

ÚDK 338.48:316.6:614.4

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-4-11>

A COVID-19 HATÁSA A TURISZTIKAI MAGATARTÁS ÁTALAKULÁSÁRA KÁRPÁTALJÁN

Sass Enikő

PhD Földrajz és Turizmus Tanszék,

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Egyetem, Beregszász, Ukrajna;

Turizmus és Vendéglátás Tanszék,

Tokaj-Hegyalja Egyetem, Lorántffy intézet, Sárospatak, Magyarország

ORCID ID: 0000-0001-8166-4535

Kovács Júlia

Docca Zrt, Kontroller, adatelemző,

Budapest, Magyarország.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-3129-4994>

Gergely Livia

PhD hallgató, Tájvédelmi és Környezetföldrajzi Tanszék,

Debreceni Egyetem, Debrecen, Magyarország;

Oktató,

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Egyetem,

Földrajz és Turizmus Tanszék, Beregszász, Ukrajna

ORCID ID: 0000-0001-6456-7928

Ha csak az elmúlt 10 évre tekintünk vissza, akkor egyértelműen láthatjuk, hogy az Ukrajnát érő sorozatos válságok – beleértve a 2014-es kelet-ukrajnai konfliktust, a Krím annektálását, a 2019–2022-es COVID-19 világjárványt és a 2022 óta tartó orosz–ukrán háborút – hosszú távú és többségében negatív hatást gyakoroltak/nak az ország turizmusiparára. Jelen tanulmány a pandémia hatását mutatja be a turisztikai magatartás változása tekintetében Kárpátalján, hangsúlyozva a reziliencia és adaptáció szükségességét. A kutatás tárgyát a lakosság utazási szokásai képezik a pandémia előtti, alatti és utáni időszak viszonylatában. A kutatás célja, feltárni a COVID-19 okozta változásokat a turisztikai magatartásban, beleértve az utazások megvalósulását, kompenzációs stratégiákat és hosszú távú hatásokat. A kutatás módszertanát egy online kérdőíves felmérés képezi (300 fős minta, magyar és ukrán nyelvű válaszadók), kvalitatív és kvantitatív elemzéssel, szakirodalmi áttekintéssel kiegészítve. A kutatás eredményei alapján elmondható, hogy a pandémia 87%-ban negatívan befolyásolta az utazási terveket; az előre foglalt utazások 21%-a valósult meg; a világjárvány időszakában nőtt a belföldi turizmus preferenciája (48 %), a természetközeli kirándulások fontossága (39 %), és csökkent az utazási hajlandóság (26%-os visszaesés). A tanulmány gyakorlati jelentősége abban rejlik, hogy segíti a turisztikai szolgáltatókat a reziliens stratégiák kidolgozásában, pl. digitális foglalások, fenntartható kínálat és válságkezelés révén. Következtetés: a pandémia felgyorsította a turizmus átalakulását, hangsúlyozva a helyi desztinációk és adaptív magatartás szerepét. A témakör távlati kutatása: a háborús hatások összehasonlítása a pandémiával, hosszú távú reziliencia vizsgálata.

Kulcsszavak: COVID-19 világjárvány, turisztikai magatartás, reziliencia, Kárpátalja.

THE IMPACT OF COVID-19 ON THE TRANSFORMATION OF TOURISM BEHAVIOUR IN TRANSCARPATHIA

Enikő Sass

PhD, Associate Professor at the Department of Geography and Tourism,
Ferenc Rákóczi II Transcarpathian Hungarian University, Berehovo, Ukraine;
Department of Tourism and Hospitality University of Tokaj,
Institute of Lórántffy, Sárospatak, Hungary
ORCID ID: 0000-0001-8166-4535

Júlia Kovács

Docca Zrt, Controller, data analyst,
Budapest, Hungary.
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-3129-4994>

Lívia Gergely

PhD Student at the Department of Landscape Protection and Environmental Geography,
University of Debrecen, Debrecen, Hungary;
MSc, Teacher,
Ferenc Rákóczi II Transcarpathian Hungarian University,
Department of Geography and Tourism, Berehovo, Ukraine;
ORCID ID: 0000-0001-6456-7928

*Looking back at the past decade, it is evident that the series of crises affecting Ukraine – including the 2014 eastern Ukraine conflict, the annexation of Crimea, the 2019–2022 COVID-19 pandemic, and the ongoing Russian-Ukrainian war since 2022 – have had long-term and predominantly negative impacts on the country's tourism industry. This study examines the impact of the pandemic on changes in tourism behaviour in Transcarpathia, emphasizing the need for resilience and adaptation. The subject of the research is the population's travel habits before, during, and after the pandemic. **The aim of the research** is to explore the changes in tourism behavior caused by COVID-19, including the realization of travel plans, compensation strategies, and long-term effects. **The research methodology** consists of an online questionnaire survey (300 respondents, in Hungarian and Ukrainian), supplemented by qualitative and quantitative analysis and a literature review. The findings reveal that the pandemic negatively affected 87 % of travel plans; only 21 % of pre-booked trips were realized; during the pandemic, preference for domestic tourism increased (48 %), the importance of nature-based excursions grew (39 %), and travel willingness declined (26 % decrease). The practical significance of the study lies in assisting tourism providers in developing resilient strategies, such as digital bookings, sustainable offerings, and crisis management. **Conclusion:** The pandemic accelerated the transformation of tourism, highlighting the role of local destinations and adaptive behavior. Prospects for further research include comparing the impacts of the war with those of the pandemic and examining long-term resilience.*

Keywords: COVID-19 pandemic, tourism behaviour, resilience, Transcarpathia.

ВПЛИВ COVID-19 НА ТРАНСФОРМАЦІЮ ТУРИСТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ НА ЗАКАРПАТТІ

Шаш Еники

PhD, доцент кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський університет імені Ференца Ракоці II,
м. Берегове, Україна;
Університет Токай, Інститут Лорантфі, кафедра туризму та гостинності,
м. Шарошпатак, Угорщина
ORCID ID: 0000-0001-8166-4535

Ковач Юлія

Dossa Zrt, контролер, аналітик даних,
Будапешт, Угорщина.
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-3129-4994>

Гергей Лівія

аспірант докторської школи наук про Землю,
кафедра охорони ландшафтів та екологічної географії,
Дебреценський університет, м. Дебрецен, Угорщина;
MSc, викладач кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський університет імені Ференца Ракоці II,
м. Берегове, Україна
ORCID ID: 0000-0001-6456-7928

*Озираючись на останнє десятиліття, можна помітити, що низка криз, які вразили Україну, зокрема конфлікт на сході України 2014 року, анексія Криму, пандемія COVID-19 у 2019–2022 роках та триваюча російсько-українська війна з 2022 року, мали довгостроковий і переважно негативний вплив на туристичну галузь країни. Це дослідження аналізує вплив пандемії на зміни в туристичній поведінці в Закарпатті, підкреслюючи необхідність резилієнтності та адаптації. Об'єктом дослідження є звички подорожей населення до, під час і після пандемії. **Мета дослідження** – розкрити зміни в туристичній поведінці, спричинені COVID-19, включно з реалізацією подорожей, компенсаційними стратегіями та довгостроковими ефектами. **Методологія дослідження** передбачає онлайн-опитування (300 респондентів, відповіді українською та угорською мовами), доповнене якісним і кількісним аналізом та оглядом літератури. Результати показують, що пандемія негативно вплинула на 87 % планів подорожей; реалізовано лише 21 % попередньо заброньованих поїздок; під час пандемії зросла перевага внутрішнього туризму (48 %), підвищилася важливість екскурсій на природі (39 %), а готовність до подорожей зменшилася (зниження на 26 %). Практичне значення дослідження полягає в допомозі туристичним постачальникам у розробці резилієнтних стратегій, як-от цифрові бронювання, стійкі пропозиції та управління кризами. **Висновок:** пандемія прискорила трансформацію туризму, підкресливши роль місцевих дестинацій та адаптивної поведінки. **Перспективи подальших досліджень:** порівняння впливу війни з пандемією, вивчення довгострокової резилієнтності.*

Ключові слова: пандемія COVID-19, туристична поведінка, резилієнтність, Закарпаття.

