

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II

**ACTA ACADEMIAE
BEREGSASIENSIS:
GEOGRAPHICA ET RECREATIO**

№ 2, 2024



Видавничий дім
«Гельветика»
2024

Журнал “Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio” засновано у 2023 році
Закарпатським угорським інститутом імені Ференца Ракоці II

Суб'єкт у сфері друкованих медіа:

Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 1751 від 11.12.2023 року

Метою журналу “Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio” є висвітлення результатів
фундаментальних і прикладних суспільно- та природничо-географічних досліджень, геоекології, геоінформатики
та картографії; досліджень у сфері готельно-ресторанної справи, туризму та рекреації.

Випуск рекомендовано до друку Вченою радою Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II
(протокол № 1 від 25 січня 2024 року)

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Головний редактор

Щука Галина Петрівна – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри географії та туризму, Закарпатський угорський інститут ім. Ф. Ракоці II, Україна

Члени редакційної колегії

Генці Шандор Олександрович – доктор філософії, доцент, доцент кафедри географії та туризму, Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, Україна

Дишкантюк Оксана Володимирівна – кандидат технічних наук, доцент, декан факультету менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму, Міжнародний гуманітарний університет, Україна

Дністрянський Мирослав Степанович – доктор географічних наук, професор, професор кафедри географії України, Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

Заставецька Леся Богданівна – доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри географії та методики її навчання, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, Україна

Зеленко Олена Олександрівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки і туризму, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, Україна

Кисельов Юрій Олександрович – доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри геодезії, картографії і кадастру, Уманський національний університет садівництва, Україна

Колотуха Олександр Васильович – доктор географічних наук, доцент, професор кафедри міжнародного туризму та країнознавства, Національний авіаційний університет, Україна

Kish Tímea – D.Sc., PhD, доцент, Сегедський університет, Угорщина

Корнус Олеся Григорівна – кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри загальної та регіональної географії, Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка, Україна

Лорант Давід – доктор філософії, професор, Університет імені Джона фон Неймана, Угорщина

Мельниченко Світлана Володимирівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, Національний університет біоресурсів і природокористування України, Україна

Михайліченко Ганна Іванівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри туризму та рекреації, Державний торговельно-економічний університет, Україна

Охріменко Алла Григорівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу, Державний торговельно-економічний університет, Україна

Паска Марія Зіновіївна – доктор ветеринарних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу, Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського, Україна

Підгрушний Григорій Петрович – доктор географічних наук, професор, завідувач сектору територіальної організації суспільства, Інститут географії Національної академії наук України, Україна

Сіладі Ференц – доктор філософії, доцент, Парціумський християнський університет, Румунія

Фодор Дюло Дюлович – кандидат географічних наук, доцент, проректор з наукової роботи та питань якості освіти, Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, Україна

ISSN 2786-5843 (Print)
ISSN 2786-6440 (Online)

© Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, 2024

ЗМІСТ

Ivett Vargáné Gálicz, Gyula Fodor, Lóránt Dénes Dr. Dávid CASTLES IN HUNGARY: UTILISING OUR BUILT HERITAGE TO CREATE VALUE.....	5
Molnár József, Tátrai Patrik, Kovály Katalin A KÁRPÁTALJAI MAGYAROK FELEKEZETI MEGOSZLÁSA A SUMMA 2017 FELMÉRÉS EREDMÉNYEINEK TÜKRÉBEN.....	18
Oláh Natália, Szalai Katalin, Gönczy Sándor, Lontai-Szilágyi Zsuzsanna TURISZTIKAI IMÁZSELEMZÉS KÁRPÁTALJÁN MAGYARORSZÁGI ÉS UKRAJNAI TURISTÁK KÖRÉBEN A COVID-19 KÜSZÖBÉN.....	33
Дишкантюк Оксана Володимирівна, Власюк Карина Вікторівна, Марковська Анастасія Валеріївна ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....	50
Ігнатишин Василь Васильович, Іжак Тібор Йосипович, Молнар Д Стефан Стефанович РАДІОАКТИВНИЙ ФОН СЕРЕДОВИЩА ТА СУЧАСНІ РУХИ КОРИ В ЗАКАРПАТСЬКОМУ ВНУТРІШНЬОМУ ПРОГІНІ: СЕЙСМІЧНИЙ АСПЕКТ.....	58
Ковальчук Ірина Василівна КОНЦЕПЦІЯ ЕКОГОТЕЛЮ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	69
Корнус Олеся Григорівна, Пацюк Вікторія Сергіївна, Венгерська Наталя Сергіївна ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ У ПРИФРОНТОВИХ ГРОМАДАХ УКРАЇНИ.....	79
Щука Галина Петрівна, Лемко Іван Степанович, Шейко Віталій Ілліч МЕДИЧНИЙ СПА- ТА САНАТОРНО-КУРОРТНИЙ ТУРИЗМ: ВІДМІННІСТЬ КОНЦЕПЦІЙ.....	90

CONTENTS

Ivett Vargáné Gálicz, Gyula Fodor, Lóránt Dénes Dr. Dávid CASTLES IN HUNGARY: UTILISING OUR BUILT HERITAGE TO CREATE VALUE.....	5
Molnár Yosyp, Tátrai Patrik, Kovály Katalin THE RELIGIOUS COMPOSITION OF THE ETHNIC HUNGARIANS IN TRANSCARPATHIA BASED ON THE SURVEY 'SUMMA 2017'.....	18
Olah Nataliia Karlivna, Salai Katalyn, Gönczy Sándor Oleksandrovych, Lontai-Siladi Zhuzhanna DESTINATION IMAGE ANALYSIS IN TRANSCARPATHIA AMONG TOURISTS FROM HUNGARY AND UKRAINE ON THE THRESHOLD OF COVID-19.....	33
Dyshkantiuk Oksana Volodymyrivna, Vlasiuk Karyna Viktorivna, Markovska Anastasiia Valeriivna INNOVATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN THE RESTAURANT BUSINESS.....	50
Ihnatyshyn Vasyl Vasylovych, Izhak Tibor Yosypovych, Molnar D Stefan Stefanovych RADIOACTIVE BACKGROUND OF THE ENVIRONMENT AND MODERN MOVEMENTS OF THE EARTH'S CRUST IN THE TRANSCARPATHIAN INNER TROUGH: SEISMIC ASPECT.....	58
Kovalchuk Iryna Vasylivna THE CONCEPT OF AN ECO-HOTEL AS AN INNOVATIVE TREND IN THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS.....	69
Kornus Olesia Hryhorivna, Patsiuk Viktoriia Serhiivna, Venherska Natalia Serhiivna TOURIST CLUSTERS IN FRONTLINE COMMUNITIES OF UKRAINE.....	79
Shchuka Halyna Petrivna, Lemko Ivan Stepanovych, Sheiko Vitalii Illich MEDICAL SPA & HEALTH RESORT TOURISM: DIFFERENCE OF CONCEPTS.....	90

UDC 338.48-6:7/8(439)

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-1>

CASTLES IN HUNGARY: UTILISING OUR BUILT HERITAGE TO CREATE VALUE

Ivett Vargáné Gálicz

PhD student,

Hungarian University of Agricultural and Life Sciences,

Doctoral School of Economics and Regional Sciences, Gödöllő, Hungary

ORCID ID: 0000-0003-2569-462X

Gyula Fodor

Associate Professor,

Department of Earth Science and Tourism,

Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehove, Ukraine

ORCID ID: 0000-0002-9971-8068

Lóránt Dénes Dr. Dávid

Research Professor,

John von Neumann University, Kecskemét, Hungary,

Research Professor,

Hungarian University of Agricultural and Life Sciences, Gödöllő, Hungary

ORCID ID: 0000-0001-7880-9860

Our study deals with a comprehensive analysis of the current situation and possible uses of castles in Hungary. The aim of the study is to explore in detail the challenges and opportunities of castles in Hungary and how these buildings can be integrated into modern society while preserving their historical and cultural values. Particular emphasis was placed on the importance of sustainable use and how castles can contribute to the economic and cultural life of local communities. The research used a variety of methods, including literature review, personal site visits and website analysis, in order to provide a broad analysis of the topic.

The results were used to formulate recommendations that could promote a more effective and versatile use of castles. These include alternative functions to tourism, such as education and research centres, art workshops, community spaces, and economic and cultural incubators. Our analysis also highlights the role that castles can play in preserving local identity and cultural heritage.

The research contributes to a better understanding of the current situation of Hungarian castles and to the development of strategies for their future use. Our study highlights that properly exploited castles can not only enrich cultural tourism but also contribute to improving the quality of life of local communities. The results of our research can help policy makers, heritage professionals and castle managers to develop sustainable and economically viable exploitation strategies.

Key words: cultural tourism, heritage tourism, castles, Hungary

ЗАМКИ В УГОРЩИНІ: ВИКОРИСТАННЯ НАШОЇ БУДОВАНОЇ СПАДЩИНИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ЦІННОСТІ

Варга-Галіц Іветт

аспірантка,

Угорський університет сільського господарства та наук про життя,

Докторська школа економічних і регіональних наук, м. Геделле, Угорщина

ORCID ID: 0000-0003-2569-462X

Фодор Дюло Дюлович

доктор філософії, кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, м. Берегове, Україна
ORCID ID: 0000-0002-9971-8068

Давід Лорант Денеш

професор-дослідник,
Університет імені Яноша Неймана, м. Кечкемет, Угорщина
професор-дослідник,
Угорський університет сільського господарства та наук про життя, м. Геделле, Угорщина
ORCID ID: 0000-0001-7880-9860

Темою даного дослідження є комплексний аналіз актуального стану і можливостей використання замків в Угорщині. Його мета – детальне вивчення викликів та туристичних переваг замків у країні, а також можливостей інтеграції замкових споруд у сучасне суспільство, зберігаючи їх історичні і культурні цінності. Особливий наголос ставився на важливість стійкості використання замків та на шляхи їх залучення до економічного і культурного життя місцевих спільнот. У процесі дослідження були використані різні методи, включаючи перегляд відповідної за тематикою фахової літератури, відвідування та дослідження безпосередньо на місцевості самих споруд, аналіз релевантних веб-сайтів для того, щоб мати змогу дати обґрунтовану оцінку предметної області.

Результати дослідження були використані для формулювання рекомендацій, які можуть допомогти у більш ефективному і багатобічному використанні замків. Останній включає в себе альтернативні функції, важливі з точки зору туризму, наприклад, шляхи використання замків як освітніх та дослідницьких центрів, мистецьких осередків, громадських просторів, а також економічних і культурних інкубаторів. Крім того, наш аналіз виділяє й роль замків у збереженні локальної свідомості та культурної спадщини.

Дослідження також сприяє кращому розумінню сучасної ситуації замків Угорщини і розробленню стратегій щодо їх майбутнього використання. У роботі підкреслено, що замки, експлуатовані належним чином, не тільки збагачують культурний туризм, але й покращують якість життя місцевих спільнот. Результати наших досліджень можуть допомогти законодавцям і приймаючим рішення, а також фахівцям культурної спадщини і менеджерам розробити стратегії стійкої та економічно життєздатної експлуатації замків.

Ключові слова: культурний туризм, спадщинний туризм, замки, Угорщина

Introduction. The use of Fejér County castles offers an exciting field of research from a cultural, economic and social point of view. These buildings are not only part of the historical and cultural heritage but also potential economic and tourist resources. Castles have a number of alternative functions, including as school institutions, hospitals or retirement homes, and in addition to their tourist attraction, they can also open their doors to other economic sectors, e.g. for the organisation of conferences or weddings.

In the following, we will analyse in detail the different uses of castles in Fejér County and explore the challenges and opportunities that these diverse uses present. Castles play a key role in shaping the identity of the region, not only through their architectural beauty, but also through their history

and associated cultural values. The diversity of castles in Fejér County provides opportunities for a variety of uses, and the transition to these can be an important step in the sustainable conservation and development of historic buildings. Moreover, the use of castles for tourism purposes can be an incentive for visitors interested in the history and cultural traditions of the region. When considering alternative functions for castles, it is important to take into account the needs and interests of local communities and the potential cultural and economic challenges.

This research will seek to determine the effectiveness of different uses of castles and their contribution to local economic vitality, and to use the results to make recommendations for more sustainable and diverse uses.

Literature. Cultural tourism plays a key role in the tourism market and is one of the main motivators for travel. Consumer habits are changing and discretionary income is rising, which has an impact on the dynamic growth in demand for culture. There is a growing demand for historical monuments and to learn about different cultures [1] Cultural tourism products are found almost everywhere, in a complex and diversified way [2] cultural resources are part of tourism resources [3].

The concept of cultural tourism has been interpreted in many ways in research. According to the UNWTO [4], it includes historical and cultural values, culinary values, music, literature, living cultures, traditions, which are realized through the consumption of the destination's tangible and intangible cultural attractions.

According to Rátz [5], in the implementation of cultural tourism, "the motivation of the tourist is to learn about new cultures and participate in cultural events, while the attractions are the specific, unique culture".

The National Tourism Strategy 2030 [6] also includes castle and castle tourism, film tourism, folk traditions, city visits, visiting exhibitions [7].

Closely related to cultural tourism is heritage tourism, which is considered by some researchers as a synonym for cultural tourism and by others as a branch of cultural tourism. Heritage tourism is motivated by the need to preserve the heritage of the past, to discover historical roots and to acquire new knowledge [8]. Cultural attractions also play an important role in defining the image of a destination, as they are a major attraction [9].

The experiential aspect is also emphasised in the case of cultural tourism, as cultural attractions need to increase attractiveness and interactivity [10, 11], but it is also important to develop an appropriate strategy to ensure that visitors choose the cultural attraction as the place of their visit [12]. Digitalisation is also of particular importance, including the emergence of new expectations and trends in the wake of the coronavirus pandemic, and the emergence of online reviews [13].

For cultural attractions, storytelling is crucial [14], which can be a driver for creative tourism [15]. Artificial intelligence and virtual reality are

expanding the possibilities and realising new interpretations in this field as well. In order for tourism to continue to grow in popularity, continuous changes are needed [16].

The development of attractions linked to cultural tourism can also have a positive impact on the local population, creating jobs and boosting the economy. At the same time, a balance must be struck in the development process, as tourism puts pressure on the transport network, built heritage and infrastructure, so sustainability aspects must be taken into account and environmental and climate protection aspects must be emphasised.

In our study we analysed two castles in Fejér County, which are used in different ways.

Castles are part of the built cultural heritage, a reminder of the past, reflecting the specificities of their time [17]. In our country there are hundreds of castles, only some of which are being used. In Hungary, problems related to the use and under-use of castles for various purposes can be attributed to several factors. These include economic, cultural, legal and infrastructural challenges, which are detailed below.

The maintenance and renovation of castles requires significant financial investment. Private and state-owned castles often struggle with a lack of the necessary funding, which hampers proper maintenance and use. The legal status of many castles is complex and their ownership may be unclear. This makes it difficult to implement heritage conservation measures and development projects. Preserving the historical and cultural values of castles is an important aspect. Modern use plans need to be compatible with heritage protection standards, which may limit the potential uses. Many castles are located in inaccessible locations and suffer from infrastructure deficiencies. This hampers the development of tourism and other uses. Castles need to be adapted to make them economically viable, which can be particularly challenging in less accessible and remote locations. The use of environmentally sound solutions in the renovation and maintenance of castles is also an important consideration, which brings additional costs and design challenges. The involvement and support of local communities is key to successful regeneration

projects. Community resistance or disregard for local needs can hinder the success of castle regeneration. The disused castles are rapidly deteriorating, and the buildings that have lost their function are becoming empty, thus posing a problem from both a heritage and a townscape point of view.

In analysing the use of castles, some researchers have grouped the main functions into different categories.

Petravich [18] classified the use of castles in Hungary into four main categories: cultural; tourism; social and health; and other.

According to Praznovszky [19] four main categories can be distinguished, namely community functions; administrative buildings; private residential or holiday functions and finally tourism (accommodation, museum, event venue).

Nagy [20] has classified the uses into three basic types according to whether the values are preserved, whether they are accessible and to what extent the new functions correspond to the character of the building. On this basis, one can speak of an inadequate category, where the castle performs a community function, as a health, social, educational or cultural institution. The mixed category refers to administrative buildings and private residences, where the values are mostly preserved, but where the requirement of accessibility is compromised. The appropriate category is tourism use, where the preservation of the asset is feasible and most often accessible.

The classification of castle stock by use in 2017 was divided by Katona [17]. into four main categories: non-utilised; socially utilised; tourism utilised and other utilised.

In addition to their tourist potential, castles in use can also serve a number of other functions, such as health, residential, administrative or even social. The renovation of castles has a prestigious value and contributes to improving the image of the municipality and the destination, and, when used for economic purposes, to creating jobs and thus improving the quality of life of the population. Their renovation and operation, however, must be carried out with particular attention to heritage protection and sustainability, but restoration is extremely resource-intensive. Our aim

is to show how the remaining castles can be put to good use and how their conservation can be ensured for future generations through the different functions they perform. We have approached the question of the use of castles from different perspectives, and we have examined how castles contribute to their environment and wider society. We looked at the historical background of each castle, the functions it performs in tourism, the various programme options, and past developments.

Under the National Castle and Fortress Programme, 18 castles and 12 fortresses will be renewed in Hungary, with the aim of ensuring that the facilities are sustainable for tourism purposes in line with 21st century requirements, while contributing to the development of the economy and the cohesion of local communities.

Aims. The aim of the research on the use of Fejér County castles was to find out how these buildings are used for other purposes besides tourism. We would like to identify the factors that support the use of castles for different purposes. In the research particular attention was paid to the preservation of the historical and cultural values of the buildings, in addition to the different forms of use.

A second important aim of the research was to explore the potential influence of the use of castles on local communities. This included an examination of the social, cultural and economic aspects that could be brought to bear on the lives of local communities through the re-use of castles. The aim of the research in this case was to provide a comprehensive picture of how these historic buildings can be integrated into modern community life and contribute to strengthening local identity and culture. The research went beyond tourism uses to assess the sustainability and long-term viability of the castles.

The results were used to make recommendations for a more efficient and diversified use of the castles, taking into account sustainability aspects.

The research has contributed to a comprehensive picture of the current situation of the buildings and potential future developments in tourism and other sectors.

Materials and methods. The study has been prepared using a combination of research methods in order to analyse the topic on the basis of the broadest possible range of information. The aim of the research methodology was to provide a comprehensive description of the current situation and possible solutions for the exploitation of castles in Hungary.

During the literature review, we relied on secondary sources that helped us to understand and develop the topic in more depth. These included articles, studies, books and online publications on the concept of cultural tourism, the role of attractions in image creation, the economic impact of attraction development, other approaches to the exploitation of castles, and the importance of experientialism in the context of castle tourism.

For the primary sources, several personal site visits were carried out, during which data collection, observation and information gathering were carried out in the study areas. These visits allowed us to gain direct experience and insight into current practices of castle use and interaction with local communities.

In addition, the research involved a critical analysis of various websites. These analyses included an assessment of the content, detailed information and interactivity of the websites. Particular attention was paid to the official websites of the castles available, as well as to the online presence of the local authorities.

Overall, the methodology of the study focused on qualitative analysis, personal experience and review of secondary sources, ensuring a comprehensive and detailed examination of the topic.

Results. Cultural tourism in Fejér County

Fejér County is rich in cultural values, as it is one of the cradles of the country's history. According to the Fejér County Regional Development Concept 2030 (p17) [21], 434 monuments are registered, which is 3.2% of the country's monument stock. There are 14 monuments classified as national heritage, a significant number of which are former aristocratic castles and parks. In addition to these, there are a further 2 160 archaeological sites and 565 objects under local protection in the county.

The county has a number of unique cultural values, significant folklore (for example pottery in Csákvár) and tourist attractions (Gorsium Archaeological Park), which complement each other and offer a varied and meaningful pastime for all visitors.

In addition, its gastronomy is also unique, with specialities such as tarkedli or kvircedli. There are two historic wine regions: the Móri and the Etyek-Buda wine regions, part of which also belong to the county, which offer a wide range of specialities.

The county's cultural values are significant, so cultural tourism is a priority product, including visits to castles and towns, wine and gastronomy, and living traditions. Religious/ pilgrimage tourism is also becoming increasingly important, given the good number of church developments and the unique sacral monuments. Among these, a notable religious centre is the Bodajk shrine, whose visitor centre, built a few years ago and attracting thousands of visitors every year, was given the status of basilica minor in 2023.

The county can boast several castles: for example, the Károlyi Castle in Fehérvárcsurgó, the Brunszvik Castle in Martonvásár, the Nádasdy Castle in Nádasdladány and the Esterházy Castle in Csákvár are of outstanding value. In the following, the use of three castles is analysed, one of which is specifically used for heritage tourism, while the others are primarily used as a health facility and a school with a children's home.

Utilisation of the Károlyi Castle in Fehérvárcsurgó. The Károlyi Castle in Fehérvárcsurgó is located in Fejér County, in the Móri wine region. Since 1997, the cultural and tourist management has been carried out by the József Károlyi Foundation, a member of the international network of European Cultural Meeting Centres. The Foundation's historic monument and environmental rehabilitation project was awarded the UNESCO World Heritage Decade Emblem in 1995.

The restored buildings, furnished rooms, interactive attractions and cultural programmes provide a wide range of cultural opportunities for visitors to enjoy guided tours of the castle.

The aim of the operation of the castle is to

create a high-quality, complex tourism product that will increase the tourist attractiveness of the area and contribute to the development of the tourism image of the region, as it is one of the most noble castles of Hungarian castle tourism with a long architectural and horticultural tradition, and also one of the Hungarian centres of Francophone cultural history and culture, which will further increase its utilisation.

The castle is an important employer in the area, and the development will create more jobs and contribute to the economic development of the region.

The Károlyi Castle is a multifunctional cultural tourist attraction, welcoming visitors while maintaining part of its original function. The castle also serves as an event and accommodation venue, and has a restaurant.

The tourism development of the castle is a key factor in the regional development of the region and the municipality. The castle is a defining point of the image of the sub-region, and the development of several accommodation facilities and guesthouses has been linked to the tourism services of the castle.

The locals are happy that a beautiful, renovated castle building has been created from a dilapidated monument from 30 years ago, and that the surroundings have been restored. The Count and Countess who live here keep the population informed of the improvements that have been made and are planned, and the people of the village have a high opinion of the castle. This is in line with the research of Bichler [22], who argues that it is necessary to involve the local population in tourism development, as the success of local development is not possible without the local community [23].

Cultural tourism attractions can be divided into three groups [24, 25]:

- built and tangible monuments, architectural and artistic works.
- events, festivals, other traditional events.
- the culture, lifestyle, gastronomy or leisure activities of the people living in the destination.

Based on the above criteria, the cultural tourist attractions of the Károlyi Castle can be classified as follows.

Built and tangible monuments, architectural and artistic works

- Classicist castle building, outbuildings, stables
- Castle Park
- The legacy and library of Szabolcs Vayai, Professor of Heraldry and Genealogy
- The legacy and library of Ferenc Fejtő
- The church history legacy and library of Miklós Frank
- The collection and library of Count István Károlyi Count on Far Eastern and Overseas Civilisations
- Permanent exhibition on the Károlyi family
- Music history library
- 50-thousand-pieces postcards collection

Events

- European Ornamental Plants and Garden Art Exhibition

- „Quartettissimo" String Quartet Festival
- Concerts and concerts of serious music
- International scientific conferences
- Temporary exhibitions
- Open-air theatre performances

Cultural and gastronomy facilities

- Károlyi Gastronomy Workshop
- Picnic in the castle park

Other attractions

- Children's programmes
- Barefoot park
- Corporate events
- Weddings
- Walking in the park
- Historical playground
- Museum education activities

The events attract a large number of visitors, with the European Ornamental Plants and Garden Arts Exhibition being a highlight.

The castle and its park offer excellent opportunities for family and company events, and the tourist offer is enhanced by the French cultural heritage.

The castle also functions as a hotel, with 17 double rooms and six suites, which are particularly popular for events (weddings, conferences).

There is also a huge library, a 500 m² cellar, five conference rooms on nearly 500 m², a private boating lake, a restaurant and the castle

has its own Catholic chapel. The castle is set in 50 hectares of ancient wooded parkland, open to visitors.

Károlyi Castle is undergoing continuous improvements, increasing its cultural use. In the second half of 2023, the Stables Building was inaugurated, which has been transformed into a modern visitor centre where the life and history of the Károlyi family can be experienced through audio-visual elements, and an event room equipped with digital tools. The exhibition is modern, interactive, exciting and complements the attractions of the castle. A historical playground has also been created and the castle park has been renewed, with the planting of a number of plants which can be visited on guided botanical walks.

The castle website offers an interactive virtual tour, a presentation on the history of the castle, and the possibility to book a visit. The service is particularly guest-friendly as visits are possible several times a day, every day of the year.

It is clear that the castle is constantly improving its services and its programmes are of high quality, making it a key destination for the development of the region.

The economic benefits of using castles for tourism are as follows, which can affect not only the castles but also the municipality and, indirectly, the whole region:

- increase in tourism revenue: by making the castle a tourist attraction, the number of visitors will increase, which could generate significant tourism revenue for the castle and the local economy;
- job creation: tourism developments such as exhibitions, events, restaurants, gift shops, etc. create new jobs for local residents;
- a boost to local services: it also generates growing demand for local services in the surrounding area, such as restaurants, cafés and shops;
- infrastructure development: infrastructure improvements linked to tourism development, such as roads, car parks, cycle paths, will contribute to the growth of the area around the castle and the tourist attractiveness of the region;
- preservation of cultural and historical

heritage: tourism development will help to preserve the cultural and historical heritage of the castle;

- local economic development: tourism development creates opportunities to promote and sell local artisanal products and gastronomic specialities, which also support local producers and entrepreneurs;
- reduction of seasonality: the castle can be visited all year round, regardless of the season, thus contributing to the diversification of tourist activities at different times of the year;
- innovation and sustainability: tourism development can bring innovative solutions and contribute to long-term sustainability.

The economic impact of tourism development in castles can be wide-ranging, contributing to local economic growth, job creation and the preservation of cultural assets. However, these developments must be carefully planned and implemented, taking into account the needs of the local community and the principles of sustainable tourism.

When a castle is used for non-tourist purposes, there are several benefits that can be gained by focusing on other types of use. These benefits are based on different social, cultural and economic aspects:

- community use: the use of castles as hospitals, schools or children's homes can contribute to the support and development of local communities. In this way the buildings directly serve local residents and contribute to improving community life;
- provision of education and health services: the use of castles for education and health purposes will enable them to play an important role in meeting the basic needs of society. This type of use can help to improve local education and health infrastructure;
- preservation of cultural and historical heritage: Castles used for non-tourist purposes are often better able to retain their original function and historical character. In this way they contribute to the preservation of cultural heritage and raise historical awareness;
- reduced tourism pressure: Tourism can put significant pressure on infrastructure and

the environment, particularly in popular destinations. Non-tourist uses can reduce this pressure, allowing for more sustainable development of the local community and environment;

- economic diversification: alternative uses of castles can provide an opportunity to diversify the local economy, reducing over-reliance on tourism. This could create a more stable economic base in the long term;

- local job creation: the provision of educational, health or other community functions can create local jobs, contributing to the development of the local economy;

- environmental protection: tourism activities often leave a larger environmental footprint than facilities used by the local community. Non-tourist uses can help to meet environmental objectives.

Overall, while tourism can bring significant economic benefits to a castle, non-tourism uses can offer a range of social, cultural and economic benefits that contribute to the sustainable development of local communities and the environment. Two castles that are not used for tourism but for community and social purposes are described below.

Utilisation of the Esterházy Castle in Csákvár

The Esterházy castle in Csákvár is the main attraction of the village, the foundations of which were designed by Jakab Fellner on the order of János Esterházy [26]. The first building was completed between 1760-65, and in 1778 the construction of the castle began, modelled on the castle in Fertőd. In 1782-84 the building was given a bathroom, which was covered with more than 4000 majolica tiles. In the early 1800s, the village and the castle were shaken by several earthquakes and rebuilt in the neoclassical style, according to the plans of Charles Moreau. It had a library, theatre and chapel among its 365 rooms.

After World War II, it was used as a brickworks and a military school, and from 1954 it was a pulmonary sanatorium. It is still a medical institution, with an internal medicine and musculoskeletal rehabilitation department. The extensive grounds of the castle and its soothing surroundings facilitate the recovery and rehabilitation of patients.

The conversion of mansions for hospital use involves a number of considerations, as the specific needs of health services, the characteristics of the building and the way it serves patients must be taken into account, as follows:

- spatial planning and infrastructure: separate departments for musculoskeletal rehabilitation and internal medicine treatments, such as treatment and nursing units;

- accessibility of the building to provide adequate access for patients with reduced mobility;

- equipment and technology: purchase of appropriate medical equipment for rehabilitation and internal medicine treatments, such as physiotherapy equipment, diagnostic and therapeutic tools;

- implementing IT systems to manage patient records and administrative tasks more efficiently;

- health professionals: recruiting specialists, nurses, physiotherapists and other health professionals who contribute their skills and experience to quality health services;

- patient comfort: the design of the castle's furnishings and environment to promote healing. This is particularly challenging, as castles are not designed for in-patient care, so major adaptations are needed to provide hospital care;

- functional rooms, adapted for patients with reduced mobility;

- designing rehabilitation and prevention programmes, dietary advice, organising health promotion and prevention programmes;

- cultural and environmental aspects: while providing adequate health services, it is important to preserve the original cultural character and historical values of the castle;

- engaging with the local community: working with local communities, for example by organising health talks or screening programmes;

The use of castles as hospitals also means that the historical and cultural heritage must be managed together with high quality health services, ensuring proper recovery and rehabilitation of patients.

The Esterházy Castle in Csákvár has an English park of about 77 hectares, which was started in 1779, based on the plans of Isidore Canevale. The park contains hundreds of species of trees,

with centuries-old plane and chestnut trees and special buildings, including the sundial, the Grotto and the Trinity statue. But there was much more to the castle in its heyday than what we see today.

Although the castle is not open to the public, it is one of the most important heritage tourist attractions in the municipality and attracts many visitors. The castle park is open to the public and is very popular with locals and visitors alike.

Utilisation of the Batthyány Castle in Bicske. Another area of our research is the Batthyány Castle in Bicske, which is also used for non-touristic purposes. The Batthyány family, one of the most important noble families in Hungary, owned several castles in different parts of the country, including the Bicske castle.

The Batthyány family has a long history in Hungary, and the castle played an important role in the history of the family and the region.

Batthyány Castle in Bicske is currently owned by the Hungarian state. The castle is home to the Kossuth Zsuzsa Children's Home and Primary School. The castle also houses an exhibition on the history of the institution, with pictures, documents and educational artefacts from the orphanage's time, including a silver ballpoint pen and crystal inkwell belonging to Queen Elisabeth and Franz Joseph. The castle also houses the Batthyány Memorial Exhibition, where visitors can see the chair and cradle of Lajos Batthyány and several paintings by Count Gyula Batthyány.

The castle and its 11-hectare English park are protected monuments. The building is a three-winged, two-storey, late Baroque/early neoclassical, transitional style, and was restored to its present form in 1796-99. The castle park is the venue for outdoor cultural events in summer and the castle banqueting hall hosts occasional exhibitions and events.

The use of the Batthyány Castle in Bicske as a children's home and school has complex effects on both the community and the building. These impacts should be considered from several perspectives:

Positive aspects

- Educational role: as a children's home and school, the castle has an important social and

educational function. It provides children with the opportunity to learn and develop in a historic and inspiring environment.

- Preservation and maintenance of the building: active use ensures the preservation and maintenance of the building. With such a feature, the building will not remain unused, reducing the risk of deterioration and neglect.

- Community cohesion: the use of the castle provides a local community function, which strengthens local cohesion. The presence of the institution in the castle creates opportunities for local people to learn about and appreciate the historic heritage.

- Impact on the community: the use of the castle as children's home and school can have a significant positive social impact on the local community. It provides children and young people with the opportunity to grow up and learn in a historically and culturally rich environment. It can also contribute to strengthening local community identity and to a better understanding and appreciation of historical heritage.

Negative aspects

- Limited access for the general public: as the castle is a children's home and school, access for visitors is likely to be more limited.

- Limited cultural and historical exhibitions: as a children's home and school, there may be fewer opportunities to exhibit and showcase the historical and cultural assets of the castle.

- Possible conflict between functions: there may sometimes be conflicts between the preservation of the historic character of the castle and modern educational needs, especially in terms of infrastructure and use of space.

Overall, the use of the Batthyány Castle in Bicske as a children's home and school fulfils a unique and valuable cultural and educational role, while ensuring the preservation of the building and providing important social functions for the local community.

Conclusions. The differences between castles used for tourism, accommodation and exhibitions, castles used as hospitals and castles used as schools and children's homes are evident in many areas. These differences are also reflected in the functions, infrastructure and needs of visitors or users.

Functions

- Tourist castles: these castles are generally open to visitors and focus on presenting historical and cultural values. They often function as event venues, accommodation and museums.

- Castle as hospitals: in this case, the chateaux are used as medical facilities. When adapting the buildings, particular attention must be paid to accessibility, hygiene and patient comfort.

- Castles used as schools and children's homes: these are educational and nurturing establishments. The infrastructure is focused on education and childcare, including classrooms, playgrounds and living areas.

Infrastructure

- Tourist castles: often have modern hotel facilities, restaurants and exhibition halls to ensure the comfort of guests and a cultural experience.

- Castles as hospitals: they are equipped with specialised medical facilities, accessible facilities and adequate waiting areas.

- Castles used as schools and children's homes: they have educational facilities, sports fields and dormitories.

Visitor or user needs

- Tourist castles: visitors are usually looking for relaxation and cultural experiences.

- Castles as hospitals: patients and visitors focus on health care and a suitable environment.

- Castles used as schools and children's homes: students and children in care need education and a safe, supportive environment

Safety requirements

- Tourist castles: adequate fire protection systems, security cameras and security guards are necessary for the safety of visitors.

- Castles as hospitals: ensuring sterility, emergency exits and power supply for critical equipment to meet health standards is vital.

- Castles used as schools and children's homes: safe playgrounds, accident-free classrooms and adequate supervision are necessary for the safety of children.

Accessibility

- Tourist castles: accessible routes, lifts and special toilets for visitors are necessary.

- Castles as hospitals: accessibility is particularly important, including wide corridors, lifts and special bathrooms.

- Castles used as schools and children's homes: accessible classrooms, toilets and common spaces are essential to ensure that education is accessible to all students.

Environmentally friendly and sustainable solutions

- Tourist castles: solar panels, energy-efficient lighting and water-saving systems can be beneficial for sustainability.

- Castles as hospitals: in addition to energy efficiency, environmentally friendly materials and waste management solutions are important.

- Castles used as schools and children's homes: green courtyards, environmentally conscious educational programmes and sustainable building management practices.

Technology integration

- Tourist castles: modern guest management systems, WiFi access and interactive exhibition technologies.

- Castle as hospitals: use of the latest medical equipment, electronic health records and telemetry systems.

- Castles used as schools and children's homes: integrating smart boards, digital learning materials and online learning platforms into the teaching process [27].

