ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою ЗУІ
Протокол №2 від „28”лютого 2024 р.
Ф-КДМ-3

Міністерство освіти і науки України

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці ІІ

Кафедра географії та туризму

Кваліфікаційна робота

ПОРІВНЯНЛЬНИЙ АНАЛІЗ ДОСВІДУ ПОДОРОЖУВАННЯ ПОКОЛІНЬ «Y» ТА «Z» МЕШКАНЦІВ КОСОНСЬКОЇ ТГ (БЕРЕГІВСЬКИЙ РАЙОН) НА ОСНОВІ АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ

КЕДЕБЕЦ ЧАБА ЧАБОВИЧ

Студент IV-го курсу

Освітня програма: Туризм

Спеціальність: 242 Туризм

Рівень вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена на засіданні кафедри

Протокол № 8 / 2024

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 _____, «___» _____ 2025 року

Протокол № _____ / 2025

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою ЗУІ
Протокол №2 від „28”лютого 2024 р.
Ф-КДМ-3

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

Кваліфікаційна робота

ПОРІВНЯНЛЬНИЙ АНАЛІЗ ДОСВІДУ ПОДОРОЖУВАННЯ ПОКОЛІНЬ «Y» ТА «Z» МЕШКАНЦІВ КОСОНСЬКОЇ ТГ (БЕРЕГІВСЬКИЙ РАЙОН) НА ОСНОВІ АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ

Рівень вищої освіти: бакалавр

Виконавець: студент IV-го курсу

КЕДЕБЕЦ ЧАБА ЧАБОВИЧ

освітньо-професійна програма: Туризм

спеціальність: 242 Туризм

Науковий керівник: **НОДЬ ОРШОЯ ЛАСЛІВНА**

(кандидат економічних наук, старший викладач,

старший викладач кафедри географії та туризму)

Рецензент: **ІЖАК ТІБОР ЙОСИПОВИЧ**

(кандидат географічних наук, доцент,

доцент кафедри географії та туризму)

Берегове
2025

ЗАТВЕРДЖЕНО
Вченою радою ЗУІ
Протокол №2 від „28”лютого 2024 р.
Ф-КДМ-3

Ukrajna Oktatási és Tudományügyi Minisztériuma

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

Földrajz és Turizmus Tanszék

AZ „Y” ÉS „Z” GENERÁCIÓK UTAZÁSI SZOKÁSAINAK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS ALAPJÁN KASZONYI KISTÉRSÉGBEN (BEREGSZÁSZI JÁRÁS)

Szakdolgozat

Készítette: KÖDÖBÖCZ CSABA

IV. évfolyamos turizmus

szakos hallgató

Témavezető: NAGY ORSOLYA

(a gazdaságtudományok kandidátusa, adjunktus,

a Földrajz és Turizmus Tanszék adjunktusa)

Recenzens: IZSÁK TIBOR

(a földtudományok kandidátusa, docens,

a Földrajz és Turizmus Tanszék docense)

Beregszász – 2025

Зміст

Вступ ***8***

Розділ 1. Поняття туризму та його роль у суспільстві ***9***

1.1. Поняття туризму, загальне визначення **10**

1.2. Види туризму **11**

1.2.1. Види за географічним охопленням **11**

1.2.2. Види за метою подорожі **12**

1.2.3. Види за організацією подорожі **13**

1.2.4. Види за тривалістю подорожі **13**

1.3. Вплив туризму на суспільство та економіку (з особливим акцентом на сільські території) **13**

1.3.1.Вплив туризму на економіку **14**

1.3.2. Вплив туризму на суспільство та культуру **14**

1.3.3. Роль туризму у розвитку сільських територій **15**

1.4. Досвід подорожуваввння та фактори, що на них впливають **15**

1.4.1. Мотиваційні фактори **16**

1.4.2. Демографічні та соціальні фактори **16**

1.4.3. Стиль життя та вільний час **16**

1.4.4. Технологічні фактори **17**

Розділ 2. Відмінності досвіду подорожування різних поколінь ***18***

Розділ 3. Загальна характеристика Косонської ТГ ***20***

3.1. Структура поселень та демографічні характеристики **20**

3.2. Інфраструктура та транспорт **21**

3.3. Туристичні ресурси та можливості **21**

3.4. Косонь **22**

3.5. Запсонь **24**

3.6. Шом **26**

3.7. Попово і Мале Попово **28**

3.8. Гетєн **31**

3.9. Рафайново **33**

3.10. Каштаново **35**

Розділ 4. Методи дослідження ***37***

4.1. Мета дослідження **37**

4.2. Тип дослідження **37**

4.3. Структура анкети **37**

4.4. Обмеження дослідження **38**

Розділ 5. Дослідження ***39***

5.1. Аналіз результатів анкетного опитування **39**

Підсумки .....

Висновки ***65***

РЕЗЮМЕ (на уукраїнській мові) ***67***

Список використаної літератури ***67***

Список ілюстрацій ***71***

Декларація .....

Подяка ***73***

Додатки ***74***

Tartalomjegyzék

Bevezetés **8**

1. FEJEZET. A TURIZMUS FOGALMA ÉS SZEREPE A TÁRSADALOMBAN **9**

1.1 A turizmus fogalma, általános meghatározása **10**

1.2. A turizmus típusai **11**

1.2.1. Földrajzi kiterjedés szerinti típusok **11**

1.2.2. Az utazás célja szerinti típusok **12**

1.2.3. Az utazás szervezettsége szerint **13**

1.2.4. Időtartam alapján **13**

1.3. A turizmus hatása a társadalomra és a gazdaságra (különös tekintettel a vidéki térségekre) **13**

1.3.1. A turizmus gazdasági hatásai **14**

1.3.2. A turizmus társadalmi és kulturális hatásai **14**

1.3.3. A turizmus szerepe a vidéki térségek fejlesztésében **15**

1.4. Az utazási szokások és azok befolyásoló tényezői **15**

1.4.1. Motivációs tényezők **16**

1.4.2. Demográfiai és társadalmi tényezők **16**

1.4.3. Életstílus és szabadidő **16**

1.4.4. Technológiai tényezők **17**

2. FEJEZET. GENERÁCIÓS KÜLÖNBSÉGEK AZ UTAZÁSI SZOKÁSOKBAN **18**

3. FEJEZET. A MEZŐKASZONYI KISTÉRSÉG ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA **20**

3.1. Településszerkezet és demográfiai jellemzők **20**

3.2. Infrastruktúra és közlekedés **21**

3.3. Turisztikai adottságok és lehetőségek **21**

3.4. Mezőkaszony **22**

3.5. Zápszony **24**

3.6. Beregsom **26**

3.7. Papi–Kispapi **28**

3.8. Hetyen **31**

3.9. Rafajna **33**

3.10. Somi tanya (Kastanovo) **35**

4. FEJEZET. A KUTATÁSI MÓDSZERTAN **37**

4.1. A kutatás célja **37**

4.2. A kutatás típusa **37**

4.3. A kérdőív felépítése **37**

4.4. A kutatás korlátai **38**

5. FEJEZET. KUTATÁS 39

5.1. Kérdőíves felmérés kiértékelése 39

KÖVETKEZTETÉSEK 63

ÖSSZEGZÉS 65

РЕЗЮМЕ 67

Szakirodalom 67

Ábrák jegyzéke 71

NYILATKOZAT 72

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS 73

Mellékletek 74

Bevezetés

Szakdolgozatom témája: „AZ „Y” ÉS „Z” GENERÁCIÓK UTAZÁSI SZOKÁSAINAK ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉSE

KÉRDŐÍVES FELMÉRÉS ALAPJÁN KASZONYI KISTÉRSÉGBEN”

. Témaválasztásomban nagy szerepet játszott, hogy magam is Kaszonyi kistérségi lakos vagyok.

A turizmus napjaink egyik legdinamikusabban fejlődő ágazata, amely nemcsak gazdasági, hanem társadalmi és kulturális szempontból is jelentős hatást gyakorol a helyi közösségekre. Az utazási szokások azonban nem egységesek, hiszen azokat számos tényező – többek között a kor, jövedelem, életstílus és motiváció – befolyásolja. Különösen érdekes megvizsgálni, hogy a különböző generációk miként viszonyulnak az utazáshoz, milyen preferenciáik vannak, és hogyan változnak ezek az idők során.

A dolgozat célja a Kaszonyi kistérség lakosainak utazási szokásainak generációs összehasonlítása. A vizsgálat két fő csoportot különít el: az Y és a Z generációt. Ezen csoportok utazási szokásainak elemzése rávilágít arra, hogy miként alakulnak a preferenciák, lehetőségek és motivációk az életkor függvényében.

A választott térség – Kaszony és környéke – különösen érdekes terepe a kutatásnak, hiszen egy olyan kistérségről van szó, ahol a turizmus nem tartozik a legfőbb gazdasági ágazatok közé, mégis megfigyelhetők bizonyos fejlődési irányok és lehetőségek. A helyi lakosok utazási szokásainak feltérképezése hozzájárulhat a térség turizmusának célzott fejlesztéséhez is.

A kutatás kérdőíves módszerrel történt, amely során a három korcsoport képviselőit kérdeztem meg utazási szokásaikról, céljaikról, eszközeikről és motivációikról. Az elemzés célja nem csupán a különbségek és hasonlóságok feltárása, hanem azok okainak értelmezése is, társadalmi és gazdasági szempontok figyelembevételével.

A dolgozat szerkezete ennek megfelelően a témakör elméleti hátterének bemutatásával indul, majd részletesen ismerteti a kutatási módszertant, a Mezőkaszonyi kistérség jellemzőit, és végül az empirikus kutatás eredményeit és azok értelmezését

1. FEJEZET. A TURIZMUS FOGALMA ÉS SZEREPE A TÁRSADALOMBAN

A turizmus fogalma az elmúlt évtizedekben jelentős fejlődésen ment keresztül, mind tartalmilag, mind gazdasági-szociális értelemben. A turizmus alatt általánosságban olyan időleges helyváltoztatást értünk, amely során az egyén elhagyja állandó lakóhelyét, és másik településre vagy országba utazik pihenés, szórakozás, kulturális élmények, üzleti vagy egyéb célból, anélkül hogy ott állandó jelleggel letelepedne. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) meghatározása szerint: „a turizmus minden olyan tevékenység, amely során az emberek utaznak és tartózkodnak egy szokásos környezetükön kívüli helyen legfeljebb egy egymást követő évig, szabadidős, üzleti vagy más célból" (KSH, 2023).

A turizmus szerepe napjainkban túlmutat az egyszerű szabadidős tevékenységen. A 20. század végétől a turizmus a világ egyik legnagyobb és leggyorsabban növekvő gazdasági szektorává vált. Magyarországon is fontos szerepet tölt be, különösen a vidéki térségek gazdasági élénkítésében, munkahelyteremtésben és a helyi identitás erősítésében. A turizmus közvetlenül és közvetve is hozzájárul a GDP-hez, valamint elősegíti a helyi infrastruktúra és szolgáltatások fejlődését, ami nemcsak a turisták, hanem a helyi lakosok számára is kedvező (Michalkó, 2007).

Társadalmi szempontból a turizmus hozzájárul az egyének kulturális látókörének szélesítéséhez, a különböző nemzetek és közösségek közötti párbeszéd kialakításához, valamint az egészséges életmód és a rekreációs tevékenységek népszerűsítéséhez. Michalkó Gábor (2010) turizmusszociológiai kutatásai szerint az utazás napjainkban egyre inkább a társadalmi státusz, az önkifejezés és a személyes élmények gyűjtésének eszközévé vált, különösen a fiatalabb generációk körében. A közösségi média és az online tartalommegosztás elterjedése csak tovább erősítette ezt a tendenciát.

A modern turizmus tehát nem egységes jelenség, hanem sokrétű társadalmi-gazdasági folyamat, amelyre számos tényező hatással van: gazdasági lehetőségek, társadalmi normák, kulturális értékek, technológiai fejlődés, valamint az egyén életkora és élethelyzete. A különböző társadalmi csoportok – különösen az egyes generációk – eltérő módon viszonyulnak az utazáshoz, más motivációkkal és preferenciákkal rendelkeznek, amit érdemes külön figyelembe venni a turisztikai kutatások során. A generációk közötti eltérések feltárása különösen fontos lehet kisebb, vidéki térségek – például a Mezőkaszonyi kistérség – esetében,

ahol a turizmus fejlesztési lehetőségei szorosan összefüggnek a helyi lakosok hozzáállásával és utazási szokásaival (Rátz T. 2002)

1.1 A turizmus fogalma, általános meghatározása

A turizmus fogalmának pontos meghatározása és értelmezése hosszú ideje vitatott kérdés a szakirodalomban. A különböző diszciplínák – mint például a közgazdaságtan, a földrajz, a szociológia vagy a marketing – eltérő nézőpontból közelítik meg a turizmus jelenségét. A közös nevezőt mégis az jelenti, hogy a turizmus lényege egyfajta önkéntes helyváltoztatás, amelyet az emberek nem mindennapi szükségletek kielégítése céljából végeznek, hanem elsősorban rekreáció, szórakozás, tanulás, üzlet vagy más személyes cél érdekében.

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH**)** meghatározása szerint a turizmus: „minden olyan tevékenység, amely során az emberek elhagyják megszokott környezetüket, és legfeljebb egy év időtartamra más helyen tartózkodnak szabadidős, üzleti vagy egyéb célból, anélkül, hogy ott jövedelemszerző tevékenységet végeznének” (KSH, 2023). Ez a definíció összhangban van a UNWTO (United Nations World Tourism Organization) nemzetközi ajánlásaival is, amely szerint a turizmus lényege a helyváltoztatás, időlegesség és jövedelemszerzés nélküli tartózkodás más térségben.

A turizmusnak számos megnyilvánulási formája van, ezért a meghatározásánál fontos figyelembe venni időtartamát, motivációját, területi kiterjedését, valamint a résztvevők szándékait. A magyar szakirodalomban Puczkó László és Rátz Tamara (2002) egyik legismertebb meghatározása szerint: „a turizmus azoknak a jelenségeknek és kapcsolatoknak az összessége, amelyek az utazás és az idegen helyen való tartózkodás során jönnek létre, feltéve, hogy az utazás célja nem letelepedés és nem is állandó jövedelemszerző tevékenység.” Ez a megközelítés rámutat arra, hogy a turizmus nemcsak egyéni vagy gazdasági tevékenység, hanem társadalmi és kulturális jelenség is.

A turizmusban részt vevők sokfélesége alapján megkülönböztethetjük a belföldi, beutaz**ó** és kiutazó turizmust. A belföldi turizmus során az adott ország lakói az országon belül utaznak, míg a beutazó turizmus azt jelenti, hogy külföldiek látogatnak az adott országba. A kiutazó turizmus során a lakosság külföldre utazik. Magyarországon az elmúlt két évtizedben különösen jelentős szerepet töltött be a belföldi turizmus, amely a vidéki térségek fejlődéséhez is hozzájárult (Michalkó, 2007).

A turizmus jellemzően szolgáltatásorientált tevékenység, amely több alágazatot foglal magába: szálláshely-szolgáltatás, vendéglátás, közlekedés, utazásszervezés, idegenvezetés, valamint különféle kulturális és szabadidős programok biztosítása. Ebből adódóan multiszektorális jellegű, azaz több gazdasági ágazat között teremt kapcsolatot és kölcsönhatást. A turizmus gazdasági szerepe mellett egyre jelentősebb a társadalmi és környezeti dimenziója is, különösen a fenntarthatóság és a helyi közösségek bevonása szempontjából.

A turizmus fogalmának értelmezése tehát nem zárható le egyetlen meghatározással, mivel összetett, többdimenziós jelenség. Különböző szinteken (egyéni, helyi, regionális, nemzeti, globális) más és más jelentőséggel bír, és időben is folyamatosan változik. Napjainkban a turizmust egyre inkább élményalapú tevékenységként értelmezzük, amely nem csupán az utazás fizikai aktusát, hanem az előkészületeket, az élmények megélését, és azok utólagos megosztását (pl. közösségi médiában) is magában foglalja (Michalkó, 2010).

A turizmus tehát egyszerre válik a személyes önmegvalósítás, a kulturális tapasztalatszerzés és a gazdasági élénkítés eszközévé. Az, hogy az egyén miként él ezzel a lehetőséggel, nagymértékben függ az életkortól, a társadalmi-gazdasági helyzettől, valamint az adott térség kínálatától – különösen fontos ez olyan vidéki térségek esetében, mint a Mezőkaszonyi kistérség, ahol a helyi lakosság utazási szokásainak vizsgálata nem csupán turisztikai szempontból releváns, hanem társadalomtudományi jelentőséggel is bír.

1.2. A turizmus típusai

A turizmus rendkívül összetett és sokszínű jelenség, amely különféle módokon osztályozható. A tipizálás célja, hogy átláthatóbbá tegye a turizmus különböző formáit, és segítse azok elemzését. A turizmus típusainak rendszerezése több szempont szerint történhet: földrajzi kiterjedés**,** időtartam**,** motiváció**,** szervezés módja**,** résztvevők jellemzői**,** vagy a választott úti cél jellege alapján. A következőkben a legelterjedtebb osztályozási módokat és fő típusokat mutatom be a szakirodalom alapján (Puczkó L. 2002).

1.2.1. Földrajzi kiterjedés szerinti típusok

A földrajzi szempontok alapján három fő típust különböztethetünk meg:

- Belföldi turizmus: amikor az adott ország lakói az országon belül utaznak. Magyarországon a belföldi turizmusnak kiemelt szerepe van, különösen a vidéki térségek

gazdaságának élénkítésében. A belföldi turisták gyakran családi nyaralás, wellness, természetjárás vagy kulturális programok miatt utaznak.

- Beutazó (nemzetközi) turizmus: amikor külföldi állampolgárok látogatnak egy adott országba. Magyarország esetében ez jellemzően a környező országokból, valamint Nyugat-Európából érkező turistákat jelenti, akik leggyakrabban Budapest, a Balaton, valamint a történelmi városok turisztikai kínálata iránt érdeklődnek.
- Kiutazó turizmus: amikor az adott ország lakosai külföldre utaznak. A magyar lakosság körében népszerű úti célok közé tartozik Horvátország, Ausztria, Szlovákia, valamint az olcsóbb charter-úti célok, például Egyiptom vagy Törökország (Aubert A. 2001).

1.2.2. Az utazás célja szerinti típusok

A turizmus egyik legfontosabb osztályozási szempontja a motiváció, vagyis az utazás célja. A turizmust ebben a tekintetben a következőképpen kategorizálhatjuk:

Szabadidős turizmus: a leggyakoribb típus, amely a pihenés, kikapcsolódás, élményszerzés, szórakozás vagy természetjárás céljából történik. Ide tartozik a nyaralás, strandolás, városnézés, wellness, gasztroturizmus stb.

Kulturális turizmus: azok az utazások, amelyek célja a kulturális örökség, épített környezet, zenei vagy művészeti programok megismerése. Magyarországon nagy hagyománya van, különösen a történelmi városokban (pl. Eger, Pécs, Sopron).

Egészségturizmus: magában foglalja a gyógyturizmust és a wellness turizmust. A gyógyturizmus esetében gyógyulási célú utazásról beszélünk (gyógyfürdők, gyógykezelések), míg a wellness inkább a megelőzésre és feltöltődésre koncentrál.

Vallási turizmus: zarándoklatok, vallási események, templomlátogatások. Magyarországon például Máriapócs vagy Esztergom kedvelt vallási úti cél.

Üzleti turizmus: konferenciák, üzleti találkozók, tréningek, kiállítások céljából történik. Főként nagyvárosokban koncentrálódik, mint Budapest vagy Debrecen.

Sportturizmus: aktív részvétel vagy sportesemények való részvétel (pl. síelés, kerékpártúrák, futóversenyek), illetve nézőként való részvétel nagy sportesemények.

Ökoturizmus: a természetvédelmi szempontokat figyelembe vevő utazás, amely célja a természet felfedezése minimális környezeti hatással.