Bevezetés. Az idegenforgalom az elmúlt évtizedek során a világgazdaság egyik legdinamikusabban fejlődő ágazatává vált, amely kulcsfontosságú szerepet játszott a nemzetgazdaságok növekedésében és a foglalkoztatás bővítésében. Az UNWTO adatai szerint 2019-ben a nemzetközi turistaérkezések száma elérte az 1,5 milliárdot, ami 4%-os növekedést jelentett az előző

évhez képest [1]. A 2020 januárjában készült értékelés még optimistán tekintett a következő évre, az UNWTO pedig továbbra is 3–4%-os növekedést vetített előre világszinten a nemzetközi turistaérkezések számában [1]. Ma már tudjuk, hogy 2020 rendkívüli kihívásokat hozott az ágazat számára a COVID-19 világjárvány formájában, amely példátlan mértékben érintette a turizmust világszerte,

hatása egyenetlenül jelentkezett a különböző országokban, de mindenütt jelentős gazdasági veszteségeket okozott. A turizmusipar fejlődése vitathatatlan, ugyanakkor nagyfokú kiszolgáltatottság jellemzi, hiszen számos külső – környezeti, politikai és társadalmi-gazdasági – kockázat érintheti.

A turizmus ágazata a múltban is számos kihívással szembesült, mint például természeti katasztrófák, gazdasági válságok, terrorista cselekmények és járványok, amelyek lassították annak fejlődését [2, 3]. A COVID-19 válság azonban új dimenziót adott ezekhez a kihívásokhoz, hosszú távú és mélyreható változásokat okozva az idegenforgalomban [4]. A helyzet kezelése és az ágazat újjáépítése érdekében kulcsfontosságú a turizmusban rejlő ellenálló képesség erősítése. A negatív környezeti hatások napjainkban és a jövőben egyaránt kockázati tényezőként jelennek meg, ezért elengedhetetlen a felmerülő problémák átfogó feltárása és a lehetséges megoldások kidolgozása, hogy egy esetleges újabb világjárvány esetén felkészültebbek legyünk.

Tanulmányunk, mely korábbi kutatásunk egy részét képezi [5], a pandémia okozta lokális hatások feltárásával kívánja bővíteni az elmúlt években publikált hazai és nemzetközi ismeretanyagot. A kutatást Kárpátalján végeztük el, vagyis egy olyan régióban, ahol a turizmus gazdasági hajtóerőként szolgálhat a válságos és háborús körülmények között is. A vizsgálati eredmények ismertetését az indokolja, hogy a globális trendek mellett a regionális sajátosságok is felszínre kerüljenek, hiszen ezek ismerete elengedhetetlen a területspecifikus és hatékony helyreállításhoz.

Kutatási célok. Jelen kutatás célja a COVID-19 világjárvány Kárpátalja lakosságának turisztikai magatartására gyakorolt hatásainak feltárása. A vizsgálat fókuszában a 2020-as évre tervezett utazások megvalósulása, a lemondások esetén alkalmazott kompenzációs megoldások, valamint a pandémia által befolyásolt utazási hajlandóság és az utazási körülmények változása állt. Különös figyelmet fordítottunk a regionális specifikumokra, mivel Kárpátalja turizmusa egyedi gazdasági és társadalmi

kontextusban működik, amelyet a háborús konfliktusok és a pandémia együttes hatása tovább súlyosbított. A kutatás célja továbbá, hogy empirikus adatokkal támogassa a turizmus szektor rezilienciájának erősítését, valamint a jövőre nézve iránymutatást nyújtson a törvényalkotóknak és az ágazat szereplőinek a válságkezelési stratégiák kidolgozásához. A felmérés erőssége a Kárpátalja minden járását érintő minta, amely lehetővé tette a lakosság utazási szokásainak átfogó elemzését, kiemelve a pandémia által kiváltott magatartásbeli változásokat és azok hosszú távú implikációit a helyi turizmusra.

Szakirodalmi áttekintés. A turizmus komplex rendszere számos tényező – társadalmi-kulturális, politikai-jogi, gazdasági, természeti és technológiai – kölcsönhatásától függ, amelyek együttesen befolyásolják az ágazat fejlődését [6, 4, 7]. A kedvezőtlen környezeti hatások, például természeti katasztrófák, gazdasági válságok vagy egészségügyi krízisek, jelentősen csökkenthetik a turisztikai áramlásokat, mivel a turisták a biztonságos úti célokat részesítik előnyben [8, 9]. A 2008-as globális pénzügyi válság például 4,2%-os visszaesést okozott a nemzetközi turistaérkezésekben (935 millióról 896 millióra), ám a szektor rugalmasságát mutatja, hogy 2010-re elérte a 956 milliós érkezési számot [1]. Korábbi járványok, mint a 2002-es SARS, az 1968-as hongkongi influenza vagy az 1958-as ázsiai influenza, rövid távú hatásokat váltottak ki, a vendégforgalom gyorsan helyreállt [10]. Ezzel szemben a COVID-19 világjárvány példátlan mértékű és tartós változásokat idézett elő a turizmusban, különösen a fogyasztói magatartásban [2, 3].

A COVID-19 2020-ban drámai hatást gyakorolt a globális turizmusra: az első nyolc hónapban több mint 70%-kal csökkent a nemzetközi turistaérkezések száma az előző évhez képest [1]. Az utazási korlátozások, a nyilvános események tilalma és a gazdasági bizonytalanság a második világháború óta nem látott válságot okozott az ágazatban [11, 12]. A pandémia hatására a fogyasztói magatartás radikálisan megváltozott: az utazási

preferenciák a biztonságos, közelebbi úti célok és kisebb csoportok felé tolódtak el [4].

A válságkezelés legfontosabb eszközei között szerepel a piacok diverzifikációja, a digitális technológiák alkalmazása és a fenntartható turizmus előtérbe helyezése [13, 14]. A turizmus helyreállítási képessége a krízis típusától függ: míg a járványok hatása gyakran átmeneti, a politikai vagy társadalmi konfliktusok hosszú távú következményekkel járnak [15, 16]. A pandémia esetében a biztonságérzet növelése érdekében a turisztikai szolgáltatóknak proaktív kommunikációra és átlátható intézkedésekre van szükségük, például valós idejű egészségügyi információk biztosítására vagy rugalmas lemondási feltételek kínálására, amelyek csökkenthetik az utazók bizonytalanságát és elősegíthetik a döntéshozatalt [17]. A globális turizmus válságkezelésére irányuló friss kutatások hangsúlyozzák a lokális adaptáció fontosságát, különösen olyan régiókban, ahol a turizmus gazdasági helyreállító szerepet tölthet be [18].

