

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

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота
ШЛЯХИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОКАЛЬНИХ КРАФТОВИХ ВИРОБІВ
У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ БАДАЛІВСЬКОГО МІКРОРЕГІОНУ

ПОЛНЕР ВІВІЕН ГУСТАВІВНА

Студентка IV-го курсу

Освітня програма: Туризм

Спеціальність: 242 Туризм

Рівень вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена на засіданні кафедри

Протокол № 8 / 2024

Науковий керівник: **ТОВТ АТІЛЛА АТІЛЛОВИЧ**

(ст. 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

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

Кафедра географії та туризму

Кваліфікаційна робота

**ШЛЯХИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОКАЛЬНИХ КРАФТОВИХ ВИРОБІВ
У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ БАДАЛІВСЬКОГО МІКРОРЕГІОНУ**

Рівень вищої освіти: бакалавр

Виконавець: студентка IV-го курсу

ПОЛНЕР ВІВІЕН ГУСТАВІВНА

освітня програма: Туризм

спеціальність: 242 Туризм

Науковий керівник: **ТОВТ АТІЛЛА АТІЛЛОВИЧ**

(ст. викладач кафедри географії та туризму)

Рецензент: **ШАШ ЕНИКИ ЛЮДВИКІВНА**

(PhD, доцент кафедри географії та туризму)

Берегове
2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
I. ЛОКАЛЬНІ КРАФТОВІ ВИРОБИ ТА ЇХ ТУРИСТИЧНЕ ВИКОРИСТАННЯ	
.....	9
1.1. <i>Поняття та значення локальних крафтових виробів.....</i>	9
1.2. <i>Роль роль крафтових виробів у туризмі.....</i>	10
1.3. <i>Тематичні маршрути, що презентують місцеву продукцію на</i> <i>Закарпатті</i>	12
1.3.1. <i>Гастрономічний тури</i>	12
1.3.2. <i>Туристичний сирний тур Закарпаття.....</i>	13
1.3.3. <i>Туристичний винний тур Закарпаття.....</i>	13
1.3.4. <i>Тур закарпатського крафтового пива</i>	14
II. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НАСЕЛЕНИХ ПУНКТІВ	
БАДАЛІВСЬКОГО МІКРОРЕГІОНУ	15
2.1. <i>с. Бадалово</i>	16
2.1.1. <i>Географічні особливості с. Бадалово</i>	16
2.1.2. <i>Історичний огляд с. Бадалово</i>	16
2.1.3. <i>Місцеві традиції та крафтові вироби, характерні для с. Бадалово</i> <i>.....</i>	17
2.2. <i>с. Вари</i>	18
2.2.1. <i>Географічні особливості с. Вари.....</i>	18
2.2.2. <i>Історичний огляд с. Вари.....</i>	19
2.3. <i>с. Галабор.....</i>	21
2.3.1. <i>Географічні особливості с. Галабор</i>	21
2.3.2. <i>Історичний огляд с. Галабор</i>	22
2.4. <i>с. Чома.....</i>	23
2.4.1. <i>Географічні особливості с. Чома.....</i>	23
2.4.2. <i>Історичний огляд с. Чома.....</i>	23
2.5. <i>с. Геча.....</i>	25
2.5.1. <i>Географічні особливості с. Геча</i>	25
2.5.2. <i>Історичний огляд с. Геча</i>	25
III. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ	29
3.1. <i>Загальні дані респондентів</i>	29

3.2. Оцінка локальних крфтових виробі	31
IV. ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ БАДАЛІВСЬКОГО МІКРОРЕГІОНУ	47
ВИСНОВКИ.....	50
ПІДСУМКИ	52
РЕЗЮМЕ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	54
СПИСОК ІЛЮСТРАЦІЙ	56
ДЕКЛАРАЦІЯ	58
ДОДАТКИ.....	59
ПОДЯКА.....	70

**Ukrajna Oktatási és Tudományügyi Minisztériuma
II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola**

Földrajz és Turizmus Tanszék

**A KÉZMŰVES HELYI TERMÉKEK HASZNOSÍTÁSÁNAK
LEHETŐSÉGEI A BADALÓI MIKRORÉGIÓ
IDEGENFORGALMÁBAN**

Szakdolgozat

Készítette: POLNER VIVIEN

IV. évfolyamos turizmus

szakos hallgató

Témavezető: TÓTH ATTILA

(a Földrajz és Turizmus Tanszék adjunktusa)

Recenzens: Sass Enikő

(PhD, a Földrajz és Turizmus Tanszék docense)

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS	8
I. A HELYI KÉZMŰVES TERMÉKEK ÉS TURISZTIKAI HASZNOSÍTÁSUK	9
1.1. A helyi kézműves termékek fogalma és jelentősége	9
1.2. A helyi termékek szerepe a turizmusban.....	10
1.3. Helyi termékeket bemutató tematikus utak Kárpátalján.....	12
1.3.1. Gasztronómiai út.....	12
1.3.2. Kárpátaljai Turisztikai sajtút.....	13
1.3.3. Kárpátaljai Turisztikai Borút	13
1.3.4. Kárpátaljai kézműves sörök útja	14
II. BADALÓI MIKRORÉGIÓ TELEPÜLÉSEINEK ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA	15
2.1. Badaló	16
2.1.1. Badaló földrajzi sajátosságai.....	16
2.1.2. Badaló történelmi áttekintése	16
2.1.3. Badalóra jellemző helyi hagyományokról, kézműves termékekről	17
2.2. Mezővári.....	18
2.2.1. Mezővári földrajzi sajátosságai	18
2.2.2. Mezővári történelmi áttekintése	19
2.3. Halábor	21
2.3.1. Halábor földrajzi sajátosságai.....	21
2.3.2. Halábor történelmi áttekintése	22
2.4. Tiszacsoma.....	23
2.4.1. Tiszacsoma földrajzi sajátosságai	23
2.4.2. Tiszacsoma történelmi áttekintése.....	23
2.5. Mezőgecse	25
2.5.1. Mezőgecse földrajzi sajátosságai.....	25
2.5.2. Mezőgecse történelmi áttekintése	25
III. A KUTATÁS EREDMÉNYEINEK BEMUTATÁSA.....	29
3.1. Az adatközlők általános adatai.....	29
3.2. A helyi kézműves termékek felmérése.....	31

IV. PROBLÉMÁK ÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK A BADALÓI MIKRORÉGIÓ IDEGENFORGALMI (TURISZTIKA) TERÜLETEIN	47
KÖVETKEZTETÉSEK.....	50
ÖSSZEGZÉS.....	52
REZÜMÉ.....	53
FELHASZNÁLT IRODALOM.....	54
ÁBRÁK JEGYZÉKE	56
NYILATKOZAT	58
MELLÉKLETEK.....	59
KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS.....	70

BEVEZETÉS

Gyermekkorom óta szoros kapcsolatban állok a szülőfalummal, valamint a Badalói mikrorégió környező településeivel, ahol nemcsak felnőttem, hanem megtapasztalhattam a helyi közösség értékeit, hagyományait és mindennapi életének sajátosságait. Mindig is foglalkoztatott, hogyan lehetne ezeket a helyi értékeket – különösen a kézműves hagyományokat – megőrizni, bemutatni és egyben hasznosítani a jelenkor kihívásai között. Az utóbbi években különösen nagy figyelmet fordítottam arra, hogy a turizmus miként tudna hozzájárulni a térség fejlődéséhez, és hogyan lehetne az idegenforgalmat olyan alapokra helyezni, amely nem csupán gazdasági előnyöket hoz, hanem közösségépítő és értékmegőrző szerepet is betölt.

Szakdolgozatom témaválasztása tehát személyes motivációból fakad. Hiszem, hogy a helyi kézműves termékek – legyenek azok hímzések, fazekas alkotások, mézek, sajtok, házi lekvárok vagy éppen kézműves sörök – nem csupán termékek, hanem az adott közösség kultúrájának és identitásának kézzelfogható lenyomatai. Úgy vélem, hogy ezek az értékek fontos szerepet játszhatnak a falusi turizmus megélénkítésében, különösen egy olyan térségben, mint Kárpátalja, ahol az etnikai és kulturális sokszínűség különleges lehetőségeket teremt.

A dolgozat célja annak feltárása, hogy a Badalói mikrorégióban – amely Badaló, Mezővári, Halábor, Tiszacsoma és Mezőgecse településeket foglalja magába – milyen lehetőségek rejlenek a kézműves helyi termékek idegenforgalmi célú hasznosításában. Vizsgálatom során külön figyelmet fordítottam a helyi közösségek szerepére, a termelők és szolgáltatók együttműködési lehetőségeire, valamint azokra a tematikus turisztikai utakra, programokra, amelyek a kézműves termékek köré szerveződhetnek. E kutatás során nemcsak elméleti szempontokat vettem figyelembe, hanem helyi példákon, megfigyeléseken és adatgyűjtésen keresztül próbáltam reális képet adni arról, milyen fejlődési irányt követhetne ez a régió a jövőben.

Kulcsszavak: Badaló, Halábor, Mezőgecse, Mezővári, Tiszacsoma, helyi termék, kézműves helyi termékek, falusi turizmus.

I. A HELYI KÉZMŰVES TERMÉKEK ÉS TURISZTIKAI HASZNOSÍTÁSUK

1.1. A helyi kézműves termékek fogalma és jelentősége

A helyi kézműves termékek iránti érdeklődés az elmúlt évtizedekben jelentősen megnövekedett, különösen a globalizációval és az ipari termelés következményeivel szembeni válaszreakcióként. A világ különböző részein megfigyelhető, hogy a fogyasztók egy része tudatosan a lokalitás, a hagyomány és a fenntarthatóság értékeit előtérbe helyezve fordul a kézműves, helyi eredetű termékek felé (Gonda et al., 2021; Csóka – Angler, 2023). Ez a folyamat különösen hangsúlyos a turisztikailag fejlődő térségekben, ahol a helyi termékek nem csupán fogyasztási cikkek, hanem egyfajta kulturális üzenethordozók is.

A helyi kézműves termékek fogalmát több tényező határozza meg. A legfontosabb közös jellemzőjük, hogy előállításuk során helyi alapanyagokat használnak fel, az előállítási folyamat pedig helyi munkaerővel, hagyományos módszerekkel történik. A legtöbb esetben generációkon átívelő tudásanyagon alapulnak, amelyet a mesterség gyakorlói családon belül vagy közösségen belül adnak tovább (Szöllősi et al., 2014; Sass, 2019b). Ily módon a kézművesség nem csupán termelési forma, hanem kulturális örökség, a lokális identitás élő megtestesítője is.

A termékek jellemzően kis szériában készülnek, gyakran manufakturális körülmények között. A hangsúly nemcsak az egyediségre, hanem a minőségre, az alapanyagok eredetére, a készítés módjának hitelességére is helyeződik. A termékek közé tartozhatnak élelmiszerek – például sajtok, lekvárok, mézek, pékáruk –, valamint nem élelmiszer jellegű kézműves alkotások is, mint például hímzések, fa- és bőrtermékek, fazekasság, textíliák, szappanok (Gonda et al., 2021; Sass, 2019c).

A helyi kézműves termékek szerepe Kárpátalján különösen jelentős, mivel a régió multietnikus jellege (magyar, ukrán, ruszin, román, szlovák közösségek együttélése) egyedülálló kulturális sokszínűséget teremt. E hagyományok nem csupán folklorisztikai elemekként maradtak fenn, hanem kézzel fogható, fogyasztható és használható termékekkel alakultak (Berghauer et al., 2020). A kézműves termékek előállítása és fogyasztása a térség identitásának szerves része, ami nemcsak a helyiek számára fontos, hanem egyre inkább a turisták számára is vonzó értéknek jelenik meg.

A kézműves termékekhez kapcsolódó tudásanyag nemcsak a múlt öröksége, hanem élő, alkalmazható ismeret, amely új lehetőségeket nyithat meg a vidéki közösségek számára. A helyi

termékek előállítása ugyanis összefügg a vidékfejlesztés és a gazdasági önállóság kérdéskörével is. A lokális gazdaság megerősödése, az önfenntartó közösségek létrejötte és a fenntarthatóság elve mind-mind kapcsolódnak ehhez a témához (Molnár, 2020; Sass, 2019b).

A rövid élelmiszer-ellátási láncok, amelyek során a termék közvetlenül a termelőtől kerül a fogyasztóhoz, szintén hozzájárulnak a kézműves helyi termékek térnyeréséhez. Ezek a láncok nemcsak a környezetre gyakorolnak kisebb terhelést, hanem bizalmi kapcsolatot építenek ki a fogyasztó és a termelő között is (Csóka– Angler, 2023). A közvetlenség és az átláthatóság a helyi termékek egyik legnagyobb előnye.

Kárpátalján a Beregvidék és más falusi térségek kiemelkedő példái annak, hogyan kapcsolódhat a kézművesség a hagyományos falusi gazdálkodási formákhoz. Sass Enikő (2019a; 2019b) kutatásai szerint ezek a közösségek a falusi turizmus és a helyi termelés összekapcsolása révén képesek megőrizni identitásukat, miközben gazdasági szempontból is életképesek maradnak. A borászatok, méhészetek, gyümölcsstermesztők, valamint a népi iparművészek olyan portékákat kínálnak, amelyek nemcsak a helyi piacokon, hanem a turizmus révén egy szélesebb közönséghez is eljutnak.

Egy, a Kárpátalja turizmusáról szóló tanulmány hangsúlyozza, hogy a helyi termékek nem csupán a gazdasági életképesség megőrzését szolgálják, hanem hozzájárulnak a turisztikai arculat, a térségi márkaépítés kialakulásához is (Berghauer et.al 2022).

Egy térség identitásának része, hogy milyen ízei, illatai, hagyományai vannak – ezek közvetítői a helyi termékek. Az, hogy egy térséget hogyan érzékelünk, sokszor épp az ott kapható kenyér, bor, lekvár, faeszköz vagy hímzett textil alapján formálódik meg.

1.2. A helyi termékek szerepe a turizmusban

A turizmus szereplői – legyenek azok látogatók, szolgáltatók vagy döntéshozók – az elmúlt két évtizedben fokozott figyelmet fordítottak a lokalitásra, az egyediségre és az élményszerűségekre. Ebben a kontextusban a helyi termékek turisztikai szerepe fokozatosan felértékelődött, különösen a kézműves termékeké, amelyek a hagyományos termelési módot és a helyi identitást egyaránt közvetítik. A helyi kézműves termékek nemcsak árucikkekként, hanem turisztikai vonzerőként is funkcionálnak, hiszen fogyasztásuk, vásárlásuk és megismerésük élményt nyújt a turisták számára (Csóka– Angler, 2023; Gonda et al., 2021).

A helyi termékek turisztikai vonzereje több szinten érvényesül. Egyrészt a gasztroturizmus keretében, ahol a látogatók a régióra jellemző ételeket, italokat, alapanyagokat szeretnék megismerni és megkóstolni. Másrészt a kreatív turizmus területén, ahol az élmény

nem csupán passzív fogyasztásból, hanem aktív részvételből – például kézműves foglalkozásokon, főzőbemutatókon való részvételből – áll (Berghauer et al., 2020; Sass, 2019c).

A helyi termékekkel kapcsolatos turisztikai élmények jelentős mértékben hozzájárulnak egy térség pozitív megítéléséhez. A vásárlás, a kóstolás, a kézműves bemutatók mind interaktív kapcsolatot teremtenek a látogatók és a helyi közösségek között. Ez a közvetlen találkozás nem csupán hitelességet ad a terméknek, hanem emlékezetes élményt is nyújt, amely gyakran meghatározza a látogató térségről kialakított képét (Szöllösi et al., 2014).

Kárpátalján – különösen a Beregvidéken, a Borzsavölgyben, valamint az Ungvár-Munkács térségben – számos példa található arra, hogy a helyi termékek hogyan váltak turisztikai vonzerővé. A borászatok – például a Nagyszőlős környéki családi pincészetek – borbemutatókkal és borkóstolókkal várják a látogatókat, melyek során nemcsak az italokkal, hanem a hozzá kapcsolódó helyi kultúrával is megismerkedhetnek (Sass, 2019a). Hasonló módon a lekvár- és mézkészítők, sajtmanufaktúrák vagy gyógynövényes termékeket előállító kisgazdaságok is turisztikai elemekké váltak – nemcsak terméket, hanem élményt is kínálnak.

A kárpátaljai turizmusfejlesztési stratégiai dokumentumok is hangsúlyozzák a helyi termékek szerepét a térségi identitásépítésben. A helyi termékek megjelennek a turisztikai kínálat részeként: helyi piacokon, gasztronómiai fesztiválokon, kézműves kiállításokon vagy épp szálláshelyeken felszolgált vendégasztal-programokban (Sass, 2019c; Berghauer et al., 2020). Ezek a programok nemcsak a vendégélményt gazdagítják, hanem a termelők és szolgáltatók közötti együttműködéseket is ösztönzik.

A termékek értékesítése gyakran közvetlen formában történik: például termelői piacokon, kézműves vásárokon, vagy magánportákon. Ennek előnye, hogy a fogyasztó közvetlenül a termelőtől vásárol, amely bizalmat, hitelességet és személyes kapcsolatot is jelent (Gonda et al., 2021; Papp, 2019). Ez nemcsak a turisztikai élményt fokozza, hanem a helyi gazdaság fenntarthatóságát is segíti.

Szerepüket tovább erősíti az a tény, hogy a turizmus révén egyre szélesebb kör számára válnak ismertté ezek az értékek. Ez hosszú távon is hatással lehet a térség márkáépítésére.

Az is megfigyelhető, hogy a helyi termékek iránti turisztikai érdeklődés szezonfüggetlen lehetőséget teremt: például a borászatok, méhészetek, kézműves műhelyek egész évben látogathatók, szemben a természetjárás vagy városnézés évszakhoz kötött formáival (Sass, 2019b). Ez a turizmus fenntartható fejlődésének szempontjából rendkívül fontos tényező.

A helyi termékek tehát olyan komplex turisztikai erőforrások, amelyek egyszerre növelik a térségek gazdasági vitalitását, hozzájárulnak a kulturális örökség megőrzéséhez, és emelik a turisztikai élményszerűséget. A kárpátaljai példák jól illusztrálják, hogy a kézműves

termékek és turizmus összekapcsolása nemcsak lehetőség, hanem stratégiai irány is, amely hosszú távon erősítheti a térség társadalmi és gazdasági stabilitását (Berghauer et al., 2020; Sass, 2019b; Csóka – Angler, 2023).

1.3. Helyi termékeket bemutató tematikus utak Kárpátalján

Kárpátalján a kézműves termékek között jelen vannak az alkohol tartalmú italok, ezen belül is a borok, viszont a kézműves sörök és a gyümölcs párlatok is nemes helyen vannak a ranglétrán. Érdeemes megemlíteni az ezekhez kapcsolódó tematikus utakat (1. ábra), amelyek a Kárpátaljai Megyei Állami Közigazgatási Hivatal által lettek kidolgozva (Berghauer et.al 2020).



1. ábra. Turisztikai tematikus utak Kárpátalján

Forrás: Berghauer et.al., 2020

1.3.1. Gasztronómiai út

A *Gasztronómiai út* az Ungvári Nemzeti Egyetem és a Kárpátaljai Tourinfo Központ által került kidolgozásra, hogy a Kárpátaljára érkező turisták közelebbről is megismerhessék vagy akár megízlelhessék az itt élő magyar, ukrán, orosz, román, lengyel, szlovák, német, cseh, zsidó, ruszin és roma nemzetiségek hagyományos ételeit. Az út során a turisták lehetőséget

kapnak arra, hogy egy általuk választott nemzetiségű éttermet felkeressenek, s az étkezés mellett megismerhetik az étel receptjét és történetét. Kárpátalján legtöbbször előforduló ételek: bab- és bográcsgulyás, húsleves, borscs, szoljanka, a töltött káposzta megannyi változata, pelmenyi, knédli, lecsó, házikolbász, saslik, cigány- és lacipecsenye és sok más étel. Desszertek közül a palacsinták, gombócok, mézes, tejszínes édességek a népszerűek. Továbbá még a különböző sajtok (brinza), a méz, különféle gyümölcsökből (áfonya, csipkebogyó) valamint az aszalt gyümölccsel töltött csokoládék. S ezeket az ételeket az olyan Kárpátaljai éttermekben lehet megtalálni, megvásárolni, megízlelni, amelyek az adott nemzetiség konyháját kívánják bemutatni. Ezen kívül még különböző gasztrofesztiválokön vásárolhatják meg az ide érkező turisták (Berghauer et.al 2020). Elengedhetetlenül fontos részét képezi Kárpátalja gasztronómiai kínálata minden turizmusformában és ezeket az autentikus nemzeti ételeket fogyasztók igazi kulináris élményekkel térhetnek haza (Sass, 2019b).

