII század végétől létezik. A falut először 1332-ben említik a krónikák Kykos néven. Ekkor épült fel a ma is itt található templom. A szájhagyomány szerint az építkezés kezdete Salamon király nevéhez fűződik, aki magányosan élt itt 1063 és 1074 között. Salamon apja az Árpád-házi I. Endre volt, édesanyja pedig Anasztázia, a Kijevi Bölcs János lány. Salamon 1052-ben született és hétéves korában apja királynak nyilvánította és megkoronázta. Ennek ellenére I. Endre halála után a családon belül harc kezdődött az uralkodásért. Salamonnak többször kellett menekülnie, ekkor a német császár

segítségét kérte, de ennek ellenére elvesztette a küzdelmet, így I. Béla fia László foglalta el a trónt. A legenda szerint, az utolsó csata után Salamon erre a vidékre menekült, egész életét rejtőzködve töltötte és létrehozott egy kolostort. A kolostor romjai mai napig fennmaradtak és megtalálhatóak a Kígyósi templom közelében. Az elmúlt évszázadokban a község közelében található erdő a magyar uralkodók üdülőhelye volt és a király tulajdonát képezte (Dajka Imre, 2005).



1. ábra: Kígyós település

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2020)

A XIX század közepén ez a terület gróf Károlyi és családja tulajdona volt. Az itt élő emberek mindig is szorgalmasak voltak. Ukrajna függetlenné válása után földreformot hajtottak végre melynek eredményeképpen itt alakult ki a járásban a legtöbb farmgazdaság. A helyi lakosok, köztük Sass Károly családja is ragaszkodnak a hagyományokhoz. A falu lakosai között több népművész van, akik műveikkel többször vettek részt különböző kiállításokon. Az itteni mesterek évszázados hagyományok szerint készítik a házi szövésű asztalterítőket, szőnyeget, pokrócokat. Az ősi templom mellett a falu másik történelmi műemléke a református templom - a vidéki építészet és kőművesség emlékműve, valamint a Baptista imaház. 1990 novemberében két emlékművet állítottak fel a község temetőjében, az egyiket a második világháború áldozatainak, a másikat pedig a sztálinizmus áldozatainak emlékére (Dajka Imre, 2005).

1.2.2 Legendája

Régen a Szernye-mocsár nádasaiival és ingoványaival egészen a dombokig nyúlt fel. A környező hegyeket és halmokat hatalmas erdőrengetegek borították. Az egyik domb tisztásán álló kunyhóban élt egy öreg remete egyetlen lányával, Rózsikával. Valamikor a király első vitézei közé tartozott, felesége pedig egyike volt az ország legszebb asszonyainak. Asszonya azonban hűtlenül elhagyta, s a vitéz a király kegyeit is elveszítette. Emiatt fényes lovagi öltönyét fölcserélte a remeték durva darócruhájára. Minden öröme egyetlen leányában, a világszép Rózsikában volt. Rózsika a remetekunyhó környékét valóságos tündérkertté varázsolta. Nagyon szerette a virágokat, ápolta, öntözte őket. Egy napon, amikor éppen a virágait locsolgatta, lovas vitéz ugratott elé a vadonból. Mielőtt a lány az apjához futhatott volna, a vitéz leugrott a lováról és mosolyogva feléje nyújtotta kezét. Az öreg remete szívélyesen fogadta az ifjú vitézt, aki elmesélte, hogy a háborúba induló király hadából való. Itt tartanak pihenőt a közelben. Ettől a naptól kezdve az ifjú dalia mindennapos vendég volt a remetelakban. A két fiatal szíve szerelemre lobbant. Az ifjú megfogadta, hogy szerencsésen visszatér a hadjáratból, feleségül veszi, és birtokára viszi a lányt. Eljött a búcsúzás napja. A király tábora sátort bontott. Rózsika izgatottan tett-vett. Virágfüzérrel díszítette fel azt a padkát, ahol üldögegni szoktak. Már mindennel kész volt, amikor eszébe jutott, hogy a legszebb rózsafáról szakít egy pár szál virágot, amelyet majd szerelmese sisakjához tűz. Hadd emlékeztesse őrá e pár szál rózsa a nagy úton. Nem vette észre a rózsabokor tövében lapuló mérges kígyót, és amikor a rózsa után nyúlt, a kígyó megmarta. Az ifjú vőlegény, aki vágatva érkezett a búcsúzásra, már holtan találta szerelmesét. A bánattól az öreg remete is magába roskadt. Nagy fájdalmat érzett az ifjú vitéz és fogadalmat tett: ha épségben visszatér a hadjáratból, ő is remeteségben tölti el hátralevő életét kedvese sírja mellett. Fogadalmát meg is tartotta. Az ifjú remetét sokan felkeresték bánatában, sőt egyes családok le is telepedtek hajléka körül (KARPATALJA.MA).

1.2.3 A kígyósi református templom

Kígyós régi kőtemploma a XIV század elején épült. A népi hiedelem a templom alapítását Salamon királynak tulajdonítja. A kígyósi református egyházközség 1595-ben alakult, akkori hitszónoka Milotai János birtokba vette a hajdani római katolikus templomot, amely a falu szélén emelkedő magaslaton állt. Körülötte még a XIX században is láthatóak voltak az egykori kolostor romjai (VASS OTTÓ, 2021).

A torony nélküli templom egyenes záródású, szentélye négyzetes alaprajzú és keresztboltozattal rendelkezik. Két félköríves ablak található a keleti falon és egy a déli falon. A hajó déli falában egy egyszerű, csúcsíves kapu és három ablak van. A nyugati falban egy szintén csúcsíves kapu található. A többszöri felújítás ellenére a templom megőrizte középkori jellegét (Tarpai József, 2021).

A templom hajójában, a diadalív déli oldalán áll a nyolcszögű, falazott szószék. Előtte fedeles papi pad van. Karzat eredetileg csak a hajó nyugati oldalán volt, később azonban azt az északi oldalra is megnagyobbították. Nyugati karzaton álló orgonája romantikus stílusban készült. Ugyancsak Lehoczky Tivadar emlékezett meg a templom ezüst áldozó kelyhéről, melyet 1646-ban Nagykeresztesi János és neje Szabó Zsuzsanna ajándékozott az egyházközségnek. Egy másik régi tányérját a Debreceni Református Gyűjteményben őrzik. Anyakönyve 1765-től kezdődik Vári Mihály papságában. 1829-ben a régi templomot megújították. Karzattal, körszékekkel ellátott, de azért a tiszteletreméltó ódonságot megőrizve. 1960-ban a karzatot kibővítették, mivel szükség volt a férőhelyekre. 1995-ben folytatták a templom felújítását, mikor is kicserélték a régi padokat. Egy régi pad hátulján megtalálható volt a készítés időpontja-1847. A kigyósi református templom a kárpátaljai magyarok falvak egyik legidősebb építménye, odafigyeléssel és kellő karbantartással méltón szolgálja a kigyósi református hívek lelki állapotát (Vas Ottó, 2021).



2. ábra: A falu református temploma

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2021)

1.2.4 A harangtorony

A templom déli oldalán álló harangtorony négyzetes alaprajzú, kétszintes. A templom melletti fa haranglábon egy régi kisharang csüng e felirattal „Sanctus Paulus ora pro nobis!”- „Szent Pál, imádkozz érettünk!”. A harangtornyot kettős sátoztető fedí. A harangtoronynak a különlegessége az, hogy a belső szerkezete fémalkotóelem nélkül épült 1828-ban. Két harang található benne. A kisebbik még a Pálos rendi férfi kolostortól maradt fenn, a nagy harangot 1646 február 12-én az itt élő uraság adományozta a gyülekezetnek, egy ónból való kehellyel együtt (Vass Ottó, 2021).



3. ábra: A harangtorony

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2021)

1.2.5 Sass Károly pincészete

Sass Károly a 7,5 hektáros szőlőültetvényén termeszt a több mint 60 fajta csemege és borszőlőt. A szőlőültetvények a falu közelében lévő domb déli oldalán találhatók. A vörös, fehér, száraz és édes borokat hagyományos technológiával, tölgyfa hordókban ősi és saját fejlesztésű receptek alapján készítik. A pincészet tulajdonosa gyakran vesz részt különböző, borkészítéssel kapcsolatos tanfolyamokon, előadásokon, sokszor aktívan részt vesz a szervezésben is annak érdekében, hogy a borkóstolók megfelelő módon legyenek megszervezve és lebonyolítva, hiszen manapság egyre több az újítás a borkészítés terén. 2008 tavaszán Ausztriába utazott a Beregvidéki borászok csoportjával, ahol megosztotta tapasztalatait a burgundi borászokkal. A borkóstolók lebonyolításának módja és mindaz, amit a vendégek a Sass család borospincéjében tapasztalnak szintén a külföldi tanulmányutaknak köszönhető. A közel 1,5-2 órás borkóstolók a borospince mellett lévő, kellemes hangulatú 40

férőhelyes teremben kerülnek lebonyolításra. Itt a látogatók megismerkedhetnek olyan szerszámokkal, amelyek szükségesek a szőlőfeldolgozáshoz és a borkészítéshez (edényekkel: a puttonyokkal, különböző méretű hordókkal, boros üvegekkel). A kóstoló hagyományosan egy könnyű, száraz fehér borral kezdődik és egy édes vörös borral zárul. Itt mintegy 15 különböző vörös és fehér bort kóstolhatnak meg a vendégek, az ismert régi receptek alapján készült hagyományos boroktól kezdve az egyedi, különleges borokig (SASSPINCE.COM.UA).



4. ábra: a borkóstoló terem

(Forrás: sasspince.com.ua)

A vendégek a borkóstolás során megtanulhatják, hogy melyik borhoz milyen borospoharat válasszanak, hogyan kell helyesen tartani a borospoharat, hogyan kell a bort tálalni. Megtudhatják, hogy hogyan kell a különböző szőlőfajtákat és borokat kombinálni, és ami a legfontosabb – kellemes környezetben megismerhetik a Kárpátaljai házi készítésű borok ízét, amelyek a hagyományokhoz híven tölgyfa hordókban készülnek egy több generációval ötvözött ősi és saját fejlesztésű receptek alapján egyaránt (SASSPINCE.COM.UA).

A kóstolás során a vendégek megismerkedhetnek a szőlészet és a borászat titkaival, a Kárpátaljai borászat történetével, megismerhetik a bor gasztronómiai és gyógyászati értékét, valamint egy tapasztalt sommelier segítségével megismerkedhetnek a borfogyasztás kultúrájával, az ember és a bor kapcsolatával, amely a kulturált, kellemes kikapcsolódás szerves része (SASSPINCE.COM.UA).

1.2.6 Nagyberég

Nagyberég - Árpád-kori település. A magyarok beköltözésekor ez a vidék pusztá volt. 1241-ben a falut a tatárok elpusztították, majd a későbbi telepesek várat építettek, hogy megvédjék magukat. A vár a felvidéki „Bik erdő” déli szélén a Kanferto nevű helyen állt. A település egykor királyi erdő uralom volt, ahol a királyi kúria és var állt 1263-ban. 1264-ben István Király a pápa utasítására visszaadja Berég várát nővérének, Annának, a halicsi herceg özvegyének. Egyes dokumentumok szerint a borsovai ispánság megszűnése után egy ideig itt lehetett a várispánság központja. A XIV. században a beregi ispán székhelye már Munkács lett. Ettől kezdve Berég vára hanyatlásnak indult, és végül elpusztult. Berég is fokozatosan elvesztette jelentőségét és központi szerepét Beregszász vette át (www.varak.hu/latnivalo/index/1850-Nagyberég-Berég-vara/).

1233-ban II. András Jeruzsálemi király seregeivel a Beregi erdőben táborozott ahol megerősítette az egyházi concordatumot (egyezményt) esküvel, melyet ő és kísérete Jakab Prenesztei püspök és a pápa küldötte kezébe tett. A legenda szerint András király sátora a mostani Munkácsi határban lévő Királyszéknek nevezett erdőben állt. Az egyháznak ajándékozott erdő emlékét máig őrzi az úgynevezett „Püspök Erdő” amely a gróf Schöborn család birtokához tartozik. Ez az erdő 350 hold területen tölgyfákat nevel és az egykor híres „Beregi-erdő” egy kis részét képezi. A XIII. században már lelkeszséggel is rendelkezett a község (Lehoczky, 1881).

1264-ben a pápa megparancsolta az ifjú István királynak, hogy adja vissza Berég várát nővérének, Annának, a halicsi herceg özvegyének. 1241-ben a térségen átvonuló tatárok ezt a települést is lerombolták. Berég, amely akkoriban többnyire hatalmas erdő volt, királyi birtok. IV. Béla király 1262-ben az egri egyháznak adományozta a birtokot összes erdeivel, pásztoraival, sertéseivel, pusztáival és egyéb tartozékaival együtt (Szuprunenko, 2013).

1427-ben Brankovics György a munkácsi uradalommal együtt örökjog útján szerezte meg Bereget. 1445-ben azonban már Hunyadi János kezében volt. 1456-ban Kígyós községét is Bereghez csatolták melyet Karkas és Ilosvai családnak adományoztak. A település virágzott és kiváló kiváltságokat élvezhetett (Lehoczky, 1996).

Nagyberégen a Lenin Kolhoz 1947-ben hozták létre. A Lenin Kolhozba való beilleszkedést pozitívan vélekednek, mindenkit befogadtak. Akik fizikai munkát végeztek napi 10-12 órát dolgoztak. A Lenin Kolhoz minden szorgalmasan dolgozó tagjának anyagi jólétet biztosított. Mindenki teljesítette a kitűzött feladatokat és az 5 éves időszak bőséges terméssel zárult. Jutalmazták és kitüntetésben is volt részük a földeken dolgozó embereknek is. A

Nagyberegí Lenin Kolhoz mintagazdaságként létezett a Beregszászi járásban. Gazdasági valóban figyelemre méltó volt. E gazdaság elnöke 30 évig Antónik Tibor volt (Sipos, 2011).

1.2.7 A Nagyberegí Tájház

A Nagyberegí Tájházat 2013. február 15-én avatták fel. A tájház mai napig „élő tájházként” tevékenykedik, programjait pedig a Pro Cultura Subcarpathica civil szervezet végzi. A tájház heti rendszerességgel biztosít helyszínt a színes programok lebonyolításához, amelyek várják a kézműves foglalkozások szerelmeseit. A programok közül kiemelendők a népi játékok, különböző kézműves foglalkozások, táncműhelyek. Kihagyhatatlan foglalkozásnak számít a beregí szőttes és keresztszemes hímzés készítése is (utóbbi 2020. január 22-én bekerült a Hungarikumok gyűjteményébe). A programok az iskolai tanévhez igazodnak, így ősszel kezdődnek a szüreti rendezvénnyel és tavasz végén, nyár elején zárulnak a pünkösdi foglalkozással. A foglalkozásokat gyakorló kézművesek vezetik (Szamborovskyné 2024).



5. ábra: a tájház épülete

(Forrás: kmf.uz.ua)

2021 októberében a Magyarországi Tájházak Központi Igazgatósága az Év tájháza díjjal tüntette ki a Nagyberegi Tájházat a hagyományok élő átadásáért és aktív tevékenységéért (Szamborovskyné 2024).