A pandémia előtt Ukrajna GDP-jének 7%-át a turizmus adta és 1,2 millió munkahelyet biztosított (2019). A pandémia azonban 2020-ban súlyosan érintette Ukrajna turizmusát. A teljes látogatói költség becslések szerint mintegy 2,4 milliárd USDal csökkent, ami közel 40%-os visszaesést jelentett 2019-hez képest. A legnagyobb veszteségeket a belföldi piac szenvedte el, ahol a költség 1,5 milliárd USDal esett vissza, a teljes veszteség közel kétharmadát adva. A látogatói költség csökkenése 325 000 munkahelyet veszélyeztetett a turizmus és kapcsolódó ágazatok területén [19]. Az ágazat fejlődését azonban számos tényező akadályozta a pandémia előtt is. A 2009-es gazdasági válság például már önmagában 20%-os visszaesést okozott a turistaforgalomban [20]. A 2014-es kelet-ukrajnai fegyveres konfliktus és a Krím félsziget annektálása jelentősen rontotta az ország turisztikai megítélését, csökkentve a beutazó turisták számát [21]. A COVID-19 világjárvány további csapást mért az ágazatra, ahogy azt már fentebb említettük. A pandémiát pedig egy még súlyosabb krízis,

a 2022-ben kirobbant orosz–ukrán háború követte, amely tovább nehezítette a helyzetet, hosszú távú gazdasági és társadalmi hatásokat okozva [22, 23, 24].

Kutatási módszerek. A kutatás során primer és szekunder vizsgálati módszereket egyaránt alkalmaztunk. A turizmust befolyásoló környezeti kockázatok szakirodalmi elemzését követően, melyet a fentiekben már ismertettünk, egy empirikus felmérést végeztünk el Kárpátalja 18 év fölötti lakossága körében, amely a COVID-19 világjárvány okozta turisztikai magatartás változására összpontosított. A kutatás megvalósításához magyar és ukrán nyelvű online kérdőívet állítottunk össze, amelyet a Google Űrlapok felületén készítettünk el. Az adatgyűjtés 2020 decembere és 2021 februárja között zajlott. Felhasználva az ismertségi hálónkat, a kérdőívet a hólabda módszert alkalmazva juttattuk el az adatközlőkhöz, valamint a kérdőív linkjét különböző közösségi oldalakon és Kárpátaljához kapcsolódó csoportokban osztottuk meg. A vizsgálat során kiemelt figyelmet fordítottunk arra, hogy Kárpátalja valamennyi járásából rendelkezünk adatközlőkkel. A tanulmányban az eredményeket esetszám-arányosan mutatjuk be, és ahol markáns eltérés volt megfigyelhető, ott külön rámutatunk a magyar és az ukrán adatközlők válaszára.

A kérdőív 5 részből tevődött össze [5], melyből jelen tanulmányban 3 résznek az elemzését ismertetjük. Az 1. részben az adatközlők szocio-demográfiai jellemzőire kérdeztünk rá. A 2. szakaszban a COVID-19 világjárvány előtti utazási szokásokat vizsgáltuk, a 3-ban pedig nagy figyelmet fordítottunk az utazási szokások és a pandémia hatásainak, illetve a járvány megfékezésére irányuló korlátozások összefüggéseire. Végül az adatközlőket a jövőbeli utazási terveikről is megkérdeztük.

Eredmények. *Az adatközlők szocio-demográfiai jellemzői és területi megoszlásuk.* Az online kérdőívet összesen 300 fő töltötte ki, ebből 250-en magyar, 50-en pedig ukrán nyelven. A kitöltők 70%-a nő volt, életkor szerinti megoszlásuk alapján pedig legnagyobb

arányban a 18–30 éves korosztály képviseltette magát (67 %), őket jóval lemaradva a 31–40 évesek követték (16 %). A nemi és életkor szerinti arányok alakulása feltehetően azzal magyarázható, hogy ezen csoportok mutatják a legnagyobb aktivitást és válaszadási hajlandóságot az online térben.

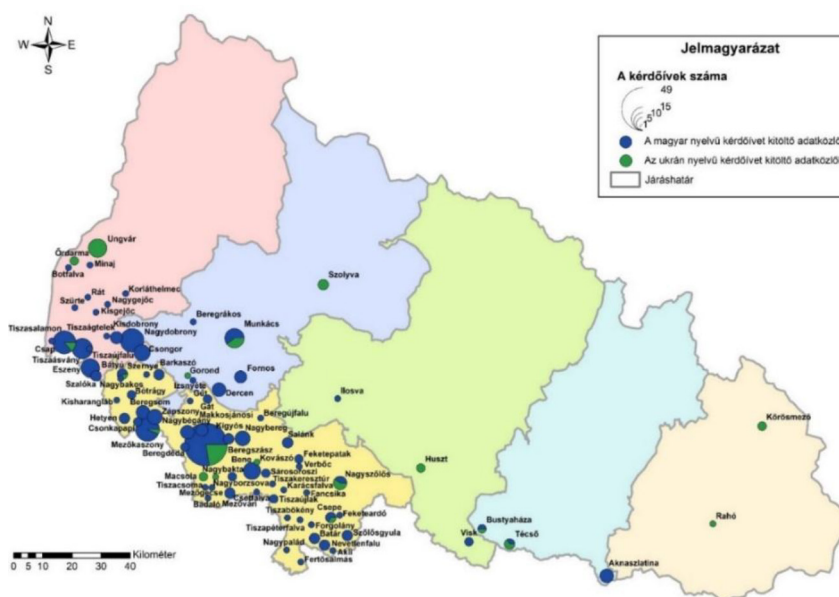
A válaszadók túlnyomó többsége közép- vagy felsőfokú végzettséggel rendelkezett, e két csoport adta a kitöltők mintegy 75%-át. A legtöbben párkapcsolatban vagy házasságban éltek (60 %), de az egyedülállók aránya is figyelemre méltó volt (35 %). A foglalkozás szerinti megoszlásban a diákok (43 %) és a szellemi alkalmazottak (31 %) csoportja volt a legjelentősebb a mintában. Emellett az adatközlők 10%-a vállalkozó, 7%-a fizikai alkalmazott és 9 % egyéb munkakörrel rendelkező adatközlő volt. A válaszadók közel fele (48%) havi jövedelmét átlagosnak ítélte. További 16% átlagon aluli, 12 % pedig átlagon felüli jövedelmet jelölt meg, míg a mintában szereplők közel negyede (24 %) nem kívánt nyilatkozni e kérdésről.

A kitöltők területi megoszlásának elemzése során a Község- és Területfejlesztési Minisztérium 2020-ban bevezetett új kárpátaljai járásrendszert alkalmaztuk. Az eredmények szerint Kárpátalja mind a hat járása képviseltette magát a mintában, azonban az egyes járások súlya eltérő arányban jelent meg.

(1. ábra). Az adatközlők területi megoszlása a Beregszászi járás dominanciáját mutatja, ugyanis a válaszadók több mint fele (57 %) ebből a járásból került ki. Ezt követi az Ungvári (28 %) járás, ettől jóval lemaradva következik a Munkácsi (8 %) járás, illetve a Técsői (3 %), a Huszti (2 %) és végül a Rahói (1 %) járás [5]. Ez a területi megoszlás azzal magyarázható, hogy az ismertségi hálónk elsősorban Kárpátalja magyar lakta területein volt erős, s mivel a magyar lakosság főként a Beregszászi járásban összpontosul, ezért a kitöltetés során ezeket a területeket könnyebben tudtuk elérni.

Az adatok elemzése azt mutatja, hogy az online kérdőíves adatfelvétel sajátosságai miatt a minta nem tekinthető reprezentatívnak Kárpátalja lakosságára nézve, és ez a területi megoszlásban is megfigyelhető. Mindazonáltal a minta nagysága lehetővé teszi, hogy a helyi viszonyokról valós és hasznos információkat nyerjünk.