Falusi turizmus: olyan típusú vidéki turizmus, amely során a turisták autentikus falusi környezetet, életmódot és gasztronómiát ismernek meg. Jelentős lehetőségeket rejt magában a Mezőkaszonyi kistérséghez hasonló térségekben (Michalkó G. 2007).

1.2.3. Az utazás szervezettsége szerint

A szervezettség szintje alapján megkülönböztethetjük:

Egyéni turizmus: amikor az utazó saját maga szervezi meg az utat (pl. online szállásfoglalás, egyéni közlekedés, önálló programok). Ez egyre elterjedtebb, főleg a fiatalabb generációk körében.

Szervezett turizmus: amikor az utazás részleteit utazási iroda vagy más közvetítő szervezi. Jellemzőbb az idősebb korosztályokra vagy olyan utazókra, akik biztonságot keresnek a szervezett keretek között.

1.2.4. Időtartam alapján

Az utazás hosszúsága alapján is kialakult egy tipizálás:

Egynapos (kiránduló) turizmus: nem tartalmaz éjszakázást, jellemzően helyi látogatások vagy közeli úti célok.

Rövid távú turizmus: 1–3 éjszakás tartózkodás, hétvégi utazások.

Hosszabb tartózkodású turizmus: általában egyhetes vagy annál hosszabb nyaralások, külföldi vagy belföldi pihenések.

1.3. A turizmus hatása a társadalomra és a gazdaságra (különös tekintettel a vidéki térségekre)

A turizmus a modern társadalmak egyik legösszetettebb gazdasági-társadalmi tevékenysége, amely kiterjedt hatást gyakorol a gazdaság különböző ágazataira, valamint a helyi közösségek társadalmi szerkezetére, kultúrájára és életminőségére. A turizmus nemcsak mint fogyasztói magatartás jelenik meg, hanem mint helyi fejlesztési eszköz is, amely

különösen fontos szerephez juthat vidéki térségek esetében, ahol a gazdaság gyakran kevésbé diverzifikált, és a munkahelyek száma korlátozott.

1.3.1. A turizmus gazdasági hatásai

A turizmus közvetlen gazdasági hatása a munkahelyteremtés, a jövedelemszerzés, valamint a helyi gazdaság élénkítése révén valósul meg. A turizmusban részt vevő szolgáltatók – például szállásadók, vendéglátósok, kézművesek, közlekedési vállalkozások – számára ez jelentős bevételi forrást jelenthet. A Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) adatai szerint a turizmus Magyarország GDP-jének mintegy 8–9%-át adja, és a foglalkoztatottak 10–11%-a ebben az ágazatban dolgozik (MTÜ, 2023).

A multiplikátorhatás révén a turizmus közvetetten más ágazatokra is pozitívan hat, például az építőiparra, mezőgazdaságra vagy a helyi kézműiparra. Egy vidéki településen egyetlen jól működő vendégház vagy programkínálat is képes a helyi vállalkozások egész hálózatát aktivizálni. A turizmus szezonális jellege azonban kihívásokat is hordoz: az idényjellegű foglalkoztatás instabilitást okozhat, különösen a munkaerőpiacon.

A vidéki térségek gazdasági sajátosságai – mint az alacsony ipari jelenlét, elvándorlás, korlátozott befektetési lehetőségek – miatt a turizmus alternatívát kínálhat a helyi gazdaság megerősítésére. Az agroturizmus, falusi turizmus vagy helyi termékekhez kapcsolódó gasztroturizmus különösen alkalmasak arra, hogy a helyi erőforrásokra támaszkodva új bevételi forrásokat teremtsenek (Michakó G. 2007).

1.3.2. A turizmus társadalmi és kulturális hatásai

A turizmus társadalmi hatásai sokrétűek, és nem mindig egyértelműen pozitívak. Előnyként említhető, hogy a turizmus elősegíti a helyi lakosok identitásának megerősödését, a közösségi összefogást, valamint a kulturális örökség és helyi hagyományok megőrzését. A turisták érdeklődése ösztönözheti a lakosokat saját értékeik tudatosabb ápolására és bemutatására. A helyi fesztiválok, népművészeti rendezvények, kézműves vásárok nemcsak turisztikai vonzerőt jelentenek, hanem közösségformáló eseményekké is válnak.

A társadalmi nyitottság növekedése, a kulturális cserefolyamatok és az idegenekkel való kapcsolatépítés lehetősége szintén pozitív hatásként értékelhető. A turizmus fejlesztése gyakran

jár együtt infrastruktúrafejlesztéssel is (pl. közutak javítása, internethálózat bővítése, közösségi terek kialakítása), ami hosszú távon a helyiek életminőségét is javíthatja.

Ugyanakkor a turizmus negatív társadalmi hatásait sem szabad figyelmen kívül hagyni. A turisták számának növekedése túlterhelheti a helyi közösségeket, különösen, ha a fejlesztés nem illeszkedik a helyi igényekhez. A helyi lakosság kiszorulása, az árak növekedése, az értékrendek változása vagy a kulturális homogenizáció veszélyt jelenthet a kisebb falvakban. Éppen ezért fontos a fenntartható turizmus elveinek érvényesítése, különösen olyan kistérségekben, ahol a társadalmi tőke értékes, de sérülékeny (Rátz T. 2002).

1.3.3. A turizmus szerepe a vidéki térségek fejlesztésében

A vidéki térségek – így a Mezőkaszonyi kistérség is – általában hátrányosabb helyzetűek a gazdasági versenyképesség terén. A fiatalok elvándorlása, a foglalkoztatási lehetőségek hiánya és az infrastrukturális lemaradások miatt különösen fontos alternatív megélhetési és közösségépítési lehetőségeket keresni. A turizmus – megfelelően tervezve – alkalmas lehet arra, hogy ezeket az igényeket kielégítse.

Az olyan turizmusformák, mint a falusi turizmus, a természetközeli élmények, a helyi gasztronómia**,** vagy a helytörténeti értékek bemutatása vonzóvá tehetik a vidéket a turisták számára. A lokális kínálat építéséhez azonban szükség van a helyi lakosság aktív részvételére, az együttműködés fejlesztésére, valamint a turizmushoz szükséges tudás és szolgáltatások kiépítésére (Csapó J. 2014).

1.4. Az utazási szokások és azok befolyásoló tényezői

Az utazási szokások az emberek turizmushoz kapcsolódó viselkedésformáit, döntéseit és preferenciáit tükrözik. Ezek a szokások rendkívül sokfélék, és folyamatosan változnak a társadalmi-gazdasági környezet, a technológiai fejlődés és az egyéni élethelyzetek hatására. Az utazási szokások kutatása különösen fontos a turizmusfejlesztés szempontjából, mivel segít megérteni, hogy az emberek miért, hova, mikor és hogyan utaznak, illetve milyen szolgáltatásokat vesznek igénybe.

A szakirodalomban az utazási szokások értelmezése több dimenzió mentén történik: a motiváció, az életkor, a jövedelmi helyzet, az életstílus, valamint a kulturális és földrajzi háttér egyaránt meghatározó szerepet játszik (Michalkó, 2007; Rátz – Puczkó, 2002).

1.4.1. Motivációs tényezők

Az utazási döntéseket elsődlegesen a motivációk határozzák meg. A turisztikai motivációkat általában belső (pszichológiai) és külső (környezeti, szociális) tényezőkre bontjuk. Belső motiváció lehet például a kikapcsolódás, feltöltődés, kalandvágy vagy önmegvalósítás, míg külső tényezők közé tartozik a család vagy barátok hatása, a média által közvetített úti célok, illetve a gazdasági lehetőségek.

A Maslow-féle szükséglethierarchiára épülő motivációs modellek (pl. Pearce utazási karrier modellje) alapján megállapítható, hogy az emberek utazási céljai az alapvető szükségletektől (pihenés, biztonság) a magasabb rendű célok (kultúra, önmegvalósítás) felé haladnak (Rátz – Puczkó, 2002). A motiváció szoros összefüggésben áll az életkorral és az élethelyzettel is: míg a fiatalabb generációk gyakran élményorientált, aktív programokat keresnek, addig az idősebbek számára a nyugalom, kényelem és egészségmegőrzés válik elsődlegessé.

1.4.2. Demográfiai és társadalmi tényezők

Az életkor, a nem, a családi állapot és az iskolázottság jelentősen befolyásolják az utazási szokásokat. A fiatalabb korosztályok (pl. Z generáció) általában kalandvágyóbbak, nyitottabbak az alternatív utazási formákra (pl. hátizsákos utazás, couchsurfing), és bátrabban használják az online eszközöket az utazás tervezésében. Ezzel szemben az idősebb generációk inkább a hagyományos, szervezett utazásokat részesítik előnyben, ahol a kényelem és a biztonság nagyobb hangsúlyt kap (Aubert – Csapó, 2014).

A jövedelmi helyzet az egyik legmeghatározóbb tényező: azok, akik magasabb jövedelemmel rendelkeznek, gyakrabban és hosszabb időre utaznak, valamint szélesebb szolgáltatási palettát vesznek igénybe. Ugyanakkor megfigyelhető, hogy az alacsonyabb jövedelemmel rendelkező rétegek körében is nő az utazási igény, különösen a belföldi turizmusban, ahol kedvező árú csomagok vagy állami támogatások (pl. SZÉP-kártya) elérhetők.

1.4.3. Életstílus és szabadidő

Az utazási döntések összefüggnek az emberek életstílusával, szabadidő-felhasználásával és értékrendjével. Az aktív, egészségtudatos életmódot folytató egyének szívesebben vesznek részt sport- és természetközeli turizmusban (pl. kerékpározás, túrázás, ökoturizmus). A

kulturális érdeklődésű utazók múzeumokat, fesztiválokat látogatnak, míg a gasztronómia iránt fogékonyak gasztroturizmusban vesznek részt.

Az életmódbeli változások – például a home office elterjedése, a rugalmasság növekedése – szintén hatással vannak az utazási szokásokra. Egyre gyakoribb a hétköznapokra időzített rövid utazás, vagy a „workation", azaz a munka és nyaralás kombinálása. Ez a tendencia főként a fiatalabb, digitálisan aktív generációknál figyelhető meg (KSH 2023).

1.4.4. Technológiai tényezők

Az utazási szokásokat ma már jelentős mértékben befolyásolja a technológia. Az internet, a közösségi média és a mobilalkalmazások lehetővé tették, hogy az utazók önállóan szervezzék meg útjaikat, olcsóbban foglaljanak szállást, és valós időben tájékozódjanak úti céljukról. Az utazás előtti információgyűjtés, értékelések olvasása és a közösségi médián megosztott élmények jelentősen formálják a döntéshozatalt.

A fiatalabb generációk gyakorlatilag az online térben élik meg az utazás minden szakaszát, míg az idősebbek sok esetben még mindig inkább utazási irodákra támaszkodnak. Ez a különbség nemcsak a szolgáltatásválasztást, hanem az utazás során elvárt élményeket is befolyásolja.

2. FEJEZET. GENERÁCIÓS KÜLÖNBSÉGEK AZ UTAZÁSI SZOKÁSOKBAN

Az utazási szokásokat vizsgáló kutatások egyértelműen kimutatják, hogy az egyének viselkedését és döntéshozatalát jelentős mértékben befolyásolja az, hogy mely generációhoz tartoznak. A különböző nemzedékek társadalmi és gazdasági körülményei, technológiai lehetőségei és értékrendjei formálják az utazáshoz való viszonyt, az utazás célját, formáját és gyakoriságát is. A turizmusmarketing és -fejlesztés területén egyre nagyobb hangsúlyt kap a generációs szemlélet, hiszen a szegmentáció és célzott szolgáltatásfejlesztés alapját képezi (Puczkó – Rátz, 2002; Aubert – Berki, 2017).

A dolgozatban vizsgált két generáció: az Y generáció (1980–1995) és a Z generáció (1996–2010). Ezeket a csoportokat gyakran használják nemzetközi és hazai kutatásokban is az életkori sajátosságokhoz, médiahasználathoz, fogyasztási szokásokhoz, valamint turisztikai viselkedéshez kötődően (Könyves – Michalkó, 2021).

Y generáció (1980–1995)

Az Y generáció, más néven „milenniumi nemzedék”, a 29–44 év közötti korcsoportot fedi le. Ők azok, akik gyermekkorukat még részben analóg világban töltötték, de felnőttként már digitális környezetben szocializálódtak. Ennek köszönhetően jól boldogulnak az online foglalási rendszerek, mobilalkalmazások és közösségi média világában – az utazásaik tervezését és szervezését is gyakran önállóan végzik (Kovács, 2020).

Az Y generáció számára az utazás élményszerzés**,** önkifejezés és önfejlesztés egyik eszköze. Kedvelik az egyedi programokat, alternatív úticélokat és a helyi élményeket. A tradicionális tengerparti nyaralások mellett szívesen választanak gasztronómiai, kulturális vagy városi turizmust is. Nyitottak a rövid, akár hétköznapi utazásokra (pl. city break), és hajlandóak magasabb összeget is áldozni az egyedi élményekért. Fontos számukra a rugalmas időbeosztás és az online jelenlét, így utazásaikat gyakran dokumentálják közösségi platformokon.

Z generáció (1996–2010)

A Z generáció a legfiatalabb, aktív utazó korcsoport. Tagjai jelenleg 14–28 évesek, és életük minden szakaszát áthatja a digitalizáció. Számukra az okoseszközök, az internet és a közösségi média nem segédeszközök, hanem alapvető kommunikációs és információs

csatornák – így az utazással kapcsolatos döntéseik is teljes mértékben ezekhez kötődnek (Könyves – Michalkó, 2021).

A Z generáció utazása rugalmas, költséghatékony, gyors és digitális. Gyakran választanak last minute utakat, low-cost légitársaságokat, valamint alternatív szállásformákat (pl. Airbnb, hostelek). Motivációjuk középpontjában az élmények és az „Instagram-kompatibilis" pillanatok állnak. Előszeretettel választanak városlátogatásokat**,** zenei fesztiválokat**,** extrém sportokat és természetközeli élményeket, de jellemző rájuk a rövid, gyakori utazások preferálása is.

A Z generációra az is jellemző, hogy a fenntarthatóságot és a társadalmi felelősségvállalást egyre inkább figyelembe veszik az utazásaik során. Fontos számukra, hogy a kiválasztott úti cél környezetbarát legyen, és ne sértse a helyi közösségeket – ugyanakkor az árérzékenység is jelentős szerepet játszik döntéseikben.

3. FEJEZET. A MEZŐKASZONYI KISTÉRSÉG ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA

A Mezőkaszonyi kistérség Kárpátalja nyugati részén, a magyar határ közelében helyezkedik el, Beregszásztól délre. A térség a Tisza-vidék síkvidéki területéhez tartozik, földrajzi elhelyezkedése révén közel fekszik Ukrajna, Magyarország és Románia hármashatárához, ami potenciális lehetőségeket teremt a határon átnyúló kapcsolatok és turisztikai együttműködések számára. A térség közigazgatásilag a Beregszászi járáshoz tartozik, és a következő településeket foglalja magában: **Mezőkaszony (Berehove-Kaszony), Zápszony, Beregsom, Papi-Kispapi, Hetyen, Rafajna és a Somi tanya (Kastanovo)**.

A Mezőkaszonyi kistérség területe hagyományosan mezőgazdasági jellegű, a lakosság jelentős része még ma is földművelésből, állattenyésztésből vagy ezekhez kapcsolódó tevékenységekből él. Az elmúlt évtizedek során a térség számos társadalmi és gazdasági változáson ment keresztül: a szovjet időszakban kollektív gazdaságok működtek, majd a rendszerváltás után a gazdasági szerkezet fokozatosan átalakult, de a mezőgazdaság továbbra is domináns szerepet tölt be.

3.1. Településszerkezet és demográfiai jellemzők

A térség települései tipikus kis falvak, népességük jellemzően 500 és 2000 fő között mozog. A lakosság többsége magyar nemzetiségű, de kisebb ukrán és roma közösségek is élnek itt. Az etnikai sokszínűség a nyelvhasználatban, a kulturális szokásokban és az oktatási intézmények működésében is megjelenik. A demográfiai jellemzők közé tartozik a népességfogyás, az elöregedés és a fiatalok elvándorlása – ezek a folyamatok kihívást jelentenek a térség hosszú távú fejlődése szempontjából.

Az aktív korú lakosság jelentős része ingázik a közeli városokba (pl. Beregszász, Munkács), vagy külföldön vállal munkát – különösen Magyarországon. A munkalehetőségek hiánya és az alacsony jövedelmi szint miatt sok fiatal dönt úgy, hogy a tanulmányaik befejezése után nem térnek vissza szülőfalujukba.

3.2. Infrastruktúra és közlekedés

A kistérség települései közúton jól megközelíthetők, bár az úthálózat állapota nem mindenhol kielégítő. Mezőkaszony fontos közlekedési csomópont, vasútállomása révén közvetlen kapcsolatban áll Beregszásszal és Csappal, illetve áttételesen Munkáccsal és Ungvárral is. A helyi közlekedés azonban gyakran nehézkes a ritkán közlekedő járatok és az elöregedett járműpark miatt.

Az infrastruktúra fejlettsége – különösen az egészségügy, oktatás és turizmus területén – még fejlesztésre szorul. Vannak működő iskolák, könyvtárak, orvosi rendelők, de ezek felszereltsége sok esetben elmarad a korszerű elvárásoktól. A digitális infrastruktúra az utóbbi években javult: több helyen elérhető a szélessávú internet, ami a fiatalabb generációk számára kedvező változást jelent (Pataki G. 2020).

3.3. Turisztikai adottságok és lehetőségek

A Mezőkaszonyi kistérség nem tartozik Kárpátalja legismertebb turisztikai térségei közé, azonban több olyan természeti és kulturális értékkel rendelkezik, amelyekre lehetne építeni a térség fenntartható turizmusfejlesztését. A vidék jellegzetes sík tájai, folyóvölgyei és erdőfoltjai kiváló lehetőséget nyújtanak természetjárásra, horgászatra vagy kerékpáros túrázásra. A helyi gasztronómia, kézművesség és hagyományőrzés pedig kulturális élményekben gazdagítja az ide látogatók programját.

A térség gyógy- és termálvízkincse is számottevő, különösen Mezőkaszony közelében. Bár ezek kiaknázása még gyerekcipőben jár, potenciálisan fontos szerepet játszhat a helyi idegenforgalom fellendítésében. A falusi turizmus, a vendégházas szállásformák, illetve a közösségi programok (pl. szüreti fesztiválok, népi kézműves foglalkozások) megfelelő alapot jelenthetnének a helyi turizmus bővítésére.

Ugyanakkor a turizmus fejlesztésének komoly akadályai is vannak: hiányzik a megfelelő marketing, a turisztikai infrastruktúra (pl. szálláshelyek, információs táblák, programkínálat), valamint az idegenforgalomban jártas szakemberek jelenléte. A kistérség lakosságának egy része nyitott a turizmus iránt, de nincs elegendő tapasztalat vagy tőke a vállalkozások elindításához. A fiatalabb generációk körében viszont egyre erősebb a nyitottság az alternatív, helyi alapú turizmusformák iránt – ez hosszú távon biztató lehetőséget jelent (Bacsó – Pataki 2024).

3.4. Mezőkaszony

Földrajzi elhelyezkedés

Mezőkaszony (ukránul: Косонь, régebbi hivatalos néven: Beregkaszony) a Kárpátalja nyugati részén, a Beregszászi járásban helyezkedik el, közvetlenül a magyar határ szomszédságában. A település síkvidéki környezetben található, a Kaszonyi-főcsatorna mentén, amely természetes vízrajzi határt is képez a környező területek között. Földrajzi fekvése rendkívül kedvező: közúton és vasúton egyaránt jól megközelíthető, és fontos határátkelőhely is található itt Magyarország (Barabás) irányába.

Mezőkaszony a Mezőkaszonyi kistérség központi települése, közigazgatási, kereskedelmi és közlekedési szempontból is kiemelt szerepet tölt be a térségben.