6. ábra: az év tájháza kitüntetés emblémája

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2025)

1.2.8 A botanikus kert

2021 november 11-én a Rákóczi-főiskola Fodor István Kutatóközpontjának tízéves fennállása és a magyar tudomány ünnepe keretében felavatták a Szikura József Botanikus Kert főépületét Nagyberegen. A kétszintes épület a főutca frontján áll és kertje összeköttetésben van a Tájházéval (Szamborovszkyné 2024).



7. ábra: a botanikus kert épülete

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2025)

1.2.9 A Nagyberegi Református templom

A Nagyberegi református templom Kárpátalja egyik legrégebbi temploma, amely a 14. században épült. A templomról szóló feljegyzések 1335-ből származnak, ami arra utal, hogy az épület már ekkor is állt. A templom 1405-ben jelentős átépítésen esett át és 1554-ben került a református egyház birtokába, ezáltal vált a helyi református közösség szellemi központjává. A templomot a történelem során sok megpróbáltatás érte. 1657-ben a hajdani mezővárost a lengyel seregek pusztították el, ami negatívan hatott a templom állapotára. Az újjáépítés 1670-ben kezdődött, és ezáltal a templom ismét a közösség szolgálatába állt. A fából készült mennyezet 1743-ban készült el, amely az épület különlegességévé vált (<https://www.karpataljainepfoiskola.hu/nagyberegi-reformatus-templom/>).

A templom tornyát 1817 és 1824 között építették, ezzel növelve az épület magasságát. 1869-ben kibővítették a templomot, hogy a növekvő gyülekezetnek helyet adjon. Nagybereg Református Temploma nem csupán vallási célokat szolgál, hanem a helyi közösség szociális és kulturális életének középpontja is. Rendszeresen szerveznek itt különféle eseményeket, amelyek hozzájárulnak a közösség összetartásához és a helyi hagyományok megőrzéséhez (<https://www.karpataljainepfoiskola.hu/nagyberegi-reformatus-templom/>).



8. ábra: a templom belseje

(Forrás: <https://www.karpataljainepfoiskola.hu/>)

A keletelt, sokszögzáródású templom egyhajós. A szentélyt, amely alacsonyabb és keskenyebb, mint a hajó, csúcsíves kerszthajó veszi körül. A templom ablakai nagyméretűek,

csúcsívesek. A körbefutó párkány kőből faragott, gótikus. A templom sarkain háromlépcsős támpillérek vannak (Tarpai József, 2021).



9. ábra: a település református temploma

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2025)

1.3 A Nagyberegi Református Líceum

1993 nyarán a Nagyberegi Középiskolában 21 diákkal megjelent egy speciális 10C osztály, amelyet maguk az alapítók neveztek el „Nagyberegi Református Gimnáziumnak”. Az indulás évében a középiskola biztosított osztálytermeket a református gimnáziumnak, és a helyi oktatók tanítottak ezekben az osztályokban is. A különleges megnyitásának engedélyeztetését Bacskó Tivadar (akkor a Beregszászi járási közoktatási osztály tanfelügyelője) és Orosz Ildikó (akkor a KMPSZ elnöke) végezték több neves és névtelen emberrel együtt. Az elején a diákok a falu befogadó családjainál laktak, ám november 7-én be tudtak költözni kollégiumukba, amely akkoriban öt helyiségből állt (Szambrovskyné 2024).



10. ábra: a líceum központi tanulmányi épülete

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2025)

Ez az egykori református felekezeti iskola épülete, mely 1979 és 1993 között Ideológiai Központ néven volt ismert, s a helyiek egymás között idegölő néven emlegették. A kollégiumban néprajzi múzeum, szőttes kiállítás, egy képtárból, amely 124 darab képet tartalmazott, kávézó, biliárdterem, könyvár és diszkó működött (Szambrovskyné 2024).

1994 tavaszán holland anyagi támogatásból megvásárolták az egykori népiskolával szemben található családi házat, amely Nagy Gizella tulajdonában volt. A nyár végére az épületben étkezdét és konyhát alakítottak ki a diákok számára (Szambrovskyné 2024).



11. ábra: a líceum egykori étkezdéjeként szolgáló családi ház

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2025)

Az 1994-1995-ös tanévet már a saját épületében kezdte a líceum. A községi tanács újabb termeket adott át a líceum számára. A növekvő diáklétszám miatt szükséges volt újabb épületeket vásárolni. Így került egyházi tulajdonba Barna Judit (az akkori igazgató) szolgálati háza, ahol fiúk számára alakítottak ki kollégiumot, de pár év múlva eladták. Ugyancsak a diákok bővülése miatt vásárolt az egyház még egy családi házat, amit egy évig lány- majd fiú kollégiumként szolgált. Jelenleg tanári szolgálati lakásként funkcionál (Szambrovskyné 2024).



12. ábra: a pár évig fiúkollégiumként használt épület

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2025)



13. ábra: az egykor leány- majd fiúkollégiumként üzemelő családi ház

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2025)

A diáklétszám bővülése következtében felmerültek a gondok az infrastruktúra hiányosságaival. Ekkor úgy döntöttek, hogy a településen szétszórta épületeket egy helyre összpontosítsák. Anyaországi pályázati keretből megindult az intézmény bővítése. 2014-ben befejeződött az építkezés és a líceum saját tornateremmel, konyhával, étkezdével és kollégiummal bővült (Szambrovskyné 2024).

1.3.1 Beregújfalu

Beregújfalu- a Beregszászi járás keleti részén helyezkedik el 16 km-re a járási központtól. A települést 3 km bekötő út köti össze a Beregszász-Nagybereg-Alsóremete-Ilosva úttal. A falutól északra és keletre már csak ukrán és ruszin falvak helyezkednek el. Beregújfalut minden oldalról erdők veszik körül. Beregújfalunak 2000 lakosa van a 2001-es népszámlálás szerint. Az itt lakók 75 %-a magyar anyanyelvű, 16 %-uk ukrán, akik közül egy-két ritka kivételtől eltekintve mindenki beszél magyarul (<https://karpatalja.ma/sorozatok/karpatalja-anno/karpatalja-anno-beregujfalu/>).



14. ábra: Beregújfalu névtáblája

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2025)

A település határában a Kr. e. VI–IV. században emelt halomsírokat tártak fel, ami arra következtet, hogy a Beregi hegyek északkeleti magaslatain már a vaskorban is telepedtek le emberek, melyek lábaitól a Szernye-mocsár húzódott a messzeségbe. A falura vonatkozó első fennmaradt okmány 1261-ből származik, melyben IV. Béla király az akkor még Pereknek nevezett falut az egri püspökség tulajdonjogában erősítette meg. S mivel az oklevél szerint a helységet még "a második honalapító" apja, az 1205-től 1235-ig uralkodó II. András adományozta a püspökségnek, így biztosak lehetünk benne, hogy a település már a XIII. század első évtizedeiben is létezett. 1378-ban viszont Irtásfalva néven szerepel, ami arra utal, hogy a település az egykor hatalmas beregi erdőből kihalászott irtáson jött létre. Egy 1463-as oklevél Wyfalw-ként (vagyis Újfaluként) tesznek róla említést, nevét pedig később – megkülönböztető célból – Beregújfalura változtatták (<http://www.karpatalja.com.ua/kmksz/hir259.html>).

Ahogy fejlődtek a falvak úgy párhuzamosan változtak meg a települések nevei is. Általában a szomszéd település nevét vették át valamilyen más előtaggal új település létrejötté esetén, például: Kisbégány-Nagybégány, Alsóremete-Felsőremete, Bereg-Beregújfalu (Sebestyén 2003).

Beregújfalut a krónikákban először 1378-ban említik. A falu évszázadokon át a munkácsi uradalom tartozéka, s mint ilyen, osztozik a többi uradalmi helység sorsában. Hódolván az évszázadok során Mátyás királynak, Hollós Jánosnak, Szilágyi Erzsébetnek. Majd a Csáktornyai, a Büdy, a Szapolyai, a Bethlen, Rákóczi, Mágóczi, Eszterházy, Thököly családoknak. 1726-tól a Schönbornok, illetve azok bérlői bírták a falu határának jelentős részét (<https://karpatalja.ma/sorozatok/karpatalja-anno/karpatalja-anno-beregujfalu/>).

1566-ban a tatárok pusztítása során a község lakosságának nagy részét elhurcolták. 1595-ben a helyiek áttértek református hittre. A régi feljegyzések szerint. II. Rákóczi Ferenc szívesen vadászott ezen a területen és 1709. január 29-én, valamint szeptember 19-én is itt töltötte az éjszakáját. Lehoczky Tivadar, az 1870-es évek közepén azt írja, hogy az egykor a falut körülvevő sűrű erdőkben bölények, medvék, hiúzok, nyestek és szarvasok nagy számban éltek. Régészeti emlékhelynek számít a település határában elhelyezkedő néhány kurgán, illetve halomsír, amely a Krisztus előtti VI-IV századból való. A mostani kőtemplom 1829-ben épült, de a végső formáját csak 1876-ban érte el. A falu lakossága 1991 novemberében a templomkertben emlékművet állított a sztálinizmus áldozatainak (<https://karpatalja.ma/sorozatok/karpatalja-anno/karpatalja-anno-beregujfalu/>).



15. ábra: a sztálinizmus áldozatainak állított emlékmű

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2025)

1.3.2 A Beregújfalusi Refotmátus templom

A régi Bereg vármegye egyik településén, Beregújfaluban már 1595-ben református anyaegyház működött. Egy Jáнки nevű lelkésze volt a falunak 1645-ben. 1653-ban Debreceni János, 1709-ben Csekei Mikló, 1765-ben Tamáska Pál volt a gyülekezet lelkipásztora. Anyakönyvet 1765-től vezetnek (<https://kmmi.org.ua/cikkek/hirek/beregujfalu-reformatus-temploma>).

A parókia épülete 1709-ben már állhatott itt, hiszen a szájhagyomány szerint II.Rákóczi Ferenc is megszállt ebben az épületben. Ezt a paplakot 1825-ben lebontották és helyette 1861-ben épült egy új. A gyülekezet XVIII század végére kinőtte a templomot, melyről 1786-ban a következőképpen írtak: „*Templomunk olyan vagyon, amely is más sorvadtt félben vagyon és oly kicsiny, hogy midőn isteni szolgálatot teszünk, fele sem fér be közülünk beléje.*” Az új templom 1792-ben épült fel a harangláb mellé, amelyet 1769-ben készítettek. A mostani templomot 1829-1848 között építették, majd 1852-ben felszentelték. Egy háromszintes tornyot építettek a hajó elé, íves ablakokkal rendelkezik melyek felett egy órahely is található a felső párkányban (<https://kmmi.org.ua/cikkek/hirek/beregujfalu-reformatus-temploma>).



16. ábra: Beregújfalu református temploma

(Forrás: Saját készítésű felvétel, 2025)

A falakat félkör alakú ablakok törik át, a karzatokat két végén faragott faoszlopok támasztják. A Mózes-szék fényezett fa, baldachinos háttámlával rendelkezik, amit fehérre festett, gótikus stílusú liliomos ívek díszítenek. A 20. század elején a háborús előírások következtében a nagyobbik harangot be kellett szolgáltatni. A ma is használatban lévő harangot 1923-ban vették meg. Az orgona, neoklasszicista stílusban, 1889-ből származik, Dukász Endre keze munkája. A templom dísze az 1759-ből származó kehely, amit a Komlós család adományozott a gyülekezetnek (<https://kmmi.org.ua/cikkek/hirek/beregujfalu-reformatus-temploma>).

2. FEJEZET. A GENERÁCIÓK

A generációk váltakozása nem új dolog a hétköznapi emberek számára sem. Mindig is voltak idősebbek és fiatalabbak, akik egymás környezetében éltek meg mindennapjaikat. Az idősebb korosztály sosem értette teljesen a fiatalabbakat és ma is sok feszültség forrása, ha különböző generációk képviselői kerülnek kapcsolatba. A témát tudományos szemszögből csak a 20. századtól kezdték el vizsgálni. Ma már sokféle megközelítés létezik a generációkkal kapcsolatos kutatásokban, de a kor, a születési év szerinti csoportosítás elengedhetetlen. Bár sok kutató a kor alapján történő elkülönítést részesíti előnyben, nem nehéz belátni, hogy léteznek más fontos tulajdonságok is, melyek alapján csoportosíthatók a generációk. Howe és Strauss (2000) három olyan tényezőt említenek melyekkel a születési évnél biztosabban meg tudunk határozni egy-egy generációt, bár ezek a jellemzők is az életkorból adódnak. Az első jellemző az érzékelt tagság, ami azt jelenti, hogy a generációs tagok egy csoportba sorolják magukat. Az olyan közös értékek és magatartásformák, mint a családhoz, karrierhez, valláshoz vagy politikához való hozzáállás szintén meghatározó fontossággal bírnak egy generáció életében. A szerzők harmadik jellemzőként a történelemben való közös elhelyezkedést emelik ki, mely alatt azokra a történelmi eseményekre gondolnak, amik a generációs tagok fiatal éveiben történtek és nagy hatással voltak a tagok további életére is. A generációk definícióját McCrindle és Wolfinger (2010) úgy határozza meg, mint azok emberek csoportja, akik azonos korszakban születtek, ugyanabban az életkorban és életszakaszban vannak és ezért azonos technológia és tapasztalati hatások érik őket. Mindig is jelentős különbségek mutatkoztak az egyes generációk között. Ez abból következik, hogy az egyes korosztályok eltérő értékrenddel bírnak. A kutatók is beismerték, hogy érdemes megvizsgálni azokat a tényezőket, amelyek a generációkat ennyire különbözővé teszik egymástól. Számos kutatásban Churman és Smith (1997) által definiált kohorszélményeket tartják kulcsfontosságúnak egy-egy generáció sajátos értékrendjében és az ehhez kapcsolódó tulajdonságainak, viselkedésének kialakulásában. Ezek a kohorszélmények eredetileg helyhez és kultúrához kötöttek voltak, azonban a globalizáció terjedésével, amely mára meghatározóvá vált, egyre kevésbé játszanak szerepet az egyes országok generációival kapcsolatos gondolkodásmódban (Törőcsik, 2013).

A „Baby Boomers” elnevezés a második világháború után születetteket, azaz 1946-64 közöttiek korosztályát takarja. Ezen csoport „eleje” most kezdi el élvezni nyugdíjas éveit, ugyanakkor ők alkotják a mai vezető réteg nagy részét. Ez a generáció az akkoriban jelentősen megnövekedett születési számok miatt kapta ezt az elnevezést. A korosztály tagjai a háború utáni időkben születtek, amikor a nagy fejlődés volt a jellemző, idős korukat pedig már

hanyatlás határozta meg. A csoport tagjait arra nevelték, hogy kemény munkával lehet elérni mindent, ezért munkamoráljukat más ma is meghatározza a teljesítmény elv, a szabályok betartása és a munka tisztelete. Néha nehezen veszik fel a versenyt a több nyelven beszélő fiatal kollégákkal, azonban rendkívül magas a megfelelni akarásuk (Törőcsik, 2013).

Az X generáció a mai 38-50 év közötti korosztályt öleli fel. Ennek a csoportnak a tagjai már részesei voltak az információtechnológia robbanásszerű fejlődésének. A számítógép nem ismeretlen számukra, de a többségük még mindig a kézíráshoz ragaszkodik, és a telefonálást részesíti előnyben az e-maillal szemben. Az X generáció tagjai nehezebben adaptálódnak az új technológiákhoz, mint a fiatalabb korosztályok, de képesek a megújulásra, és sokkal gyorsabban alkalmazkodnak a felgyorsult életvitelhez, mint a korábbi nemzedékek. Ez talán annak köszönhető, hogy a mai 40-50 évesek fiatalon lázadóak voltak, szüleik pedig úgy tekintettek rájuk, mint egy kezelhetetlen generációra. A generáció tagjait a politikai nézetek sokfélesége és gyakran ellentmondó társadalmi hatások formálták, ezért a csoport sokszor harcban van a környezetével és önmagával, hogy a vágyainak megfelelő társadalmi pozíciót, jövedelmi szintet és státuszt érjen el .