A pandémia előtti utazási szokások bemutatása. A felmérés során elemeztük a pandémia előtti, valamint annak hatására bekövetkezett változásokat az utazási magatartásban. A járványt megelőzően a válaszadók 43%-a évente több alkalommal, míg negyede (25 %) legalább egyszer vett részt turisztikai célú utazáson. Őket azok követték, akik ennél ritkábban tudtak ilyen utazásokat megvalósítani (18 %). Emellett akadtak olyanok



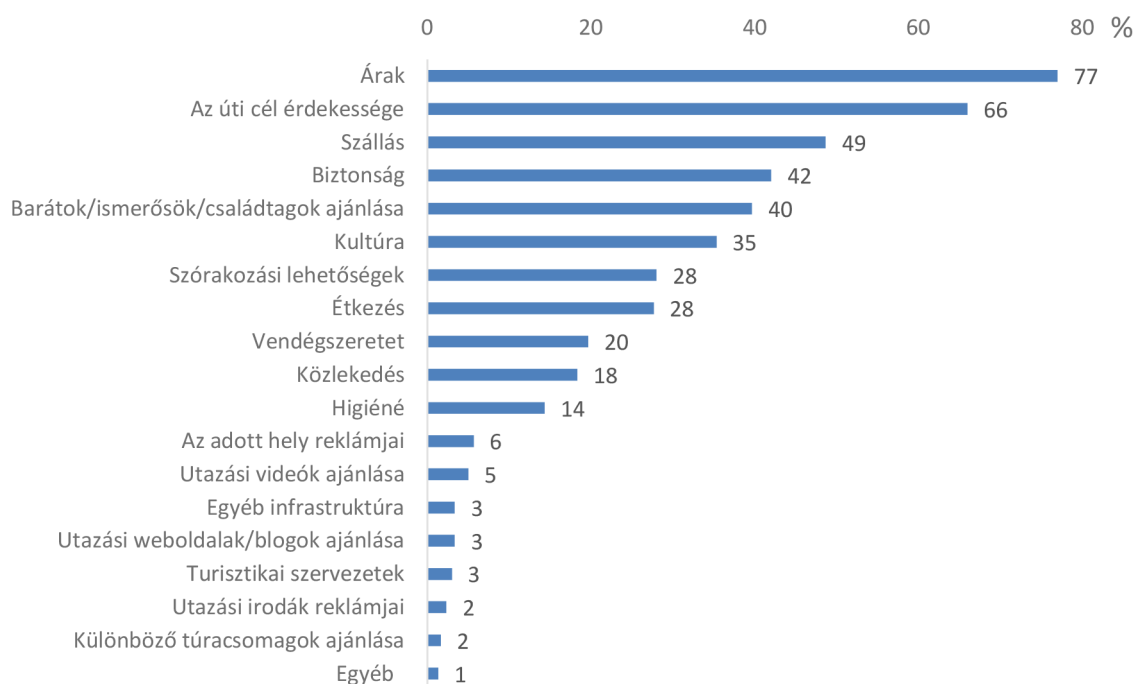
1. ábra. A kitöltött ukrán és magyar nyelvű kérdőívek területi megoszlása [5]

is, akik havonta egyszer (9 %), sőt akár havonta több alkalommal (4 %) is lehetőséget kaptak turisztikai jellegű utazásokra. A nyaralással, kirándulással töltött napok száma alapján a magyar és ukrán válaszadók között határozott eltérés volt észlelhető: amíg a magyar válaszadók egy év alatt 15 napot töltöttek átlagosan nyaralással vagy kirándulással, addig az ukrán kitöltőknél ez az érték 22 nap volt, vagyis egy héttel többet nyaraltak évente. A legtöbben egyetértének abban, hogy a turisztikai utazások megszervezésére a nyár a legalkalmasabb időszak.

A meglátogatott országok tekintetében is tapasztaltunk kisebb eltéréseket a magyar és ukrán adatközlők válaszai között. A járvány előtti külföldi utazások során a magyar adatközlők 58%-a Magyarországot választotta úti célul, ez az ukrán válaszadókra is igaz, akiknek 50%-a szintén ezt az országot jelölte meg. Mindkét válaszadói csoport esetében Szlovákia szerepelt a második leggyakrabban megnevezett célországgként, azonban míg a magyar adatközlőknél ez az arány 13%-ot tett ki, addig az ukrán résztvevők negyede (25 %) utazott oda. A két említett országon kívül a magyar adatközlők Romániába (12 %), Csehországba (6 %), Ausztriába

(6 %) és Olaszországba (5 %) utaztak még a pandémia előtt, míg az ukrán kitöltők körében Lengyelország (8 %), Németország (7 %) és Csehország (11 %) bizonyult vonzóbb úticélnak.

A válaszadók családjukkal (63 %) és barátaikkal (45 %), illetve párjukkal (25 %) utaztak leginkább a járvány előtt. Az utazások 34%-át az adatközlők saját maguk, 24%-át pedig családtagjaik szervezték. További esetekben a szervezést közeli barátok vagy rokonok (16 %), illetve az iskola vagy a munkahely (14 %) vállalták. A közlekedési eszközök használatát vizsgálva jól látható, hogy bizonyos eszközök esetében a belföldi és külföldi utazások során hasonló tendenciák figyelhetők meg, míg más közlekedési módoknál jelentős eltérések mutatkoznak. Az adatközlők a személyautót és az autóbust használik a leggyakrabban: belföldön 70 % és 52 %, külföldön pedig 65 % és 56 % teszi ezt gyakran. Többségük azonban sem belföldön (85 %), sem külföldön (66 %) nem repül, akik viszont repülővel utaznak, inkább külföldi útjaik során veszik igénybe ezt a közlekedési módot (24 % – ritkán, 10 % – gyakran). Kerékpárral a legtöbb válaszadó külföldön nem közlekedik (81 % – soha), míg 40%-uk



2. ábra. Milyen szempontok határozzák meg leginkább az úticél kiválasztását?

belföldön gyakran használ kerékpárt. Vonattal belföldön inkább ritkán (47 %), külföld esetében azonban gyakran (46 %) utaznak [5].

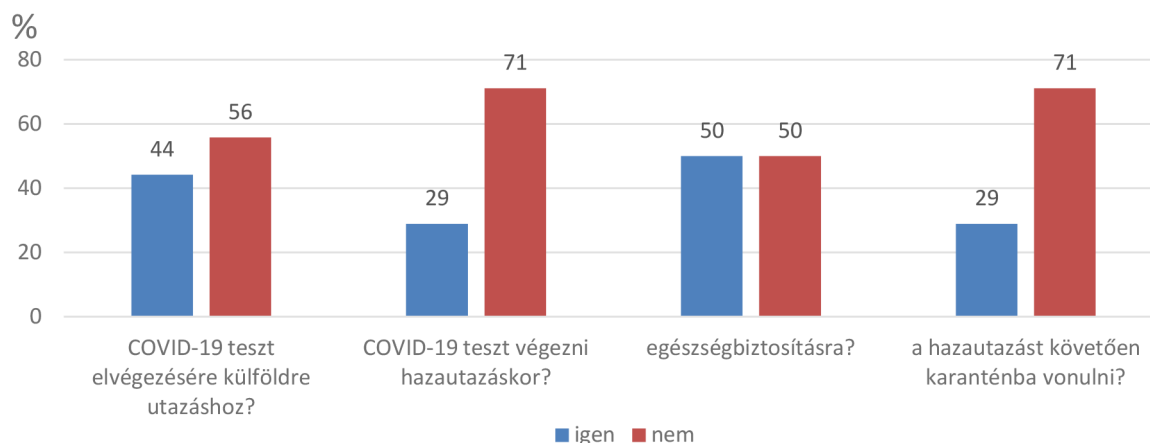
Megneveztünk 18 tényezőt, amelyek hatással lehetnek az emberekre egy úticél kiválasztásakor. Ennél a kérdésnél az adatközlőknek azokat a válaszokat kellett megjelölniük, amelyek az ők választásukat leginkább befolyásolták, vagyis több választ is elfogadtunk. A 300 adatközlő átlagosan 4,4 választ jelölt meg, így összesen az 1327 megjelölés alapján elmondhatjuk, hogy a kárpátaljai lakosokat leginkább az árak (77 %) befolyásolják az úti cél kiválasztásakor, ezt követi az úticél érdekessége (66 %), a szállás (49 %), majd a biztonság (42 %) (2. ábra). A válaszadókat az úticél megválasztásánál jobban befolyásolják a barátok/ ismerősök/családtagok ajánlásai (40 %), mint bármilyen más platformon elérhető ajánlatok, reklámok, vagy a kultúra (35 %), a szórakozási (28%) és az étkezési (28 %) lehetőségek, illetve a közlekedés (18 %) és a higiénia (14 %).