These aspects all contribute to understanding how castles with different functions can effectively and appropriately serve their different audiences, while preserving and exploiting the unique character of historic buildings

There are a number of creative and versatile solutions to the problems of utilisation and under-utilisation of castles in Hungary, which go beyond their tourist functions. In our study we will attempt to formulate some proposals that can be used as alternative approaches to the exploitation of castles, but of course their financing must also be found.

Castles can be transformed into centres for education and research, providing students and scholars with the opportunity to study local history, art and architecture. They can also provide a home for arts and crafts workshops where local artists and craftspeople can work and showcase

their work. These structures can be converted into versatile community spaces for local events, markets, concerts and other cultural activities. The castles can be used as a gastronomic centre, taking advantage of the local natural resources and traditions. They can function as business incubators or start-up centres, supporting new businesses and innovation, or be converted into retirement homes/rehabilitation centres, providing a calm and inspiring environment for the residents. The spacious rooms and quiet environment could be ideal for creating libraries or archives to house special collections and documents.

These proposals can help to make the castles fit for a wide range of uses, while helping to develop the local economy, preserve cultural and historical assets, and promote community participation and heritage conservation.

The scientific results of this study can be summarised as follows.

In our study, we made recommendations for a more efficient and versatile use of castles, with

a special focus on sustainability aspects. These recommendations can help decision-makers to use castles for the benefit of local communities and wider society, while preserving their cultural and economic values.

The study has contributed to a more comprehensive picture of the current situation of castles in Hungary. This includes the challenges and opportunities that these historic buildings face, including conservation, utilisation and community integration.

In our work we also explored possible future development directions in tourism and other related sectors. This includes the diversification of the different functions of castles, new economic and cultural uses, and coordination with local and regional development.

These results will contribute to the scientific understanding of cultural tourism and the use of historic buildings and open up new perspectives for the future management and development of castles.

Bibliography

1. Csapó J., Matesz K. (2007): A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában (*The importance and role of cultural tourism in today's tourism*). In: Földrajzi Értesítő 2007, Vol. 3-4, pp. 291-301
2. Csapó, J. (2012): The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. In: Kasimoglu, M. (ed.): Strategies for Tourism Industry – Micro and Macro Perspectives. Tech Open Access Publisher, Rijeka, pp. 201-232
3. Dávid L. D., Jancsik A., Rátz T. (2007): Turisztikai erőforrások: a természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása (*Tourism resources: the use of natural and cultural resources for tourism*). Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt.
4. UNWTO (2019): Tourism Definitions.
<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858>
5. Rátz, T. (2011). Kulturális turizmus (*Cultural Tourism*). In: G. Michalkó (ed.), PTE, 2011
6. National Tourism Development Strategy 2021-2030.
<https://www.edutus.hu/wp-content/uploads/2020/10/Nemzeti-Turizmusfejlesztasi-Strategia-2030.pdf>.
Download date: 2023.04.10
7. Szimándi Sz., Benkei-Kovács B. (2018): Tudástár a közösségi művelődésben, XII. kötet, Kulturális turizmus (*Knowledge Base in Community Culture, Volume XII, Cultural Tourism*). National Institute for Cultural Heritage
8. McKercher, B., Ho, P. S. Y., Du Cros, H. (2005): Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26, pp. 539-548
9. Papp-Váry Á. (2013): A márkanév ereje – Szempontok a sikeres brand építéshez (*The power of branding – Considerations for successful brand building*). Dialóg Campus, Pécs-Budapest
10. Ercsey I. (2019): „Közös az értékteremtés a kulturális szektorban?” (*“Is value creation common in the cultural sector?”*). *Marketing & Management*, 48(3), pp. 36-46
11. Vincze, D. (2019): „Élmények a fiatal fogyasztók közösségi média posztjaiban” (*“Experiences in the social media posts of young consumers”*). *Marketing & Management*, 53(Special Issue), pp. 57-68. DOI: 10.15170/MM.2019.53.EMOK.06
12. Priatmoko, S., Kabil M., Vasa L., Pallás E. I., Dávid L.D.(2021): Reviving an Unpopular Tourism Destination through the Placemaking Approach: Case Study of Ngawen Temple, Indonesia, *Sustainability*, 2021, 13, 6704. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13126704>

13. Richards, G. (2021): Emerging cultural tourism practices: new opportunities for small cities, *Tourism and Rural Development Studies*, 6(4)
14. Szalai K., Michalkó G., Rátz T. (2023): A turizmus válságjelenségei (*The crisis phenomena of tourism*). Kodolányi János University, Székesfehérvár
15. Richards, G. (2016): The challenge of creative tourism, *Ethnologies* 38(1-2), pp. 31-42
16. Gonda, T., Rátz, T. (2023): Attitudes and actions in responsible tourism – An analysis of generational differences. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 2023, 46(1), pp. 234-242, DOI 10.30892/gtg.46126-1020
17. Katona, J. (2021): A hazai kastélyhasznosítás problémáinak elemzése, különös tekintettel a Dél-Dunántúli Turisztikai Régióra (*Analysis of the problems of castle utilization in Hungary, with special regard to the South Transdanubian Tourism Region*). PhD-thesis, University of Pécs, Faculty of Natural Sciences, Doctoral School of Earth Sciences
18. Petravich, A. (1996): Veszélyeztetett kastélyok és középületek helyreállítása (*Restoration of endangered castles and public buildings*). In: Császár, L., Hokkyné, S. M., Holler, M. & Mende, F. (szerk.), Magyar Műemlékvédelem 1980-1990, pp. 231-268. Budapest: Akaprint Nyomdaipari Kft.
19. Praznovszky, H. (2005): A kastélyhasznosítás problémái Magyarországon (*The problems of castle exploitation in Hungary*). *Turizmus Bulletin*, 9(3), pp. 49-60
20. Nagy, A. (2011). Kastélyok és TDM Észak-Magyarországon (*Castles and TDM in Northern Hungary*). In: Hanusz, Á. (szerk.): A helyi TDM szervezetek szerepe a desztináció turisztikai kínálatának fejlesztésében, pp. 103-120. Debrecen: Kapitális Nyomda.
21. Fejér County Regional Development Concept 2030
<https://www.fejer.hu/media/65/fe/56/da96f522cd.pdf> downloaded on: 2023.06.11
22. Bichler, B. F. (2021) Designing tourism governance: the role of local residents. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19. 100389
23. Marton, G., Raffay, Z., Varga Szalai, K., Barcza, A., Gonda, T. (2021): Specific problems of tourism development in the Hungarian Areas of the Drava Region/Podravina, 2021, 20(39), pp. 179-191
24. Aubert, A., Csapó, J. (2002): Unique Features of the Tourist Attractions in Hungary's Historical Small Cities: Settlement Dynamics and Its Spatial Impacts. University of Pécs, Department of Tourism, pp.137-147
25. Berki M., Gonda T. (2006): A kulturális turizmus magyarországi városi helyszíneinek pozicionálása (*Positioning urban sites of cultural tourism in Hungary*). *Földrajzi Értesítő*, 2006, Vol. LVF, 1-2, pp. 127-140
26. Katonáné V.B., Kunstár, B., Szekeresné, H.Zs., Szmolkáné B.I., Szverle B., Viszló B. (2019): Florianától Csákvárig-A Vértes fővárosának története napjainkig (*From Floriana to Csákvár – The history of the capital of the Vértes to the present days*). Municipality of Csákvár, 2019.
27. El Archi Y., Benbba B., Nizamatdinova Z., Issakov Y., Vargáné G. I., Dávid L. D. (2023): Systematic literature review analysing smart tourism destinations in context of sustainable development: current applications and future directions. *Sustainability* 15(6), Paper: 5086, pp. 1-15. DOI: doi.org/10.3390/su15065086

Internet resources:

<https://kastelyok.eu/content/fej%C3%A9r-megye>
<https://www.csakvar.hu/kult/esterhazy-kastely>
<https://www.karolyi.org.hu/>
<https://karolyikastely.accenthotels.com/hu/felfedezes/kastelylatogatas>
<https://www.facebook.com/pages/Batthy%C3%A1ny-kast%C3%A9ly-Bicske/678726072273615>

References

1. Csapó J., Matesz K. (2007): A kulturális turizmus jelentősége és szerepe napjaink idegenforgalmában [The importance and role of cultural tourism in today's tourism]. In: *Földrajzi Értesítő* 2007, Vol. 3-4, pp. 291-301
2. Csapó, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. In: Kasimoglu, M. (ed.): *Strategies for Tourism Industry – Micro and Macro Perspectives*. Tech Open Access Publisher, Rijeka, pp. 201-232
3. Dávid L. D., Jancsik A., Rátz T. (2007). Turisztikai erőforrások: a természeti és kulturális erőforrások turisztikai hasznosítása [Tourism resources: the use of natural and cultural resources for tourism]. Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Zrt.
4. UNWTO (2019). Tourism Definitions. <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420858>
5. Rátz, T. (2011). Kulturális turizmus [Cultural Tourism]. In: G. Michalkó (ed.), PTE, 2011
6. National Tourism Development Strategy 2021-2030. <https://www.edutus.hu/wp-content/uploads/2020/10/Nemzeti-Turizmusfejlesztasi-Strategia-2030.pdf>. Download date: 2023.04.10

7. Szimándi Sz. – Benkei-Kovács B. (2018). Tudástár a közösségi művelődésben, XII. kötet, Kulturális turizmus [Knowledge Base in Community Culture, Volume XII, Cultural Tourism]. National Institute for Cultural Heritage
8. McKercher, B., Ho, P. S. Y., Du Cros, H. (2005). Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26, pp. 539-548
9. Papp-Váry Á. (2013). A márkanév ereje – Szempontok a sikeres brand építéshez (*The power of branding – Considerations for successful brand building*). Dialóg Campus, Pécs-Budapest
10. Ercsey I. (2019). „Közös az értékteremtés a kulturális szektorban?” (*“Is value creation common in the cultural sector?”*). *Marketing & Management*, 48(3), pp. 36-46
11. Vincze, D. (2019). „Élmények a fiatal fogyasztók közösségi média posztjaiban” (*“Experiences in the social media posts of young consumers”*). *Marketing & Management*, 53(Special Issue), pp. 57-68. DOI: 10.15170/MM.2019.53.EMOK.06
12. Priatmoko, S., Kabil M., Vasa L., Pallás E. I., Dávid L.D. (2021). Reviving an Unpopular Tourism Destination through the Placemaking Approach: Case Study of Ngawen Temple, Indonesia, *Sustainability*, 2021, 13, 6704. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13126704>
13. Richards, G. (2021). Emerging cultural tourism practices: new opportunities for small cities, *Tourism and Rural Development Studies*, 6(4)
14. Szalai K., Michalkó G., Rátz T. (2023). A turizmus válságjelenségei [The crisis phenomena of tourism]. Kodolányi János University, Székesfehérvár
15. Richards, G. (2016). The challenge of creative tourism, *Ethnologies* 38(1-2), pp. 31-42
16. Gonda, T., Rátz, T. (2023). Attitudes and actions in responsible tourism – An analysis of generational differences. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 2023, 46(1), pp. 234-242, DOI 10.30892/gtg.46126-1020
17. Katona, J. (2021). A hazai kastélyhasznosítás problémáinak elemzése, különös tekintettel a Dél-Dunántúli Turisztikai Régióra [Analysis of the problems of castle utilization in Hungary, with special regard to the South Transdanubian Tourism Region]. PhD-thesis, University of Pécs, Faculty of Natural Sciences, Doctoral School of Earth Sciences
18. Petravich, A. (1996). Veszélyeztetett kastélyok és középületek helyreállítása [Restoration of endangered castles and public buildings]. In: Császár, L., Hokkyné, S. M., Holler, M. & Mende, F. (szerk.), *Magyar Műemlékvédelem 1980-1990*, pp. 231-268. Budapest: Akaprint Nyomdaipari Kft.
19. Praznovszky, H. (2005): A kastélyhasznosítás problémái Magyarországon [The problems of castle exploitation in Hungary]. *Turizmus Bulletin*, 9(3), pp. 49-60
20. Nagy, A. (2011). Kastélyok és TDM Észak-Magyarországon [Castles and TDM in Northern Hungary]. In: Hanusz, Á. (szerk.): *A helyi TDM szervezetek szerepe a desztináció turisztikai kínálatának fejlesztésében*, pp. 103-120. Debrecen: Kapitális Nyomda.
21. Fejér County Regional Development Concept 2030. <https://www.fejer.hu/media/65/fe/56/da96f522cd.pdf> downloaded on: 2023.06.11
22. Bichler, B. F. (2021). Designing tourism governance: the role of local residents. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19. 100389
23. Marton, G., Raffay, Z., Varga Szalai, K., Barcza, A., Gonda, T. (2021). Specific problems of tourism development in the Hungarian Areas of the Drava Region/Podravina, 2021, 20(39), pp. 179-191
24. Aubert, A., Csapó, J. (2002). Unique Features of the Tourist Attractions in Hungary's Historical Small Cities: Settlement Dynamics and Its Spatial Impacts. University of Pécs, Department of Tourism, pp. 137-147
25. Berki M., Gonda T. (2006). A kulturális turizmus magyarországi városi helyszíneinek pozicionálása [Positioning urban sites of cultural tourism in Hungary]. *Földrajzi Értesítő*, 2006, Vol. LVF, 1-2, pp. 127-140
26. Katonáné V.B., Kunstár, B., Szekeresné, H.Zs., Szmolkáné B.I., Szverle B., Viszló B. (2019). *Florianától Csákvárig-A Vértess fővárosának története napjainkig (From Florian to Csákvár – The history of the capital of the Vértess to the present days)*. Municipality of Csákvár, 2019.
27. El Archi Y., Benbba B., Nizamatdinova Z., Issakov Y., Vargáné G. I., Dávid L. D. (2023). Systematic literature review analysing smart tourism destinations in context of sustainable development: current applications and future directions. *Sustainability* 15(6), Paper: 5086, pp. 1-15. DOI: doi.org/10.3390/su15065086

Интернет-ресурсы:

<https://kastelyok.eu/content/fej%C3%A9r-megye>
<https://www.csakvar.hu/kult/esterhazy-kastely>
<https://www.karolyi.org.hu/>
<https://karolyikastely.accenthotels.com/hu/felfedezes/kastelylatogatas>
<https://www.facebook.com/pages/Batthy%C3%A1ny-kast%C3%A9ly-Bicske/678726072273615>

УДК 314.9:27(477.87)

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-2>

A KÁRPÁTALJAI MAGYAROK FELEKEZETI MEGOSZLÁSA A SUMMA 2017 FELMÉRÉS EREDMÉNYEINEK TÜKRÉBEN

Molnár József

PhD, a földrajztudományok kandidátusa, docens,

Földrajzi és Idegenforgalmi Tanszék vezetője,

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Beregszász, Ukrajna

ORCID ID: 0000-0002-5178-0305

Scopus-Author ID: 57215741241

Tátrai Patrik

PhD, a tudományos főmunkatárs,

HUN-REN CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest, Hungary

ORCID ID: 0000-0002-7365-1993

Scopus-Author ID: 14054998000

Kovály Katalin

PhD, tudományos munkatárs,

HUN-REN CSFK Földrajztudományi Intézet, Budapest, Hungary;

adjunktus,

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Beregszász, Ukrajna

ORCID ID: 0000-0002-8554-6816

Scopus-Author ID: 56257630400

A vallási összetétel vizsgálatát a posztszovjet térség országaiban, így Ukrajnában és azon belül Kárpátalján is rendkívül megnehezíti a felekezeti megoszlás statisztikai nyilvántartásának, és a vonatkozó népszámlálási kérdéseknek a hiánya. Az ukrainai népszámlálások sorozatos elhalasztása következtében kialakult adathiány mérséklése érdekében 2017-ben a kárpátaljai magyarok körében demográfiai felmérést végeztünk, amely a SUMMA 2017 nevet kapta. Kutatásunk fő célul azt tűzte ki, hogy megbecsülje a Kárpátalján élő magyarok számát és demográfiai jellemzőit, emellett módot adott a nemzetrészi felekezeti összetételére vonatkozó szórványos ismeretek pontosítására is.

A felmérés eredményeként sikerült az eddigi becsléseknél jóval pontosabb képet alkotni a népesebb felekezetek arányáról Kárpátalja magyar népességén belül, mind megyei, mind települési szinten. Tanulmányunkban bemutatjuk a három legszámosabb felekezet, a református, a római katolikus és a görög katolikus elterjedésének a földrajzi sajátosságait a nemzetrészen belül. Kitérünk a vallási összetétel utóbbi évtizedekben végbement változásának a sajátosságaira, illetve azok okaira. Végül elemezzük néhány releváns demográfiai-társadalmi mutató összefüggéseit a felekezeti hovatartozással.

Kutatási eredményeink alapján az mondható el, hogy a kárpátaljai magyarság felekezeti megoszlása eltér a korábbi népszámlálásokban rögzített struktúrától, illetve az egyes egyházak által közölt adatoktól. Ezen változások fő okai a 20. század történelmi kataklizmáiban, valamint a kárpátaljai magyarság demográfiai viszonyainak változásában keresendők. Felmérésünk szerint a kárpátaljai magyarok közel 2/3-a tartozik a református egyházhoz, ami jóval magasabb, mint a korábbi évekre vonatkozó adatok és becslések. Emellett nő az ortodox magyarok száma és aránya is. Ezzel szemben a zsidó közösség szinte teljesen eltűnt Kárpátaljáról, valamint csökkent a római katolikus felekezethez tartozók aránya.

Kulcsszavak: felekezeti megoszlás, SUMMA 2017, kárpátaljai magyarok, a vallási összetétel változása.

КОНФЕСІЙНИЙ СКЛАД УГОРЦІВ ЗАКАРПАТТЯ В ДЗЕРКАЛІ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ «SUMMA 2017»

Молнар Йосип Йожефович

кандидат географічних наук, доцент,
завідувач кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II, м. Берегове, Україна
ORCID ID: 0000-0002-5178-0305
Scopus-Author ID: 57215741241

Татраї Патрік

PhD зі спеціальності Географія, старший науковий співробітник,
Інститут географії Науково-дослідницького центру астрономії та наук про Землю,
м. Будапешт, Угорщина
ORCID ID: 0000-0002-7365-1993
Scopus-Author ID: 14054998000

Коваль Катерина Петрівна

PhD зі спеціальності Географія, науковий співробітник,
Інститут географії Науково-дослідницького центру астрономії та наук про Землю,
м. Будапешт, Угорщина;
старший викладач кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II, м. Берегове, Україна
ORCID ID: 0000-0002-8554-6816
Scopus-Author ID: 56257630400

Вивчення розподілу населення за релігійною ознакою в країнах пострадянського простору, в тому числі в Україні та на Закарпатті, надзвичайно ускладнене відсутністю статистичного відліку конфесійного складу, а також відповідних питань в програмі переписів населення. Для хоча б часткового усунення браку даних, який утворився внаслідок серійного перенесення чергового перепису населення в Україні, в 2017 році проведено демографічне дослідження методом анкетного опитування під назвою «SUMMA 2017». Головною метою дослідження було оцінити чисельність та демографічні характеристики закарпатських угорців, крім того стало можливим уточнити фрагментарні відомості стосовно конфесійного складу етнічної спільноти.

В результаті опитування отримано більш точну та детальну в порівнянні з попередніми оцінками картину щодо частки окремих конфесій серед угорців Закарпаття, як в розрізі області, так і окремих поселень. Представлено географічні особливості поширення трьох найчисельніших релігійних спільнот – реформатської, римо-католицької та греко-католицької. Розглядаються особливості змін релігійного складу за останні десятиріччя, а також їхні можливі чинники. На завершення проаналізовані взаємозв'язки окремих соціально-демографічних показників із конфесійною приналежністю.

Ключові слова: конфесійний склад, SUMMA 2017, угорці Закарпаття, зміна релігійного складу.

THE RELIGIOUS COMPOSITION OF THE ETHNIC HUNGARIANS IN TRANSCARPATHIA BASED ON THE SURVEY 'SUMMA 2017'

Molnár Yosyp

PhD in Earth Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Geography and Tourism,
Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehove, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-5178-0305
Scopus-Author ID: 57215741241

Tátrai Patrik

PhD in Geography, Senior Research Fellow,
Geographical Institute, HUN-REN Research Centre for Astronomy and Earth Sciences,
Budapest, Hungary
ORCID ID: 0000-0002-7365-1993
Scopus-Author ID: 14054998000

Kovály Katalin

PhD in Geography, Research Fellow,
Geographical Institute, HUN-REN Research Centre for Astronomy and Earth Sciences,
Budapest, Hungary;
Assistant Professor of the Department of Geography and Tourism,
Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehove, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-8554-6816
Scopus-Author ID: 56257630400

The study of the religious composition in the countries of the post-Soviet space, including Ukraine and Transcarpathia, is made extremely difficult by the lack of statistical records of the religious breakdown and the absence of relevant census questions. In order to fill the data gap caused by the repeated postponement of censuses in Ukraine, we conducted a demographic survey of ethnic Hungarians in Transcarpathia in 2017, called SUMMA 2017. The main objective of the survey was to estimate the number and demographic characteristics of Hungarians living in Transcarpathia, and to provide a more precise estimate of the sporadic knowledge of the denominational composition of them.

As a result of the survey, it was possible to obtain a much more accurate picture of the proportion of the largest denominations within the Transcarpathian Hungarians, both at county and settlement level, than previous estimates. The geographical distribution of the three most numerous denominations, Reformed, Roman Catholic and Greek Catholic, in the region are presented. The specificities of the changes in the religious composition in recent decades and their causes are discussed. Finally, we analyse the correlation of some relevant socio-demographic indicators with denominational affiliation.

Based on the results of our research, it can be stated that the religious composition of the Hungarian population in Transcarpathia differs from the structure recorded in previous censuses and from the data reported by the individual churches. The main reasons for these changes can be found in the historical cataclysms of the 20th century, as well as in the changing demographic conditions of Transcarpathian Hungarians. According to our survey, nearly 2/3 of the Hungarians in Transcarpathia belong to the Reformed Church, which is much higher than the data and estimates for previous years. In addition, the number and proportion of Orthodox Hungarians also increased. In contrast, the Jewish community almost completely disappeared from Transcarpathia, and the proportion of those belonging to the Roman Catholic denomination decreased.

Key words: religious affiliation, SUMMA 2017, Hungarians in Transcarpathia, proportion of denominations, Ukraine.

Bevezetés

A vallások jelentősége a XX–XXI. század folyamán számottevően csökkent ugyan, de továbbra is fontos szerepet játszanak sokak életében, továbbá igaz ez a társadalom, a kultúra egészére is. Sőt, ha Huntington elméletére gondolunk, aki a jelenlegi világpolitikai folyamatok egyik meghatározójának a „civilizációk” összecsapását, a „civilizációk” egyik alapjának pedig a vallást tekintette [1], akkor a vallási összetétel, a vallásföldrajz globálpolitikai hatása is evidens.

A vallási összetétel vizsgálatát a posztszovjet térség országaiban, így Ukrajnában és azon belül Kárpátalján is rendkívül megnehezíti a felekezeti megoszlás statisztikai nyilvántartásának, és a vonatkozó népszámlálási kérdéseknek a hiánya. Kárpátalján legutóbb az 1941-es magyar népszámlálás alkalmával végeztek ezirányú teljeskörű felmérést, az eltelt évtizedek, illetve az azalatt végbement történelmi események, folyamatok azonban jelentős változásokat eredményeztek a népesség felekezeti szerkezetében is.

A kutatás célja

Ukrajnában 2001-ben tartották a legutóbbi népszámlálást, ezért 2017-ben – a népszámlálások sorozatos elhalasztása következtében kialakult adathiány mérséklése érdekében – demográfiai felmérés lebonyolítása mellett döntöttünk,¹ amely a SUMMA 2017 nevet kapta. A kutatás elsősorban a Kárpátalján élő magyarok számának és demográfiai jellemzőinek a feltárására irányult, de célul tűztük ki néhány egyéb releváns mutató, így a nemzetiség felekezeti összetételére vonatkozó szórványos ismeretek pontosítását is. A SUMMA 2017 adatbázisán alapuló jelen munka célja a kárpátaljai magyarok vallási összetételének a közösség egészére vonatkozó, illetve települési bontású jellemzése, az utóbbi évtizedekben abban bekövetkezett változások tényezőinek azonosítása, valamint a fontosabb demográfiai-társadalmi mutatók felekezeti hovatartozással való összefüggéseinek feltárása.

Szakirodalmi áttekintés: Kárpátalja felekezeti összetétele

A SUMMA 2017 vizsgálati módszereinek, illetve felekezeti eredményeinek a bemutatása előtt tekintsük át röviden a megye egészének a vallási összetételét az eddig hozzáférhető források alapján!

Népszámlálási adatok híján milyen adatokra támaszkodhatott a felmérés előtt a kutató? Bizonyos támpontot jelenthettek a mégoly régi népszámlálási adatok [2]. Továbbá, alapozhattunk az érintett egyházak prominensei által publikált adatokra [3, 4, 5], illetve nem publikált egyházi forrásokra is. Szóba jöttek átfogó szociológiai felmérések, amelyek megfelelő módszertan és mintanagyság esetén elfogadható szintre tudták leszorítani a hibahatárt. Az átfogó vizsgálatokat jól kiegészítették részleges települési szintű népességföldrajzi vizsgálatok, valamint helyi

közigazgatási hivatalok, prominens adatközlők információi is.

A különböző módszerek, adatok alapján végzett becslések egyetértenek abban, hogy Kárpátalja legszámosabb felekezete az ortodox, más néven görög keleti, vagy ahogy magukat nevezik, pravoszláv. Számukat 7–800 ezerre teszik [6, 7, 8]; pravoszláv vallású az ukránok közel kétharmada, az oroszok zöme és a románok egy része is. A magyarok között csupán egy görög keleti gyülekezetet tartanak számon: a Nagyszőlősi járási Tiszabökenyben. Ukrajna területén jelenleg több ortodox egyház is működik. A megyében élő ortodoxok zöme – az orosz–ukrán háború dacára – az Ukrán Pravoszláv Egyház (korábbi nevén Ukrán Pravoszláv Egyház (Moszkvai Patriarchátus)) fennhatóságát ismeri el.

A hívek száma alapján a második helyen a görög katolikus egyház áll. A második világháború előtt Kárpátalján a legtöbb hívőt egyesítő egyházat 1949-ben a szovjet rendszer betiltotta, és erőszakkal beolvasztotta a pravoszlávba [5]. A rendszerváltáskor újjászerveződött és újra törvényesített görög katolikus egyházhoz a korábbi híveinek, illetve azok leszármazottainak csak egy része tért vissza, nagyobb része viszont maradt az évtizedeken át már megszokott ortodox hitnél (a magyar anyanyelvű egykori görög katolikusok körében az ortodoxiánál maradás tömegesen csak a fentebb említett Tiszabökenyben volt jellemző). A meglehetősen tág intervallumban, általában 220–340 ezer főre [7, 8, 9], de egyes forrásokban 400 ezresre [5] becsült közösség zömében szintén ukrán, de a magyarok és a románok egy része is görög katolikus [7, 10]. A felekezet legtöbb híve Ungváron (közel 40 ezer) és Munkácson (21 ezer) él.

A reformátusok számát a korábbi egyházi adatok alapján kb. 77 ezer főre becsülik [7]. A reformátusok túlnyomó többsége magyar, a kárpátaljai nemzetiség többsége a nevezett felekezethez tartozik. Rajtuk kívül a cigányság körében vannak még nagyobb számban reformátusok, ami az egyház rendszerváltást követő intenzív missziós munkájának az eredménye. A síkvidéki magyar falvak zöme református többségű.

A római katolikus egyház híveinek a számát Kárpátalján 40 ezerre tesszük, de más források

¹ A felmérést lebonyolító kutatócsoport tagjai:

Tátrai Patrik, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet, kutatásvezető;

Erőss Ágnes, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet;

Ferenc Viktória, Nemzetpolitikai Kutatóintézet;

Jakab Natália, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola;

Kovács Katalin, MTA CSFK Földrajztudományi Intézet;

Molnár József, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola;

Molnár D. István, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola;

Rákóczi Krisztián, Nemzetpolitikai Kutatóintézet.

60 ezer körüli értékeket említenek [4, 6]. Ezek többsége magyar, bár az összmagyarságtól eltérően, a kárpátaljai magyarok körében a római katolikus egyház csupán a második legszámsabb felekezetet alkotja. Rajtuk kívül vannak szlovák, német, és ukrán katolikusok is. Katolikus a városokban élő magyarok többsége, valamint ők teszik ki a Felső-Tisza-vidék szórvány-magyarságának a túlnyomó részét is.

A megyében a felsoroltakon kívül számos kisebb újprotestáns egyház működik, melyek közül a baptisták, a Jehova Tanúi és az adventisták a legnépesebbek. A kisegyházak híveinek a számáról nincsenek valamennyire is hiteles ismereteink; valószínűleg a szovjet idők illegalitása örökségeként máig sem szívesen szolgáltatnak ki adatokat. Becslések szerint, egyenként legfeljebb 10 ezer körül lehet az egyháztagnak száma, és a hívek között egyaránt megtaláljuk Kárpátalja mindegyik jelentősebb nemzetiségét [7].

A második világháborúig nagyszámú (1941-ben 116 ezer fős [11]) kárpátaljai zsidóság a deportálások és a kivándorlás következtében mára töredékére, kb. 2 ezer főre fogyatkozott. Túlnyomó részük a városokban él.

Végül néhány szót a nem vallásosokról ateistákról. Ezek számának a meghatározását bonyolítja (a népszámlálási mellőzöttség mellett) az istenhit, illetve az ateista meggyőződés sokféle átmeneti fokozata, formája, valamint azok egyértelmű elhatárolásának a számos embernél jellemző hiánya. Kárpátalján a nem vallásosok aránya a különböző közvetett források alapján (pl., Csernicskó és Soós [12]) mindössze 4–5%-ra tehető. A felekezet nélküliek azonban ennél jóval többen, akár 10–20%-nyian is lehetnek.

Kutatási módszerek

Mivel hasonló volumenű demográfiai felmérés még nem készült a Kárpát-medencei magyarok körében (illetve tudomásunk szerint e kutatás általánosságban is úttörő a maga nemében), nem állt rendelkezésre kidolgozott módszertan a megvalósításra. A felmérés módszereit magunk dolgoztuk ki, és finomítottuk a kutatás közben felmerült problémák nyomán.

A demográfiai adatfelvétel Kárpátalja 111 magyarlakta településére terjedt ki, ahol a 2001-es népszámlálás szerint legalább 100 magyar

nemzetiségű lakost regisztráltak. Ezeken a településeken 2001-ben összesen 149 ezer magyar nemzetiségű lakos élt, a kárpátaljai magyarok akkori lélekszámának 98,4%-a. A terepi kutatás 312 mintavételi ponton zajlott, és lefedte a kárpátaljai magyarság 2001-es létszámának 15%-át. Az egy településre eső mintavételi pontok számát a 2001-es népszámlálás alapján a magyar lakosság eloszlásának függvényében határoztuk meg. Ily módon átlagosan 500 kárpátaljai magyarra (2001-es adatok szerint) jutott egy mintavételi pont. Egy mintavételi pont 20 – részben vagy teljesen – magyar háztartásból állt, amelynek összes tagjáról (beleértve a 2001 óta elvándoroltakat és elhunytakat) begyűjtöttük a vonatkozó alapszolgáltatásokat. A kérdezőbiztosok az adott mintavételi pont összes háztartásában rákérdeztek a háztartás minden lakosának nemére, születési évére, nemzetiségére, anyanyelvére, felekezetére, legmagasabb iskolai végzettségére, fő foglalkozására, az 1 hónapot meghaladó külföldi tartózkodás hosszára és helyére, valamint a legutóbbi, 2001-es népszámlálás időpontjában az életvitelszerű tartózkodási helyére.

A kutatás egyik kardinális kérdése a mintavételezés volt. Vizsgálatainkhoz – tekintettel a kárpátaljai magyarok települési viszonyaira – háromféle mintavételi módszert alkalmaztunk:

- A magyar többségű településeken területi alapút, amelybe egymás mellett élő (területileg összefüggő) 20 magyar család (háztartás) került.
- A nagyobb városokban (Ungvár, Munkács), ahol a magyarság nem egy tömbben, hanem általában szétszórva él, népességregiszterekből történt a mintavételezés. Ennek során egy, az ezredfordulón összeállított népességregiszterből leválogattuk az adott település jellemző magyar családneveit, és az így kapott listáról lettek véletlenszerűen kiválasztva a kérdezőbiztosok által lekérdezendő háztartások.
- A szórványtelepüléseken, ahol az etnikai vegyesség miatt nem feltétlenül viselnek magyar családneveket a magyarok, a „területi hólabda” módszerét alkalmaztuk, amikor is egy adatközlőtől elindulva mindig a legközelebbi magyar háztartás került lekérdezésre az előző adatközlő információja alapján (összesen itt is 20 magyar háztartás alkotott egy mintavételi pontot).

A lekérdezés 2017 nyarán valósult meg. A felmérés során összesen 23 033 személy adatait sikerült rögzíteni. A 2017-ben a mintaterületeken élő magyar nemzetiségűek száma 18 553 volt, akiknek 6,6%-a többes etnikai kötődést deklarált. A magyar népesség számát a mintába került népesség természetes szaporodása, migrációs egyenlege és asszimilációja alapján számítottuk ki a 2001-es népszámlálás adatainak továbbvezetésével (részletesen: [13]).

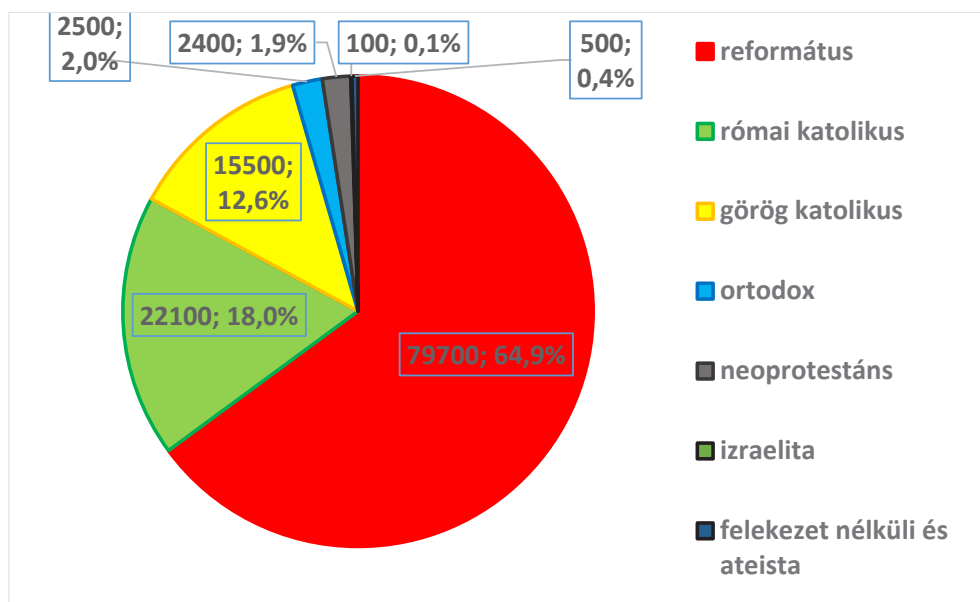
Eredmények

A kárpátaljai magyarok felekezeti összetétele 2017-ben

A SUMMA 2017 felmérés alapján a kárpátaljai magyarok 64,9%-a, közel 80 ezer fő reformátusnak bizonyult (1. ábra). Az eredmény összhangban volt más felmérések 64–69%-os eredményeivel [14, 15], valamivel többnek adódott viszont a Kárpátaljai Református Egyházmezgye által nyilvántartott 77 ezernél: az eltérést döntően a passzív hívek adhatták, akik nem fizetnek egyházfenntartói járulékot, nem vesznek részt egyházi alkalmakon, de keresztes, családi hagyomány alapján, vagy egyéb okból reformátusként lettek összeírva. Az adatok a reformátusok arányának az emelkedését mutatták az 1930-as

csehszlovák népszámlálás eredményeihez képest (a változások követéséhez célszerűbbnek láttuk ennek a censzusnak az adatait alkalmazni, mivel akkor a kárpátaljai magyarság – hasonlóan a jelenlegi helyzethez – kisebbségben volt, ellentétben az 1941-es magyar népszámlálással), amikor a nemzetrész 59,5%-a volt református [2]. A növekedés hátterében elsősorban az állhat, hogy a magyarságon belül a tömbben élők részesedése fokozatosan nő, míg a szórványban élőké csökken, és a református egyház elsősorban a tömbben dominál [16].