Az Y generáció tagjai nagyjából az 198 és 1994 között születtek, gyakran milleniáloknak, vagyis ezredfordulósoknak hívják őket. Ezt a generációt magas elvárások, idealizmus és a valósággal való nehéz szembesülés jellemzi. Az Y generáció az előzőekhez képest jelentős változásokat hozott az életmódban, értékrendben és a munkaerőpiaci igényekben is. Abban az időszakban nőttek fel, amikor a digitális forradalom világszerte globális méreteket öltött. Hirtelen kitárult a világ, ami számtalan lehetőséget teremtett. Ennek a generációnak a tagjai kevésbé érdeklik a társadalmi és politikai kérdések, mint a korábbi generációkat. Sőt, a későbbi Z generáció is nagyobb érdeklődést tanúsít irántuk. Úgy szeretnék formálni a környezetüket, hogy az számukra a legkényelmesebb legyen és nem igazán hajlandóak mások igényeihez alkalmazkodni. Sokszor önzőnek és önimádónak tartják ezt a generációt pedig csak tudják, mit akarnak (<https://motivatormagazin.hu/pszichologia/az-y-generacio-jellemzoi-es-problemai/>).

A csoport tagjaira jellemző, hogy a mának élnek, nem terveznek előre, a legnagyobb hangsúlyt arra helyezik, hogy jól érezzék magukat. Szoros kötelékben állnak a barátaikkal, akikkel a közösségi oldalakon is tartják a kapcsolatot. Nem csak a saját nemeztükhöz tartozó társaikkal barátkoznak, hanem külföldiekkel is könnyen megbarátkoznak és elfogadják a kulturális különbségeket. Jellemző rájuk, hogy könnyen alkalmazkodnak a változásokhoz,

mivel ebben nőttek fel. Ennek ellenére nem nevezhetők beletörődőeknek, sőt, a változást leginkább ők kezdeményezik, minthogy kényszerből elfogadnák azt. A csoport tagjai a Z illetve az Alfa generáció szüleit alkotják (Törőcsik, 2013).

A Z generációt különböző szakirodalmak többféleképpen határozzák meg. Van olyan kutatás, ami már az 1982-ben születetteket is ide sorolja, míg mások az 1991 és 2010 között születetteket tekintik ennek a generációnak. Oblinger és Oblinger (2005) a születési dátum alapján post millenaristáknak titulálja őket, míg a többi megközelítés inkább a generáció magatartásával van összefüggésben. Leginkább a hozzájuk kötődő médiahasználatból eredő elnevezések a jellemzők úgy mint: Facebook generáció, digitális bennszülöttek, iGeneráció, stb. Ezek miatt gyakran nevezik őket C generációnak is ami az angol „*connection*”, azaz kapcsolat szóból ered, de D-nek is, ami utal a digitális világra, vagy akár R-nek, ami az angol „*responsibility*”, azaz felelősség szóból származik.

A Z generáció kapcsán fontos kiemelni, hogy nem szabad úgy tekinteni rájuk, mint egy generációra a többi között, hiszen ők a világ első globális nemzedéke. Ugyanaz a kultúra hordozói, azonos ízléssel a konyha, a divat és a kedvelt helyek tekintetében. A globalitás a nyelvi eszköztárukra is jellemző. Olyan szavakat, kifejezéseket alkalmaznak, amelyeket más generációk nem értenek. A mai generáció tagjai abban különböznek a korábbiaktól, hogy a globalizáció hatására a világ különböző pontjain élő fiatalok életét és viselkedését ugyanazok az események, folyamatok és trendek formálják. Ugyanazokat a filmeket nézik, ugyanazt a zenét hallgatják, és sokszor ugyanazok a globális márkák határozzák meg az életüket. Amellett hogy azonos hatások érik és formálják őket, egy további, a globalizációval szorosan összefüggő tényező, hogy ők maguk is kapcsolatban állnak egymással a világhálón, a közösségi oldalakon keresztül. Bár sokan azt hiszik, hogy a generáció tagjai számára nem a személyes kapcsolatok a legfontosabbak, viszont számos olyan kutatás is létezik, ami ezt nem támasztja alá, éppen ellenkezőleg: a Z generáció számára nagyon fontos a barátokkal, ismerősökkel való kapcsolat ápolása. Kapcsolataikat egy időben élik meg a valós és a virtuális világban. Mindennapi kommunikációjukat, társas életüket a mobiltelefon és más digitális eszközök segítségével élik meg. Az új eszközök segítségével bárhol és bármikor kommunikálnak, mindenféle tartalmat magukkal vihetnek. Nemcsak egymással és a többi generációval kommunikálnak, hanem sokszor a legszélesebb nyilvánossággal is megosztják életüket a közösségi oldalak segítségével, ami a mindennapok szerves része.

Annak ellenére, hogy a digitális korral együtt nőttek fel és ebből adódóan kiválóan értenek az internethez, valamint egyre okosabbak, intelligensebbek lesznek, és hamar kiismerik magukat az újabbnál újabb technológiai fejlesztések használatában, közben lelki világuk nem fejlődik azonos gyorsasággal és lelkileg sokáig gyerekek maradnak. Ez a jelenség komoly gondokat okozhat, mivel a generáció tagjai gyakran képtelenek a helyes reakciót adni bizonyos helyzetekben (Törőcsik, 2013).

3.FEJEZET. KUTATÁSI MÓDSZERTAN

Szakedolgozatomban célja az Y és Z generáció utazási szokásainak összehasonlító elemzése a nagybereg-i mikrorégió lakosságának körében. A kutatás középpontja az, hogy e két generáció milyen preferenciákkal és motivációkkal rendelkezik, illetve milyen tényezők befolyásolják a döntéseiket utazás terén.

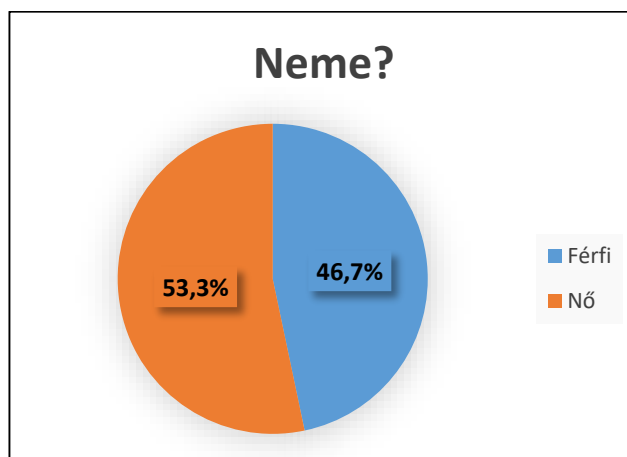
Munkám során bemutatásra került a nagybereg-i mikrorégió, amelyhez különböző szakirodalmakat dolgoztam fel, valamint személyes ismereteimet és helyismeretemet is felhasználtam. Ennek köszönhetően egy átfogó képet kaptam a térség földrajzi, társadalmi, gazdasági és turisztikai sajátosságairól.

Ezt követően bemutatásra kerültek a különböző generációk jellemzői, értékrendje, szabadidős és utazási szokásai. A generációs sajátosságokat különböző szakirodalmi források alapján dolgoztam fel, amelyek segítettek minél több fontos információhoz jutni és ezeket az információkat felhasználtam a szakedolgozatomban.

Kutatásom során készítettem egy online kérdőívet a Google Forms platformon. A kérdőív 20 kérdést tartalmazott, amelyek célja az utazási szokások összehasonlítható feltérképezése volt. A kérdések kiterjedtek többek között az utazás gyakoriságára, úti célokra, szálláshely típusokra, közlekedési eszközökre, valamint az utazási motivációkra. A kérdőívet a nagybereg-i mikrorégió lakosai körében terjesztettem, pontosabban Kígyós, Nagybereg és Beregújfalú településeken. A kérdőív kitöltéséhez 80 ember járult hozzá. Igyekeztem arra, hogy az Y és Z generáció tagjai arányosan képviseltessék magukat. Az adatgyűjtés 2025 tavaszán zajlott. Az eredmények feldolgozásához százalékos megoszlásokat alkalmaztam. Az adatfeldolgozást Microsoft Excel programmal végeztem. A kutatás eredményei lehetővé tették a generációk közötti különbségek és hasonlóságok részletes bemutatását.

4. FEJEZET. AZ „Y” ÉS „Z” GENERÁCIÓK UTAZÁSI SZOKÁSAINAK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

Fontos volt azt megtudni, hogy a kérdőív kitöltését milyen részarányban töltötték ki a nők és férfiak. Mint láthatjuk (17. ábra), a kérdőívet többségben nők (53,3%) töltötték ki.



17. ábra: A kérdőívet kitöltők nemi összetétele

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

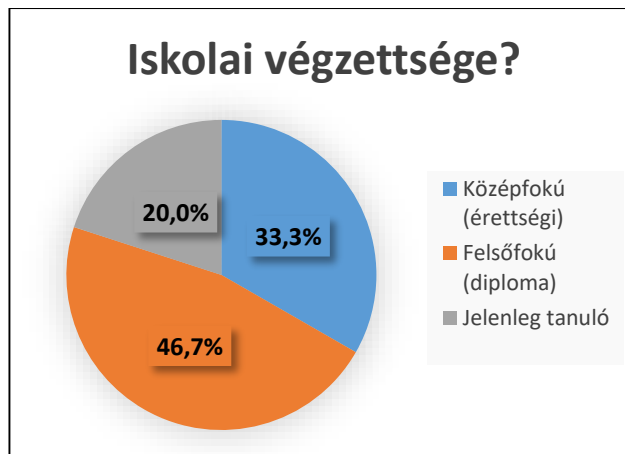
Fontos volt megtudni azt is, hogy milyen arányban töltötték ki a két generáció képviselői a kérdőívet. A válaszadók pontosan fele-fele arányban képviselik az Y és a Z generációt (18.ábra). Ez azt mutatja, hogy a felmérés egyenlő mértékben szólította meg a két korcsoportot, ami egy kiegyensúlyozott és átlátható képet adhat a témában mindkét generáció vonatkozásában.



18. ábra: A válaszadók generáció szerinti megoszlása

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

A következő kérdésben azt szerettem volna megtudni, hogy a kérdőívet kitöltő személyek milyen végzettséggel rendelkeznek. Mint láthatjuk az ábrán (19. ábra), a kitöltők 46,7%-a felsőfokú végzettséggel azaz diplomával rendelkezik, 33,3%-a érettségivel és 20% jelenleg még tanuló.

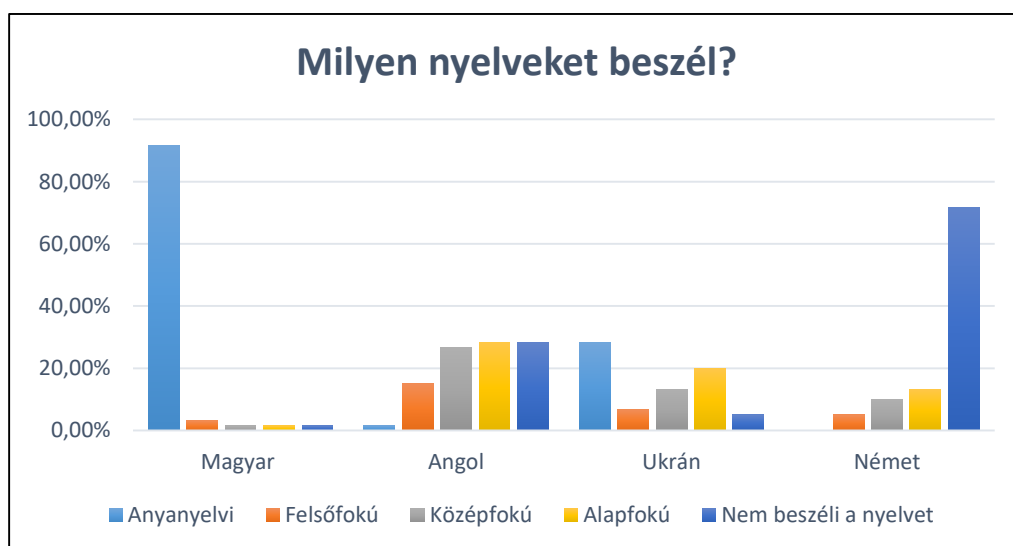


19. ábra: Iskolai végzettsége?

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Fel szerettem volna mérni, hogy a válaszadók milyen nyelvismerettel rendelkeznek. A válaszadók különböző szinteken értékelték a nyelvtudásukat négy nyelvre vonatkozóan: magyar, angol, ukrán és német. A kitöltők 5 szint közül választhattak: anyanyelvi, felsőfokú,

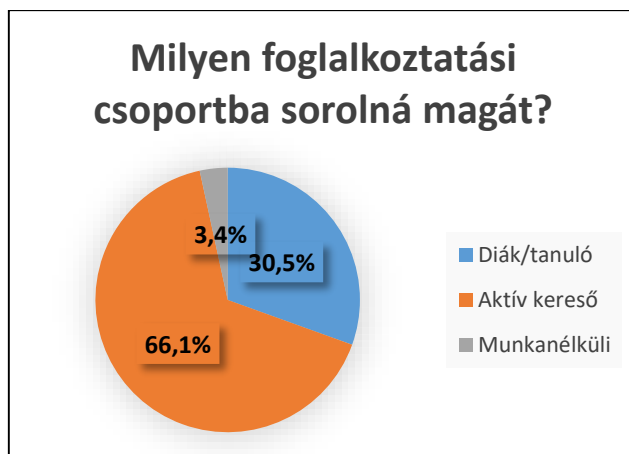
középfokú, alapfokú és nem beszéli a nyelvet (20. ábra). A sikeres kitöltések után a következő eredményeket kaptam: **magyar nyelv**- anyanyelvi szint: 91,7%, felsőfokú: 3,3%, középfokú: 1,7%, alapfokú: 1,7%, nem beszéli a nyelvet: 1,7%. **Angol nyelv**- anyanyelvi szint: 1,7%, felsőfokú: 15%, középfokú: 26,7%, alapfokú: 28,3%, nem beszéli a nyelvet: 28,3%. **Német nyelv**- anyanyelvi: 0%, felsőfokú: 5%, középfokú: 10%, alapfokú: 13,3%, nem beszéli a nyelvet: 71,7%. **Ukrán nyelv**- anyanyelvi: 28,3%, felsőfokú: 6,7%, középfokú: 13,3%, alapfokú: 20%, nem beszéli a nyelvet: 5%. Az elemzés után továbbá az is kiderült, hogy a Z generáció tagjainak többsége felsőfokú szinten beszéli az angol nyelvet. Az Y generáció tagjai csak alapfokon vagy egyáltalán nem beszélnek.