A COVID-19 világjárvány hatásai az utazási szokásokra. Ukrajnában 2020 márciusában vezették be az első állami intézkedéseket a COVID-19 világjárvány terjedésének megfékezésére. A felmérés adatai szerint a 300 válaszadó 85%-a a pandémia alatt teljesen vagy részlegesen otthoni munkavégzésre, illetve online tanulásra állt át, míg 10%-uk a koronavírus okozta körülmények miatt átmenetileg munkanélkülivé vált. A világjárvány kitörése teljesen váratlanul érte a lakosságot, mivel a felmérésből az derült ki, hogy az adatközlők 84%-a tervezett turisztikai jellegű külföldi utazást a 2020-as évre a pandémia előtt. A válaszadók átlagosan 2,3 utazást terveztek, melyek túlnyomó többsége Magyarországra irányult volna (65 %), kisebb arányban pedig Horvátországba (11 %), Egyiptomba (9 %), Görögországba (7 %), Csehországba (7 %), Romániába (6 %), Törökországba (5 %), Németországba (5 %), valamint más európai országokba. A járvány kitörése és az annak megfékezésére bevezetett utazási korlátozások az adatközlők

87%-ának utazási elképzeléseit kedvezőtlenül befolyásolták.

A kutatás adataiból kiderült, hogy 34 adatközlőnek volt előre lefoglalt utazási csomagja, 25 fő rendelkezett egyénileg foglalt repülőjeggyel, továbbá 46 válaszadónak pedig szállásfoglalása volt az utazásra készülve. A 105 lefoglalt turisztikai szolgáltatás és csomag 35%-a előrefizetett volt valamilyen formában: 23% előleggel, 12 % pedig a teljes összeggel. Az előre tervezett külföldi utazások mindössze 21%-a valósult meg. A megvalósult utazások döntően Magyarországra (59 %) irányultak, emellett néhányan Törökországba (15 %) és Horvátországba (12 %) is eljutottak. [5]

A 2020-ban megvalósult külföldi utazással rendelkező adatközlőket megkérdeztük az országba való ki- és belépést érintő rendkívüli feltételekről. A 3. ábra alapján látható, hogy a válaszok között nem tapasztalható egyértelmű összhang. Az utazók csupán felének volt szükséges ugyanis egészségbiztosítást kötni a külföldre való kiutazáskor, míg a válaszadók másik fele nemleges választ adott. Bevallásuk szerint COVID-19 teszt elvégzésére külföldre utazás előtt több embernek volt szüksége (44 %), mint hazautazáskor (29 %), de összességében azok aránya nagyobb, akik sem kiutazáskor (56 %), és különösen azokéi magas, akik hazautazáskor sem teszteltek (71 %). A hazautazást követő karanténba való vonulás tekintetében is hasonló a helyzet, tehát jóval több embernek nem volt rá szüksége vagy nem volt kötelező (71 %), mint ahánynak igen (29 %). Ezeket az eredményeket az is befolyásolhatta, hogy a válaszadók melyik országba, illetve az éve melyik részében utaztak külföldre, ugyanis voltak olyan időszakok, amikor a szabad mozgás korlátozását enyhítették. Az adatközlők utazási tapasztalatai alapján azonban megállapítható, hogy a 2020-as évben a korábbi évekhez képest jóval nehezebb volt az utazások megszervezése. Hosszabb ideig tartott az átkelés a határokon, a célterületeken kevesebb szolgáltatás állt rendelkezésre, és mindenhol a kötelező maszkviselésről, a rendszeres fertőtlenítésről, valamint a szigorúbb higiéniai előírásokról számoltak be.



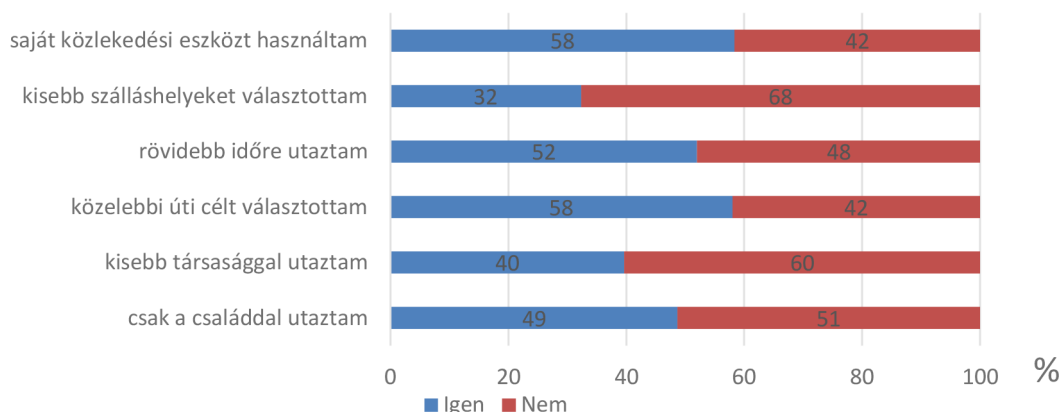
3. ábra. Megvalósult külföldi utazás esetén szükség volt-e...

Forrás: Saját szerkesztés

A megkérdezettek a lefoglalt utazások világjárvány kitörését követő alakulásáról különböző módon nyilatkoztak. A legtöbb válaszadó az utazás lemondása mellett döntött, 38 % sikeresen visszaigényelte a befizetett díjat, további 9 % pedig csak részösszeget kapott vissza. Ugyanakkor a megkérdezettek egy része későbbi időpontra történő átfoglalással próbálta megmenteni utazását: 15%-uk az eredeti feltételek mellett, 14%-uk pedig módosított feltételek szerint. Ennek hátterében valószínűsíthetően az áll, hogy az utazási irodák és szálláshelyek igyekeztek az átfoglalás lehetőségével mérsékelni bevételkiesésüket. Ezen kívül néhányan utalványra váltották foglalásukat (5 %), illetve külön intézték a szállás (6 %) vagy a repülőjegy (2 %) visszatérítését vagy átfoglalását. A válaszadók 11%-a ugyanakkor teljes egészében elveszítette a befizetett összeget.

Azoknak az adatközlőknek a 63%-a, akik előre szervezett vagy tervezett külföldi utazással rendelkeztek, de azt nem tudták megvalósítani, nem keresett új célpontot szabadidejük eltöltéséhez. A válaszadók 31%-a ugyanakkor a külföldi utazás helyett belföldi választott, s csupán 6%-uk döntött úgy, hogy az eredetileg tervezett helyszín helyett egy másik országba utazik. Az új belföldi úticélt választók első helyen Kárpátalja különböző területeit (48 %), másodikként pedig Ukrajna más részeit jelölték meg (31 %). Az új külföldi úti célok között pedig főként Magyarország (9 %) és Törökország (8 %) szerepelt [5].

Nem igazolódott be az a feltevésünk, hogy a járvány hatására a lakosság kisebb társasággal utazna (60 % – nem), illetve a tömeg elkerülése érdekében kisebb szálláshelyeket részesítene előnyben (68 % – nem) (4. ábra). A 4. ábra adatai azonban arra utalnak, hogy



4. ábra. 2020-ban a járvány hatására...