2017-ben Kárpátalja síkvidékén, a magyar nyelvterületen közel 70 ezer református élt, ebből 27 ezren a Beregszászi járásban². A síkvidéki magyar falvak népessége zömmel református, de igaz ez az itteni városok magyarságára is (2. ábra). A legtöbb református Beregszászban élt, számuk a SUMMA 2017 alapján 5600 közelében volt, bár a református egyház nyilvántartásában csak kb. ennek a számnak a fele szerepelt. A felmérés által második helyre sorolt Nagydobrony (Ungvári járás) magyar lakossága (közel 4600 fő) szinte egyöntetűen református volt. Az egyházi nyilvántartás a hívek számát ekkor több mint 5000 főre tette. Az eltérés nagyrészt abból



1. ábra. A kárpátaljai magyarok felekezeti megoszlása (a SUMMA 2017 felmérés eredményei alapján)

² A munkában a 2020-as közigazgatási reformot megelőző közigazgatási beosztást használjuk, tekintve, hogy a vizsgálatok időpontjában az volt érvényben.

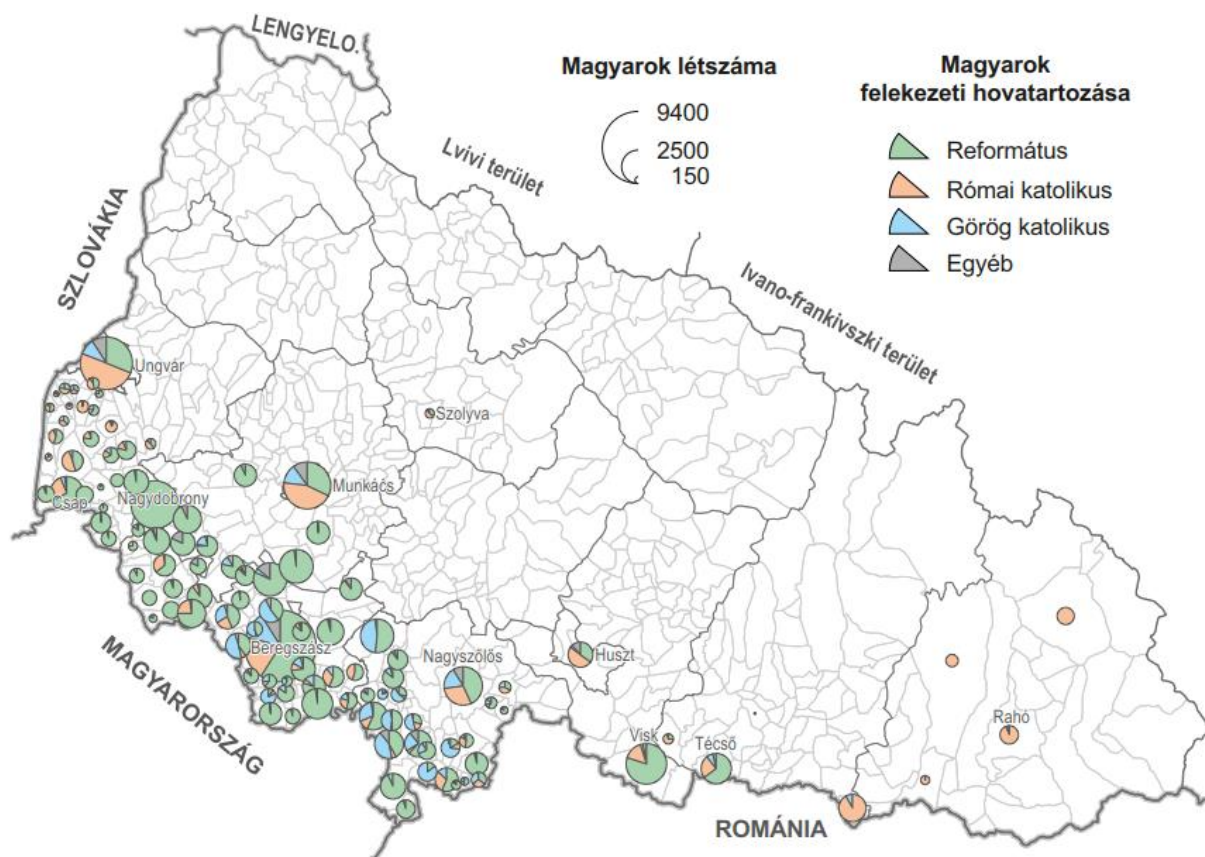
származhatott, hogy az egyház a már régóta életvitelszerűen külföldön élő, de az egyházfenntartói járulékot fizető tagokat továbbra is nyilvántartja. A kálvini tanítás követői nagy számban élnek még Viskén (Huszt járás; 2800 fő), Dercenben (Munkácsi járás; 2400), Váriban (Beregszászi járás; 2000) és Gáton (Beregszászi járás; 2000). Összességében a reformátusok Kárpátalja 73 magyarlakta településén alkotnak többséget a magyarság körében (Melléklet).

A várakozásnak megfelelően a második legszámosabb felekezet 2017-ben is a római katolikus volt. Arányuk azonban az 1930-as 22,2%-hoz képest [2] visszaesett: a 22 ezer fő a kárpátaljai magyarok 18,0%-át tette ki (1. ábra), de a kapott érték illeszkedett a más források által becsültek közé [14]. Az eltelt évtizedek visszaesését elsősorban az magyarázhatja, hogy a római katolikus hívek zöme város lakó, akiket markánsabban érintett az elvándorlás, illetve hogy a 2. világháború óta eltelt időszakban a Felső-Tisza-vidéki,

döntően római katolikus magyarok számát az asszimiláció nagyobb mértékben csökkentette, mint a tömbterületen élőkét.

2017-ben a római katolikus egyház magyar híveinek csupán 46%-a, alig több mint 10 ezer fő élt a magyar etnikai tömb területén. A magyarok körében többséget alkotnak viszont a nagyvárosokban, illetve a nagyrészt a Felső-Tisza-vidéken összpontosuló szórvány településeken. Ennek történelmi okai vannak: a reformáció korában a mai Kárpátalja területén élő magyarok zöme önként, vagy nem egészen, magáévá tette a kálvini tanokat, viszont a szórványvidékre, illetve a városokba később települt német, magyar és szlovák gyökerű lakosok többsége katolikus volt [17].

2017-ben a legtöbb magyar katolikus Ungváron (2700 fő) és Munkácson (2000) élt, ahol a magyarok 50, illetve 45%-át alkották (Melléklet). Beregszászban viszont csupán a magyar lakosság 20%-a volt római katolikus, azaz 1900



2. ábra. A kárpátaljai magyarok felekezeti megoszlása településenként (a SUMMA 2017 felmérés eredményei alapján)

fő. A Felső-Tisza-vidék felekezetiileg egységes magyar közösségei közül létszámában az aknaszlatinai emelkedik ki, ahol a 2017-es felmérés közel 1600 római katolikust talált, ami az ott élő nemzetrész 91%-át jelentette. Jelentős visszatesztet detektáltunk Nagyszőlősen, ahol 1941-ben a magyarok többsége római katolikus volt (több mint 1500 fő [2]), míg a SUMMA 2017 eredményei szerint csupán a 30%-uk, és alig több mint 900 fő volt a hívek száma. Említsük meg még a magyarság azon szórványközösségeit (a Rahói járásbeli Gyertyánligetet, Körösmezőt, Nagybocskót és Rahót), ahol a közösséghez tartozás és a magyar identitás elsősorban a római katolikusághoz fűződik. Ezen településeken a felekezet aránya a magyarok között közelíti a 100%-ot, és az egyház nem csak a hitéletet szervezi, de oktatási és szociális intézményfenntartó feladatokat is ellát, egyes esetekben pedig a templom a nyilvános magyar nyelvhasználat utolsó színtere [18, 19].

A magyar görög katolikusok aránya, amely 12,6%-nak adódott, gyakorlatilag nem változott 1930 óta (akkor 12,4% volt [2]), a lélekszámuk 2017-ben meghaladta a 15 ezret. Más források ennél alacsonyabb, 8–12% közötti [14], de ennél magasabb, 23–24 ezer fős értékekkel is számoltak [5]. Az arány szinten maradását – az egyház szovjet időkben való betiltása ellenére – az ugocsai görög katolikusok magasabb természetes szaporulata magyarázhatja. A magyar görög katolikusok zöme a síkvidéken, a Beregszászi és Nagyszőlősi járásban élt 2017-ben.

A SUMMA 2017 legszámosabbnak a salánki (Nagyszőlősi járás) görög katolikus közösséget találta, ahol több mint 1100 magyar görög katolikus élt, ami a település magyar lakosságának közel felét jelentette (Melléklet). Közel ennyien voltak Beregszászban is, de itt ez csupán a magyarok 12%-ának felelt meg. Jelentős, 700–800 fős görög katolikus közösség élt Tiszabökenyben, Batáron (Nagyszőlősi járás), Beregdédán és Makkosjánosiban (Beregszászi járás), Batáron abszolút többséget, a másik háromban pedig a magyar lakosság közel felét alkotva. Az ugocsai Csepe (Nagyszőlősi járás) érdekessége, hogy a kétezer fős falu lakosainak zöme szilárdan görög katolikus, viszont a nemzeti hovatartozás

tekintetében gyakoriak az átmeneti, illetve a szituatív formák (a SUMMA 2017 felmérés ottani válaszadóinak 22,6%-a jelölt kettős identitást). Összességében, a magyar görög katolikusok csepei számát a felmérés 600 főnek adta.

Némileg meglepő volt a két és félezres (2,0%) ortodox közösség megjelenése a magyarok között, akik száma és aránya 1930-ban elenyésző volt (10 fő, 0,0% [2]). Ezek részben a vissza nem tért görög katolikusok (például, Tiszabökenyben élnek ilyenek nagyobb számban, felmérésünk szerint több mint 200 fő), részben az etnikailag és vallásilag is vegyes származású városi magyarok közül kerültek ki (ők jellemzően Beregszász, Ungvár, Nagyszőlős, Munkács lakosai). Esetenként, főleg a nagyobb városokban, olyan ukrán gyökerű, korlátozott magyar nyelvi kompetenciával rendelkező népességet sejtethetünk a háttérben, akik a magyar állampolgárság felvétele nyomán vallották magukat kettős identitásúnak.

Elterjedtek a kárpátaljai magyarok körében egyes neoprotestáns kisegyházak is, elsősorban a Jehova Tanúi és a baptisták. 1930-ban közülük csupán a baptisták képviseltek kimutatható arányt (0,2% [2]). Kis létszámuk miatt egy SUMMA 2017 jellegű mintavételen alapuló felmérés csak jelentős hibalehetőségekkel képes képet adni a lélekszámuk és a területi elhelyezkedésük vonatkozásában. A felmérés szerint a kárpátaljai magyarság körében 2000 fő fölött voltak a neoprotestáns egyházak hívei. Elsősorban a városokban (Munkács, Ungvár, Beregszász) érte el a számuk a 100–200 főt, de egyes falvak esetében is találtunk hasonlóan népes közösségeket (így a Beregszászi járási Gáton és Rafajnaújfaluiban, vagy a Munkácsi járási Szernyén).

Az 1930-as csehszlovák népszámlálás alkalmával a kárpátaljai magyarok 5,1%-a volt izraelita vallású [2]. A holocaust, majd a tömeges kivándorlás következtében jelenleg a közösség lélekszáma és aránya a mérhetőség határára csökkent: a SUMMA 2017 felmérés alapján a kárpátaljai magyarok 0,1%-a tartozott az izraeliták közé.

Az ateisták, illetve felekezet nélküliek számát a SUMMA 2017, hasonlóan az 1930-as népszámláláshoz, 1% alá mérte. Közismert ezek alacsony aránya Kárpátalján [12], ám ez az érték

ahhoz képest is alulbecslésnek látszik. Ennek okát elsősorban abban látjuk, hogy az adatok nem csak közvetlen, személyes lekérdezés útján lettek felvéve, hanem közvetett úton is, családtagok, szomszédok közlése alapján. Ilyenkor a vallás gyakran beleszületési, keresztelési alapon lett rögzítve, még ha az illető egyáltalán nem is gyakorolta azt.

A felekezet és egyes demográfiai-társadalmi mutatók összefüggései

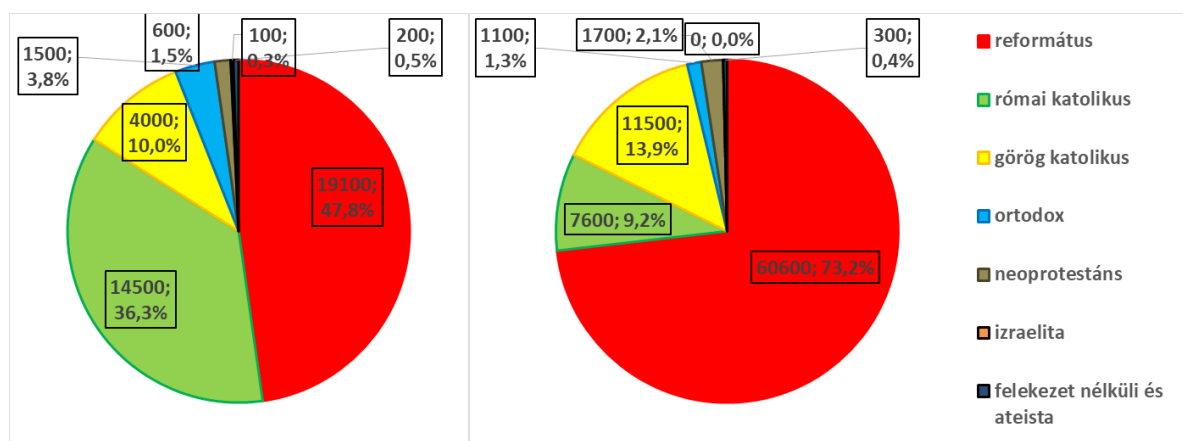
A SUMMA 2017 kutatás során a vallási összetételt a kárpátaljai magyarság alcsoportjain belül is elemeztük. Város–falú relációban számottevőnek adódott az eltérés. A városi lakosság körében a reformátusok csupán relatív többséget alkottak, a római katolikusok aránya viszont meghaladta az egyharmadot (3. ábra). Átlagon alulinak adódott a városokban a görög katolikusok, valamint az újprotestánsok aránya is, viszont az ortodoxok, izraeliták, felekezet nélküliek és ateisták aránya nagyobbak. A falusi népesség mutatóira, értelemszerűen, mindennek a fordítottja igaz. A reformátusok a falusi magyarok közel háromnegyedét, a római katolikusok kevesebb mint egytizedét alkották, számuk és arányuk a görög katolikusokét sem érte el.

Megvizsgáltuk a számosabb felekezetek nem és kor szerinti összetételét. A négy nagyobb közösség (református, római és görög katolikus, ortodox) nemi összetétele jelentősen nem tért el a kárpátaljai magyarok egészére kapottól: a nők aránya 52,4 és 53,0% közé esett (4.

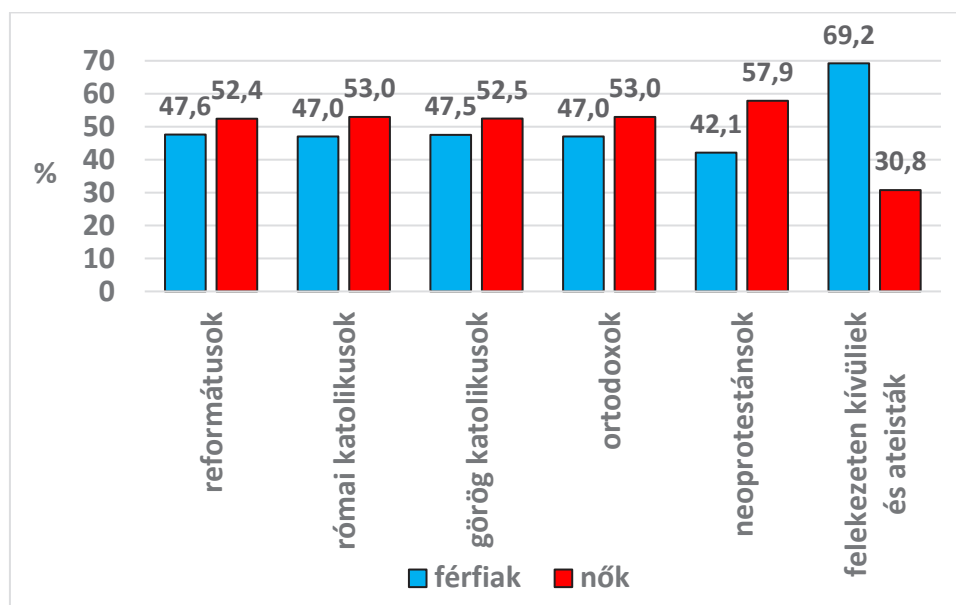
ábra), miközben a teljes közösségre vonatkozó érték 52,6% volt [16]. Az újprotestáns kisegyházak körében viszont a nőtöbbség jelentősebbnek bizonyult, hisz a hölgyek adták a hívek 57,9%-át. Ez azzal függhet össze, hogy a nők általában nagyobb fokú vallási aktivitást tanúsítanak, ami a kisegyházak körében, a történelmiekhöz viszonyítva, fokozottabb elvárás. Másrészt, szerepet játszhat az is, hogy a nők körében eredményesebb a térítő munka úgy általában, és így a kisegyházak által folytatott is. A vallási aktivitás fent említett nemi különbsége magyarázhatja a felekezeten kívüliek és ateisták közötti számottevő férfi túlsúlyt, akik aránya 2017-ben 69,2% volt (4. ábra).

A legnagyobb felekezet, a református, híveinek átlagéletkora 2017-ben, értelemszerűen, alig tért el a teljes kárpátaljai magyar népesség 40,9 éves értékétől (5. ábra). A római katolikusoké viszont átlagon felülinek bizonyult, ami azzal függhet össze, hogy a felekezet hívei inkább az elvándorlás által erősebben érintett, idősebb korszakozott városokban, illetve az intergenerációs asszimiláció által érintett szórványban élnek. A görög katolikusok valamivel fiatalabb korszakozete viszont a kedvezőbb születési mutatókkal jellemzett ugocsai részeken való tömegesebb jelenlétükkel magyarázható.

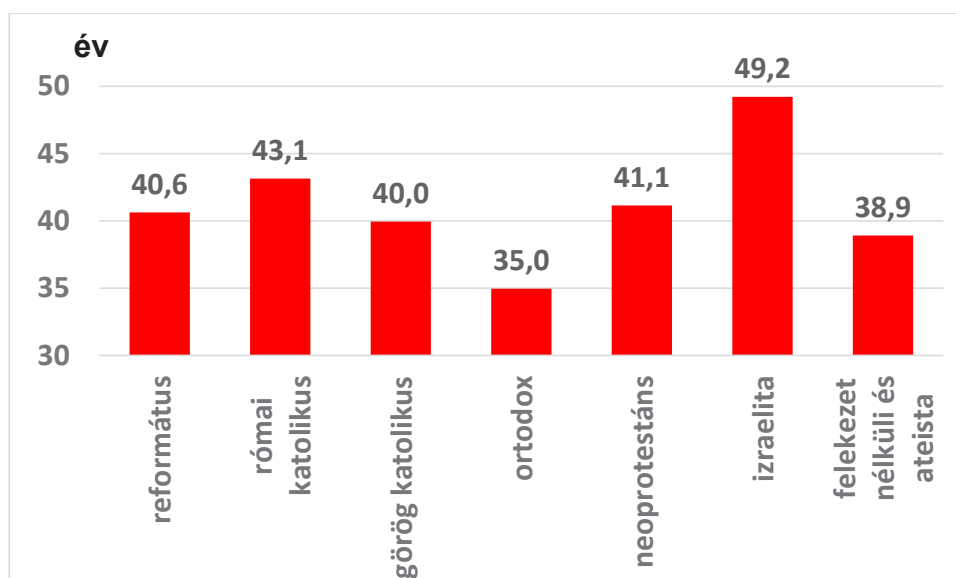
Az ortodox felekezet meglepően fiatal, 35,0 éves átlagéletkorát az magyarázhatja, hogy jelentős közöttük a vegyes házasságokból származó fiatalok részaránya. Az újprotestáns



3. ábra. A városi (bal oldalon) és falusi (jobb oldalon) kárpátaljai magyar népesség felekezeti megoszlása (a SUMMA 2017 felmérés eredményei alapján)



4. ábra. A számosabb kárpátaljai magyar felekezetek híveinek nemi megoszlása (a SUMMA 2017 felmérés eredményei alapján)



5. ábra. A számosabb kárpátaljai magyar felekezetek híveinek átlagéletkora (a SUMMA 2017 felmérés eredményei alapján)

kisegyházak híveinek átlagéletkora az átlag közelében alakult, viszont a kislétszámú szórványként fennmaradt izraelita közösségé az 50 évet közelítette. Ez részben a kis lélekszámból adódóan fokozódó véletlen hibáknak tudható be, másrészt az intenzív kivándorlás vihette el a felekezet fiatalabb képviselőit. A felekezet nélküliek, illetve ateisták átlagéletkora viszonylag alacsonynak adódott, de a csoport kis létszáma itt is óvatosságra int a messzemenő következtetések levonását illetően.

A felmérés eredményeként sikerült különbségeket feltárni a számosabb felekezetek végzettség szerinti összetételében. Kedvezőbb mutatóikkal kiemelkednek a városokban felülreprezentált római katolikusok és ortodoxok: 2017-ben a felsőfokú végzettségük aránya a felnőttkorú népesség körében mindkét felekezetenél 23%, a szakközépiskolával rendelkezőké 33% közelében volt (6. ábra). Őket a görög katolikusok követték, akik között a felsőfokú végzettségük aránya ugyancsak meghaladta a 16%-os

kárpátaljai magyar átlagot, a szakközépiskolai végzettségűeké pedig annak közelében alakult (27% [16]).

A reformátusok képzettségi mutatói némileg az átlag alatt maradtak, ami elsősorban a felsőfokú és szakközépiskolai végzettségűek alacsonyabb arányában mutatkozott meg. A SUMMA 2017 felmérés alapján a neoprotestáns kisegyházak hívei körében bizonyultak a képzettségi mutatók a legkedvezőtlenebbeknek: a diplomások aránya a 10%-ot sem érte el, és az érettségi-vel sem rendelkezők részaránya is itt volt a legmagasabb.

Összességében, a felekezetek képzettségi mutatóiban kimutatható eltéréseket elsősorban a városlakók különböző aránya magyarázza a hívek között.

Konklúziók

A SUMMA 2017 kutatás eredményei alapján a kárpátaljai magyarság felekezeti összetételét illetően az alábbi főbb megállapítások tehetők:

- A három legszámasabb felekezetnek a várokozásnak megfelelően a református, a római katolikus és a görög katolikus bizonyult.
- Azonban az utóbbi évtizedekben a kárpátaljai magyarság felekezeti összetételében történtek jelentős változások, amelyek részben

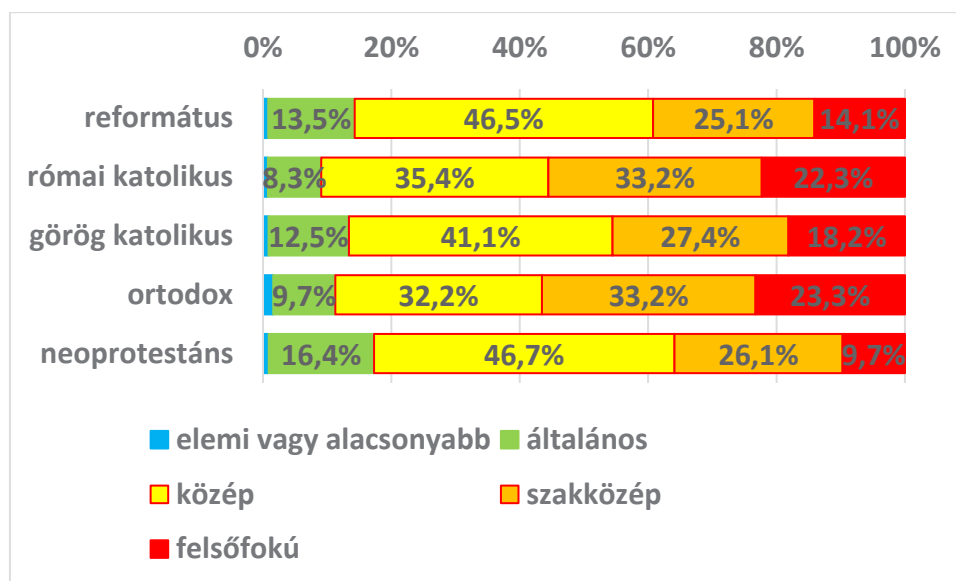
a történelmi kataklizmákra vezethetők vissza, részben pedig arra, hogy a magát magyarnak valló népesség egyre nagyobb hányada él a magyar tömb területén, míg a szórvány részese-dése csökken. Mindezek következtében szinte eltűnt az izraelita közösség, csökkent a római katolikusok aránya, emelkedett a reformátusoké, valamint számottevővé vált az ortodox felekezet képviselőinek száma és aránya.

- A városlakók körében jóval magasabb a római katolikusok, az ortodoxok, valamint az ateisták és felekezet nélküliek aránya, a falusiak között pedig a reformátusoké.

- A népesebb vallási közösségek nemi összetétele jelentősen nem tért el, kivéve a neoprotestáns kisegyházakat, akiket számottevő nőtöbbség, illetve az ateistákat és felekezet nélkülieket, akiket férfítöbbség jellemzett.

- Az ortodoxok, felekezet nélküliek és ateisták átlagosan fiatalabb, az izraeliták és római katolikusok idősebb korszerkezetet mutattak a kárpátaljai magyarok átlagánál.

- Az urbánusabb római katolikus és ortodox felekezetek híveinek a kárpátaljai magyar átlagnál sokkal jobb a képzettségi mutatói, míg az újprotestáns kisegyházak követőinek – ellenkezőleg.



6. ábra. A számosabb kárpátaljai magyar felekezetek 18 éven felüli híveinek megoszlása végzettség szerint (a SUMMA 2017 felmérés eredményei alapján)

Melléklet

A magyar lakosság felekezeti összetétele Kárpátalja magyarlakta településein 2017-ben (a SUMMA 2017 felmérés alapján). Az állandó lakosság a 2001-es népszámlálás, a magyarság száma és a számosabb felekezetek aránya a SUMMA 2017 felmérés eredményei alapján.

A városi típusú települések nevei félkövér, a városokéi félkövér aláhúzott betűtípussal szedve

Település	Közigazgatási egység	Állandó lakosság (2001)	Magyarok száma (2017)	Református, %	Római katolikus, %	Görög katolikus, %	Egyéb, %
1	2	3	4	5	6	7	8
<u>Beregszász</u>	Beregszászi j.	26 050	9410	59	20	12	9
Asztély	Beregszászi j.	677	605	86	6	8	0
Badaló	Beregszászi j.	1714	1601	98	0	0	2
Balazsér	Beregszászi j.	816	712	44	2	54	0
Bátyu	Beregszászi j.	3023	1632	93	0	2	5
Bene	Beregszászi j.	1409	1091	56	33	11	0
Beregdéda	Beregszászi j.	2013	1465	40	6	49	5
Beregsom	Beregszászi j.	1091	873	95	0	2	3
Beregújfalu	Beregszászi j.	1926	1183	89	0	2	9
Bótrágy	Beregszászi j.	1846	1137	64	34	0	2
Csetfalva	Beregszászi j.	755	717	54	26	16	4
Csonkapapi	Beregszászi j.	929	743	99	0	0	1
Gát	Beregszászi j.	3122	2435	81	1	4	14
Gút	Beregszászi j.	1353	973	87	4	2	7
Halábor	Beregszászi j.	752	616	95	5	0	0
Hetyen	Beregszászi j.	761	641	99	0	0	1
Kígyós	Beregszászi j.	895	812	86	8	3	3
Kisbakos	Beregszászi j.	988	439	84	11	0	5
Kisbégány	Beregszászi j.	1300	810	96	1	2	1
Kisharangláb	Beregszászi j.	797	590	93	0	0	7
Macsola	Beregszászi j.	675	516	62	12	26	0
Makkosjánosi	Beregszászi j.	2030	1375	39	1	52	8
Mezőgecse	Beregszászi j.	1030	775	84	1	14	1
Mezőkaszony	Beregszászi j.	2338	1830	74	23	2	1
Nagybakos	Beregszászi j.	854	263	74	26	0	0
Nagybakta	Beregszászi j.	1047	307	58	0	32	10
Nagybégány	Beregszászi j.	1893	1401	44	22	29	5
Nagybereg	Beregszászi j.	2540	1665	96	0	2	2
Nagyborzsova	Beregszászi j.	1502	1273	80	6	14	0
Nagymuzsaly	Beregszászi j.	2086	1362	73	10	13	4
Papitanya	Beregszászi j.	210	208	83	0	0	17
Rafajnaújfalu	Beregszászi j.	974	701	81	1	0	18
Sárosoroszi	Beregszászi j.	895	742	55	44	0	1
Tiszacsoma	Beregszászi j.	916	653	10	9	81	0
Vári	Beregszászi j.	3147	2082	97	0	1	2
Zápszony	Beregszászi j.	1799	1471	90	7	0	3
<u>Huszt</u>	Huszt j.	28 559	1487	35	50	3	12
Visk	Huszt j.	8142	3473	80	15	2	3
<u>Munkács</u>	Munkácsi j.	81 637	6455	32	45	13	10
Barkaszó	Munkácsi j.	2236	1102	75	2	19	4
Beregrákos	Munkácsi j.	3280	1215	93	0	0	7
Csongor	Munkácsi j.	2265	1824	93	0	0	7
Dercen	Munkácsi j.	2793	2499	97	1	0	2
Fornos	Munkácsi j.	1455	1263	98	0	1	1
Izsnyéte	Munkácsi j.	2243	1358	78	0	13	9
Szernye	Munkácsi j.	1979	1438	81	0	1	18

1	2	3	4	5	6	7	8
<u>Nagyszőlős</u>	Nagyszőlősi j.	25 383	3149	43	30	18	9
Akli	Nagyszőlősi j.	366	260	86	3	7	4
Aklihegy	Nagyszőlősi j.	611	600	35	29	33	3
Batár	Nagyszőlősi j.	924	876	14	1	85	0
Csepe	Nagyszőlősi j.	1943	920	16	11	68	5
Fancsika	Nagyszőlősi j.	2059	734	29	17	51	3
Feketeardó	Nagyszőlősi j.	2232	734	52	32	8	8
Feketepatak	Nagyszőlősi j.	1074	1010	89	1	4	6
Fertősalmás	Nagyszőlősi j.	1070	867	95	0	5	0
Forgolány	Nagyszőlősi j.	890	870	69	0	22	9
Gödénháza	Nagyszőlősi j.	592	183	79	2	18	1
Karácsfalva	Nagyszőlősi j.	400	307	10	9	81	0
<u>Királyháza</u>	Nagyszőlősi j.	8064	401	33	41	24	2
Mátyfalva	Nagyszőlősi j.	1079	624	29	6	55	10
Nagypalád	Nagyszőlősi j.	1824	1603	92	1	7	0
Nevetlenfalu	Nagyszőlősi j.	1632	1310	56	30	13	1
Salánk	Nagyszőlősi j.	3110	2480	51	1	46	2
Szőlősgyula	Nagyszőlősi j.	1421	1216	95	1	2	2
Tekeháza	Nagyszőlősi j.	1546	392	58	11	17	14
Tiszabökény	Nagyszőlősi j.	2216	2221	42	5	42	11
Tiszakeresztúr	Nagyszőlősi j.	927	528	85	6	9	0
Tiszapéterfalva	Nagyszőlősi j.	2016	1955	62	4	23	11
Tiszaújhely	Nagyszőlősi j.	1865	1067	49	3	45	3
Tiszaújlak	Nagyszőlősi j.	3422	2635	57	12	28	3
Újakli	Nagyszőlősi j.	314	207	52	20	21	7
Verbóc	Nagyszőlősi j.	1206	1084	86	0	9	5
<u>Rahó</u>	Rahói j.	14 969	847	1	92	5	2
<u>Gyertyánliget</u>	Rahói j.	3392	441	0	100	0	0
<u>Kőrösmező</u>	Rahói j.	8043	764	0	100	0	0
<u>Nagybocskó</u>	Rahói j.	9423	259	0	97	0	3
<u>Szolyva</u>	Szolyvai j.	16 983	257	34	54	5	7
<u>Técső</u>	Técsői j.	9519	2078	65	24	7	4
<u>Aknaszlatina</u>	Técsői j.	8956	1742	0	91	8	1
<u>Bustyaháza</u>	Técsői j.	8506	302	26	68	6	0
Kerekhegy	Técsői j.	573	15	0	100	0	0
<u>Ungvár</u>	Ungvári j.	115 568	5370	31	50	10	9
Bátfa	Ungvári j.	231	107	25	63	10	2
Botfalva	Ungvári j.	579	347	28	48	22	2
<u>Csap</u>	Ungvári j.	8870	2982	67	27	4	2
Császlóc	Ungvári j.	820	372	8	87	4	1
Cservona	Ungvári j.	869	120	96	0	2	2
Eszeny	Ungvári j.	1677	1384	97	1	1	1
Gálóc	Ungvári j.	498	292	36	38	26	0
Homok	Ungvári j.	1179	328	62	16	22	0
Ketergény	Ungvári j.	1348	188	75	21	0	4
Kisdobrony	Ungvári j.	1872	1464	97	0	0	3
Kisgejőc	Ungvári j.	760	634	68	16	15	1
Kistéglás	Ungvári j.	551	350	27	63	7	3
Kisszelmenc	Ungvári j.	200	159	15	53	32	0
Koncháza	Ungvári j.	1278	398	2	94	3	1
Korláthelmec	Ungvári j.	901	312	38	49	13	0
Minaj	Ungvári j.	3088	409	46	44	8	2
Nagydobrony	Ungvári j.	5607	4595	100	0	0	0
Nagygejőc	Ungvári j.	1062	859	78	14	7	1