1.3.2. Kárpátaljai Turisztikai Sajtút

Elsődleges célja, hogy bemutassa, hogyan készítik a természetes alapanyagokból előállított sajtot, amelyhez juh-, tehén- és bivalytejet használnak, valamint ennek a hagyományát és kultúráját. Emellett lehetőség van a sajtok kóstolására is. A turisták a kóstolás és vásárlás mellett, betekintést nyerhetnek a sajtkészítés folyamatába, illetve vannak alkalmak, amikor ki is próbálhatják magukat ezen tejtermékek gyártásában. Az úthoz hozzá tartozik a jószágok legelőjére történő látogatás, valamint a sajtokhoz kapcsolódó fesztiválok felkeresése. Híresebb sajt fesztiválok: rahói Nemzetközi Hucul Brinza Fesztivál, Barnabási Bános Folklórfesztivál. Az ismertebb márkanevekhez sorolják a „Selyska Syrovarnia”-t. Asajtkészítés mesterei igyekeznek minél egyedibb íz világot kínálni a vendégek számára. Ilyen egyediségnek tekinthető a Perecsenyi Manufaktúra által létrehozott levendula sajt (Berghauer et.al 2020).

1.3.3. Kárpátaljai Turisztikai Borút

A gazdasági minisztérium még 1893-ban elkészítette a magyar borvidékeknek a beosztását. Így tartottak számon Felvidék egy részén és a mai Kárpátalja területén két borvidéket: Szerednye-vinnait, amely az akkori Ung vármegyéhez tartozott, valamint Munkács- nagyszőlősit, ami Bereg és Ugocsa vármegyék és Zemplén vármegye a tokaji borvidékhez nem tartozó része. Ezen borvidékek jelentős része ma leginkább Kárpátaljához tartozik, de napjainkban, Kárpátalján belül, már csak Beregszászi és Szerednyei borvidékként emlegetik (Sass, 2019c).

A borút, a Kárpátaljai Borászok Egyesülete által lett létrehozva még 2008-ban. Magába foglalja vidékünk 15 legjobb pincészetét és borkóstoló termét. 6-12 féle bort kínálnak mindegyik helyszínen. Kiemelkedő a Troyanda Karpat (Kárpátok rózsája) névvel illetett édes fehér bor, amely a tramini szőlőfajtából készült (Berghauer et.al 2020). Valamint ezek a borászok különféle versenyeken megmérettetik a saját maguk által előállított borokat. Különböző borok mellett a hazai borászok más italok előállításával is foglalkoznak (pálinka vagy borpárlat, esetleg gyümölcs-, szőlőlé) (Sass, 2019a). Kárpátalján a borturizmus még nincs jelen kiemelkedő turisztikai termékként, amelyekvonzanak a külföldi turistákat, viszont Ukrajnán belül unikumnak számít a terület italkínálatával. Célja, hogy az európai hagyományoknak megfelelő borkultúrát terjeszteni tudják a szláv népek által kedvelt desszertborok mellett (Sass, 2019b).

A fentiekben említett út magába foglalja Kárpátalja néhány nevezetes várának a meglátogatását, mint például a munkácsi-, ungvári- és nevickei várakat. Emellett lehetősége van a turistának fürdőzésre a beregszászi termálfürdőkhöz, valamint Európa leghosszabb hársfasorán való sétálást, amely Ungváron található. Érdekes kiegészítő program a borban való fürdőzés és a boralapú szaunázás (Berghauer et.al 2020).

1.3.4. Kárpátaljai kézműves sörök útja

Ezen az úton a turisták megismerkedhetnek a Kárpátalján megtalálható 10 sörfőzdével, amelyek 8 településen helyezkednek el. Az első ilyen üzem Viskén kezdett el működni, amelynek a Kibler nevű sör a terméke. Ezen kívül van még néhány ismert kárpátaljai sör, mint például Zirka, John Gaspar, Cipa vagy a Patrik.

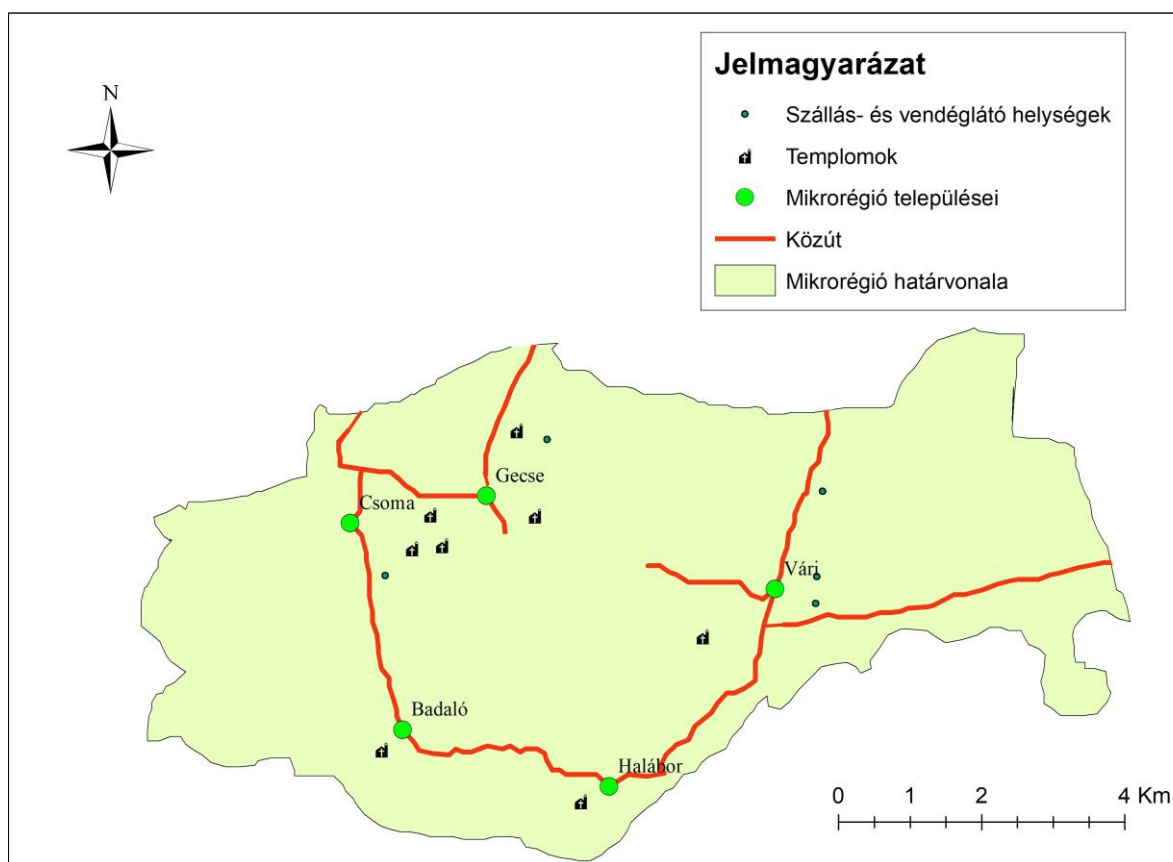
Vannak olyan sörfőzdék, amelyek kizárólag csak egy termék gyártásával foglalkoznak (munkácsi Zirka), illetve természetesen olyanok is működnek, amelyek széles italkínálatukkal várják kedves vendégeiket és újabbnál újabb ízeket állítanak elő (ezek a beregszászi John Gaspar és a kereknyei Fichte'n Brewery) (Berghauer et.al 2020).

Összességében kijelenthetjük, hogy a helyi termékeken rejlő lehetőségek hasznosítása számos előnnyel jár. Először is, segít abban, hogy megőrizzük közösségünk hagyományait, tradícióit, emellett környezetbarát és környezetkímélő termelést biztosít. Másodszor, megélhetést, jövedelmet ad azoknak a vidéki lakosoknak, akik jelentős társadalmi-gazdasági problémákkal küzdenek.

II. BADALÓI MIKRORÉGIÓ TELEPÜLÉSEINEK ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA

A mikrorégiók olyan kisebb földrajzi vagy közigazgatási egységek, amelyek egy nagyobb régió vagy ország területén belül találhatók. Ezek a területek sajátos természeti adottságokkal, gazdasági szerkezettel és társadalmi jellemzőkkel rendelkeznek, amelyek megkülönböztetik őket a szomszédos térségektől. A mikrorégiók kialakulása gyakran történelmi eseményekhez, gazdasági tevékenységekhez vagy a természeti környezet sajátosságaihoz köthető. Fogalmuk szorosan kapcsolódik a kistérségekhez, térségekhez és régiókhoz, ám ezeknél kisebb léptékű egységeket jelölnek. Bár a jelentések részben átfedhetik egymást, a mikrorégiók esetében a hangsúly elsősorban a területi méretre és az adott közösség vagy táj egyedi jellemzőire helyeződik (<https://szinonimak.hu/mikror%C3%A9gi%C3%B3k-szinonima>).

Szakedolgozatomban a kézműves helyi termékek hasznosításának lehetőségeit mérem fel a Badalói mikrorégió idegenforgalmában, mely a következő településeket foglalja magába: Badaló, Halábor, Mezőgecse, Mezővári és Tiszacsoma (2. ábra).



2. ábra: A Badalói mikrorégió települései

Forrás: Saját szerkesztés

2.1. Badaló

2.1.1. Badaló földrajzi sajátosságai

Badaló Árpád-kori magyarlakta település, amely a Tisza jobb partján terül el. Egy 2014. január 1-jei forrás szerint 1783 lakosa van a falunak, amelyből 498 roma származású. A beregszászi kistérséghez tartozik a falu, tőle 12 km-re helyezkedik Beregszász, a kistérség székhelye. Az Asztély-Beregsurány határátkelő 15 km távolságra van a falutól. Az egyik szomszédos falu, Csoma, tőle 3 kilométerre, északnyugatra fekszik, a másik, Halábor, ami szintén 3 kilométernyi távolságra van a falutól és délkeleten terül el. A falu népsűrűsége 568,94 fő/km². Tengerszint feletti magassága 112 m (<http://beregvidek.gov.ua>). Az államhatár túloldalán, Magyarország területén, szomszédos települések Szatmárcseke és Tarpa (Erdélyi, 2021).

2.1.2. Badaló történelmi áttekintése

Lehoczky Tivadar egyik könyvében arról ír, hogy egy 1280-ban kiadott bizonyáglevélben a falut Budulonnak nevezik, amely akkor Borsova vármegyéhez tartozott. A falu első tulajdonosa a Huntpázmán családból származó Hunt fia, Gergely volt (<http://www.karpataljaturizmus.hu>).

Később a XIV. században Nagyszemjéni családot említik a falu birtokosául. Végül az 1700-as években olyan birtokosok kezében volt, mint Balog, Farkas, Gecsei, Károly, Erdélyi, Pápai, Fábián, Nagy, Szabó, stb. családok. Még most is élnek a faluban hasonló vezetéknévvel rendelkezők.

Az 1700-as években a Tiszán lebonyolított kereskedelemről a falu lakosai is hasznot tudtak szerezni. Máramarosból az Alföldre érkező tutajosok Mezővárinál át estek a vámon, majd Halábor és Badaló környékén pihentek meg. Badaló lakosai pedig éltek a lehetőséggel, tojással, tejjel és borral kínálták meg a tutajosokat, akik nagyrészt hucul és ruszin nemzetiségűek voltak (Erdélyi, 2021).

A faluban tűzvész pusztított végig 1834-ben. Leégett a paplak is a fél faluval együtt. Később a falu lakosai újat építettek a leégett helyett.

A trianoni békeszerződést követően, amely 1920. június 4-én történt, és az ezt követő határmódosítások lehetetlenné tették a kereskedelmet a Tisza folyón. Badaló egyre inkább

vesztett jelentőségéből, s mivel Kárpátalján van, falunk is több ország fennhatósága alá került az elkövetkezendő években, mint például az Osztrák-Magyar-Monarchia, Csehszlovák Köztársaság (Erdélyi, 2021). Aztán a II. Világháborút követően a terület a Szovjetunióhoz lett csatolva, amely romjain 1991-ben megalakult a független Ukrajna (<https://zope.lutheran.hu>).

Badaló mai közösségi élete a református egyház köré szerveződik. A 18. század végén épült református templom a falu jelképévé vált: nemcsak istentiszteletek, hanem ünnepi alkalmak helyszíne is. A Kárpátaljai Magyar Művelődési Intézet helyi tagozata rendszeresen szervez néptánc- és könnyűzenei előadásokat, emellett könyvtári esteket és kézműves foglalkozásokat is tart a kultúrházban. Badaló gasztronómiáját a helyi lekvárkészítés, savanyúságok és pálinkafőzés hagyománya is gazdagítja, amelyet minden évben a falunapon mutatnak be a vendégeknek.

Összegzőként elmondható, hogy Badaló ezeréves múltja során mindig képes volt alkalmazkodni a fennhatóságok váltásaihoz, a gazdasági átalakulásokhoz és a természeti viszonyokhoz egyaránt. A Tisza és Borzsa közelsége, a gazdag termőföld, valamint a helyi közösség összetartása biztosította, hogy a falu kulturális öröksége és mezőgazdasági élete ma is élő, virágzó részét képezze Kárpátalja magyar lakta vidékeinek.

2.1.3. Badalóra jellemző helyi hagyományokról, kézműves termékekről

Fonó: A fiatalok körében volt elterjedve a régi időkben és csak a 14 éves kortól vehettek benne részt. A téli időszakban a lányok összejártak egymáshoz és szöszből fonták a fonalakat, köszönhető annak is, hogy a faluban több fonó is volt. Ilyenkor a fiúk kettesével vagy nagyobb csoportokban bementek a lányokhoz. Szokás volt a leselés – ekkor történt az, hogy a fiúk elvették a lányoktól az orsót, amit csókkal válthattak ki. Viszont, ha a lány nem tette meg, akkor a fiúk vagy leszedték a fonalat az orsóról vagy azt beledobták a kútba. Aki eltörte, annak meg kellett csináltatnia. A fonó idején rendeztek mulatságokat is, amikor egyik fonóból a másikba jártak szórakozni az akkori fiatalok. A citera szolgáltatja a zenét vagy, ha nem volt, akkor fésűbe tettek cigarettapapírt és ez adta a zenét. Ilyenkor a fiúk felkérték a lányokat táncolni. Általában a fonó 12 óráig tartott. Aztán reggel a fiatalok dolgozni mentek, ki-ki a maga munkáját végezte: a lányok kapálni indultak, a fiúk édesapjuknak segítettek az állattartásban és a földművelésben.

Kender feldolgozás: A „régiek” igyekeztek mindenben önellátók lenni, például az öltözetükhöz is maguk állították elő a vásznat. Sok és nehéz munka vezetett a kender ültetésétől a fonál elkészítéséig. Az elvetett kendert két csoportba sorolták: magos és virágos kender. Előbb kinyűtték és beáztatták a virágos kendert. A magos kender magját pedig megszedték, ezzel

biztosítva jövő évi vetést és csak ezután kezdődött a beáztatása. Két hétig tartott, majd haza vitték és kiszárították. Ezután megtörték törőn, majd lábbal megtaposták. Ezt követte a gerebenre húzás, hogy sima legyen, amíg szös nem lesz belőle, aztán kerek guzsalyon fonták a szösz, amiből a fonal lett. Fonalgombolyítón átdolgozták, gombolyagba gyűjtötték, végül tekeréssel feltették az esztovátára (szövőszékre), nyüstbe fogták és bordába rakták. Csak ezek után kezdődött el a vászon szövése. A szövőszéket általában decemberben állították be a hátsó szobába és tavaszig dolgoztak rajta. A fonalat 3 csoportba sorolták:

- a legjobb fonalból pamutkendőt vagy vászonanyagot készítettek
- a másodosztályú fonalból szákokat, amiben az esetek többségében lisztet tartottak
- a harmadosztályú fonalból lett a csepű, amit megfestettek és különböző mintájú pokrócot szőttek belőle (Erdélyi, 2021).

Lekvár főzés: Már nem annyira népszerű, mint régen, de ennek is megvannak a maga hagyományai és még mindig megtalálható Badalóban, viszont már nem olyan nagymértékben, mint régen. A lekvár főzés időigényes munka. A legfinomabb lekvárt a falubeliek a nálunk elterjedt berbencei és a „nemtudom” szilvából főzik. Mindegyik szilvát kimagozzák az alapos mosás után vagy, mint a „nemtudom” szilvát, egyenesen a rézüstbe teszik. Az alatta égő tűz hatására a benne lévő szilva „olvadni” kezd, levét enged, ezután pedig folyamatosan adagolják hozzá a többi szilvát. Amíg el nem válik egymástól a héj, hús és mag, folyamatosan kavarni kell, hogy megelőzzék az odakozmálást. A szétfőtt gyümölcsöt kiszedik, amit cibere rostán átdörzsölnek, hogy elváljon a magtól – ebből lesz a cibere, amit visszamernek a kitisztított üstbe és újra főzik. Ez nagyjából 12 órán keresztül is tarthat. A lekvár akkor lesz kész, ha megmarad a lefelé fordított kanálban és nem folyik ki. A jól elkészített szilvalekvár évekig is eláll. Az edények tetejére vékonyan disznózsírt kentek, majd hólyagpapírral lekötözték. Manapság egyre kevesebben fognak bele a lekvár főzés ezen hagyományába az idő- és munkaigényesség miatt (Erdélyi, 2021).

2.2. Mezővári

2.2.1. Mezővári földrajzi sajátosságai

Vári Kárpátalján, a Beregszászi járás déli részén helyezkedik el, a Borzsa-folyó partján, a városközponttól 15 km-re. A falut az említett folyó két nem egyenlő részre oszt fel és egy híd köt össze. A nagyobb része a folyó jobb oldalán helyezkedik el, a másik része, amit a helyiek

csak „Palaj”-nak neveznek, a folyó bal oldalán található. Szomszédos települések: északon Borzsova, délnyugaton Halábor, keleten Csetfalva, nyugaton pedig Mezőgecse határolja (Barta K., 2009).

2.2.2. Mezővári történelmi áttekintése

Először Anonymus írásaiban találunk említést a községről. A honfoglaló magyarok 889-ben elfoglalták Borzsova várát, védőit rabságba vetették és az elfoglalt földeket maguknak tartották. A település eredetileg Borzsova vár néven volt ismert az Árpád-korban. Vári néven először 1320 körül említik, amikor Egyed, Abych fia, kezességet vállalt jobbágjaiért, valamint Scakalus István fia, Péterért. Vári Gurgey-vel szemben Királyi birtok volt 1332-ig (Barta K., 2009).

A település a 13. századig közigazgatási és egyházi szempontból is a környék székhelye volt. Az 1242-es tatárjárás után IV. Béla király idegeneket telepített a faluba, akik virágzóvá tették. A 14. században Erzsébet királynő uralkodása idején Vári városi rangra emelkedett. Ekkor már virágzott a kereskedelem és gazdag várossá vált. 1354-ben olyan hírnévre tett szert, mint Buda. A város lakói malommal rendelkeztek, ami nagy földterületet igényelt. Ebben az időben fejlődött a borászat is (Bolváry – Kálnoky, 1999).

1514-ben Dózsa György keresztesei és a máramarosi oláh nemesek Mezővári területét is feldúlták. 1566-ban a tatárok elhurcolták a lakosságot és felégették a települést. 1657-ben lengyelek pusztították el Várit és II. Rákóczi György jószágbirtokát. 1660 szeptemberében a törökök támadtak, miután elfoglalták Nagyváradot, és a Tisza környékét pusztították. A 15. század második felétől a 17. századig gyakran váltogatták egymást Vári gazdái, ami gyengítette a parasztokat (Lehoczky, 1996). A század második felében fellendült a bőrdíszművesek és a cipészek munkája. Esze Tamás és társai 1703. május 21-én Rákóczi zászlaját bontották ki Váriban, ezzel kezdődött az antifeudalista-felkelés, amely 1703-tól 1711-ig tartott, II. Rákóczi Ferenc nagyfejedelem vezetésével.

1703. július 14-én Rákóczi Mezőváriban éjszakázott, és innen indult Vásárosnamény felé. A helyi templom falán 1989 májusában avatták fel az Esze Tamás emlékére készült emléktáblát. 1716-ban a krími tatárok betörték Moldván és Erdélyen keresztül hazánkba, és elrabolták Vári lakosságának egy részét, valamint ingóságokat és templomi tárgyakat vittek el. 1726-ban VI. Károly király a gróf Schönborn családnak adományozta a települést. A 16–18. században Vári a legvirágzóbb kereskedelmi központ volt. 1675-ben Báthory Zsófia 100 forintért vette meg azt a malmot, ami a Borzsa folyó mellett állt (Barta K., 2009).