Történelmi háttér

Mezőkaszony történelme a középkorig nyúlik vissza. A település nevét először 1332-ben említik írásos források, mint magyar nemesi birtokot. A régió a történelmi Bereg vármegye része volt, és a trianoni békeszerződés után előbb Csehszlovákiához, majd a Szovjetunióhoz, 1991-től pedig független Ukrajnához került. A történelmi változások ellenére a település máig megőrizte magyar többségű jellegét, és fontos szerepet játszik a kárpátaljai magyarság kulturális és társadalmi életében.

A falu neve a „kaszáló” szóból ered, amely a táj korábbi mezőgazdasági rendeltetésére utal. A térség mezőgazdasági hagyományai a mai napig meghatározók, és a történelmi emlékek – például a római katolikus templom, az egykori kúriák vagy népi építmények – emlékeztetnek a falu múltjára.

Demográfiai és társadalmi jellemzők

A település népessége közel 2200 fő körül mozog, a lakosság túlnyomó többsége magyar nemzetiségű. Mezőkaszonyban működik magyar tannyelvű általános iskola és óvoda is, valamint több civil és vallási szervezet. Az etnikai összetétel szinte homogén, ugyanakkor kisebb ukrán és roma közösségek is élnek a településen.

A társadalmi struktúrában megfigyelhető a generációs eltolódás: a fiatalok jelentős része külföldre – főként Magyarországra – költözött tanulás vagy munkavállalás céljából. Ennek

következtében a település elöregedése és a munkaerőhiány is érzékelhető problémát jelent (Molnár D. I. 2016).

Gazdasági tevékenységek

Mezőkaszony gazdasága hagyományosan a mezőgazdaságra épül. A helyiek szántóföldi növénytermesztéssel (kukorica, napraforgó, búza) és állattartással foglalkoznak, de az utóbbi évtizedekben több kisebb vállalkozás – például élelmiszer-feldolgozók, fuvarozók, szolgáltatók – is megjelent a településen. A gazdasági tevékenységet jellemzi az informális szektor jelenléte, valamint az a tény, hogy sokan szezonális vagy állandó munkát vállalnak Magyarországon.

A kiskereskedelemben helyi üzletek és piac működnek, de a nagyobb bevásárlási lehetőségekért a lakosság Beregszászba vagy a magyarországi Vásárosnaménybe utazik.

Infrastruktúra és közlekedés

A község közúton jól megközelíthető, a Barabás-Kaszony határátkelőhely közelsége miatt jelentős forgalmat bonyolít le. Az utóbbi években a közműhálózat (víz, gáz, villany) nagyrészt kiépült, azonban az útminőség és a közintézmények műszaki állapota továbbra is fejlesztésre szorul.

Az oktatási intézmények alapfokon elérhetők, ugyanakkor a közép- és felsőfokú tanulmányokat a fiatalok már jellemzően városokban végzik (Pataki G. 2020).

Turisztikai adottságok és lehetőségek

Mezőkaszony legjelentősebb idegenforgalmi vonzereje a Kaszonyi Termálfürdő, amely természetes, magas ásványianyag-tartalmú melegvízre épül. Ez a fürdő évről évre több látogatót vonz, főként Magyarországról és a környező településekről. A turisztikai kínálat azonban egyelőre korlátozott: kevés a szálláshely, és hiányzik a szervezett programkínálat, valamint a vendéglátóipari háttér.

A település épített öröksége – például a templomok, régi parasztházak és határmenti emlékhelyek – turisztikai szempontból szintén kiaknázható lenne, különösen kulturális, történelmi vagy vallási tematikájú utazások esetében. A környező természeti táj – vízfolyások, erdők, mezők – kedvezne a kerékpáros és gyalogos túrázásnak is, azonban ennek feltételei (pl.

kijelölt útvonalak, információs rendszerek) még nem épültek ki (Acta Academiae Beregsasiensis. Economics 2022).

3.5. Zápszony

Földrajzi elhelyezkedés

Zápszony Kárpátalja nyugati részén, a Beregszászi járás déli szélén helyezkedik el, alig néhány kilométerre a magyar–ukrán határtól. A település közvetlen szomszédja Mezőkaszonynak, amely a kistérség központja. A falut sík, alföldi táj veszi körül, amelyet főként mezőgazdasági területek, szántók, kisebb vízfolyások és ligetes erdőfoltok jellemeznek. A közeli Tisza-folyó és a Kaszonyi-főcsatorna hatással van a helyi mikroklímára és vízgazdálkodásra.

Zápszony közúton könnyen megközelíthető, a helyi úthálózat összeköti Mezőkaszonnyal és Beregszásszal. Elhelyezkedése kedvező a határ közelsége miatt, ugyanakkor a periférikus helyzet gazdasági és infrastrukturális kihívásokat is jelent.

Történelmi háttér

Zápszony első írásos említése a 14. századból származik, a középkorban mezővárosként és nemesi birtokként is szerepelt a történelmi Bereg vármegye területén. A falu nevének eredete a szláv „zapad” (nyugat) szóból eredeztethető, utalva fekvésére a Tisza nyugati oldalán. A település a trianoni békeszerződést követően Csehszlovákiához, majd a második világháború után a Szovjetunióhoz, 1991-től pedig Ukrajnához került.

A történelem során a település több háborút, kitelepítést és gazdasági változást élt meg, de mindvégig megmaradt jelentős magyar lakossággal rendelkező falunak. A szovjet éra alatt Zápszonyban kollektív mezőgazdasági gazdaság működött, amely a rendszerváltás után fokozatosan felbomlott (Pataki G. 2020).

Demográfiai és társadalmi jellemzők

A település lélekszáma jelenleg 1000–1200 fő körül alakul. A lakosság jelentős többsége magyar nemzetiségű, kisebb arányban ukránok és romák is élnek a faluban. A magyar nyelv domináns a mindennapi életben, a közintézmények (iskola, óvoda) is magyar nyelven működnek. A falu közösségi élete aktív, jelen vannak vallási közösségek (római katolikus és

református egyház), valamint néhány kulturális kezdeményezés (néptánccsoport, hagyományőrző rendezvények).

A demográfiai trendek hasonlók a térség más településeihez: elöregedés, csökkenő születésszám, a fiatalok kivándorlása főként Magyarországra, illetve Nyugat-Európába. A helyiek jelentős része külföldön vállal munkát, részben a helyben tapasztalható munkahelyhiány és alacsony jövedelmek miatt.

Gazdasági tevékenységek

A falu gazdasága túlnyomórészt mezőgazdaságra épül: a háztáji gazdálkodás, állattartás és földművelés (kukorica, búza, burgonya) jellemző. A nagyüzemi termelés visszaszorult, de több család is saját földön, kisüzemi keretek között gazdálkodik. A környéken kevés ipari vagy szolgáltató jellegű vállalkozás működik, így sokan más településeken, jellemzően Beregszászban vagy külföldön dolgoznak.

A falu rendelkezik néhány helyi kisbolttal, kocsmával, illetve mezőgazdasági gépek javításával foglalkozó kisebb műhellyel. A gazdaság szerkezete erősen külső forrásoktól függő, a hazautalások (remittenciák) fontos szerepet töltenek be a háztartások fenntartásában.

Infrastruktúra és közlekedés

Zápszony közúti összeköttetése megfelelő, de az útminőség javításra szorul. Tömegközlekedés működik (autóbuszjáratok Beregszász és Mezőkaszony irányába), de a járatok ritkák és megbízhatatlanok. A faluban működik magyar tannyelvű általános iskola és óvoda, orvosi rendelő, valamint közösségi ház is rendelkezésre áll.

Az alapvető közművek elérhetők: vezetékes víz, villany, gáz, de a szennyvízkezelés még nem megoldott minden háztartásban. Az internet-hozzáférés kiépült, a mobilhálózat stabil, ami különösen fontos a fiatalabb generációk számára (Bacsó – Pataki 2024).

Turisztikai adottságok és lehetőségek

Zápszony jelenleg nem rendelkezik jelentős turisztikai infrastruktúrával, azonban több olyan adottsággal is bír, amelyekre egy jövőbeli falusi vagy kulturális turizmus fejleszthető lenne. A település csendes, nyugodt természeti környezete, hagyományos falusi életmódja, valamint a

helyi gasztronómia – például házi készítésű lekvárok, pálinkák, kolbászok – autentikus élményeket kínálhatnak.

A közelben fekvő Kaszonyi termálfürdő elérhetősége miatt Zápszony akár kiegészítő célpont is lehet a térségbe látogató turisták számára, különösen, ha vendégházakat, kézműves programokat vagy tematikus túrákat kínálnának. Emellett a település temploma és hagyományos népi épületei szintén értékes turisztikai látványosságként szolgálhatnak.

A kihívások közé tartozik a szálláshelyek, információs pontok, rendezvényszervezés hiánya, valamint a turizmushoz szükséges tudás és vállalkozási kedv alacsony szintje. A fiatalabb generációk körében ugyanakkor egyre erősebb az érdeklődés az önálló vállalkozások és a falusi turizmus lehetőségei iránt – ehhez azonban támogatásra, képzésekre és közösségi összefogásra lenne szükség (Berhauer S. 2010).

3.6. Beregsom

Földrajzi elhelyezkedés

Beregsom Kárpátalja délnyugati részén, a Beregszászi járásban található, közvetlenül a magyar határ közelében, Mezőkaszony és Rafajnaújfalu között. A település síkvidéki környezetben fekszik, a Kaszonyi-sík peremén, kedvező mezőgazdasági adottságokkal rendelkező térségben. Földrajzi elhelyezkedése miatt Beregsom is része annak a határmenti térségnek, amelynek lakói aktívan élnek a határon átnyúló gazdasági és társadalmi kapcsolatok lehetőségeivel.

Közúti összeköttetése megfelelő, bár az úthálózat minősége – más kistérségi településekhez hasonlóan – helyenként fejlesztésre szorul. A legközelebbi nagyobb város Beregszász, amely mintegy 12–15 kilométerre található.

Történelmi háttér

Beregsom első írásos említése a 14. század végéről származik, mint Bereg vármegye egyik kisebb nemesi birtoka. A település történelme szorosan összefonódik a régió történelmi fordulataival: a középkorban a magyar királyság része volt, majd a trianoni békeszerződés után Csehszlovákiához, 1945-től a Szovjetunióhoz, 1991-től pedig Ukrajnához került.

A szovjet éra alatt Beregsomban is működött kolhoz (kollektív gazdaság), amely a rendszerváltást követően felbomlott, és a földtulajdon részleges visszaosztásával helyi kisgazdaságok alakultak ki. A falu lakossága a történelmi változások ellenére többségében magyar maradt (Lehoczky Tivadar Intézet 2021).

Demográfiai és társadalmi jellemzők

Beregsom lakossága megközelítőleg 800–1000 fő. A település etnikai összetétele túlnyomórészt magyar, kisebb számban élnek itt ukrán nemzetiségűek és roma családok is. A magyar nyelvű oktatás, hitélet és közösségi programok jelen vannak a faluban. Működik magyar tannyelvű elemi iskola és óvoda, valamint református templom is található a településen.

A település demográfiai trendjei megfelelnek a kárpátaljai vidéki falvak általános jellemzőinek: a népesség elöregedése, a születések számának csökkenése és a fiatalabb korosztályok kivándorlása. A faluból sokan dolgoznak szezonálisan vagy tartósan Magyarországon, illetve Nyugat-Európában.

Gazdasági tevékenységek

A település gazdasági struktúrája túlnyomórészt mezőgazdasági alapú. A lakosság jelentős része saját földjén gazdálkodik, főként szántóföldi növénytermesztést (kukorica, búza, napraforgó) folytat. Állattartás (sertés, baromfi) kisebb mértékben jellemző. A háztáji gazdálkodás még mindig fontos szerepet játszik a helyi háztartások fenntartásában.

A falu nem rendelkezik nagyobb üzemi vagy ipari vállalkozásokkal, így a munkahelyek száma korlátozott. Néhány helyi szolgáltató – élelmiszerbolt, mezőgazdasági gépszerelő – működik, de a gazdaság jelentős része külföldről érkező jövedelmekre (hazautalásokra) támaszkodik.

Infrastruktúra és közlekedés

Az utak állapota vegyes, esőzések után egyes szakaszokon nehézkessé válik a közlekedés. A település tömegközlekedési lehetőségei korlátozottak, bár elérhetők a közeli városok (Beregszász, Mezőkaszony) napi néhány járattal.

Az egészségügyi ellátást körzeti orvosi rendelő biztosítja, de a komolyabb ellátást igénylő betegek Beregszászba utaznak. Oktatás szintjén működik alsó tagozatos iskola és óvoda, a középiskolás tanulók jellemzően más települések iskoláiba járnak.

Internethálózat és mobilkommunikáció elérhető a település nagy részén, ez különösen fontos a fiatalabb korosztály számára – akár tanulás, akár távmunka szempontjából (Molnár D. I. 2016).

Turisztikai adottságok és lehetőségek

Beregsom nem tartozik a térség ismert turisztikai célpontjai közé, ugyanakkor rendelkezik olyan adottságokkal, amelyek kiindulópontot jelenthetnének egy későbbi turizmusfejlesztéshez. A település **csendes, természeti környezete**, a falusias jelleg és a közeli fürdőhelyek (pl. Mezőkaszony termálfürdője) közelsége lehetőséget teremthet **falusi turizmus, ökoturizmus** vagy **gasztroturizmus** fejlesztésére.

A helyi református templom, a népi építészet emlékei, a családi gazdaságok, valamint a hagyományos ételek (pl. házi lekvár, füstölt áru, kenyérsütés) mind vonzóvá tehetik a települést azok számára, akik hiteles, nyugodt, vidéki élményre vágynak. Turisztikai információs infrastruktúra, szálláshelyek vagy szervezett programok jelenleg nem működnek a faluban.

A jövőbeni fejlesztésekhez szükség lenne közösségi összefogásra, helyi turizmusban érdekelt vállalkozók megjelenésére, valamint támogatások és képzések bevonására. A fiatalabb generációk közül többen nyitottak lennének turisztikai vállalkozások indítására, azonban tőke, tudás és intézményi háttér híján ez egyelőre nem realizálódott (Berghauer S. 2010).

3.7. Papi–Kispapi

Földrajzi elhelyezkedés

Papi és Kispapi települések Kárpátalja déli részén, a Beregszászi járásban, Mezőkaszony és Hetyen között helyezkednek el. A két falu egymás közvetlen szomszédságában található, és a helyi lakosok gyakran egységes településként tekintenek rájuk. A sík vidéki környezet, a termékeny földek és a kisvízfolyások által átszőtt táj kedvez a mezőgazdaságnak. A közeli Tisza-folyó befolyásolja a terület talajviszonyait és mikroklímáját, amely a földművelés szempontjából kedvező adottság.

A településpár közúti kapcsolata a Mezőkaszony–Beregszász útvonalhoz illeszkedik, de a belső utak állapota változó. A közlekedési lehetőségek korlátozottak, a falvak tömegközlekedéssel elsősorban Mezőkaszony és Beregszász irányába érhetők el.

Történelmi háttér

Papi és Kispapi múltja több száz évre nyúlik vissza, már a középkorban is létező falvak voltak. Nevük elsőként a 15. századi magyar forrásokban tűnik fel, mint kisnemesi birtokok. A nevek utalhatnak egyházi (pap) birtokokra vagy korábbi templomi fennhatóságra. A térség más településeihez hasonlóan ezek a falvak is a történelmi Bereg vármegye részét képezték.

A trianoni békeszerződést követően Csehszlovákiához kerültek, majd a második világháború után a Szovjetunióhoz, 1991 óta pedig független Ukrajna részei. A szovjet korszakban kollektív gazdaság (kolhoz) működött, amely jelentős mértékben befolyásolta a lakosság életmódját és megélhetését.

Demográfiai és társadalmi jellemzők

Papi és Kispapi együttes lakossága megközelítőleg 600–800 főre tehető. A népesség túlnyomó többsége magyar nemzetiségű, de kisebb arányban ukránok és romák is élnek a településeken. A magyar nyelv használata domináns a mindennapokban, és az iskolai, óvodai oktatás is magyar tannyelven folyik. A két falu közösségi életét közösen szervezik, egyházközösségek (református, római katolikus) és helyi civil kezdeményezések révén.

A demográfiai trendek itt is hasonlóak a régió más részeihez: jellemző a népességfogyás, az elöregedés és a fiatalabb korosztályok elvándorlása. A külföldi munkavállalás (főként Magyarországon) sok család számára a legfontosabb megélhetési forrás, az itthon maradó idősek pedig a falu társadalmi gerincét alkotják (Lehoczky Tivadar Intézet 2021).

Gazdasági tevékenységek

A két település gazdasági struktúrája erősen **mezőgazdasági alapú**. A lakosság jelentős része kisüzemi vagy háztáji földműveléssel és állattartással foglalkozik. A termelés hagyományos: kukorica, burgonya, napraforgó és különféle zöldségek termesztése jellemző, valamint sertés- és baromfitartás.

A helyi gazdaságot nagyrészt az önellátás jellemzi, néhány kisvállalkozás (pl. bolt, műhely, kocsmák) működik, de ipari üzem vagy nagyobb munkáltató nincs a faluban. A jövedelmek jelentős részét a külföldön dolgozó családtagok által hazaküldött pénz jelenti.

Infrastruktúra és közlekedés

Papi és Kispapi közműhálózata alapvetően kiépült: víz-, gáz- és áramellátás elérhető, azonban a csatornázás nem minden háztartásban megoldott. Az utak állapota vegyes, a belső falusi utak több helyen felújításra szorulnak.

A településen működik egy általános iskola alsó tagozattal, valamint óvoda. Az egészségügyi alapellátást körzeti orvosi rendelő biztosítja, a komolyabb ellátást Beregszászon vagy Mezőkaszonyban veszik igénybe a lakosok. Az internet-hozzáférés a legtöbb háztartásban elérhető, azonban a mobilhálózat lefedettsége nem mindenhol egyenletes (Bacsó – Pataki 2024).

Turisztikai adottságok és lehetőségek

Bár Papi–Kispapi nem rendelkezik jelenleg kiépített turisztikai infrastruktúrával, mégis több olyan adottsággal bír, amelyek hosszabb távon lehetőséget teremthetnek a falusi turizmus számára. A nyugodt környezet, a hagyományos vidéki életmód, valamint a helyi ételek és kézműves hagyományok vonzóak lehetnek az autentikus élményeket kereső turisták számára.

A falvak kulturális öröksége – például a református templomok, népi építészet, helyi népszokások – jó alapot kínálnak rendezvényturizmus vagy vallási tematikájú utak számára. A környező mezők és kisebb vízfolyások alkalmasak lehetnek természetközeli programok (kerékpározás, madármegfigyelés, túrázás) szervezésére.

Jelenleg azonban hiányoznak a vendégházak, szervezett programok, információs pontok. A lakosság részéről ugyan megfigyelhető egyre nagyobb érdeklődés a turizmus lehetőségei iránt, különösen a fiatalabb generációkban, de a megvalósításhoz további támogatás, oktatás és vállalkozási tapasztalat szükséges (Berghauer S. 2010).

3.8. Hetyen

Földrajzi elhelyezkedés

Hetyen Kárpátalja délnyugati részén, a Beregszászi járás területén található, a Mezőkaszonyi kistérség egyik kis méretű, ám történetileg és kulturálisan is jelentős települése. A falu a Kaszonyi síkság peremén helyezkedik el, termékeny mezőgazdasági területek és ligetes erdőfoltok ölelésében. Közigazgatásilag közel esik Mezőkaszonyhoz és Papihoz, és közvetlen kapcsolatban áll a többi kistérségi faluval.

Hetyen elérhető közúton, bár az utak minősége nem minden szakaszon megfelelő. A legközelebbi nagyobb város Beregszász, amely autóval 15–20 perc alatt megközelíthető. A település földrajzi fekvése kedvező lehetne a helyi turizmusfejlesztés szempontjából is, mivel csendes, nyugodt környezetben fekszik, de mégis viszonylag közel van a térségi központokhoz.