1	2	3	4	5	6	7	8
Palágykomoróc	Ungvári j.	834	556	54	40	6	0
Palló	Ungvári j.	422	242	51	37	12	0
Rát	Ungvári j.	1325	634	77	19	2	2
Sislóc	Ungvári j.	339	150	17	63	19	1
Szalóka	Ungvári j.	825	700	95	1	1	3
Szürte	Ungvári j.	1898	1094	45	49	6	0
Tiszaágtelek	Ungvári j.	684	475	100	0	0	0
Tiszaásvány	Ungvári j.	852	761	99	1	0	0
Tiszasalamon	Ungvári j.	1387	706	93	5	1	1
Tiszaújfalu	Ungvári j.	277	214	97	0	0	3
Ungtarnóc	Ungvári j.	853	325	31	38	31	0

Irodalom

1. Huntington, S.P. A civilizációk összecsapása és a világrend átalakulása. Budapest: Európa Kiadó, 1998. 639 p.
2. Kepecs J. (szerk.). Kárpátalja településeinek vallási adatai (1880–1941). Budapest: Központi Statisztikai Hivatal, 2000. 246 p.
3. Józán L. A kárpátaljai református egyház. *Hatodik Síp*, 1989, 2. sz. pp. 17–20.
4. Csáti J. A kárpátaljai római katolikus egyház. *Hatodik Síp*, 1990, 1. sz. pp. 20–24.
5. Marosi I. Görögkatolikus magyarok Kárpátalján. Közösségek és templomok. Nagybégány–Beregszász: Szent Miklós Egyesület, 2014. 152 p.
6. Kocsis K. (főszerk.). Magyarország Nemzeti Atlasza – Társadalom. Budapest: Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont, Földrajztudományi Intézet, 2021. 196 p.
7. Molnár J. IV.2.2. Vallási megoszlás. *Baranyi B. (szerk.). Kárpátalja*. Pécs–Budapest: MTA Regionális Kutatások Központja–Dialóg Campus Kiadó, 2009. pp. 207–209.
8. Поліщук, Н. Релігійні вподобання населення України. 2015. URL: <http://infolight.org.ua/content/religiyni-vpodobannya-naseleennya-ukrayiny>. Дата доступу: 19.11.2023.
9. Kocsis K. A Kárpát-medence történeti vallásföldrajza (10–21. század). *Gál A., Frisnyák S., Kókai S. (szerk.). A Kárpát-medence történeti vallásföldrajza – Tanulmánygyűjtemény*. Nyíregyháza–Szerencs: Nyíregyházi Egyetem Turizmus és Földrajztudományi Intézete–Bocskai István Katolikus Gimnázium, 2016. pp. 9–30.
10. URL: <http://www.catholic-hierarchy.org/diocese/dmuka.html>. Letöltés ideje: 2023.08.07.
11. Molnár D. I. Kárpátalja magyar és zsidó lakosságának számbeli alakulása az 1921–1944 közötti időszakban. *Dobos S., Molnár F. (szerk.). Kárpátaljai Holokauszt. 1944 – az elhurcolások éve*. Beregszász: Kálvin Nyomda, 2015. pp. 55–68.
12. Csernicskó I., Soós K. MOZAIK2001© Gyorsjelentés – Kárpátalja. *Szabó A., Bauer B., Laki L., Nemeskéri I. (szerk.). MOZAIK2001© Gyorsjelentés. Magyar fiatalok a Kárpát-medencében*. Budapest: Nemzeti Ifjúságkutató Intézet, 2002. pp. 91–135.
13. Tátrai P., Molnár J., Kovály K., Erőss Á. A kárpátaljai magyarok lélekszáma és a népesedésüket befolyásoló tényezők a SUMMA 2017 felmérés alapján. *Kisebbségi Szemle*, 2018, 3(3). pp. 7–31.
14. Csernicskó I., Hires-László K., Karmacs Z., Márku A., Molnár D. I., Máté R., Tóth-Orosz E. Hungarians and the Hungarian Language in Transcarpathia. *Törökbálint: Termini Egyesület*, 2023. 220 p.
15. Gereben F. Identitás, kultúra, kisebbség. Felmérés a közép-európai magyar népesség körében. Budapest: Osiris-MTA Kisebbségkutató Műhely, 1999. 280 p.
16. Tátrai P., Molnár J., Kovály K., Erőss Á. SUMMA 2017: a kárpátaljai magyarok demográfiai felmérése. *Ferenc V., Kovály K. (szerk.). Kárpátalja mozgásban: társadalmi változások és interetnikus viszonyok az Euromajdan után*. Budapest: Bethlen Gábor Alapkezelő Zrt., 2020. pp. 21–51.
17. Ilyés Z. Kárpátalja németiségének településtörténete. *Észak- és Kelet-Magyarországi Földrajzi Évkönyv*, 1999, 6. pp. 85–94.
18. Kovály K., Ferenc, V. Etnikailag és felekezetiileg vegyes családok döntési stratégiái a kárpátaljai magyar szóróványban. *Regio*, 28(1), 2020. pp. 70–105. <https://doi.org/10.17355/rkkpt.v28i1.299>
19. Tátrai P. A kárpátaljai magyar szóróvány típusai, tagolási lehetőségei. *Kisebbségi Szemle* 5(3), 2020. pp. 7–31.

References

1. Huntington, S.P. (1998). A civilizációk összecsapása és a világrend átalakulása [The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order]. Budapest: Európa Kiadó. 639 p. [in Hungarian].
2. Kepecs, J. (Ed.) (2000). Kárpátalja településeinek vallási adatai (1880–1941) [Religion Data of Transcarpathian Settlements (1880–1941)]. Budapest: Központi Statisztikai Hivatal. 246 p. [in Hungarian].
3. Józan, L. (1989). A kárpátaljai református egyház [The Reformed Church in Transcarpathia]. *Hatodik Síp*, 2. sz. pp. 17–20 [in Hungarian].
4. Csáti, J. (1990). A kárpátaljai római katolikus egyház [The Roman Catholic Church in Transcarpathia]. *Hatodik Síp*, 1. sz. pp. 20–24 [in Hungarian].
5. Marosi, I. (2014). Görögkatolikus magyarok Kárpátalján. Közösségek és templomok [Greek Catholic Hungarians in Transcarpathia. Communities and Churches]. Nagybégány–Beregszász: Szent Miklós Egyesület. 152 p. [in Hungarian].
6. Kocsis, K. (Editor-in-Chief). (2021). Magyarország Nemzeti Atlasza – Társadalom [National Atlas of Hungary – Society]. Budapest: Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont, Földrajztudományi Intézet. 196 p. [in Hungarian].
7. Molnár, J. (2009). IV.2.2. Vallási megoszlás [IV.2.2. Religious Composition]. *B. Baranyi (Ed.), Kárpátalja*. Pécs–Budapest: MTA Regionális Kutatások Központja–Dialóg Campus Kiadó. pp. 207–209 [in Hungarian].
8. Поліщук, Н. (2015). Релігійні вподобання населення України [Religious Preferences of the Population of Ukraine]. Retrieved from: <http://infolight.org.ua/content/religiyni-vpodobannya-naselennya-ukrayiny> [in Ukrainian].
9. Kocsis, K. (2016). A Kárpát-medence történeti vallásföldrajza (10–21. század) [Historical Geography of the Religion in the Carpathian Basin (10th–21st Centuries)]. *A. Gál, S. Frisnyák & S. Kókai (Eds.). A Kárpát-medence történeti vallásföldrajza – Tanulmánygyűjtemény*. Nyíregyháza–Szerencs: Nyíregyházi Egyetem Turizmus és Földrajztudományi Intézete–Bocskai István Katolikus Gimnázium. pp. 9–30 [in Hungarian].
10. Eparchia Munkacsiensis (n.d.). Retrieved from: <http://www.catholic-hierarchy.org/diocese/dmuka.html> [in English].
11. Molnár, D. I. (2015). Kárpátalja magyar és zsidó lakosságának számbeli alakulása az 1921–1944 közötti időszakban [The Change of the Number of the Hungarian and Jewish population in Transcarpathia between 1921–1944]. *S. Dobos & F. Molnár (Eds.). Kárpátaljai Holokauszt. 1944 – az elhurcolások éve*. Beregszász: Kálvin Nyomda. pp. 55–68 [in Hungarian].
12. Csernicskó, I. & Soós, K. (2002). MOZAIK2001© Gyorsjelentés – Kárpátalja [MOZAIK2001© Fast Facts – Transcarpathia]. *A. Szabó, B. Bauer, L. Laki, I. Nemeskéri (Eds.). MOZAIK2001© Gyorsjelentés. Magyar fiatalok a Kárpát-medencében*. Budapest: Nemzeti Ifjúságkutató Intézet. pp. 91–135 [in Hungarian].
13. Tátrai, P., Molnár, J., Kovály, K., & Eröss, Á. (2018). A kárpátaljai magyarok lélekszáma és a népesedésüket befolyásoló tényezők a SUMMA 2017 felmérés alapján [Changes in the Number of Hungarians in Transcarpathia and Factors Affecting their Number Based on the Survey 'SUMMA 2017']. *Kisebbségi Szemle*, 3(3). pp. 7–31 [in Hungarian].
14. Csernicskó, I., Hires-László K., Karmacs, Z., Márku, A., Molnár D., I., Máté, R., & Tóth-Orosz, E. (2023). Hungarians and the Hungarian Language in Transcarpathia. Törökbálint: Termini Egyesület. 220 p. [in English].
15. Gereben, F. (1999). Identitás, kultúra, kisebbség. Felmérés a közép-európai magyar népesség körében [Identity, Culture, Minority. Survey among the Central European Hungarian Population]. Budapest: Osiris-MTA Kisebbségkutató Műhely. 280 p. [in Hungarian].
16. Tátrai, P., Molnár, J., Kovály, K., & Eröss, Á. (2020). SUMMA 2017: a kárpátaljai magyarok demográfiai felmérése [SUMMA 2017: Demographic Survey of the Hungarians in Transcarpathia]. *V. Ferenc & K. Kovály (Eds.). Kárpátalja mozgásban: társadalmi változások és etnikus viszonyok az Euromajdan után*. Budapest: Bethlen Gábor Alapkezelő Zrt. pp. 21–51 [in Hungarian].
17. Ilyés, Z. (1999). Kárpátalja németiségének településtörténete [History of the Settlement of Germans in Transcarpathia]. *Észak- és Kelet-Magyarországi Földrajzi Évkönyv*, 6. pp. 85–94 [in Hungarian].
18. Kovály, K. & Ferenc, V. (2020). Etnikailag és felekezetiileg vegyes családok döntési stratégiái a kárpátaljai magyar szóróványban [Decision Strategies of Ethnically and Religiously Mixed Families in the Hungarian Diaspora in Transcarpathia]. *Regio*, 28(1). pp. 70–105. <https://doi.org/10.17355/rkkpt.v28i1.299> [in Hungarian].
19. Tátrai, P. (2020). A kárpátaljai magyar szóróvány típusai, tagolási lehetőségei [Types and Possibilities of Classification of the Hungarian Diaspora in Transcarpathia]. *Kisebbségi Szemle*, 5(3), pp. 7–31 [in Hungarian].

UDC 338.48(477.87)

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-3>

TURISZTIKAI IMÁZSELEMZÉS KÁRPÁTALJÁN MAGYARORSZÁGI ÉS UKRAJNAI TURISTÁK KÖRÉBEN A COVID-19 KÜSZÖBÉN

Oláh Natália

PhD hallgató,

Debreceni Egyetem, Földtudományok doktori iskola,

Földtudományi és Turizmus Tanszék,

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Beregszász, Ukrajna

ORCID ID: 0000-0001-8748-7832

Szalai Katalin

PhD, Turizmus Tanszék,

Kodolányi János Egyetem, Budapest-Székesfehérvár-Orosháza, Magyarország

ORCID ID: 0009-0004-2085-7922

Gönczy Sándor

PhD, Földtudományi és Turizmus Tanszék,

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

Eszterházy Károly Katolikus Egyetem, Földrajz és Környezettudományi Intézet, Természetföldrajzi és Geoinformatikai Tanszék, Eger, Magyarország

ORCID ID: 0000-0003-0350-0484

Lontai-Szilágyi Zsuzsanna

Budapesti Gazdasági Egyetem, Kereskedelmi,

Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar, Turizmus Tanszék, Budapest, Magyarország

ORCID ID: 0000-0003-1921-1302

Az Ukrainát ért brutális orosz agresszió felborította és átrendezte az ország társadalmi-gazdasági viszonyait. A Covid19-járvány negatív hatásait is ellensúlyozandó, az újjáépítés egyik fontos eleme lehet a terciér szektor adóbevételeiből származó jövedelem. A kárpátaljai gazdaságban kiemelt fontossága van a turizmusnak, a jó imázs megteremtése a jelenlegi helyzetben kiemelt jelentőséggel bír. Az ágazat fejlesztéséhez egyaránt fontos a desztináció kínálati és a keresleti oldalát jellemző tendenciák ismerete. A (potenciális) fogyasztók utazási döntését a fogadóterületről kialakult imázs nagyban befolyásolja, ezért annak vizsgálata szükséges. Ehhez szolgál adatokkal jelen kutatás. Kérdőíves felméréssel vizsgáltuk Kárpátalja imázsát a 2017-2021 között Beregszászba érkező belföldi és magyarországi turisták körében, véletlenszerű mintavétellel. Noha a minta nem reprezentatív, a válaszadók magas száma (994 fő) miatt az eredmények útmutatást jelenthetnek a desztinációban történő turisztikai termékfejlesztéshez és a marketingkommunikációs tevékenységhez.

A felmérésben résztvevők mintegy 60 %-a nő volt. Az ukrainaiak esetében főleg a 36 – 55 év közötti, míg a magyarországiaknál az 55 év feletti korosztály alkotja a válaszadók többségét. Mindkét célcsoportra jellemző, hogy főleg felsőfokú végzettséggel rendelkező nyugdíjasok alkotják. A magyarországiak döntő többsége kirándulni és túrázni, míg az ukrainaiak meghatározó rétege gyógyüdülés céljából érkezett Kárpátaljára. Az Ukrainából érkezettek főleg Kárpátalja ásvány- és gyógyvizeiről rendelkeztek előzetes ismeretekkel, míg a Magyarországiak a természeti látnivalókról, az építészeti és népművészeti értékekről. Mindkét vizsgált csoport ismeri a desztináció legfontosabb attrakcióit. Az ukrainaiak látogatásra ajánlják a kárpátaljai történelmi emlékhelyeket, természeti értékeket és az épített örökséget. A magyarországiak esetében annyi különbség van, hogy az első három helyen a történelmi emlékhelyek és az épített örökség mellett a Vereckei-hágó szerepel. A kutatásunk legfontosabb eredménye, hogy a megkérdezettek semmilyen negatív jelzöt nem társítanak a desztinációhoz. A vizsgált turisták 95,6 %-a pozitív tapasztalatokkal tért haza.

Kulcsszavak: Kárpátalja, turizmus, ismertség, imázs, kérdőív.

АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ ЗАКАРПАТТЯ СЕРЕД УГОРСЬКИХ ТА ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТІВ НА ПОРОЗІ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Олаг Наталія Карлівна

MSc, викладач,

Дебреценський університет, м. Дебрецен, Угорщина

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, м. Берегове, Україна

ORCID ID: 0000-0001-8748-7832

Салаї Каталин

PhD, доцент

Кафедра туризму, Університет імені Яноша Кодолані, м. Орошгаза, Угорщина

ORCID ID: 0009-0004-2085-7922

Генці Шандор Олександрович

PhD, доцент,

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, м. Берегове, Україна;

Католицький університет ім. Кароля Естергазі, Інститут географії та наук про навколишнє середовище, м. Егер, Угорщина

ORCID ID: 0000-0003-0350-0484

Лонтаї-Сіладі Жужанна

MSc, асистент

Будапештський економічний університет, м. Будапешт, Угорщина

ORCID ID: 0000-0003-1921-1302

Жорстока російська агресія проти України порушила та перелаштувала соціально-економічні умови країни. Надходження від податків третинного сектору можуть стати одним із важливих елементів реконструкції для компенсації негативних наслідків пандемії Covid-19. Туризм має особливе значення в економіці Закарпаття, створення гарного іміджу в нинішній ситуації є особливо важливим. Знання тенденцій, що характеризують сторону пропозиції та сторони попиту країни призначення, однаково важливо для розвитку сектору. На рішення щодо подорожі (потенційних) споживачів значною мірою впливає імідж зони прильоту, тому його необхідно дослідити. Дане дослідження має на меті допомогти у вирішенні цього питання. Було досліджено імідж Закарпаття серед вітчизняних та угорських туристів, які приїжджали до Берегова у 2017-2021 роках, за допомогою анкетного опитування випадкової вибірки. Незважаючи на те, що вибірка не є репрезентативною, через велику кількість респондентів (994 особи), результати можуть стати вказівками для розробки туристичного продукту та маркетингової комунікаційної діяльності в дестинації.

У результаті опитування виявлено, що близько 60% з досліджуваних цільових груп становлять жінки. Серед вітчизняних туристів більшість респондентів віком від 36 до 55 років, а серед угорських – старше 55 років. Обидві цільові групи характеризуються тим, що переважно складаються з пенсіонерів з вищою освітою. Переважна більшість угорців їздить на екскурсії та в походи, а більшість українців приїжджає на Закарпаття на лікувальний відпочинок. Вітчизняні туристи, в основному мали попередні знання про природні лікувальні ресурси Закарпаття, а туристи з Угорщини – про природні пам'ятки, архітектурні цінності та нематеріальну спадщину. Обидві досліджені групи знають найважливіші визначні пам'ятки місця призначення. Вітчизняні туристи рекомендують відвідати закарпатські історичні пам'ятки та природні цінності. Різниця у відповідях вітчизняних та угорських туристів полягає тільки в тому, що туристи з Угорщини виокремили Верецький перевал, як окремий пункт призначення, а не віднесли до культурної спадщини регіону. Найважливішим результатом нашого дослідження є те, що респонденти не асоціюють негативні прикметники з пунктом призначення. 95,6% опитаних респондентів відзначили позитивний досвід перебування у регіоні.

Ключові слова: Закарпаття, туризм, впізнаваність, імідж, анкета.

DESTINATION IMAGE ANALYSIS IN TRANSCARPATHIA AMONG TOURISTS FROM HUNGARY AND UKRAINE ON THE THRESHOLD OF COVID-19

Olah Nataliia Karlivna

MSc, Teacher,

University of Debrecen, Debrecen, Hungary,

Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehovo, Ukraine

ORCID ID: 0000-0001-8748-7832

Salai Katalyn

PhD, Associate Professor,

Department of Tourism, Janos Kodolani University, Oroshgáz, Hungary

ORCID ID: 0009-0004-2085-7922

Gönczy Sándor Oleksandrovykh

PhD, Associate Professor,

Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehovo, Ukraine;

Eszterházy Károly Catholic University, Institute of Geography and Environmental Sciences,

Eger, Hungary

ORCID ID: 0000-0003-0350-0484

Lontai-Siladi Zhuzhanna

MSc, Assistant

Budapest University of Economics, Budapest, Hungary

ORCID ID: 0000-0003-1921-1302

Russia's brutal aggression against Ukraine has upset and rearranged the socio-economic relations in the country. To counterbalance the negative effects of the Covid19 pandemic, tax revenues from the tertiary sector can be an important element of reconstruction. Tourism is of particular importance for the economy of Transcarpathia, and creating a good image is a priority in the current situation. Knowledge of both supply and demand trends in the destination is important for the development of the sector. The image of a destination has a major influence on the travel decisions of (potential) consumers and should therefore be examined. This research provides data for this purpose. To investigate the image of Transcarpathia among domestic and Hungarian tourists arriving in Berehove between 2017 and 2021, a questionnaire survey was conducted on a random sample. Although the sample is not representative, due to the high number of respondents (994), the results can provide guidance for tourism product development and marketing communication activities of the destination.

60% of the survey respondents were women. In the case of tourists from Ukraine, the majority of respondents were aged between 36 and 55, while from Hungary the majority of respondents were aged 55 and over. Both target groups are mainly composed of pensioners with higher education. The vast majority of Hungarians came to Transcarpathia for hiking and trekking, while the majority of tourists from Ukraine for health reasons. Those from Ukraine mainly had some previous knowledge of the mineral and thermal waters of Transcarpathia, while those from Hungary had some knowledge of the natural attractions, architecture and folk art. Both groups surveyed were familiar with the main attractions of the destination. Tourists from Ukraine recommend visiting the historical sites, natural values and built heritage of Transcarpathia. For Hungarians, the difference is that the Veretskyi Pass is in the top three, along with historical sites and built heritage. The most important result of our research is that the respondents do not associate any negative adjectives with the destination. 95.6% of the tourists surveyed returned home with a positive experience.

Key words: Transcarpathia, tourism, destination awareness, destination image, questionnaire

Bevezetés. Ukrajnát 2022. február 24-én brutális orosz agresszió érte, ami felborította és átrendezte az ország társadalmi-gazdasági viszonyait. Bár a háborúnak még nincs vége, Ukrajnának előbb-utóbb számba kell vennie az újjáépítés különböző forgatókönyveit. A Covid19-járvány negatív hatásait is ellensúlyozandó, az újjáépítés egyik fontos eleme lehet a terciér szektor adóbevételeiből származó jövedelem. Kárpátalja esetében a szolgáltatói szektoron belül kiemelt fontossága lehet a turizmusnak, ami az itteni gazdaság fontos alkotórésze. Ahhoz, hogy fejleszteni tudjuk a turisztikai ágazatot, meg kell vizsgálni a korábbi tendenciákat és az eredményekhez képest megtenni a szükséges lépéseket: változtatni a rosszul vagy kevésbé jól működő folyamatokon és megtartani a jól működő gyakorlatokat.

Kárpátalja turizmusának alapját olyan természeti, társadalmi, történeti elemek összessége alkotja, amely nincsenek meg, vagy csak részben vannak meg a környező régiók területén. A nemzeti sokszínűség, a különböző vallási felekezetek és azok építkezési stílusai, az ásványvizek és gyógyvizek hatalmas választéka, a borkultúra, a hatalmas természetvédelmi területek, a gyönyörű természeti környezet és az itt kiépített turistautak részletekben mind megtalálhatóak a környező vidékeken, de így együtt, mint Kárpátalján sehol nincs meg [1; 2; 3; 4; 5]. A felsorolt okok miatt nyilvánvaló, hogy Kárpátalja hordozza mindazon tulajdonságokat, ami jellemző egy erőforrásokban bővelkedő, számottevő turisztikai potenciállal rendelkező célterületre. Ehhez hozzájárulnak a már meglévő és a háború kezdetéig folyamatosan zajló infrastrukturális beruházások is. Ami meglátásunk szerint hiányzik ebből a rendszerből, az a desztinációba látogatók jellemzőinek ismerete, vagyis a keresleti oldallal kapcsolatos alapkutatások. Sajnos a szakirodalomban nem találtunk olyan, statisztikai alapokon nyugvó kvantitatív tanulmányt, amely vizsgálja azt, hogy kik, honnan és milyen céllal érkeznek Kárpátaljára. Nincsenek adatok arról, hogy az ideérkezők milyen előzetes ismeretekkel rendelkeznek a kárpátaljai attrakciókról, milyen benyomásokat szereztek az ittlétük alatt és hogy terveznek-e visszatérni a későbbiekben. A felsorolt

problémák miatt döntöttünk egy feltáró és leíró jellegű, hiánypótló alapkutatás elvégzése mellett, amely segítségével rálátást kaphatunk a Kárpátaljára, azon belül Beregszászba látogatók jellemzőire és a desztinációról bennük élő képre. Jelen kutatás természetesen nem tud részletekbe menő megállapításokat tenni a nem reprezentatív mintavétel és a cikk fizikai korlátai miatt, azonban összehasonlítási alapként szolgál a háború előtti helyzet ismertetésével és elősegítheti a további kutatási és fejlesztési irányok kijelölését.

A kutatás célja

Egy desztináció fejlesztéséhez, kiegészítő attrakciók létrehozásához elengedhetetlen a kereslet vizsgálata. Jelen tanulmányban azt a célt tűztük ki, hogy megvizsgáljuk Kárpátalja ismertségét és imázsát a 2017 – 2021 között Beregszászba érkező belföldi és magyarországi turisták körében az alábbi kérdések alapján: a) Kik érkeznek turisztikai céllal Kárpátaljára? b) Mi az utazásuk fő célja? c) Milyen előzetes ismereteik voltak Kárpátaljáról? d) Miért épp Kárpátalját választották? e) Mi jut eszükbe Kárpátaljáról? f) Milyen élményeik voltak a kárpátaljai tartózkodás alkalmával? g) Milyen benyomásokat szereztek kárpátaljai tartózkodása során? h) Milyen látnivalókat javasolnak meglátogatásra Kárpátalján?

A kapott eredményeket fontosnak tartjuk a marketing tevékenység, valamint a termék- és desztináció fejlesztés szempontjából.

Szakirodalmi áttekintés

A turisztikai imázs, vagyis egy fogadóterülettel kapcsolatos elképzelések, gondolatok és benyomások összessége, egy bonyolult, térben és időben dinamikusan változó jellemző [6]. Ha egy desztinációról pozitív kép alakul ki, az egyrészt kedvezően hat a potenciális kereslet utazási döntésére, másrészt irányt mutat a turisztikai menedzsment szervezetek és a helyi turisztikai szolgáltatók fejlesztési terveihez. Mint ahogy a természeti, társadalmi, gazdasági, kulturális, technikai és politikai környezete általában véve hat a turizmusra, ugyanúgy hatnak ezen tényezők egy ország általános képére és annak turisztikai imázsára is [7].

A turisztikai imázs koncepciójának tudományos boncolgatása az 1970-es évek elején

indult, amikor Hunt „az ember(ek)nek a lakóhelyén kívüli területekről kialakult benyomásainak összességei”-ként írta le a fogalmat [8], majd Gunn [9] és Mayo [10] munkái járultak jelentősen hozzá az imázs turizmusban való értelmezésének alapköteteléséhez. Azóta számos kutató vizsgálta mind elméleti [11; 12; 13], mind a gyakorlatban való alkalmazhatóságának, mérhetőségének oldaláról [14]. Mi több, néhány összefoglaló tanulmány is született a téma szakirodalmi áttekintéséről, a korábban megjelent szakkikéket gyűjtötte össze például Pike 2002-ben [15] és 2007-ben [16]. A turisztikai imázst a marketingstratégiákban kulcsfontosságú elemként kezelik, lévén a fogadóterületről alkotott egyedi, pozitív kép jelentősen növeli annak sikerét, versenyképességét [17].

Az imázsvizsgálat történhet a helyi lakosság, a potenciális vendégek, az először ellátogatók vagy a visszatérő turisták szemszögéből, illetve a desztináció jellemzőinek függvényében. Az ismertség és a fogadóterületről kialakult kép szoros kapcsolatban állnak egymással. Minél tájékozottabb egy (potenciális) turista adott desztinációval kapcsolatban, annál valószínűbb, hogy pozitív kép él arról a fejében, ezért a sikeres imázsépítés nélkülözhetetlen feltétele az ismertség növelése [6]. Kárpátaljáról készült kutatásunk a látogatók véleménye alapján mérte fel annak turisztikai arculatát, különös tekintettel a szakirodalom szerint az imázsban olyan, határozottan megjelenő elemekre, mint a táj szépsége, a természeti környezet, a kulturális attrakciók, a vendég szeretet vagy az ismertség.

Több kutatás bizonyította, hogy az imázs kialakulásában és változásában a személyes tapasztalatoknak van a legnagyobb szerepe (pl. Simon Anholt 2005-ben kidolgozott GMI Nation Brands Indexében is kiemelt szerepet kap), illetve, hogy a belföldi és a más országból érkező látogatók esetében eltérő kép él a felkeresett célterületről. Meg kell említeni, hogy Kárpátalja az ezredforduló utáni időszakban az ukrán sajtóban gyakran negatív általános imázssal jelenik meg, olyan helyként, ami egyedi turisztikai vonzerővel rendelkezik ugyan, de veszélyes is egyben [18]. Többek között ezért is tartottuk fontosnak – a háború kitörése előtt – a Kárpátaljáról

a látogatókban kialakult turisztikai imázs személyes tapasztalatokon alapuló megismerését, valamint a belföldi és a külföldi látogatók véleményének feltérképezését.

Ukrajnában a rendszerváltást követő nehéz helyzet után a kétezres évek elején kezdett javulni a gazdasági helyzet és ezzel párhuzamosan a turizmus is fejlődésnek indult, ami némiképp enyhítette az ország negatív imázsát, formálva ezzel Kárpátalja vidékének turisztikai arculatát [19]. Kárpátalja ismertségéről és imázsáról 2006-ban és 2007-ben született tanulmányok szerint a terület turisztikai termékeinek hatékony fejlesztése és sikeres piacra vitele érdekében nélkülözhetetlen a megye, mint turisztikai desztináció imázsának feltárása, amit a magyar vendégek elégedettségének vizsgálatán keresztül mértek. A szerzők megállapították, hogy Kárpátalja óriási turisztikai potenciállal és folyamatosan bővülő szolgáltatáshalmazzal rendelkezik, erős belföldi forgalommal és növekvő külföldi látogatószámmal jellemezhető, illetve leginkább a gyógy- és rehabilitációs létesítményeket, valamint az aktív turisztikai lehetőségeket keresik az ideérkezők [20; 21].

Amint azt számos szerző megállapította, Kárpátalja erőforrásokban való gazdagságát, változatosságát kihasználva a turizmus a gazdaság húzóágazatává válhatna [22; 23; 24; 25; 26; 27; 28; 29; 5]. Azonban Szlávik [30] munkájában rámutat, hogy az erőforrások megléte elengedhetetlen a turizmus fejlődéséhez, de semmi képen sem elég hozzá. A turizmus fejlődéséhez Kárpátalján szükség lenne politikai stabilitásra, fejlett infrastruktúrára, széles körű marketingre és magas színvonalú turisztikai szakemberképzésre [31; 32].

A turizmushoz kapcsolódó társadalmi-gazdasági kutatások alapja a megbízható, hozzáférhető és összehasonlítható statisztikai adatok megléte. Az ukrainai állami statisztika [33] nagyon sokféle adatot közöl, azonban csak elvétve vannak adatok az egyes attrakciók látogatottságáról [34], Kárpátalja egyik fontos turisztikai termékének tekinthető falusi turizmus mértékéről és milyenségéről [35; 36; 37], a kereslet milyenségéről [38] vagy az idegenforgalmi adottságok ismertségéről [39; 40]. Az általunk vizsgálni kívánt

kérdésekkel kapcsolatosan csak a magyarországi célcsoport esetében van némi információ, de az is már elavultnak számít [20].

Kutatási módszerek. Az idegenforgalomban különböző mérési módszereket használnak a desztináció választással, a fogyasztással és utazással kapcsolatban [41; 42; 43]. Kárpátalja ismertségének és imázsának vizsgálatát a Beregszászban érkező turisták körében végzett kérdőíves felméréssel folytattuk. A kérdőíves módszer választásának oka az, hogy szerettünk volna egy meghatározott logikai ív mentén minél több rendszerezhető, összehasonlítható objektív adathoz jutni. A kutatás Beregszászban történő lebonyolítását az indokolta, hogy mind a belföldi, mind a külföldi turizmus számára valamilyen szempontú állomást jelent. Az Európai Unióból, a Beregsurány – Asztély határállomáson keresztül, Ukrajnába érkező utazók számára ez az első, az Ukrajnából ugyanezen az útvonalon kiutazók számára az utolsó pihenőhely. Mind a belföldi, mind a külföldi turisták számára gyakran célállomás is, hiszen Beregszászban és a környező falvakban minden szükséges infrastruktúra megtalálható, ami a pihenni vágyók számára elengedhetetlen. A belföldi turizmus számára Beregszász az egyik legfontosabb fürdőváros országos és regionális szinten is [30; 44; 45; 46].

A városba érkező turisták körében a 2017-es, 2019-es és 2021-es évek turisztikai főszezonjában kérdőíves felmérést végeztünk ugyanazzal a kétnyelvű, ukrán/magyar kérdőívvel, ugyanazonokon a helyszíneken. A lekérdezés nem reprezentatív módon, véletlenszerű mintavétellel történt, kétféle módszerrel. Egyrészt, kérdezőbiztosok járták a beregszászi fürdők, szállodák, parkolók környékét, a város főterét, valamint a környező, falusi turizmusra szakosodott falvakat, ahol kérdőíveket töltettek ki a vendégként itt tartózkodókkal. Másrészt, a lekérdezéssel azonos időszakban kérdőíveket hagytunk a két beregszászi termálfürdő és az Arany Páva szálloda portáján, megkérve az ott dolgozókat, hogy ajánlják kitöltésre a vendégeknek. A kérdőívezés során 994 vendéget kérdeztünk meg, azonban nagyobb számú, összehasonlításra alkalmas adatokat csak Magyarországról és Ukrajnából sikerült kapni, a többit kihagytuk az elemzésből.

Szintén kihagytuk a vizsgálatból a helyi, Kárpátaljai lakosok által kitöltött kérdőíveket is, így mindösszesen 913 darab, minden szempontból megfelelő, azaz értékelhető kérdőív került elemzésre.

Eredmények. Az általunk vizsgált időszak alatt 994 vendéget kérdeztünk meg, akik 12 különböző országból érkeztek Beregszászba. Az 1. táblázatban jól látszik, hogy a belföldi turisták száma nagyjából egyenletes volt a vizsgált években. A magyarországi megkérdezettek száma az első két évben hasonló, azonban a 2021-es évben drasztikusan csökkent.

1. táblázat

A felmérésben megkérdezett turisták országonkénti és évenkénti megoszlása

	2017	2019	2021
Ukrajna, kivéve Kárpátalja	185	175	181
Ukrajna, Kárpátalja	15	17	16
Magyarország	170	200	3
Belarusz Köztársaság	1	15	3
Egyesült Királyság	1	0	0
Szlovák Köztársaság	1	0	0
Cseh Köztársaság	0	2	0
Horvát Köztársaság	0	0	1
Izrael Állam	0	0	1
Lengyel Köztársaság	0	0	1
Litván Köztársaság	0	0	1
Olasz Köztársaság	0	0	1
Oroszországi Föderáció	0	0	3
nem válaszolt	1	0	0
összesen	374	409	211
	994		

Az összehasonlításba bevont 913 fő majd 60 %-a belföldi turista (2. táblázat). Mindkét vizsgált csoportban dominálnak a nők. A korcsoportonkénti megoszlás azt mutatja, hogy míg az ukrainaiaknál a 36–55 év közöttiek, addig a magyarországiaknál az 55 év felettiek vannak többségben. Az iskolai végzettség tekintetében mindkét csoportban a felsőfokú végzettséggel rendelkezők vannak többségben, a munkaviszony esetében pedig mindkét csoportnál a nyugdíjasok az uralkodó kategória.