Forrás: Saját szerkesztés

az utazók a járványhelyzet és a korlátozások következtében voltak kénytelenek közelebbi úticélt választani (58 % – igen), valamint ott rövidebb időt eltölteni (52 % – igen). Ez utóbbi két szempontnál az ukrán és magyar adatközlők között megfigyelhető volt némi eltérés, ugyanis az ukrán válaszadóknál 7–12%-al magasabb arányban jelentek meg az igenlő válaszok. A tömegközlekedés és a nagy létszámú csoportos túrák felfüggesztése következtében az utazók – ha módjukban állt – saját közlekedési eszközzel indultak útnak (58 % – igen).

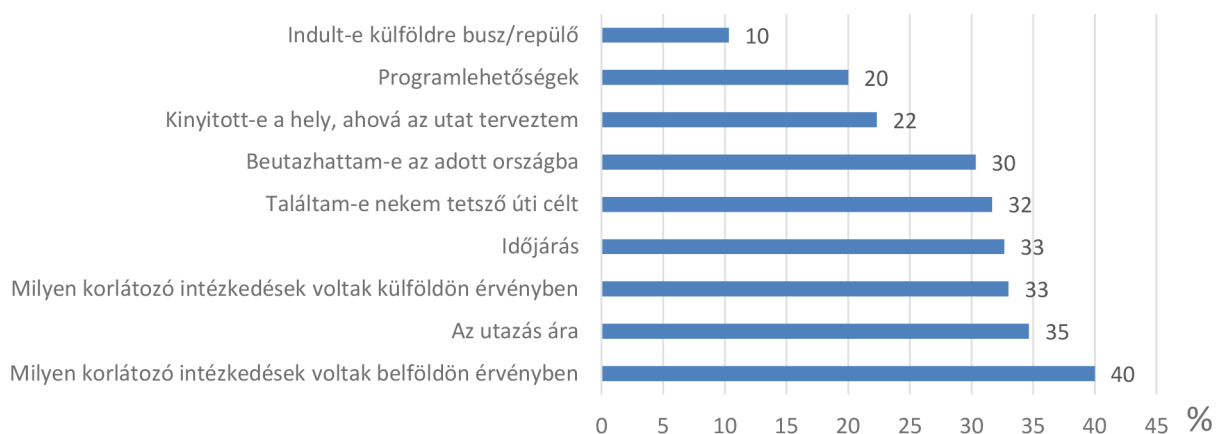
Arra is kíváncsiak voltunk, hogy mely tényezők befolyásolták a lakosság 2020-as utazási döntéseit. Ennél a kérdésnél több választ is be lehetett jelölni. Az 5. ábra alapján láthatjuk, hogy a belföldön érvényben lévő korlátozó intézkedések gyakorolták a legnagyobb hatást az utazásokra (40 %), ezt az árak (35 %), majd a külföldi korlátozások (33 %) követték. További jelentős befolyásoló tényezőként jelent meg az időjárás (33 %), a megfelelő úticél megtalálása (32 %), illetve annak lehetősége, hogy az adott ország egyáltalán fogadta-e a beutazókat (30 %).

Végül megérdeklődtünk az adatközlőktől, hogy terveztek-e hosszabb utazást 2021-ben, és ha igen hová, ha nem, milyen okok miatt. A 2021-es utazási hajlandóság 62%-os volt a megkérdezettek körében: 4 % csak belföldi utazást tervezett, 31 % csak külföldre, míg 27 % külföldre és belföldre egyaránt szeretett volna utazni. A maradék 38%-ot közel azonos arányban teszik ki azok, akik

konkrétan a járvány miatt (17 %), illetve egyéb okból fakadóan (21 %) nem terveztek utazást. Miközben 2020 elején a lakosság 84%-a biztosan tervezett külföldi utazást, addig 2021-re a koronavírus és a világszintű változások hatására ez az arány 58%-ra esett vissza, ami 26%-os csökkenést jelent az utazási hajlandóságban külföld irányában.

Az adatközlők 32%-nak az utazásra fordítható jövedelme, 18%-nak pedig az utazásra fordítható szabadideje a karantén követően csökkent, míg csupán 4% érezte azt, hogy az utazásra fordítható jövedelme a karantén követően növekedett. Jóval magasabb viszont azon adatközlők aránya, akiknek több (25 %) lett a szabadideje a karantén után. Bár a miérteket nem vizsgáltuk, de a lehetséges okok között ott szerepelhet, hogy néhányan elveszíthették az állásukat a járvány idején. A koronavírus szabadidős tevékenységekre gyakorolt hatásai következtében az adatközlők 25%-a úgy vélekedtek, hogy számukra a barátokkal való összejövetel, 39%-nak pedig a természetközeli kirándulások fontosabbá váltak. Ez utóbbi annak a ténynek lehet a következménye, hogy a járvány megfékezésére törekvő korlátozó rendeletek a természetben való mozgást kevésbé befolyásolta.

Az utazási szokásokra vonatkozó felmérés utolsó kérdésében arra kerestük a választ, hogy a kárpátaljai lakosok szerint a járvány hatására változni fog-e az utazási magatartásuk.



5. ábra. A 2020-as utazási hajlandóságot meghatározó tényezők

Forrás: Saját szerkesztés

A legtöbben (40 %) azt válaszolták, hogy nem terveznek változtatást, amint lehetőségük lesz ismét utazni fognak. Ezt követték azok, akik még nem tudták vagy nem tudták eldönteni (33 %). A válaszadók 10 % jelezte, hogy többet utazik majd, míg 6 % az ellenkezőjét jelölte, ők kevesebbet fognak utazni. Emellett 6 % úgy gondolta, hogy ezentúl inkább hazai úti célokat választ, míg 5% jelezte, hogy a jövőben inkább külföldi utazásokat részesít előnyben.

Következtetések. A kutatás eredményei egyértelműen rávilágítanak arra, hogy a COVID-19 világjárvány jelentős mértékben és sokrétűen befolyásolta Kárpátalja lakosságának turisztikai magatartását. A felmérés alapján a 2020-as utazási tervek 87%-át befolyásolta kedvezőtlenül, az előre foglalt utazások csupán 21%-a valósult meg (főként Magyarországra: 59 %), míg a befizetett összegek 11%-a teljes veszteséget jelentett. Ez összhangban áll a globális trendekkel (UNWTO: 70%-os nemzetközi visszaesés 2020-ban), de Kárpátalján a határkorlátozások és a gazdasági bizonytalanság tovább súlyosbította a helyzetet.

A vizsgálat rávilágított arra is, hogy a járvány a turizmushoz való hozzáállásban strukturális változásokat indított el. A biztonságérzet és a korlátozások kényszerítő erejét tükrözi, hogy a válaszadók több mint fele rövidebb idejű, közelebbi és biztonságosabb úti célokat választott. Pozitív adaptációként kiemelendő a belföldi és azon belül a lokális turizmus preferenciájának növekedése (az új úticélt választók többsége (79 %) belföldre utazott, melyből 48% Kárpátalját részesítette előnyben), valamint a természetközeli kirándulások fontosságának emelkedése (39 %). A higiéniai szempontok, az egészségügyi biztonság és a rugalmas foglalási feltételek felértékelődtek. A pandémia

okozta nemzetközi trendekkel ellentétben [4] ugyanakkor a kárpátaljai lakosság nem feltétlenül csökkentette az utazások során a csoportméretet, illetve nem részesítette előnyben a kisebb szálláshelyeket, ami a megszokott utazási mintákhoz való erős kötődést mutatja, illetve azt, hogy a fogyasztók nem mindenhol reagálnak hasonlóan egy adott krízishelyzetre, ami pedig a lokális kutatások jelentőségét is megerősíti.