A 19. század végén és a 20. század elején Mezőváriban kialakult a falusi proletariátus. 1909-ben a beregszászi banktisztviselők 280 hold földet vásároltak. Megnőtt a munkanélküliek és a tulajdonnal nem rendelkező emberek száma. A magyarországi földesurak, kihasználva az emberek szegénységét, alacsony bérért dolgoztatták őket. A jószág legeltetése fontossá vált, több legelőre volt szükség. A területet az árvíz ellen kellett védeni, a Borzsa folyót más mederbe terelték. Nagyon sok nélkülözés és nincstelenség érte a vári parasztokat az első világháború idején. Sokan életüket veszítették a fronton. 1919 márciusában megalakult a munkások szövetsége, ami parasztokból és katonákból állt. Ugyanebben az évben többen részt vettek a fehérterror leverésében Romániában és segítséget nyújtottak Csehszlovákiának.

A 1930-as években sok ember föld nélkül maradt, és a faluban egy orvos volt, aki 1943-ban elveszítette státuszát. 1938. november 10-én a magyar csapatok elfoglalták Várit. Az 1942-es évben sokféle adót kellett fizetniük a falusi parasztoknak az államnak. 1939-ben 350 munkanélküli volt a faluban. 1944 novemberében sok épület került a katonaság kezébe. Ugyanebben az évben "malenykij robotra" hurcoltak el 340 férfit a szolvyai munkatáborba, közülük 169-en odavesztek. 1989 novemberében II. világháború és a sztálinizmus áldozatainak kopjafát állítottak a helyi temetőben, majd 1992 márciusában emlékművet állítottak az ártatlanul elhurcoltak és a II. világháború áldozatainak emlékére a község központjában (Barta K., 2009).

A szovjet idők alatt a váriak nagy része a helyi mezőgazdasági nagyüzemben dolgozott, valamint a melléküzemeiben, például a téglá- és konzervgyárban. Sokan találtak munkát a több mint 200 hektáron elterülő gyümölcsösben és virágkertészetben is. A földreform során feloszlott kolhozból létrejött az Újvári Mezőgazdasági Kft, amely jelenleg mintegy 50 embert foglalkoztat. A családi gazdaságok jelentős termelési potenciállal rendelkeznek, számuk meghaladja az ezret. A gazdák főként kalászosokat termesztenek, valamint tejelő- és hízójószágokat tartanak. A helybeli farmerek 33-an másfél-öt hektáros területeken gazdálkodhatnak.

A községben 2003 tavaszán nyílt varroda, ahol hetven fiatalasszony dolgozik. Tíz szakmunkást foglalkoztat a helyi asztalosműhely, a pékségben tízen dolgoznak, az olajütőkben összesen öten. Emellett van egy húsfeldolgozó üzem is, valamint több bár és családi ABC. A munkaképes férfiak túlnyomó része Magyarországon dolgozik. Jó hírűek az itteni kőműves mesteremberek. A roma lakosság férfi tagjai építőipari munkákban dolgoznak, főleg az épületek csatornázásában jeleskednek. A település szervezett közszolgáltatással rendelkezik, és hagyománytisztelő, magyarság-arculatát őrzi (Barta K., 2009).

A honfoglalástól napjainkig a falu mindig megtalálta a módját, hogy túlélje a háborúkat,

a gazdasági átalakulásokat és a természeti viszonyosságokat. A mezőgazdaság, a vasút, a kolhoz, majd a családi gazdaságok mind hozzájárultak ahhoz, hogy Vári ma is élő, élénk közösség legyen. 2024-ben a már negyedik alkalommal megrendezett Népi és Hagyományőrző Napok mára az év egyik legkiemelkedőbb eseményévé vált a településen, ahol a gyermekek a népzene, a néptánc és a népi mesterségek világában mélyülhettek el. A program célja nem csupán a hagyományok megőrzése, hanem azok élményszerű átadása is. A résztvevők Csomáról, Benéből, Mezőváriból és más településekről érkeztek, ahol műhelyfoglalkozásokon, zenés-táncos oktatáson és kézműves tevékenységeken vehettek részt. A programban helyet kapott a nemezelés, agyagozás, bőrművesség, gyöngyfűzés, valamint esti mesemondás és népköltészeti foglalkozások is (<https://karpatinfo.net/hagyomanyorzes-hagyomanyorzo-napok-mezovari-nepi-es-hagyomanyorzo-napok-2024-07-27>).

Aztán 2024. október 26-án tartották meg a II. Mezővári Őszi és Gazdanapot, melyet a BorzsaVári Tehetséggondozó Művészeti és Hagyományőrző Civil Szervezet és a Mezővári Református Egyházközség szervezett. A rendezvény célja a helyi gazdák áldozatos munkájának elismerése és közösségi élmény biztosítása volt. 62 gazda kapott elismerő oklevelet, 5 idősebb gazda pedig „Mezővári Gazda Díjban” részesült, életútjuk és több évtizedes munkájuk elismeréseként. Minden díjazott emlékborral és „Mezővári Gazda 2024” feliratú sapkával is gazdagodott. Kulturális műsorral is színesítették az eseményt: fellépett többek között a Cseperedő táncsoport, a Furulya együttes, valamint a tiszacsomai és sárosoroszi hagyományőrző csoportok (<https://karpataljalap.net/2024/10/30/ii-mezovari-oszi-es-gazdanap>).

2.3. Halábor

2.3.1. Halábor földrajzi sajátosságai

Halábor egy kisméretű, magyar többségű település Kárpátalja délnyugati részén, közigazgatásilag a Beregszászi járásba, konkrétan a Beregszászi kistérség Badaló előjárói körzetéhez tartozik. Földrajzilag a Tisza jobb partján fekszik, közvetlenül a magyar–ukrán határ közelében. Elhelyezkedése stratégiailag fontos: a falu alig néhány kilométerre található Badalótól és Tiszacsomától, így szervesen kapcsolódik a Badalói mikrorégió társadalmi és gazdasági életéhez is (Balogh, 2003). A falu domborzatilag síkvidéki jellegű, termőföldjei a Tisza által évszázadokon át formált árterületen helyezkednek el, ami különösen alkalmassá teszi a kertgazdálkodásra, földművelésre és állattartásra.

2.3.2. *Halábor történelmi áttekintése*

A település neve történelmi dokumentumokban először 1300-ban bukkan fel „Harabur” alakban, majd a 16. században „Halabor”, a 17. században „Halábor” néven említik. A név eredete személynévre vezethető vissza, valószínűleg a bolgár-szláv „Hrábr” szóból származik, amelynek jelentése: bátor, merész (Balogh, 2003). Az ukrán hivatalos nyelvű változat, a „Hrabariv” szintén e névetimológiai vonal mentén keletkezhetett.

A falu története a középkorig nyúlik vissza, már a 14. században nemesi birtokként szerepelt. 1300 körül a Job és Thene nemesi családok között oszlott meg a birtok, később a térség több nemesi családja is rendelkezett itt földbirtokkal. A 17. századra Halábor református többségű faluvá alakult, ahol már ebben az időszakban fatemplom állt, amely a település hitéletének központját képezte (Balogh, 2003).

A falu első fatemploma 1753-ban tűzvész áldozata lett, azonban a közösség rövid időn belül – 1760-ra – újra felépítette. Ez a második fatemplom idővel statikailag meggyengült, oldalirányban megdőlt, így 1835-ben új, kőalapra épített templomot emeltek. A templomot többször is felújították, különösen a 20. század második felében, amikor a helyi református közösség ismét erőre kapott a szovjet elnyomás enyhülésével (Czirók, 2002).

A település oktatási és kulturális élete már a 18. század végén is jelentős volt. A református egyház 1777-től vezette az anyakönyveket, és az egyház fenntartásában kényszerűen magyar nyelvű iskola működött még a csehszlovák közigazgatás idején is. A magyar nyelvű oktatás Haláboron mindvégig kulcsszerepet játszott a nemzeti identitás megőrzésében, a nyelv, a hagyomány és a vallási kötődés erősítésében (Balogh, 2003).

Halábor történetében kiemelkedő jelentőséggel bír Halábori Dobos Bertalan személye, aki a 15–16. század fordulóján élt. Neve elsőként 1495-ben szerepel a krakkói egyetem magyar hallgatóinak anyakönyvében. Később egri egyházmegyes papként és császári közjegyzőként is említik. Legfontosabb öröksége a híres Döbrentei-kódex, amelyet 1508-ban másolt le. A 262 levélből álló magyar nyelvű kézirat nyelvtörténeti és irodalomtörténeti szempontból is kiemelkedő értékű. Dobos Bertalan tevékenysége a kódexek másolása mellett zsoldárfordításokra is kiterjedt (<https://karpatalja.ma/sorozatok/karpatalja-anno/dobos-bertalan-halabor>).

A falu közösségi emlékezetét a szovjet éra utáni újjászerveződés is formálta. A rendszerváltás időszakában, 1989. december 24-én állították fel a templomkertben a sztálinizmus áldozatainak emléket állító kopjafát, amely nemcsak a történelmi múlt, hanem a

nemzeti öntudat jelképe is. Az emlékmű felállítását a helyi református gyülekezet és a Kárpátaljai Magyar Kulturális Szövetség (KMKSZ) helyi szervezete közösen kezdeményezte, amely ettől kezdve meghatározó szereplőjévé vált a közéletnek is (Czirók, 2002).

Halábor napjainkban is megőrizte falusias jellegét. Népessége ugyan csökkenő tendenciát mutat, azonban továbbra is magyar többségű. A település gazdasága a mezőgazdaságra, azon belül is a kisparaszti gazdálkodásra épül: zöldség- és gyümölcsstermesztés, valamint állattartás a legfőbb megélhetési forma. A település infrastruktúrája szerény, de alapvető szolgáltatások – így például óvoda, bolt, közúti elérhetőség – rendelkezésre állnak. A falut érintő fejlesztési programok egy része a határon átnyúló együttműködésekhez kapcsolódik, így például Magyarország támogatásával több civil és kulturális program valósult meg (<https://www.karpataljainepfoiskola.hu>).

A település turisztikai szempontból nem rendelkezik kimagasló látványosságokkal, ugyanakkor értékes helytörténeti és kulturális örökséggel bír. A templom és környezete, a halábori Dobos Bertalan emlékét őrző dokumentumok, illetve a helyi népi hagyományok megőrzése fontos lehetőséget kínálnak a falusi turizmus szerényebb, de autentikus formái számára. A közösségi rendezvények, emlénapok és népdalestek szintén erősítik a település kulturális karakterét.

2.4. Tiszacsoma

2.4.1. Tiszacsoma földrajzi sajátosságai

Tiszacsoma Kárpátalja délkeleti részén, a Beregszászi járás területén található, a magyar–ukrán határ közelében. A település földrajzi fekvése különösen előnyös, mivel közvetlenül a Tisza közelében, alacsony fekvésű síkságon fekszik, Beregszásztól mintegy 10 kilométer távolságra, keleti irányban. Tiszacsoma közúton jól megközelíthető, különösen Beregszász, Vári és Badaló felől, rendszeres autóbuszjáratok is biztosítják az összeköttetést a térség központjaival (Balogh, 2003).

2.4.2. Tiszacsoma történelmi áttekintése

A falu első hiteles írásos említése 1211-ből származik, „Chôma” néven. A későbbi forrásokban 1327-ben „Chamai” névformával szerepel. A név etimológiai elemzése szerint a „Tisza” előtag a folyó közelségére utal, míg a „Csoma” valószínűleg személynévből alakult ki

(Balogh, 2003). A település neve tehát földrajzi és személyes eredetű motívumokat is őriz.

Történelmi jelentősége kiemelkedő, hiszen területén a 19. század végén rendkívül értékes régészeti leletekre bukkantak, amelyek a honfoglalás korához kapcsolhatók. 1890-ben a falu határában több tucat honfoglaló magyar sírt tártak fel. A sírokból szabályák, nyílhegyek, íjmerevítő csontlemezek, tarsolyveretek, agyagedények, női ékszerek, bronzkarperecek és övcsatok kerültek elő. A gazdag temetkezési leletanyag alapján a régészek arra a következtetésre jutottak, hogy a 10. században itt egy határvédelmet ellátó magyar közösség élt, amely stratégiai szerepet töltött be az ország északkeleti peremvidékének biztosításában (karpataljainepfoiskola.hu, 2022: Tiszacsoma honfoglalás kori temetője).

A leletanyag jelentős részét a Magyar Nemzeti Múzeumban őrzik, és a Kárpát-medence egyik legjelentősebb honfoglalás kori temetkezési helyeként tartják számon. A sírok vizsgálatából az is megállapítható, hogy a közösség férfi tagjai fegyveres szolgálatot láttak el, míg a nők és gyermekek sírjai gazdag viseleti elemeket őriztek meg (<https://karpatalja.ma>).

A 20. század végén a történelmi tudat megerősítése érdekében 1996-ban a temető feltételezett helyszínén létrehozták a Tiszacsomai Honfoglalási Emlékparkot. Az emlékpark központi eleme Árpád vezér bronzszobra, amelyet 2000-ben állítottak fel, majd 2001-ben Szent István király szobra is helyet kapott a területen. A szobrokat az azóta minden évben megrendezett honfoglalási ünnepségek keretében avatták fel. Ezeket a rendezvényeket a Kárpátaljai Magyar Kulturális Szövetség (KMKSZ) Beregszászi Középszintű Szervezete, valamint a Tiszacsomai Alapszervezet koordinálja (<https://karpatalja.ma>).

A falu hitélete sokrétű, már a 18. században is több felekezet jelenlétéről számolnak be a források. 1792-ben a görögkatolikus egyház már egy fatemplomot tartott fenn, amit az 1906-ban felszentelt kőkápolna váltott fel. A kőtemplomot egészen 2009-ig használták, amikor is új, nagyobb templom épült. A falu református közössége 2002-ben emelte saját templomát, amely a falu másik vallási központja lett (Czirók, 2002; <https://karpatalja.ma>).

A település az 1930-as és 1940-es évek során is megőrizte magyar többségét, a második világháborút követő szovjet korszakban azonban a nyelvi és oktatási viszonyok kedvezőtlenül alakultak a magyar közösség számára. Mégis, a magyar nyelvű oktatás hosszú időn keresztül megmaradt, és napjainkban is magyar tananyelvű óvoda és általános iskola működik a településen, ami jelentősen hozzájárul a nemzeti identitás megőrzéséhez (Balogh, 2003).

A 2001-es ukrán népszámlálási adatok szerint Tiszacsoma lakosságának több mint 85%-a vallotta magát magyar nemzetiségűnek, ami a régióban viszonylag magas aránynak számít. A közösség szervezettsége, kulturális és egyházi intézményrendszere biztos alapot nyújt a magyar közösségi élet számára. A KMKSZ helyi szervezete aktívan részt vesz kulturális

programok, ünnepek és emlénapok szervezésében (<https://www.karpataljainepfoiskola.hu>).

Tiszacsoma közösségi és turisztikai szempontból is jelentős. A Honfoglalási Emlékpark és a körülötte lévő látogatóközpont a kárpátaljai magyarság egyik emblematikus emlékhelye, amelyet évente több száz látogató keres fel, különösen a megemlékezések idején. A település példája azt mutatja, hogy egy kis falu is képes lehet regionális jelentőségű kulturális és történelmi emlékhellyé válni, ha közössége összefog, és múltját tudatosan beépíti jelenébe és jövőjébe.

2.5. Mezőgecse

2.5.1. Mezőgecse földrajzi sajátosságai

Mezőgecse Kárpátalja déli részén, a Beregszászi járásban található, sűrűn lakott, túlnyomórészt magyar nemzetiségű község. A Badalói mikrorégió fontos tagja, földrajzilag és társadalmilag is szoros kapcsolatot ápol a szomszédos településekkel, különösen Badalóval, Haláborral és Tiszacsomával. Területe síkvidéki jellegű, a közeli Tisza és a Lónyai-főcsatorna termékeny hordalékos területeket hoztak létre, így a község gazdasága évszázadokon át a mezőgazdaságra, különösen a szőlőtermesztésre és állattartásra épült (Balogh, 2003).

2.5.2. Mezőgecse történelmi áttekintése

A település neve először 1508-ban bukkan fel „Geche” formában, később 1566-ban „Mezew Geche” néven említik a történelmi források. A község névadása feltehetően a régi magyar „Gecse” személynévből származik, amely már a középkorban is használatos volt, elsősorban a középnemesség körében (Balogh, 2003).

A falu története összefonódik Kárpátalja református örökségével. A településen a református egyház megerősödésével már 1719-ben megalakult az önálló egyházközség, és saját papot is alkalmazott. A falu első temploma egy fatemplom volt, amelyet a 18. században emeltek. A ma is álló kőtemplom 1805–1817 között épült késő klasszicista stílusban, és azóta is a helyi hitélet központja (Czirók, 2002).

A templomhoz kapcsolódó parókia 1828-ban, míg az első iskolaépület 1813-ban épült, ez utóbbi komoly szerepet játszott a magyar nyelvű oktatás fenntartásában a szovjet időkben is. Az iskola, amely a szocialista korszak idején is magyar tannyelvű maradt, 1945-től elemi

iskolaként működött, majd 1949-től teljes általános iskolává bővült. Az 1991/92-es tanévben 124 tanuló járt ide, őket 17 pedagógus tanította. Az intézmény mellett magyar óvoda is működik a faluban, ahol évente 50–60 gyermek részesül nevelésben (Balogh, 2003).

A helyi közösség már a rendszerváltozás előtt is törekedett a magyar identitás megőrzésére. 1989-ben megalakult a Kárpátaljai Magyar Kulturális Szövetség (KMKSZ) mezőgecei alapszervezete. Kezdetben 100 tagot számlált, első elnöke Nagy Zoltán Mihály író volt. A szervezet kezdeményezte a sztálinizmus áldozatainak emléket állító emlékmű felállítását, amelyet 1991-ben a református templom kertjében avattak fel (Czirók, 2002).

A falu egyik legnagyobb értéke az épített öröksége, elsősorban a Kajdy-kúria, amelyet 1804-ben építettek késő barokk stílusban (3. ábra). A kúria eredetileg paplaknak készült, de díszes architektúrája és tömegformálása alapján egyértelműen nemesi rezidenciaként is funkcionált. Az építtetők Kajdy Lajos és felesége, Ludányi Bay Teréz voltak. A kúria különlegessége, hogy máig megőrizte eredeti formáját: dongaboltozatos pincéje, klasszicista párkányzata és téglafalazata korhűen restaurálva áll a látogatók előtt (<https://kmmi.org.ua/cikkek/hirek/a-mezogecsei-kajdy-kuria>)



3. ábra: Mezőgecei Kajdy-kúria

Forrás: <https://kmmi.org.ua/cikkek/hirek/a-mezogecsei-kajdy-kuria>

A kúria kertjében álló 19. századi kerti pavilon torzója szintén értékes emlék, a főépület előkertjében pedig Kajdy család domborműves, nagyméretű kőcímere látható. A Teleki László Alapítvány 2011-ben a Kárpát-medencei örökségvédelmi program keretében felújította az épületet. A rekonstrukció során új tetőszerkezet, vízelvezetés, homlokzati helyreállítás és

kertépítési munkák is történtek. Az újjáépített Kajdy-kúriát 2013. november 9-én ünnepélyes keretek között avatták fel (<https://kmmi.org.ua/cikkek/hirek/a-mezogecsei-kajdy-kuria>).

Kulturális téren a falu meglepően aktív. Egy közel 300 férőhelyes művelődési ház, valamint egy 5000 kötetes könyvtár is működik Mezőgecsén. A könyvtári állomány túlnyomórészt magyar nyelvű, és nemcsak szépirodalmi, hanem ismeretterjesztő műveket is tartalmaz. A művelődési ház ad otthont ünnepi rendezvényeknek, néptáncsoport próbáinak, ifjúsági színjátszó körnek, valamint nyelvi és hagyományőrző szakköröknek (Czirók, 2002).

A község gazdasági profilja hagyományosan mezőgazdasági: gyümölcs- és zöldségtermesztés, állattartás, valamint a szőlőművelés évszázados hagyományai dominálnak. A lakosság egy része ma is kistermelőként dolgozik, mások a Beregszászi vagy Munkácsi járások üremeiben, intézményeiben dolgoznak bejáróként. A falusi turizmus fejlődésének lehetősége is megvan, hiszen az épített örökség, a magyar kulturális miliő és a táj szépsége értékes turisztikai potenciált hordoz.