Egy turisztikai desztináció fejlesztési irányának meghatározásához nagyon fontos tisztázni, hogy mi célból érkeznek ide a vendégek. E kérdés

2. táblázat

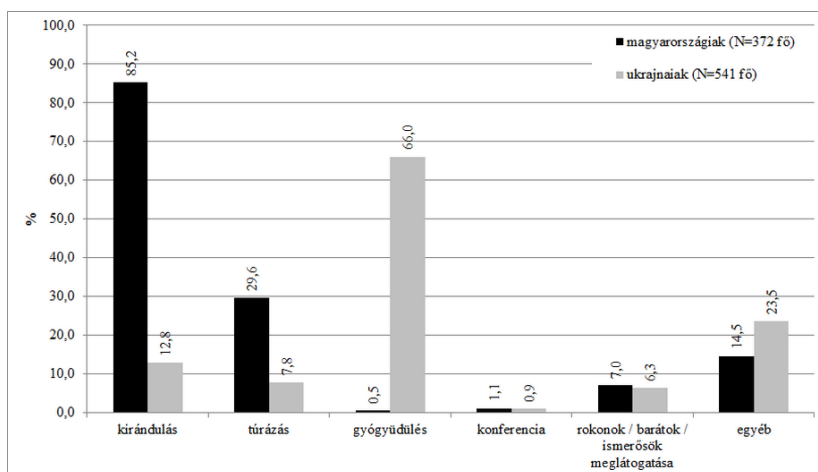
A vizsgált célcsoportok szociodemográfiai jellemzői

Látogató	2017				2019				2021				Összesen		Összesen		Összesen	
	Magyarországiak		Ukrainaiak		Magyarországiak		Ukrainaiak		Magyarországiak		Ukrainaiak		Magyarországiak		Ukrainaiak		Összesen	
	fő	%	fő	%	fő	%	fő	%	fő	%	fő	%	fő	%	fő	%	fő	%
Nem	169	18,5	185	20,3	200	21,9	175	19,2	3	0,3	181	19,8	372	40,7	541	59,3	913	100
összetétel																		
nők	107	11,7	102	11,2	129	14,1	101	11,1	1	0,1	104	11,4	237	25,9	307	33,7	544	59,6
férfiak	61	6,7	80	8,8	71	7,8	74	8,1	2	0,1	77	8,4	134	14,6	231	25,3	365	39,9
nem választott	1	0,1	3	0,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	3	0,3	4	0,4
Korösszetétel																		
18 év alatt	1	0,1	13	1,4	3	0,3	3	0,3	0	0,0	5	0,5	4	0,4	21	2,2	25	2,6
18-35	30	3,3	38	4,2	34	3,7	15	1,6	0	0,0	53	5,8	64	7	106	11,6	170	18,6
36-55	39	4,3	88	9,6	16	1,8	71	7,8	3	0,3	90	9,9	58	6,4	249	27,3	307	33,7
55 év felett	99	10,8	33	3,6	147	16,6	85	9,3	0	0,0	33	3,6	246	27,4	151	16,5	397	43,9
nem választott	0	0,0	13	1,4	0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0	14	1,5	14	1,5
Iskolai végzettség																		
általános iskola	3	0,3	2	0,2	14	1,5	1	0,1	0	0,0	5	0,5	17	1,8	8	0,8	25	2,6
érettségi	48	5,3	34	3,7	41	4,5	3	0,3	0	0,0	16	1,8	89	9,8	53	5,8	142	15,6
szakmunkás képző	14	1,5	26	2,8	37	4,1	75	8,2	0	0,0	43	4,7	51	5,6	144	15,7	195	21,3
egyetem/főiskola	102	11,2	88	9,6	103	11,3	88	9,6	3	0,3	116	12,7	208	22,8	292	31,9	500	54,7
egyéb	2	0,2	0	0,0	5	0,5	0	0,0	0	0,0	1	0,1	7	0,7	1	0,1	8	0,8
nem választott	0	0,0	35	3,8	0	0,0	8	0,9	0	0,0	0	0,0	0	0	43	4,7	43	4,7
Munkaviszony																		
diák	20	2,2	27	3,0	2	0,2	8	0,9	0	0,0	5	0,5	22	2,4	40	4,4	62	6,8
vállalkozó	10	1,1	27	3,0	14	1,5	18	2,0	2	0,2	49	5,4	26	2,8	94	10,4	120	13,2
szellemi munkás	36	3,9	35	3,8	40	4,4	24	2,6	1	0,1	34	3,7	77	8,4	93	10,1	170	18,5
fizikai munkás	6	0,7	22	2,4	6	0,7	10	1,1	0	0,0	26	2,8	12	1,4	58	6,3	70	7,7
vezető alkalmazott	12	1,3	10	1,1	4	0,4	19	2,1	0	0,0	17	1,9	16	1,7	46	5,1	62	6,8
nyugdíjas	82	9,0	46	5,0	134	14,7	78	8,5	0	0,0	27	3,0	216	23,7	151	16,5	367	40,2
munkanélküli	3	0,3	6	0,7	0	0,0	17	1,9	0	0,0	23	2,5	3	0,3	46	5,1	49	5,4
nem választott	0	0,0	12	1,3	0	0,0	1	0,1	0	0,0	0	0,0	0	0	13	1,4	13	1,4

megválaszolásánál nagyon nagy különbségeket láttunk a két vizsgált minta között. Míg az ukrainaiak egyértelműen a gyógyüdülést (1. ábra) tették első helyre, addig a magyarországiak a kirándulást. A második helyen az ukrainaiak esetében az „egyéb” kategória szerepel, amit elsősorban a „pihenés”-t és a „kikapcsolódás”-t takarja. A magyarországiaknál második helyen a túrázás szerepel.

Szintén fontos a turisztikai marketing szempontjából az adott célterülettel kapcsolatos

előzetes ismeretek felmérése (2. ábra). Az ismertség és az imázs egymással szorosan összefüggő fogalmak, a sikeres imázsépítéshez nélkülözhetetlen a hely ismertségének vizsgálata. Az önbevallás alapján készült felmérés azt mutatta, hogy a két vizsgált országból érkezettek nagyon különböző előzetes ismeretekkel rendelkeztek megyénkről. A legnagyobb különbséget a történelmi ismeretek között látunk. Szembeötlő a különbség a gyógyvizek esetében is, ami valószínűleg azzal magyarázható,



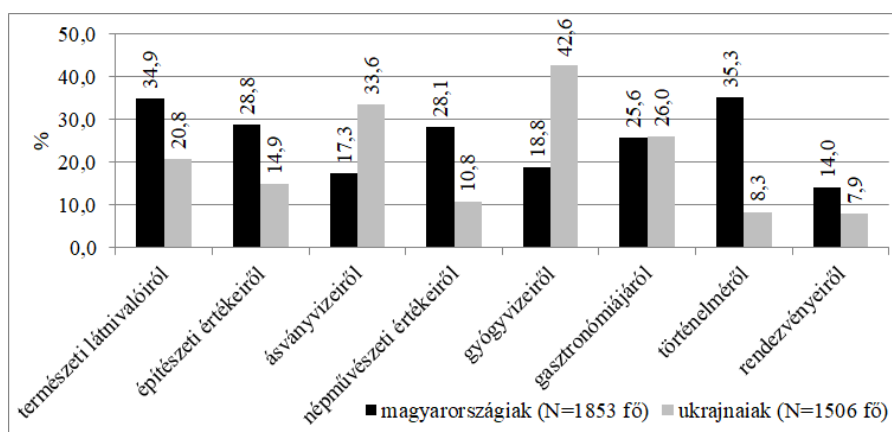
1. ábra. A jelenlegi utazás fő céljainak megoszlása a megkérdezettek körében

hogy Magyarország egészségturisztikai erőforrásokban gazdag, ezért így az onnan érkezettek kevesebb figyelmet fordítanak erre a területre. Ukrajnában Kárpátalján és a Fekete- illetve az Azovi-tenger partvidékén vannak termálvizek, azonban kiépített fürdőkomplexumok főleg Kárpátalján vannak, így természetes, hogy elsősorban ezt az adottságot ismerik az Ukrajna más megyéiből érkezettek [22; 29; 25]. Valamivel kisebb a különbség az ásványvizek tekintetében, de itt is az látszik, hogy a belföldi turisták sokkal jobban ismerik Kárpátalja ásványvizeit, mint a magyarországiak. Nagyon hasonló ismeretekkel csak a gasztronómia területén rendelkezik a két vizsgált csoport. Ennek feltételezhetően az lehet az oka, hogy a legtöbb étterem kínálata megjelenik az interneten és a közösségi médiában több nyelven is. A kárpátaljai rendezvényekről kevés információval rendelkeznek mind az ukrajnaiak, mind a magyarországiak, annak ellenére, hogy szakemberek szerint a területen több, mint 500 [47] különböző típusú [23; 24; 26; 5; 29; 48] fesztivált szerveznek évente. Sajnos semmilyen adat nincs arra nézve, hogy ezekre a fesztiválókra érkeznek-e turisták és ha igen, akkor honnan? Amit biztosan tudunk, hogy a fesztiválok legnagyobb része a Magyarországgal határos járásokban van [23]. A Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács 2018-ban 21 fesztivált vizsgált meg, ahol azt tapasztalták, hogy a vendégkör 8 %-a érkezik belső Ukrajnából és szintén 8 %-a Magyarországról [26]. Összehasonlítva az általunk kapott eredményekkel a belföldi turisták esetében szinte teljes az azonosság, a magyarországiak esetében ebben

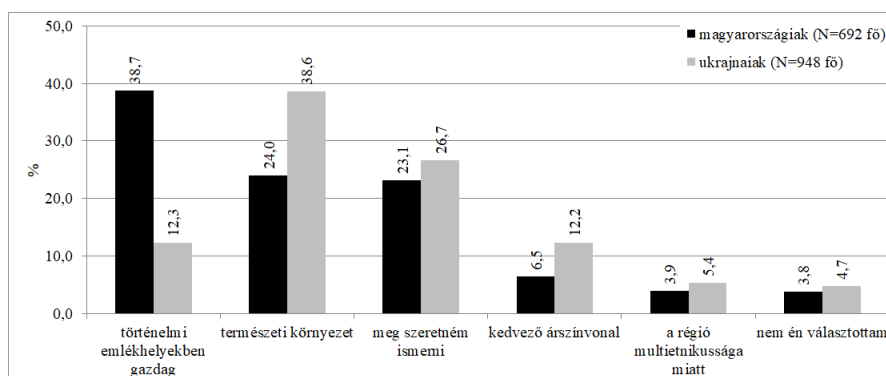
a kutatásban pozitívabb képet kaptunk (2. ábra).

A korábbiakhoz hasonlóan nagyon eltérő válaszokat kaptunk a vizsgált célcsoportoktól, amikor azt a kérdést tettük fel, hogy „Miért épp Kárpátalját választotta?” (3. ábra). Az ukrajnaiak főleg a természeti környezet miatt érkeznek ide, ami érthető, hiszen a megye 14,5 %-án, mintegy 468 olyan objektum van, ami a természetvédelemhez kötődik és ami turisták által látogatható különlegesség [49] ezen kívül 45 ritka földtani objektum van [28], amelyek szintén érdekelhetik a kirándulókat. A magyarországiak esetében a történelmi emlékhelyek gazdagsága, a természeti környezet és a megismerni vágyás volt az úti cél választás fő motiváló ereje. Mindkét elemzett csoport esetében voltak olyanok, akik a régió multietnikussága miatt érkeztek Kárpátaljára és hasonló arányban volt azok, akik nem maguk választották ki a desztinációt.

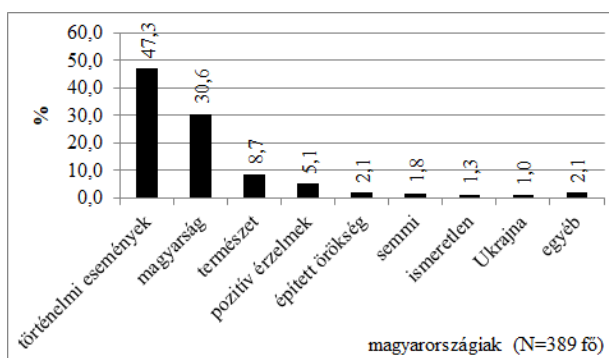
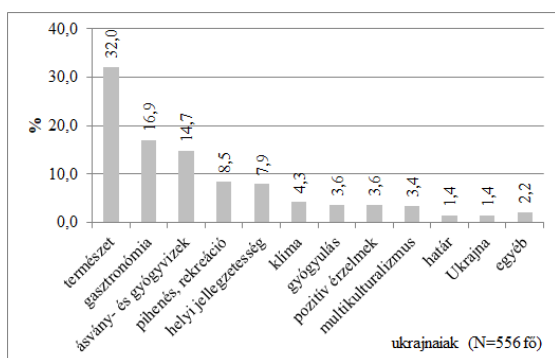
Az imázs szempontjából nagyon fontosnak tartottuk a Kárpátaljával kapcsolatos asszociációk felderítését (4. ábra). A magyarországiak reakcióiból két fontos tényező emelkedik ki, az egyik a magyar történelemhez kapcsolódó események, a másik az itt élő magyarok. Az ukrajnaiak esetében sokkal szerteágazóbb társításokat láthatunk. Az első helyen a természet, a második és harmadik helyen a gasztronómia valamint az ásvány- és gyógyvizek állnak. A helyi jellegzetességekbe soroltuk a fatemplomokat, várakat, a szőlőültetvényeket, a vesszőfonást, vagy Európa közepét. De ebbe a kategóriába helyeztük az „ahol a Föld közelebb van az éghez” vagy az „üdvözljük a napsütötte Kárpátalján”, illetve



2. ábra. Előzetes ismeretek Kárpátaljáról a célcsoportok körében



3. ábra. Kárpátalja, mint úti cél kiválasztásának oka a megkérdezettek között



4. ábra. A Kárpátaljához kapcsolódó asszociációk a vizsgált csoportokon belül

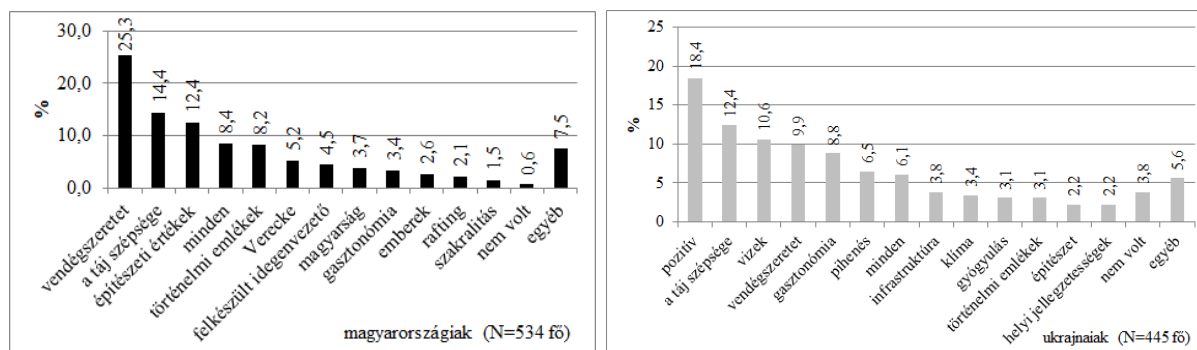
a „kárpátaljai felkelő hadsereg” asszociációkat is. Az „egyéb” kategóriába mindkét esetben az egyedülálló válaszokat soroltuk, mint például a „semmi”, a „kultúra”, a „nyugat”, az „Európa”, a „külföld” vagy az „alacsony árfekvés”.

Az imázs vizsgálatot azzal folytattuk, hogy analizáltuk a legkellemesebb és legkellemetlenebb élményeket mindkét célcsoportnál. Ez összhangban van Russel és szerzőtársainak [50] eredményeivel, hiszen tanulmányukban a turisztikai imázs dimenziói közül a kellemes–kellemetlen tengelyt tartották az egyik legfontosabbnak.

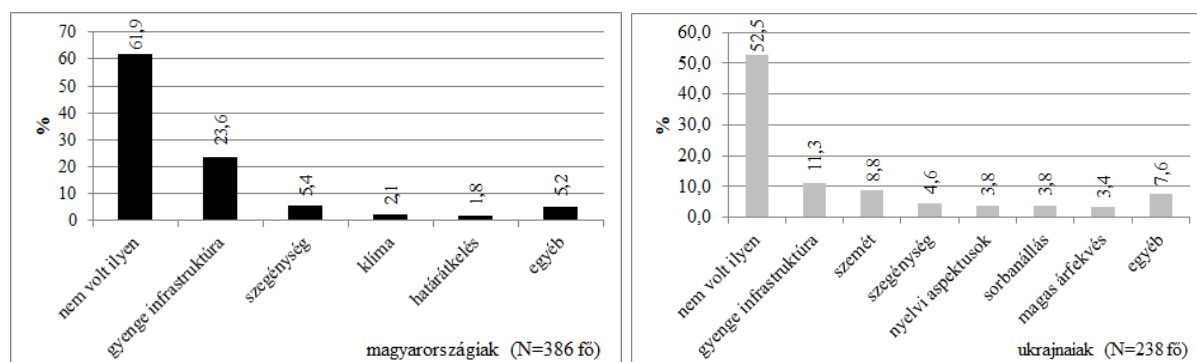
A legkellemesebb élmények közül (5. ábra) a magyarországi turisták a vendégszeretetet emelték ki első helyen, ami mintegy 10 %-al megelőzte a második helyen lévő „a táj szépsége” és a harmadik helyen lévő „építészeti értékek” tárgykört. Az emberek kategóriába soroltuk a „házigazdákkal való beszélgetés” és az „emberek” válaszokat. A szakralitás fogalomkörébe a „gyülekezettekkel, lelkészekkel való találkozás” és a „hit” válaszokat csoportosítottuk. Az egyéb osztályba a „sós tavak”, az „alacsony árak”, a „szép szállodák” és a „látnivalók” kerültek.

Az ukrajnaiak esetében első helyre a pozitív csoport került. Ide soroltuk az „érdekes ideutazni 1000 km-ről”, a „csodálatos”, a „hasznos”, a „békés, nyugodt, csendes” vagy a „kényelmes” jelzőket. A vizek kategóriába a termálvizet, termálfürdőt, strandokat soroltuk. A helyi jellegzetességek alatt a jánosi Dínó-parkot, a csiga- és szarvas farmot, a dobronyi paprikát, a kosárfonást és az ungvári mini szobrokat értjük.

A legkellemetlenebb élménnyel kapcsolatos kérdésnél (6. ábra) nagyon érdekes, hogy mindkét vizsgált csoport esetében az első helyen a „nem volt ilyen” kategória áll. A legkellemetlenebb élmények között második helyre a turisztikai infra- és szuprastruktúra elemeire vonatkozó kifogások, hiányosságok kategóriája került. Ez utóbbiban, mindkét esetben kiemelkedő az utak és az illemhelyek állapotára vonatkozó negatív megjegyzések. A szegénység kategóriában mindkét csoport a „koldusok” és a „kolduló gyermekek” fogalomkört emelte ki elsősorban. Az ukrajnaiak esetében felállítottunk egy nyelvi aspektusok kategóriát, ami azért vált szükségessé, mert 9 fő (a válaszadók 3,8 %-a) ütközött



5. ábra. A legkellemesebb élményeket összefogó kategóriák a vizsgált célcsoportok tekintetében



6. ábra. A legkellemetlenebb élményeket összefogó kategóriák a vizsgált célcsoportok tekintetében

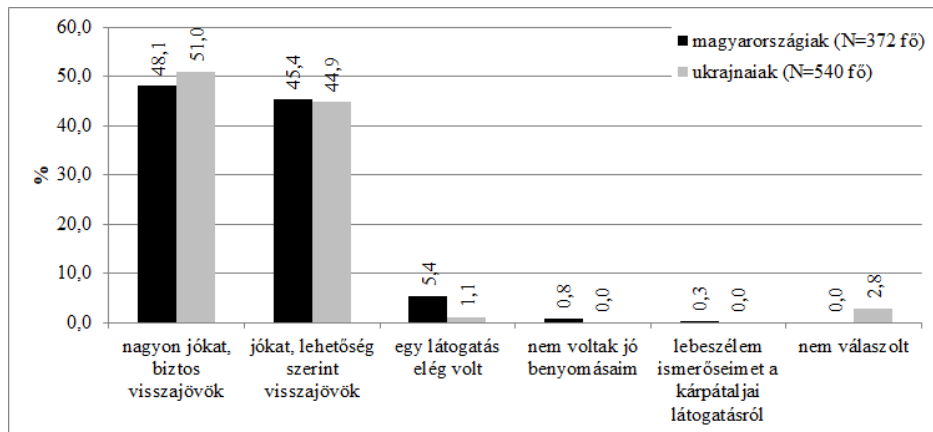
olyan problémába, hogy „nehéz közös nyelvet találni a helyiekkel”. Ketten konkrétan azt kifogásolták, hogy nem értettek a helyiek ukránul, egy fő pedig azt, hogy „csúnyán néztek ránk, ha oroszul beszéltünk”. A magyarországiak között is volt egy válaszadó, aki azt emelte ki, hogy se németül, se angolul, se magyarul nem tudott szót érteni a helyi pincérrel. Mivel ebben a célcsoportban ez az egy ilyen típusú kifogás érkezett, így ezt az egyéb kategóriába soroltuk, hasonlóan a többi egyedülálló válaszhoz.

Mindkét vizsgált csoport kifejezetten jó benyomásokat szerzett megyénkben (7. ábra). Az ukrajnaiak több mint fele, a magyarországiak majdnem fele nagyon jó élménnyel tér haza és vissza is szeretne jönni Kárpátaljára. Szintén mindkét célcsoportra igaz, hogy 45 % körüli azoknak az aránya, akik jó tapasztalatokkal utaznak haza és lehetőség szerint visszajönnek.

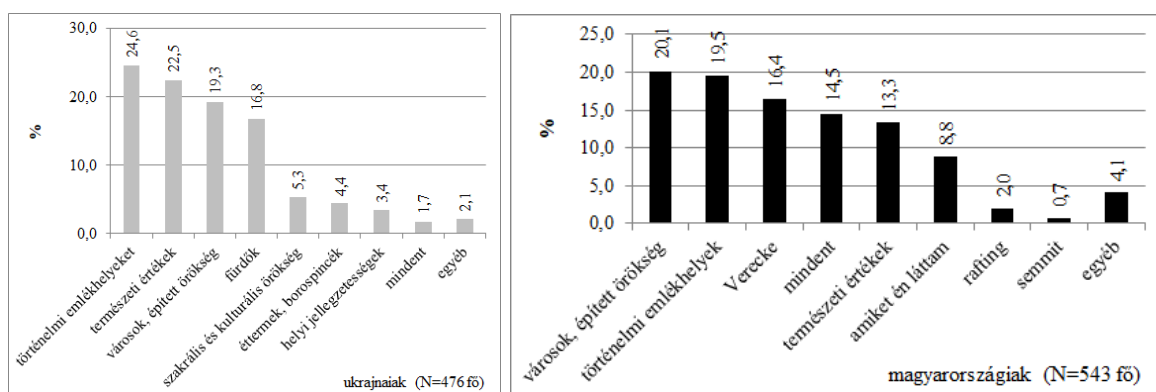
Végül rákérdeztünk arra is, hogy mit ajánlanak másoknak meglátogatásra (8. ábra)? Az ukrajnai turisták első helyen történelmi emlékhelyeket javasolják. Ezen belül főleg a várakat (munkácsi-, ungvái-, huszti-, szerednyei-, nevickei-vár) emelték ki. Hasonló arányban ajánlották

a természeti értékeket. Itt leginkább a Kárpátokat, a Szinyeviri Nemzeti Parkot, a Lumsori-vízeséseket és a Sipot-vízesést emelték ki. A városok, épített örökség kategórián belül Beregszászt javasolják a legtöbben meglátogatásra, majd Munkácsot és Ungvárt. A fürdők tekintetében a kaszonyi aquapark és a beregszászi Pacsirta fürdőkomplexum kapott nagyobb hangsúlyt. A szakrális és kulturális örökség esetében általában véve a templomokat, ezen belül a fatemplomokat javasolták sokan. De itt kaptak helyet a monostorok, a múzeumok (kiemelten a Beregvidéki Múzeum) és érdekes módon a magyar írók, költők, közéleti személyiségek szobrai, emléktáblái is. A helyi jellegzetességek kategóriába az izai kosárfonást, a szarvas farmot, a sajtfőzdéket és a magyar konyhával rendelkező éttermeket soroltuk. Az egyéb kategóriába az „amiket én is látam” és a „síkőzpontokat” emelhetők ki.

A magyarországi turisták a városok, épített örökség kategóriába tartozó objektumokat tették első helyre. Ezen belül Munkácsot ajánlják a legtöbben, majd Beregszászt és Ungvárt. A történelmi emlékhelyek kategóriában a legtöbb válaszadó általában véve a történelmi



7. ábra. A látogatók szubjektív benyomásai Kárpátaljáról az ott tartózkodás alatt



8. ábra. A válaszadók által látogatásra ajánlott kárpátaljai érdekességek

emlékhelyeket ajánlotta, majd a Munkácsi-vár és a sztálini terror áldozatai emlékére kialakított Szolyvai Emlékpark következett. Ebbe a kategóriába lehetett volna beilleszteni a Vereckei-hágót is, mint a magyar történelem egyik nagyon fontos helyszínét, de olyan nagyszámban ajánlották külön, a történelmi emlékhelyek mellett, hogy inkább önálló kategóriaként jelenítettük meg. A természeti értékek közül a Kárpátokat, a Szinyeviri Nemzeti Parkot, a Tiszát és a Sipot-vízesést emelték ki. Az egyéb kategóriába az aknaszlatinai sós tavakat, a kisebb településeket (Bene, Mezővári, Mezőkaszony), a gasztronómiai érdekességeket (borvidékek, borospincék, éttermek) soroltuk.

Konklúziók. Kárpátaljára turisztikai céllal döntő többségében belföldi és magyarországi turisták érkeznek. A más országokból érkezettek száma elhanyagolható.

A Kárpátaljára érkező belföldi turista jellemzően 36–55 év közötti felsőfokú végzettséggel

rendelkező nő, míg a Magyarországról érkező 55 év feletti felsőfokú végzettséggel rendelkező nő. Míg a COVID-19 világjárvány hatása a belföldi turisták esetében a vizsgálat során nem volt érzékelhető, addig a Magyarországiak esetében gyakorlatilag nullára csökkent az érkezők száma.

A magyarországiak döntő többsége kirándulási és túrázási céllal, míg az ukrajnaiak meghatározó része gyógyüdülés céljából, illetve pihenni és kikapcsolódni érkezett Kárpátaljára.

A magyarországiaknak elsősorban Kárpátalja természeti látnivalóiról, építészeti és népművészeti értékeiről, történelméről és rendezvényeiről van több ismeretük. Az ukrajnaiak inkább az ásvány- és gyógyvizekkel kapcsolatos előzetes ismeretekben bővelkednek.

A Kárpátalja, mint úti cél kiválasztásában fő szerepet a magyarországiak esetében a történelmi emlékhelyek, míg a belföldi turistáknál a természeti környezet játszotta.

A Kárpátaljához társított asszociációk az ukrainai megkérdezettek esetében a természet-hez kapcsolódik, míg a magyarországiaknál a történelmi eseményekhez.

Kutatásunk egyik legfontosabb eredményének tartjuk, hogy – a beregszászi látogatások alapján – feltártuk 2 fogyasztói csoport, az ukrainai és a magyarországi vendégek körében Kárpátalja turisztikai imázsának legfontosabb összetevőit és a 2 szegmens közötti különbségeket. Bár felmérésünk nem reprezentatív és nem terjedt ki egész Kárpátaljára, a megyére megfogalmazott marketing üzenetek során érdemes figyelembe venni az eltéréseket és eltérő hangsúlyt fektetni azokra a jövőben.

Kutatásunk másik fontos eredménye, hogy Kárpátalja, mint turisztikai desztináció imázsa mindkét vizsgált célcsoportban nagyon pozitív,

hiszen a megkérdezettek 95,6 %-a pozitív tapasztalatokat szerzett az utazása során. A negatív tapasztalatok, ha voltak is, soha nem a desztináció egészére vonatkoztak, hanem konkrét esetekre (pl. egy étteremben rossz volt a kiszolgálás). Ez alátámasztja azt, hogy 2021-ig Kárpátalja turizmusa felfelé ívelt, nemcsak az erőforrások vannak meg, hanem javult a turisztikai infra- és szuprastruktúra, zajlott az attrakciófejlesztés, a természeti és történelmi látnivalók mellett épültek a fürdőkomplexumok, ami lehetővé tette az ide érkezők pihenését és a teljes körű élményszerzést. Szinte alig van Kárpátaljának olyan ismert, vagy kevésbé ismert turisztikai attrakciója, amit a megkérdezettek ne ajánlottak volna. Ebből azt a következtetést lehet levonni, hogy az ideérkezők ismerik a vidéket és mivel ajánlják is másoknak, így valószínűleg meg is vannak elégedve a látottakkal.

Irodalom

1. Симочко А. В., Волошин І. М. Особливості структурних елементів туристично-ресурсного потенціалу Закарпатської області / *Features of the Structural Elements of Tourism and Resource Potential of the Transcarpathian Region*. Природа Західного Полісся та прилеглих територій. Розділ І. Географія. 2011. № 8, с. 78–83
2. Berghauer, S., Gyuricza, L. *The role of the borderland position in the tourism of Transcarpathia*. Geographica Timisiensis, 2011, vol. 20, nr. 1, pp.47–57
3. Шандор, Ф. Ф. Становлення туристичної галузі в Закарпатті : історичний аспект / *The Development of The Tourism Sector in Transcarpathia: Historical Aspect*. Науковий вісник Ужгородського університету Серія: Географія. Землеустрій. Природокористування. Ужгород, Говерла. 2013, Вип. 1. с. 183–189
4. Berghauer S., Sass E., Tarpai J., Tóth A. A helyi termékekben rejlő turisztikai erőforrások Kárpátalján / *Local Products as Tourism Resources in Transcarpathia*. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 2020 V. évfolyam 3. szám., pp. 57–73
5. Паньків Н. Є. Сучасні тенденції розвитку подієвого туризму на Закарпатті. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 5. Том 1. с. 125–135
6. Sulyok J. A turisztikai imázs / *Tourist destination image*. Turizmus Bulletin. 2006. 10(4). pp. 55–62.
7. Lengyel M. A turizmus általános elmélete / *A general theory of tourism*. Képzőművészeti Kiadó és Nyomda, Budapest. 1994. p. 297.
8. Hunt, J. D. *Image – A Factor in Tourism*. Colorado State University Press, Colorado, 1971.
9. Gunn, C. A. *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. Taylor & Francis, Washington, 1972.
10. Mayo, E. J. Regional images and regional travel behavior. *Proceedings of the Travel Research Association Conference*. 1973. pp. 211–218.
11. Kotler, P., Haider, D. H., Rein, I. *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations*. New York: The Free Press, 1993, p. 388.
12. Baloglu, S., McCleary, K. W. A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*. 1999. 26(4). pp. 868–897.
13. Gallarza, M. G., Saura, I. G., García, H. C. *Destination Image: Towards a Conceptual Framework*. *Annals of Tourism Research*. 2002, 29(1). pp. 56–78. stb.
14. Baloglu, S., Mangaloglu, M. Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents. *Tourism Management*. 2001. 22(1). pp. 1–9.
15. Pike, S. Destination image analysis – a review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*. 2002. 23(5). pp. 541–549.
16. Pike, S. Destination image literature. *Acta turistica*. 2007. 19(2). pp. 101–228.
17. Echtner, C. M., Ritchie, B. *The measurement of destination image: An empirical assessment*. *Journal of Travel Research*. 1993. 31(4). pp. 3–13.