20. ábra: A válaszadók nyelvtudásának felmérése

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

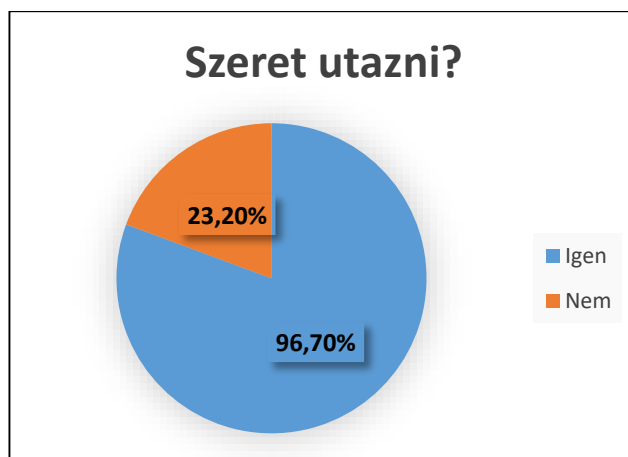
Érdekelt, hogy a kérdőívet kitöltő személyek milyen foglalkozási csoportban tevékenykednek. A felmérés összegzése után kiderült, hogy a válaszadók 66,1%-a aktív kereső, azaz van állásuk, 30,5%-a diák vagy tanuló és mindössze 3,4%-a munkanélküli (21. ábra).



21. ábra: A válaszadók foglalkoztatási csoportba való besorolása

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

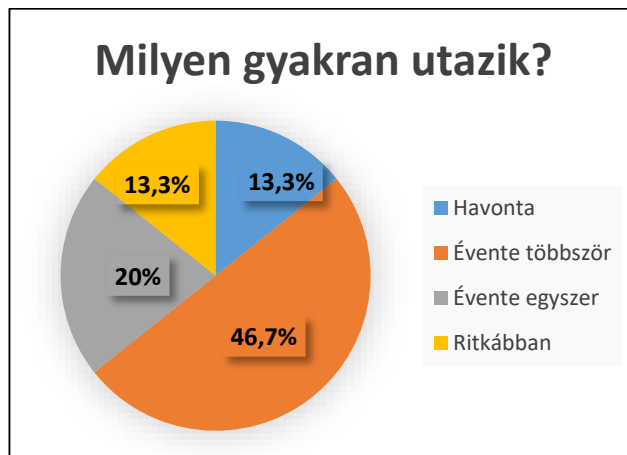
A következő kérdés egy nagyon egyszerű és átlagos kérdés volt: szeret-e utazni? Meg akartam vizsgálni, hogy a nagyberegai mikrorégióból származó személyek szeretnek-e utazni. Az elemzés után kiderült, hogy 96,7% szeret utazni és 3,3% pedig nem (22. ábra).



22. ábra: Szeret utazni?

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

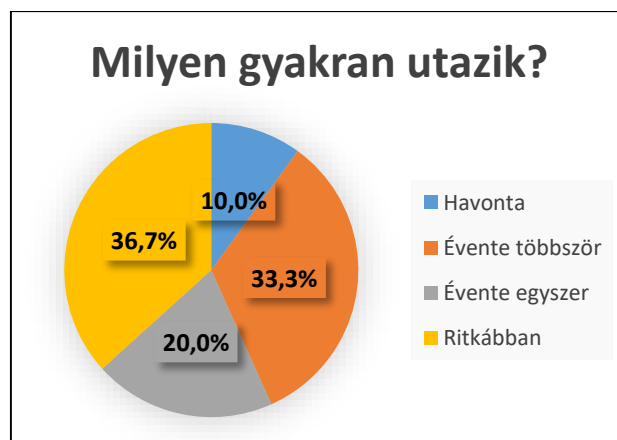
A következő kérdés segítségével szerettem volna megtudni, hogy a két generáció tagjai milyen gyakran utaznak. A kitöltések elemzése után kiderült, hogy a Z generáció tagjainak 46,7%-a évente akár többször is utazik, 9,7%-a havonta, 20%-a évente egyszer és 13,3%-a ritkábban (23. ábra).



23. ábra: A Z generáció utazásainak a gyakorisága

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generációnál viszont megfigyelhető, hogy a kitöltők 36,7%-a ritkábban utazik, 33,3%-a utazik évente többször, 20%-a évente egyszer és csak 10%-a utazik havonta (24.ábra).

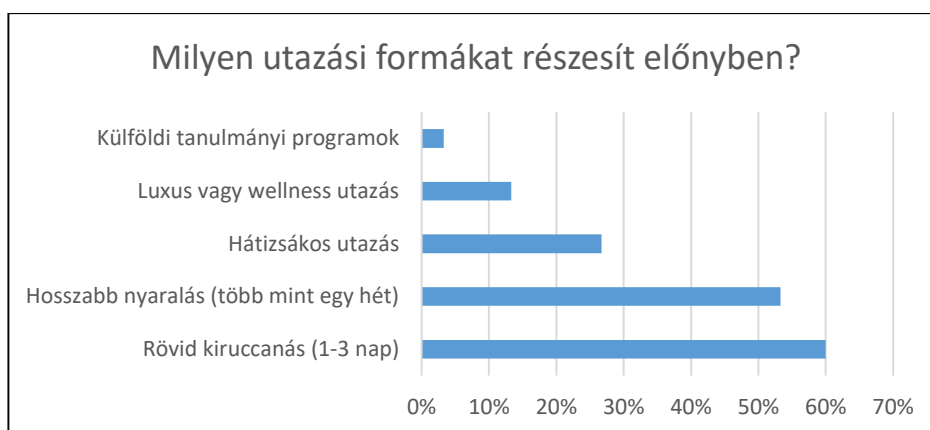


24. ábra: Az Y generáció utazásainak gyakorisága

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

A kiértékelés eredményei alapján látszik, hogy a Z generáció mobilisabb, mivel 46,7%-uk utazik évente többször. Ezzel szemben az Y generációs tagok kicsit visszafogottabbak. 33,3%-uk utazik évente többször és 36,7%-uk ritkábban kell útra. Ez azt jelenti, hogy a Z generáció számára fontosabb az utazás és az élményszerzés és több időt tudnak erre szánni, mint az Y generáció.

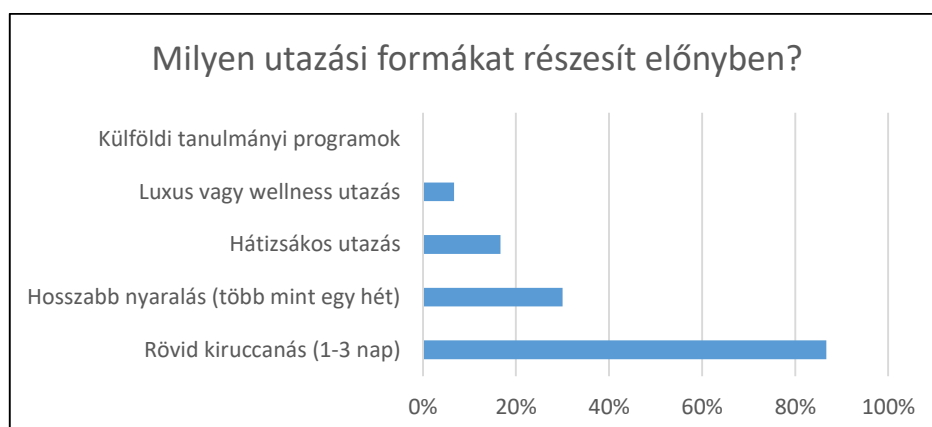
A következő dolog, amit szerettem volna megtudni az az, hogy milyen utazási formát részesítenek előnyben a Z és Y generáció tagjai. A Z generációnál megfigyelhető, hogy a rövid kiruccanás (1-3 nap) 60%-kal és a hosszabb nyaralás 53,3%-kal dominál (25. ábra).



25. ábra: A Z generáció előnyben részesített utazási formái

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generáció esetében is megfigyelhető, hogy dominál a rövid kiruccanás de itt már sokkal nagyobb százalékban mint a Z generációnál. Rövid kiruccanás 86,7% és a hosszabb nyaralás mindössze 30%-ban jelenik meg (26. ábra).

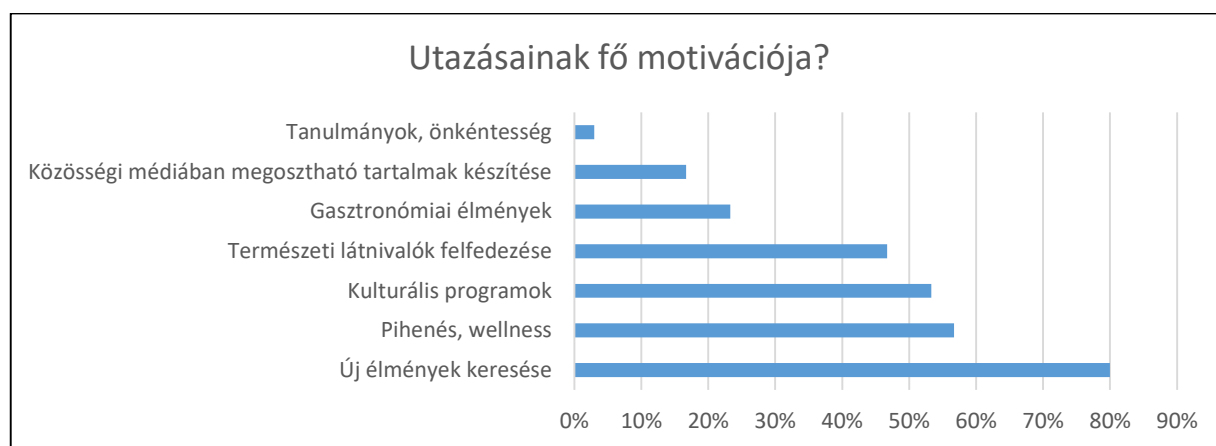


26. ábra: Az Y generáció előnyben részesített utazási formái

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

A felmérés eredményei alapján látszik, hogy a Z generáció tagjainak 60%-a rövid kiruccanást és 53,3%-a a hosszabb nyaralást részesíti előnyben, míg az Y generáció a rövid utazásokat preferálja mivel 86,7%-uk választotta ezt az utazási formát és csak 30%-uk választotta a hosszabb nyaralást. Ez arra utalhat, az Y generáció számára praktikusabb a rövidebb, többször igénybe vehető pihenések. Ezzel szemben a Z generáció az időigényesebb és változatosabb utazási élményekre is nyitottabb.

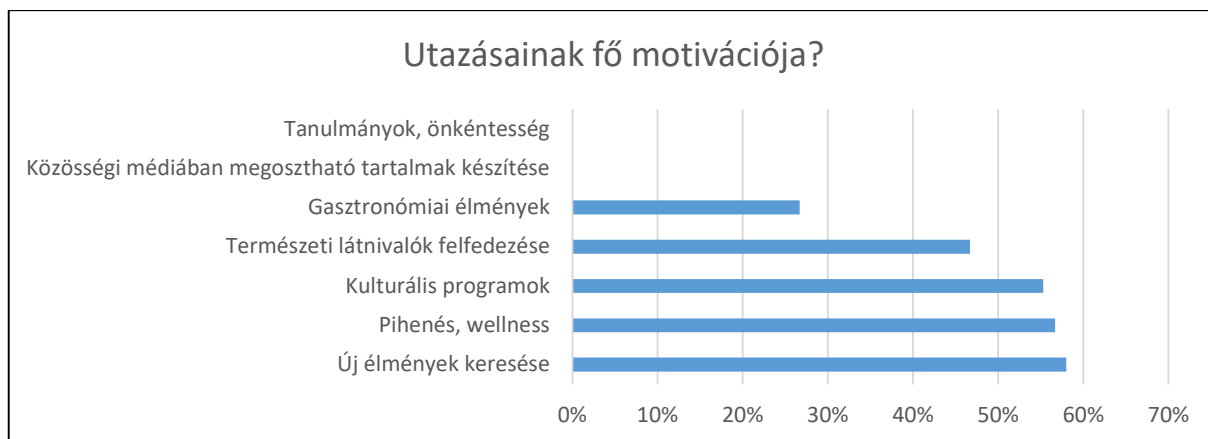
A következő kérdéssel a kitöltők utazásainak fő motivációit vizsgáltam meg. A kitöltések elemzése után kiderült, hogy a Z generáció tagjainak a legfőbb motivációja egy utazás során az új élmények keresése, továbbá a pihenés és wellness és a kulturális programok (27. ábra).



27. ábra: A Z generáció utazásainak fő motivációja

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generációnál kiderült, hogy szintén az új élmények keresése a legfőbb motiváció de már kevesebb mennyiségben mint a Z generációnál. Itt nagyobb mértékben (55,3%) jelenik meg a kulturális programok meglátogatása és a gasztronómiai élmények (26,7%), viszont eltűnik a tanulmányok és az önkéntesség és a közösségi médiában megosztható tartalmak készítése sem fontos számukra (28. ábra).

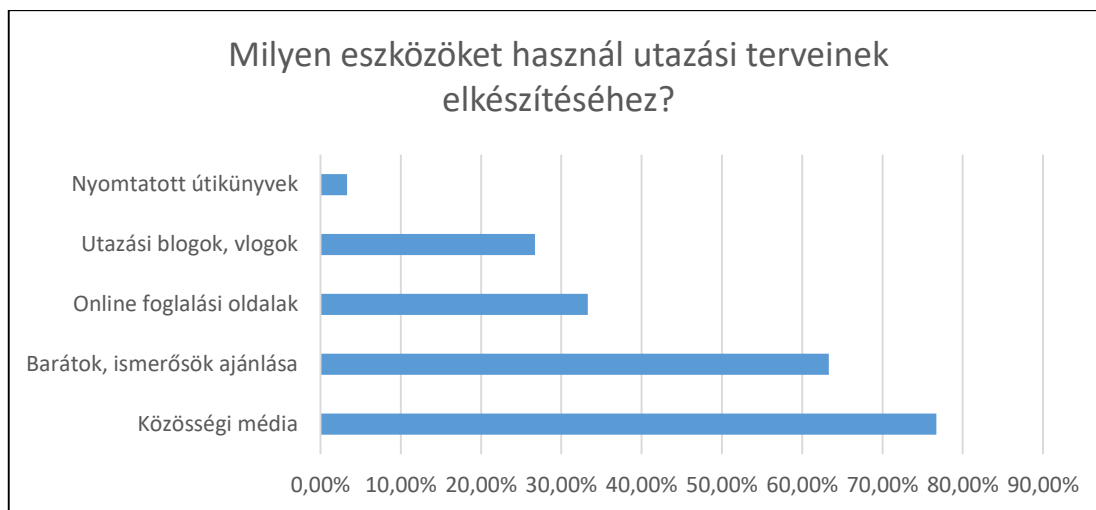


28. ábra: Az Y generáció utazásainak fő motivációja

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az elemzés után kiderült, hogy a két generáció utazásainak fő motivációja kicsit hasonló, mivel mind a Z mind az Y generációs kitöltők 80%-a az új élmények keresését emelte ki. A Z generáció viszont nyitottabb más élményekre is: 56,7%-uk a pihenést és wellneszt, 53,3%-uk a kulturális programokat és városnézést, 46,7%-uk a természeti látnivalók megtekintését is fontosnak tartja. Az Y generáció kicsit visszafogottabb érdeklődést mutat mivel csak 40%-uk vonzódik a természeti látnivalókhoz és 33,3%-uk preferálja a pihenést és wellneszt. Ezen információk alapján elmondható, hogy míg az új élmények iránti vágy közös, a Z generáció változatosabb motivációkkal utazik.