Minden évben megrendezésre kerül a LekvÁrfőző verseny, melyre Környékünkön a Gecsei Községi Tanács e szép és hasznos régi hagyomány megőrzésére nagy hangsúlyt fektet ahol részt vesznek a környező falvakból is a csapatok. Nagy idegenforgalmi látványosságnak számít (Erdélyi, 2021). 2021. augusztus 28-án, 11. alkalommal rendezték meg Mezőgecsén a szilvalekvÁrfőző fesztivált, amelyhez először helyi vásár is társult, ahol kézműves termékek, házi finomságok, italok, zöldségek, gyümölcsök és még kisállatok is várták az érdeklődőket. A rendezvény célja a helyi hagyományok ápolása és a kárpátaljai szilvalekvár népszerűsítése volt – hangsúlyozta Mester András főszervező, a KMTT elnöke. A lekvÁrfőzés mellett egytálételek versenyét is meghirdették, amelyen a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei önkormányzat csapata nyert, szatmári rettenetessel (gulyáslevessele). A lekvárokat szakértő zsűri értékelte. A kulturális műsorban fellépők is voltak, köztük a helyi néptáncsoportok, valamint a Sodró Együttes. A lekvÁrfőző verseny győztese a KMKSZ Tiszacsomai Alapszervezetének csapata lett. A szervezők célja, hogy a vásár havonta ismétlődő eseménnyé váljon (<https://karpataljalap.net/2021/08/30/vasarral-egybekotott-xi-mezogecsei-lekvarfozo-fesztival>).

2007 óta minden január utolsó szombatján megrendezésre kerül a Nemzetközi Böllerversenyt. A cél a hagyományos falusi disznóvágás és disznótor szokásainak felelevenítése. A kezdetekben két helyi csapat vett részt, mára már, a háború előtt, kárpátaljai és külföldi versenyzők is bemutatják saját disznóvágási hagyományaikat, és elkészítik a jellegzetes toros ételeket. A rendezvény forraltbor- és pálinkakóstolóval indul, majd megkezdődik a disznóvágás. A látogatók különféle disznótoros fogásokat – hurkát, kolbászt,

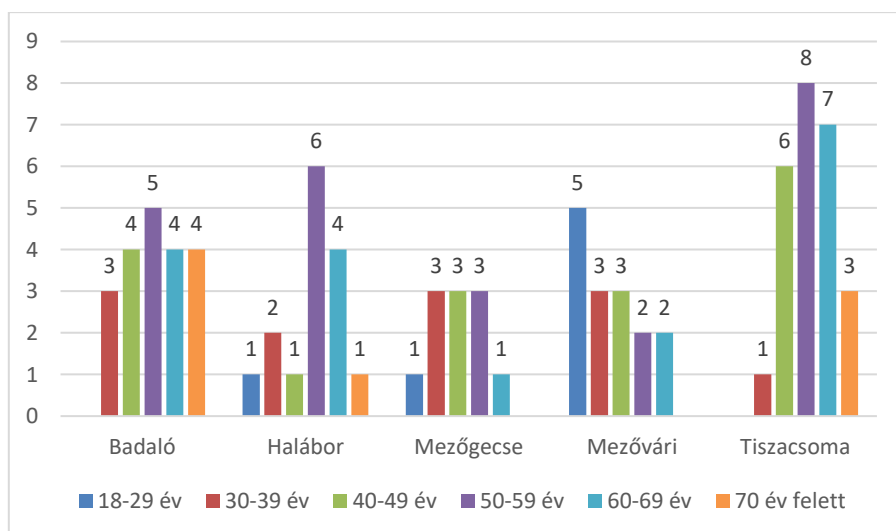
toroskáposztát, disznósajtot – kóstolhatnak. Díjakat osztanak több kategóriában, például „Böllérkirály”, legjobb hurka, toros, kolbász, pálinka, forralt bor. A nap dalárdával és disznótoros bállal zárul (<https://www.karpataljainepfoiskola.hu/mezogecsei-bollerverseny/>).

III. A KUTATÁS EREDMÉNYEINEK BEMUTATÁSA

3.1. Az adatközlők általános adatai

Kutatásomban a helyi termelőket és az ő termékeiket vizsgáltuk a Badalói mikrorégió (Badaló, Halábor, Mezőgecse, Mezővári, Tiszacsoma) településein. Ennek alapján a kérdőívet 86 személy töltötte ki. A kitöltők nemek szerinti megoszlása az öt településen: 58 nő (67,4%) és 28 férfi (32,5%). Településekre bontva a következőt láthatjuk: Badalóban 4 (4, 65%) férfi és 16 (18,6%) nő, Haláboron 3 (3,4%) férfi és 12 (13,9%) nő, Gecsében 6 (6,9%) férfi és 5 (5,8%) nő, Váriban 7 (8,1%) férfi és 8 (9,3%) nő, valamint Csomán 8 (9,3%) férfi és 17 (19,7%) nő vett részt a kutatásban. Véleményem szerint a jelenlegi háború miatt alakulhatott ki nő többlet, mivel a legtöbb férfi, úgy itt a falvakban, mint az országban, külföldön tartózkodik, így, ha volt köztük termelő, arra kényszerültek, hogy abbahagyják tevékenységük folytatását.

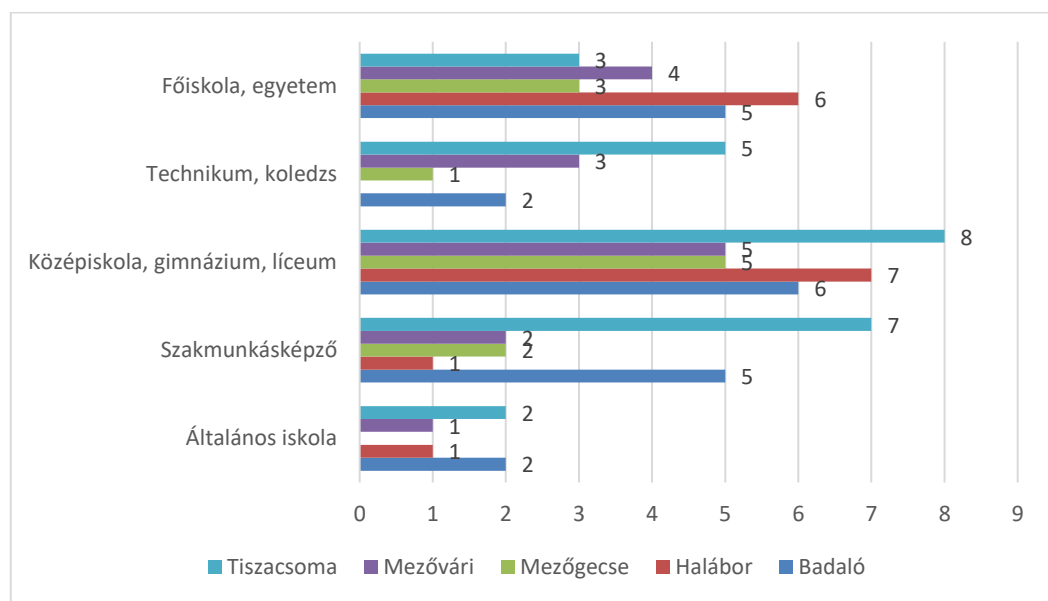
A válaszadók életkor szerinti megoszlása nagyon változatos (4. ábra). Láthatjuk, hogy legtöbben a 50 – 59 év közöttiek (27,9%) a helyi termelők a települések többségénél; kiemelendő ezek között Mezőváriban a 18-29 év közöttiek magas számban való tevékenykedése, valamint összességében a 40 – 49 és a 60 – 69 év közöttiek aránya. Ez arra enged következtetni, hogy egyre több településen kezdenek eltűnni a fiatal vállalkozók, helyi termelők, akiket minden bizonnyal a háború arra kényszerített, hogy elhagyják otthonukat és, a család összetartása érdekében, ki költözzenek Magyarországra vagy a környező határmenti országokba. Akik itthon maradtak tehát, ők a közép- és időskorúak, akik nagyrészt a mezőgazdaságban tevékenykednek.



4. ábra. Nemek életkor szerinti megoszlása

Forrás: Saját szerkesztés

Ezt követően rákérdeztem, hogy mi volt a legmagasabb iskolai végzettsége a kitöltőknek. Eltérő válaszok érkeztek (5. ábra). A válaszadók közül a legtöbbnek (36%) középiskolai végzettsége van, illetve felsőfokú végzettséggel rendelkezik a kitöltők 30,2%-a. Megfigyelhető, hogy a kérdőívben lekérdezett személyek közül a halábori kitöltők rendelkeznek a legtöbb (6,9%) felsőfokú végzettséggel. Technikum (12,7%), szakmunkásképző (19,7%), illetve általános iskolai (6,9%) végzettség csekély arányban, de megfordul a mikrorégió területén.

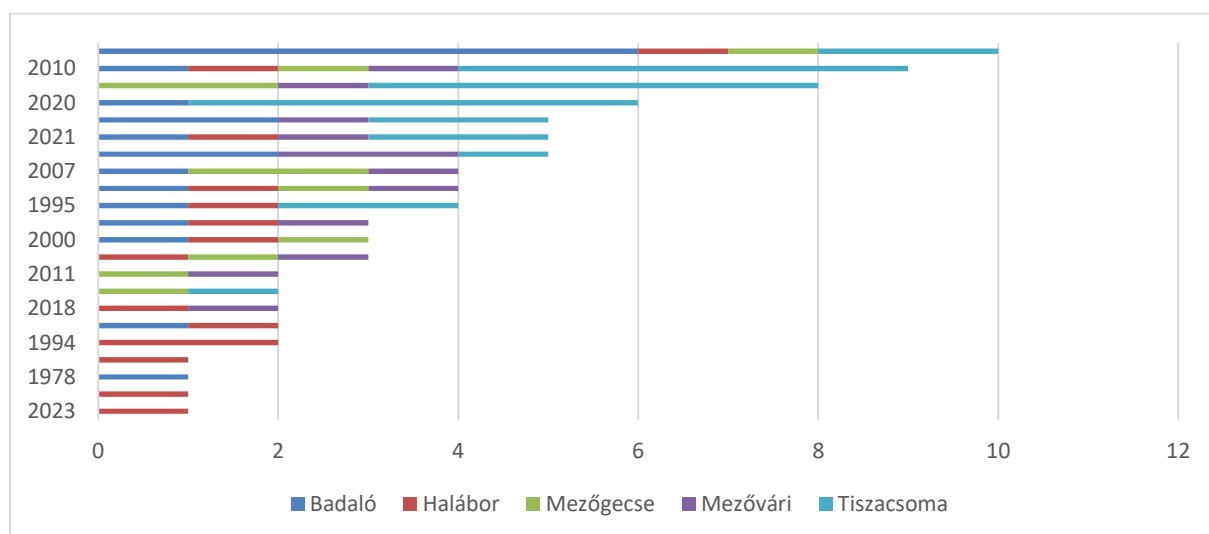


5. ábra. Iskolai végzettség szerinti csoportosítás

Forrás: Saját szerkesztés

A továbbiakban, a beérkezett válaszokból kiderült, hogy az online kérdőívezésben résztvevők közül 2 személy jelölte, hogy rendelkezik idegenforgalmi szakirányú végzettséggel, mindketten a *Turizmust* írták. Ők a „*Klára Panzió*” (Mezőgecse) és a „*Hunor vendéglátó*” (Tiszacsoma) működtetői. Mezőgazdasági szakirányú végzettséget 5 ember jelölte, 2 Badaló, 2 Mezővári és 1 Tiszacsoma településről, hogy rendelkeznek vele, pontosabban így fogalmazták: *Közgazdaságtan/gazdálkodási szakirány*, *Kertészmérnök*, *Agronómus*, *Agrármérnöki szakirány*, illetve *Mezőgazdász szakirány*. Aztán arra a kérdésre, hogy mi a „Tevékenységük/vállalkozásuk helye régi járásbeosztás szerint”, egyöntetű válasz érkezett *Beregszászi járás és Beregszász* válaszlehetőségre. Pontos helyszínként a válaszadók a saját településüket írták. Megkérdezésre került még, hogy melyik évtől foglalkoznak helyi termékek

előállításával (6. ábra).



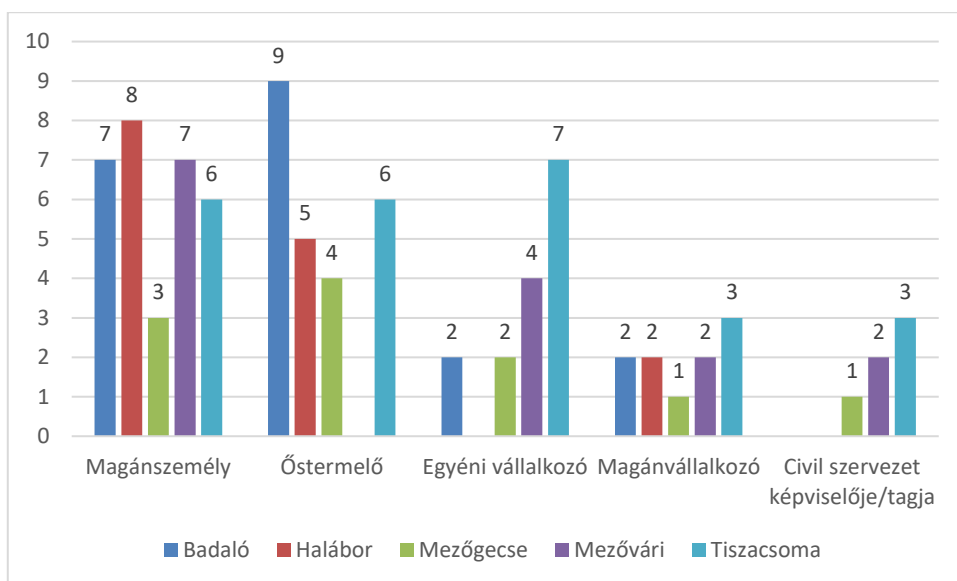
6. ábra. Melyik évtől foglalkozik helyi termékek előállításával?

Forrás: Saját szerkesztés

Ahogy az ábra is szemlélteti, a válaszok igen sokszínűek és eltérőek. Viszont amit rögtön megfigyelhetünk az a 2008 – 2010-es, 2014-es és 2020-as kiugrások. Ezek a 2008-as világválsághoz és a 2014-ben kezdődött orosz-ukrán konfliktushoz vezethetők vissza. Sokan elvesztették állásukat vagy esetleg a családfőnek akkor is el kellett hagyni az országot, így nem volt, aki a jövedelmet szerezze, ezért sok nő arra kényszerült, hogy saját tevékenységbe fogjon bele. A COVID-19 világjárványnál szembesülhettünk határizmásokkal, amik megint csak a családfőket külföldön maradásához vezethettek. Valamint, a bezártság, a kijárási tilalom. Sokan új hobbik után kutattak. Úgy gondolom, hogy ezeknek is köze lehet a kérdőívben résztvevő válaszához.

3.2. A helyi kézműves termékek felmérése

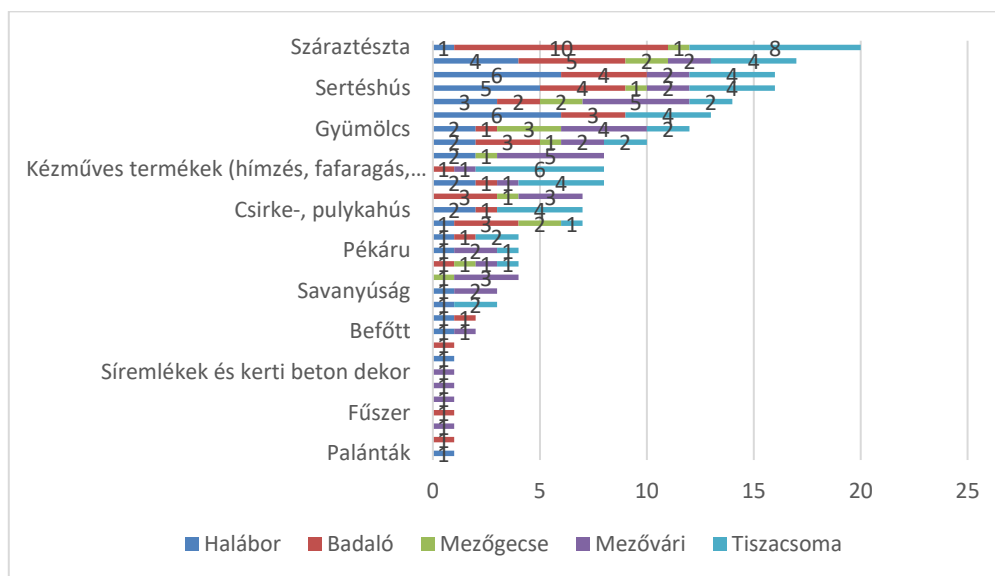
Előzőleg már kiderült, hogy idegenforgalmi szakirányú végzettséggel ketten rendelkeznek, valamint a válaszadók 5,8%-a (5 személy) rendelkezik mezőgazdasági szakirányú végzettséggel. Viszont arra a kérdésre, hogy „Foglalkozik turisztikai tevékenységgel”, a válaszadók 95,3%-a *Nemmel* válaszolt, míg a maradék 4,7% *Igennel* válaszolt. A kitöltők közül legtöbben (36%) magánszemélyek, valamint östermelők (27,9%), vegyesen oszlanak el továbbá még az egyéni vállalkozók (17,4%), magánvállalkozók (11,6%) és a civil szervezet képviselője/tagja (6,9%) válaszlehetőségek a településeken (7. ábra).



7. ábra. Ön minek vallja magát?

Forrás: Saját szerkesztés

A következő kérdésből kiderült, hogy a Badalói mikrorégió helyi termelői mit termelnek és állítanak elő (8. ábra). Sokszínű válaszok érkeztek. A kitöltés során a személyek több választ is bejelölhettek.



8. ábra. Ön vagy vállalkozásának helyi terméke(i):

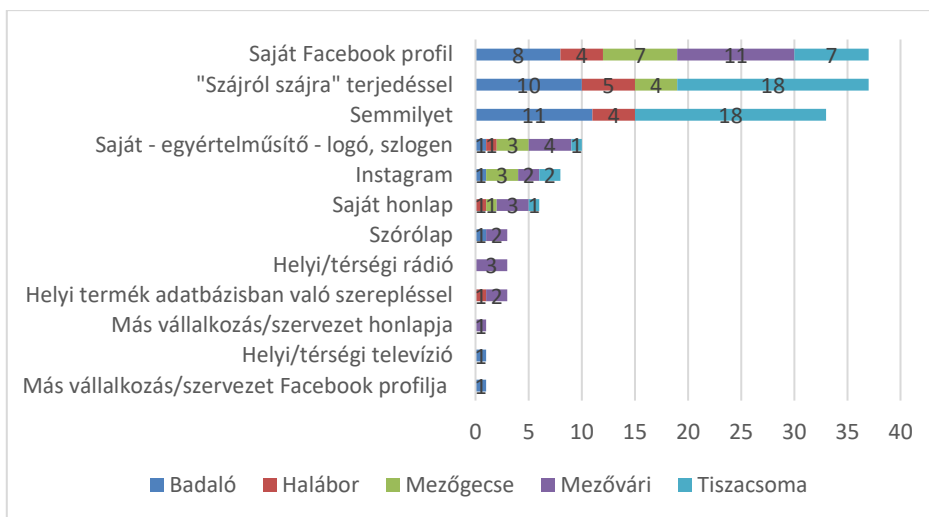
Forrás: Saját szerkesztés

A válaszokból jól kivehető, hogy többségben (23,3%) száraztésztával foglalkoznak, abból is Badaló és Tiszacsoma településeken. Mindkét településen működik egy ún.

Asszonykőr csoport, amelyet az adott település középkorú, illetve idősebb asszonyai alkotnak. Alkalmanként összegyűlnek, hogy különböző tésztafajtákat készítsenek, melyet ezután eladásra kínálnak, s a kapott összeget általában rászorulóknak számára kínálják vagy adományokra (<https://life.karpat.in.ua/?p=129250&lang=hu>).

Többen jelölték még a tojást, 16:16 arányban a tejet és a sertéshúsokat, valamint jelölésre kerültek a zöldség, gyümölcs, bor, egyéb tejtermékek, csirke-, pulykahúsok is. A fentiekből már kiderült, hogy az online kérdőívben lekérdezettek közül legtöbben magánszemélyek és őstermelők, amely jelen esetben azt jelenti, hogy vannak, akik otthon, saját háza tájékán megtermeli az adott produktumokat, s ezeket később eladják. Nem idegen egy kis faluban, de akár nagyobb falvakban sem, hogy akik tehén tenyésztéssel foglalkoznak, több család vesz tőlük tejet, túrót, egyéb tejtermékeket. Ugyanez figyelhető meg azoknál, akik tyúkot tenyésztenek, tojást tudnak eladásra kínálni.