18. Bidzilya, Y. M., Solomin, Y. O., Tolochko, N. V., Shapovalova, H. V., Shebeshtian, Y. M. *The Media Image of the Multinational Transcarpathia: The Problems of the Search for Ethnic and Civil Identities*. International Journal of Criminology and Sociology. 2020. 9. pp. 2972–2983
19. Berghauer S. Turizmus Kárpátalján / *Tourism in Transcarpathia*. Modern Geográfia. 2010. 5(2). pp. 31–54.
20. Szilágyi Zs., Sass E., Gönczy S. Kárpátalja, mint turisztikai desztináció; Magyarországi turisták körében végzett imázs és elégedettségvizsgálat / *Transcarpathia as A Tourist Destination; Image and Satisfaction Survey among Hungarian Tourists*. III Magyar Földrajzi Konferencia. 2006. szeptember 6–7, Budapest. ISBN: 963-9545-12-0
21. Sass E., Szilágyi Zs., Gönczy S. Kárpátalja, mint turisztikai desztináció ismertsége és imázsa / *Awareness and image of Transcarpathia as a tourist destination*. In: GULYÁS L. (szerk.): Régiók a Kárpát-medencén innen és túl. Nemzetközi tudományos konferencia. Eötvös József Főiskola, Baja. 2007. pp. 455–460.
22. Лемко І. С., Киртич Л. П., Жарнікова Р.С., Фекийшгазі Б. М. Термальні мінеральні води Закарпаття. Медична гідрологія та реабілітація / *Thermal mineral waters of Zakarpattia*. 2003. Т. 1. № 2. с. 91–95
23. Sass E. Kárpátalja fesztiváljainak elemzése internetes megjelenésük alapján / *Analysis of Festivals in Transcarpathia Based On Their Appearance on The Internet*. In Jászberényi M. – Zátori A. – Asványi K. (szerk.): Fesztiválturizmus. Akadémia Kiadó Zrt., Budapest, 2016. pp. 368–382
24. Машіка Г. В., Якоб Н. К. Теоретичні підходи до розвитку винного туризму Закарпатської області / *Theoretical approaches to the development of winery tourism in the Zakarpathian region*. Економіка та суспільство. 2017. № 13. с. 878–882
25. Архієреєв С. І., Баранова В. В., Варава К. М. Розвиток бальнеологічного туризму в Україні / *Development of balneological tourism in Ukraine*. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2019. Вип. 9. с. 153–163. DOI: 10.26565/2310B9513B2019B9B19
26. Berghauer S. Fesztiválok / *Festivals*. In: Berghauer S., Tóth A. (szerk.): Kárpátalja magyarul lakta területeinek turisztikai helyzetfelmérése / *Analysis of Tourism in The Areas Inhabited by Hungarians in Transcarpathia*. Beregszász. 2019. pp. 26–31
27. Морохович В. С., Лендел М. А., Морохович Б. В. Розвиток туризму Закарпатської області як складової туристичної галузі України / *Tourism development of the Transcarpathian region as a component of the tourism industry of Ukraine*. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2020. № 60. с. 12–17
28. Gönczy, S., Fodor, Gy., Oláh N., Nagy T., Ésik Zs., Szepesi J. *Geoheritage values of the Northeastern Carpathians, Transcarpathia, Ukraine*. Geoconservation Research. 2020. Volume 3, Issue 2, pp. 32–48, e-ISSN: 2588-7343 <https://doi.org/10.30486/gcr.2020.1904340.1026>
29. Шука Г. П., Сокол Т. Г. Визначення тематики фестивалю як важлива умова його успішного просування (на прикладі Закарпаття) / *Defining The Theme of A Festival as An Important Condition for Successful Promotion (The Example of Transcarpathia)*. Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 23–24 березня 2023 року, м. Черкаси
30. Славік Р. В. Розвиток туристично-рекреаційної сфери Закарпатської області в контексті загальноукраїнських тенденцій / *The Development of The Tourism-Recreational Sector of Transcarpathia in The Context of All-Ukrainian Trends*. Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія Економіка. 2019. Випуск 2(54), pp. 71–78. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2019.2\(54\)](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2019.2(54)).
31. Sass E. *The impact of eastern Ukrainian armed conflict on tourism in Ukraine*. GeoJournal of Tourism and Geosites. 2020. Year XIII., vol. 30, no. 2 supplement, pp. 880–888. DOI 10.30892/gtg.302spl14-518
32. Pidgirna, V., Filipchuk, N. *Development of the tourist services market in Ukraine under conditions of transformation changes*. GeoJournal of Tourism and Geosites, 2020, 30(2spl), 794–800. <https://doi.org/10.30892/gtg.302spl03-507>
33. <https://ukrstat.gov.ua> Державна служба статистики / *State Statistics Committee of Ukraine*
34. Sass E., Berghauer S. (szerk.) Kárpátalja magyarul lakta területeinek turisztikai helyzetfelmérése / *Analysis of Tourism in The Areas Inhabited by Hungarians in Transcarpathia*. Kutatási beszámoló. Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács. Gáborprint, Beregszász, 2019. p. 66
35. Іжак Т.Й. Проблеми сільського (зеленого) туризму на Закарпатті / *The Problems of Rural (Green) Tourism in Transcarpathia*. Матеріали VII міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» 24–25 березня 2016 року, м. Черкаси. с. 204–208. ISBN 978-966-920-075-4

36. Sass E. A felvidéki és kárpátaljai falusi turizmus összehasonlító jellemzése / *A Comparative Study on the Characteristics of Rural Tourism in Transcarpathia and in the Highland*. Metszetek 7:1. 2018. pp. 63–90. DOI: 10.18392/metsz/2018/1/3
37. Sass E. A kárpátaljai Beregvidék falusi turizmusának helyzete és fejlődési lehetőségei / *The State and Opportunities for the Development of Rural Tourism in the Transcarpathian Beregvidék*. Doktori disszertáció. Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földtudományok Doktori Iskola, 2019. p. 203
38. Lontai-Szilágyi Zs., Oláh N., Tóth N. M., Gönczy S. Keresletelemzés a Magyarországról a kárpátaljai Beregvidékre érkező turisták körében / *Demand analysis among tourists arriving from Hungary to the Transcarpathian Bereg region*. Társadalomföldrajzi folyamatok Kelet-Közép-Európában: problémák, tendenciák, irányzatok. Nemzetközi földrajzi konferencia. Tanulmánykötet. 2020. pp. 495–503
39. Sass E., Bártfai E., Angler K. A kárpátaljai borturizmus helyzete és fejlesztésének lehetősége / *The Situation of Transcarpathian Wine Tourism and The Possibility of Its Development*. Borászati füzetek: fórum, hírek, magazin, piac, szaktanácsok, gasztronómia, ISSN 1217-9337. 2017, 27. évf., 1. sz., p. 30–34
40. Linc A., Vida Gy. Kárpátalja turisztikai vonzerőinek megítélése az ott élő magyarok szemszögéből / *Evaluation of The Tourist Attractions of Transcarpathia from The Point of View of The Hungarians Living There*. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok. 2018, III. évfolyam, II. szám. ISSN 2498-6984. pp. 18–31
41. Asero, V., Gozzo, S., Tomaselli, V. *Building Tourism Networks through Tourist Mobility*. Journal of Travel Research. 2016. Vol. 55(6) 751–763. DOI: 10.1177/0047287515569777
42. Nod, G., Aubert, A. *Methods for measuring the spatial mobility of tourists using a network theory approach*. Hungarian Geographical Bulletin, 2022, 71 (3) pp. 287–299. DOI: 10.15201/hungeobull.71.3.5
43. Telbisz, T., Šulc, I., Mari, L., Radeljak Kaufmann, P. *Attitudes and preferences of visitors of Krka National Park, Croatia*. Hungarian Geographical Bulletin, 2022, 71 (2), pp. 117–132. DOI: 10.15201/hungeobull.71.2.2
44. Цимбала О. Термальні води Закарпаття як складова туристичного продукту (на прикладі турів компанії «Відвідій») / *Thermal waters of Zakarpattia as a tourist product component (on the example of the „Vidviday” company tours)*. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм, 2020, 3(2), с. 185–195. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.3.2.2020.221277>
45. <https://tourinform.org.ua/listings/termalni-vody-beregovo> – туристичний довідник термальних вод Закарпаття та Берегівщини / *Tourist Manual on Thermal Spas of Transcarpathia and Berehove District*.
46. <https://zhayvoronok.net/> – офіційний вебсайт оздоровчого комплексу «Жайворонок» у м. Берегові / *Official Website of the „Zhayvoronok” Health Complex in Berehove*.
47. Інтерв'ю з професором Федором Шандор / Informant Prof. Dr Sándor Fegyir <https://dyvys.info/2017/10/29/lviv-slavytsya-kav-yarnyamy-a-uzhgorod-kavoyu-uzhgorodets-pro-te-chym-misto-dyvuyeturysta/>
48. Щука Г. П. Подієвий туризм / *Festival Tourism*. Навчально-методичний посібник. Берегове, ЗУІ, 2023. с. 171.
49. Мельник А. В., Чир Н. В. Сучасні аспекти дослідження природно-заповідного фонду Закарпатської області як ядра для розвідку екологічного туризму. Український географічний журнал, 2019, 3(107), с. 43–52. DOI: <https://doi.org/10.15407/ugz2019.03.043>
50. Russel, J. A., Ward, L. M., Pratt, G. *Affected quality attributed to environments: a factor analytic study*. Environment and Behaviour. 1981. 13(3). pp. 259–288.

References

1. Symochko A. V., Voloshyn I. M. (2011). Osoblyvosti strukturnykh elementiv turystychno-resursnoho potentsialu Zakarpatskoi oblasti [Features of the Structural Elements of Tourism and Resource Potential of the Transcarpathian Region]. *Pryroda Zakhidnoho Polissia ta prylehlykh terytorii. Rozdil I. Heohrafiia*. № 8, pp. 78–83 [in Ukrainian]
2. Berghauer, S., Gyuricza, L. (2011). The role of the borderland position in the tourism of Transcarpathia. *Geographica Timisiensis*, Vol. 20, Nr. 1, pp. 47–57
3. Shandor, F. F. (2013). Stanovlennia turystychnoi haluzi v Zakarpatti : istorychnyi aspekt [The Development of The Tourism Sector in Transcarpathia: Historical Aspect]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetuii Seriia: Heohrafiia. Zemleustrii. Pryrodokorystuvannia*. Uzhhorod, Hoverla. Vol. 1. pp. 183–189 [in Ukrainian]
4. Berghauer S., Sass E., Tarpai J., Tóth A. (2020). A helyi termékekben rejlő turisztikai erőforrások Kárpátalján [Local Products as Tourism Resources in Transcarpathia]. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 3. szám., pp. 57–73 [in Hungarian]
5. Pankiv N. Ye. (2021). Suchasni tendentsii rozvytku podiieivoho turyzmu na Zakarpatti [Modern progress of eventful tourism trend is Zararpattia]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*. № 5. Tom 1. pp. 125–135 [in Ukrainian]

6. Sulyok J. (2006). A turisztikai imázs [Tourist destination image]. *Turizmus Bulletin*. 10(4). pp. 55–62. [in Hungarian]
7. Lengyel M. (1994). A turizmus általános elmélete [A general theory of tourism]. *Képzőművészeti Kiadó és Nyomda*, Budapest. p. 297. [in Hungarian]
8. Hunt, J. D. (1971). *Image – A Factor in Tourism*. Colorado State University Press, Colorado.
9. Gunn, C. A. (1972). *Vacationscape: Designing Tourist Regions*. Taylor & Francis, Washington
10. Mayo, E. J. (1973). Regional images and regional travel behavior. *Proceedings of the Travel Research Association Conference*. pp. 211–218.
11. Kotler, P., Haider, D. H., Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and Nations*. New York: The Free Press. p. 388.
12. Baloglu, S., McCleary, K. W. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*. 26(4). pp. 868–897.
13. Gallarza, M. G., Saura, I. G., García, H. C. (2002). Destination Image: Towards a Concetual Framework. *Annals of Tourism Research*. 29(1). pp. 56–78.
14. Baloglu, S., Mangaloglu, M. (2001). Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents. *Tourism Management*. 22(1). pp. 1–9.
15. Pike, S. (2002). Destination image analysis – a review of 142 papers from 1973 to 2000. *Tourism Management*. 23(5). pp. 541–549.
16. Pike, S (2007). Destination image literature. *Acta turistica*. 19(2). pp. 101–228.
17. Echtner, C. M., Ritchie, B. (1993). The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of Travel Research*. 31(4). pp. 3–13.
18. Bidzilya, Y. M., Solomin, Y. O., Tolochko, N. V., Shapovalova, H. V., Shebeshtian, Y. M. (2020). The Media Image of the Multinational Transcarpathia: The Problems of the Search for Ethnic and Civil Identities. *International Journal of Criminology and Sociology*. 9. pp. 2972–2983
19. Berghauer S. (2010). Turizmus Kárpátalján [Tourism in Transcarpathia]. *Modern Geográfia*. 5(2). pp. 31–54. [in Hungarian]
20. Szilágyi Zs., Sass E., Gönczy S. (2006). Kárpátalja, mint turisztikai desztináció; Magyarországi turisták körében végzett imázs és elégedettségvizsgálat [Transcarpathia as A Tourist Destination; Image and Satisfaction Survey among Hungarian Tourists]. *III Magyar Földrajzi Konferencia*. 2006. szeptember 6-7, Budapest. ISBN: 963-9545-12-0 [in Hungarian]
21. Sass E., Szilágyi Zs., Gönczy S. (2007). Kárpátalja, mint turisztikai desztináció ismertsége és imázsa [Awareness and image of Transcarpathia as a tourist destination]. *GULYÁS L. (szerk.): Régiók a Kárpát-medencén innen és túl. Nemzetközi tudományos konferencia*. Eötvös József Főiskola, Baja. pp. 455–460. [in Hungarian]
22. Lemko I. S., Kyrtych L. P., Zharnikova R.S., Fekyishhazi B. M. (2003). Termalni mineralni vody Zakarpattia [Thermal mineral waters of Zakarpattia]. *Medychna hidrolohiia ta reabilitatsiia*. T. 1, № 2., pp. 91–95 [in Ukrainian]
23. Sass E. (2016). Kárpátalja fesztiváljainak elemzése internetes megjelenésük alapján [Analysis of Festivals in Transcarpathia Based On Their Appearance on The Internet]. In Jászberényi M., Zátori A., Ásványi K. (szerk): *Fesztiválturizmus*. Akadémia Kiadó Zrt., Budapest, pp. 368–382 [in Hungarian]
24. Mashika H. V., Yakob N. K. (2017). Teoretychni pidkhody do rozvytku vynnoho turyzmu Zakarpatskoi oblasti [Theoretical approaches to the development of winery tourism int he Zakarpathian region]. *Ekonomika ta suspilstvo*. № 13. pp. 878–882 [in Ukrainian]
25. Arkhiereiev S. I., Baranova V. V., Varava K. M. (2019). Rozvytok balneolohichnoho turyzmu v Ukraini [Development of balneological tourism in Ukraine]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Serii: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm*. №. 9. pp. 153–163. DOI: 10.26565/2310B9513B2019B9B19 [In Ukrainian]
26. Berghauer S. (2019). Fesztiválok [Festivals]. Berghauer S. – Tóth A. (szerk.): *Kárpátalja magyarul: a területének turisztikai helyzetfelmérése. Analysis of Tourism in The Areas Inhabited by Hungarians in Transcarpathia*. Beregszász. pp. 26–31 [in Hungarian]
27. Morokhovych V. S., Lendiel M. A., Morokhovych B. V. (2020). Rozvytok turyzmu Zakarpatskoi oblasti yak skladovoi turystychnoi haluzi Ukrainy [Tourism development of the Transcarpathian region as a component of the tourism industry of Ukraine]. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*. № 60, pp. 12–17 [in Ukrainian]
28. Gönczy, S., Fodor, Gy., Oláh N., Nagy T., Ésik Zs., Szepesi J. (2020). Geoheritage values of the Northeastern Carpathians, Transcarpathia, Ukraine. *Geoconservation Research*. Vol. 3, Issue 2, pp. 32–48, Retrieved from: <https://doi.org/10.30486/gcr.2020.1904340.1026>

29. Shchuka H. P., Sokol T. H. (2023). Vyznachennia tematyky festyvaliu yak vazhlyva umova yoho uspishnoho prosuvannia (na prykladi Zakarpattia) [Defining The Theme of A Festival as An Important Condition for Successful Promotion (The Example of Transcarpathia)]. *Materialy KhIV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Turystychnyi ta hotelno-restoranni biznes v Ukraini: problemy rozvytku ta rehuliuвання»*: 23–24 bereznia 2023 roku, m. Cherkasy [in Ukrainian]
30. Slavik R. V. (2019). Rozvytok turystychno-rekreatsiinoi sfery Zakarpatskoi oblasti v konteksti zahalnoukrainskykh tendentsii [The Development of The Tourism-Recreational Sector of Transcarpathia in The Context of All-Ukrainian Trends]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho Universytetu. Seriya Ekonomika*. Vol. 2(54), pp. 71–78. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2019.2\(54\)](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2019.2(54)). [in Ukrainian]
31. Sass E. (2020). The impact of eastern Ukrainian armed conflict on tourism in Ukraine. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. Year XIII., Vol. 30, No. 2 Supplement, pp. 880–888. DOI 10.30892/gtg.302spl14-518
32. Pidgirna, V., Filipchuk, N. (2020). Development of the tourist services market in Ukraine under conditions of transformation changes. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 30(2spl), 794–800. <https://doi.org/10.30892/gtg.302spl03-507>
33. State Statistics Committee of Ukraine (2024). Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official website of the State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from: <https://ukrstat.gov.ua>
34. Sass E., Berghauer S. (szerk.) (2019). Kárpátalja magyarul lakta területeinek turisztikai helyzetfelmérése [Analysis of Tourism in The Areas Inhabited by Hungarians in Transcarpathia]. *Kutatási beszámoló. Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács*. Gáborprint, Beregszász, p. 66 [in Hungarian]
35. Izhak T.I. (2016). Problemy silskoho (zelenoho) turyzmu na Zakarpatti [The Problems of Rural (Green) Tourism in Transcarpathia]. *Materialy VII mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Turystychnyi ta hotelno-restoranni biznes v Ukraini: problemy rozvytku ta rehuliuвання» 24–25 bereznia 2016 roku*, Cherkasy. FOP Chabanenko, pp. 204–208. ISBN 978-966-920-075-4 [in Ukrainian]
36. Sass E. (2018). A felvidéki és kárpátaljai falusi turizmus összehasonlító jellemzése [A Comparative Study on the Characteristics of Rural Tourism in Transcarpathia and in the Highland]. *Metszetek* 7:1. ISSN 2063-6415. pp. 63–90. DOI: 10.18392/metsz/2018/1/3 [in Hungarian]
37. Sass E. (2019). A kárpátaljai Beregvidék falusi turizmusának helyzete és fejlődési lehetőségei [The State and Opportunities for the Development of Rural Tourism in the Transcarpathian Beregvidék]. *Doktori disszertáció. Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földtudományok Doktori Iskola*, p. 203 [in Hungarian]
38. Lontai-Szilágyi Zs., Oláh N., Tóth N. M., Gönczy S. (2020). Keresletelemzés a Magyarországról a kárpátaljai Beregvidékre érkező turisták körében [Demand analysis among tourists arriving from Hungary to the Transcarpathian Bereg region]. *Társadalomföldrajzi folyamatok Kelet-Közép-Európában: problémák, tendenciák, irányzatok. Nemzetközi földrajzi konferencia*. Tanulmánykötet. pp. 495–503 [in Hungarian]
39. Sass E., Bártfai E., Angler K. (2017). A kárpátaljai borturizmus helyzete és fejlesztésének lehetősége [The Situation of Transcarpathian Wine Tourism and The Possibility of Its Development]. *Borászati füzetek: fórum, hírek, magazin, piac, szaktanácsok, gasztronómia*, ISSN 1217-9337. 27. évf., 1. sz., p. 30–34 [in Hungarian]
40. Linc A., Vida Gy. (2018). Kárpátalja turisztikai vonzerőinek megítélése az ott élő magyarok szemszögéből [Evaluation of The Tourist Attractions of Transcarpathia from The Point of View of The Hungarians Living There]. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*. III. évfolyam, II. szám. ISSN 2498-6984. pp. 18–31 [in Hungarian]
41. Asero, V., Gozzo, S., Tomaselli, V. (2016). Building Tourism Networks through Tourist Mobility. *Journal of Travel Research*. Vol. 55(6), 751–763. DOI: 10.1177/0047287515569777
42. Nod, G., Aubert, A. (2022). Methods for measuring the spatial mobility of tourists using a network theory approach. *Hungarian Geographical Bulletin*, 71 (3) pp. 287–299. DOI: 10.15201/hungeobull.71.3.5
43. Telbisz, T., Šulc, I., Mari, L., Radeljak Kaufmann, P. (2022). Attitudes and preferences of visitors of Krka National Park, Croatia. *Hungarian Geographical Bulletin*, 71 (2), pp. 117–132. DOI: 10.15201/hungeobull.71.2.2
44. Tsymbala O. (2020). Termalni vody Zakarpattia yak skladova turystychnoho produktu (na prykladi turiv kompanii «Vidvidii») [Thermal waters of Zakarpattia as a tourist product component (ont he example of the „Vidviday” company tours)]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seriya: Turyzm*, 3(2), pp. 185–195. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.3.2.2020.221277> [in Ukrainian]
45. Turystychnyi dovidnyk termalnykh vod Zakarpattia ta Berehivshchyny (2024). Termalni vody – sportyvna baza Zakarpattia [Thermal waters are the sports base of Transcarpathia]. Retrieved from: <https://tourinform.org.ua/listings/termalni-vody-beregovo> [in Ukrainian]

46. „Zhayvoronok” Health Complex (2024). Ofitsiinyi vebсайт ozdorovchoho kompleksu «Zhaivoronok» u m. Berehovi [Official Website of the „Zhayvoronok” Health Complex in Berehove]. Retrieved from: <https://zhayvoronok.net/> [in Ukrainian]
47. Drapak M. (2017). Interviu z z profesorom Fedorom Shandor [Informant Prof. Dr Sándor Fegyir]. Retrieved from: <https://dyvys.info/2017/10/29/lviv-slavytsya-kav-yarnyamy-a-uzhgorod-kavoyu-uzhgorodets-pro-te-chym-misto-dyvuye-turysta/> [in Ukrainian]
48. Shchuka H. P. (2023). Podiievyi turyzm [Festival Tourism]. *Navchalno-metodychnyi posibnyk*. Berehove, ZUI, pp. 171. [in Ukrainian]
49. Melnyk A. V., Chyr N. V. (2019). Suchasni aspekty doslidzhennia pryrodno-zapovidnoho fondu Zakarpatskoi oblasti yak yadra dlia rozvidku ekolohichnoho turyzmu [Modern Aspects of Research of the Natural Reserve Fund of the Transcarpathian Region as a Core of the Devepopment of Ecological Tourism]. *Ukrainskyi heohrafichnyi zhurnal* 3(107), pp. 43–52. DOI: <https://doi.org/10.15407/ugz2019.03.043> [in Ukrainian]
50. Russel, J. A., Ward, L. M., Pratt, G. (1981). Affected quality attributed to environments: a factor analytic study. *Environment and Behaviour*. 13(3). pp. 259–288.

Köszönetnyilvánítás:

Itt szeretnénk köszönetet mondani Klepár Vitalijnak, Tóth Nikoletta Mariannának és Lukács Viktóriának a kérdőívezésben nyújtott segítségükért.

УДК 640.4:004.8

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-4>

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Дишкантюк Оксана Володимирівна

кандидат технічних наук, доцент,

декан факультету менеджменту, готельно-ресторанної справи та туризму,

Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса, Україна

ORCID ID: 0000-0002-0679-3940

Власюк Карина Вікторівна

старший викладач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,

Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса, Україна

ORCID ID: 0000-0001-6209-5525

Марковська Анастасія Валеріївна

старший викладач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,

Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса, Україна

ORCID ID: 0000-0002-7085-9860

У контексті інтенсивної конкуренції та постійного розвитку технологій, штучний інтелект (ШІ) розглядається як ключовий елемент для покращення ефективності та конкурентоспроможності в ресторанній індустрії. Проаналізовано застосування ШІ у різних аспектах: оптимізація обслуговування та управління персоналом, персоналізовані послуги, автоматизація управління запасами та вплив на кулінарну майстерність.

Метою дослідження є обґрунтування основних інструментів інноваційних технологій штучного інтелекту, необхідних для ефективного функціонування ресторанного бізнесу. Розглянуто прогнозування попиту, автоматизацію замовлень, моніторинг персоналу, аналіз замовлень і відгуків гостей. Особлива увага приділяється впливу ШІ на новаторство у кулінарії, включаючи аналіз смакових тенденцій та розробку персоналізованих рецептів. Використання ШІ в ресторанному бізнесі може значно підвищити ефективність, відповідати зростаючим вимогам споживачів та сприяти формуванню конкурентних переваг. Підкреслено потенціал ШІ для автоматизації рутинних задач та фокусування персоналу на стратегічних аспектах діяльності. Особливу увагу приділено ролі ШІ у персоналізації обслуговування, від виявлення індивідуальних переваг споживачів до надання рекомендацій щодо страв. Відзначено використання ШІ для аналізу великих даних та удосконалення систем управління запасами, забезпечуючи ефективну логістику та мінімізацію витрат. Визначається, що ШІ є важливим інструментом для адаптації ресторанного бізнесу до сучасних викликів, забезпечуючи ефективність та конкурентні переваги.

Ключові слова: штучний інтелект, ресторанний бізнес, інноваційні технології, персоналізовані послуги, нейромережі.

INNOVATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN THE RESTAURANT BUSINESS

Dyshkantiuk Oksana Volodymyrivna

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,

Dean of the Faculty of Management, Hotel and Restaurant Business and Tourism,

International Humanitarian University, Odesa, Ukraine

ORCID ID: 0000-0002-0679-3940

Vlasiuk Karyna Viktorivna

Senior Lecturer of the Department of Hotel, Restaurant and Tourism Business,
International Humanitarian University, Odesa, Ukraine
ORCID ID: 0000-0001-6209-5525

Markovska Anastasiia Valeriivna

Senior Lecturer of the Department of Hotel, Restaurant and Tourism Business,
International Humanitarian University, Odesa, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-7085-9860

In the context of intense competition and continuous technological development, the article considers artificial intelligence (AI) as a key element for improving efficiency and competitiveness in the restaurant industry. The application of AI in various aspects is analyzed: optimization of service and staff management, personalized services, automation of inventory management, and impact on culinary skills.

The aim of the research is to justify the main tools of innovative artificial intelligence technologies necessary for the effective functioning of the restaurant business. Demand forecasting, order automation, staff monitoring, analysis of orders, and guest feedback are considered. Special attention is paid to the impact of AI on innovation in cooking, including the analysis of taste trends and the development of personalized recipes. The use of AI in the restaurant business can significantly increase efficiency, meet the growing demands of consumers, and contribute to the formation of competitive advantages. The potential of AI for automating routine tasks and focusing staff on strategic aspects of activities is emphasized. Special attention is given to the role of AI in personalizing service, from identifying individual consumer preferences to providing dish recommendations. The use of AI for big data analysis and the improvement of inventory management systems, ensuring more efficient logistics and cost minimization, is noted. The role of AI in the creative process of chefs, including the analysis of taste trends and the development of new recipes, is analyzed. The application of AI not only optimizes processes but also stimulates innovations in culinary art. It is emphasized that AI is an important tool for adapting the restaurant business to modern challenges, ensuring efficiency and competitive advantages.

Key words: artificial intelligence, restaurant business, innovative technologies, personalized services, neural networks.

Постановка проблеми

Високий рівень конкуренції у сфері ресторанного бізнесу зумовлює потребу у пошуку новаторських методів та компонентів для ефективного функціонування. Впровадження різноманітних інновацій стає ключовою тенденцією, що стимулює розвиток галузі гостинності. Ці інноваційні технології є визначальним чинником для життєздатності та конкурентоспроможності ресторанних підприємств. Процес впровадження інновацій на підприємствах призводить до системних змін, які позначаються на всіх аспектах їхньої діяльності. У таких умовах розробка та впровадження інновацій стає визначальним фактором розвитку не лише конкретного ресторанного підприємства, але й сфери бізнесу в цілому. Важливість інноваційних процесів на сучасному етапі постійно зростає, вони є ключовими факторами для досягнення конкурентних переваг підприємствами

ресторанного господарства та для більш повного задоволення попиту споживачів через надання високоякісних послуг.

Штучний інтелект (ШІ, англ. artificial intelligence, AI), що став одним із найбільш швидкозростаючих сегментів технології, активно застосовується в різних галузях. Наприклад, в банківській сфері розробляються роботизовані асистенти для роботи з клієнтами. Використання ШІ вже стало нормою в роздрібній торгівлі для покращення обслуговування та в інтерактивних додатках. Такі технології знаходять застосування в індустрії послуг та роздрібній торгівлі. Очікується, що впровадження ШІ до 2030 року дасть приріст світового ВВП на 14%, що прирівнюється 15,7 трл.дол [1]. Дослідження IBM за 2022 рік вказують, що 35% компаній уже використовують штучний інтелект у своїй бізнес-діяльності, а 42% досліджують можливості його інтеграції в конкретних умовах [2].

Унікальність ІІІ полягає в тому, що програма, яка відтворює роботу людського розуму за допомогою алгоритмів, може реалізовувати різноманітні завдання і, накопичуючи інформацію, "самонавчається". Це досягається через поєднання методології побудови алгоритмів (Machine learning), фокусу на класифікації даних (Deep learning), відтворення роботи людського мозку (Artificial neural networks) і володіння технологіями розпізнавання мови (Natural language processing). Таке поєднання робить штучний інтелект потужним інструментом в різних сферах людської діяльності. Оцінка швидкості роботи людини порівнюючи з функціями, які може виконати штучний інтелект, виявляється неспіввимірною величиною. За даними Forbes, за період 2010-2020 років завдяки штучному інтелекту об'єми використання великих даних зросли від 1,2 трлн ГБ до 59 трлн ГБ, що майже на 5 тис. відсотків більше [3].

Передові досягнення в галузі штучного інтелекту визначаються, насамперед, експоненціальним ростом інформації про сучасний світ, що виступає фундаментом для навчання систем ІІІ. Збільшені обсяги даних, системи самообслуговування, використання cookie-файлів та загальна присутність в Інтернеті стали не лише цифровою реальністю, але й ключовими ресурсами для процесу навчання ІІІ. Відзначимо, що глибинне навчання, яке лежить в основі всіх активних систем ІІІ, включаючи суперкомп'ютер Watson від IBM, штучний інтелект DeepMind, пошукову систему Google та алгоритми Facebook, є необхідним, але недостатнім самим по собі для продукування складних логічних висновків. Сприятливе поєднання великих обсягів даних і вдосконалених алгоритмів глибинного навчання сприяло виникненню ідеальної ситуації, яка допомогла ІІІ досягти успіху, за яким вона рухалася протягом майже 60 років. Цей феномен конвергенції дозволяє робити висновок, що за умови збереження актуальних технологічних тенденцій розвиток ІІІ обіцяє залишатися на піку свого розвитку. У цифровому світі сучасності компанії повинні трансформувати свої бізнес-моделі для того,

щоб залишатися актуальними та мати конкурентні переваги. Дослідження McKinsey вказує, що понад 40% компаній можуть зазнати невдачі протягом наступних 10 років, якщо не впровадять цифрові технології, зокрема ІІІ. Застосування великих даних для аналітики та машинного навчання прискорює розробку ефективних рішень, забезпечуючи генерацію знань практично в режимі реального часу. ІІІ може звільнити співробітників від рутинних завдань і дозволити їм фокусуватися на стратегічних аспектах діяльності компанії [4].

Величезні можливості ІІІ зумовлюють його значущість, використовуючи три ключові фактори: цифровізацію, зростання обчислювальної потужності та розвиток нових алгоритмів. Ці фактори підтримуються великими інвестиціями, що переносять ІІІ від дослідження до практики в бізнесі. Таким чином, ІІІ і далі відіграє значущу роль у формуванні інноваційних підходів у різних сферах економіки, демонструючи свій потенціал для оптимізації та удосконалення багатьох аспектів підприємницької діяльності.

Обґрунтування можливостей та ефектів від застосування штучного інтелекту в ресторанному бізнесі буде ключовим фактором, що впливає на темпи впровадження цих технологій у господарську діяльність ресторанних компаній.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проведене Global Tend Research, Boston Consulting Group та MIT Sloan Management Review [2] розкриває зацікавленість та готовність підприємств використовувати та впроваджувати системи штучного інтелекту. Згідно статистичних даних, понад 83% підприємств вважають за ефективне використання машинного навчання для забезпечення конкурентоспроможності. Навіть більше, 84% респондентів вбачають, що ІІІ є ключовим фактором для підтримки конкурентного статусу їхніх компаній, а 83% підтверджують стратегічну важливість розумних систем для бізнесу у сучасних умовах. Результати дослідження, проведеного з залученням понад 3000 керівників підприємств та аналітиків із 112 країн та 21 промисловості,

переконливо свідчать про широкий розпізнаваний вплив технологій, зокрема ШІ, як стратегічного інструменту для досягнення конкурентних переваг. Впровадження систем штучного інтелекту стає необхідним стратегічним пріоритетом для підприємств у різних галузях та країнах [5].

Наукове дослідження, проведене С. М. Ніленко та В. А. Русавською [6], висвітлює впровадження технології штучного інтелекту в галузь ресторанного бізнесу, конкретно в контексті автоматизації функцій салат-бару. В рамках цього дослідження детально розглядається модель роботизації, яка спрямована на оптимізацію технологічних процесів у сфері ресторанного обслуговування. Журнал *Forbes Ukraine* [7] презентує розроблену українським програмістом інноваційну технологію голосового робота, яка має великий потенціал у галузі гостинності, спрощуючи взаємодію з гостями та оптимізуючи процеси обслуговування. Веб-ресурс *Webpromo* [8] систематизує основні переваги та області використання штучного інтелекту в бізнес-сегменті. Розглядається вплив штучного інтелекту на підвищення ефективності операцій, аналізуються перспективи впровадження технологій індивідуального обслуговування та персоналізації послуг у галузі гостинності. Аналізуючи загальні тенденції цифрової трансформації ресторанного бізнесу, автори Олійник О., Шестакова А та Ярмолук Д виділяють впровадження елементів «штучного інтелекту», стверджуючи, що технології штучного інтелекту та аналітика в режимі реального часу відіграють ключову роль, допомагаючи ресторанам швидко оптимізувати затрати діяльності [9]. Науковці Даниленко О.В., Зоценко Л.М., Братіцел М.Л., досліджуючи пріоритети розвитку цифрових технологій у ресторанному бізнесі в Україні, виділяють значення технологій штучного інтелекту для врахування смаків і вподобань гостей ресторану, спрогнозованих на основі попередніх замовлень [10]. Однак питання застосування перспективних інноваційних технологій штучного інтелекту у ресторанній сфері вимагають подальшого дослідження та систематизації.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є обґрунтування основних інструментів інноваційних технологій штучного інтелекту, необхідних для ефективного функціонування ресторанного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження

Досліджуючи напрями застосування ШІ в ресторанному бізнесі виділимо наступні (таблиця 1):

- оптимізація процесів обслуговування та управління персоналом
- персоналізовані послуги та рекомендації
- автоматизоване управління запасами та логістикою
- вплив AI на експертність кухарів та створення нових страв

Використовуючи алгоритми машинного навчання для аналізу історичних даних замовлень, погодних умов та подій у місцевості для точного прогнозування попиту на певний час, ресторан може оптимально розподілити персонал та ресурси. З метою персоналізації обслуговування перспективно застосування системи ШІ, яка аналізує дані про замовлення та переваги споживачів. Наприклад, система може рекомендувати персоналу подавати гостю його улюблені страви чи напої, підвищуючи задоволення від візиту. Haidilao International Holding Ltd. (Haidilao Hot Pot) застосовує роботів та штучний інтелект для автоматизації деяких робіт у ресторанах, включаючи обслуговування столів та приготування їжі. Для автоматизації замовлень та обслуговування практикують впровадження голосових асистентів чи чат-ботів для прийому замовлень та відповіді на питання клієнтів. Це спрощує процес замовлення та дозволяє персоналу більше уваги приділяти обслуговуванню столів. Цим вже займаються такі гіганти як Taso Bell, Chipotle та Domino's. За допомогою чатботів вони приймають замовлення, рекомендують страви, відповідають на типові питання. Важливою цінністю технології є те, що для виконання цих задач не залучається персонал, і це є економічно привабливим для

Таблиця 1

Напрями застосування ШІ в ресторанному бізнесі

Напрямок застосування ШІ	Мета застосування
Оптимізація процесів обслуговування та управління персоналом	Прогнозування попиту Персоналізоване обслуговування Автоматизація замовлень та обслуговування Моніторинг та аналіз ефективності персоналу Адаптація до змін обставин
Персоналізовані послуги та рекомендації	Аналіз історії замовлень: Системи рекомендацій: Аналіз відгуків та зворотного зв'язку: Персоналізовані пропозиції та акції: Аналіз контексту та взаємодії
Автоматизоване управління запасами та логістикою	Прогнозування попиту та управління запасами Автоматизоване замовлення товарів: Маршрутизація та відстеження поставок: Визначення оптимальних складських умов Автоматичне виявлення аномалій та управління ризиками
Вплив ШІ на експертність кухарів та створення нових страв	Аналіз та прогноз смакових трендів Рекомендації для створення нових рецептів Віртуальні кулінарні експерименти Аналіз харчових тенденцій у світі Персоналізовані рецепти для споживачів

Джерело: систематизовано авторами

закладу ресторанного господарства будь-якої потужності.

Ресторанна мережа McDonald's використовує штучний інтелект для автоматизації процесів оформлення замовлень через систему Drive-Thru. Технологія штучного інтелекту, яку використовує McDonald's у своїй системі Drive-Thru, спрямована на оптимізацію та поліпшення всього процесу замовлення. Вона використовує вдосконалені алгоритми та можливості машинного навчання для точного інтерпретування замовлень від гостей, надає персоналізовані рекомендації з меню на основі вподобань та історії замовлень, а також забезпечує ефективний обмін інформацією між споживачами та рестораном. Шляхом інтеграції штучного інтелекту McDonald's має на меті оптимізувати точність замовлень, скорочувати час обробки та підвищувати загальне задоволення гостей. Система може адаптуватися до різних рівнів складності замовлень, обробляти кілька замовлень одночасно та постійно вдосконалюватися, вивчаючи патерни та отримуючи відгуки від споживачів послуг для покращення своєї продуктивності з часом. Мережа піцерій Domino's Pizza застосовує інноваційні технології ШІ для вдосконалення системи замовлення та доставки піци.