Szerettem volna megvizsgálni azt is, hogy milyen eszközöket használnak a kérdőívet kitöltött személyek az utazásaik megtervezéséhez. A Z generációnál kiderült, hogy legnagyobb mértékben (76,7%) a közösségi média segítségével (tiktok, instagram, youtube) tervezik meg az utazásaikat (29. ábra).



29. ábra: A Z generáció eszközei utazási terveinek elkészítéséhez

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generációnál inkább a barátok, ismerősök ajánlása dominál (76,7%). Kevesebbet használnak ilyen célokra a közösségi médiát és az utazási blogokat/vlogokat is, viszont kicsivel többet használnak nyomtatott útikönyveket (30. ábra).

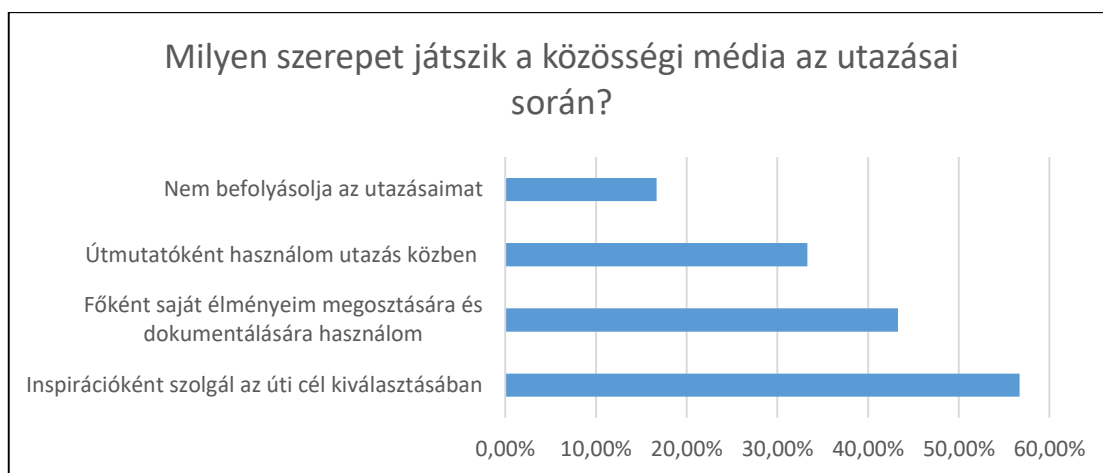


30. ábra: Az Y generáció eszközei utazási terveinek elkészítéséhez

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az utazások megtervezését illetően jól látható különbségek vannak. A Z generáció tagjai erősen támaszkodnak a digitális térre hiszen 76,7%-uk a közösségi médiát használja utazásainak megtervezésére. Ezzel szemben az Y generáció a személyes kapcsolatok részesíti előnyben mivel 76,7%-uk a barátok vagy ismerősök véleményét tartja fontosnak. Ez arra utal, hogy a Z generáció a digitálisabb és trendérzékenyebb forrásokból táplálkozik, míg az Y generáció a megbízható, személyes tapasztalatokra épít.

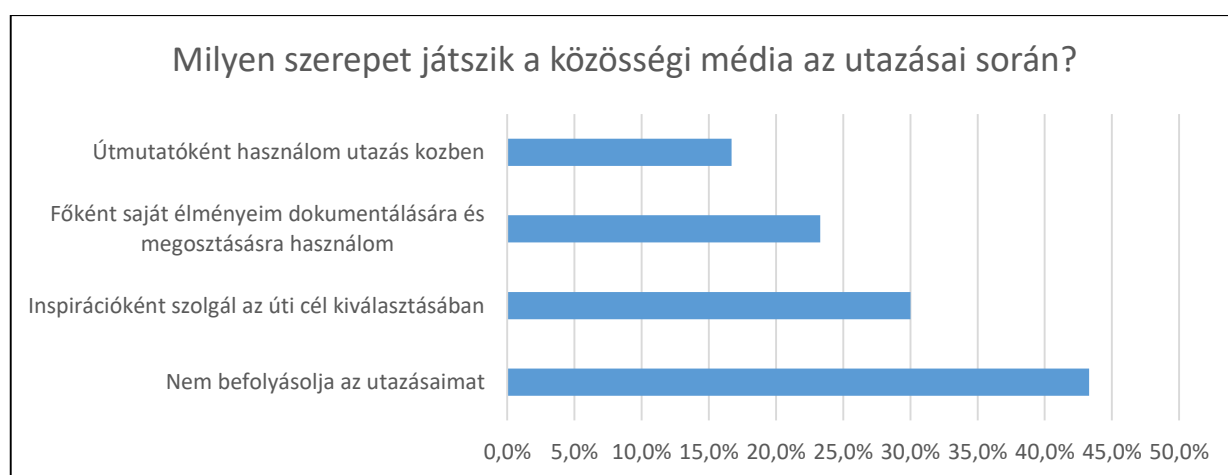
A következő dolog amit megvizsgáltam az az, hogy milyen szerepet játszik a közösségi média a két generáció utazásai során. A Z generációnál megfigyelhető (31. ábra) hogy legnagyobb mértékben (56,7%) inspirációként szolgál az úti cél kiválasztásában és ezt követik azok a kitöltők, akik a saját élményeik dokumentálására és megosztására használják (43,3%).



31. ábra: A közösségi média szerepe a Z generáció utazásai során

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generáció tagjai többségének nem befolyásolja az utazásait a közösségi média (43,3%) viszont kevesebb mértékben itt is megjelenik, hogy a saját élményeik dokumentálására és megosztására használják és az inspiráció is (32. ábra).

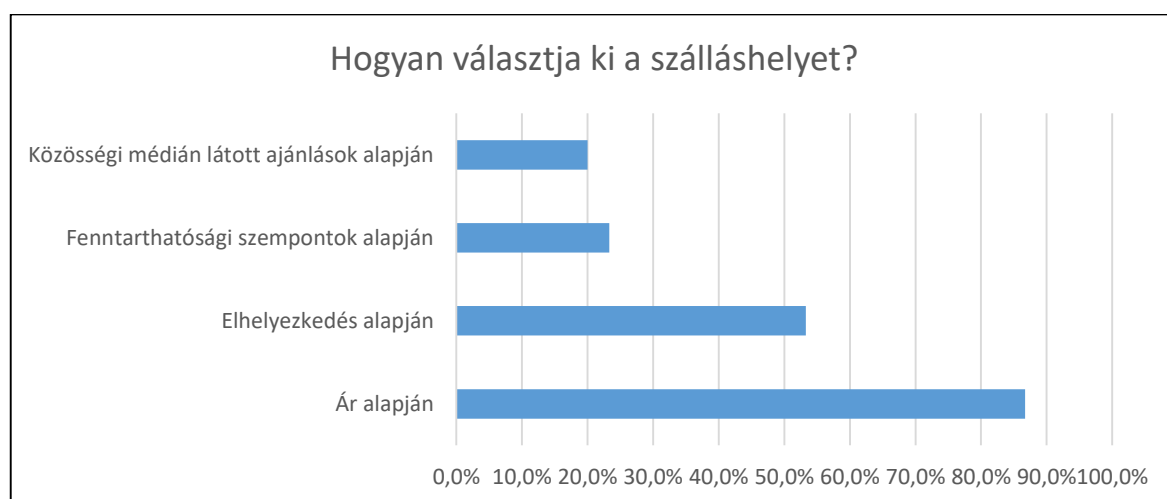


32. ábra: A közösségi média szerepe az Y generáció utazásai során

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az elemzés észrevehető különbségek vannak a közösségi média fontossága terén. A Z generáció számára nagy jelentőséggel bír. 56,7%-uk inspirációt merít belőle, 43,3%-uk a saját élményeit ossza meg és 33,3%-uk útmutatóként használja. Az Y generáció tagjainak nem igazán fontos a közösségi média, mivel a kitöltők 43,3%-nak nem befolyásolja az utazásait, csak 30%-uk merít belőle inspirációt és 23,3%-uk ossza meg róla az élményeit. Ez azt mutatja, hogy a Z generáció számára a közösségi média az utazások szerves része mivel tervezésre és az élmények megosztására is szívesen használják. Ezzel szemben az Y generáció nem gyakorolja ezt a digitális hatást.

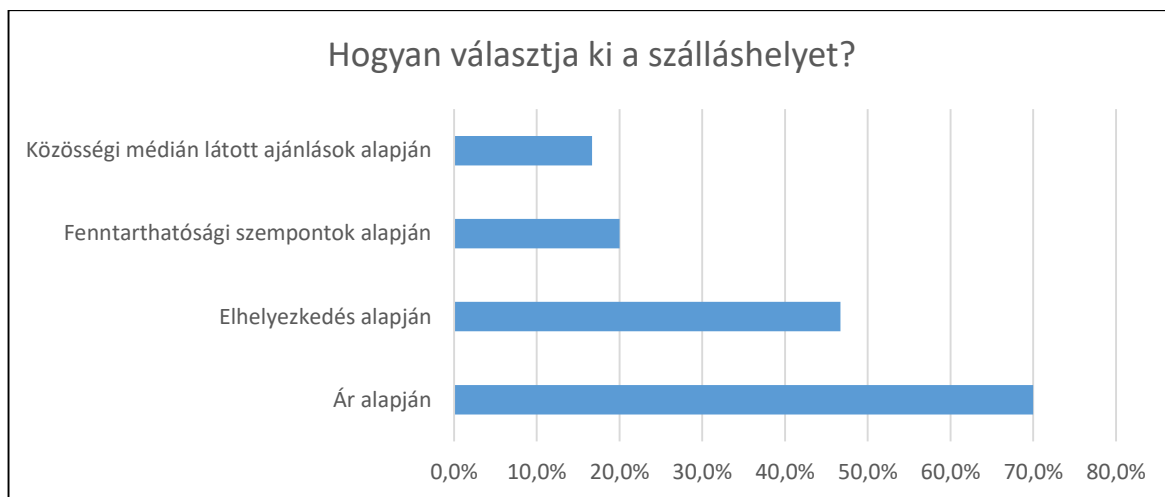
A következő megvizsgálandó dolog az az volt, hogy hogyan válassza ki a szálláshelyet. A Z generáció tagjainak 86,7%-a ár alapján válassza ki a szálláshelyet. Ezt követi az elhelyezkedés alapján 53,3%-kal (33. ábra).



33. ábra: A Z generáció szálláshely kiválasztásának szempontjai

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generációnál (34.ábra) kevesebb százalékkal szintén ár alapján válasszák ki legtöbbször a szálláshelyet (70%) és ugyanúgy ezt követi az elhelyezkedés alapján (46,7%).

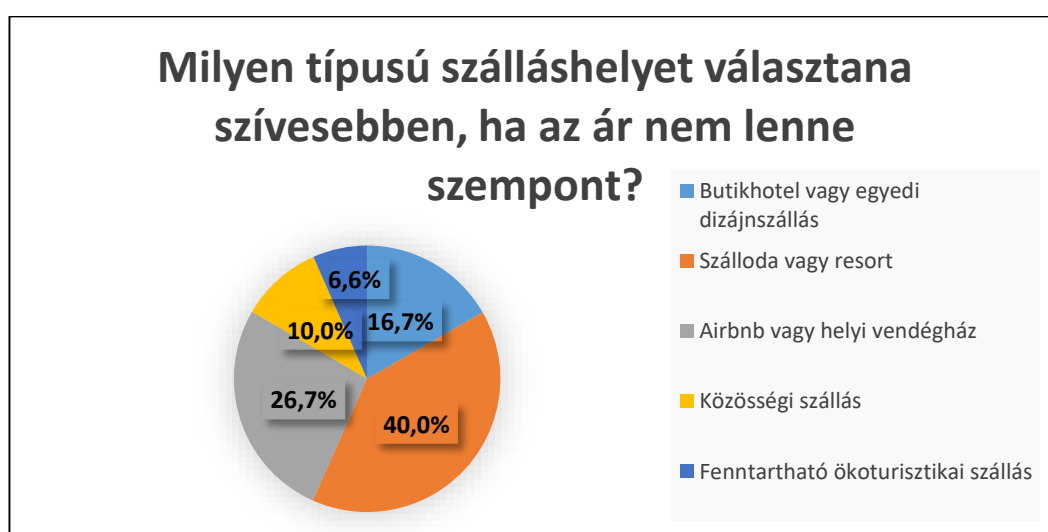


34. ábra: Az Y generáció szálláshely kiválasztásának szempontjai

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

A szálláshely kiválasztása mindkét generációnál az ár a legmeghatározóbb szempont, azonban a Z generáció tagjai ezt nagyobb arányban helyezik előtérbe. Az elhelyezkedés is fontos mindkét generáció számára, de itt is a Z generáció vezet az Y generációval szemben. A fenntarthatósági szempontok kisebb szerepet játszanak mindkét generációnál de itt szintén a Z generáció vezet. Ebből kifolyólag elmondható, a Z generáció valamennyivel érzékenyebb és tudatosabban választ szállást.

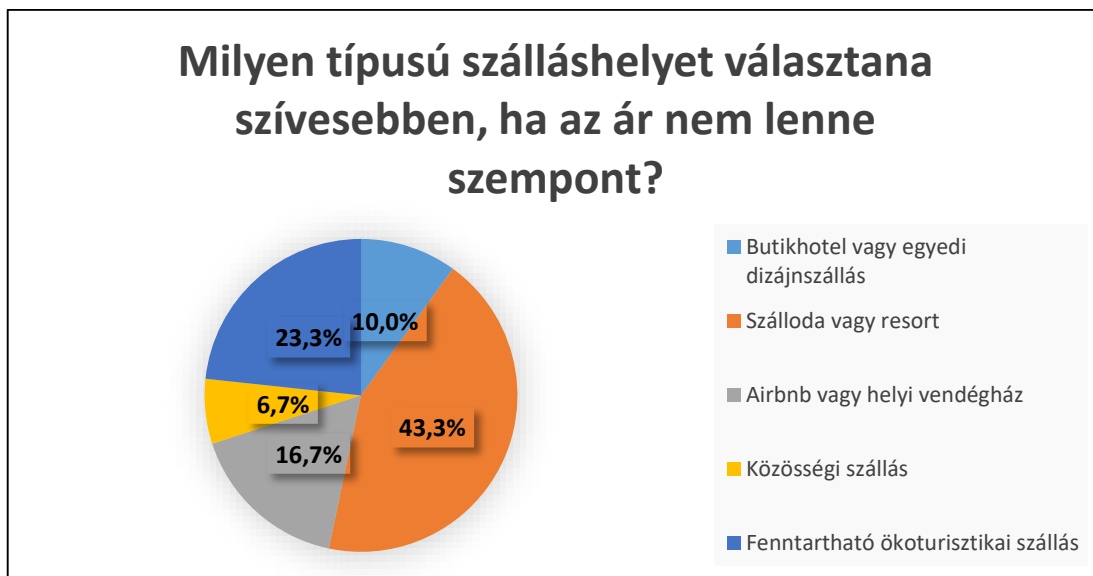
Következő kérdéssel szerettem volna megvizsgálni, hogy milyen típusú szálláshelyet választanának a kitöltők ha az ár nem lenne szempont. A Z generációnál megfigyelhető (35. ábra), hogy legtöbbször (40%) szállodát vagy resort-ot választanának.



35. ábra: A Z generáció szálláshely választása, ha az ár nem lenne szempont

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generáció esetében nincs nagy különbség, itt is a szálloda vagy resort dominál 43,3%-kal, továbbá itt nagyobb mennyiségben jelenik meg a fenntartható ökoturisztikai szállás is (36. ábra).