Cukrásztermékekkel, hidegtállal, kifejezetten kézműves termékekkel, marhahússal, pékáruval, sajttal, szörpökkel, befőttökkel, valamint síremlékek és kerti beton dekorral, koszorú készíttéssel, zsírral savanyúsággal, gabonafélékkel, palántákkal, fűszerekkel, virággal, pálinkával, gyümölcslével, kozmetikai termékekkel mindössze 1-2 személy foglalkozik. Ezután, rákérdeztem arra, hogy milyen eszközöket használnak ahhoz, hogy ismertebbé tegyék termékeiket (9. ábra). A válaszadók több választ is kijelölhettek.



9. ábra. Milyen eszközöket használ termékeik ismertebbé tételéhez?

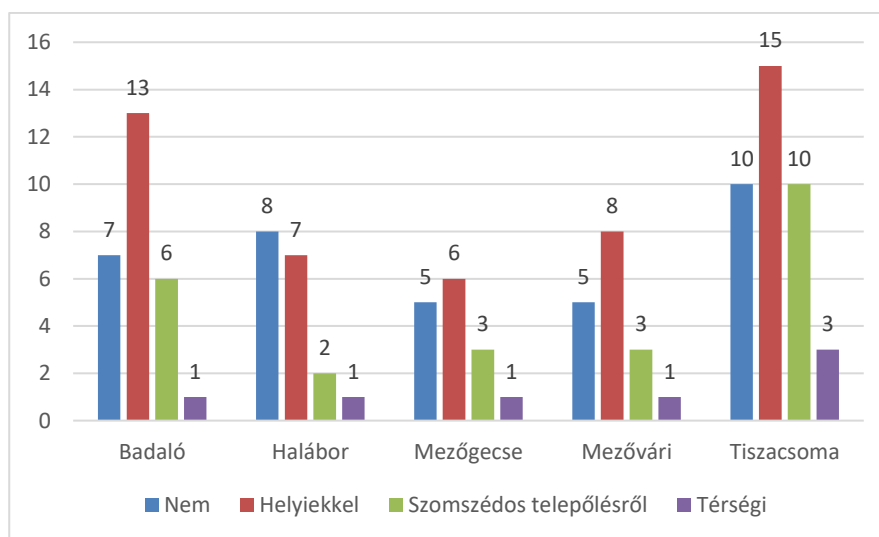
Forrás: Saját szerkesztés

A válaszokból kikövetkeztethetjük azt, hogy a kitöltők többsége 37:37 arányban saját Facebook profiljukat használják termékeik ismertebbé tételéhez, illetve a „Szájról szájra”

terjedést írták egyéb válaszként, melyet azzal magyaráztak, hogy ha van eladásra kínált termékük (húsok, zöldség, palánták, tojás, tej, bor stb.), akkor szólnak a szomszédoknak, ismerősöknek, s így aki akar, be tudja magának szerezni és mindkét fél jól jár ezzel. Sokan semmit sem használnak termékeik ismertebbé tételéhez. 1-1 személy akad, aki a helyi/térségi televíziót, más vállalkozó/szervezet Facebook profilját, illetve más vállalkozás/szervezet honlapját használja (Badaló és Mezővári településekről). Emellett voltak, akik Instagramon reklámozzák termékeiket, míg másoknak van saját logója és szlogenje.

Arra a kérdésre, hogy „Igénybe vesznek-e valamilyen partneri segítséget termékei népszerűsítésére?“, a kitöltők válaszaiból megtudtam, hogy 64 személy (74,4%) nem vesz igénybe semmilyen segítséget, míg 15 személy (17,4%) alkalmanként. Speciális szervezet tagjai válaszlehetőséget 7 személy (8,1%) választotta, melyek közül ketten a Kárpátaljai Magyar Gazdaszövetségnek (KMGSZ), hárman a Kárpátaljai Magyar Vállalkozók Szövetségének (KMVSZ), valamint 1-1 személy, akik a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács (KMTT), illetve a Mezőgyecsé turista fogadóinak a tagjai.

Következőként a partneri viszonyukra voltunk kíváncsiak, hogy más termelőkkel, szolgáltatókkal van-e partneri viszonyuk vagy sem (10. ábra). Itt is több választ jelölhettek ki a kitöltők.

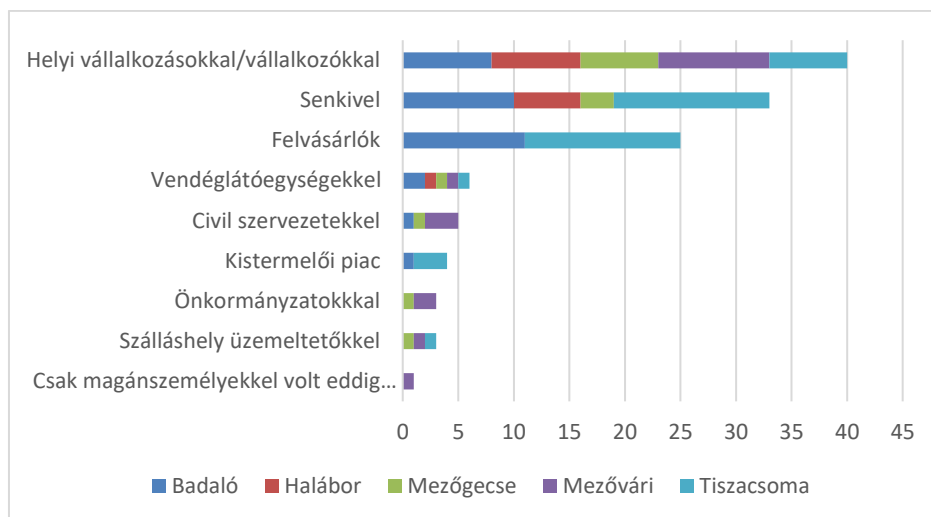


10. ábra. Termelő és/vagy értékesítő tevékenységéhez partneri viszonyban áll-e más termelőkkel, szolgáltatókkal?

Forrás: Saját szerkesztés

Többségük helyi termelőkkel állnak partneri viszonyban mind az öt településen, de így is akadnak közöttük olyanok, akik vagy *nem* vagy a szomszédos településről származó

szolgáltatókkal létesítenek partneri viszonyt. A térségi termelőknél Csoma település az, ahonnan a legtöbb partneri viszonyban állnak. Ezt követően azt kellett megtudakolnom, hogy kikkel van működőképes partneri viszonyuk (11. ábra).



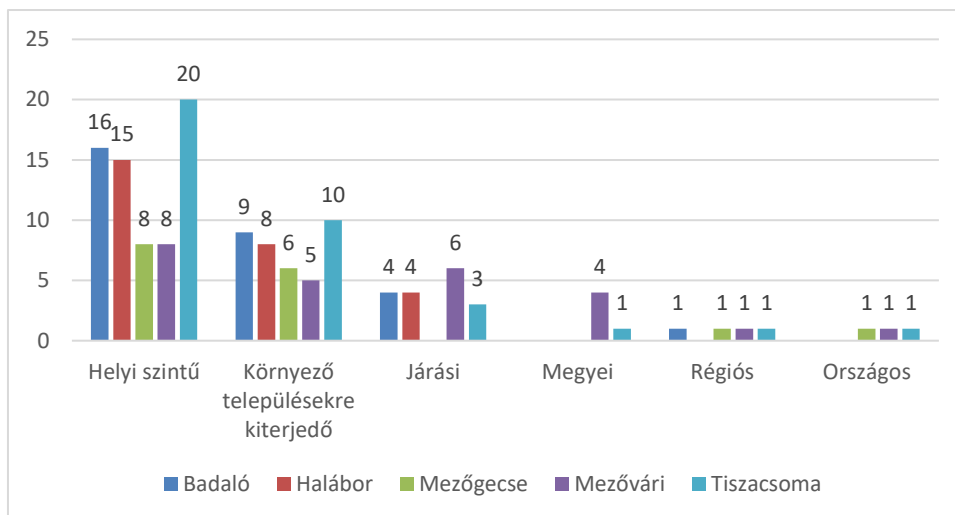
11. ábra. Jelölje meg, akivel van működőképes partneri viszonya!

Forrás: Saját szerkesztés

Megtudtuk, hogy a mikrorégió területén a legtöbb termelőnek a helyi vállalkozásokkal/vállalkozókkal van működőképes partneri viszonya. Többnek senkivel sincs partneri viszonya, valamint egyesek a felvásárlókat írták partnereknek. Kevesen bár, de akadnak, kiknek szálláshely üzemeltetőkkel, vendéglátóegységekkel, önkormányzatokkal, civil szervezetekkel vagy a kistermelői piaccal van partnersége.

Ezt követte, hogy idényjellegű vagy folyamatos-e a termelése a helyi termékek előállítóinak: 44 személynek (51,1%) bizonyos termékeknél folyamatos, másoknál idényjellegű a termelése, a megmaradt válaszadók közül 18 személynek (20,9%) folyamatos, 24 személynek (27,9%) pedig idényjellegű.

Arra a kérdésre, hogy melyik piacot tartják saját célcsoportjuknak (12. ábra), az előző válaszokból adódóan könnyen ki lehet következtetni, hogy a legtöbb termelő (77,9%) a helyi szintű piacot véli sajátjának.

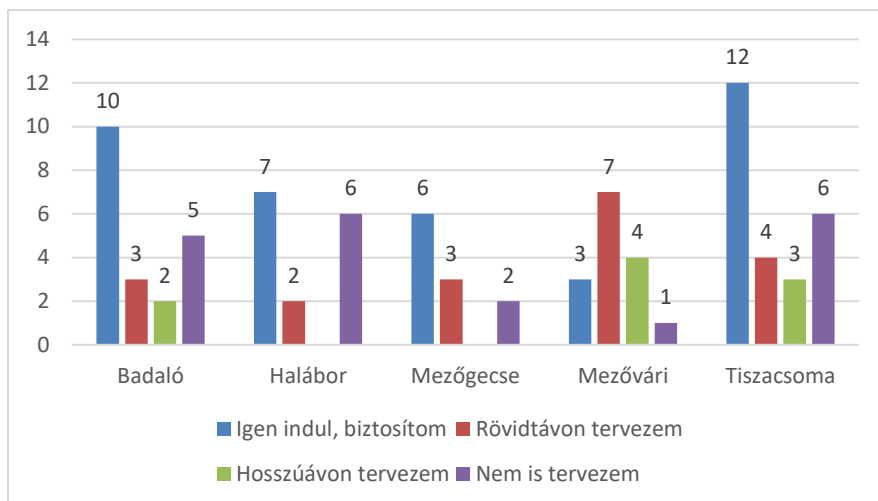


12. ábra. Melyik piacot tartja saját célcsoportjának?

Forrás: Saját szerkesztés

Viszont vegyes válaszok érkeztek, akad, aki az országos vagy a régióst, míg mások a megyei, járási vagy a környező településekre kiterjedő piacot tartják saját célcsoportjuknak. Láthatjuk tehát, hogy a kutatásban részt vett személyek termékei a mikrorégióra, a Beregszászi járásra, valamint Kárpátaljára terjednek ki, ami jónak mondható, mivel ilyen széleskörben tudják értékesíteni termékeiket a termelők, ezáltal több vásárlót tudnak megfogni termékeikkel. Következőként azt szerettem volna megtudni, hogy milyen volumenű a termelése, hrvnyában, éves szinten. Erre a kérdésre nem voltak válaszlehetőségek megadva, saját válaszadást igényelt, de akár ki is hagyhatták. A kapott válaszok alapján összesen 40 ezer – több millió között mozgott az éves bevétele a helyi terméke értékesítéséből.

Ezt követte, hogy a termelők termékei hol érhetőek el a fogyasztók számára. Több válaszlehetőséget lehetett kiválasztani. Olyan válaszok közül, mint piac, termelői piac, webáruház, szálláshelyek, éttermekben, ajándékboltokban, bevásárló körben stb. Legtöbben (65 személy = 76%) a *háztól a gazdaságból történő értékesítés útján* válaszlehetőséget jelölték ki, de választották a *piacot* (45 személy = 52,3%), és a *fogyasztóhoz kiszállítva* (36 személy = 41,8%), de választották még ezen kívül a *termelői piac, a bevásárló körben, a vásárokon, fesztiválokon és egyéb turisztikai rendezvényeken, turisztikai irodákban, ajándékboltban és a falusi vendégasztal keretében* válaszokat is. Az ezt követő kérdésem (13. ábra) a következő volt, amit több részre bontottam fel, hogy településenként jól láthatók legyenek az eredmények.

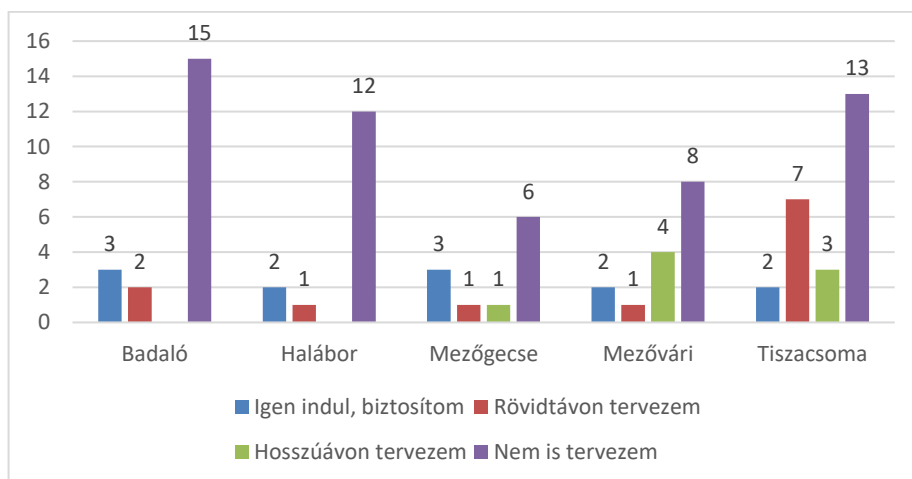


13. ábra: Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul, biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszú távon tervezem/ 4=nem is tervezem)

(Házhoz szállítás)

Forrás: Saját szerkesztés

Azt olvashatjuk le a fenti oszlopdiagramról, hogy a *Házhoz szállítás* szolgáltatást milyen szinten biztosítják vagy nem biztosítják. Láthatjuk, hogy 38 személy (44,1%) biztosítja mind az öt településen, valamint szinte ugyanolyan arányban, mindössze 2% eltéréssel akadnak, akik rövidtávon tervezik és akik nem is tervezik.



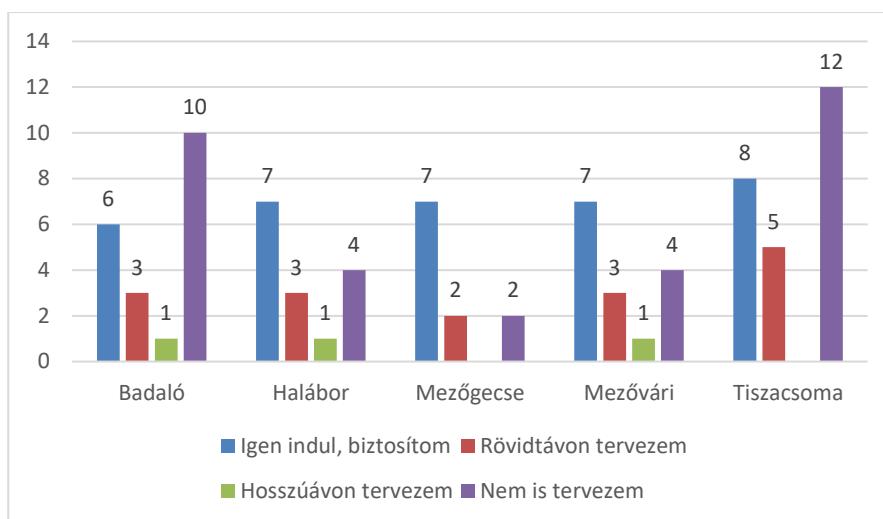
14. ábra: Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul, biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszú távon tervezem/ 4=nem is tervezem)

(Webáruház)

Forrás: Saját szerkesztés

A *Webáruház* szolgáltatást (14. ábra) a kitöltők 62,7%-a (54 személy) nem tervez

biztosítani, érthető okokból, mivel a legtöbb termék mezőgazdaságból származik és valaki csak mellékjövedelemként tekint az eladásukra, illetve akik ezt választák nagyban az idős korban lévő személyekhez tartoznak. Viszont így is akad egy két személy, akik biztosítanak webáruházat.

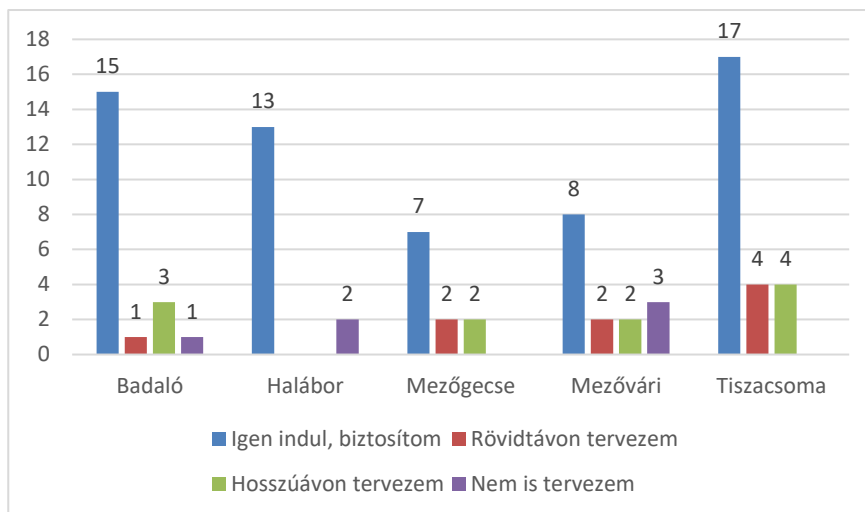


15. ábra: Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul, biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszú távon tervezem/ 4=nem is tervezem)

(Kóstolási lehetőség)

Forrás: Saját szerkesztés

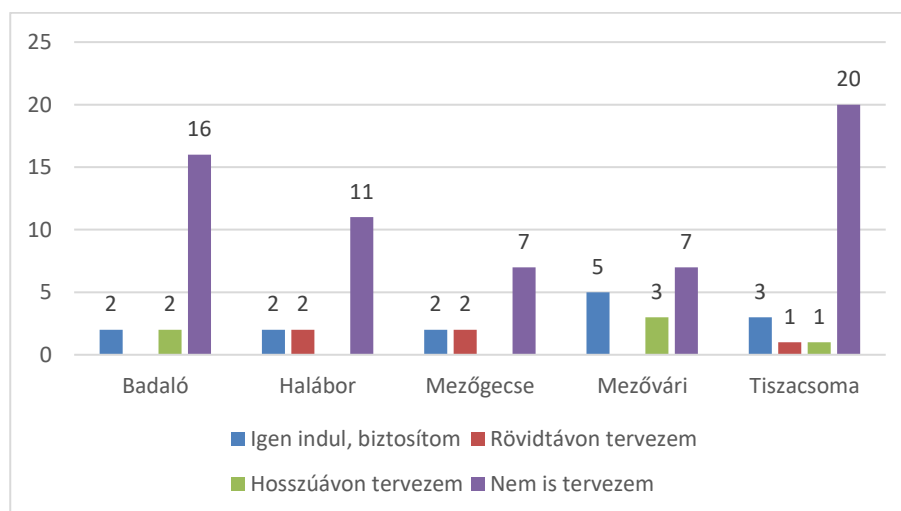
Legtöbb válaszadó Badaló és Tiszacsoma településekről érkezett, olyan személyektől, akik nem is tervezik. Ők minden bizonnyal az *Asszonykör* csoport tagjai vagy olyan termelők, akik virágózással, kimondottan kézműves termékekkel stb. foglalkoznak. Persze sok válaszadó (35 személy = 40,6%) biztosít, a többiek pedig csekély arányban tervezik rövid, illetve hosszú távon.