Történelmi háttér

Hetyen írásos említése a középkorra nyúlik vissza, a település neve több 14–15. századi forrásban is előfordul. A középkorban kisnemesi birtokként működött, majd a Habsburg időkben a Bereg vármegye részévé vált. A trianoni békeszerződés után Csehszlovákiához, 1945-től a Szovjetunióhoz, 1991-től pedig független Ukrajnához tartozik.

A szovjet időszakban kollektív gazdálkodás (kolhoz) folyt a településen, amely alapvetően meghatározta a falu gazdasági és társadalmi struktúráját. A rendszerváltást követően a földek részben visszakerültek a magántulajdonosokhoz, de azóta is jellemző a gazdasági stagnálás, valamint az elvándorlás.

Demográfiai és társadalmi jellemzők

Hetyen lakossága körülbelül 400–500 fő, így a kistérség egyik legkisebb települése. A népesség túlnyomó többsége magyar nemzetiségű, kisebb arányban ukránok és romák is élnek itt. A magyar nyelv domináns, a falu identitása és kulturális élete is magyar nyelvű közösségként működik. A településen található magyar tannyelvű alsó tagozatos iskola, óvoda, valamint református és római katolikus templom.

A népesség korösszetétele elöregedő, sok fiatal külföldre – leginkább Magyarországra – távozott munkavállalás céljából. A gyermeklétszám csökkenése miatt az oktatási intézmények

működése is egyre nehezebbé válik. A helyiek többsége nyugdíjas vagy mezőgazdaságból élő idősebb személy (Lehoczky Tivadar Intézet 2021).

Gazdasági tevékenységek

A település gazdasági életét teljes egészében a kisüzemi mezőgazdaság határozza meg. A lakosság nagy része saját földjén gazdálkodik, jellemzően kukoricát, burgonyát, zöldséget és napraforgót termesztenek. Állattartás – baromfi, sertés – kisebb mértékben szintén előfordul. Az ipari, szolgáltató vagy kereskedelmi tevékenység minimális: egy-egy élelmiszerbolt, vegyesbolt, illetve szezonális kisvállalkozások jelennek meg.

A foglalkoztatási lehetőségek hiánya miatt sokan alkalmi munkákból vagy külföldi rokonok anyagi támogatásából élnek. A remittenciák – azaz a külföldről érkező hazautalások – itt is fontos szerepet játszanak a háztartások fenntartásában.

Infrastruktúra és közlekedés

Hetyen közműellátottsága alapvetően kielégítő: van villamos energia és gáz, azonban a csatornázottság hiányos. A falut összekötő utak szilárd burkolatúak, de sok szakaszuk javításra szorul. A tömegközlekedés ritka és kiszámíthatatlan, leginkább a környező nagyobb településekkel való kapcsolatot biztosítja.

Az oktatási intézmények alapszinten működnek: egy alsó tagozatos iskola és óvoda szolgálja ki a helyi gyerekeket. Egészségügyi ellátás alapfokon elérhető (helyi orvosi rendelő), de komolyabb kezelésekre a lakosok Beregszászba vagy Mezőkaszonyba utaznak. Az internet-hozzáférés és a mobilhálózat elérhetősége javult az elmúlt években, ami a fiatalabb generációk számára különösen fontos (Bacsó – Pataki 2024).

Turisztikai adottságok és lehetőségek

Bár Hetyen jelenleg nem rendelkezik kiépített turisztikai infrastruktúrával, nyugodt környezete és hagyományos falusi életmódja alapján jó alapja lehetne egy falusi turizmuson alapuló fejlesztésnek. A helyi lakosok kézműves termékei, gasztronómiája, a közösségi összetartás és az érintetlen természeti környezet vonzó lehetne a lassú, autentikus élményekre vágyó turisták számára.

A falu templomai, régi parasztházai és mezőgazdasági hagyományai potenciálisan szerepet játszhatnának tematikus túrák, vallási vagy kulturális események megszervezésében. Emellett a környező rétek, kisebb erdőfoltok, vízfolyások kerékpáros vagy gyalogos kirándulásra is alkalmasak lennének, ha a szükséges alapinfrastruktúra és információs rendszer rendelkezésre állna.

A jelenlegi akadályokat elsősorban az infrastruktúra hiánya, a vállalkozói tapasztalatok szűkössége és a lakosság korösszetétele jelenti. A fiatalabb generációk részéről megfigyelhető bizonyos fokú nyitottság, de anyagi és tudásbeli támogatásra lenne szükség ahhoz, hogy turisztikai vállalkozások induljanak (Berghauer S. 2010).

3.9. Rafajna

Földrajzi elhelyezkedés

Rafajna a Beregszászi járás délnyugati részén található, a Mezőkaszonyi kistérség egyik határ menti települése. Közvetlenül Mezőkaszony és Beregsom szomszédságában helyezkedik el, alig néhány kilométerre a magyar–ukrán határtól. Földrajzilag a Kaszonyi-sík részét képezi, amely termékeny talaja és sík felszíne miatt hagyományosan mezőgazdasági hasznosítású terület.

A település közúton Mezőkaszonyon keresztül jól megközelíthető, azonban az útburkolatok állapota, különösen a belső falusi szakaszokon, gyakran kifogásolható. A közlekedési lehetőségek korlátozottak, tömegközlekedés ritkán érinti. Elhelyezkedése miatt a falu lakói gyakran élnek a határmenti gazdasági lehetőségekkel – sokan dolgoznak Magyarországon, vagy ott tanulnak, vásárolnak.

Történelmi háttér

Rafajnaújfalu a 18. század közepén jött létre korábbi kisebb települések egyesítésével, innen ered az „újfalu” elnevezés. A település neve valószínűleg személynévi eredetű, és a történelmi Bereg vármegyéhez tartozott. A térségre jellemző módon Rafajna is többször váltott közigazgatási hovatartozást: a trianoni békeszerződés után Csehszlovákia, majd a Szovjetunió, 1991-től pedig Ukrajna része.

A falu gazdasági és társadalmi szerkezete a 20. század során több átalakuláson ment keresztül: a szovjet időszakban kollektív gazdaság (kolhoz) működött itt is, ami a rendszerváltozás után megszűnt, és a lakosság egyéni gazdálkodásra tért át.

Demográfiai és társadalmi jellemzők

Rafajna lakosságszáma megközelítőleg 600–700 fő. A népesség többsége magyar nemzetiségű, kisebb arányban ukránok és romák is élnek a településen. A magyar nyelvű oktatás és közösségi élet jelen van, a falu kulturális identitása szorosan kötődik a kárpátaljai magyarsághoz. Működik magyar tannyelvű általános iskola, óvoda, református és római katolikus gyülekezet is.

A társadalom elöregedő, a fiatalabb generációk közül sokan kivándoroltak, főként Magyarországra. A születések száma csökken, ami hosszú távon az iskola és óvoda fenntarthatóságát is veszélyezteti. Az idősebb korosztály aránya jelentős, és ők képviselik a falu stabil közösségi gerincét (Molnár D. I. 2016).

Gazdasági tevékenységek

A gazdaság jellemzően mezőgazdasági alapú, mint a legtöbb környékbeli faluban. A lakosság főként saját földjén gazdálkodik: kukorica, burgonya, zöldségfélék termesztése jellemző. Állattartás (baromfi, sertés) kisebb mértékben jelen van. A településen nincs nagyobb ipari vállalkozás vagy üzemi jellegű tevékenység, a munkahelyek száma korlátozott.

Sokan ingáznak vagy vállalnak munkát külföldön, különösen Magyarországon, így a remittenciák a családi jövedelmek fontos forrását képezik. A falu gazdaságának fenntarthatósága nagyrészt a mezőgazdasági önellátáson és a külső jövedelmeken nyugszik.

Infrastruktúra és közlekedés

Rafajna közművesítettsége alapvetően kiépült: víz-, gáz-, villamos energia minden háztartásban elérhető, a csatornázás azonban sok esetben hiányos. A közutak állapota vegyes, az aszfaltburkolatok helyenként kátyúsak, különösen esős időszakban okoznak problémát.

Oktatási intézmények alsó tagozatig helyben elérhetők, az egészségügyi alapellátást körzeti orvos biztosítja. A középiskolás diákok Mezőkaszonyba vagy Beregszászba járnak

tanulni. A faluban alapvető kereskedelmi szolgáltatások (vegyesbolt, kisbolt) elérhetők, de nagyobb bevásárlásokért a lakosok gyakran átjárnak Magyarországra vagy Beregszászba.

Az internetkapcsolat és a mobilhálózat az elmúlt években javult, így a fiatalabb generáció számára elérhetővé vált az online ügyintézés, tanulás és kapcsolattartás (Pataki G. 2020).

Turisztikai adottságok és lehetőségek

Rafajna nem tekinthető kiépült turisztikai célpontnak, azonban rendelkezik olyan alapvető adottságokkal**,** amelyek a jövőben lehetővé tennék a falusi turizmus vagy gasztronómiai, kulturális élményturizmus elindítását. A csendes, falusias környezet, a helyi hagyományok, valamint a közeli Kaszonyi fürdő lehetőséget kínál a térségbe látogatóknak, hogy alternatív programokat is találjanak.

A település hagyományos építészete, a templomok, valamint a helyi lakosok által készített kézműves termékek (pl. házi készítésű ételek, pálinka, lekvár) különleges élményt nyújthatnának a turistáknak. A természet közelsége miatt lehetőség lenne kerékpáros túraútvonalak, madármegfigyelő túrák vagy hagyományőrző fesztiválok szervezésére.

Jelenleg azonban hiányzik a vendégházi kapacitás, a programkínálat, valamint a marketing és információs háttér. A turizmusfejlesztéshez hosszabb távon szükség lenne vállalkozói kezdeményezésekre, képzésekre és támogatási forrásokra. A fiatalabb generációk körében tapasztalható némi érdeklődés a turizmus lehetőségei iránt, de a megvalósítás még várat magára. (Berghauer S. 2010).

3.10. Somi tanya (Kastanovo)

Földrajzi elhelyezkedés

A Somi tanya, más néven Kastanovo (ukránul: *Каштанове*), a Mezőkaszonyi kistérség egyik legkisebb és leginkább elzártan fekvő települése. Közvetlen szomszédai: Hetyen, Beregsom. A település dűlőutakon, illetve földutakon közelíthető meg, ami különösen nehézzé válik csapadékos időszakban.

Földrajzi elhelyezkedése következtében a település kevésbé integrált a térségi központokba, ugyanakkor a természetes környezet – rétek, legelők, vízfolyások – rendkívüli csendet és érintetlenséget biztosít.

Történelmi háttér

A Somi tanya a 19. század végén és a 20. század elején keletkezett kisebb tanyás településként, amely eredetileg egy-két földbirtokhoz tartozó mezőgazdasági major volt. A „Somi” elnevezés valószínűleg a Som vagy Somlyó nevű nemesi családhoz, illetve birtokhoz köthető, míg a későbbi szlávosított „Kastanovo” név (jelentése: gesztenyés) a szovjet korszakból származik, amikor hivatalosan is településként regisztrálták.

A második világháború után a terület szovjet kolhoz része lett, ahol kisebb állattartó telepek és növénytermesztő egységek működtek. A kollektív gazdálkodás megszűnése után a lakosság mezőgazdasági kisüzemekre tért át (Lehoczky Tivadar Intézet 2021).

Demográfiai és társadalmi jellemzők

A település lélekszáma nem haladja meg a 150–200 főt, így a Mezőkaszonyi kistérség legkisebb egységének számít. A lakosság többsége magyar nemzetiségű, kisebb arányban ukránok is élnek itt. A magyar nyelvű mindennapi kommunikáció meghatározó, azonban közösségi élet viszonylag gyér, mivel a település elszigeteltsége miatt a lakosság inkább családon belüli egységek mentén szerveződik.

Az iskola és óvoda hiányzik a településről, ezért a gyermekek a környező falvakba – jellemzően Mezőkaszonyba vagy Hetyenbe – járnak tanulni. A fiatalok közül sokan elköltöznek, így az itt maradó népesség főként idősekből áll. A falusi közösségek szorosabbak, de a közösségi rendezvények ritkák.

Gazdasági tevékenységek

A Somi tanya gazdasági élete teljes egészében mezőgazdaságra épül, azon belül is főként önellátó vagy kisüzemi jellegű gazdálkodás folyik. A lakosság kukoricát, burgonyát, napraforgót, zöldségféléket termeszt, illetve kisebb mértékben tart baromfit és sertést.

A településen nincs ipari vagy kereskedelmi vállalkozás, helyi bolt sem működik. Az itt élők mezőgazdasági termelésük egy részét értékesítik a környező piacokon, vagy cserekereskedelem formájában hasznosítják. A háztartások nagy része a külföldön dolgozó családtagok hazautalásaira is támaszkodik. A napi szintű munkalehetőségek száma korlátozott (Pataki G. 2020).

4. FEJEZET. A KUTATÁSI MÓDSZERTAN

4.1. A kutatás célja

A szakdolgozat célja a Mezőkaszonyi kistérség lakosainak utazási szokásainak vizsgálata generációs bontásban. A kutatás arra keresi a választ, hogy az X generáció (1965–1980), az Y generáció (1980–1995) és a Z generáció (1996–2010) tagjai hogyan viszonyulnak az utazáshoz, milyen típusú turisztikai tevékenységeket preferálnak, milyen gyakorisággal és milyen motivációkkal utaznak, valamint milyen csatornákon szervezik meg utazásaikat.

A vizsgálat különös figyelmet fordít arra, hogy a generációs különbségek hogyan jelennek meg egy vidéki, határmenti térség sajátos társadalmi és gazdasági kontextusában. A kutatás célja továbbá annak feltárása, hogy milyen akadályok és lehetőségek befolyásolják a térség lakosságának turisztikai részvételét.

4.2. A kutatás típusa

A kutatás leíró jellegű, kvantitatív módszertanon alapuló vizsgálat, amely egy strukturált, zárt kérdéseket tartalmazó kérdőív segítségével készült. A módszertan célja az volt, hogy számszerűsíthető, összehasonlítható adatokat szolgáltasson a három generáció utazási szokásairól.

A kérdőíves kutatás lehetővé tette a válaszadók életkora, lakóhelye, iskolai végzettsége, családi állapota, gazdasági helyzete és utazási tapasztalatai közötti összefüggések vizsgálatát.

4.3. A kérdőív felépítése

A kérdőív több tematikus egységből állt:

1. Demográfiai háttérváltozók: életkor, nem, lakóhely, családi állapot, iskolai végzettség, foglalkozás.
2. Utazási szokások: utazás gyakorisága, preferált úti célok (belföldi/külföldi), utazás időtartama, évszakok.
3. Motivációk és élmények: utazási célok (pihenés, kultúra, sport, vallás stb.), utazási társaság (család, barátok, egyedül).

4. Utazásszervezés módja: utazási iroda, egyéni szervezés, online foglalás, közösségi média szerepe.

5. Gazdasági tényezők: az utazásra fordított átlagos költés, árérzékenység, utazási kedvezmények igénybevétele.

6. Turizmushoz való hozzáállás: jövőbeli utazási tervek, fenntarthatóság, helyi turizmus iránti nyitottság.

A kérdőív zárt végű kérdéseket tartalmazott, melyekhez előre meghatározott válaszlehetőségek tartoztak. A kérdések egy része Likert-skálán értékelhető attitűdöket is mért (pl. egyetértés mértéke bizonyos állításokkal kapcsolatban).

4.4. A kutatás korlátai

A kutatás eredményei értékes képet nyújtanak a Mezőkaszonyi kistérség generációinak utazási szokásairól, azonban bizonyos korlátokat érdemes figyelembe venni:

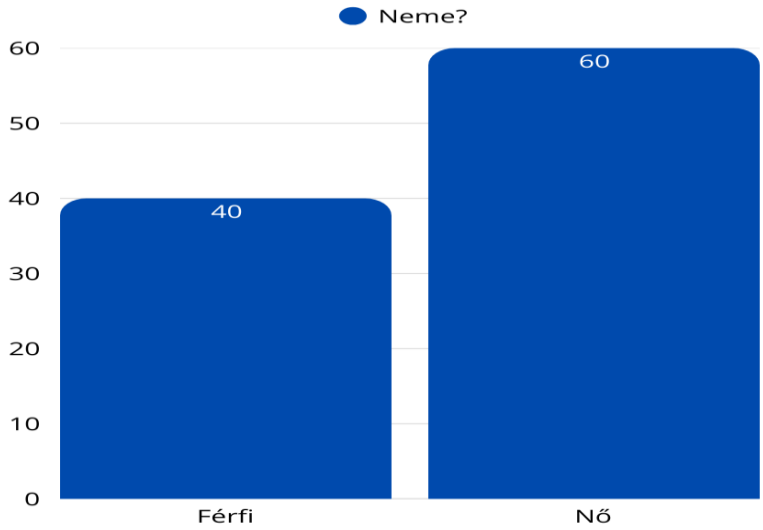
- A minta mérete és összetétele nem reprezentatív a teljes kárpátaljai vagy országos populációra.
- Az önbevalláson alapuló kérdőívek esetén torzítás (pl. szociálisan elvárt válaszadás) előfordulhat.
- Az online adatfelvétel elsősorban a fiatalabb generációk felé volt hatékonyabb.

E korlátok ellenére a kutatás következtetései jól használhatók a helyi turizmusfejlesztés, a generációk közötti különbségek, valamint a turisztikai szolgáltatások célcsoport-specifikus alakítása szempontjából.

5. FEJEZET. KUTATÁS

5.1. Kérdőíves felmérés kiértékelése

A kérdőíves felmérés során online adatgyűjtés és elemzés történt. Ennek oka az, hogy rövid időn belül nagy adatmennyiségre tehetünk szert. Az adatokat a google űrlap program segítségével gyűjtöttük és dolgoztuk fel. A jó szemléltetés érdekében diagramokat készítettem a kapott eredményekből.



1. ábra. A megkérdezettek nemi összetétele.

Forrás: Saját szerkesztés

A kutatásban részt vevő 60 fő válaszadó nemek szerinti megoszlása a következő:

- **Férfi:** 24 fő (40%)
- **Nő:** 36 fő (60%)

Ez az arányos eltérés lehetőséget nyújt arra, hogy megvizsgáljuk a nemek közötti különbségeket az utazási szokások és preferenciák terén a Mezőkaszonyi kistérségben.

2. ábra. Melyik generációhoz tartozik?

Forrás: Saját szerkesztés

A kutatásban részt vevő 60 fő válaszadó generációs megoszlása az alábbiak szerint alakult:

- **Y generáció (1980–1995):** 43 fő (71,7%)
- **Z generáció (1996–2010):** 17 fő (28,3%)

Y generáció (1980–1995)

Az Y generáció, más néven millenniumi generáció, már a digitális technológia világában nőtt fel. Jellemző rájuk a technológiai eszközök magabiztos használata, az önállóság és a rugalmasság. Utazásaik során fontos számukra az élményszerzés, a kulturális tapasztalatok és az egyedi élmények. Gyakran használják az online platformokat utazásaik tervezéséhez és foglalásához.

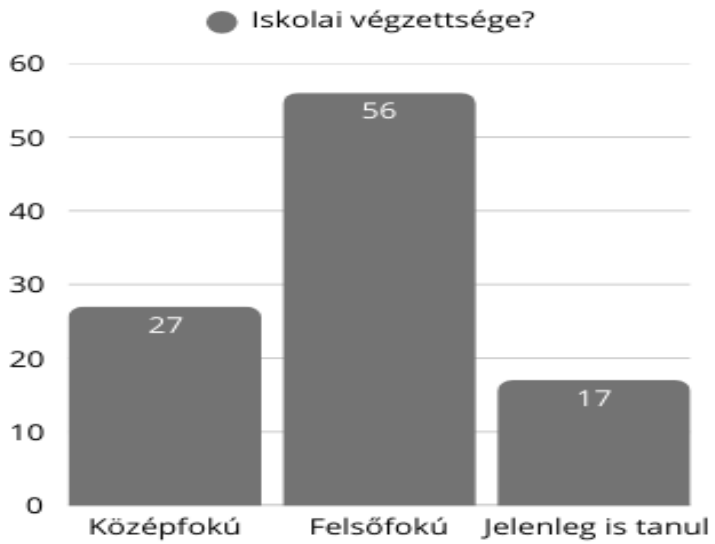
Z generáció (1996–2010)

A Z generáció tagjai teljes mértékben a digitális korszakban szocializálódtak, így számukra az online jelenlét és a technológiai eszközök használata természetes. Utazásaik során az élmények megosztása a közösségi médiában, az egyedi és autentikus élmények keresése, valamint a fenntarthatóság és a társadalmi felelősségvállalás fontos szempontok. Gyakran

választanak alternatív szálláshelyeket, mint például az Airbnb, és előnyben részesítik az egyénileg szervezett utazásokat.