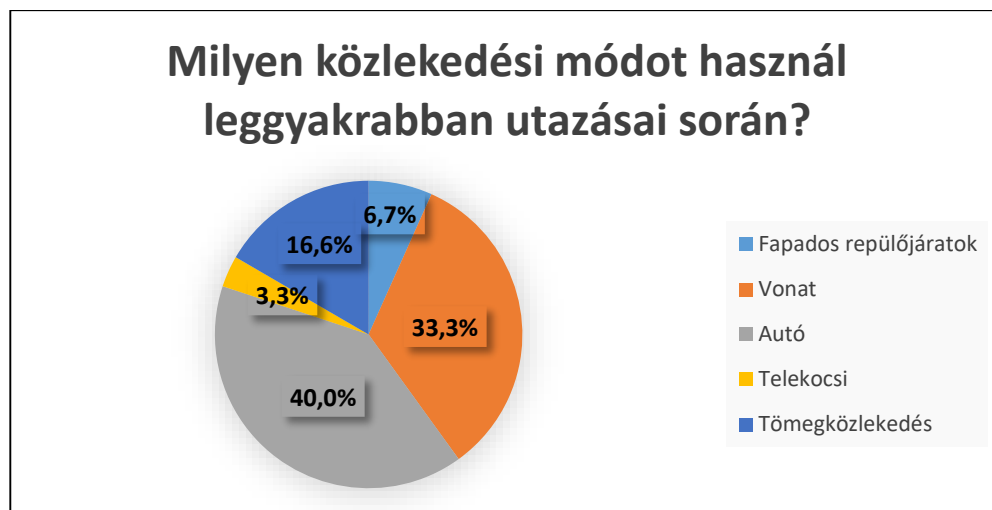


36. ábra: Az Y generáció szálláshely választása, ha az ár nem lenne szempont

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Mindkét generáció körében a szállodák és a resortok a legnépszerűbbek, ha az ár nem lenne szempont. A Z generáció második legkedveltebb szálláshelye az Airbnb vagy helyi vendégház (26,7%), míg az Y generáció esetében a fenntartható ökoturisztikai szállás van a második helyen (23,3%). A butikhotel vagy egyedi dizájnsház jobban jellemző a Z generáció számára, az Y generációnál nem mutat kiemelkedő érdeklődést. Ez arra utal, hogy a Z generáció tagjai sokkal nyitottabbak az egyedi élményekre. Ezzel szemben az Y generáció nagyobb hangsúlyt fektet a fenntarthatóságra.

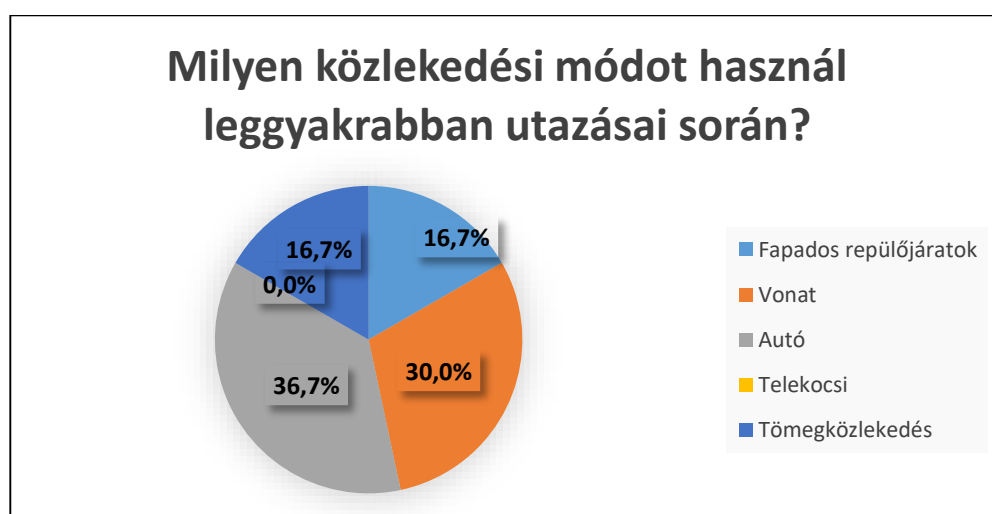
Szerettem volna megvizsgálni azt is, hogy milyen utazási eszközt preferálnak a kitöltők. A Z generációs személyek 40%-a az autót helyezi előnybe, aztán következik a vonat 33,3%-kal. A tömegközlekedés, repülő és telekocsi elenyésző mennyiségben vannak (37. ábra).



37. ábra: A Z generáció leggyakrabban használt közlekedési módjai

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generációnál is az figyelhető meg, hogy sokkal gyakrabban használnak autót és vonatot közlekedési eszközként egy utazás során. Viszont itt megfigyelhető, hogy többet vesznek igénybe fapados repülőjáratokat és tömegközlekedést (38. ábra).

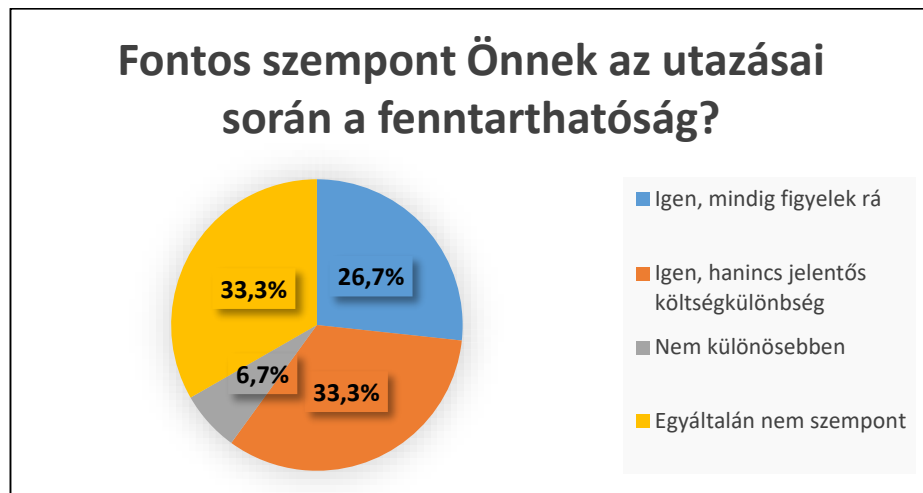


38. ábra: Az Y generáció leggyakrabban használt közlekedési módjai

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az utazásaik alatt mindkét generáció leggyakrabban autóval közlekedik, a Z generáció valamivel nagyobb arányban választja ezt az utazási módot. A vonat szintén népszerű mindkét csoportnál, a tömegközlekedés pedig azonos arányban jelenik meg. Viszont az Y generációnál megjelenik a fapados repülőjáratok igénybevétele, a Z generációnál viszont nem. Ez arra utalhat, hogy az Y generáció mobilitása szélesebb és nagyobb rugalmasságot mutat.

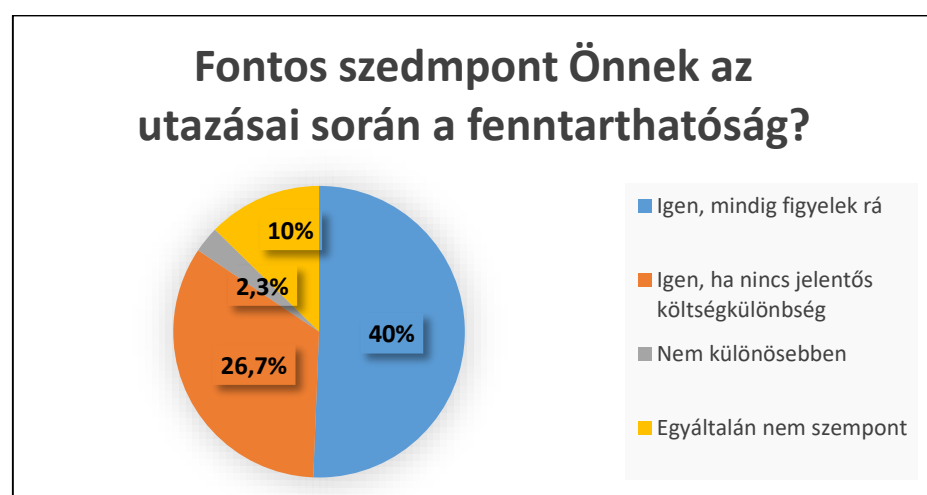
Megvizsgáltam azt is, hogy fontos-e a kitöltők számára a fenntarthatóság. A Z generáció tagjai esetében ez a vélemény megoszlik, mivel 33,3%-nak csak akkor fontos, amikor nincs jelentősebb költségkülönbség és 33,3%-nak pedig egyáltalán nem fontos (39. ábra).



39. ábra: A fenntarthatóság fontossága a Z generáció számára

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generáció ebben az esetben különbözik. A kitöltők 40%-nak fontos a fenntarthatóság és mindig figyel rá, és csak 26,7% figyel rá ha nincs jelentős költségkülönbség (40. ábra). Az személyek mindössze csak 10%-nak egyáltalán nem szempont a fenntarthatóság.

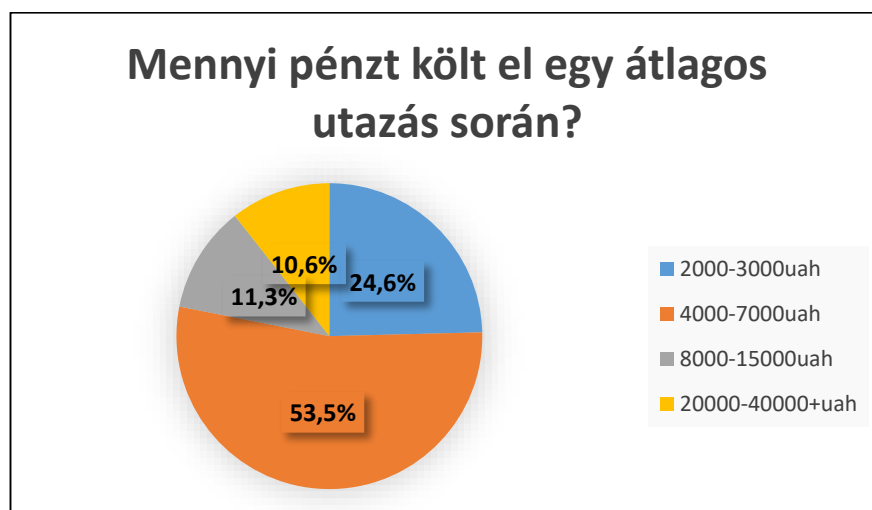


40. ábra: A fenntarthatóság fontossága az Y generáció számára

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az elemzés után kiderült, hogy a fenntarthatóság fontossága eltér a két generáció utazási szokásaiban. Az Y generáció körében 40%-uk mindig figyel a fenntarthatóságra, míg a Z generációnál ez az arány csak 26,7%. Továbbá a Z generáció tagjainak 33,3%-nak egyáltalán nem szempont ez a tényező, míg az Y generációnál ez mindössze csak 10%. Ezekből kifolyólag elmondható, hogy az Y egy környezettudatosabb csoport utazások során, míg a Z generáció inkább érzékenyebb és nem annyira fontos számukra a fenntarthatóság.

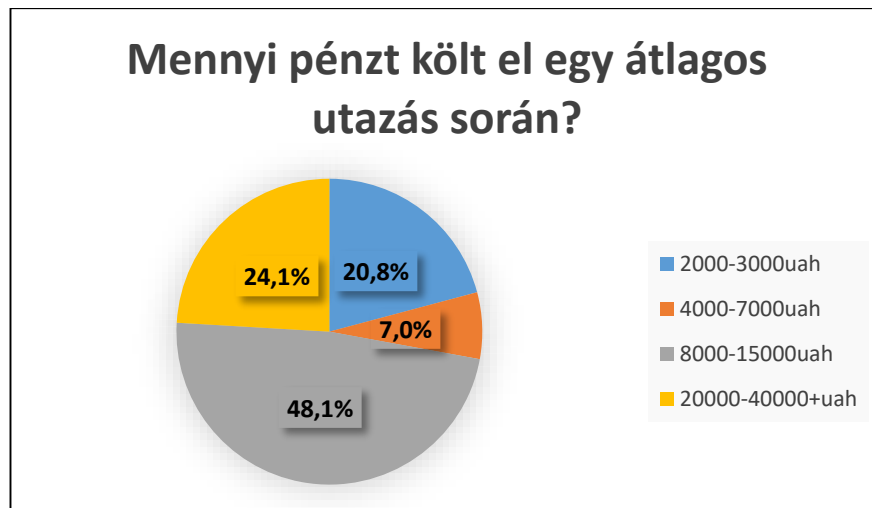
A következő kérdésem az volt, hogy mennyi pénzt költenek el egy átlagos utazás során. Sok értéket kaptam, ezért felosztottam a válaszlehetőségeket 4 csoportra: 2000-3000uah, 4000-7000uah, 8000-15000uah, 20000-40000+uah. Az elemzés után látható (41. ábra), hogy a Z generáció tagjainak többsége 4000-7000uah összegig költ egy átlagos utazásra.



41. ábra: A Z generáció költségei egy átlagos utazás során

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generáció kicsit más összegeket költ egy utazás során. A kérdőívet kitöltő személyek többsége 8000-15000uah összegig költenek és ezt követik azon személyek, akik 20000-40000+uah összegig költenek egy utazás során (42. ábra).