16. ábra: Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul, biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszú távon tervezem/ 4=nem is tervezem)
(Előrendelés)

Forrás: Saját szerkesztés

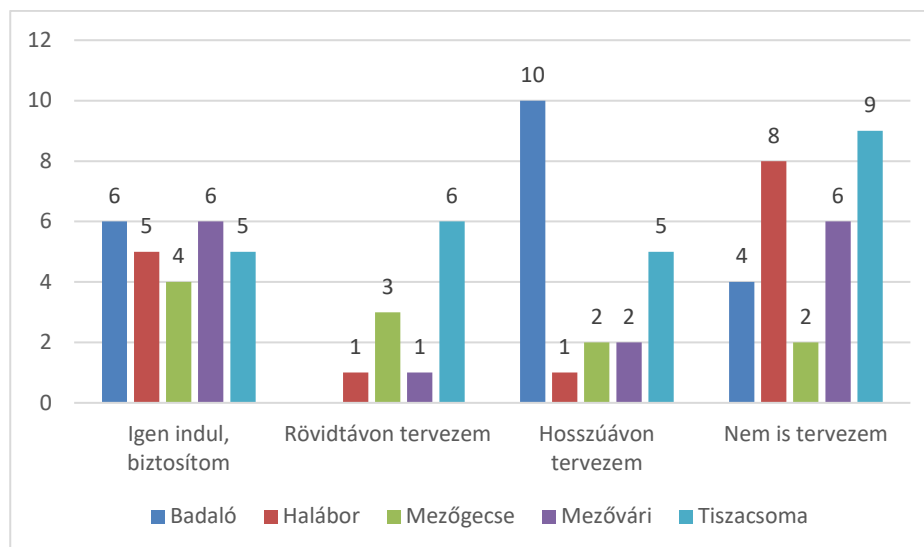
Előrendelést biztosít a válaszadók 69,7%-a, amely 60 személyt jelent összesen a mikrorégió területén. Ami meglepő, hogy két személy kivételével, Haláboron mindegyik kitöltő biztosítja ezt a szolgáltatást, viszont mindegyik településen megfigyelhető a biztosítása. Csekély arányban, de jelen vannak, akik rövid-, hosszú távon és akik nem is tervezik biztosítani.



17. ábra: Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul, biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszú távon tervezem/ 4=nem is tervezem)
(Bankkártyás fizetés)

Forrás: Saját szerkesztés

Ugyan az a kilengés figyelhető meg a *nem tervezem* válaszlehetőségnél, mint a *Webáruház* (14. ábra) szolgáltatás biztosítása nevű ábránál és nagy valószínűséggel az ok is ugyanaz rá: mellékjövedelemként tekintik és a válaszok az idős korosztályhoz tartoznak.



18. ábra: Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul, biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszú távon tervezem/ 4=nem is tervezem)

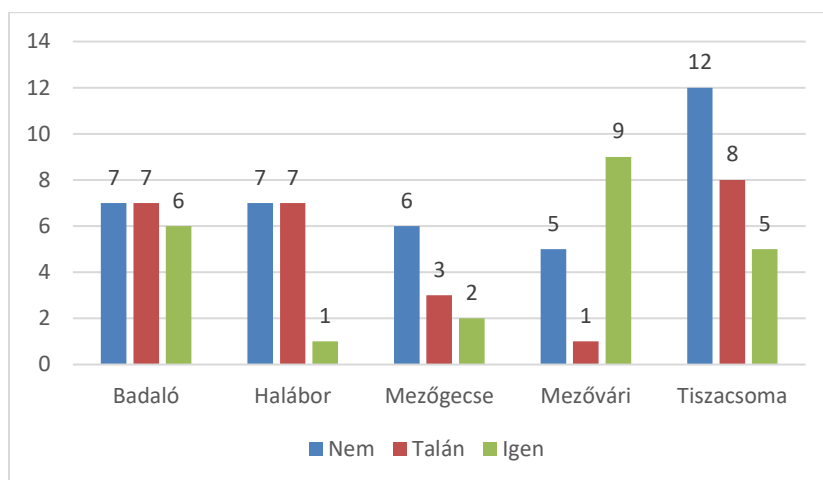
(Nyilv. termékértékelés)

Forrás: Saját szerkesztés

A mikrorégió területén legtöbbször (33,7%) nem is tervezik be vezetni ezt a szolgáltatást, 30,2%-a viszont biztosítja. Nagy kilengést láthatunk a *hosszú távú* tervezőknél Badaló példáján. Viszont így is kevesebben vannak, akik rövid, illetve hosszú távon szeretnék biztosítani az adott szolgáltatást.

Ezután megtudtam, hogy a legtöbb (74,4%) termelőhöz a fogyasztói vélemények *személyesen* érkeznek, viszont egyesek *e-mailben*, *nyilvános értékelésként* és *közösségi platformon* vagy *nyilvános értékelésként* is kapnak visszajelzéseket. Aztán rákérdeztem, hogy ezek a visszajelzések befolyásolják-e a termék kialakítását, és a válaszadók 52,3%-a (45 személy) *minden esetben figyelembe veszi a visszajelzéseket*, a többi válaszlehetőség, mint például a *az azonos visszajelzéseken elgondolkodom, mindig ez az iránymutató de nem (csak) ez határozza meg a gazdálkodásomat* vagy a *nem volt még példa rá, hogy figyelembe vettem volna a visszajelzéseket*, ezek vegyesen oszlottak el a mikrorégió kitöltői között.

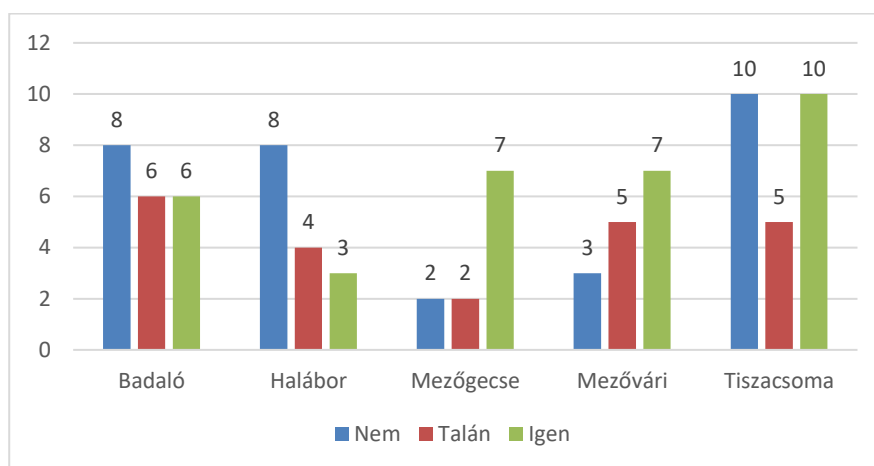
A következő kérdést, hogy tervezik-e a következő öt évben a tevékenysége bővítését adott szempontok alapján (19. ábra), szintén szét bontottam, hogy jól kivehetők legyenek a települések és a következő válaszok érkeztek:



19. ábra. Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését? (Kapacitás növelése)

Forrás: Saját szerkesztés

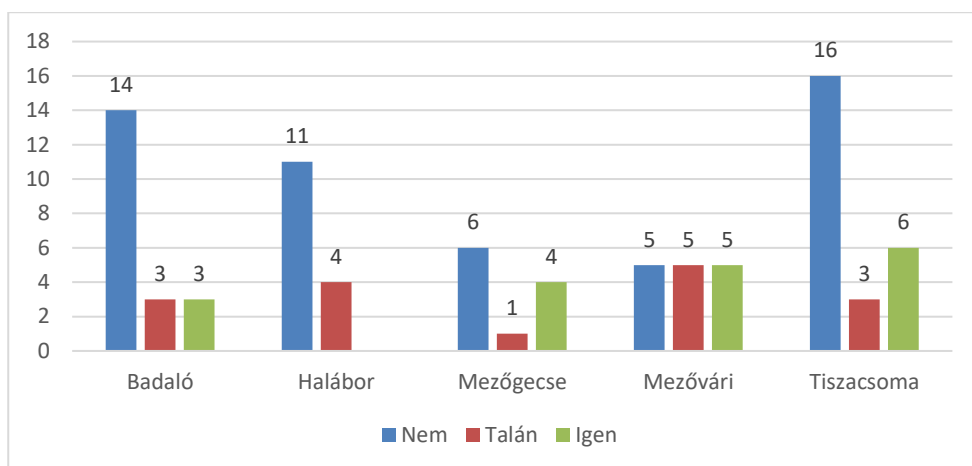
Láthatjuk, hogy legtöbben nem tervezik növelni a kapacitást. Ebben az esetben jelentheti azt is, hogy már így is elég az a mennyiség, amelyeket eddig termeltek, vagy ami relevánsabb az az, hogy többségben 50 év felettiak a válaszadók, így az ő szóhasználatukkal élve az is lehetséges, hogy már úgy érzik „megöregedtek” és elfáradtak.



20. ábra: Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését? (Termékskála bővítése)

Forrás: Saját szerkesztés

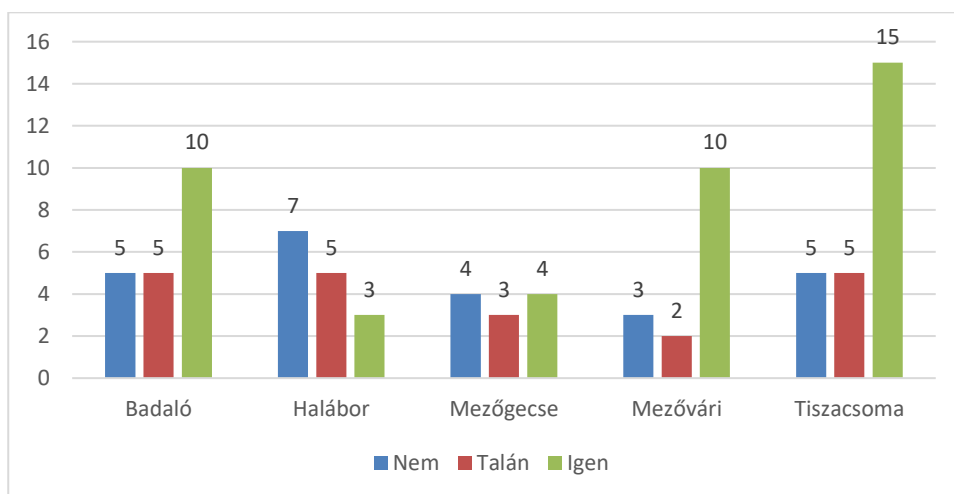
Észrevehetjük, hogy legtöbben tervezik bővíteni a termékskálát, míg, nagyon kevés eltéréssel, majdnem ugyanennyi arányban vannak, akik nem szeretnék tovább. Minden bizonnyal, ők előzőleg is nemre szavaztak, hogy mivel már amúgy is épp elég színes a termékskála, ezért érthető okokból kifolyólag nem fogják azt bővíteni.



21. ábra: Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését? (Új szolgáltatás bevezetése)

Forrás: Saját szerkesztés

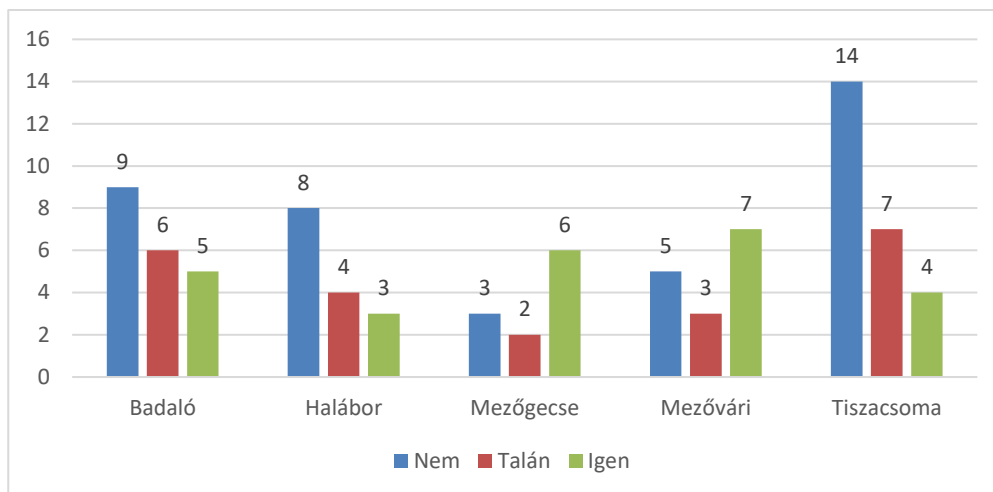
Ennél a válaszlehetőségnél azt figyelhetjük meg, hogy a válaszadók 60,4%-a nem tervez új szolgáltatást bevezetni. Plusz tényezőként hozzá tenném még azt is, hogy lehet nincs elég kapacitás (idő, hely hiány, munkaerő) vagy, hogy nincs rá igény a piacon.



22. ábra: Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését? (Minőség bizt. fejlesztése)

Forrás: Saját szerkesztés

Megfigyelhető, hogy többen fejleszteni szeretnék tevékenységüket ezen a téren. Fenntartani az állandó, jó minőséget, ezzel is biztosítva a vevői elégedettséget vagy akár több vevőt eredményezhet. Új módszerek bevezetésével és a partnerek/vevők visszajelzéseinek beépítésével működésbe hozhatják ezt.



23. ábra: Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését? (Beruházás)

Forrás: Saját szerkesztés

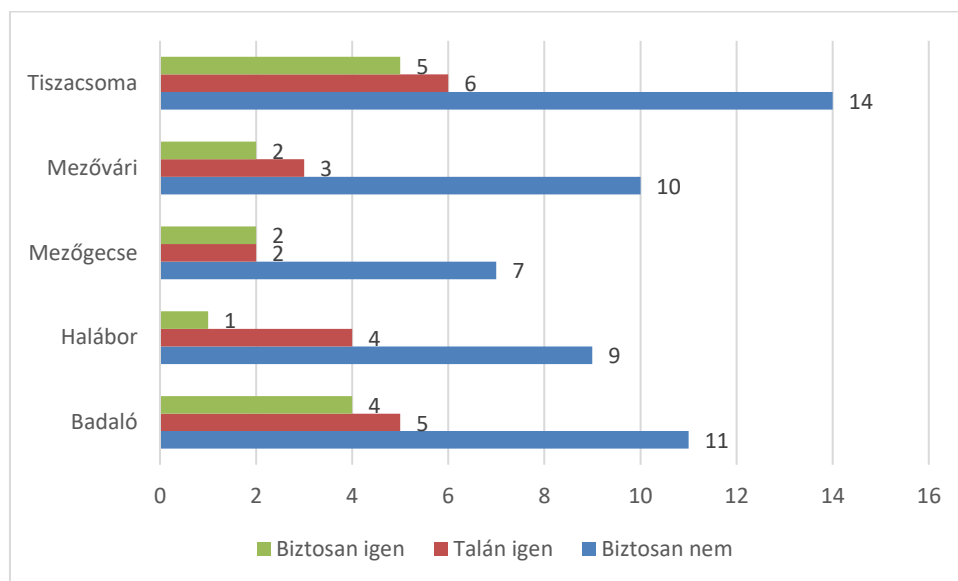
Szintén legtöbbször nem tervezik bővíteni tevékenységüket beruházással. Gyakran nagy összegű befektetést igényel vagy, ami már korábban is meg volt említve, nincs elég kapacitás vagy esetleg a bizonytalan gazdasági környezet is hatást gyakorolhat, jelen esetünkben az országban dúló háború is lehet az egyik oka ennek.

Kiderült az is, hogy helyi termékek és szolgáltatások iránti igény növelése céljából turisztikai hálózatokban igaz, hogy előnyösnek tekintik, legtöbbször mégsem tervezik, hogy részt vegyenek benne.

A következőkben azt kérdeztem, hogy „Egy (esetlegesen létrejövő) turisztikai hálózatban együtt tudna-e működni a termékei értékesítésének lehetőségével turisztikai irodákban, éttermekben, szálláshelyeken” (a választ 1-től 5-ig terjedő skálán kellett megadni, ahol 1 – egyáltalán nem, 5 – biztosan). A legtöbb válasz a *biztosan nemre* érkezett, de így is akadt, aki együtt tudna működni. Aztán arra a kérdésre, hogy „együtt tudna-e működni a termékei – turisták számára ajándékként is jól eladható – egyedi csomagolásával”, itt is a legtöbb a *biztosan nemet* választották és csak alig páran vélik úgy, hogy lehetséges lenne az együttműködés. Következő volt, „együtt tudna-e működni a helyi termékek kóstolójával”, itt viszont legtöbbször a *biztosan igen* választ jelölték. Ez érthető abból a szempontból, hogy sokan befőtt, szörpök, méz, zöldség/gyümölcs termesztéssel, cukrászattal, hidegtál készítéssel stb. foglalkoznak, de szintén akadt olyan, aki nem tudna együtt működni. Végül, hogy „együtt tudna-e működni a helyi termékekről szóló előadással, bemutatóval”, ennél a kérdésnél is megosztó vélemények születtek.

Mivel előzőleg már kiderült, hogy többen tervezik bővíteni tevékenységüket, viszont így is akadt, akik nem szeretnék, ezért rá kérdeztem arra is, hogy tevékenységük csökkentését,

megszüntetését tervezik-e a következő öt évben (24. ábra).

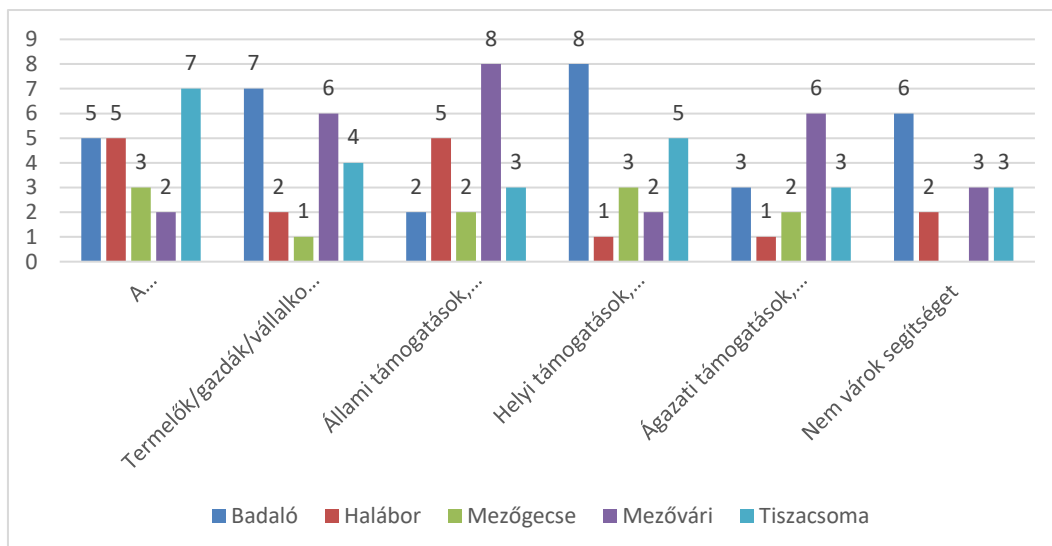


24. ábra. Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége csökkentését/megszüntetését?

Forrás: Saját szerkesztés

Ebből az eredményből érthetővé vált számomra, hogy miért igen és miért nem akarták többen is bővíteni tevékenységüket előzőleg. Az ábrán jól kivehető, hogy összesen a mikrorégió területén 51 személy (59,3%) nem szeretné megszüntetni, sem pedig csökkenteni tevékenységét, míg a többiek a talán igen és a biztosan igen lehetőséget választották. Válaszukat meg is indokolták. Azok, akik nem tervezik a jövőben a tevékenységük megszüntetését, ők *Kárpátalján tervezik jövőjüket*, azok viszont, akik megszüntetnék, nekik a *háború kitörése* az indok, és szerintük *gyenge a bevétel, az árak nem változnak, elöregedés, erőhiány, idősök, nyugdíjba szeretnének menni, valamint nem kifizetődő és már lassan nincs kinek eladni.*

Arra a kérdésre, hogy kitől várnának el segítséget, hogy termékeik piacra jutását megkönnyítsék (25. ábra), a következő válaszok érkeztek:

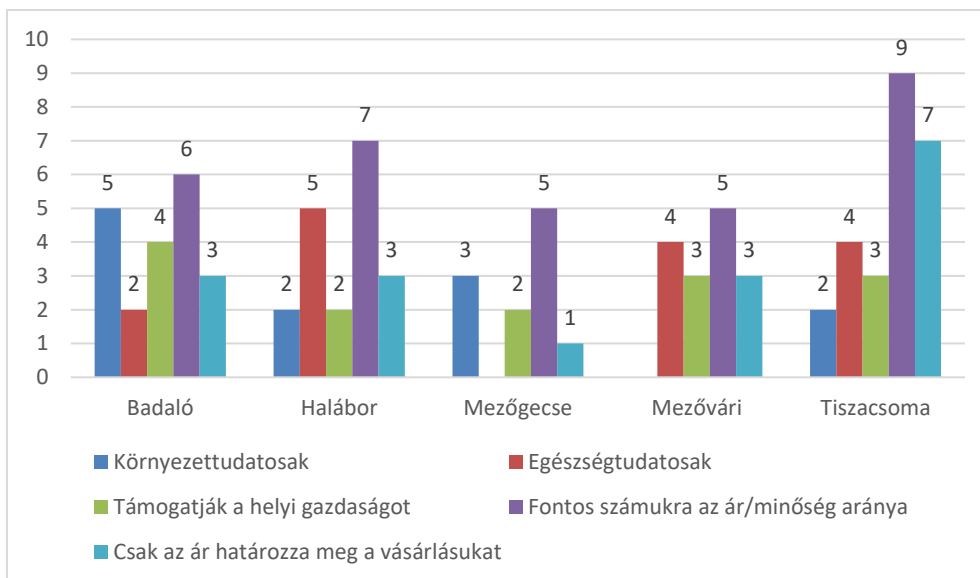


25. ábra. A helyi termékek ismertségének növelése és piacra jutásának megkönnyítése érdekében kitől várna segítséget?