A generációk közötti különbségek az utazási szokásokban és preferenciákban is megmutatkoznak, ami fontos szempont lehet a turisztikai szolgáltatások tervezése és fejlesztése során. A következő alfejezetekben részletesen bemutatom az egyes generációk utazási szokásait, motivációit és preferenciáit a kutatás eredményei alapján.

Ha készen állsz, folytathatjuk a következő kérdés elemzésével. Kérlek, oszd meg a kérdés szövegét, a válaszlehetőségeket és az egyes válaszokhoz tartozó válaszadók számát generációnként.



3. ábra. Milyen iskolai végzettséggel rendelkeznek?

Forrás: Saját szerkesztés

A kutatásban részt vevő 60 fő válaszadó iskolai végzettség szerinti megoszlása az alábbiak szerint alakult:

- **Középfokú végzettség (érettségi):** 10 fő (16,7%)
- **Felsőfokú végzettség (diploma):** 34 fő (56,7%)
- **Jelenleg tanuló (középiskola vagy egyetem):** 16 fő (26,7%)

Az adatok alapján megállapítható, hogy a válaszadók többsége felsőfokú végzettséggel rendelkezik, ami arra utalhat, hogy a magasabb iskolai végzettségűek körében nagyobb az érdeklődés a kutatás témája iránt, vagy esetleg könnyebben elérhetők voltak a kérdőív terjesztése során.

Iskolai végzettség és utazási szokások összefüggései

Az iskolai végzettség szintje jelentős hatással lehet az egyének utazási szokásaira, preferenciáira és lehetőségeire. Az alábbiakban bemutatjuk az egyes végzettségi szintekhez kapcsolódó általános jellemzőket az utazási szokások tekintetében.

Középfokú végzettségűek (érettségi)

Az érettségivel rendelkező válaszadók aránya 16,7% volt. Ez a csoport általában stabil munkahellyel rendelkezik, ami lehetővé teszi számukra az éves 1-2 alkalommal történő utazást. Utazásaik során gyakran választanak belföldi úti célokat, és előnyben részesítik a családi vagy baráti társasággal történő utazást.

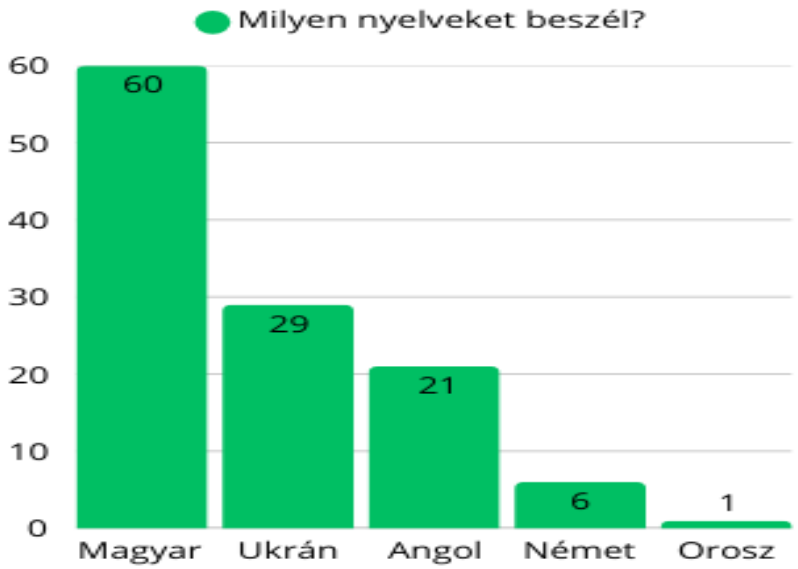
Felsőfokú végzettségűek (diploma)

A felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya 56,7% volt, ami a legnagyobb csoportot képviseli a válaszadók között. Ez a csoport általában magasabb jövedelemmel és nagyobb mobilitással rendelkezik, ami lehetővé teszi számukra a gyakoribb és távolabbi utazásokat, beleértve a külföldi úti célokat is. Gyakran keresnek kulturális és gasztronómiai élményeket, és nyitottak az egyéni szervezésű utazásokra.

Jelenleg tanulók (középiskola vagy egyetem)

A jelenleg tanulók aránya 26,7% volt. Ez a csoport általában korlátozott anyagi forrásokkal rendelkezik, ezért utazásaik gyakorisága alacsonyabb lehet. Azonban nyitottak az új élményekre és kalandokra, és gyakran választanak költséghatékony utazási lehetőségeket, például hátizsákos túrákat vagy közösségi szálláshelyeket.

Az iskolai végzettség és az utazási szokások közötti összefüggések fontos szempontokat jelentenek a turisztikai szolgáltatások tervezése és fejlesztése során, különösen a célcsoport-specifikus ajánlatok kialakításában.



4. ábra. Milyen nyelveket beszél?

Forrás: Forrás: Saját szerkesztés

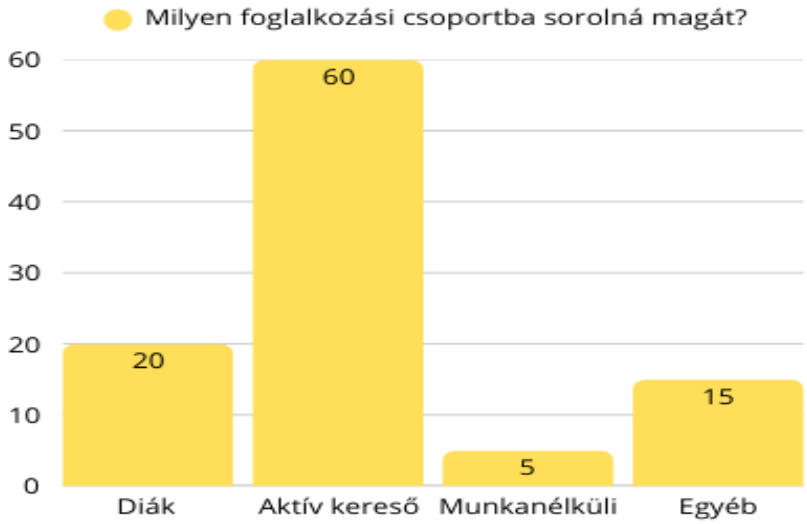
A Kaszonyi kistérségben végzett felmérésem alapján a nyelvi megoszlás a következőképpen alakul:

- **Magyar**: 60 fő
- **Ukrán**: 29 fő
- **Angol**: 21 fő
- **Német**: 6 fő
- **Orosz**: 1 fő
- **Egyéb**: 1 fő

Nyelvi jellemzés

A felmérés eredményei alapján a **magyar nyelv** dominanciája egyértelmű a Kaszonyi kistérségben, ami összhangban van a régió történelmi és kulturális hagyományaival. A **ukrán nyelv** jelentős jelenléte a hivatalos ügyintézés és oktatás területén való használatára utal. Az **angol nyelv** ismerete a globalizáció és a fiatalabb generációk nyelvtanulási törekvéseinek eredménye lehet. A **német** és **orosz** nyelvek kisebb arányban vannak jelen, ami a történelmi kapcsolatok és a korábbi oktatási rendszerek hatását tükrözheti.

A Kaszonyi kistérség nyelvi sokszínűsége jól példázza Kárpátalja összetett nyelvi és kulturális térképét, ahol a többnyelvűség mindennapi valóság.



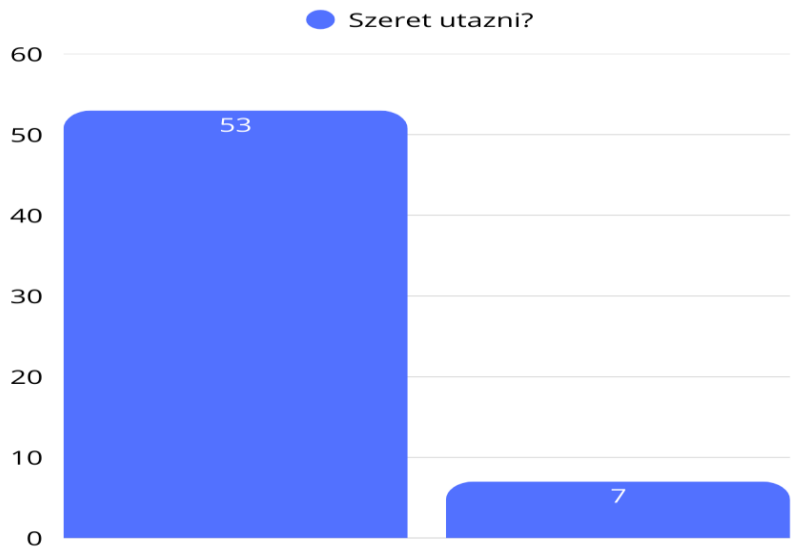
5. ábraMilyen foglalkozási csoportba sorolná magát?

Forrás: Saját szerkesztés

Foglalkozási csoportok megoszlása a Kaszonyi kistérségben

- **Aktív keresők (60%)**: A lakosság többsége aktív keresőként van jelen a munkaerőpiacon, ami arra utal, hogy a térség gazdaságilag viszonylag aktív. Ez a magas arány jelezheti a helyi munkahelyek meglétét, vagy azt, hogy sokan vállalnak munkát a környező településeken vagy akár külföldön, például Magyarországon.
- **Diákok/tanulók (20%)**: A jelentős diákarány fiatalos korstruktúrára utal, ami hosszú távon kedvező lehet a térség munkaerő-utánpótlása szempontjából. Ez azt is jelezheti, hogy a helyi oktatási intézmények képesek megtartani a fiatalokat.
- **Egyéb (15%)**: Ez a kategória valószínűleg olyan csoportokat foglal magában, mint a nyugdíjasok, háztartásbeliek, vagy más inaktív státuszú személyek. A 15%-os arány mérsékelt társadalmi eltartottságot jelez, ami nem terheli túlzottan az aktív keresőket.
- **Munkanélküliek (5%)**: Az alacsony munkanélküliségi arány kedvező gazdasági helyzetet tükrözhet, azonban figyelembe kell venni, hogy a hivatalos statisztikák nem mindig

tükrözik a valós helyzetet, különösen, ha sokan informális vagy külföldi munkavállalásban vesznek részt.



6. ábra. Szeret utazni?

Forrás: Saját szerkesztés

Összesített válaszok:

- **Igen**: 53 fő
- **Nem**: 7 fő
- **Összes válaszadó**: 60 fő

Elemzés:

- **Utazni szeretők aránya**: 88,3%
- **Utazni nem szeretők aránya**: 11,7%

Ez az eredmény arra utal, hogy a megkérdezettek túlnyomó többsége nyitott az utazásra, ami pozitív jelzés lehet a turizmus és a helyi közlekedési szolgáltatások fejlesztése szempontjából.

A korábbi adatokkal összevetve (például a 60%-os aktív keresői arány és a 20%-os diákarány) feltételezhető, hogy a lakosság jelentős része rendelkezik az utazáshoz szükséges erőforrásokkal és motivációval.

7. ábra. Milyen gyakran utazik?

Forrás: Saját szerkesztés

A Kaszonyi kistérségben végzett felmérés alapján az utazási szokások a következőképpen alakulnak:

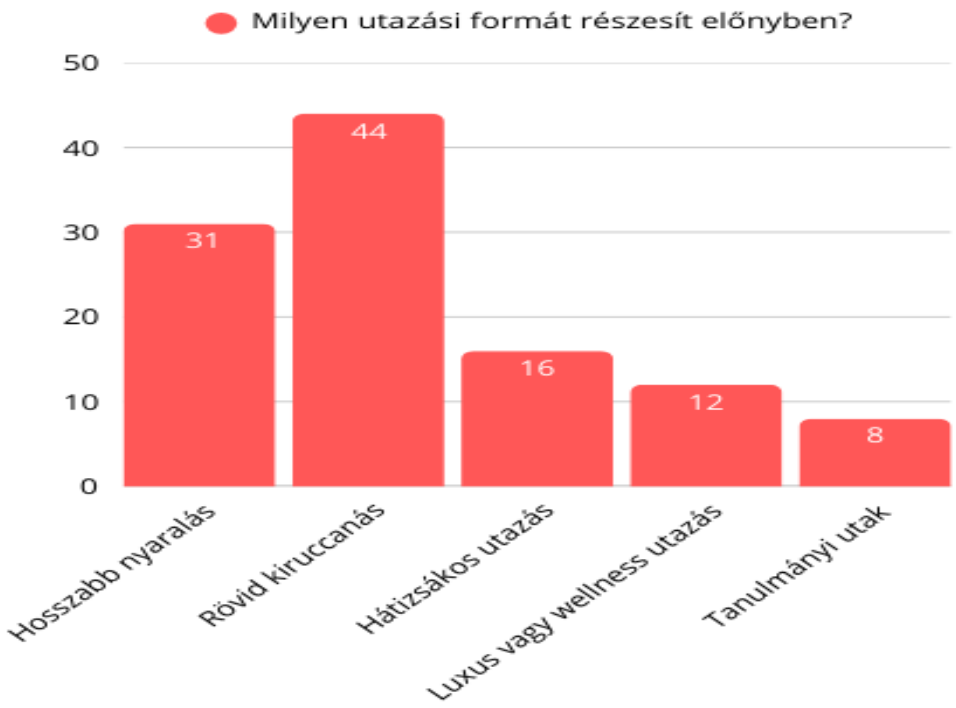
Utazási gyakoriság

- **Havonta**: 16,7%
- **Évente többször**: 43,3%
- **Évente egyszer**: 18,3%
- **Ritkábban**: 21,7%

A legtöbben évente többször utaznak, ami arra utal, hogy a régió lakói számára fontos az utazás, legyen az munka, tanulás vagy szabadidős tevékenység céljából.

A válaszadók többsége szeret utazni, ami összhangban van az utazási gyakoriság adataival.

Ezek az adatok azt mutatják, hogy a Kaszonyi kistérség lakói aktív utazók, akik számára az utazás fontos része az életnek.



8. ábra. Milyen utazási formát részesít előnyben?

Forrás: Saját szerkesztés

A Kaszonyi kistérségben végzett felmérés alapján az utazási preferenciák a következőképpen alakultak:

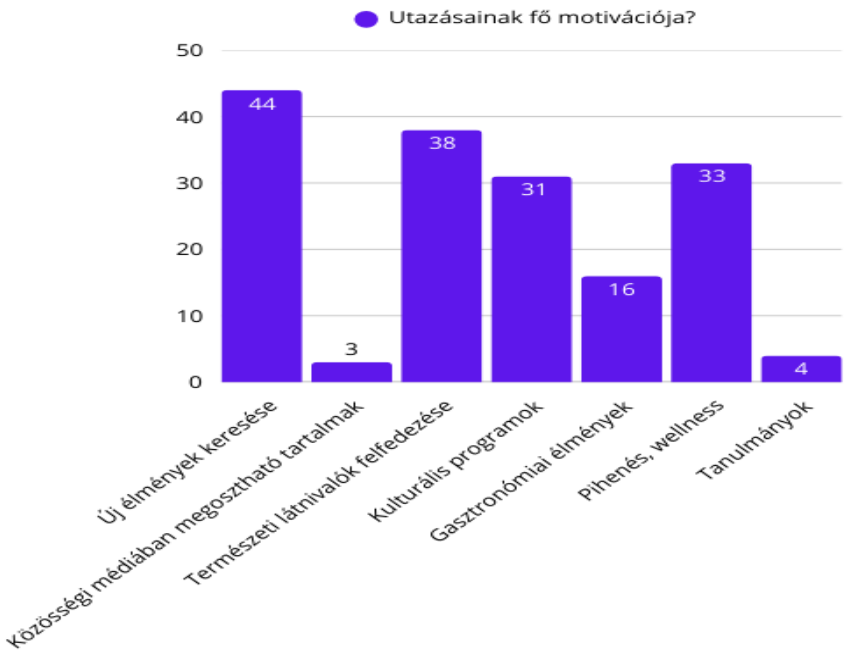
- **Rövid kiruccanás (1–3 nap)**: 44 válaszadó
- **Hosszabb nyaralás**: 31 válaszadó
- **Hátizsákos utazás**: 16 válaszadó
- **Luxus vagy wellness utazás**: 12 válaszadó

- **Külföldi tanulmányi programok/Erasmus**: 8 válaszadó

A válaszokból jól látható, hogy a rövid, 1–3 napos kiruccanások a legnépszerűbbek a térségben, amit a hosszabb nyaralások követnek. Ez a tendencia összhangban van a globális utazási szokásokkal, ahol a rövid távú utazások iránti érdeklődés növekszik.

A hátizsákos utazás és a luxus vagy wellness utazások kisebb arányban szerepelnek, ami arra utalhat, hogy ezek az utazási formák kevésbé elérhetők vagy kevésbé vonzóak a helyi lakosság számára. A külföldi tanulmányi programok iránti alacsony érdeklődés pedig jelezheti, hogy a fiatalok számára ezek a lehetőségek kevésbé ismertek vagy elérhetők.

Összességében a felmérés eredményei azt mutatják, hogy a Kaszonyi kistérség lakossága előnyben részesíti a rövid, gyakori utazásokat, amelyek jobban illeszkednek a mindennapi életükhöz és anyagi lehetőségeikhez. Ez a tendencia fontos szempont lehet a helyi turisztikai szolgáltatások és programok tervezésénél.



9. ábra. Utazásainak fő motivációja?

Forrás: Saját szerkesztés

Az utazási motivációkra vonatkozó adatok alapján a Kaszonyi kistérség lakosainak utazási szokásai és preferenciái a következőképpen jellemezhetők:

Fő utazási motivációk

Új élmények keresése (44 fő): A válaszadók többsége az utazást az új élmények megszerzésének lehetőségeként értékeli. Ez arra utal, hogy nyitottak az ismeretlen helyek, kultúrák és tapasztalatok iránt, és az utazást személyes fejlődésük, látókörük bővítése érdekében választják.

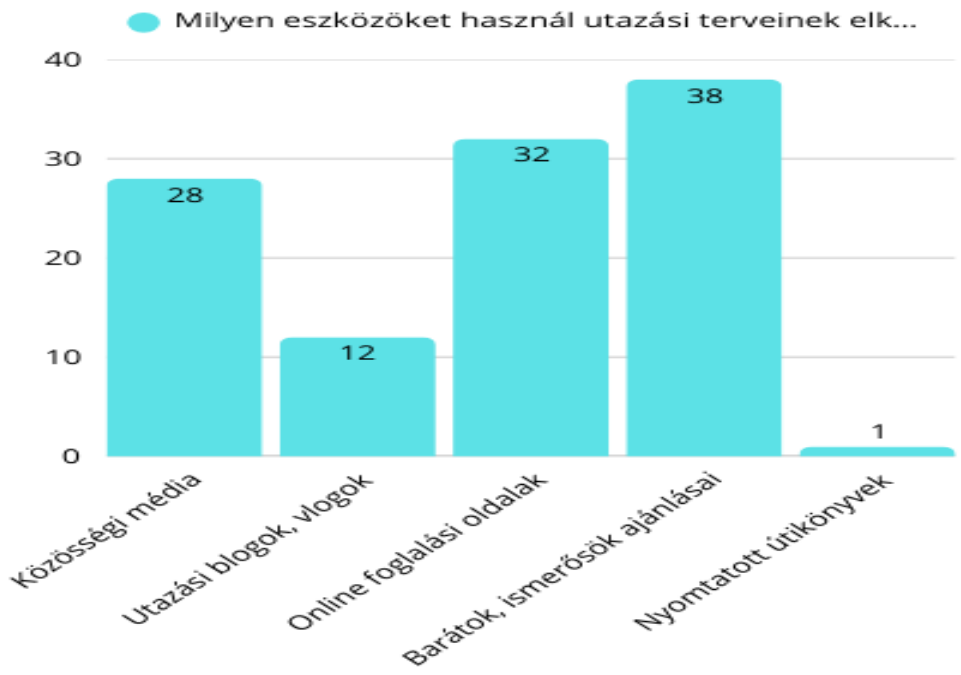
Természeti látnivalók felfedezése (38 fő): A természet iránti érdeklődés erőteljesen jelen van, ami azt jelzi, hogy a válaszadók szívesen keresnek fel természeti szépségeket, például hegyeket, tavakat vagy nemzeti parkokat. Ez a motiváció összhangban van a rövid kiruccanások népszerűségével, amelyek gyakran természeti környezetbe irányulnak.