Kárpátalja esetében a kutatás eredményei fontos jelentőséggel bírnak, hiszen a régió gazdasági és társadalmi sajátosságai miatt a turizmus nemcsak gazdasági tevékenység, hanem a térség stabilitásának és fejlődésének egyik pillére is. A pandémia által okozott visszaesés ugyan komoly kihívásokat jelentett, de egyben lehetőséget is teremtett a belföldi turizmus fejlesztésére, a helyi szolgáltatások modernizálására [22].

Összességében megállapítható, hogy a COVID-19 világjárvány katalizátorként hatott a turisztikai magatartás és a szolgáltatói struktúra átalakulására. A kutatás eredményei alapján Kárpátalján szükség lenne (1) lokális marketingkampányokra a belföldi és természetközeli úti célok tekintetében; (2) partnerségek erősítésére Magyarország és Ukrajna között a határ menti turizmus élénkítésére; (3) olyan válságkezelési és helyreállítási stratégiák kidolgozására, amelyek biztosíthatják Kárpátalja turizmusszektorának ellenálló képességét egy esetleges újabb globális krízis esetén. A távlati kutatások lehetőséget kínálnak arra, hogy a pandémiával kapcsolatos vizsgálatunk eredményeit a háborús hatásokkal (2022–) összevegyük, valamint egy hosszú távú reziliencia-vizsgálatot végezzünk, amely elősegítheti Kárpátalja turizmusának fenntartható helyreállítását a többszörös válságok által sújtott térségben.

Irodalom

1. UNWTO World Tourism Barometer, Vol. 18, Issue 5, August/September 2020, Madrid, Spain, 36 p. <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.5>
2. Novelli M., Gussing Burgess L., Jones A., Ritchie B. W. 'No Ebola...still doomed' – The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*. 2018. P. 76–87. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.03.006>
3. Pforr C., Hoise P. J. Crisis management in tourism: Preparing for recovery. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 2008. 23 (2–4). P. 249–264. DOI: 10.1300/J073v23n02_19

4. Gössling S., Scott D., Hall C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. 2021. 29 (1). P. 1–20. DOI: 10.1080/09669582.2020.1758708
5. Kovács J. A turisztikai magatartás változása a COVID-19 járvány hatására Kárpátalja lakossága körében. Beregszász: Földtudományi és Turizmus Tanszék. 2021. 67 p. URL: <http://dspace.kmf.uz.ua:8080/jspui/handle/123456789/1273>
6. Vengesayi S., Mavondo F. Tourism Destination Attractiveness: Attraction, Facilities, and People as Predictors. *Tourism Analysis*. 2009. Vol. 14. P. 621–636. DOI: 10.3727/108354209X12597959359211
7. Ngujen D. T., Kuo K. C., Lu W. M., Nhan D. T. How Sustainable Are Tourism Destination Worldwide? An Environmental, Economic, and Social Analysis. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2023. 48 (4). P. 698–711. DOI: 10.1177/10963480231168286
8. Kardos Z. (szerk.) Turisztikai ismeretek. Regionális turisztikai menedzsment modul. Egyetemi tankönyv. Keszthely, 2011. 117 p. <http://docplayer.hu/1023423-Regionalis-turisztikai-menedzsment-modul.html> (Letöltve: 2023.03.12).
9. Milesi-Ferretti G. M. The Travel Shock. Hutchins Center on Fiscal & Monetary Policy. The Brookings Institution, 2021. The COVID-19 travel shock hit tourism-dependent economies hard (brookings.edu) (Letöltve: 2024.05.26).
10. Carlsson-Szlezak P., Reeves M., Swartz P. What Coronavirus Could Mean for the Global Economy. *Harvard Business Review*. 2020. 3 (10). <https://hbr.org/2020/03/what-coronavirus-could-mean-for-the-global-economy> (Letöltve: 2023.03.13).
11. Sobaih A., Elshaer I., Hasanein A., Abdelaziz A. Responses to COVID-19: the role of performance in the relationship between small hospitality enterprises' resilience and sustainable tourism development. *International Journal of Hospitality Management*. 2021. Vol. 94. DOI: 10.1016/j.ijhm.2020.102824
12. Raffay Z. A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására. In: Ercsey, I. (szerk.) *Marketing a digitalizáció korában*. Győr: Széchenyi István Egyetem, 2020. P. 347–356. URL: <https://emok.hu/hu/tanulmany-kereso/konferenciakotetek/c-16:marketing-a-digitalizacio-koraban> (Letöltve: 2023.03.10).
13. Comlekcioglu N., Dineva D., Lu X. "Building back better": the impact of the COVID-19 pandemic on the resilience of the hospitality and tourism industries. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2022. P. 4103–4122. DOI: 10.1108/ijchm-12-2021-1509
14. Marinković G., Stevanović S. Performance changes of the tourism sector in the crises. In: Bevanda, V., Štetić, S. (szerk.) *5th International Thematic Monograph: Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era*. Belgrade: Association of Economists and Managers of the Balkans with Faculty of Tourism and Hospitality, Ohrid, North Macedonia, 2020. P. 425–439. DOI: 10.31410/tmt.2020.425
15. Beirman D. *Tourism Crises and Destination Recovery*. London : SAGE Publication Ltd., 2022. 270 p. URL: https://www.researchgate.net/publication/362166875_Tourism_Crises_Destination_Recovery (Letöltve: 2024.05.26).
16. Madarász E. Turisztikai fogyasztói magatartás. In: Lőrincz, K., Sulyok, J. (szerk.) *Turizmusmarketing*. Budapest : Akadémiai Kiadó, 2017. P. 63–98. URL: https://mersz.hu/dokumentum/dj277tm_35/ (Letöltve: 2023.03.11).
17. Chebli A., Ben Said F. The Impact of COVID-19 on Tourist Consumption Behaviour: A Perspective Article. *Journal of Tourism Management Research*. 2020. 7 (2). P. 196–207. DOI: 10.18488/journal.31.2020.72.196.207
18. Hall C. Michael, Prayag G., Fang Shupin (Echo). Destination transitions and resilience following trigger events and transformative moments. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2024. 24 (4–5). P. 390–411. DOI: 10.1080/15022250.2024.2344605
19. Tourism Economics. Driving the Tourism Recovery in Ukraine. Oxford Economics, 2021. URL: https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf (Letöltve: 2025.10.28).
20. Berghauer, S. A turizmus, mint kitörési pont Kárpátalján (?) (Értékek, remények, lehetőségek Ukrajna legnyugatibb megyéjében). PhD értekezés. Pécs: Pécsi Tudományegyetem, 2012. 213 p. URL: http://old.foldrajz.ttk.pte.hu/phd/phdkoord/nv/disszert/disszertacio_berghauer_nv.pdf (Letöltve: 2023.01.15).
21. Sass E. The Impact of Eastern Ukrainian Armed Conflict on Tourism in Ukraine. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2020. 30 (2). P. 880–888. DOI: 10.30892/gtg.302spl14-518
22. Sass E., Berghauer S., Tóth A., Linc A. A COVID-19 hatása a magyar idegenforgalmi vállalkozók turisztikai tevékenységére Kárpátalján. *Tér és Társadalom*. 2023. 37 (3), 176–201. DOI: 10.17649/TET.37.3.3464
23. Sass E., Kovács K., Farkas T.-A. Az orosz-ukrán háború okozta családgyesítő utazások vizsgálata kárpátaljai lakosok körében. In: *Digitális gazdaság és fenntartható fejlődés... IV. Nemzetközi*

Gazdaságtudományi Konferencia, 2024, 2024. március 26–27. Beregszász: II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola. P. 450–453.