Forrás: Saját szerkesztés

Mindegyik településről többen az *állami és helyi támogatásokat* választották, vannak, akik azt szeretnék, ha a *termelő gazdák/vállalkozók összefognának* és így segítenék, támogatnák egymást, valamint megkönnyítenék saját maguk és más termelők helyzetét, termékeinek piacra jutásának szempontjából. De akadt, aki *ágazati támogatásnak* örülne vagy *nem várnak el segítséget*.

A következő kérdésnél a többség (76,7%%) egyetértett azzal, hogy a turisták egyre jobban érdeklődnek a helyi termékek iránt (itt a választ 1-től 5-ig terjedő skálán kellett megadni, ahol 1 – abszolút nem ért egyet, 5 – teljesen egyetérttek). A válaszadók fele (50%) abban is egyetértett, hogy a helyi termékek divatosnak számítanak. Viszont ennél és az előző kérdésnél is akadtak olyan válaszadók, akik csak részben vagy egyáltalán nem értettek egyet az állítással. Aztán az, hogy nő az érdeklődés a helyi termékek irány, itt is legtöbben abszolút egyetértettek, mint ahogy abban, hogy a vendéglátásban nő a helyi termékek használata. Teljesen és részben értettek egyet azzal, hogy a szálláshelyek nyitottak a helyi termékekkel kapcsolatban. Megosztó válaszok születtek arra a kérdésre, hogy gondok vannak-e a helyi termékek értékesítésével. Legtöbben inkább nem értettek ezzel egyet, néhányan viszont igen vagy, csak részben. Következő kérdés az volt, hogy mi a véleményük a helyi termékek fogyasztóiról (26. ábra).



26. ábra. Mi a véleménye a helyi termékek fogyasztóiról?

Forrás: Saját szerkesztés

A mikrorégió legtöbb termelője szerint a fogyasztók számára *fontos az ár/minőség aránya*, egyesek úgy vélik, hogy *egészségtudatosak*, viszont *csak az ár határozza meg vásárlásukat*, míg mások szerint *támogatják a helyi gazdaságot* és, hogy *a legtöbb vásárlónál inkább az ár, mint a minőség, ami fontos*, de akad, akik szerint *környezet tudatosak*.

Kutatásom utolsó kérdéseiként azt tettem fel, hogy a jelenlegi háborús helyzet vagy a járvány helyzet milyen mértékben befolyásolta, befolyásolja a termelők termékeinek előállítását és értékesítését (a választ 1-től 5-ig terjedő skálán kellett megadni, ahol 1 – abszolút nem befolyásolta, 5 – jelentős mértékben befolyásolta). Mindkét kérdésnél észrevettem, hogy a jelenlegi helyzet a termelők termékeinek előállítását és értékesítését jelentős mértékben befolyásolta.

IV. PROBLÉMÁK ÉS FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK A BADALÓI MIKRORÉGIÓ IDEGENFORGALMI (TURISZTIKAI) TERÜLETEIN

A saját kutatásom során – amelyet online formában végeztem – több olyan szempont is felszínre került, amelyek segíthetnek a Badalói mikrorégió turizmusának fejlődésében. A válaszadók visszajelzései és a saját helyszíni tapasztalataim alapján olyan javaslatokat fogalmaztam meg, amelyek reálisan megvalósíthatók, és illeszkednek a térség jelenlegi adottságaihoz – figyelembe véve azt is, hogy a jelenlegi orosz–ukrán háború rendkívül bizonytalanná és kockázatosná tette a turizmus jövőjét az országban és Kárpátalján is.

A helyi termékek erősebb bemutatása

Az egyik legfontosabb lehetőség, amit látok, az a helyi termékek tudatosabb megjelenítése. A kérdőívemben többen is foglalkoznak borok, méz, hímzésekkel vagy házi lekvárokkal. De jelenleg ezek csak ismerősökön keresztül, vagy „ha épp belebotlik az ember”, akkor elérhetők.

Szerintem szükség lenne arra, hogy ezek a termékek láthatóbbá váljanak. A települések közösen létrehozhatnának egy kis boltocskát vagy standot valamelyik központi helyen – például Badalóban –, ahol minden település képviseltetné magát. A Sass Enikő által vizsgált borászatok példája is azt mutatja, hogy ha a helyi termékeket nemcsak termékként, hanem élményként is el tudjuk adni, az nagy vonzerőt jelenthet (Sass, 2019a: 34). Az viszont kulcsfontosságú, hogy ezek ne csak egy-egy alkalomra, hanem tartósan legyenek elérhetők (Berghauer et al., 2020: 62).

Kisebb, de állandó programok szervezése

Bár a kérdőívemben a válaszadók nem jelezték, hogy igényelnének falunapot, ez nem zárja ki azt, hogy kisebb, visszafogottabb jellegű rendezvényekre lenne kereslet – főleg, ha azok nem egyszeri ünnepek, hanem ismétlődő, tematikus események lennének. Gondolok itt például kézműves műhelyfoglalkozásokra, borkóstolókra, vagy olyan „nyitott porta” napokra, amikor a vendégek személyesen ismerkedhetnek meg a helyi termelők munkájával. Ezeket háború alatt nem igazán lehet létrehozni, viszont a befejeztével mindenképp vissza kell hozni. Ez külföldi turistákat is eredményezhet (például: háború előtt a mezőgecsei Böllerverseny).

Az ilyen típusú programok szervezése szerintem reálisan megvalósítható, különösen akkor, ha a helyi önkormányzatok, iskolák és civil szervezetek összefognak. Dr. Csóka és Angler szerint a helyi termékekhez kötődő események nemcsak az eladásra, hanem a közösségépítésre is jó hatással vannak (Dr. Csóka – Angler, 2023: 30).

Falusi szálláshelyek kialakítása – egyszerűen

Szerintem nagy segítség lenne, ha a települések közösen szerveznének olyan tájékoztatókat, ahol elmagyarázzák a vendéglátás alapjait, a hivatalos kereteket és a lehetőségeket. Sokan szívesen fogadnának vendégeket, akár kisebb létszámban is, ha tudnák, hogyan kell hivatalosan elindulni.

Sass Enikő a falusi vendégházak vizsgálatakor leírja, hogy a vendégfogadás nemcsak az épületről, hanem a személyes hozzáállásról, nyitottságról és az élménynyújtásról szól (Sass, 2019b: 141–142). Ez a térségben szerencsére adott – az emberek kedvesek, vendégszeretők, csak biztatni kell őket.

A jelenlegi helyzet miatt sok ház maradt üresen, sokan elhagyták otthonukat, ki mentek külföldre, de hiszem, hogy a háború végeztével valamennyien visszatérnek Kárpátaljára és folytatják tevékenységeiket. És az üresen maradt házakat talán be tudják vonni a falusi vendéglátásba, csak ehhez az kell, mint ahogy a fentiekben is említésre került, hogy szervezzenek tájékoztatókat ezzel kapcsolatban.

Fiatalok bevonása, nyelvtanulás és képzések

Saját tapasztalatom alapján a fiatalok nyitottak, de sokszor nem látják értelmét helyben maradni. Szerintem, ha lenne lehetőségük bekapcsolódni a vendéglátásba, idegenvezetésbe vagy akár kézműves termékek forgalmazásába, akkor több értelmet látnának abban, hogy itthon maradjanak. Fontos lenne olyan képzések indítása, amelyek nem túl hosszúak, gyakorlatiasak, és segítenek az alapok elsajátításában: vendégfogadás, kommunikáció, marketing, nyelvismeret.

Berghauer Sándor is hangsúlyozza, hogy a helyi gazdaságban a humán tőke fejlesztése elengedhetetlen. Ha nincs, aki szolgáltatást nyújtson, nincs, aki megszólítsa a vendéget, akkor a legjobb termékek is „láthatatlanok” maradnak (Berghauer et al., 2020: 66–68).

Egységes térségi arculat, online jelenlét

A jelenlegi helyzetben, amikor a háború miatt a turisták többsége elbizonytalanodik, még fontosabb lenne, hogy akik mégis érdeklődnek Kárpátalja iránt, gyorsan és egy helyen megtalálják a legfontosabb információkat. A Badalói mikrorégióknak szüksége lenne egy közös arculatra: logóra, szlogenre, és főleg egy honlapra vagy közösségi média oldalra, ahol a térség települései közösen bemutatkoznak.

Ez nemcsak a látogatók számára lenne hasznos, hanem a belső együttműködést is erősítené. Sass Enikő is kiemeli, hogy egy térség akkor válik turisztikailag erőssé, ha egységesen, egy üzenettel tud megjelenni – nem öt különálló faluként, hanem egy közösségként (Sass, 2019c: 40).

Határon átnyúló lehetőségek – újraindítása később

Bár a jelenlegi orosz–ukrán háborús helyzet sajnos súlyosan visszavetette a nemzetközi turizmust, és a magyarországi látogatók száma is jelentősen visszaesett, fontosnak tartom, hogy hosszabb távon újra gondolkodjunk a határon átnyúló programokban. A háború befejezésével, a helyzet stabilizálódása után újra megnyílnak azok a lehetőségek, amelyek eddig természetesnek számítottak: testvértelepülési kapcsolatok, magyar vendégek fogadása, közös rendezvények.

Csóka és Angler (2023) is kiemelik, hogy ezek a kapcsolatok nemcsak gazdasági, hanem kulturális és identitásépítő szempontból is fontosak – és nem szabad őket elengedni, még ha most nehéz is őket megvalósítani.

KÖVETKEZTETÉSEK

A kutatás során feltárt adatok alapján átfogó képet kaptunk a Badalói mikrorégió helyi termelőinek társadalmi összetételéről, tevékenységi profiljáról, valamint a jelenlegi gazdasági körülményekhez való alkalmazkodásukról. A kérdőívet kitöltő 86 személy közül jelentős többség nő, ami valószínűleg a háborús helyzet következménye: sok férfi külföldön tartózkodik, így a helyi termelés női kézbe került. A válaszadók zöme közép- vagy időskorú, a legnépesebb korosztály az 50–59 éveseké, ami jól mutatja, hogy a fiatalok nagy része már elhagyta a térséget, és a helyi termelés nem tud friss utánpótlással megújulni.

A válaszadók túlnyomó többsége középfokú, illetve felsőfokú végzettséggel rendelkezik, ugyanakkor mezőgazdasági vagy turisztikai irányú képzettségük kevésbé jellemző. Ez a tény befolyásolhatja a termelők szakmai felkészültségét és fejlődési lehetőségeiket. A termelési tevékenységek kezdete több hullámban erősödött meg: különösen a 2008-as gazdasági válság, a 2014-es kelet-ukrajnai konfliktus, valamint a 2020-as COVID-járvány idején indult el sok új kezdeményezés, amelyek részben kényszerből, részben új megélhetési forma kereséséből születtek.

A termékpaletta meglehetősen széles, ugyanakkor a legjellemzőbb termékek közé a szárasztészta, a tej, a tojás, a húsfélék, zöldségek és gyümölcsök tartoznak. A termelők jelentős része magánszemély vagy őstermelő, akik közvetlen értékesítési csatornákat részesítenek előnyben: a termékek túlnyomó része háztól, a gazdaságból kerül a vásárlókhoz. A digitális eszközök használata még gyerekcipőben jár: bár többen használják a Facebookot és a személyes ajánlásokat, webáruházat csak elenyésző arányban működtetnek. Ennek okai között szerepel az idősebb korosztály dominanciája, a technikai ismeretek hiánya, illetve az is, hogy sokan csak mellékjövedelemként tekintenek a termelésre.

A partneri kapcsolatok főként helyi termelőkre korlátozódnak, a formális szervezeti együttműködések (pl. KMVSZ, KMGSZ) csak kis mértékben jellemzőek. A válaszadók többsége nem nyitott a turisztikai hálózatokhoz való csatlakozásra sem, holott a termékkóstoltatásban már sokan részt vennének. A szolgáltatások közül az előrendelés viszonylag elterjedt, míg a házhoz szállítás, webáruház, bankkártyás fizetés vagy nyilvános értékelés biztosítása kevésbé jellemző. A termelők nagy része nem tervezi új szolgáltatások bevezetését vagy jelentős beruházást, viszont sokan nyitottak a minőségfejlesztés és a termékskála bővítése irányába.

A megkérdezettek túlnyomó többsége a helyi piacot tartja elsődleges célcsoportjának, és csak ritkán jelennek meg távolabbi értékesítési pontokon. A fogyasztókról alkotott kép szerint legfontosabb számukra az ár-minőség arány, bár az árérzékenység kiemelkedő

tényezőként jelent meg. A legtöbb visszajelzés személyesen érkezik a termelőkhöz, és sokan figyelembe is veszik ezeket a véleményeket a további termelés során. A tevékenység jövőjét tekintve a válaszadók többsége nem tervezi annak megszüntetését, de sokan jelezték, hogy a háború, az előregedés és a csökkenő kereslet veszélyezteti a fenntarthatóságot.

Összességében megállapítható, hogy a Badalói mikrorégió helyi termelői jelentős szerepet töltenek be a közösség önellátásában és gazdasági életében, azonban a továbblépéshez szükség lenne strukturáltabb együttműködésre, korszerűbb eszközhasználatra és piaci nyitottságra. A termelők részéről megvan az elköteleződés, de támogatásra, képzésre és ösztönzésre van szükség ahhoz, hogy fenntartható és versenyképes módon tudják folytatni tevékenységüket a jövőben is.

ÖSSZEGZÉS

Dolgozatom során azt a kérdést jártam körül, hogy milyen módon lehetne a Badalói mikrorégióban a helyi kézműves termékeket tudatosan beépíteni a turisztikai kínálatba, és milyen hatással lenne ez a térség gazdasági, kulturális és közösségi életére. A kutatásom eredményei azt mutatják, hogy a régióban jelentős, ugyanakkor részben kihasználatlan potenciál rejlik e területen. A helyi kézműves termékek – legyen szó hagyományos élelmiszerekről, mint a szilvalekvár, sajt vagy méz, vagy éppen népművészeti alkotásokról, mint a szöttesek, hímzések, faragások – már ma is jelen vannak a települések életében, de legtöbb esetben inkább magáncélra vagy alkalmi eladásra készülnek, mintsem a turizmus rendszeres kiszolgálására.

A szakirodalmi áttekintés és a helyi példák vizsgálata alapján világossá vált számomra, hogy a kézműves termékek nemcsak termelési formák, hanem egyúttal a kulturális örökség hordozói is. A helyi lakosok több generáción átívelő tudással rendelkeznek ezek előállításáról, amit érdemes nemcsak megőrizni, hanem aktív turisztikai élménnyé alakítani. Egy kézműves foglalkozás, egy lekvárfőző bemutató vagy egy bor- és sajtkóstoló nemcsak terméket, hanem élményt is ad a látogatóknak – és éppen ez az élményszerűség az, ami ma egyre fontosabb a turizmusban.

Fontosnak tartom hangsúlyozni, hogy a kézműves termékekre alapozott turizmus a fenntarthatóság irányába mutat: támogatja a helyi gazdaságot, munkahelyeket teremt, és közvetlen kapcsolatot épít ki a látogatók és a termelők között. Emellett hozzájárul a vidék megtartó erejének növeléséhez is, hiszen az elvándorlás csökkentésében, a helyi identitás erősítésében is szerepet játszhat.

A kutatás során meggyőződtem arról, hogy a Badalói mikrorégióban megvannak az alapok ahhoz, hogy a helyi termékeket célzottan a turizmus szolgálatába állítsuk. Ehhez azonban szükség van szemléletformálásra, tudatos tervezésre és az együttműködések megerősítésére. Bízom benne, hogy dolgozatom nemcsak elméleti hozzájárulásként szolgál a témához, hanem gyakorlati ötleteket is ad azok számára, akik a térség fejlesztésében aktív szerepet kívánnak vállalni – legyenek ők termelők, szolgáltatók, helyi döntéshozók vagy éppen a közösség tagjai, mint én magam is.

РЕЗЮМЕ

У своїй кваліфікаційній роботі я досліджувала питання, яким чином можна свідомо інтегрувати локальні крафтові вироби до туристичної пропозиції Бадалівського мікрорегіону, а також який вплив це може мати на економічне, культурне та суспільне життя місцевості. Результати дослідження показали, що в цьому напрямку криється значний, але частково ще не використаний потенціал. Локальні крафтові вироби – як традиційні продукти харчування (сливове варення, сир, мед), так і народно-мистецькі вироби (тканини, вишивки, різьблені вироби) – вже сьогодні присутні в житті населених пунктів, але здебільшого виготовляються для особистого вжитку або епізодичного продажу, а не для регулярного туристичного обслуговування.

На основі вивчення наукової літератури та місцевих прикладів мені стало очевидно, що крафтові вироби – це не лише форма виробництва, але й носії культурної спадщини. Місцеві жителі володіють знаннями, які передаються з покоління в покоління, і ці знання варто не тільки зберігати, а й перетворювати на активний туристичний досвід. Майстер-класи, демонстрації варіння леквару або дегустації вин і сирів можуть подарувати гостям не лише продукт, а й справжні враження – а саме це сьогодні стає дедалі важливішим у сфері туризму.

Я вважаю за важливе наголосити, що туризм, заснований на крафтових виробках, веде в напрямку сталого розвитку: він підтримує місцеву економіку, створює робочі місця і будує безпосередній зв'язок між відвідувачами та виробниками. Крім того, це сприяє зміцненню сільських громад, зменшує міграцію та зміцнює місцеву ідентичність.

У процесі дослідження я переконалася, що в Бадалівському мікрорегіоні вже існує основа для того, щоб місцеві продукти стали частиною цілеспрямованого туристичного розвитку. Проте для цього необхідні зміна підходів, свідоме планування та зміцнення співпраці між учасниками процесу. Я сподіваюся, що моя кваліфікаційна робота буде не лише теоретичним внеском у тему, але й стане джерелом практичних ідей для тих, хто хоче відігравати активну роль у розвитку регіону – чи то виробники, постачальники послуг, місцева влада, або, як у моєму випадку, звичайні члени громади.