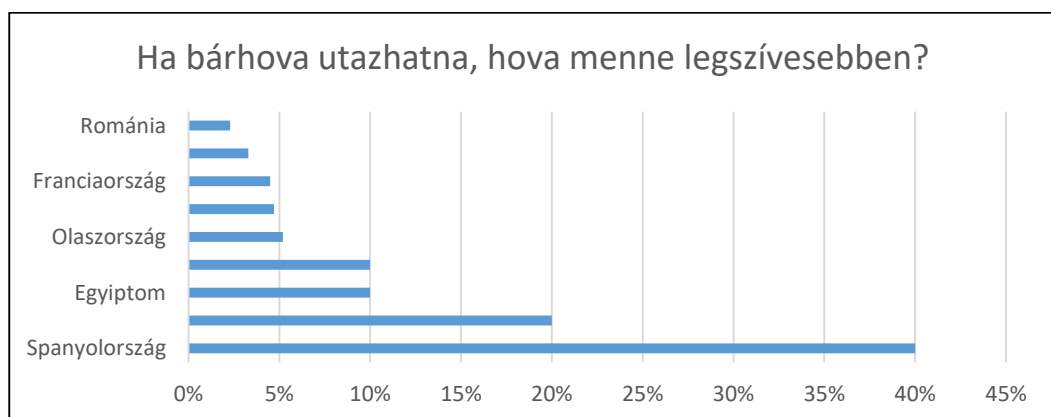


42. ábra: Az Y generáció költségei egy átlagos utazás során

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

A kiadások tekintetében egy utazás során jól látható különbségek vannak. A Z generáció nagy része (53,5%) 4000-7000uah közötti összeget jelölt meg. Az Y generáció tagjainak nagy része magasabb összeget 8000-15000uah jelölt meg. Ez azt jelenti, hogy az Y generáció többet költ az utazásokra, míg a Z generáció inkább a középkategóriás vagy alacsonyabb árú utazásokat preferálja

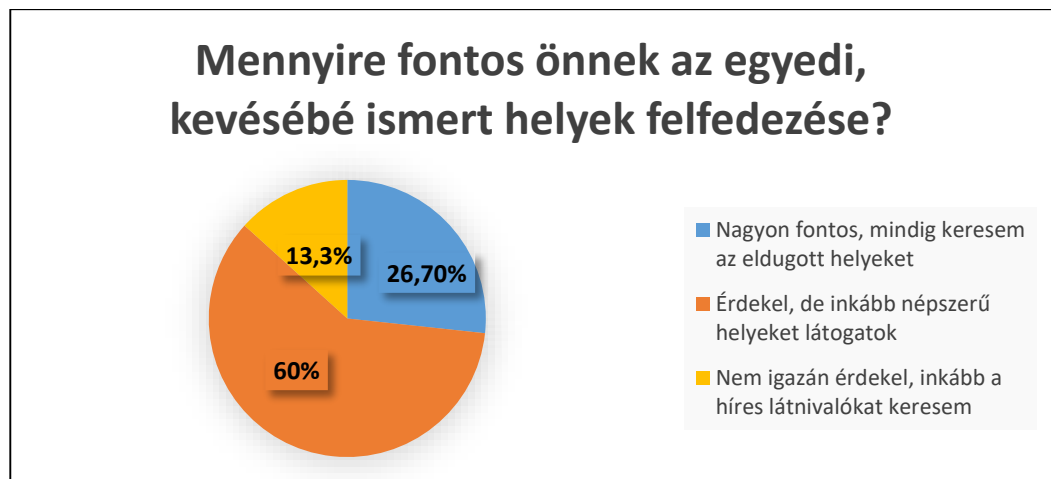
Megvizsgáltam, hogy ha bármerre utazhatnának, akkor hova mennének a legszívesebben a válaszadók. Az elemzések után szinte ugyan azokat az országokat kaptam mindkét generáció esetén. A válaszadók 40%-a Spanyolországba szeretne utazni. Ezt követi Görögország 20%-kal, Egyiptom 10%-kal, Törökország szintén 10%-kal. További országok: Franciaország 4,5%, Horvátország 3,3%, USA 4,7%, Olaszország 5,2%, Románia 2,3% (43. ábra).



43. ábra: Célterületek ahova szívesen utaznának a kérdőívet kitöltő személyek

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

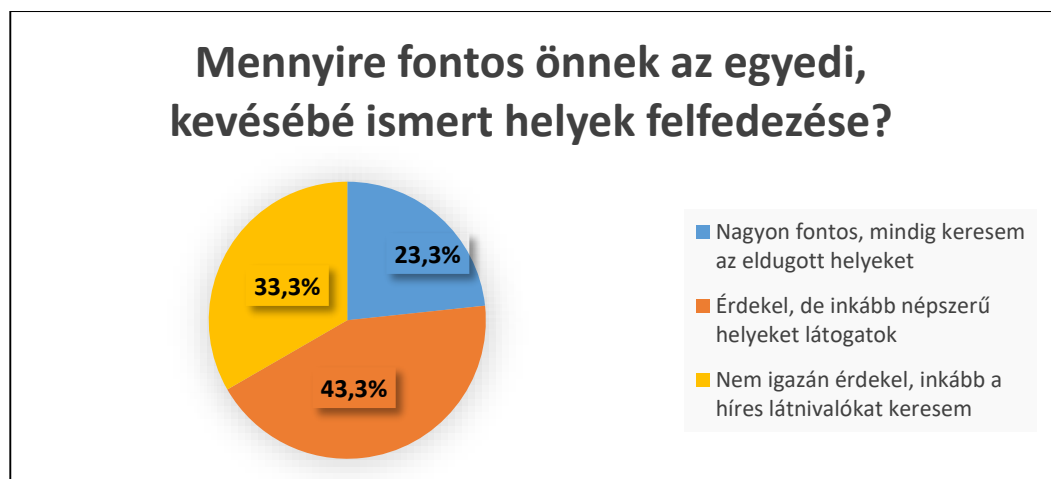
A következő kérdéssel azt vizsgáltam meg, hogy mennyire fontos a Z és az Y generáció tagjainak az egyedi kevésbé ismert helyek felfedezése. Az elemzés után látható (44. ábra), hogy a Z generációt érdeklik az ilyen helyek, de akkor is inkább a jobban ismert, népszerűbb helyekre utaznak. A kitöltők mindössze 26,7%-nak fontosak az ilyen helyek és keresik őket (44. ábra).



44. ábra: A kevésbé ismert helyek felfedezésének fontossága a Z generáció számára

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generáció esetében is látható (45. ábra), hogy a legtöbb válaszadót érdekli a kevésbé ismert helyek felfedezése, de akkor is inkább a népszerű helyeket látogatja akárcsak a Z generáció tagjai. Viszont itt sokkal nagyobb mértékben jelennek meg azok a személyek, akiket egyáltalán nem vonzanak az eldugottabb helyek és inkább a híres látnivalókat keresik.

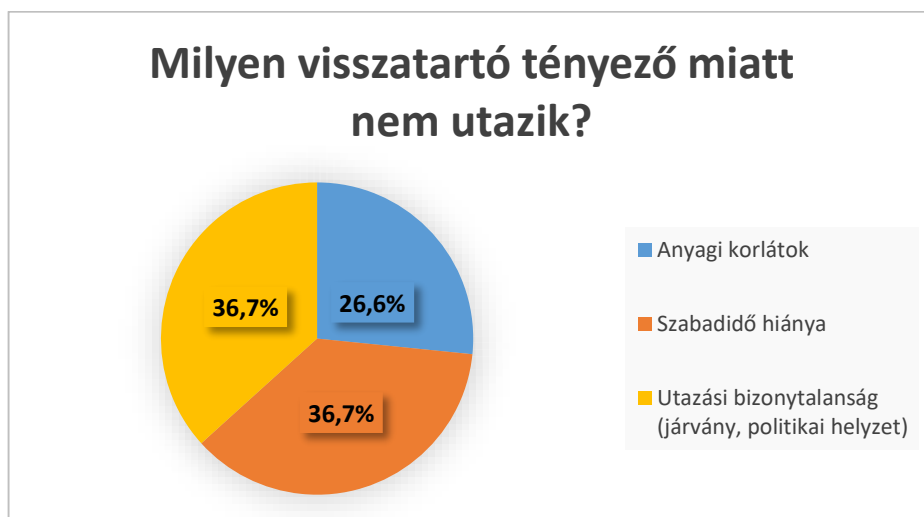


45. ábra: A kevésbé ismert helyek felfedezésének fontossága a Y generáció számára

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az elemzés után kiderült, hogy a kevésbé ismert helyek iránti érdeklődés mindkét generációnál jelen van. A Z generáció 60%-a nyitott a kevésbé ismert helyek felfedezésére de akkor is inkább a népszerűbb látnivalókat részesíti előnyben. Az Y generációnál ez az arány kevesebb, 43,3%. Viszont az Y generáció nagyobb részének egyáltalán nem fontos az ilyen helyek meglátogatása, míg a Z generációnál ez az arány kisebb. Tehát a Z generáció nyitottabb az ilyen helyek felfedezésére, míg az Y generáció nagyobb része az ismert látnivalókhoz ragaszkodik.

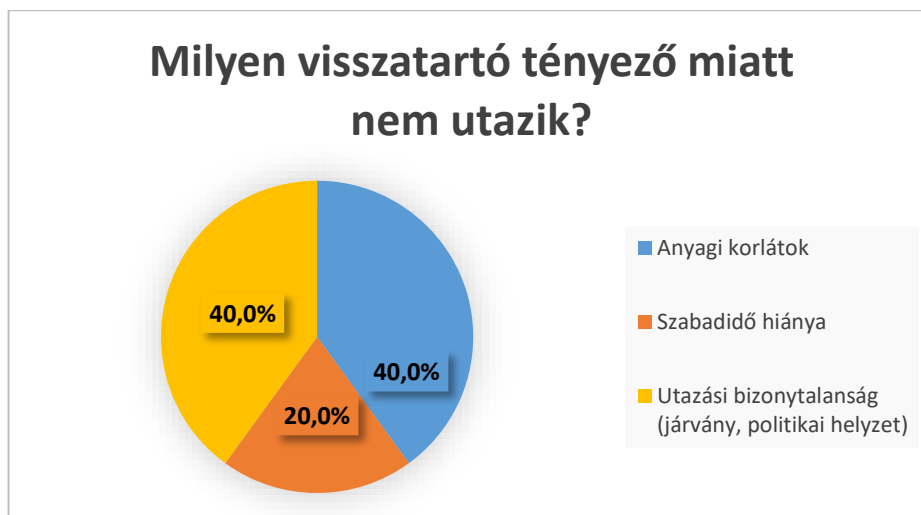
Az utolsó kérdés segítségével megvizsgáltam, hogy milyen visszatartó tényezők miatt nem utaznak a válaszadók. Az elemzés után kiderült, hogy a Z generáció tagjai utazási bizonytalanság (járvány, politikai helyzet) miatt és szabadidő hiánya miatt nem utaznak (46.ábra).



46. ábra: A Z generáció tagjainak utazásait gátló tényezők

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az Y generáció esetében nem nagy változások vannak. Ugyan úgy dominál az utazási bizonytalanság az utazást gátló tényezőknél, mint a Z generációnál. Az Y generáció tagjainak a többsége inkább anyagi korlátok miatt és nem szabadidő hiánya miatt nem utazik (47. ábra).



47. ábra: Az Y generáció tagjainak utazásait gátló tényezők

(Forrás: Saját szerkesztés, 2025)

Az utazást gátló tényezők nem nagy mértékben térnek el egymástól a két generációnál. A Z generáció körében az utazási bizonytalanság és a szabadidő hiánya egyaránt jelenik meg leggyakoribb akadályként, míg az anyagi korlátok kevésbé meghatározók. Viszont az Y generációnál már jelentős mértékben jelenik az anyagi korlátok, mint visszatartó tényező és szintén nagy mértékben jelenik meg az utazási bizonytalanság. Ez azt jelenti, hogy a Z generáció főként szabadidő hiánya és utazási bizonytalanság miatt nem utazik, míg az Y generáció szintén az utazási bizonytalanság miatt nem utazik de itt már nagy szerepet játszik az anyagi korlátok is.

KÖVETKEZTETÉS

A kutatás az Y és Z generáció között különbségeket, de pontokon hasonlóságokat is mutatott. A két generáció utazási szokásai között a legnagyobb különbség a szemléletmódban rejlik. Az Y generáció tagjai tudatos felfedezőként indulnak útra és az élményeket a gasztronómiai, kulturális vagy természeti adottságokban keresik. A Z generáció tagjai pörgős, dinamikus, impulzív kalandokra vágyó személyek, akik intenzíven szeretnék élményeket gyűjteni támaszkodva a digitális világra.

Az utazások megtervezését illetően erős generációs különbségek mutatkoznak. A Z generáció elsősorban a közösségi médiát használja, hogy inspirációt merhessen és az utazás megszervezéséhez használja azt, míg az Y generáció inkább a barátok és ismerősök ajánlására támaszkodik. Ami még a közösségi médiát illeti, a Z generáció számára fontos, hogy a saját élményeiket, tapasztalataikat vagy esetleg tartózkodásukat megosszák másokkal. Az Y generációnál ez már nem annyira fontos szempont. A szállás kiválasztásánál mindkét generációnál fontos az ár. Ha az ár nem lenne szempont, akkor mindkét generáció szívesen választana szállodát vagy resortot, de az Y generáció tagjai nyitottak akár a fenntartható ökoturisztikai szállások felé is.

Az utazási eszközök kiválasztásánál nincs számottevő különbség. Mindkét csoport az autót helyezi előnybe legyen az saját vagy bérelt. A fenntarthatóságnál viszont van különbség. Az Y generáció tagjainak 40%-nak fontos a fenntarthatóság, míg a Z generáció nagy része csak akkor foglalkozik vele, ha nincs jelentős költségkülönbség vagy egyáltalán nem fontos a számukra. Továbbá az Y generáció többet hajlandó költeni egy-egy utazás során mint a Z.

Ami érdekes volt számomra, hogy az úti célok tekintetében nincs nagy különbség a két generáció között. Nagyjából ugyan azokat a desztinációkat választotta mindkét csoport.

Végezetül elmondható, hogy az Y generáció utazásaiban a tapasztalat és a minőségi élmények szerzése dominál, míg a Z generációra a dinamikus utazások, gyors döntéshozatal és digitálisan inspirált utazási forma a jellemző.

ÖSSZEGZÉS

Szakedolgozatom témája az „Y” és „Z” generációk utazási szokásainak összehasonlító elemzése kérdőíves felmérés alapján a Nagyberegi mikrorégió példáján. A mikrorégióban élő Y és Z generációs személyek utazási szokásairól és a Nagyberegi mikrorégióról elég anyagot gyűjtöttem, ezáltal sokkal több mindent tudok a helyről ahol jómagam is élek. Munkám célja az volt, hogy megvizsgáljam, és aztán összehasonlítsam a mikrorégióban élő Y és Z generációknak az utazási szokásait.

Az első fejezetben a Nagyberegi mikrorégióval foglalkoztam. Elsősorban szakirodalmi áttekintés alapján megvizsgáltam, hogy mi is az a mikrorégió. Ezt követte a Nagyberegi mikrorégió bemutatása. Itt bemutatásra került a 3 település, Kígyós, Nagybereg és Újfalu, amelyek ehhez a térséghez tartoznak. A szakirodalmi feldolgozásnak hála sok új dolgot tudtam meg a 3 településről és be is tudtam mutatni azokat. Rájöttem, milyen gazdak történelmi múlttal rendelkezik ez a mikrorégió és hogy nem is olyan kevés turisztikai erőforrással rendelkezik.

A második fejezetben a generációk bemutatására került sor. Szintén a szakirodalmi feldolgozásnak hála új dolgokat tudtam meg. Bemutattam a generációk típusai, sajátosságait és a közöttük lévő különbségeket.

A harmadik fejezet a kutatási módszertan. Itt részletesen körbeírtam, hogy milyen kutatási módszereket használtam a kutatásom elvégzéséhez.

A negyedik fejezetben kutatásom eredményeit elemeztem ki. Egy online kérdőívet készítettem a Google Forms segítségével, amely 20 kérdésből állt. A kérdőív kitöltéséhez 80 ember járult hozzá.

Összegzésként elmondhatom, hogy az Y és Z generáció utazási szokásai között egyaránt találhatók hasonlóságok és eltérések. Bár mindkét generáció szívesen utazik, a motivációjuk és az utazásiknak a jellege eltérőek. A Z generáció gey sokkal dinamikusabb és kalandra vágyó társaság, aki gyakrabban utazik és a rövid kiruccanások mellett a hosszabb nyaralásokba is belevág. Az Y generáció tagjai ritkábban és rövidebb időre utaznak. A közösségi média hatással van a Z generáció utazásaira, mivel innen merítenek inspirációt ennek segítségével tervezik meg utazásaikat. Továbbá fontos számukra a saját élményeik és tapasztalataik megosztása más emberekkel a közösségi médián keresztül. Az Y generáció esetében a közösségi média nem játszik nagy szerepet. Számukra fontosabb a minőséges időtöltés és nem igazán osszák meg a világgal, hogy éppen hova utaznak. Az utazásaik megtervezésénél is inkább barátok vagy

ismerősök ajánlására támaszkodnak. Megfigyelhető, hogy az úti célok kiválasztásában van hasonlóság. Mindkét generáció ugyan abba az országokba vágyik. A szállásválasztásnál is megfigyelhető hasonlóságok, például mindkét generáció árérzékeny, viszont az Y generáció jobban tart igényt a fenntarthatóságra.