Pihenés, wellness (33 fő): A pihenés és regenerálódás iránti igény szintén jelentős, ami arra utal, hogy az utazást sokan a stressz csökkentésére és a testi-lelki feltöltődésre használják. Ez a motiváció különösen fontos lehet a munkavállalók és a mindennapi életükben nagy terhelésnek kitett személyek számára.

Kulturális programok, városnézés (31 fő): A kulturális élmények iránti érdeklődés is meghatározó, ami azt mutatja, hogy a válaszadók szívesen ismerkednek meg más városok történelmével, művészetével és hagyományaival. Ez a motiváció különösen fontos lehet az oktatási és kulturális intézmények számára, amelyek célja a kulturális turizmus ösztönzése.

Gasztronómiai élmények (16 fő): Bár kevésbé domináns, a gasztronómiai élmények keresése is jelen van, ami azt jelzi, hogy a helyi ételek és italok megkóstolása fontos része lehet az utazási élménynek. Ez a motiváció különösen releváns lehet a helyi vendéglátóipar és gasztronómiai turizmus szempontjából.

Tanulmányok (4 fő) és közösségi médiában megosztható tartalmak készítése (3 fő): Ezek a motivációk kevésbé gyakoriak, de jelen vannak, ami azt mutatja, hogy egy kisebb csoport az utazást tanulmányi célokra vagy digitális tartalomkészítésre használja.

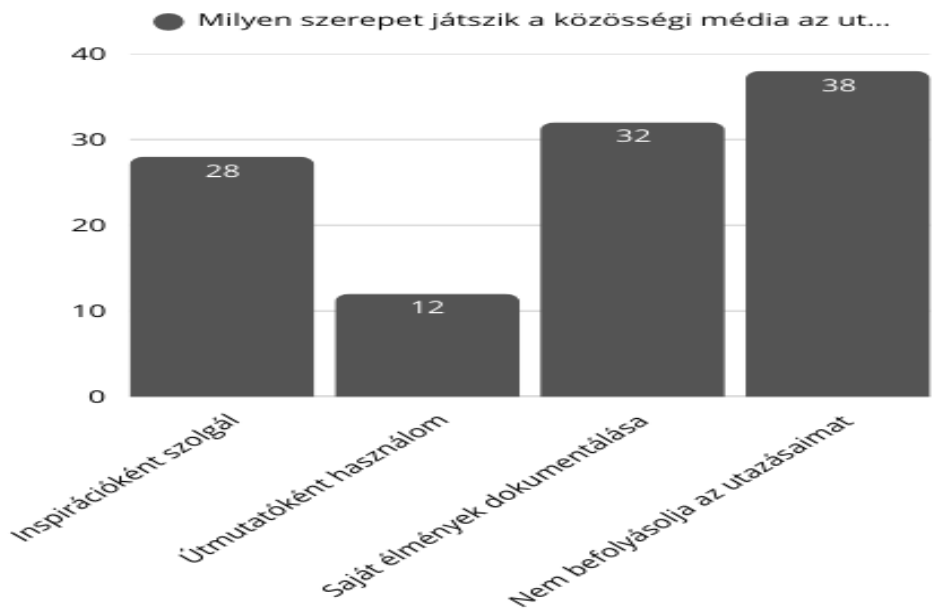


10. ábra. Milyen eszközöket használ utazási terveinek elkészítéséhez?

Forrás: Saját szerkesztés

Ezek az adatok azt mutatják, hogy a személyes kapcsolatok és az online eszközök egyaránt fontos szerepet játszanak az utazási tervek kialakításában. A barátok és ismerősök ajánlásai kiemelkedően fontosak, ami a közösségi kapcsolatok erősségét jelzi a régióban. Az online foglalási oldalak és a közösségi média platformok szintén jelentős szerepet töltenek be, ami a digitális eszközök növekvő használatát tükrözi az utazástervezésben. Ezzel szemben a nyomtatott útikönyvek használata minimális, ami a hagyományos információforrások háttérbe szorulását jelzi a modern, digitális világban.

Összességében a felmérés eredményei azt sugallják, hogy a Kaszonyi kistérség lakosai az utazási tervek készítése során egyensúlyt teremtenek a személyes ajánlások és a digitális eszközök között, kihasználva mindkét forrás előnyeit.



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

Forrás: Saját szerkesztés

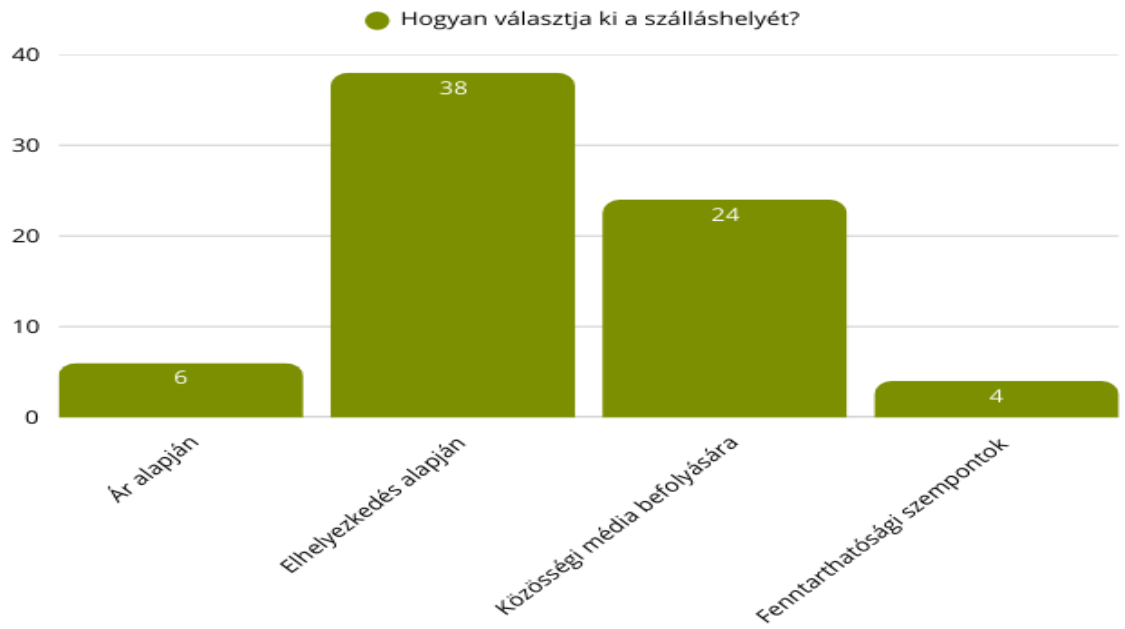
Ez azt mutatja, hogy a közösségi média jelentős hatással van az utazási döntésekre és élményekre, különösen a fiatalabb generációk körében. Például egy tanulmány szerint a Z generáció 81%-a és a millenniumiak 75%-a fontosnak tartja a közösségi médiát az úti cél kiválasztásában.

A közösségi média platformok, mint az Instagram és a TikTok, vizuális tartalmaikkal inspirációt nyújtanak az utazóknak, és lehetőséget biztosítanak arra, hogy valós időben osszák meg tapasztalataikat. Ez különösen fontos lehet a Kaszonyi kistérség fiatalabb lakosai számára, akik így könnyen hozzáférhetnek mások élményeihez és ajánlásaihoz.

Ugyanakkor fontos megjegyezni, hogy a közösségi média nem mindenki számára meghatározó tényező az utazási döntésekben. A válaszadók 20 fője jelezte, hogy a közösségi média nem befolyásolja utazásaikat, ami arra utal, hogy más forrásokat, például személyes ajánlásokat vagy hagyományos információforrásokat részesítenek előnyben.

Összességében a közösségi média egyre fontosabb szerepet játszik az utazási döntésekben és élményekben, különösen a fiatalabb generációk körében. Ezért érdemes figyelembe venni a

közösségi média hatását a turisztikai stratégiák kidolgozásakor, különösen a fiatalabb célcsoportok elérésére irányuló erőfeszítések során.



12. ábra. Hogyan választja ki a szálláshelyét?

Forrás: Saját szerkesztés

1. Ár mint döntő tényező (60%): A válaszadók többsége az árat tartja a legfontosabb szempontnak szálláshely választásakor. Ez arra utal, hogy az árérzékenység jelentős szerepet játszik a döntéshozatalban, különösen olyan régiókban, ahol a jövedelmi szintek korlátozottabbak lehetnek.

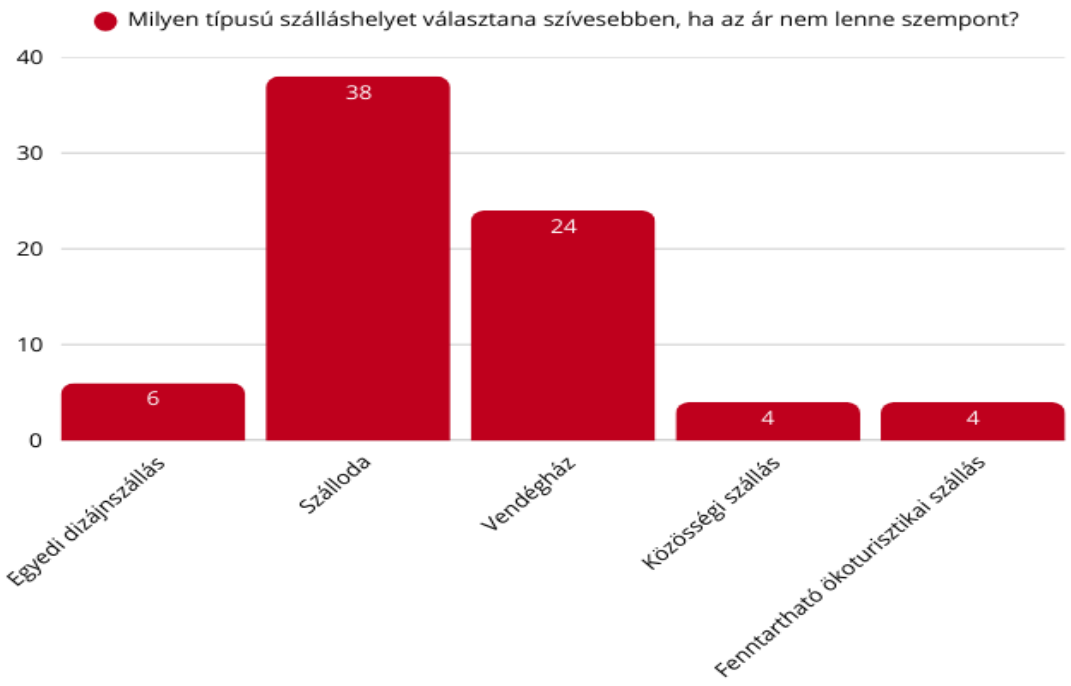
2. Elhelyezkedés fontossága (28,3%): Az elhelyezkedés a második legfontosabb szempont, ami azt jelzi, hogy a válaszadók számára fontos a szálláshely közelsége a főbb látnivalókhoz, közlekedési csomópontokhoz vagy egyéb releváns helyszínekhez.

3. Közösségi média hatása (8,3%): Bár kisebb arányban, de a közösségi médián látott ajánlások is befolyásolják a szálláshely kiválasztását. Ez különösen a fiatalabb generációk körében lehet meghatározó, akik gyakran támaszkodnak online véleményekre és ajánlásokra.

4. Fenntarthatósági szempontok (3,3%): A fenntarthatósági szempontok jelenleg kevésbé befolyásolják a döntéshozatalt. Ez arra utalhat, hogy a környezettudatosság még nem

vált meghatározó tényezővé a szálláshely választásában, vagy a válaszadók kevésbé tájékozottak a fenntartható szálláslehetőségekről.

A felmérés eredményei alapján a szálláshely kiválasztásánál az ár és az elhelyezkedés a legfontosabb szempontok a Kaszonyi kistérség lakosai számára. A közösségi média és a fenntarthatósági szempontok jelenleg kisebb szerepet játszanak a döntéshozatalban, de ezek jelentősége a jövőben növekedhet, különösen a fiatalabb generációk körében.



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

Forrás: Saját szerkesztés

1. Szálloda vagy resort (38 fő): A legtöbb válaszadó a szállodákat vagy resortokat választaná, ha az ár nem lenne szempont. Ez arra utal, hogy a kényelem, a kiszámíthatóság és a teljes körű szolgáltatások fontosak számukra. A szállodák által kínált biztonság, étkezési lehetőségek és wellness szolgáltatások vonzóvá teszik ezeket a szálláshelyeket a válaszadók számára.

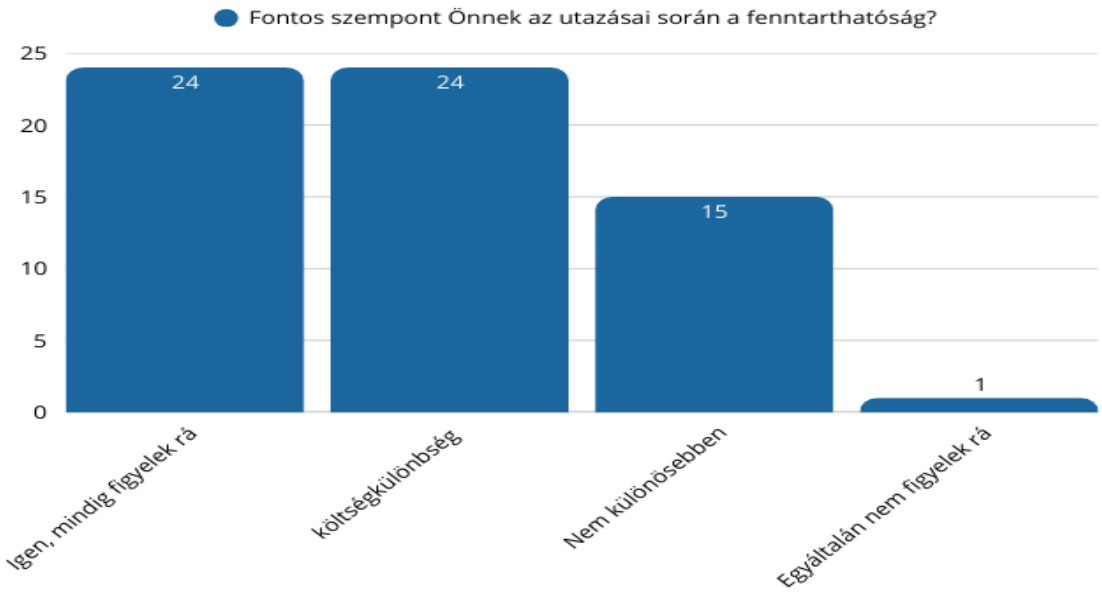
2. Airbnb vagy helyi vendégház (24 fő): A második legnépszerűbb választás az Airbnb vagy helyi vendégház. Ez a preferencia a személyesebb, autentikusabb élmények iránti igényt

tükrözi. A vendégházak gyakran lehetőséget biztosítanak a helyi kultúra mélyebb megismerésére és közvetlen kapcsolat kialakítására a helyiekkel.

3. Butikhotel vagy egyedi dizájnszállás (6 fő): Bár kevesebben választanák, a butikhotel vagy egyedi dizájnszállás iránti érdeklődés azt mutatja, hogy van igény az egyedi, stílusos szálláshelyekre is. Ezek a szállások különleges élményt nyújthatnak, és gyakran kisebb, intimebb környezetet biztosítanak.

4. Közösségi szállás (pl. hostel) és fenntartható ökoturisztikai szállás (4-4 fő): A közösségi szállások és az ökoturisztikai szálláshelyek kisebb arányban kerültek kiválasztásra. Ez arra utalhat, hogy ezek a szállástípusok kevésbé ismertek vagy kevésbé vonzóak a válaszadók számára. Az ökoturisztikai szállások iránti alacsony érdeklődés azt is jelezheti, hogy a fenntarthatósági szempontok még nem játszanak jelentős szerepet a szállásválasztásban.

A felmérés eredményei alapján a Kaszonyi kistérség lakosai, ha az ár nem lenne szempont, elsősorban a kényelmet és a teljes körű szolgáltatásokat kínáló szállodákat vagy resortokat részesítenék előnyben. Ugyanakkor jelentős az érdeklődés a személyesebb élményeket nyújtó Airbnb-k és vendégházak iránt is. A butikhotelek, közösségi szállások és ökoturisztikai szálláshelyek iránti alacsonyabb érdeklődés azt mutatja, hogy ezek a szállástípusok kevésbé ismertek vagy kevésbé vonzóak a válaszadók számára.



14. ábra. Fontos szempont Önnek az utazásai során a fenntarthatóság?

Forrás: Saját szerkesztés

A válaszadók 80%-a (48 fő) valamilyen mértékben figyelembe veszi a fenntarthatóságot utazásai során, ami pozitív tendencia a környezettudatos utazás irányába. Azonban az is látható, hogy a költségek jelentős szerepet játszanak a döntéshozatalban, mivel a válaszadók fele csak akkor választ fenntarthatóbb lehetőségeket, ha azok nem járnak jelentős többletköltséggel.

A felmérés eredményei alapján a Kaszonyi kistérség lakosai körében erősödik a környezettudatosság az utazási döntésekben. A fenntarthatóság iránti elköteleződés azonban gyakran a költségek függvénye, ami kihívást jelent a fenntartható turizmus népszerűsítése során.

Tizenötödik kérdésem az volt, hogy mennyi pénzt költ el egy átlagos utazás során utazásra? (HUF, EUR vagy UAH megadásával)

Átlagos költések kategóriák szerint

1. Alacsony költésű utazók:

- **Összeg:** 5 000 – 20 000 HUF vagy 1 000 – 5 000 UAH
- **Jellemzők:** Rövidebb, belföldi utazások, ahol a költségek minimalizálása a cél.

2. Közepes költésű utazók:

- **Összeg:** 20 000 – 100 000 HUF vagy 5 000 – 15 000 UAH
- **Jellemzők:** Hosszabb belföldi vagy közeli külföldi utazások, ahol a komfort és az élmények egyensúlyban vannak a költségekkel.

3. Magas költésű utazók:

- **Összeg:** 100 000 – 250 000 HUF vagy 20 000 – 50 000 UAH
- **Jellemzők:** Többnapos, külföldi utazások, ahol a kényelem és a különleges élmények fontos szerepet játszanak.

4. Prémium költésű utazók:

- **Összeg:** 250 000 HUF felett vagy 50 000 UAH felett

- **Jellemzők:** Luxusutazások, hosszabb távollétek, esetleg különleges eseményekhez kapcsolódó utazások.

Összegzés

A felmérés eredményei azt mutatják, hogy a Kaszonyi kistérség lakosainak utazási költései változatosak, és szorosan összefüggnek az utazás céljával, időtartamával és a választott úti céllal. A költségek alakulásában szerepet játszik a személyes preferencia, az anyagi lehetőségek, valamint az utazás során elérni kívánt élmények típusa is.