FELHASZNÁLT IRODALOM

1. Balogh, J. (2003): Kárpátaljai települések története és népessége. Beregszász: Kárpátaljai Magyar Kulturális Szövetség.
2. Barta K. (szerk.) 2009: Mezővári. PoliPrint, Ungvár.
3. Berghauer S. – Sass E. – Tarpai J. – Tóth A. 2020: A helyi termékekben rejlő turisztikai erőforrások Kárpátalján. In: Turisztikai és Vidékfejlesztési tanulmányok, V. évfolyam III. szám. Pécsi Tudományegyetem (szerk.). Pécs. 57.73. pp.
4. Berghauer S. 2022: Kárpátalja turizmusa. In: Molnár J., Papp G. (szerk.) 2022: A Kárpát-medence földrajza. Természet, társadalom, gazdaság, néprajz. II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Beregszász. 382-383 pp..
5. Bolváry P. – Kálnoky E. 1999: A Kárpát-medence kis képes földrajza. Rákóczi Szövetség, Torontó.
6. Czirók, L. (2002): Református templomok és közösségek Kárpátalja déli részén. Ungvár: Kárpátaljai Református Egyházkerület Kiadója.
7. Csóka L. – Angler K. 2023: A helyi termékek piaci lehetőségei a turizmusban. In: TERINNO Területfejlesztés és Innováció 2023 XVI. évfolyam II. szám.
8. Erdélyi K. 2021: Badaló. Intermix Kiadó, Ungvár-Budapest. 86 p.
9. Gonda T. – Angler K. – Csóka L. 2021: A helyi termékek turizmusban betöltött szerepe. In: Marketing & Menedzsment, 55. évf. 4. szám. Pécsi Tudományegyetem (szerk.). Pécs. 39-49. pp
10. Lehocky Tivadar: Bereg vármegye. Hatodik Síp Alapítvány—Mandátum Kiadó, Budapest—Beregszász, 1996.
11. Sass E. 2019a: Borászatok. In: Sass E. – Berghauer S. (szerk.) 2019: Kárpátalja magyarul lakta területeinek turisztikai helyzetfelmérése. Gáborprint, Beregszász. 34-35 pp..
12. Sass E. 2019b: A kárpátaljai Beregvidék falusi turizmusának helyzete és fejlődési lehetőségei. PhD-értekezés. Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola, Pécs.
13. Sass E. 2019c: A turisztikai termékek rendszerének a bemutatása. In: Berghauer S. – Sass E. (szerk.) 2019: A kárpátaljai magyarság turizmusfejlesztési stratégiája. Gáborprint, Beregszász. 38-40 pp..
14. Szöllősi L. – Szűcs I. – Molnár Sz. – Ladányi K. 2014: A helyi kézműves termékellátás és forgalmazás során felmerülő együttműködés lehetőségei egyes kiemelt turisztikai vonzerővel rendelkező erdélyi településeken. In: Journal of Central European Green Innovation 2 (3), 111-134. pp.

15. <https://zope.lutheran.hu> (Letöltés dátuma: 2022.10.19.)
16. <http://www.karpataljaturizmus.hu> (Letöltés dátuma: 2022.10.19.)
17. <http://beregvidek.gov.ua> (Letöltés dátuma: 2023.03.22.)
18. <https://szinonimak.hu/mikror%C3%A9gi%C3%B3k-szinonima> (Letöltés dátuma: 2025.05.02.)
19. <https://karpatalinfo.net/hagyomanyorzes-hagyomanyorzo-napok-mezovari-nepi-es-hagyomanyorzo-napok-2024-07-27> (Letöltés dátuma: 2025.05.02.)
20. <https://karpataljalap.net/2024/10/30/ii-mezovari-oszi-es-gazdanap> (Letöltés dátuma: 2025.05.02.)
21. <https://karpatalja.ma/sorozatok/karpatalja-anno/dobos-bertalan-halabor> (Letöltés dátuma: 2025.05.02.)
22. <https://www.karpataljainepfoiskola.hu> (Letöltés dátuma: 2025.05.02.)
23. <https://karpatalja.ma> (Letöltés dátuma: 2025.05.02.)
24. <https://kmml.org.ua/cikkek/hirek/a-mezogecsei-kajdy-kuria> (Letöltés dátuma: 2025.05.02.)
25. <https://www.karpataljainepfoiskola.hu/mezogecsei-bollerverseny/> (Letöltés dátuma: 2025.05.02.)
26. <https://karpataljalap.net/2021/08/30/vasarral-egybekotott-xi-mezogecsei-lekvarfozo-fesztival> (Letöltés dátuma: 2025.05.02.)

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra: Turisztikai tematikus utak Kárpátalján
2. ábra: A Badalói mikrorégió települései
3. ábra: Mezőgecsei Kajdy-kúria
4. ábra: Nemek életkor szerinti megoszlása
5. ábra: Iskolai végzettség szerinti csoportosítás
6. ábra: Melyik évtől foglalkozik helyi termékek előállításával?
7. ábra: Ön:
8. ábra: Ön vagy vállalkozásának helyi terméke(i):
9. ábra: Milyen eszközöket használ termékei ismertebbé tételéhez?
10. ábra: Termelő és/vagy értékesítő tevékenységéhez partneri viszonyban áll-e más termelőkkel, szolgáltatókkal?
11. ábra: Jelölje meg, akivel van működőképes partneri viszonya!
12. ábra: Mely piacot tartja saját célcsoportjának?
13. Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszútávon tervezem/ 4=nem is tervezem)
(Házhoz szállítás)
14. Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszútávon tervezem/ 4=nem is tervezem)
(Webáruház)
15. Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszútávon tervezem/ 4=nem is tervezem)
(Kóstolási lehetőség)
16. Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszútávon tervezem/ 4=nem is tervezem)
(Előrendelés)
17. Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszútávon tervezem/ 4=nem is tervezem)
(Bankkártyás fizetés)
18. Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszútávon tervezem/ 4=nem is tervezem) (Nyilv. termékértékelés)
19. Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését? (Kapacitás növelése)
20. Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését? (Termékskála bővítése)

21. Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését? (Új szolgáltatás bevezetése)
22. Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését? (Minőség bizt. fejlesztése)
23. Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését? (Beruházás)
24. Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége csökkentését/megszűntetését?
25. A helyi termékek ismertségének növelése és piacra jutásának megkönnyítése érdekében kitől várna segítséget?
26. Mi a véleménye a helyi termékek fogyasztóiról?

NYILATKOZAT

Alulírott, Polner Vivien, turizmus szakos hallgató, kijelentem, hogy a dolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskolán, a Földrajz és Turizmus tanszéken készítettem, turizmus diploma megszerzése céljából.

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

Tudomásul veszem, hogy dolgozatomat a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola könyvtárában a kölcsönözhető részlegen helyezik el.

MELLÉKLETEK

Kérdőív a helyi termékek előállítói számára

Kedves Kitöltő!

Polner Vivien vagyok, a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola 4. éves Turizmus szakos hallgatója. Szakdolgozatomban a kézműves helyi termékek felmérésével és turisztikai hasznosításával foglalkozok a Badalói mikrorégió (Badaló, Halábor, Mezőgecse, Mezővári, Tiszacsoma) településein.

Kérjük, válaszával segítse kutatómunkánkat!

Neme

- ☐ *Férfi*
- ☐ *Nő*

Életkora

- ☐ *18 – 29 év*
- ☐ *30 – 39 év*
- ☐ *40 – 49 év*
- ☐ *50 – 59 év*
- ☐ *60 – 69 év*
- ☐ *70 év felett*

Legmagasabb iskolai végzettsége

- ☐ *Általános iskola*
- ☐ *Szakmunkásképző*
- ☐ *Középiskola, gimnázium, líceum*
- ☐ *Technikum, koledzs*
- ☐ *Főiskola, egyetem*
- ☐ *Egyéb*

Rendelkezik-e idegenforgalmi szakirányú végzettséggel?

- ☐ *Igen*
- ☐ *Nem*

Ha rendelkezik, akkor kérem pontosan nevezze meg a szakirányú végzettségét

Rendelkezik-e mezőgazdasági szakirányú végzettséggel?

- ☐ *Igen*
- ☐ *Nem*

Ha rendelkezik, akkor kérem pontosan nevezze meg a szakirányú végzettségét

Tevékenységének/vállalkozásának helye (járás, régi járásbeosztás szerint)

- ☐ *Beregszászi járás és Beregszász*
- ☐ *Ilosvai járás*
- ☐ *Husztai járás és Huszt*
- ☐ *Nagybereznai járás*
- ☐ *Nagyszőlősi járási*
- ☐ *Munkácsi járás és Munkács*
- ☐ *Ökörmezői járás*
- ☐ *Perecsenyi járás*
- ☐ *Rahói járás*
- ☐ *Szolyvai járás*
- ☐ *Técsői járás*
- ☐ *Ungvári járás és Ungvár*
- ☐ *Volóci járás*

Tevékenységének/vállalkozásának helye (település)

Melyik évtől foglalkozik helyi termékek előállításával?

Foglalkozik turisztikai tevékenységgel?

- ☐ *Igen*
- ☐ *Nem*

Ön

- ☐ *magánszemély*
- ☐ *őstermelő*

- *egyéni vállalkozó*
- *magánvállalkozó*
- *civil szervezet képviselője/tagja*
- *Egyéb*

Ön, vagy vállalkozása helyi terméke(i):

- ☐ *zöldség*
- ☐ *gyümölcs*
- ☐ *olajos magvak (dió, mandula, mogyoró)*
- ☐ *aszalvány*
- ☐ *befőtt*
- ☐ *savanyúság*
- ☐ *szörpök*
- ☐ *gyümölcsle*
- ☐ *lekvár*
- ☐ *méz*
- ☐ *zöldségkrém, chutney, lecsó, stb.*
- ☐ *gyógynövény*
- ☐ *tea*
- ☐ *fűszer*
- ☐ *sajt*
- ☐ *tej*
- ☐ *egyéb tejtermék*
- ☐ *tojás*
- ☐ *pékáru*
- ☐ *csirke-, pulykahús*
- ☐ *marhahús*
- ☐ *sertéshús*
- ☐ *hal*
- ☐ *füstölt húskészítmény (szalonna, szalámi, sonka, stb.)*
- ☐ *egyéb húskészítmény*
- ☐ *liszt*
- ☐ *száraztészta*
- ☐ *zsír*

- ☐ *olaj*
- ☐ *bor*
- ☐ *pálinka*
- ☐ *mélyhűtött termékek*
- ☐ *kézműves termék (hímzés, fafaragás, bortermékek, stb.)*
- ☐ *kozmetikai termék (szappan, fürdőolajok, stb.)*
- ☐ *virág*
- ☐ *Egyéb*

Milyen eszközöket használ termékei ismertebbé tételéhez? (több válasz lehetséges)

- ☐ *saját honlap*
- ☐ *más vállalkozás/szervezet honlapja*
- ☐ *saját Facebook profil*
- ☐ *más vállalkozás/szervezet Facebook profilja*
- ☐ *Twitter*
- ☐ *Instagram*
- ☐ *helyi termék adatbázisban való szerepléssel*
- ☐ *védjegy, márkajel használatával*
- ☐ *saját – egyértelműsítő – logó, szlogen*
- ☐ *szórólap*
- ☐ *helyi/térségi nyomtatott sajtó*
- ☐ *helyi/térségi rádió*
- ☐ *helyi/térségi televízió*
- ☐ *Egyéb*

Igénybe vesz-e valamilyen partneri segítséget termékei népszerűsítésére?

- ☐ *nem*
- ☐ *alkalmanként*
- ☐ *rendszeresen*
- ☐ *speciális szervezet tagja (következő kérdés)*

Kérem, nevezze meg azt a speciális szervezetet, amelynek a tagja

Termelő és/vagy értékesítő tevékenységéhez partneri viszonyban áll-e más termelőkkel, szolgáltatókkal? (több válasz lehetséges)

- ☐ *nem*
- ☐ *helyiekkel*
- ☐ *szomszédos településről*
- ☐ *térségi*
- ☐ *Egyéb*

Jelölje meg, akivel van működőképes partneri viszonya!

- ☐ *önkormányzatokkal*
- ☐ *civil szervezetekkel*
- ☐ *helyi vállalkozásokkal/vállalkozókkal*
- ☐ *vendéglátóegységekkel*
- ☐ *szálláshely üzemeltetőkkel*
- ☐ *Egyéb*

Termelése, termék-ellőállítás:

- ☐ *folyamatos*
- ☐ *idényjellegű*
- ☐ *bizonyos termékeknél folyamatos, másoknál idényjellegű*

Mely piacot tartja saját célcsoportjának? (több válasz lehetséges)

- ☐ *helyi szintű*
- ☐ *környező településekre kiterjedő*
- ☐ *járási*
- ☐ *megyei*
- ☐ *régiós*
- ☐ *országos*
- ☐ *nemzetközi*

Milyen volumenű a termelése? (Hivnyában/mennyiségben) éves szinten

Hol érhetőek el termékei a fogyasztók számára? (több válasz lehetséges)

- ☐ piacon
- ☐ termelői piacon
- ☐ termelői mintaboltban
- ☐ háztól a gazdaságból történő értékesítés útján
- ☐ fogyasztóhoz kiszállítva
- ☐ webáruházban
- ☐ vásárokon, fesztiválokon és egyéb turisztikai rendezvényeken
- ☐ turisztikai irodákban
- ☐ szálláshelyeken
- ☐ éttermekben
- ☐ borospincékben
- ☐ ajándékboltban
- ☐ falusi vendégasztal keretében
- ☐ közétkeztetésben
- ☐ közösségileg támogatott mezőgazdaság révén
- ☐ bevásárló körben
- ☐ „Szedd magad!” akcióban
- ☐ Egyéb

Biztosítja-e potenciális fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat? (1=igen, indul biztosítom/ 2=rövidtávon tervezem/ 3=hosszú távon tervezem/ 4=nem is tervezem)

	1	2	3	4
<i>házhoz szállítás</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>webáruház</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>kóstolási lehetőség</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>előrendelés</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>bankkártyás fizetés</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>nyilv. termékértékelés</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>

A fogyasztói visszajelzések a termékről jelenleg milyen módon érkeznek Önhöz? (több válasz lehetséges)

- ☐ személyesen
- ☐ e-mailben
- ☐ postai levélben

- ☐ nyilvános értékelésként
- ☐ időszakos elégedettségi felmérésekből
- ☐ Egyéb

A fogyasztói visszajelzések tapasztalatai a termék vagy a termékportfólió kialakítását befolyásolják-e?

- ☐ minden esetben figyelembe veszem azokat
- ☐ mindig ez az iránymutató, de nem (csak) ez határozza meg a gazdálkodásomat
- ☐ az azonos visszajelzéseken elgondolkodom
- ☐ nem volt még példa rá, hogy figyelembe vettem a visszajelzéseket
- ☐ nem kapok visszajelzéseket

Amennyiben a fogyasztói visszajelzések alapján változtatott már gazdálkodásán, sorolja fel, milyen területeket érintettek azok! (pl.: webáruház nyitása, rendezvény szervezése, stb.)

Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését?

	<i>nem</i>	<i>talán</i>	<i>igen</i>
<i>kapacitás növelése</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>termékskála bővítése</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>új szolgáltatás bevezetése</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>minőség bizt. fejlesztés</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>beruházás</i>	<i>o</i>	<i>o</i>	<i>o</i>

Részt venne-e a helyi termékek és szolgáltatások iránti igény növelése céljából turisztikai hálózatokban?

<i>nem tervezem benne</i>	<i>előnyösnek tekintem</i>	<i>már részt veszek</i>
<i>tur. szervezetekben</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>tematikus utakban</i>	<i>o</i>	<i>o</i>
<i>tur. egyesületekben</i>	<i>o</i>	<i>o</i>

Egy (esetlegesen létrejövő) turisztikai hálózatban együtt tudnék működni a termékeim értékesítésének lehetőségével turisztikai irodákban, éttermekben szálláshelyeken?

Egyáltalán nem

1. *o*

2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐

Biztosan

Egy (esetlegesen létrejövő) turisztikai hálózatban együtt tudnék működni a termékeim – turisták számára ajándékként is jól eladható – egyedi csomagolásával?

Egyáltalán nem

1. ☐
2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐

Biztosan

Egy (esetlegesen létrejövő) turisztikai hálózatban együtt tudnék működni a helyi termékek kóstolójával?

Egyáltalán nem

1. ☐
2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐

Biztosan

Egy (esetlegesen létrejövő) turisztikai hálózatban együtt tudnék működni a helyi termékekről szóló előadással, bemutatóval?

Egyáltalán nem

1. ☐
2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐

Biztosan

Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége csökkentését/megszüntetését?

- ☐ *biztosan nem*

- *talán igen*
- *biztosan igen*

Amennyiben „talán igen” vagy „biztosan igen” választ adott az előző kérdésre, kérem, indokolja!

A helyi termékek ismertségének növelése és piacra jutásának megkönnyítése érdekében kitől várna segítséget? (több válasz is lehetséges)

- ☐ *a termelő/gazda/vállalkozó feladata*
- ☐ *termelők/gazdák/vállalkozók összefogása*
- ☐ *állami támogatások, pályázatok*
- ☐ *régiós támogatások, pályázatok*
- ☐ *helyi támogatások, pályázatok*
- ☐ *ágazati támogatások, pályázatok*
- ☐ *Egyéb*

Mennyire ért egyet azzal, hogy a turisták egyre jobban érdeklődnek a helyi termékek iránt?

Abszolút nem értek egyet

1. ○
2. ○
3. ○
4. ○
5. ○

Teljesen egyet értek

Mennyire ért egyet azzal, hogy a helyi termékek divatosnak számítanak?

Abszolút nem értek egyet

1. ○
2. ○
3. ○
4. ○
5. ○

Teljesen egyet értek

Mennyire ért egyet azzal, hogy nő az érdeklődés a helyi termékek iránt?

Abszolút nem értek egyet

1. ☐
2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐

Teljesen egyet értek

Mennyire ért egyet azzal, hogy a vendéglátásban növekszik a helyi termékek használata?

Abszolút nem értek egyet

1. ☐
2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐

Teljesen egyet értek

Mennyi ért egyet azzal, hogy a szálláshelyek nyitottak a helyi termékekkel kapcsolatban?

Abszolút nem értek egyet

1. ☐
2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐

Teljesen egyet értek

Mennyire ért egyet azzal, hogy gondok vannak a helyi termékek értékesítésével?

Abszolút nem értek egyet

1. ☐
2. ☐
3. ☐
4. ☐
5. ☐

Teljesen egyet értek

Mi a véleménye a helyi termékek fogyasztóiról?

- ☐ környezettudatosak
- ☐ egészségtudatosak

- *támogatják a helyi gazdaságot*
- *fontos számukra az ár/minőség aránya*
- *csak az ár határozza meg a vásárlásukat*
- *Egyéb*

A jelenlegi járvány- és/vagy háborús helyzet mennyire befolyásolja a terméke előállítását?

Abszolút nem befolyásolja

1. *o*
2. *o*
3. *o*
4. *o*
5. *o*

Jelentős mértékben befolyásolja

A jelenlegi járvány- és/vagy háborús helyzet mennyire befolyásolja a terméke értékesítését?

Abszolút nem befolyásolja

1. *o*
2. *o*
3. *o*
4. *o*
5. *o*

Jelentős mértékben befolyásolja

Ossza meg velünk azokat a tapasztalatokat, amikre esetleg nem kérdeztünk rá, de Ön fontosnak tartja.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretném kifejezni őszinte köszönetemet témavezetőmnek, Tóth Atillának, aki szakdolgozatom elkészítésében nyújtott munkájával, szakmai útmutatásaival és folyamatos támogatásával nagyban hozzájárult a kutatás sikeréhez. Köszönöm, hogy mindvégig segítségemre volt, és értékes tanácsaival irányt mutatott munkám során.

Köszönettel tartozom továbbá még a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola Földrajz és Turizmus Tanszékének is, amiért biztosították számomra a szükséges szakmai háttérrel, eszközökkel és támogató tanácsokkal segítették munkám elvégzését. Külön köszönettel tartozom Mester Andrásnak, a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács elnökének és Mezőgecse elöljárójának, valamint Tóth Győzőnek, a KárpátHáz civil szervezet ügyvezetőjének és a Beregszászi Kistérségi Tanács képviselőjének, továbbá Rácz Jánosnak, a KMKSZ Tiszacsomai alapszervezetének elnökének, akik készségesen osztották meg velem az adott települések helyi termelőire és termékeikre vonatkozó értékes információikat, ezzel nagymértékben segítve kutatásomat.

Звіт подібності

метадані

Назва організації

Hungarian College of Higher Education Ferenc Rakoczi II Transcarpathian

Заголовок

ШЛЯХИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОКАЛЬНИХ КРАФТОВИХ ВИРОБІВ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ БАДАЛІВСЬКОГО МІКРОРЕГІОНУ

Автор

Науковий керівник / Експерт

ПОЛНЕР ВІВІЕН ГУСТАВІВНА 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.

5.89%

5.89%

КП 1

0.82%

0.82%

КЦ

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

14821

Кількість слів

117594

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	Б	0
Інтервали	A→	0
Мікропробіли	␣	0
Білі знаки	␣	0
Парафрази (SmartMarks)	a	62

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://genius-ja.uz.ua/images/files/kacsur-annamaria.pdf	32 0.22 %
2	https://dspace.kmf.uz.ua/jspui/bitstream/123456789/4083/1/rati_orsolya.pdf	31 0.21 %
3	https://kmmi.org.ua/uploads/attachments/books/KMMI-fuzetek/badalo.pdf	29 0.20 %
4	https://dspace.kmf.uz.ua/jspui/bitstream/123456789/4083/1/rati_orsolya.pdf	28 0.19 %
5	https://dspace.kmf.uz.ua/jspui/bitstream/123456789/4083/1/rati_orsolya.pdf	26 0.18 %