Úgy gondolom kutatásomat sikeresen elvégeztem, a kitűzött célokat elértem. Jelentős adatokat kaptam a Nagyberegi mikrorégióban élő Y és Z generációk utazási szokásairól, bemutattam és összehasonlítottam őket. Ezek az eredmények hasznosak lehetnek a turizmus különböző területein, elősegítve egy célzott és hatékony turisztikai stratégiai tervezést.

РЕЗЮМЕ

Тема моєї кваліфікаційної роботи **порівняльний аналіз досвіду подорожування поколінь «у» та «z» мешканців Великоберезького мікрорегіону (берегівський район) на основі анкетного опитування**. Я зібрав достатньо матеріалу про досвід подорожування людей покоління Y та Z, які проживають у Великоберезькому мікрорегіоні, тому я знаю набагато більше про місце де я живу. Метою моєї роботи було дослідити та порівняти звички подорожування поколінь Y та Z які проживають у даному мікрорегіоні.

У першому розділі я розглянув Великоберезький мікрорегіон. Я дослідив що таке мікрорегіон, переважно на основі огляду літератури. Після цього відбулася презентація Великоберезького мікрорегіону. Тут представлені 3 поселення, які належать до цього мікрорегіону: Кідьош, Великі Береги, Берегуйфалу. Завдяки огляду літератури я дізнався багато нового про ці три поселення та зміг їх презентувати. Я зрозумів, яке багате історичне минуле має цей мікрорегіон і що в ньому те так вже й мало туристичних ресурсів.

У другому розділі наведена інформація про різні покоління, на основі огляду різної літератури. Я дізнався багато чого нового про покоління теж завдяки огляду різної літератури. Я представив типи поколінь, їхні характеристики та відмінності між ними.

Третій розділ це методи дослідження, в якому я описав детально методи, які я використовував для свого дослідження.

У четвертому розділі я проаналізував результати свого дослідження. Я створив онлайн анкету за допомогою Google Forms, яка складалася з 20 запитань. 80 осіб долучилося до заповнення анкети.

Як підсумок можу сказати, що між досвідом подорожування у цих двох поколінь є як подібності, так і відмінності. Хоча обидва покоління люблять подорожувати, їхня мотивація та характер зовсім різні. Покоління Z набагато динамічніша та авантюрішша група, яка частіше подорожує та бере довгі відпустки окрім коротких поїздок. Представники покоління Y подорожують рідше та на коротші періоди часу. Соціальні мережі впливають на подорожі покоління Z, оскільки вони беруть з них натхнення та використовують для планування своїх подорожей. Крім того, для них важливо ділитися власним досвідом та знаннями з іншими людьми через соціальні мережі. Для покоління

Y соціальні мережі не відіграють великої ролі. Для них важливіше якісне проведення часу і вони не дуже діляться зі світом тим, куди подорожують. Плануючи свої подорожі вони швидше за все покладаються на рекомендації своїх друзів чи знайомих. Можна помітити, що є схожість у виборі туристичних напрямків. Обидва покоління прагнуть поїхати до тих самих країн. Подібності також можна спостерігати у виборі житла, наприклад обидва покоління чутливі до цін, але покоління Y має більший попит на сталий розвиток.

Я вважаю, що успішно завершив своє дослідження та досяг поставлених цілей. Я отримав значні дані про звички подорожування поколінь Y та Z, що проживають у Великоберезькому мікрорегіоні, представив їх та порівняв. Ці результати можуть бути корисними в різних сферах туризму, сприяючи цілеспрямованому та ефективному стратегічному плануванню туризму.

IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalmi források:

1. Dajka Imre, Papp Endréné, Varga Matild, Vass Ottó 2005; Közös útjaink, fejezetek két testvértelepülés életéből. Kiadó: Tiszarád Község Önkormányzata, Tiszarád
2. Tarpai József 2021; Kárpátalja magyar szemmel. Shark Kft. Beregszász-Ungvár
3. Lehoczky T.:Beregvármegye monográfiája. III. Ungvár: Nyomatott Pollacsek Miksa Könyvnyomdájában, 1881.
4. Szuprunenko O.: A beregszászi járás építészeti, történelmi, és természeti értékei. Beregszász: „Tiszta Bereg” Szociális- Ökológiai Civil Szervezet, 2013.
5. Lehoczky T.: Bereg vármegye. Bp-Beregszász: Hatodik Síp Alapítvány- Mandátum, 1996.
6. Szamborovszkyné Nagy Ibolya 2024: Nagybereg Krónikája. Kismonográfia. Beregszász Ungvár „RIK-U” Kft, 2024.
7. Sebestyén Zsolt, 2003: Beregvidéki helységnevek. Nyelvtani erősítő.
8. Dr. Töröcsik Mária, 2013: Irdoalmi áttekintés a Z generációról. Pécsi Tudományegyetem. Pécs 2013.

Szóbeli adatközlő

1. Vass Ottó-kígyósi lakos

Internetes források

1. <http://kmmi.org.ua/regiok/telepulesek/beregszaszi-jaras/kigyos> (Letöltés ideje: 2025)
2. <https://www.sasspince.com.ua/> (Letöltés ideje: 2025)
3. www.varak.hu/latnivalo/index/1850-Nagybereg-Bereg-vara/ (Letöltés ideje: 2025)
4. <https://www.karpataljainepfoiskola.hu/nagybereg-reformatus-templom/> (Letöltés ideje: 2025)
5. <https://karpatalja.ma/sorozatok/karpatalja-anno/karpatalja-anno-beregujfalu/> (Letöltés ideje: 2025)
6. <http://www.karpatalja.com.ua/kmksz/hir259.html> (Letöltés ideje: 2025)
7. <https://karpatalja.ma/sorozatok/karpatalja-anno/karpatalja-anno-beregujfalu/> (Letöltés ideje: 2025)
8. <https://kmmi.org.ua/cikkek/hirek/beregujfalu-reformatus-temploma> (Letöltés ideje: 2025)

9. <https://motivormagazin.hu/pszichologia/az-y-generacio-jellemzoi-es-problemai/> (Letöltés ideje: 2025)

MELLÉKLETEK

Kérdőív

1. Neme?

- a) Férfi
- b) Nő

2. Melyik generációhoz tartozik?

- a) Y generáció (1980–1995)
- b) Z generáció (1996–2010)

3. Iskolai végzettsége?

- a) Középfokú (érettségi)
- b) Felsőfokú (diploma)
- c) Jelenleg tanuló (középiskola vagy egyetem)

4. Milyen nyelveket beszél?

Nyelv	Anyanyelvi	Felsőfokú	Középfokú	Alapfokú
Magyar	☐	☐	☐	☐
Angol	☐	☐	☐	☐
Német	☐	☐	☐	☐
Egyéb: _____	☐	☐	☐	☐

5. Milyen foglalkozási csoportba sorolná magát?

- a) Diák / Tanuló
- b) Aktív kereső
- c) Munkanélküli
- d) Egyéb: _____

6. Szeret utazni?

- a) Igen
- b) Nem

7. Milyen gyakran utazik?

- a) Havonta

- b) Évente többször
- c) Évente egyszer
- d) Ritkábban

8. Milyen utazási formát részesít előnyben?

- a) Hosszabb nyaralás (több mint egy hét)
- b) Rövid kiruccanás (1-3 nap)
- c) Hátizsákos utazás
- d) Luxus vagy wellness utazás
- e) Külföldi tanulmányi programok / Erasmus+ /

9. Utazásainak fő motivációja?

- a) Új élmények keresése
- b) Közösségi médiában megosztható tartalmak készítése
- c) Természeti látnivalók felfedezése
- d) Kulturális programok, városnézés
- e) Gasztronómiai élmények
- f) Pihenés, wellness
- g) Tanulmányok, önkéntesség, munka

10. Milyen eszközöket használ utazási terveinek elkészítéséhez?

- a) Közösségi média (Instagram, TikTok, YouTube)
- b) Utazási blogok, vlogok
- c) Online foglalási oldalak (pl. Booking)
- d) Barátok, ismerősök ajánlásai
- e) Nyomtatott útikönyvek
- f) Egyéb: _____

11. Milyen szerepet játszik a közösségi média az utazásai során?

- a) Inspirációként szolgál az úti cél kiválasztásában
- b) Útmutatóként használom utazás közben (pl. TikTok, YouTube)
- c) Főként a saját élményeim dokumentálására és megosztására használom
- d) Nem befolyásolja az utazásaimat

12. Hogyan választja ki a szálláshelyét?

- a) Ár alapján
- b) Elhelyezkedés alapján

- c) Közösségi médián látott ajánlások alapján
- d) Fenntarthatósági szempontok alapján
- e) Egyéb: _____

13. Milyen típusú szálláshelyet választana szívesebben, ha az ár nem lenne szempont?

- a) Butikhotel vagy egyedi dizájnsház
- b) Szálloda vagy resort
- c) Airbnb vagy helyi vendégház
- d) Közösségi szállás (pl. hostel)
- e) Fenntartható ökoturisztikai szállás

14. Milyen közlekedési módot használ leggyakrabban utazásai során?

- a) Fapados repülőjáratok
- b) Vonat (Interrail, MÁV, stb.)
- c) Autó (saját vagy bérelt)
- d) Telekocsi
- e) Tömegközlekedés (busz, villamos, metró)
- f) Egyéb: _____

15. Fontos szempont Önnek az utazásai során a fenntarthatóság?

- a) Igen, mindig figyelek rá
- b) Igen, ha nincs jelentős költségkülönbség
- c) Nem különösebben
- d) Egyáltalán nem szempont

16. Mennyi pénzt költ el egy átlagos utazás során? (HUF, EUR vagy UAH megadásával)

17. Utazási tervei a jövőre nézve?

- a) Konkrét utazási terveim vannak
- b) Nincsenek konkrét terveim, de szeretnék utazni
- c) Jelenleg nem tervezek utazást

18. Ha bárhova utazhatna, hova menne legszívesebben? (Ország vagy város megnevezése)

19. Mennyire fontos Önnek az egyedi, kevésbé ismert helyek felfedezése?

- a) Nagyon fontos, mindig keresem az eldugott helyeket

- b) Érdekel, de inkább népszerű helyeket látogatok
- c) Nem igazán érdekel, inkább a híres látnivalókat keresem

20. Ha nem utazik annyit, mint szeretne, mi a visszatartó tényező?

- a) Anyagi korlátok
- b) Szabadidő hiánya
- c) Nyelvtudás hiánya
- d) Utazási bizonytalanság (pl. járvány, politikai helyzet)
- e) Egyéb: _____

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra: Kígyós település	8
2. ábra: A falu református temploma	10
3. ábra: A harangtorony	11
4. ábra: A borkóstoló terem	12
5. ábra: A tájház épülete	14
6. ábra: Az év tájháza kitüntetés emblémája.....	15
7. ábra: A botanikus kert.....	15
8. ábra: A templom belseje	16
9. ábra: A falus református temploma	17
10. ábra: A liceum központi tanulmányi épülete	18
11. ábra: A liceum egykori étkezdéjeként szolgáló családi ház	18
12. ábra: A pár évig fiúkollégiumként használt épület	19
13. ábra: Az egykor leány- majd fiúkollégiumként használt családi ház	19
14. ábra: Beregújfalu névtáblája	20
15. ábra: A sztálinizmus áldozatainak állított emlékmű	22
16. ábra: Beregújfalu refotmátus temploma	23
17. ábra: A kérdőívet kitöltők nemi összetétele.....	29
18. ábra: A válaszadók generáció szerinti megoszlása	30
19. ábra: Iskolai végzettsége?	30
20. ábra: A válaszadók nyelvtudásának felmérése	31
21. ábra: A válaszadók foglalkoztatási csoportba való besorolása	32
22. ábra: Szeret utazni?	32
23. ábra: A Z generáció utazásainak gyakorisága.....	33
24. ábra: Az Y generáció utazásainak gyakorisága	33
25. ábra: A Z generáció előnyben részesített utazási formái	34
26. ábra: Az Y generáció előnyben részesített utazási formái	34
27. ábra: A Z generáció utazásainak fő motivációja.....	35
28. ábra: Az Y generáció utazásainak fő motivációja	36
29. ábra: A Z generáció eszközei utazási terveinek elkészítéséhez	37
30. ábra: Az Y generáci eszközei utazási terveinek elkészítéséhez.....	37
31. ábra: A közösségi média szerepe a Z generáció utazásai során.....	38

32. ábra: A közösségi média szerepe az Y generáció utazásai során	38
33. ábra: A Z generáció szálláshely kiválasztásának szempontjai.....	39
34. ábra: Az Y generáció szálláshely kiválasztásának szempontjai	40
35. ábra: A Z generáció szálláshely választása ha az ár nem lenne szempont	40
36. ábra: Az Y generáció szálláshely választása ha az ár nem lenne szempont	41
37. ábra: A Z generáció leggyakrabban használt közlekedési módjai	42
38. ábra: Az Y generáció leggyakrabban használt közlekedési módjai.....	42
39. ábra: A fenntarthatóság fontossága a Z generáció számára.....	43
40. ábra: A fenntarthatóság számára az Y generáció számára.....	43
41. ábra: A Z generáció költségei egy átlagos utazás során	44
42. ábra: Az Y generáció költségei egy átlagos utazás során	45
43. ábra: Célterületek ahova szívesen utaznának a kérdőívet kitöltő személyek	45
44. ábra: A kevésbé ismert helyek felfedezésének fontossága a Z generáció számára	46
45. ábra: A kevésbé ismert helyek felfedezésének fontossága az Y generáció számára	46
46. ábra: A Z generáció tagjainak utazásait gátló tényezők	47
47. ábra: Az Y generáció tagjainak utazásait gátló tényezők	48

Nyilatkozat

Alulírott Illés Tamás, turizmus szakos hallgató kijelentem, hogy szakdolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Földrajz és Turizmus Tanszéken készítettem turizmus diploma megszerzése céljából.

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

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

Звіт подібності

метадані

Назва організації

Hungarian College of Higher Education Ferenc Rakoczi II Transcarpathian

Заголовок

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ДОСВІДУ ПОДОРОЖУВАННЯ ПОКОЛІНЬ «Y» ТА «Z» МЕШКАНЦІВ ВЕЛИКОБЕРЕЗЬКОГО МІКРОРЕГІОНУ (БЕРЕПВСЬКИЙ РАЙОН) НА ОСНОВІ АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ

Автор

Науковий керівник / Експерт

ІЛЛЕЙШ ТОМАШ БЕЙЛОВИЧ Стефан Молнар Д.

підрозділ

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці ІІ

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

25
Довжина фрази для коефіцієнта подібності 211282
Кількість слів94135
Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		0
Інтервали		0
Мікропробіли		0
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		95

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Копір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз		Копір тексту
ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://kmmi.org.ua/regiok/telepulesek/beregszaszi-jaras/kigyos	309 2.74 %
2	https://hu.wikipedia.org/wiki/K%C3%ADgy%C3%B3si_Reform%C3%A1tus_Egyh%C3%A1zk%C3%B6zs%C3%A9g	58 0.51 %
3	https://dspace.kmf.uz.ua/spui/bitstream/123456789/2746/1/Hapcsuk_G_A_beregardai_hegyalja_levendu_lamezo_2023.pdf	55 0.49 %