Використання систем відеоспостереження та аналізу поведінки персоналу дозволяє визначити оптимальні рішення для розподілу обов'язків та надає змогу вчасно виявляти та усунути проблеми в обслуговуванні. Використання аналітичних інструментів ШІ для визначення факторів, що можуть впливати на зміни у попиті, наприклад, таких як популярні свята чи події в місті, дає змогу оперативно адаптуватися до нових обставин. З цією інформацією ресторан може змінювати графік роботи та запаси.

На основі аналізу історії замовлень гостей, враховуючи їхні вподобання, алергії та структуру замовлень, може генеруватися персоналізована рекомендація страв чи напоїв. З цією метою можливе використання алгоритмів машинного навчання для аналізу історії замовлень. Розробляється система рекомендацій, яка враховує історію замовлень, смакові уподобання та популярні тренди. При замовленні споживач може отримати персоналізовані пропозиції страв або вин для підвищення задоволення від візиту. Для аналізу відгуків та зворотного зв'язку практикують використання природної мови (NLP) для аналізу відгуків гостей та відгуків у соціальних мережах. На основі цього можна надавати індивідуальні рекомендації для поліпшення обслуговування та відповіді на конкретні

Таблиця 2

**Застосування штучного інтелекту в автоматизованому управлінні запасами
та логістикою ресторанного бізнесу**

Сфера застосування	Ефект
Прогнозування попиту та управління запасами	Використання алгоритмів машинного навчання для аналізу історії замовлень, погодних умов та інших факторів для точного прогнозування попиту на різні продукти дозволяє ресторану управляти запасами, зменшуючи витрати та уникати непродажів. Starbucks запроваджує технології штучного інтелекту для прогнозування популярності продуктів та управління запасами.
Автоматизоване замовлення товарів	Впровадження систем автоматичного замовлення, які взаємодіють із системою прогнозування. ШІ може самостійно генерувати замовлення для постачальників на основі інформації про попит та запаси, зменшуючи ризик виникнення нестач.
Маршрутизація та відстеження поставок	Використання алгоритмів ШІ для оптимізації маршрутів поставок та відстеження руху товарів в реальному часі. Це дозволяє зменшити витрати на транспорт та забезпечити ефективну логістичну інфраструктуру.
Визначення оптимальних складських умов	Застосування ШІ для аналізу різних факторів, таких як температура, вологість та термін придатності продуктів. Система може автоматично регулювати умови зберігання для забезпечення максимальної якості продуктів.
Автоматичне виявлення аномалій та управління ризиками	Використання алгоритмів машинного навчання для виявлення аномалій у замовленнях, поставках чи термінах придатності. Система може автоматично попереджати про можливі проблеми та надавати рекомендації щодо управління ризиками.

Джерело: систематизовано авторами

потреби гостей. Використання алгоритмів для визначення оптимальних знижок, подарунків чи спеціальних пропозицій для окремих гостей дозволяє створювати індивідуальні привабливі умови для різних груп гостей. Starbucks використовує ШІ для аналізу споживчої поведінки та персоналізації пропозицій для гостей через програму лояльності. Можливим також є впровадження ШІ для аналізу контексту (наприклад, додаткових замовлень або візитів до ресторану) для розробки індивідуальних рекомендацій, сприяючи більш глибокій взаємодії з кожним гостем.

«Розумні кіоски» є технологією ШІ, яка впроваджується швидкими темпами, і є особливо актуальною для форматів фастфуд та фасткежуал. Дослідження RBR Data Services, яка є підрозділом дослідницької консалтингової компанії Datos Insights, свідчать про значний стрибок у використанні ресторанних кіосків на глобальному рівні. Їхня кількість зросла на 43% до червня 2023 року, досягнувши майже 350 000 одиниць. Прогнозується, що до 2028 року їх кількість сягне майже 700 тисяч. Гіганти швидкого харчування, такі як McDonald's, Burger King та KFC, активно розширюють впровадження кіосків у різних країнах. Крім цього, американські мережі розвиваються за межами своїх ринків,

зокрема в регіоні ЕМЕА, із такими брендами, як Taco Bell у Великобританії, Dunkin' Donuts у Німеччині та Pizza Hut у Саудівській Аравії. Америка залишається найбільшим регіональним ринком для цієї технології.

Застосування штучного інтелекту в автоматизованому управлінні запасами та логістикою ресторанного бізнесу сприяє ефективній оптимізації та підвищенню продуктивності. В таблиці 2 представлені сфери застосування використання ШІ в цьому контексті.

Аналізуючи вплив ШІ на експертність кухарів та створення нових страв, зупинимось на основних аспектах:

1. Аналіз та прогноз смакових трендів

Використання алгоритмів машинного навчання для аналізу смакових уподобань споживачів, рецензій та соціальних мереж. Це дозволяє кухарям отримувати інсайти щодо популярних смаків та створювати страви, які відповідають попиту.

2. Рекомендації для створення нових рецептів

Використання систем рекомендацій на основі ШІ, які аналізують хімічний склад та смакові характеристики існуючих рецептів. Кухарі можуть отримувати рекомендації для інгредієнтів та їхніх комбінацій для створення нових та унікальних страв.

3. Віртуальні кулінарні експерименти

Використання віртуальної реальності (VR) для симуляції кулінарних процесів та експериментів. Кухарі можуть випробовувати нові рецепти та техніки без фізичного втручання, що сприяє творчому процесу.

4. Аналіз харчових тенденцій у світі

Використання ШІ для моніторингу глобальних харчових тенденцій, нововведень та традицій різних культур. Це дозволяє кухарям бути в курсі світових тенденцій та інтегрувати їх в свої творчі рішення.

5. Персоналізовані рецепти для гостей

Розробка систем, які враховують індивідуальні смакові вподобання та дієтичні обмеження клієнтів. Кухарі можуть створювати персоналізовані рецепти, враховуючи унікальні пристрасті та вимоги. Наприклад ресторанна мережа McDonald's вже впроваджує технології машинного навчання для персоналізованої рекомендації гостям.

Висновки і перспективи подальших досліджень:

Ресторанний бізнес перебуває на порозі значних змін завдяки інноваційним технологіям та впровадженню штучного інтелекту. Використання алгоритмів машинного навчання і ШІ значно покращує ефективність управління персоналом, оптимізацію логістичних процесів та надає персоналізовані послуги для споживачів ресторанних послуг.

Оптимізація процесів обслуговування та управління персоналом завдяки

прогнозуванню попиту, персоналізованому обслуговуванню та автоматизації замовлень сприяє підвищенню задоволення від візиту та зменшенню витрат. Впровадження роботів та штучного інтелекту у роботу ресторанів, як, наприклад, Haidilao Hot Pot чи McDonald's, демонструє потенціал для підвищення продуктивності та забезпечення нового рівня автоматизації.

Автоматизоване управління запасами та логістикою дозволяє ресторанам ефективно прогнозувати та управляти запасами, зменшуючи витрати та ризики непродажу. Використання аналітичних інструментів для адаптації до змін у попиті, сприяє оперативному реагуванню на різні фактори, такі як свята чи події в місті.

У сфері кулінарії та створення нових страв, аналіз смакових трендів, віртуальні кулінарні експерименти та персоналізовані рецепти стають реальністю завдяки використанню штучного інтелекту. Ресторани можуть пристосовувати своє меню до смакових уподобань гостей та впроваджувати нові ідеї, спираючись на аналітику та рекомендації систем штучного інтелекту.

Загалом, інноваційні технології, зокрема, впровадження штучного інтелекту трансформують ресторанний бізнес, роблячи його більш ефективним, конкурентоспроможним та орієнтованим на індивідуальні потреби гостей. Впровадження таких систем стає ключовим фактором для досягнення успіху в умовах сучасного господарювання.

Література

1. AI: ключові сфери та перспективи застосування. Everest-AI-Review. 2018. URL: <https://cacds.org.ua/ai-ключові-сфери-та-перспективи-застосу> (Дата звернення: 12.01.2024)
2. IBM Global AI Adoption Index 2022. IBM. URL: <https://www.ibm.com/watson/resources/ai-adoption>. (Дата звернення: 12.01.2024)
3. 54 predictions About The State Of Data In 2021. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/sites/gilpress/2021/12/30/54-predictions-about-the-state-of-data-in-2021/?sh=481cfb48397d> (Дата звернення: 11.01.2024)
4. The state of AI in 2023: Generative AIs breakout year. McKinsey. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2023-generative-ais-breakout-year>
5. Reshaping Business With Artificial Intelligence. MIT Sloan Management Review. URL: <https://sloanreview.mit.edu/projects/reshaping-business-with-artificial-intelligence/> (Дата звернення: 11.01.2024)
6. Neilenko S., Rusavska V. Robotization of the technological process in self-service salad bar. Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі. 2021. Вип. 1(33). С. 51-62. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/3196?locale=uk> (Дата звернення: 12.01.2024)

7. Владислав Головін. Forbes. <https://forbes.ua/innovations/aleksey-skripka-sozdal-golosovogo-robota-kotoryy-ostavil-bez-raboty-operatorov-call-tsentro-terper-on-s-opaskoy-smotrit-na-ekspansiyu-28042021-1483>
8. Кузнєцова А. Штучний інтелект у маркетингу: переваги і приклади використання. Webpromo. 2023. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/shtuchnij-intelekt-u-marketingu-perevagi-i-prikladi-vikoristannya/> (Дата звернення: 11.01.2024)
9. Олійник, О. В., Шестакова, А. В., & Ярмолюк, Д. І. (2023). Напрями цифровізації ресторанного бізнесу. *Економіка, управління та адміністрування*, 1(103), 15–21. [https://doi.org/10.26642/ema-2023-1\(103\)-15-21](https://doi.org/10.26642/ema-2023-1(103)-15-21)
10. Даниленко О. В. Пріоритети розвитку цифрових технологій у ресторанному бізнесі (FoodTech) в Україні / О. В. Даниленко, Л. М. Зоценко, М. Л. Братіцел. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія : Економіка і управління. 2019. Т. 30(69), № 2. С. 95-101. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2019_30\(69\)_2_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2019_30(69)_2_21).

References

1. Kryvenko P. (2018). AI: kliuchovi sfery ta perspektyvy zastosuvannya [AI: key areas and perspectives of application]. Everest-AI-Review. Retrieved from: <https://cacds.org.ua/ai-ключові-сфери-та-перспективи-застосу/> [in Ukrainian].
2. IBM (2022). IBM Global AI Adoption Index 2022. Retrieved from: <https://www.ibm.com/watson/resources/ai-adoption> [in English].
3. Forbes (2021). 54 Predictions About The State Of Data In 2021. Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/gilpress/2021/12/30/54-predictions-about-the-state-of-data-in-2021/?sh=481cfb48397d> [in English].
4. McKinsey (2023). The state of AI in 2023: Generative AIs breakout year. Retrieved from: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai-in-2023-generative-ais-breakout-year> [in English].
5. Sam Ransbotham, David Kiron, Philipp Gerbert, And Martin Reeves (2017). Reshaping Business With Artificial Intelligence. MIT Sloan Management Review. Retrieved from: <https://sloanreview.mit.edu/projects/reshaping-business-with-artificial-intelligence/> [in English].
6. Neilenko S., Rusavska V. (2021). Rozroblennia skhemy robotyzatsii tekhnolohichnoho protsesu salat-baru [Robotization of the technological process in self-service salad bar]. *Prohresywni tekhnika ta tekhnolohii kharchovykh vyrobnytstv restorannoho hospodarstva i torhivli*, No. 1(33), pp. 51-62. Retrieved from: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/3196?locale=uk> [in English].
7. Holovin V. (2021). Oleksii Skrypka stvoryv holosovoho robota, yakyi zalyshyv bez roboty operatoriv call-tsentriv. Teper vin oberezhno pohliadaie na ekspansiiu [Oleksiy Skrypka created a voice robot that put call center operators out of work. Now he is cautiously eyeing expansion]. *Forbes*. Retrieved from: <https://forbes.ua/innovations/aleksey-skripka-sozdal-golosovogo-robota-kotoryy-ostavil-bez-raboty-operatorov-call-tsentro-terper-on-s-opaskoy-smotrit-na-ekspansiyu-28042021-1483> [in Ukrainian].
8. Kuznietsova A. (2023). Shtuchnuy intelekt u marketynhu: perevahy i pryklady vykorystannia [Artificial intelligence in marketing: advantages and examples of use]. *Webpromo*. Retrieved from: <https://web-promo.ua/ua/blog/shtuchnij-intelekt-u-marketingu-perevagi-i-prikladi-vikoristannya/> [in Ukrainian].
9. Oliinyk, O. V., Shestakova, A. V., & Yarmoliuk, D. I. (2023). Napriamy tsyfrovizatsii restorannoho biznesu [Directions of digitalization of the restaurant business]. *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, No. 1(103), pp. 15–21. Retrieved from: [https://doi.org/10.26642/ema-2023-1\(103\)-15-21](https://doi.org/10.26642/ema-2023-1(103)-15-21) [in Ukrainian]
10. Danylenko O. V. (2019). Priorytety rozvytku tsyfrovikh tekhnolohii u restorannomu biznesi (FoodTech) v Ukraini [Priorities for the development of digital technologies in the restaurant business (FoodTech) in Ukraine]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Seriiia : Ekonomika i upravlinnia*. Vol. 30(69), No 2. pp. 95-101. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2019_30\(69\)_2_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_econ_2019_30(69)_2_21) [in Ukrainian].

УДК 550.34(477.87)

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-5>

РАДІОАКТИВНИЙ ФОН СЕРЕДОВИЩА ТА СУЧАСНІ РУХИ КОРИ В ЗАКАРПАТСЬКОМУ ВНУТРІШНЬОМУ ПРОГІНІ: СЕЙСМІЧНИЙ АСПЕКТ

Ігнатишин Василь Васильович

кандидат фізико-математичних наук,

старший науковий співробітник,

Відділ сейсмічності Карпатського регіону

Інституту геофізики ім. С.І. Субботіна НАН, м. Київ, Україна;

доцент кафедри географії та туризму,

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, м. Берегове, Україна

ORCID ID: 0000-0003-0727-2132

Іжак Тібор Йосипович

кандидат географічних наук, PhD, доцент,

доцент кафедри географії та туризму,

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, м. Берегове, Україна

ORCID ID: 0000-0002-0940-8947

Молнар Д Стефан Стефанович

кандидат географічних наук, PhD, доцент,

доцент кафедри географії та туризму

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, м. Берегове, Україна

ORCID ID: 0000-0003-2959-9136

Закарпатський внутрішній прогин – сейсмогенеруюча геологічна структура. На території Закарпаття щорічно реєструються сотні місцевих підземних поштовхів, серед яких виділяються потужніші землетруси, що відчуються людьми та є індикатором підвищення напружено-деформованого стану порід. В роботі проведено вивчення впливу сучасних горизонтальних рухів кори в регіоні на прояви місцевої та регіональної сейсмічності, аналіз відгуку на них геофізичних полів, зокрема варіацій радіоактивного фону середовища в центральній частині Закарпаття. Сучасні горизонтальні рухи кори в зоні Оаиського глибинного розлому за 2022 рік, отримані на пункті деформометричних спостережень «Королеве», представлені розширеннями порід величиною $+1261$ нстр. За цей період на території Карпатського регіону зареєстровано 50 місцевих землетрусів різної магнітуди та глибини. Вказано на існування зв'язку інтенсивних рухів кори та інтервалів підвищеної сейсмічності: землетруси реєструються в періоди інтенсивного стиснення порід, зокрема в зоні Оаиського глибинного розлому. Геомеханічні процеси викликають зміни фізичних характеристик верхніх шарів земної кори, які проявляються в змінах параметрів досліджуваних геофізичних полів, параметрів радіоактивного фону середовища, зокрема гама-випромінювання. Ці події в часовому інтервалі корелюються, радіоактивний фон середовища в період динамічних геомеханічних процесів проявляється через реєстрацію аномальних величин, що може бути застосовано при побудові моделі геодинамічних та сейсмічних процесів в екологічно небезпечних регіонах. Отримані дані доповнюватимуть результати інших досліджень геофізичних процесів та факторів впливу на них при вивченні процесів підготовки та прояву місцевої сейсмічності. Важливо проведення подібних досліджень в північно-західній частині та південно-східній частині Закарпатського внутрішнього прогину, які розкриють нам характер рухів кори в як у вертикальних так і горизонтальних напрямках.

Ключові слова: геодинамічний стан, радіоактивний фон середовища, землетруси, сучасні горизонтальні рухи кори, Закарпатський внутрішній прогин, геологічні структури

RADIOACTIVE BACKGROUND OF THE ENVIRONMENT AND MODERN MOVEMENTS OF THE EARTH'S CRUST IN THE TRANSCARPATHIAN INNER TROUGH: SEISMIC ASPECT

Ihnatyshyn Vasyl Vasylovych

Candidate of Physical and Mathematical Sciences,
Senior Researcher at the Department of Seismicity of the Carpathian Region,
S. I. Subbotin Institute of Geophysics of National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine;
Associate Professor at the Department of Geography and Tourism,
Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehove, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-0727-2132

Izhak Tibor Yosypovych

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Geography and Tourism,
Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehove, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-0940-8947

Molnar D Stefan Stefanovych

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Geography and Tourism,
Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehove, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-2959-9136

Transcarpathian Inner Trough is a seismogenic geological structure. Hundreds of local earthquake shocks are registered annually in Transcarpathia, among which the most powerful earthquakes are felt by people and are a natural indicator of an increase in the stress-strain state of rocks. The paper examines the impact of modern horizontal movements of the crust in the region on manifestations of local and regional seismicity, analyzes the response of geophysical fields to them, in particular, variations of the radioactive background of the environment in the central part of Transcarpathia. The modern lateral movements of the Earth's crust in the Oaş deep-seated fault area for 2022, obtained at the Korolevo deformation observation point, are represented by rock extension value of +1261 nstrain. Over this period, 50 local earthquakes of varying magnitude and depth were registered in the Carpathian region. The existence of a connection between intensive crustal movements and intervals of increased seismicity is indicated: earthquakes are recorded during periods of intense rock compression, in particular in the Oaş deep-seated fault area. Geomechanical processes cause changes in the physical characteristics of the upper layers of the Earth's crust, which are manifested in changes in the parameters of the studied geophysical fields, parameters of the radioactive background parameters of the environment, in particular gamma radiation. These events correlate in the time interval, and the radioactive background of the environment during dynamic geomechanical processes is manifested through the registration of anomalous values, which can be used to build a model of geodynamic and seismic processes in environmentally hazardous regions. The obtained data will complement the results of other studies of geophysical processes and factors influencing them when studying the processes of preparation and manifestation of local seismicity. It is important to carry out similar studies in the north-western part and the south-eastern part of the Transcarpathian internal depression, which will reveal to us the nature of crustal movements in both vertical and horizontal directions.

Key words: Geodynamic state, seismic activity, radioactive background of the environment, earthquakes, modern lateral movements of the Earth's crust, Transcarpathian Inner Trough, geological structures, Oaş deep-seated fault

Постановка проблеми. Закарпатський внутрішній прогин-геологічна структура на території Закарпаття, яка характерна реєстрацією місцевих підземних поштовхів, що проявляють себе з певною періодичністю. Згідно карти сейсмічного районування, Закарпаття відзначено як потенційну сейсмонезбезпечну територію на якій можливі 7–8

бальні землетруси за шкалою MSK-64. Закарпаття також розділяють за частотою прояву місцевих землетрусів на певні ділянки, які чергуються за сейсмічною активністю. Частота прояву місцевих поштовхів коливається в інтервалі від одного до шести відчутних землетрусів за рік. Сейсмічними станціями, змонтованими на території Закарпаття, Прикарпаття щорічно реєструються сотні слабких підземних поштовхів, малої магнітуди та інтенсивності (реєструються тільки приладами). В даній роботі вивчалися зв'язки параметрів радіоактивного фону середовища із сучасними горизонтальними рухами кори в зоні Оашського глибинного розлому та сейсмічністю на території Карпат та прилеглих територій сусідніх держав, оскільки таких досліджень на території регіону проведено недостатньо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведено аналіз публікацій, де вказані результати досліджень в регіоні геодинамічного, гідрологічного та сейсмічного станів. В (Бондар, 2012) показана можливість створення комплексних моделей розвитку і змін адаптивних стратегій археологічних культур на підставі даних геофізичних досліджень. Аналіз розподілу територією України визначних паводків і водопіль показав, що переважна кількість руйнівних паводків припадає на Українські Карпати (Гонченко та ін., 2028). В (Назаревич та ін., 2019) розроблена методика дослідження і врахування метеотемпературних впливів на деформографічні дані, яка дає змогу ефективно враховувати метеотермопружні деформації та провісники землетрусів (Kuzmenko Kuzmenko et al., 2019). У роботі (Гетманець та ін., 2019) вперше доведена можливість застосування кластерного аналізу для побудови карти радіаційного забруднення довкілля. Досліджено низку геотуристичних об'єктів Закарпатської області, які відображають зародження Карпатського седиментаційного басейну (Гнилко та ін., 2019). Також актуальними є дослідження мінливості мінімального стоку води, що є показниками небезпечності і катастрофічності (Ободовський та ін., 2019). В (Ступка, 2018)

показано, що перехід теоретичної тектоніки на мобілістичні позиції змінив уявлення про природу основних геологічних процесів. Обернення хвильових форм лише прямих Р-хвиль, запропоноване в роботі (Малицький, 2018), дає змогу визначати механізм вогнища землетрусу за даними малої кількості станцій. За даними мереж ГНСС-станцій проаналізовано горизонтальні деформації території Карпато-Балканського регіону (Третьак та Брусак, 2019). Визначено взаємозв'язки між структурно-тектонічними особливостями будови центральної частини Закарпатського прогину, сучасним геодинамічним розвитком фундаменту регіону та особливостями поширення сейсмічних хвиль і формування вогнищ локальних землетрусів (Козловський, 2019). В (Лазаренко та ін., 2019) проведено пошуки короткострокового попередження вступу руйнівних струсів території України шляхом оцінки магнітуди і параметрів локалізації джерела землетрусу. Аналіз сейсмічних даних дає можливість визначити параметри місцевої сейсмічності та динамічні параметри місцевих землетрусів (Вербицький та ін., 2019). На території Закарпатського внутрішнього прогину досліджуються варіації різноманітних геофізичних полів, метеорологічного та гідрогеологічного станів, виявлено гідрогеологічний аспект сейсмотектонічних процесів регіону, (Ігнатишин та ін., 2022).

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення впливу сучасних горизонтальних рухів кори в регіоні на прояви місцевої та регіональної сейсмічності, геофізичні поля. **Об'єктом дослідження** є геодинамічний стан Оашського глибинного розлому, сейсмічний стан Закарпатського внутрішнього прогину та Карпатського регіону, просторово-часовий розподіл радіоактивного фону середовища в центральній частині Закарпаття. **Предметом дослідження** є зв'язок сучасних горизонтальних рухів кори та прояву місцевої сейсмічності, варіації радіоактивного фону (гама-випромінювання), його відгук на геомеханічні явища. **Методи дослідження** включають в себе аналіз просторово-часових розподілів сейсмічності всього Карпатського регіону

за 2022 рік, аналіз та характеристика гама-випромінювання, сучасних горизонтальних рухів кори, вивчення кореляції спостережуваних геофізичних полів. В роботі використано результати режимних геофізичних спостережень Карпатської дослідно-методичної геофізичної та сейсмологічної партії Відділу сейсмічності Карпатського регіону Інституту геофізики ім. С.І. Субботіна НАН України за 2022 рік (рисунок 1).

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно поставлених цілей в роботі проведено детальний аналіз спостережуваних на території Закарпатського внутрішнього прогину параметрів геофізичних полів, зокрема радіоактивного фону середовища через дослідження варіацій гама-випромінювання, виміряне на режимній геофізичній

станції «Тросник» (с. Тросник, Берегівський район, Закарпатська область) в 2022 році. Для вимірювання використано прилад ДП-5В, який дає можливість спостерігати потужність експозиційної дози йонізуючого випромінювання. Проводилися вимірювання спостережуваної величини 4 рази на добу, розраховувалися середньодобові величини, які використовувалися при побудові просторово-часових розподілів, одиниці вимірювання: мкР/год. Дослідження проведено у формі вивчення місячних інтервалів та поступовим узагальненням за рік. На рисунку 2 представлено часовий розподіл гама-випромінювання на режимній геофізичній станції «Тросник» в січні 2022 року. Величина середньодобового гама-випромінювання за січень місяць становить: 16.2 мкР/год.

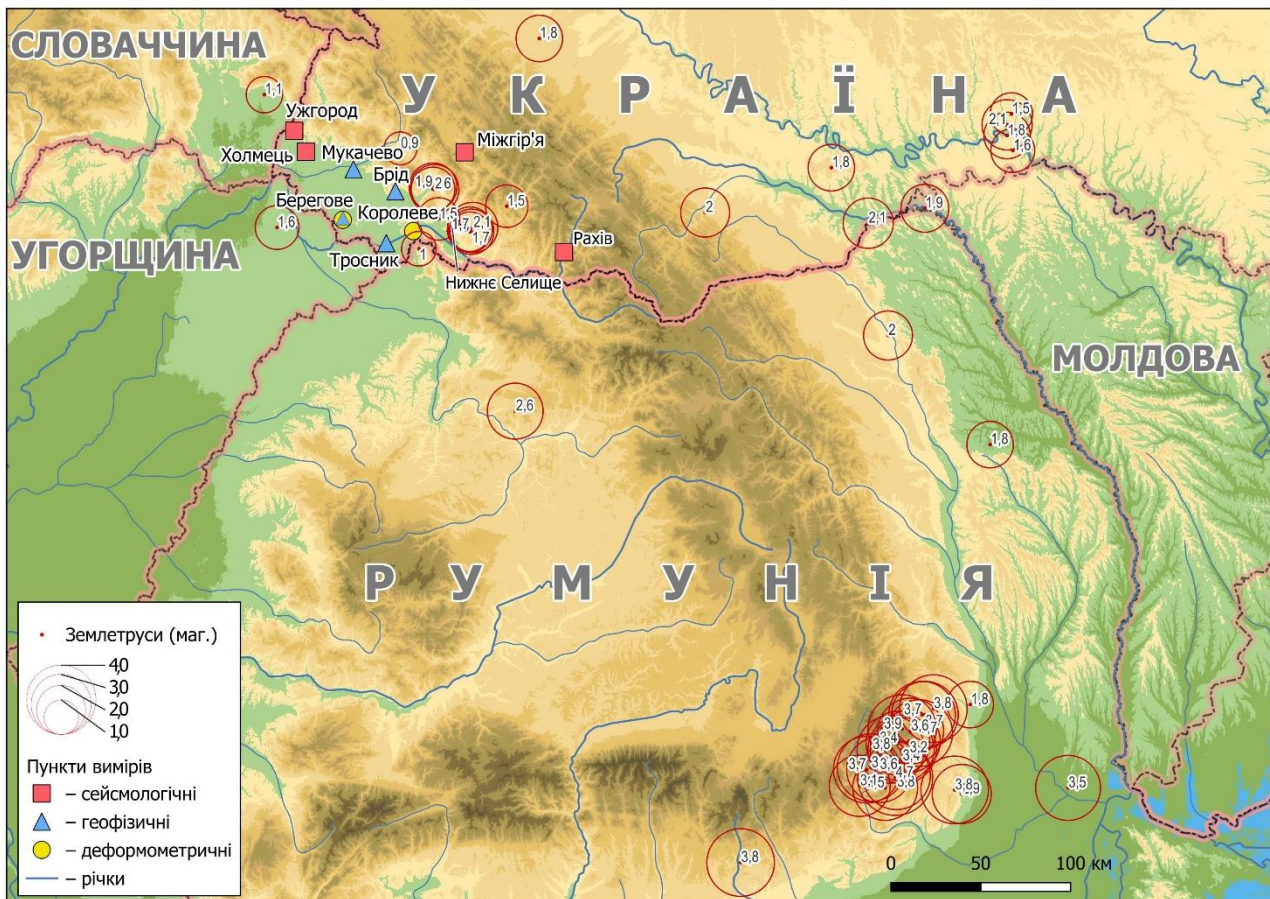


Рис. 1. Режимні геофізичні спостереження в Закарпатському внутрішньому прогині та сейсмічність Карпатського регіону за 2022 рік за результатами сейсмологічного бюлетеня підготовленого Відділом сейсмічності Карпатського регіону Інституту геофізики ім. С.І. Субботіна НАН України

Період коливання вимірюваної величини змінюється від 2-х до 7 діб, амплітуда коливання становить: 5–7.5 мкР/год. З метою вивчення зв'язку варіацій геофізичних полів із геодинамічним станом регіону, зокрема в центральній частині Закарпаття, в зоні Оашського глибинного розлому. Для цього використано таблиці зміщень верхніх шарів земної кори, виміряні на пункті деформометричних спостережень «Королеве» (с. Королеве, Берегівський район, Закарпатська область). За січень 2023 року в зоні Оашського глибинного розлому виміряно сучасні горизонтальні рухи кори, які представлені розширенням порід величиною: -4.83 мкм (рисунк 2,б). Сучасні горизонтальні рухи кори в зоні Оашського глибинного розлому в січні 2022 року характерні поступовим розширенням порід на початку місяця, що різко переходить в стиснення та завершується новим розширенням порід в другій та третій декаді місяця. Важливо визначити ступінь взаємозв'язку рухів кори та відгуку на них геофізичних полів в регіоні. Ефективним методом для вирішення цього питання є розрахунок кінематичних характеристик сучасних горизонтальних рухів кори, зокрема швидкості та прискорення геомеханічних процесів. На рисунку 3,а показано швидкості зміщення верхніх шарів земної

кори за січень 2022 року, період зміни знаку розширення порід на стиснення виділяється аномальними величинами швидкостей руху кори.

Проаналізовано варіації зміни параметрів радіоактивного фону середовища та швидкостей рухів кори в зоні Оашського глибинного розлому з метою вивчення відгуків геофізичних полів на інтенсивні рухи кори в сейсмоактивних регіонах(рисунок 3,б). Аналіз вищенаведеного графіку приводить до висновків, щодо зв'язків геофізичних полів: інтервали часу під час яких вимірюють підвищені величини радіоактивного фону співпадають із часовими інтервалами стиснення порід, або наступають за періодами стиснення порід. Важливо звернути увагу на інтервал час характерний підвищеними величинами швидкостей рухів, в момент зміни напрямку сучасних горизонтальних рухів із стиснення на розширення порід- радіоактивний фон представлений зменшенням його величини, яке переходить в зростання при інтенсивному розширенні порід. Таким чином, на характер та динаміку проявів гама випромінювання впливає величина швидкості геомеханічних рухів, незалежно від їх характеру-стиснення чи розширення. Особлива задача у вирішенні поставлених цілей полягає у вирішенні

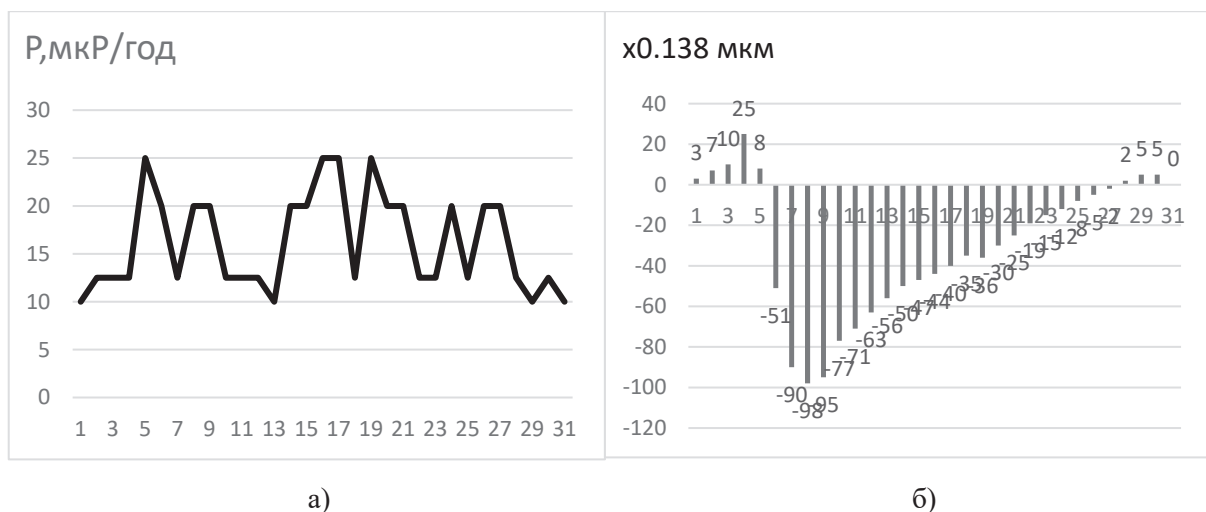


Рис. 2. а) Часовий розподіл радіоактивного фону(гама-випромінювання) за січень 2022 року;
б) Сучасні горизонтальні рухи кори в зоні Оашського глибинного розлому в січні 2022 року.