Tizenhatodik kérdésem az volt, hogy mennyi pénzt költ el egy átlagos utazás során szállásra? (HUF, EUR vagy UAH megadásával)

Szállásra fordított költségek kategóriák szerint

1. Alacsony költésű utazók:

- **Összeg:** 0 – 20 000 HUF vagy 0 – 5 000 UAH
- **Jellemzők:** Rövidebb, belföldi utazások, ahol a költségek minimalizálása a cél. Egyes válaszadók rokonoknál szállnak meg, így elkerülve a szállásköltségeket.

2. Közepes költésű utazók:

- **Összeg:** 20 000 – 100 000 HUF vagy 5 000 – 15 000 UAH
- **Jellemzők:** Hosszabb belföldi vagy közeli külföldi utazások, ahol a komfort és az élmények egyensúlyban vannak a költségekkel.

3. Magas költésű utazók:

- **Összeg:** 100 000 – 250 000 HUF vagy 15 000 – 50 000 UAH
- **Jellemzők:** Többnapos, külföldi utazások, ahol a kényelem és a különleges élmények fontos szerepet játszanak.

4. Prémium költésű utazók:

- **Összeg:** 250 000 HUF felett vagy 50 000 UAH felett
- **Jellemzők:** Luxusutazások, hosszabb távollétek, esetleg különleges eseményekhez kapcsolódó utazások.

Összegzés

A felmérés eredményei azt mutatják, hogy a Kaszonyi kistérség lakosainak szállásra fordított költségei változatosak, és szorosan összefüggnek az utazás céljával, időtartamával és a választott úti céllal. A költségek alakulásában szerepet játszik a személyes preferencia, az anyagi lehetőségek, valamint az utazás során elérni kívánt élmények típusa is.

Tizenhetedik kérdésem az volt, hogy mennyi pénzt költ el egy átlagos utazás során étkezésre? (HUF, EUR vagy UAH megadásával)

Étkezésre fordított költségek kategóriák szerint

1. Alacsony költésű utazók:

- **Összeg:** 0 – 20 000 HUF vagy 0 – 5 000 UAH
- **Jellemzők:** Rövidebb, belföldi utazások, ahol a költségek minimalizálása a cél. Egyes válaszadók rokonoknál szállnak meg, így elkerülve a szállásköltségeket.

2. Közepes költésű utazók:

- **Összeg:** 20 000 – 100 000 HUF vagy 5 000 – 15 000 UAH
- **Jellemzők:** Hosszabb belföldi vagy közeli külföldi utazások, ahol a komfort és az élmények egyensúlyban vannak a költségekkel.

3. Magas költésű utazók:

- **Összeg:** 100 000 – 250 000 HUF vagy 15 000 – 50 000 UAH
- **Jellemzők:** Többnapos, külföldi utazások, ahol a kényelem és a különleges élmények fontos szerepet játszanak.

4. Prémium költésű utazók:

- **Összeg:** 250 000 HUF felett vagy 50 000 UAH felett
- **Jellemzők:** Luxusutazások, hosszabb távollétek, esetleg különleges eseményekhez kapcsolódó utazások.

Összegzés

A Kaszonyi kistérségben végzett felmérésem alapján az utazók étkezésre fordított összegei széles skálán mozognak, ami különböző utazási szokásokat és preferenciákat tükröz.

Tizennyolcadik kérdésem az volt, hogy mennyi pénzt költ el egy átlagos utazás során programokra, belépőkre? (HUF, EUR vagy UAH megadásával)

Programokra és belépőkre fordított költségek kategóriák szerint

1. Alacsony költésű utazók:

- **Összeg:** 0 – 20 000 HUF vagy 0 – 5 000 UAH
- **Jellemzők:** Rövidebb, belföldi utazások, ahol a költségek minimalizálása a cél. Egyes válaszadók ingyenes programokat választanak, vagy rokonoknál szállnak meg, így elkerülve a szállás- és programköltségeket.

2. Közepes költésű utazók:

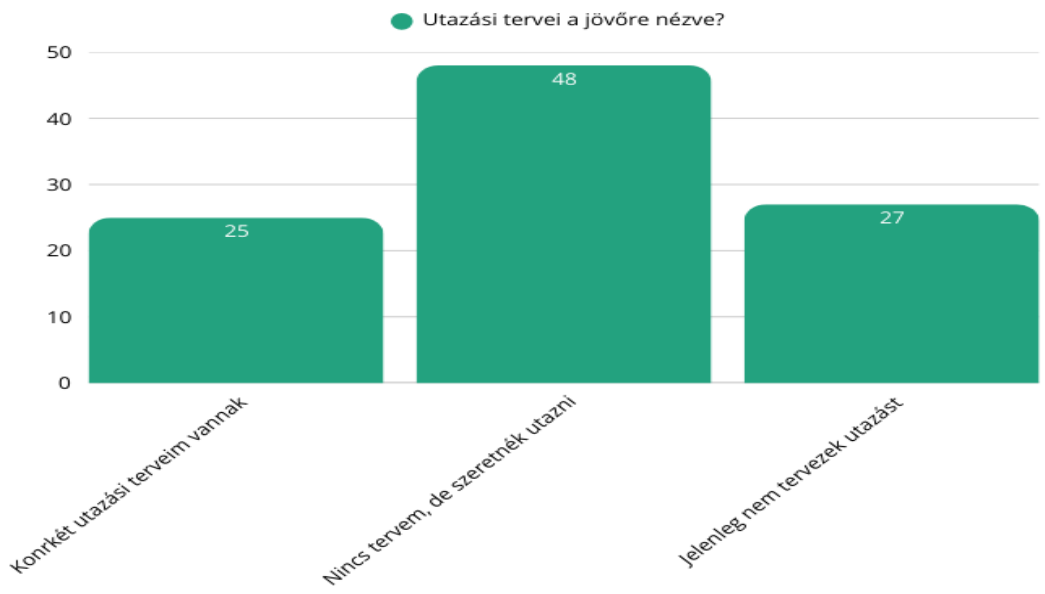
- **Összeg:** 20 000 – 100 000 HUF vagy 5 000 – 15 000 UAH
- **Jellemzők:** Hosszabb belföldi vagy közeli külföldi utazások, ahol a komfort és az élmények egyensúlyban vannak a költségekkel.

3. Magas költésű utazók:

- **Összeg:** 100 000 – 250 000 HUF vagy 15 000 – 50 000 UAH
- **Jellemzők:** Többnapos, külföldi utazások, ahol a kényelem és a különleges élmények fontos szerepet játszanak.

4. Prémium költésű utazók:

- **Összeg:** 250 000 HUF felett vagy 50 000 UAH felett
- **Jellemzők:** Luxusutazások, hosszabb távollétek, esetleg különleges eseményekhez kapcsolódó utazások.



15. ábra. Utazási tervei a jövőre nézve?

Forrás: Saját szerkesztés

Ezek az adatok azt mutatják, hogy a lakosság közel háromnegyede (73,3%) nyitott az utazásra, akár konkrét tervekkel, akár vágyakozással.

A konkrét tervek hiánya ellenére a magas utazási szándék arra utal, hogy a lakosság körében jelentős az érdeklődés az utazás iránt, és megfelelő körülmények esetén (pl. kedvezőbb gazdasági helyzet, több szabadidő) ez az érdeklődés valós utazássá válhat.

Összességében a felmérés eredményei biztatóak, mivel azt jelzik, hogy a Kaszonyi kistérség lakossága nyitott az utazásra, és a jövőben várhatóan növekedni fog az utazások száma, amennyiben a feltételek kedvezően alakulnak.

Huszadik kérdésem az volt, hogy ha bárhova utazhatna, hova menne legszívesebben?

Legnépszerűbb országok és városok

Olaszország kiemelkedik a válaszok között, számos városával, mint például Firenze, Szicília és Róma. **Spanyolország** szintén gyakran említett célpont, különösen Barcelona városával. **Törökország**, különösen Isztambul, szintén népszerű választás volt.

Görögország, **Franciaország** (kiemelve Párizst), **Horvátország**, **Svájc**, **Albánia**, **Montenegró**, **Szlovénia**, **Egyiptom**, **Thaiföld**, **Japán**, **USA**, **Norvégia**, **Sri Lanka**, **Portugália**, **Maldív-szigetek**, **Dubai**, **Bahama-szigetek**, **Rio de Janeiro**, **Krakkó**, **Prága**,

Kassa, **Eger**, **Debrecen**, **Esztergom**, és a **Kárpátok** is szerepeltek a válaszok között, jelezve a válaszadók változatos érdeklődését.

Megfigyelések és trendek

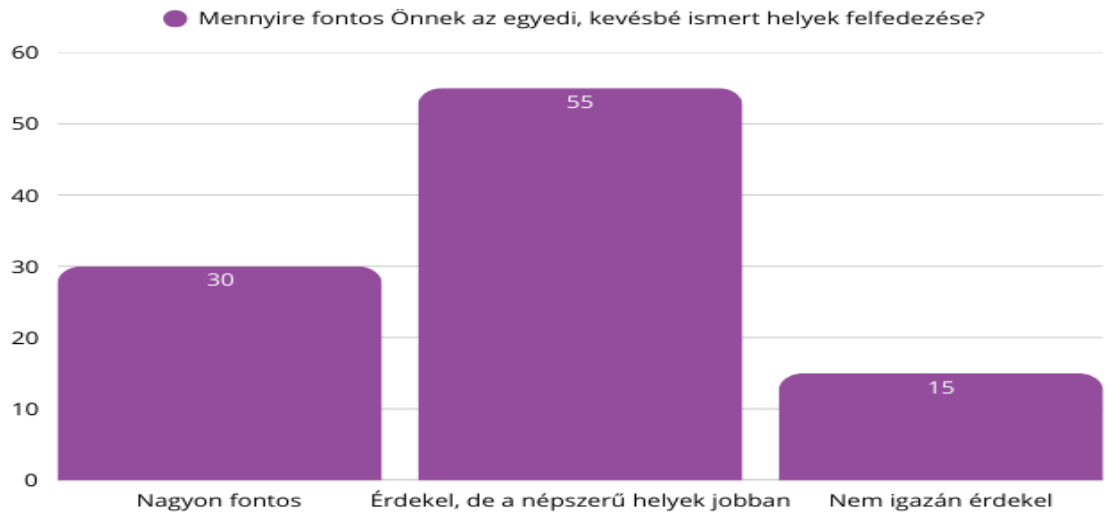
- **Mediterrán térség vonzereje**: Az olyan országok, mint Olaszország, Spanyolország, Görögország és Törökország, továbbra is vonzóak a válaszadók számára, valószínűleg a kellemes éghajlat, gazdag kultúra és kiváló gasztronómia miatt.

- **Egzotikus és távoli úti célok**: Az olyan helyek, mint Thaiföld, Japán, Sri Lanka, Maldív-szigetek és Bahama-szigetek, azt mutatják, hogy a válaszadók közül sokan vágyakoznak különleges, távoli élményekre.

- **Belföldi és közeli desztinációk**: A válaszok között szereplő magyar városok, mint Debrecen, Esztergom és Eger, valamint a szomszédos országok városai, mint Krakkó és Kassa, arra utalnak, hogy a válaszadók egy része a közelebbi, könnyebben elérhető úti célokat részesíti előnyben.

Összegzés

A felmérés eredményei azt mutatják, hogy a Kaszonyi kistérség lakosainak utazási vágyai rendkívül sokszínűek, a közeli európai városoktól kezdve az egzotikus távoli országokig terjednek. Ez a változatosság tükrözi az utazók nyitottságát és kíváncsiságát a világ különböző kultúrái és tájai iránt.



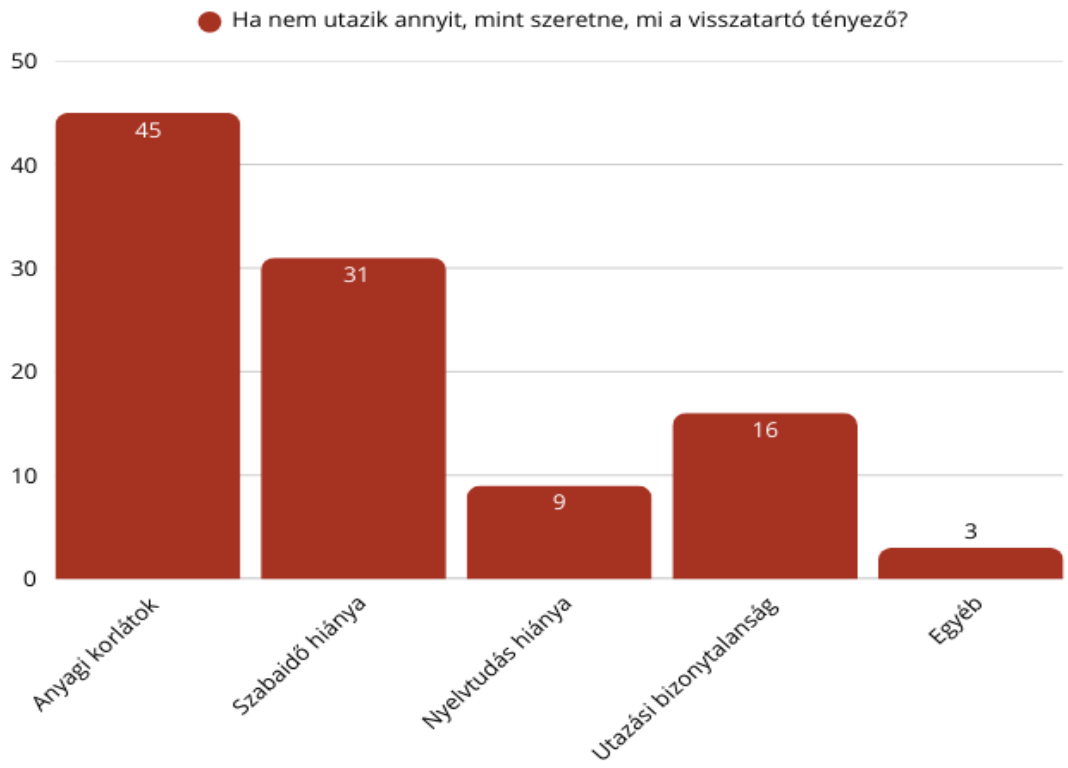
16. ábra. Mennyire fontos Önnek az egyedi, kevésbé ismert helyek felfedezése?

Forrás: Saját szerkesztés

A Kaszonyi kistérségben végzett felmérésem alapján az utazók hozzáállása az egyedi, kevésbé ismert helyek felfedezéséhez a következőképpen alakult:

- **Nagyon fontos, mindig keresem az eldugott helyeket**: 30%
- **Érdekel, de inkább népszerű helyeket látogatok**: 55%
- **Nem igazán érdekel, inkább a híres látnivalókat keresem**: 15%

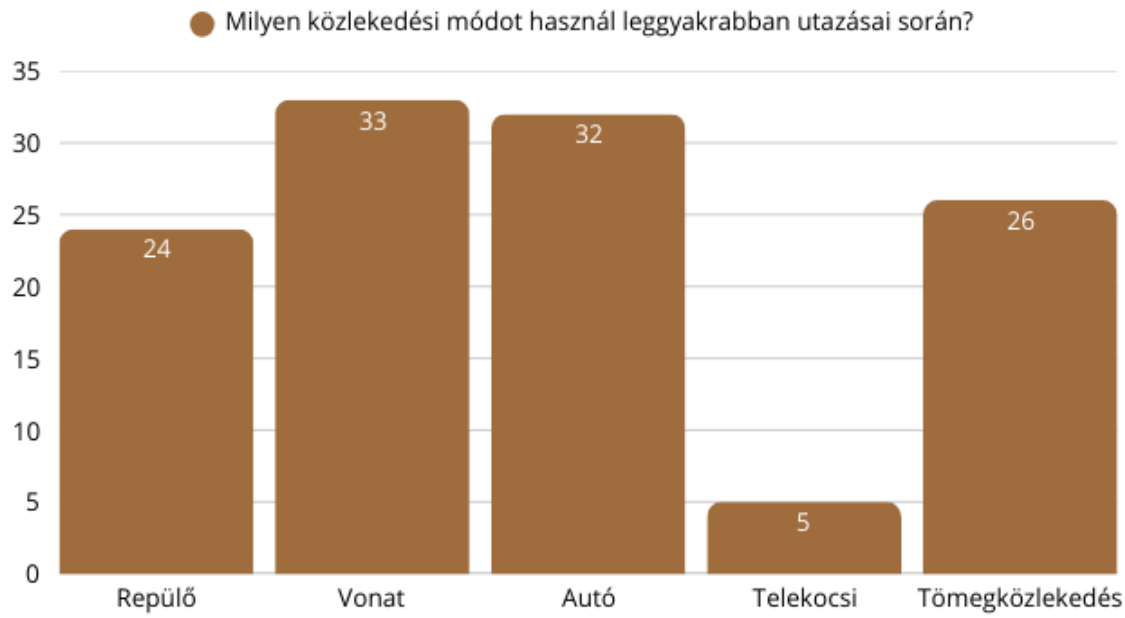
Ez azt mutatja, hogy a válaszadók többsége (85%) nyitott az egyedi élményekre, bár az eldugott helyek felfedezése különböző mértékben fontos számukra.



17. ábra. Ha nem utazik annyit, amennyit szeretne, mi a visszatartó tényező?

Forrás: Saját szerkesztés

Összességében a felmérésed eredményei rávilágítanak arra, hogy az anyagi és időbeli korlátok mellett a nyelvi és biztonsági tényezők is jelentős szerepet játszanak az utazási döntésekben. Ezeknek a kihívásoknak a kezelése hozzájárulhat a turizmus fellendítéséhez és a lakosság utazási hajlandóságának növelésé.



18. ábra. Milyen közlekedési módot használ leggyakrabban utazásai során?

Forrás: Saját szerkesztés

Az adatok alapján a leggyakrabban használt közlekedési módok a vonat és az autó, szinte azonos számú válasszal. A tömegközlekedés és a fapados repülőjáratok is jelentős szerepet játszanak az utazások során, míg a telekocsi kevésbé népszerű választás.

Ez az eloszlás tükrözi a válaszadók preferenciáit és az elérhető közlekedési lehetőségeket. A vonat és az autó használata valószínűleg a kényelem és a rugalmasság miatt népszerű, míg a fapados repülőjáratok a költséghatékonyságot kínálják a hosszabb távú utazásokhoz.

KÖVETKEZTETÉSEK

1. A Kaszonyi kistérség lakosainak utazási szokásait elsősorban anyagi és időbeli korlátok befolyásolják, amelyek jelentősen korlátozzák az utazási lehetőségeiket.

A kutatás során megkérdezettek 75%-a jelölte meg az anyagi korlátokat, míg 51,7%-uk a szabadidő hiányát mint az utazás fő akadályát. Ez azt mutatja, hogy a pénzügyi és időbeli erőforrások hiánya jelentős gátat szab az utazási tervek megvalósításának. Annak ellenére, hogy a válaszadók többsége szívesen utazna, ezek a korlátok gyakran meghiúsítják a tervezett utakat. Ez a tendencia különösen jellemző lehet a kisebb településeken, ahol a jövedelmi szintek és a munkaidő-beosztások kevésbé rugalmasak. A turisztikai fejlesztéseknek tehát figyelembe kell venniük ezeket a korlátokat, és olyan megoldásokat kell kínálniuk, amelyek elérhetőbbé teszik az utazást a helyi lakosok számára.

2. A közösségi média inspirációs forrásként szolgál az utazási célpontok kiválasztásában, de a döntéseket végső soron a személyes ajánlások és az ár-érték arány határozzák meg.

A válaszadók 29%-a használja a közösségi médiát inspirációként, azonban 38% inkább barátok és ismerősök ajánlásaira támaszkodik. Ez azt jelzi, hogy bár a digitális platformok fontos szerepet játszanak az utazási ötletek gyűjtésében, a végső döntést gyakran a személyes tapasztalatok és a megbízható források befolyásolják. Az ár-érték arány is kulcsfontosságú tényező, különösen a szálláshelyek kiválasztásánál, ahol az ár a legmeghatározóbb szempont. Ez arra utal, hogy a potenciális utazók alaposan mérlegelik a költségeket és a szolgáltatások minőségét, mielőtt döntést hoznának. A turisztikai szolgáltatóknak tehát érdemes hangsúlyt fektetniük a pozitív ügyfélélményekre és a versenyképes árakra.