24. Oláh N., Szalai K., Gönczy S., Lontai-Szilágyi Zs. Turisztikai imázselemzés Kárpátalján magyarországi és ukrainai turisták körében a COVID-19 küszöbén. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio*. 2024. 2. P. 33–49. DOI: 10.32782/2786-5843/2023-2-3

References

1. UNWTO (2020). *UNWTO World Tourism Barometer*, Vol. 18, Issue 5, August/September. Madrid, Spain. 36 p. <https://doi.org/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.5>
2. Novelli, M., Gussing Burgess, L., Jones, A., Ritchie, B. W. (2018). ‘No Ebola...still doomed’ – The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*. P. 76–87. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.03.006>
3. Pforr, C., & Hoise, P. J. (2008). Crisis management in tourism: Preparing for recovery. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 23 (2–4), 249–264. https://doi.org/10.1300/J073v23n02_19
4. Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29 (1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
5. Kovács, J. (2021). A turisztikai magatartás változása a COVID-19 járvány hatására Kárpátalja lakossága körében [Changes in tourism behaviour due to the COVID-19 pandemic among the population of Transcarpathia]. *Földtudományi és Turizmus Tanszék – Department of Earth Sciences and Tourism*, Beregszász – Berehove. 67 p. Retrieved from: <http://dspace.kmf.uz.ua:8080/jspui/handle/123456789/1273> [in Hungarian].
6. Vengesayi, S., & Mavondo, F. (2009). Tourism destination attractiveness: Attraction, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, 14, 621–636. <https://doi.org/10.3727/108354209X12597959359211>
7. Ngugen, D. T., Kuo, K. C., Lu, W. M., & Nhan, D. T. (2023). How sustainable are tourism destinations worldwide? An environmental, economic, and social analysis. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 48 (4), 698–711. <https://doi.org/10.1177/10963480231168286>
8. Kardos, Z. (Ed.). (2011). Turisztikai ismeretek. Regionális turisztikai menedzsment modul. Egyetemi tankönyv [Tourism studies. Regional tourism management module. University textbook]. Keszthely. 117 p. Retrieved from: <http://docplayer.hu/1023423-Regionalis-turisztikai-menedzsment-modul.html> (Downloaded: 2023.03.12) [in Hungarian].
9. Milesi-Ferretti, G. M. (2021). The Travel Shock. *Hutchins Center on Fiscal & Monetary Policy. The Brookings Institution* (Downloaded: 2024.05.26).
10. Carlsson-Szlezak, P., Reeves, M., & Swartz, P. (2020). What coronavirus could mean for the global economy. *Harvard Business Review*, 3 (10). <https://hbr.org/2020/03/what-coronavirus-could-mean-for-the-global-economy> (Downloaded: 2023.03.13).
11. Sobaih, A., Elshaer, I., Hasanein, A., & Abdelaziz, A. (2021). Responses to COVID-19: The role of performance in the relationship between small hospitality enterprises’ resilience and sustainable tourism development. *International Journal of Hospitality Management*, 94. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102824>
12. Raffay, Z. (2020). A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására [Impact of the COVID-19 pandemic on changes in tourists’ consumer behaviour]. In I. Ercsey (Ed.), *Marketing a digitalizáció korában – Marketing in the Age of Digitalization*, 347–356. Győr: Széchenyi István Egyetem – Széchenyi István University. Retrieved from: <https://emok.hu/hu/tanulmany-kereso/konferenciakotetek/c-16:marketing-a-digitalizacio-koraban> (Downloaded: 2023.03.10) [in Hungarian].
13. Comlekcioglu, N., Dineva, D., & Lu, X. (2022). “Building back better”: The impact of the COVID-19 pandemic on the resilience of the hospitality and tourism industries. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 4103–4122. <https://doi.org/10.1108/ijchm-12-2021-1509>
14. Marinković, G., & Stevanović, S. (2020). *Performance changes of the tourism sector in the crises*. In V. Bevanda & S. Štetić (Eds.), *Modern Management Tools and Economy of Tourism Sector in Present Era*, 425–439. Belgrade: Association of Economists and Managers of the Balkans; Ohrid: Faculty of Tourism and Hospitality. <https://doi.org/10.31410/tmt.2020.425> [in Serbian].
15. Beirman, D. (2022). *Tourism Crises and Destination Recovery*. London: SAGE Publications Ltd., 270 p. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/362166875_Tourism_Crises_Destination_Recovery (Downloaded: 2024.05.26).
16. Madarász, E. (2017). Turisztikai fogyasztói magatartás [Tourism consumer behaviour]. In K. Lőrincz & J. Sulyok (Eds.), *Turizmusmarketing – Tourism Marketing*, 63–98. Budapest: Akadémiai Kiadó – Academic Press. <https://mersz.hu/...> (Downloaded: 2023.03.11) [in Hungarian].

17. Chebli, A., & Ben Said, F. (2020). The impact of COVID-19 on tourist consumption behaviour: A perspective article. *Journal of Tourism Management Research*, 7 (2), 196–207. <https://doi.org/10.18488/journal.31.2020.72.196.207>
18. Hall, C. M., Prayag, G., & Fang, S. E. (2024). Destination transitions and resilience following trigger events and transformative moments. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 24 (4–5), 390–411. <https://doi.org/10.1080/15022250.2024.2344605>
19. Tourism Economics (2021). *Driving the Tourism Recovery in Ukraine*. Oxford Economics. Retrieved from: https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf (Downloaded: 2025.10.28).
20. Berghauer, S. (2012). A turizmus, mint kitörési pont Kárpátalján (?) (Értékek, remények, lehetőségek Ukrajna legnyugatibb megyéjében) [Tourism as a breakthrough point in Transcarpathia? Values, hopes and opportunities in the westernmost region of Ukraine]. PhD dissertation. *Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar – Faculty of Sciences, University of Pécs*. 213 p. Retrieved from: http://old.foldrajz.ttk.pte.hu/phd/phdkoord/nv/disszert/disszertacio_berghauer_nv.pdf (Downloaded: 2023.01.15) [in Hungarian].
21. Sass, E. (2020). The impact of Eastern Ukrainian armed conflict on tourism in Ukraine. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 30 (2), 880–888. <https://doi.org/10.30892/gtg.302spl14-518>
22. Sass, E., Berghauer, S., Tóth, A., & Linc, A. (2023). A COVID-19 hatása a magyar idegenforgalmi vállalkozók turisztikai tevékenységére Kárpátalján [The impact of COVID-19 on tourism activity of Hungarian tourism entrepreneurs in Transcarpathia]. *Tér és Társadalom – Space and Society*, 37 (3), 176–201. <https://doi.org/10.17649/TET.37.3.3464> [in Hungarian].
23. Sass, E., Kovács, K., & Farkas, T.-A. (2024). Az orosz-ukrán háború okozta családdegysítő utazások vizsgálata kárpátaljai lakosok körében [Family reunification travel caused by the Russia–Ukraine war among residents of Transcarpathia]. In *Digitális gazdaság és fenntartható fejlődés – Digital Economy and Sustainable Development*, Proceedings of the IV International Conference, March 26–27, 2024, II. *Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola – Ferenc Rákóczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education*, Beregszász – Berehove. P. 450–453 [in Hungarian].
24. Oláh, N., Szalai, K., Gönczy, S., & Lontai-Szilágyi, Zs. (2024). Turisztikai imázsselemlés Kárpátalján magyarországi és ukrainai turisták körében a COVID-19 küszöbén [Tourism image analysis in Transcarpathia among tourists from Hungary and Ukraine on the eve of COVID-19]. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio – Acta Academiae Beregsasiensis: Geography and Recreation*, 2, 33–49. <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-3> [in Hungarian].

Стаття надійшла до редакції 25.10.2025

Стаття прийнята 12.11.2025

Статтю опубліковано 22.12.2025