3. A fenntarthatóság szempontjai egyre fontosabbá válnak az utazási döntések során, azonban ezek csak akkor érvényesülnek, ha nem járnak jelentős költségtöbblettel.

A megkérdezettek közül 24 fő mindig figyel a fenntarthatóságra, míg további 24 fő csak akkor, ha ez nem jelent többletköltséget. Ez azt mutatja, hogy bár a környezettudatosság egyre inkább előtérbe kerül, a gazdasági szempontok továbbra is elsődlegesek. A válaszadók hajlandósága a fenntartható megoldások választására tehát erősen függ azok költségvonzatától. Ez kihívást jelent a turisztikai szolgáltatók számára, akiknek olyan fenntartható ajánlatokat kell

kidolgozniuk, amelyek versenyképes áron érhetők el. A fenntarthatóság és a gazdaságosság közötti egyensúly megtalálása kulcsfontosságú a környezettudatos turizmus előmozdításában.

4. A válaszadók többsége nyitott az egyedi, kevésbé ismert helyek felfedezésére, de a népszerű úti célok továbbra is dominálnak az utazási preferenciákban.

A megkérdezettek 30%-a kifejezetten keresi az eldugott helyeket, míg 55% érdeklődik iránt, de inkább a népszerű helyeket látogatja. Ez arra utal, hogy bár van nyitottság az alternatív úti célok iránt, a biztonságos és jól ismert helyszínek továbbra is előnyben részesülnek. A híres látnivalók vonzereje erősebb lehet a kevésbé ismert helyekkel szemben, különösen, ha azok könnyebben elérhetők és jobban ismert infrastruktúrával rendelkeznek. A turisztikai marketingnek tehát érdemes hangsúlyt fektetnie az egyedi helyek népszerűsítésére, miközben biztosítja az utazók számára a szükséges információkat és biztonságot.

5. Az utazási motivációk között az új élmények keresése, a természeti látnivalók felfedezése és a pihenés dominálnak, míg a közösségi médiában megosztható tartalmak készítése kevésbé jelentős tényező.

A válaszadók 44%-a az új élmények keresését, 38% a természeti látnivalók felfedezését, és 33% a pihenést, wellnesst jelölte meg fő motivációként. Ezzel szemben mindössze 3% említette a közösségi médiában megosztható tartalmak készítését mint utazási motivációt. Ez azt mutatja, hogy az utazók elsősorban személyes élményekre és kikapcsolódásra vágynak, nem pedig online jelenlétük növelésére. A turisztikai szolgáltatóknak tehát érdemes olyan programokat és szolgáltatásokat kínálniuk, amelyek valódi élményeket és pihenési lehetőségeket biztosítanak. Ez elősegítheti a vendégek elégedettségét és a pozitív szájreklámot.

ÖSSZEGZÉS

A Kaszonyi kistérség lakosságának utazási szokásait vizsgáló kutatás célja az volt, hogy feltárja a helyi közösség utazási preferenciáit, motivációit, valamint azokat a tényezőket, amelyek befolyásolják utazási döntéseiket. A kérdőíves felmérés eredményei alapján átfogó képet kaptunk a térség utazási kultúrájáról, amely hasznos információkkal szolgálhat a turisztikai fejlesztések és stratégiák kialakításához.

Az Y generáció (1981–1996 között születettek) és a Z generáció (1997–2012 között születettek) utazási szokásai számos ponton hasonlóságot mutatnak, ugyanakkor jelentős különbségek is megfigyelhetők közöttük.

Információszerzés és inspiráció: Mindkét generáció erőteljesen támaszkodik a digitális technológiákra az utazások tervezése során. Az Y generáció tagjai elsősorban online foglalási oldalakat és baráti ajánlásokat vesznek figyelembe, míg a Z generáció tagjai inkább a közösségi média platformokon, például TikTokon és YouTube-on keresztül gyűjtenek inspirációt és információt.

Szállásválasztás: Az Y generáció számára az ár a legmeghatározóbb tényező a szállás kiválasztásánál, de az elhelyezkedés és a közösségi médián látott ajánlások is befolyásolják döntésüket. Ha az ár nem lenne szempont, a válaszadók többsége szállodát vagy resortot választana. Ezzel szemben a Z generáció tagjai előnyben részesítik az egyedi, helyi élményeket nyújtó szálláshelyeket, például Airbnb-t vagy vendégházakat, és nagyobb hangsúlyt fektetnek a fenntarthatóságra is.

Utazási motivációk és élménykeresés: Mindkét generáció tagjai számára az utazás nem csupán pihenést jelent, hanem lehetőséget új kultúrák megismerésére és inspirációk gyűjtésére. Az Y generáció tagjai gyakran keresnek autentikus élményeket, míg a Z generáció tagjai még inkább hajlamosak az egyedi, kevésbé ismert helyek felfedezésére, és az élményeiket szívesen dokumentálják és osztják meg a közösségi médiában.

Közlekedési preferenciák: Az Y generáció tagjai gyakran választják a vonatot és az autót utazásaik során, míg a Z generáció tagjai inkább a tömegközlekedést és a fapados repülőjáratokat részesítik előnyben, figyelembe véve a költséghatékonyságot és a környezeti szempontokat.

Fenntarthatóság és technológiai affinitás: A fenntarthatóság kérdésében az Y generáció tagjai megosztottak: egy részük mindig figyel rá, míg mások csak akkor, ha nincs jelentős költségkülönbség. A Z generáció tagjai azonban általában nagyobb elkötelezettséget mutatnak a fenntartható utazási lehetőségek iránt. Mindkét generáció magas szintű technológiai affinitással rendelkezik, de a Z generáció tagjai még inkább integrálják a digitális eszközöket az utazási élményeikbe.

Az Y és Z generációk utazási szokásai között számos hasonlóság található, különösen a digitális technológiák használatában és az élménykeresésben. Ugyanakkor a Z generáció tagjai még inkább törekednek az egyedi, fenntartható és autentikus élményekre, és erőteljesebben használják a közösségi médiát az utazásaik dokumentálására és megosztására. Ezek a különbségek fontos szempontokat jelentenek a turisztikai szolgáltatók számára a célzott marketing és szolgáltatásfejlesztés terén.

РЕЗЮМЕ

Метою дослідження, яке вивчало досвід подорожей населення Косонської ТГ, було вивчення переваг та мотивації місцевої громади щодо подорожей, а також факторів, які впливають на рішення щодо подорожей. За результатами анкетування ми отримали комплексну картину туристичної культури регіону, яка може надати корисну інформацію для розробки туристичних стратегій.

Досвід подорожування покоління Y (народжені між 1981–1996) і покоління Z (народжені між 1997–2012) демонструють багато подібностей, але між ними також можна спостерігати значні відмінності.

Збір інформації та натхнення: Обидва покоління значною мірою покладаються на цифрові технології, плануючи свої подорожі. Представники покоління Y насамперед звертають увагу на сайти онлайн-бронювання та рекомендації друзів, а представники покоління Z, як правило, збирають натхнення та інформацію через соціальні мережі, такі як TikTok і YouTube.

Вибір розміщення: Для покоління Y ціна є найбільш визначальним фактором при виборі житла, але місце розташування та рекомендації в соціальних мережах також впливають на їх рішення. Якби ціна не враховувалась, більшість респондентів обрали б готель чи курорт. На відміну від цього, представники покоління Z віддають перевагу житлу, яке пропонує унікальний місцевий досвід, наприклад Airbnb або гостьові будинки, а також приділяють більшу увагу екологічності.

Мотивація подорожі та пошук досвіду: Для представників обох поколінь подорожі – це не лише відпочинок, а й можливість дізнатися про нові культури та отримати натхнення. Представники покоління Y часто прагнуть справжніх вражень, тоді як представники покоління Z ще більше схильні досліджувати унікальні, маловідомі місця, їм подобається документувати та ділитися своїм досвідом у соціальних мережах.

Транспортні переваги: Представники покоління Y часто вибирають поїзди та автомобілі для своїх подорожей, тоді як представники покоління Z віддають перевагу громадському транспорту та недорогим авіарейсам, враховуючи економічну ефективність та екологічність.

Стійкість і технологічна спорідненість: Представники покоління Y розділилися щодо питання сталості: одні завжди звертають на це увагу, а інші звертають увагу лише тоді, коли немає суттєвої різниці у вартості. Однак представники покоління Z зазвичай виявляють більшу прихильність екологічним варіантам подорожей. Обидва покоління мають високий рівень спорідненості з технологіями, але представники покоління Z навіть частіше інтегрують цифрові пристрої у свої подорожі.

Існує багато спільного між досвідом подорожей поколінь Y і Z, особливо у використанні цифрових технологій і пошуку досвіду. У той же час представники покоління Z все більше шукають унікальний, стійкий і автентичний досвід і частіше використовують соціальні мережі, щоб документувати та ділитися своїми подорожами. Ці відмінності представляють важливі міркування для постачальників туристичних послуг у цільовому маркетингу та розвитку послуг.

Szakirodalom

1. Aubert Antal (2001): *A turizmus általános földrajza*. Pécs: Janus Pannonius Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar.
2. Aubert Antal – Berki Mónika (2017): Turisztikai szegmentáció a generációk tükrében. *Turizmus Bulletin*, 17(3), 45–54.
3. Aubert Antal – Csapó János (2014): *A vidéki turizmus alapjai*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar.
4. Bacsó Róbert – Pataki Gábor (2024): Kárpátalja társadalmi-gazdasági helyzetének értékelése. Beregszász: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola.
5. Berghauer Sándor (2010): Kárpátalja turizmusa. *Turizmus Bulletin*, 14(2), 12–20.
6. Könyves Erika – Michalkó Gábor (2021): Digitális generációk és a turizmus. *Tér és Társadalom*, 35(4), 55–72.
7. Kovács Dániel (2020): Az Y generáció turisztikai magatartása. In: *Turizmusföldrajz online tanulmánygyűjtemény*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem.
8. Lehoczky Tivadar Intézet (2021): *Kárpátalja aprófalvainak jövőképe a járási reform után*. Beregszász: Lehoczky Tivadar Intézet.
9. Lehoczky Tivadar Intézet (2021): *Kárpátalja demográfiai és közigazgatási jellemzői az új járási rendszer tükrében*. Beregszász: Lehoczky Tivadar Intézet.
10. Lehoczky Tivadar Intézet (2021): *Kárpátalja közigazgatása és demográfiai jellemzői*. Beregszász: Lehoczky Tivadar Intézet.
11. Lengyel Márton (1994): *A turizmus általános elmélete*. Budapest: Képzőművészeti Kiadó és Nyomda Kft.
12. Michalkó Gábor (2007): *A turizmuselmélet alapjai*. Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola.
13. Michalkó Gábor (2010): *A turizmuselmélet társadalomtudományi megalapozása*. Pécs: MTA Földrajztudományi Kutatóintézet.
14. Molnár D. István (2016): *Kárpátalja népessége és magyarsága*. Beregszász: Hodinka Antal Intézet.
15. Pataki Gábor (2020): *A Mezőkaszonyi kistérség falvainak részletes összehasonlító vizsgálata*. Szakdolgozat. Beregszász: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola.
16. Pataki Gábor (2020): *Mezőkaszonyi kistérség gazdasági és társadalmi helyzete*. Szakdolgozat. Beregszász: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola.

17. Pataki Gábor (2021): Egy kárpátaljai kistérség társadalmi–gazdasági helyzetértékelése az ukrajnai közigazgatási reform után. *Gazdaság & Társadalom*, 2021 (3–4), 112–130.

18. Rátz Tamara – Michalkó Gábor (2005): A turizmus társadalmi hatásai. *Turizmus Bulletin*, 9(3), 13–22.

19. Rátz Tamara – Puczkó László (2002): *A turizmus hatásai*. Budapest: Aula Kiadó.

Internetes források

1. Központi Statisztikai Hivatal (2023): Turizmus, vendéglátás – fogalmak. https://www.ksh.hu

2. Magyar Turisztikai Ügynökség (2023): Turizmus Magyarországon – statisztikai összefoglaló. https://mtu.gov.hu

3. Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat (2021): Vidéki turizmus fejlesztési irányelvek. https://www.videkihalozat.eu

Ábrák jegyzéke

1. ábra A megkérdezettek nemi összetétele. 39
2. ábra Melyik generációhoz tartozik? 40
3. ábra Milyen iskolai végzettséggel rendelkeznek? 41
4. ábra Milyen nyelveket beszél? 43
5. ábra Milyen foglalkozási csoportba sorolná magát? 44
6. ábra Szeret utazni? 45
7. ábra Milyen gyakran utazik? 46
8. ábra Milyen utazási formát részesít előnyben? 47
9. ábra Utazásainak fő motivációja? 48
10. ábra Milyen eszközöket használ utazási terveinek elkészítéséhez? 50
11. ábra Milyen szerepet játszik a közösségi média az utazásai során? 51
12. ábra Hogyan választja ki a szálláshelyét? 52
13. ábra Milyen típusú szálláshelyet választana szívesebben, ha az ár nem lenne szempont? 53
14. ábra Fontos szempont Önnek az utazásai során a fenntarthatóság? 54
15. ábra Utazási tervei a jövőre nézve? 59
16. ábra Mennyire fontos Önnek az egyedi, kevésbé ismert helyek felfedezése? 60
17. ábra Ha nem utazik annyit, amennyit szeretne, mi a visszatartó tényező? 61
18. ábra Milyen közlekedési módot használ leggyakrabban utazásai során? 62

NYILATKOZAT

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

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

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

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Szeretnék köszönetet mondani témavezetőmnek, Nagy Orsolyának. Köszönöm, hogy segítségemre volt szakdolgozatom megírása alatt, mindig fordulhattam tanáromhoz, kisebb, nagyobb elakadások esetén. Építőjellegű kritikái és meglátásai nagyban hozzájárultak szakdolgozatom végleges megírásához és fejlődésemhez, nélküle ez nem jöhetett volna létre.

Végezetül köszönöm családomnak, hogy mindig mellettem voltak és segítettek mentálisan a munka megírásának folyamatában és tartották bennem a lelket.

Mellékletek

Ködöböcz Csaba vagyok, a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola IV. évfolyamos turizmus szakos hallgatója. Szakdolgozatom témája "Generációk utazási szokásainak vizsgálata a Kaszonyi kistérségben ". Kérdőíves felmérés keretében többek között arra kerestem választ, hogy a Kaszonyi kistérség lakosainak generációi miként érdeklődnek az utazások iránt. Amennyiben szívesen segítségemre lenne a munkám során, kérem töltse ki az alábbi kérdőívet. A válaszadás teljesen anonim, a válaszokat pedig a szakdolgozatom megírásához használom fel. Előre is köszönöm az együttműködést.

Neme?

*

- Ferfi
- No

Melyik generációhoz tartozik?

*

- X generacio (
- Y generacio (
- Z generacio (

Iskolai végzettsége?

*

- Kozepfoku (e
- Felsofoku (dip
- Jelenleg tanul

Milyen nyelveket beszél?

*

- Magyar
- Ukran
- Angol
- Nemet

Egyéb…

Milyen foglalkozási csoportba sorolná magát?

*

- Diak / Tanulo
- Aktiv kereso
- Munkanelkuli
- Egyeb

Szeret utazni?
*

- Igen
- Nem

Milyen gyakran utazik?
*

- Havonta
- Evente tobbsz
- Evente egysz
- Ritkabban

Milyen utazási formát részesít előnyben? *(Több is megjelölhető)*
*

- Hosszabb nya
- Rovid kirucca
- Hatizsakos uta
- Luxus vagy w
- Kulfoldi tanulm

Utazásainak fő motivációja? *(Több válasz is megjelölhető)*

*

- Uj elmenyek ke
- Kozossegi me
- Termeszeti lat
- Kulturalis prog
- Gasztronomia
- Pihenes, w ellr
- Tanulmanyok,

Milyen eszközöket használ utazási terveinek elkészítéséhez? *(Több válasz is megjelölhető)*
*

- Kozossegi me
- Utazasi blogol
- Online foglalas
- Baratok, ismer
- Nyomtatott utik

Milyen szerepet játszik a közösségi média az utazásai során? *(Több válasz is megjelölhető)*
*

- Inspiraciokent
- Utmutatokent h
- Fokent a sajat

- Nem befolyas

Hogyan választja ki a szálláshelyét?
*

- Ar alapjan
- Elhelyezkedes
- Kozossegi me
- Fenntarthatos

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

- Butikhotel vag
- Szalloda vagy
- Airbnb vagy h
- Kozossegi sz
- Fenntarthato

Milyen közlekedési módot használ leggyakrabban utazásai során?
*

- Fapados repu
- Vonat (Interra
- Auto (sajat va
- Telekocsi
- Tomegkozleke

Fontos szempont Önnek az utazásai során a fenntarthatóság?
*

- Igen, mindig fi
- Igen, ha nincs
- Nem kulonose
- Egyaltalan ner

Mennyi pénzt költ el egy átlagos utazás során utazásra? *(HUF, EUR vagy UAH megadásával)*
Rövid szöveges válasz

Mennyi pénzt költ el egy átlagos utazás során szállásra? *(HUF, EUR vagy UAH megadásával)*
*
Rövid szöveges válasz

Mennyi pénzt költ el egy átlagos utazás során étkezésre? *(HUF, EUR vagy UAH megadásával)*
*
Rövid szöveges válasz

Mennyi pénzt költ el egy átlagos utazás során programokra, belépőkre? *(HUF, EUR vagy UAH megadásával)*
*

Rövid szöveges válasz

Utazási tervei a jövőre nézve?
*

- Konkret utaza
- Nincsenek kor
- Jelenleg nem t

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

*

Rövid szöveges válasz

Mennyire fontos Önnek az egyedi, kevésbé ismert helyek felfedezése?
*

- Nagyon fontos
- Erdekel, de ink
- Nem igazan er

Ha nem utazik annyit, mint szeretne, mi a visszatartó tényező? *(Több válasz is megjelölhető)*

*

- Anyagi korlato
- Szabaido hian
- Nyelvtudas hia
- Utazasi bizony
- Egyeb

StrikePlagiarism.com

Дата звіту 5/27/2025
Дата редагування 5/28/2025

Документ прийнятий

Звіт подібності

метадані

Назва організації
Hungarian College of Higher Education Ferenc Rakoczi II Transcarpathian

Заголовок
ПОРІВНЯННЛЬНИЙ АНАЛІЗ ДОСВІДУ ПОДОРОЖУВАННЯ ПОКОЛІНЬ «Y» ТА «Z» МЕШКАНЦІВ КОСОНСЬКОЇ ТГ (БЕРЕПВСЬКИЙ РАЙОН) НА ОСНОВІ АНКЕТНОГО ОПИТУВАННЯ

Автор
КЕДЕБЕЦ ЧАБА ЧАБОВИЧ

Науковий керівник / Експерт
Стефан Молнар Д.

підрозділ
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II

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.

КП 1

КЦ

25	14321	123024
Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2	Кількість слів	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	ß	2
Інтервали	A⟶	0
Мікропробіли	▯	0
Білі знаки	ß	0
Парафрази (SmartMarks)	a	3

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір 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 — Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
1	https://dspace.kmf.uz.ua/jspui/bitstream/123456789/4083/1/rati_orsolya.pdf	31 0.22 %
2	https://dspace.kmf.uz.ua/jspui/bitstream/123456789/4083/1/rati_orsolya.pdf	28 0.20 %
3	https://dspace.kmf.uz.ua/jspui/bitstream/123456789/4083/1/rati_orsolya.pdf	26 0.18 %
4	https://dspace.kmf.uz.ua/jspui/bitstream/123456789/1891/4/Ipatij_A_Analiz_vplyvu_pandemii_COVID_19_na_diialnist_HTK_Myhovo_2022.pdf	13 0.09 %