Режимна геофізична станція «Тросник»

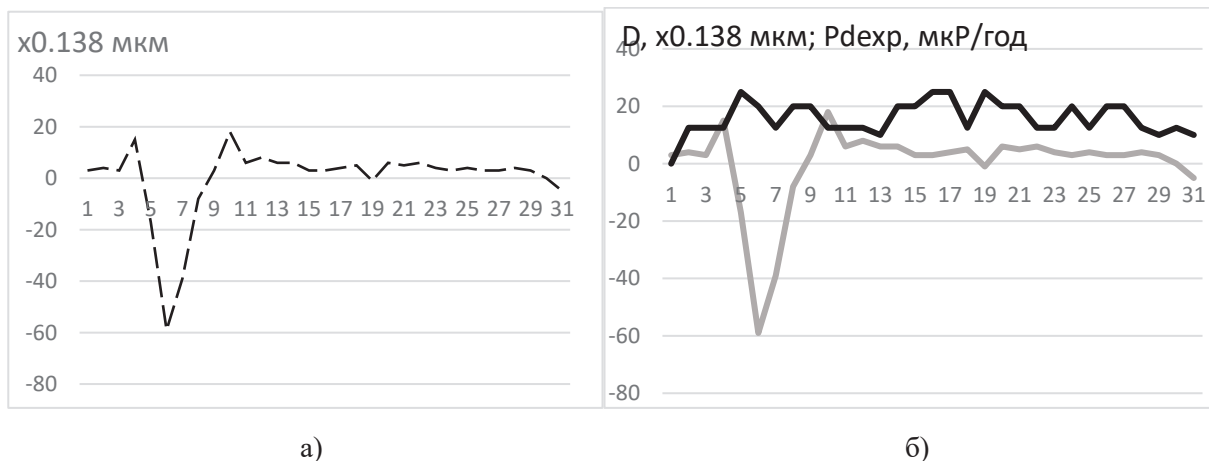


Рис. 3. а) Швидкість зміни зміщення верхніх шарів порід в зоні Оашського глибинного розлому за січень 2022 року; б) Комплексний аналіз геофізичних полів в центральній частині Закарпатського внутрішнього прогину: швидкість рухів земної кори в зоні Оашського глибинного розлому (крива сірого кольору; варіації радіоактивного фону середовища (крива чорного кольору). Січень 2022 року. Закарпатський внутрішній прогин

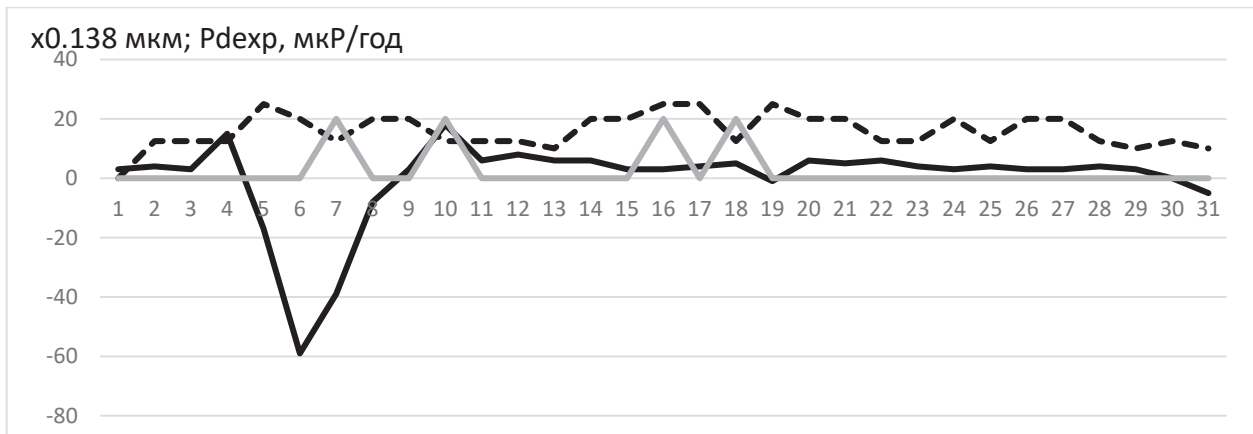


Рис. 4. Комплексний аналіз геофізичних полів в Карпатському регіоні за січень 2022 року: швидкість рухів кори в зоні Оашського глибинного розлому (крива чорного кольору); варіації параметрів радіоактивного фону середовища в центральній частині Закарпатського внутрішнього прогину (пунктирна лінія); сейсмічний стан Карпатського регіону (крива сірого кольору)

питання взаємозв'язків геофізичних полів та сеймотектонічними процесами. Модель процесів полягає в тому, що геодинамічний стан є однією із причин підвищення сейсмічності регіону, в свою чергу геодинаміка регіону впливає на параметри геофізичних полів, визначаючи періоди підготовки та прояву місцевих землетрусів, тобто майбутнього передбачення екологічно-небезпечних геологічних процесів. Результати сейсмічної активності можна отримати, якщо проаналізувати сейсмологічний бюлетень за вказаний період за даними сітки сейсмічних станцій Карпатської

дослідно-методичної геофізичної та сейсмологічної партії відділу сейсмічності Карпатського регіону Інституту геофізики ім. С.І. Субботіна НАН України. В січні 2022 року на території Закарпатського внутрішнього прогину сейсмічними станціями не зареєстровано жодного сильного землетрусу, в той же час в Карпатському регіоні та прилеглих територіях зареєстровано 4 землетруси в різний час доби та різної магнітуди: 7.01.2022, 10.01.2022, 16.01.22, 18.01.2022 рр.). На рисунку 4 представлено комплексний графік просторово-часового розподілу сейсмічності

Карпатського регіону, сучасних рухів кори в Закарпатському внутрішньому прогині та часових варіацій радіоактивного фону в центральній частині Закарпаття.

Аналіз результатів геофізичного моніторингу регіону приводить до важливих висновків. Сучасні рухи кори корелюють із сейсмічністю в регіоні: інтенсивні рухи кори в зоні Оашського глибинного розлому та сейсмічні прояви співпадають в часових інтервалах, зокрема інтенсивне стиснення порід супроводжувалося землетрусом, а розширення порід завершилося наступним підземним поштовхом. Необхідно відзначити, що сейсмічні події відбулися на території Румунії на відстані 200–400 км, що також впливає на зв'язок сеймотектонічних процесів та на відгук геофізичних полів на ці процеси. Розраховано величини кореляцій досліджуваних геофізичних полів періоди сейсмічної активізації: -0.18 (швидкість рухів кори та радіоактивний фон); -0.19 (рухи кори та радіоактивний фон). Зв'язок сейсмічного та геодинамічного станів в регіоні очевидний та підтверджує вирішальну роль геомеханічних процесів на геологічних структурах в порушенні екологічного стану регіону, його геофізичного аспекту. Сучасні горизонтальні рухи кори в зоні Оашського глибинного розлому за весь 2022 рік представлені загальним розширенням порід величиною: $+1261$ нстр (нанострейн), що є характерним процесом для

Карпато-Балканського регіону (рисунок 5,а). В цей період на території Карпатського регіону сейсмічними станціями, розташованими на території України зареєстровано 50 підземних поштовхів різної магнітуди, глибини гіпоцентрів та епіцентральної відстані, які охоплюють Карпати та прилеглі території (рисунок 5,б).

Періодичність прояву місцевої сейсмічності становить 2–3 місяці, що виділено на графіку просторово-часового розподілу (рисунок 5,б). Представлено часовий розподіл радіоактивного фону середовища за 2022 рік на РГС «Тросник» (рисунок 6, а).

Середньомісячна величина радіоактивного фону в регіоні становить 16.27 мкР/год. Землетруси зареєстровані в регіоні відбуваються в періоди знакозмінних сучасних горизонтальних рухах кори: як при стисненні так і розширенні порід, при інтенсивних рухах так і при підвищених швидкостях геомеханічних рухів. Дослідження зв'язків параметрів геофізичних полів та їх відгуків на протікаючі геологічні процеси, зокрема сучасні рухи кори та підземні поштовхи важливе в плані вивчення будови земної кори, моделюванні екологічно небезпечних процесів, їх сейсмічних та геофізичних аспектів. Як видно із рисунку 6,б сучасні горизонтальні рухи кори супроводжуються періодично геологічними процесами -землетрусами, при цьому охоплено більшу площу територій. Спочатку

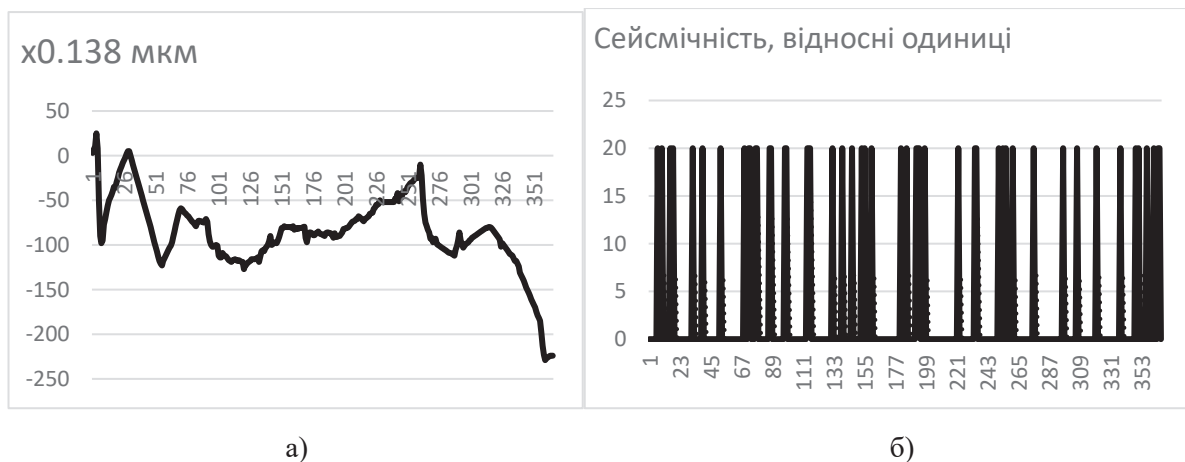


Рис. 5. а) Сучасні горизонтальні рухи кори в зоні Оашського глибинного розлому;
б) Сейсмічна активність регіону. 2022 рік

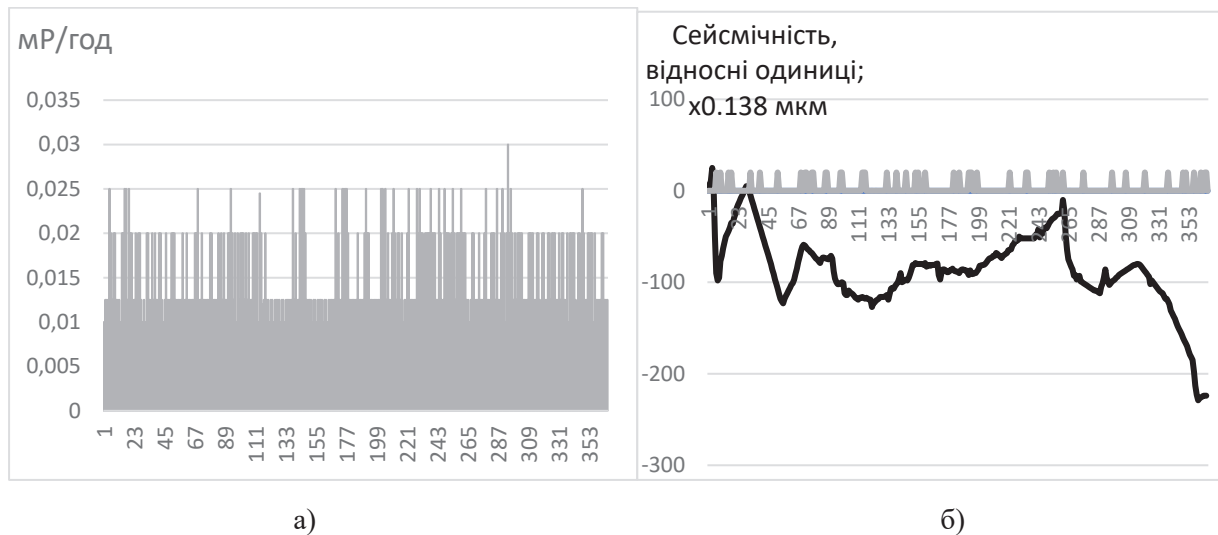


Рис. 6. а) Варіації радіоактивного фону середовища в центральній частині Закарпатського внутрішнього прогину за 2022 рік; б) радіоактивний фон середовища (крива чорного кольору), сейсмічність регіону (діаграма сірого кольору), 2022 рік.

дослідження геофізичних явищ проводилися на території Закарпатського внутрішнього прогину, які показали на вплив тектонічних процесів на екологічний стан регіону та на варіації параметрів окремих геофізичних полів (Ігнатишин та ін., 2021; Ігнатишин, 2022). В (Назаревич та ін., 2016) застосовано комплексний аналіз сейсмічних, геологічних та геодезичних даних, зокрема із залученням сучасних методик та найновіших результатів досліджень про сейсмічність Карпатського регіону України за історичний період та період інструментальних спостережень, нових методів аналізу макросейсмічних полів та уточнення гіпоцентрів Закарпатських землетрусів, аналіз геології та тектоніки поширених тут при поверхневих покривів насупного типу. Сучасні горизонтальні рухи кори в регіоні на графіку вікових ходів характерні періодичністю, яка міняється від одного місяця до 3–4 місяців, що може вказувати на вплив сезонних деформацій на загальне стиснення порід. Максимуми зміщень земної кори супроводжуються серіями регіональних підземних поштовхів, стиснення порід (мінімуми зміщень земної кори) також характерні проявом місцевої сейсмічності але меншої частоти. Часовий розподіл радіоактивного фону накладений на просторово-часовий розподіл

місцевої та регіональної сейсмічності вказує на реакцію параметра геофізичного поля, зокрема, гама-випромінювання (рисунок 7).

Аналізуючи отримані результати досліджень, показано, що в інтервалах часу, які характеризуються підвищеною сейсмічністю реєструються аномальні варіації спостережуваних параметрів радіоактивного фону середовища (бета- та гама-випромінювання), що можна віднести до реакції геофізичного поля на наявні сейсмотектонічні процеси в досліджуваних територіях.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Закарпаття та прилеглі регіони характерні періодичною сейсмічністю, зокрема слід вказати на зв'язок сейсмічності Закарпатського внутрішнього прогину, зони Вранча, Прикарпаття та інших регіонів Карпат. Розглянуто сучасні горизонтальні рухи кори в зоні Оашського глибинного розлому за 2022 рік, отримані на пункті деформометричних спостережень «Королеве», які представлені розширеннями порід величиною: +1261 нстр (зміщення порід становить +30,9 мкм). Ця величина знаходиться в інтервалі реєстрованих горизонтальних рухів в Карпато-Балканському регіоні за останні часові періоди. За цей період на території Карпатського регіону зареєстровано 50 місцевих землетрусів різної

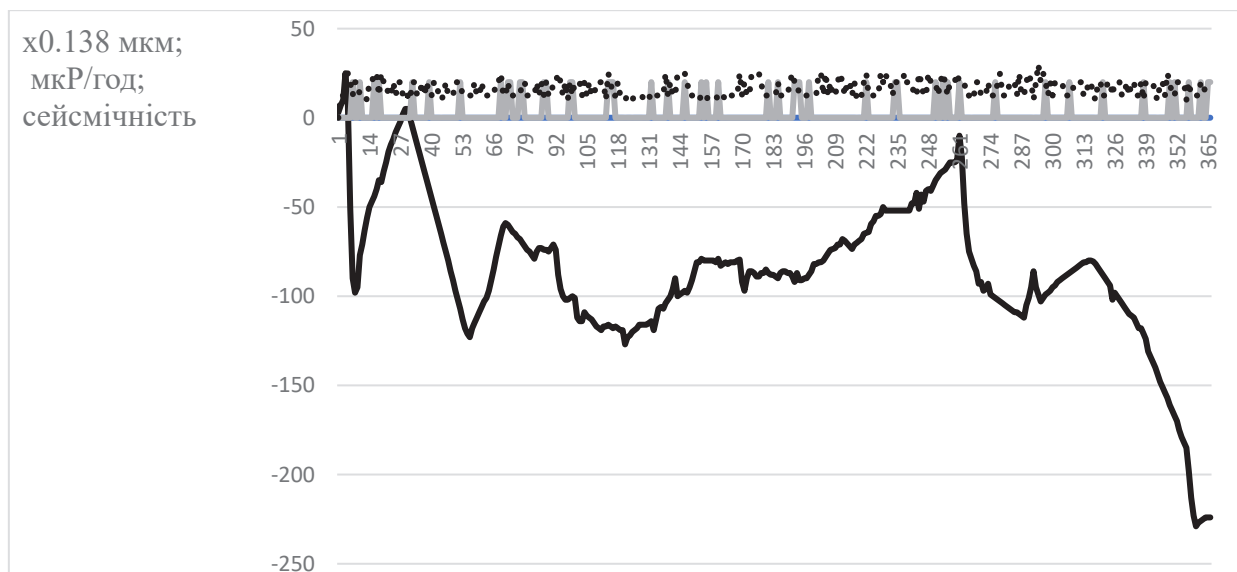


Рис. 7. Комплексний аналіз геофізичних полів та геодинаміки регіону за 2022 рік: сучасні рухи кори в зоні Оашського глибинного розлому (крива чорного кольору), сейсмічність Карпатського регіону (діаграма сірого кольору), радіоактивний фон середовища в центральній частині Закарпатського внутрішнього прогину (пунктирна лінія чорного кольору).

магнітуди та глибини. Вказано на існування зв'язку інтенсивних рухів кори та інтервалів підвищеної сейсмічності: землетруси реєструються в періоди інтенсивного стиснення порід, зокрема в зоні Оашського глибинного розлому. Геомеханічні процеси викликають зміни фізичних характеристик верхніх шарів земної кори, які проявляються в змінах параметрів досліджуваних геофізичних полів, зокрема магнітного поля Землі, електромагнітної емісії, параметрів радіоактивного фону середовища, зокрема гама-випромінювання. Аналіз геофізичних полів показав на реакцію, відгук параметрів цих полів на геологічні процеси в регіоні: сучасні горизонтальні рухи кори та місцеві землетруси,

які корелюються між собою. Радіоактивний фон середовища в період динамічних геомеханічних процесів проявляється через реєстрацію аномальних величин, що може бути застосовано при побудові моделі геодинамічних та сейсмічних процесів в екологічно небезпечних регіонах. Отримані дані доповнюватимуть базу даних дослідження геофізичних процесів, та факторів впливу на них при вивченні процесів підготовки та прояву місцевої сейсмічності. Важливо розширення досліджень в північно-західній та південно-східній частинах Закарпатського внутрішнього прогину, які розкриють нам характер рухів кори в як у вертикальних так і горизонтальних напрямках.

Література

1. Бондар К. Геофізичні методи при дослідженні взаємозв'язків між природними та історичними процесами. *Вісник Київського національного університету. Геологія*. 2012, № 59. С. 17–21.
2. Гопченко Є., Овчарук В., Шакірманова Ж., Гопцій М., Траскова А., Швець Н., Сербова З., Тодорова О. Моделювання екстремально високих паводків на прикладі гірських регіонів України. *Вісник Київського національного університету. Геологія*. 2018, № 3(82). С. 6–15.
3. Назаревич А., Назаревич Л., Баштевич М. Виділення малоамплітудних деформаційних аномалій – провісників місцевих Закарпатських землетрусів з урахуванням метеопружних деформацій. *Вісник Київського національного університету. Геологія*. 2019, № 1 (84). С. 21–26.
4. Kuzmenko E., Bagriy S., Fedoriv V., Shtogrin N., Dzoba U. Determination of the Petroleum Pollution Sources for Groundwater (on the Example of Solotvin Territory in the Precarpathians). *Вісник Київського національного університету. Геологія*. 2019, № 3(86). С. 40–47.

5. Гетманець О., Некос А., Пеліхатий М. Кластерний аналіз і радіаційний моніторинг довкілля. *Вісник Київського національного університету. Геологія*. 2019, № 3(86). С. 75–79.
6. Гнилко О., Шевчук В., Божук Т., Богданова М., Гнилко С. Геологічні/ геотуристичні об'єкти Закарпатської області як відображення геологічної історії Карпат. *Вісник Київського національного університету. Геологія*. 2019, № 4(86). С. 6–13.
7. Ободовський О., Лук'янець О., Почасвець О., Москаленко С. Багаторічна мінливість абсолютних річних мінімумів стоку води річок України. *Вісник Київського національного університету. Геологія*. 2019, № 4(86). С. 89–95.
8. Ступка О. “Молоді платформи” – традиційні уявлення і реальність (геодинамічний аспект). *Геодинаміка*. 2018, № 1(24). С. 51–59.
9. Малицький Д., Гнип А., Грицай О., Муровська А., Кравець С., Козловський Е., Микита А. Механізм вогнища і тектонічний контекст землетрусу 29.09.2017 р. поблизу м. Стебник. *Геодинаміка*. 2018, № 1(24). С. 60–79.
10. Третяк К., Брусак І. Дослідження взаємозв'язку сейсмічності та сучасних горизонтальних зміщень за даними перманентних ГНСС-станцій у Карпато-Балканському регіоні. *Геодинаміка*. 2019, № 1(28). С. 5–18.
11. Козловський Е.М., Максимчук В., Малицький Д., Тимошук В.Р., Грицай О.Д., Пирожок Н. Взаємозв'язок структурно-тектонічних та сейсмічних характеристик Центральної частини Закарпатського прогину. *Геодинаміка*. 2019, № 1(28). С. 62–70.
12. Лазаренко М. А., Герасименко О. А., Остапчук, Н. М., Шіпко Н. Л. Нейромережева оцінка параметрів локалізації і магнітуди джерел землетрусів за початковими ділянками записи сейсмічного сигналу. *Геофізичний журнал*. 2019, 41(1). С. 200–214. <https://doi.org/10.24028/gzh.0203-3100.v41i1.2019.158874>.
13. Вербицький С.Т., Вербицький Ю.Т., Стецьків О.Т. Ніщіменко І.М. Автоматизована підсистема обробки та аналізу даних сейсмічних спостережень Карпатського регіону. *Геофізичний журнал*. 2019, 41(2). С. 171–181. DOI: <https://doi.org/10.24028/gzh.0203-3100.v41i2.2019.164467>.
14. Ігнатишин В.В., Малицький Д.В., Іжак Т.Й., Ігнатишин М.Б., Ігнатишин А.В. Гідрогеологічний аспект сейсмотектонічних процесів у Закарпатському внутрішньому прогині. *Вісник Київського національного університету ім.Тараса Шевченка. Геологія*, 2022. 98(3). С. 42-48.
15. Ігнатишин Василь Васильович, Ігнатишин Адальберт Васильович, Вербицький Сергій Тарасович, Ігнатишин Моніка Бейлівна, Іжак Тібор Йосипович. Оцінка сейсмотектонічних процесів в Карпатському регіоні із застосуванням динамічних характеристик сучасних горизонтальних рухів. *Scientific trends: modern challenges. Volume 1: collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2021. 202 p. pp.35–44. ISBN 978-1-7364133-2-6*.
16. Ігнатишин В.В. Дослідження варіацій параметрів радіоактивного фону середовища та їх зв'язку із сейсмотектонічними процесами. Сучасний педагог: колективна наукова монографія. Дніпро: Акцент ПП, 2022, Т. 4, С. 39–49.
17. Назаревич А.В., Назаревич Л.Є., Шлапінський В.Є. Сейсмічність, геологія, сейсмотектоніка і геодинаміка району Теремле-Ріцької ГЕС (Українське Закарпаття). *Геодинаміка*. 1(20)/2016. С. 170–192.

References

1. Bondar K. (2012). Heofizychni metody pry doslidzhenni vzaiemozvi'iazkiv mizh pryrodnyimi ta istorychnymi protsesami [Geophysical methods in the study of relationships between natural and historical processes]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu. Heolohiia*. № 59. pp. 17-21. [in Ukrainian].
2. Іє. Hопchenko, V. Ovcharuk, Zh. Shakirzanova, M. Hoptsi, A. Traskova, N. Shvets, Z. Serbova, O. Todorova. (2018). Modeliuvannia ekstremalno vysokikh pavodkiv na prykladi hirs'kykh rehioniv Ukrainy [Modeling of extremely high floods on the example of mountainous regions of Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu. Heolohiia*. № 3(82). P. 6-15. [in Ukrainian].
3. A. Nazarevych, L. Nazarevych, M. Bashtevych. (2019). Vydilennia maloamplitudnykh deformatsiinykh anomalii – provisnykiv mistsevykh Zakarpatskykh zemletrusiv z urakhuvanniam meteoprzhnykh deformatsii [Identification of low-amplitude deformation anomalies – harbingers of local Transcarpathian earthquakes, taking into account meteoelastic deformations]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu. Heolohiia*. № 1(84). pp. 21-26. [in Ukrainian].
4. E. Kuzmenko, S. Bagriy, V. Fedoriv, N. Shtogrin U. Dzoba. (2019). Determination of the Petroleum Pollution Sources for Groundwater (on the Example of Solotvin Territory in the Precarpathians). *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu. Heolohiia*. № 3(86). pp. 40-47.

5. O. Hetmanets, A. Nekos, M. Pelikhatyi (2019). Klasternyi analiz i radiatsiyni monitorynh dovkillia [Cluster analysis and radiation monitoring of the environment]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu. Heolohiia*. № 3(86). pp. 75-79. [in Ukrainian].
6. O. Hnylko, V. Shevchuk, T. Bozhuk, M. Bohdanova, S. Hnylko (2019). Heolohichni/heoturystychni obiekty Zakarpatskoi oblasti yak vidobrazhennia heolohichnoi istorii Karpat [Geological/geotourism objects of the Zakarpattia region as a reflection of the geological history of the Carpathians]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu. Heolohiia*. № 4(86). pp. 6-13. [in Ukrainian].
7. O. Obodovskiy, O. Lukianets, O. Pochaievets, S. Moskalenko (2019). Bahatorichna mindyvist absoliutnykh richnykh minimumiv stoku vody richok Ukrainy [Long-term variability of the absolute annual minimum water flow of the rivers of Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu. Heolohiia*. № 4(86). pp. 89-95. [in Ukrainian].
8. O. Stupka (2018). "Molodi platformy" – tradytsiini uiavlennia i realnist (heodynamichniy aspekt) ["Young platforms" – traditional ideas and reality (geodynamic aspect)]. *Heodynamika*, 1(24). pp. 51-59. [in Ukrainian].
9. D. Malyskyi, A. Hnyp, O. Hrytsai, A. Murovska, S. Kravets, E. Kozlovskiy, A. Mykyta (2018). Mekhanizm volnyshcha i tektonichnyi kontekst zemletrusu 29.09.2017 r. poblyzu m. Stebnyk [The mechanism of the outbreak and the tectonic context of the earthquake on September 29, 2017 near the city of Stebnyk]. *Heodynamika*. № 1(24). pp. 60-79. [in Ukrainian].
10. K. Tretiak, I. Brusak. (2019). Doslidzhennia vzaiemozviazku seismichnosti ta suchasnykh horyzontalnykh zmishchen za danyimi permanentnykh HNSS-stantsii u Karpato-Balkanskomu rehioni [Research on the relationship between seismicity and modern horizontal displacements based on the data of permanent GNSS stations in the Carpatho-Balkan region]. *Heodynamika*. № 1(28). pp. 5-18. [in Ukrainian].
11. E.M. Kozlovskiy, V. Maksymchuk, D. Malyskyi, V.R. Tymoshchuk, O.D. Hrytsai, N. Pyrozhok (2019). Vzaiemozviazok strukturno-tektonichnykh ta seismichnykh kharakterystyk Tsentralnoi chastyny Zakarpatskoho prohynu [Interrelationship of structural-tectonic and seismic characteristics of the Central part of the Transcarpathian depression]. *Heodynamika*. № 1(28). pp. 62-70. [in Ukrainian].
12. M.A. Lazarenko, O.A. Herasymenko, N.M. Ostapchuk, N.L. Shipko (2019). Neiromerezheva otsinka parametriv lokalizatsii i mahnitody dzherel zemletrusiv za pochatkovymy diliankam zapysy seismichnoho syhnalu [Neural network estimation of the parameters of localization and magnitude of earthquake sources based on the initial sections of the seismic signal recording]. *Heofizychnyi zhurnal*, 41(1), pp. 200–214. <https://doi.org/10.24028/gzh.0203-3100.v41i1.2019.158874>. [in Ukrainian].
13. S.T. Verbytskyi, Yu.T. Verbytskyi, O.T. Stetskiy, I.M. Nishchimenko (2019). Avtomatyzovana pidsystema obrobky ta analizu danykh seismichnykh sposterezhen Karpatskoho rehionu [Automated subsystem for processing and analyzing data from seismic observations of the Carpathian region]. *Heofizychnyi zhurnal*. 41. pp. 171–181. DOI: <https://doi.org/10.24028/gzh.0203-3100.v41i2.2019.164467>. [in Ukrainian].
14. Ihnatyshyn V.V., Malyskyi D.V., Izhak T.I., Ihnatyshyn M.B., Ihnatyshyn A.V. (2022). Hidroheolohichniy aspekt seismotektonichnykh protsesiv u Zakarpatskomu vnutrishnmu prohyni [Hydrogeological aspect of seismotectonic processes in the Transcarpathian internal depression]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka. Heolohiia*. 98(3). pp. 42-48. [in Ukrainian].
15. Ihnatyshyn Vasyl Vasylovych, Ihnatyshyn Adalbert Vasylovych, Verbytskyi Serhii Tarasovych, Ihnatyshyn Monika Beilivna, Izhak Tibor Yosypovych (2021). Otsinka seismotektonichnykh protsesiv v Karpatskomu rehioni iz zastosuvanniam dynamichnykh kharakterystyk suchasnykh horyzontalnykh rukhiv [Assessment of seismotectonic processes in the Carpathian region using dynamic characteristics of modern horizontal movements]. *Scientific trends: modern challenges. Volume 1: collective monograph*. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services. pp. 35–44. ISBN 978-1-7364133-2-6. [in Ukrainian].
16. Ihnatyshyn V.V. (2022). Doslidzhennia variatsii parametriv radioaktyvnoho fonu seredovyshcha ta yikh zv'iazku iz seismotektonichnymy protsesamy [Study of variations in the parameters of the radioactive background of the environment and their connection with seismotectonic processes]. *Suchasnyi pedahoh: kolektyvna naukova monohrafiia*. Dnipro: Aktsent PP. T. 4. pp. 39–49. [in Ukrainian].
17. Nazarevych A.V., Nazarevych L.Ie., Shlapynskiy V.Ie. (2016). Seismichnist, heolohiia, seismotektonika i heodynamika raionu Tereble-Ritskoi HES (Ukrainske Zakarpattia) [Seismicity, geology, seismotectonics and geodynamics of the Tereble-Ritskaya HPP district (Ukrainian Transcarpathia)]. *Heodynamika*. 1(20). pp. 170–192. [in Ukrainian].

УДК 338.48-6:502/504+640.4

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-6>

Ковальчук Ірина Василівна

доктор філософії,

старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму,

Національний університет біоресурсів і природокористування України,

м. Київ, Україна

ORCID ID: 0000-0002-6867-1500

КОНЦЕПЦІЯ ЕКОГОТЕЛЮ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Актуальність теми полягає в тому, що на сьогодні дедалі більше зростає потреба у сталому розвитку та збереженні навколишнього середовища. Екоготелі стають популярними серед туристів, які полюбують природу і шукають нові локації, не завдаючи при цьому шкоди природному середовищу. Екоготелі розташовуються у різноманітних природних місцинах, а їхнє спорудження і подальше функціонування направлене на збереження навколишнього середовища. Екоготелі перетворюються на інноваційні центри реалізації сталих практик, зокрема починають використовувати енергію відновлюваних джерел і запроваджувати системи збереження води та управління відходами.

Метою дослідження є визначення інноваційних трендів ведення готельно-ресторанного бізнесу на прикладі застосування концепції екоготелю, популяризація екотуризму та стимулювання використання інноваційних трендів у розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Методами дослідження є аналітичний, порівняльний, графічний і статистичний методи, а також методи аналізу, синтезу та узагальнення.

Дослідження дозволило провести аналіз концепції екоготелю як інноваційного тренду у розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Розглянуто вплив екологічної свідомості споживачів на вирішення екологічних проблем і зменшення негативного впливу на навколишнє природне середовище, який здійснюють об'єкти готельної індустрії. Проаналізовано поняття "екоготель", його ключові характеристики та переваги. Досліджено важливі аспекти сталого розвитку, зокрема використання відновлюваних джерел енергії, водозбереження, зменшення викидів та мінімізацію впливу на природне довкілля. Подано характеристику основних принципів створення та функціонування екоготелю (використання енергоефективних технологій і відновлювальних джерел енергії, відсутність викидів шкідливих речовин об'єктами готельної індустрії у довкілля та ін.), його особливостей і переваг, а також висвітлено приклади успішної реалізації даної концепції у сучасному суспільстві. Вивчено способи зменшення негативного впливу готелів на довкілля та різноманітні інноваційні підходи до забезпечення сталості, ефективності енергоспоживання і впровадження нових технологій в будівництво та функціонування інфраструктури. Представлено основні переваги та виклики впровадження концепції екоготелю, а також зацентовано увагу на важливості збалансованого підходу до сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу в контексті збереження навколишнього середовища і задоволення потреб сучасних споживачів. Також наведено приклади успішно реалізованих проєктів із застосуванням концепції екоготелю. Ці ідеї є корисними для готельних і ресторанных підприємств, які розглядають впровадження принципів екологічної спрямованості у свої бізнес-процеси, цікавляться інноваційними тенденціями у галузі та бажають зробити свої підприємства екологічно стійкішими та привабливішими для екологічно свідомих клієнтів.

Ключові слова: екоготель, екологічна сертифікація, екологічне маркування, навколишнє природне середовище, індустрія гостинності, готельно-ресторанний бізнес, готель.

THE CONCEPT OF AN ECO-HOTEL AS AN INNOVATIVE TREND IN THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Kovalchuk Iryna Vasylivna

PhD, Senior Lecturer of the Department
of Hotel and Restaurant Business and Tourism,

National University of Life and Environmental Studies of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID ID: 0000-0002-6867-1500

The relevance of the topic lies in the growing need for sustainable development and preservation of the environment. Eco-hotels are becoming popular among tourists who love nature and are looking for new vacation locations without harming the natural environment. Eco-hotels are located in various natural areas, and their construction and further operation is aimed at preserving the environment. Eco-hotels are turning into innovative centers for the implementation of sustainable practices, in particular, they are starting to use energy from renewable sources and introduce water conservation and waste management systems.

The purpose of the study is reduced to the level of awareness of tourists regarding the issues of sustainable development, popularization of ecotourism and stimulation of the use of innovative trends in the development of the hotel and restaurant business.

Research methods are analytical, comparative, graphic and statistical methods, as well as methods of analysis, synthesis and generalization.

The study facilitated an exploration of the concept of an eco-hotel as an innovative trend in the development of the hotel and restaurant business. The impact of consumers' environmental awareness on addressing environmental issues and minimizing the negative impact on the environment by the objects of the hotel industry is examined. The concept of "eco-hotel", its key characteristics and advantages are analyzed. Important aspects of sustainable development, including the use of renewable energy sources, efficient water usage, emission reduction, and minimization of the impact on the natural environment, were studied. The main principles of the creation and operation of an eco-hotel (use of energy-efficient technologies and renewable energy sources, absence of emissions of harmful substances by lodging industry objects into the environment, etc.), its features and advantages are described, as well as examples of successful implementation of this concept in modern society. Methods of reducing the negative impact of hotels on the environment and various innovative approaches to ensuring sustainability, efficiency of energy consumption and the introduction of new technologies in the construction and operation of infrastructure have been studied. The main advantages and challenges of implementing the concept of an eco-hotel are presented. The importance of a balanced approach to the sustainable development in the field of hospitality within the framework of environmental protection and meeting the needs of modern consumers is emphasized. The examples of successfully implemented projects using the eco-hotel concept are presented. These ideas are useful for hotel and restaurant entrepreneurs who are considering implementing the principles of environmental orientation in their business processes, are interested in innovative trends in the industry and want to make their enterprises more environmentally sustainable and more attractive to environmentally conscious customers.

Key words: eco-hotel, environmental certification, ecological labeling, natural environment, hospitality industry, hotel-restaurant business, hotel.

Постановка проблеми. Тренди на посилення уваги до екологічних складових набувають дедалі більшої популярності як в індустрії гостинності, так і в сфері послуг загалом. Охорона та раціональне використання компонентів природного середовища, зменшення ступеня антропогенного навантаження на нього і збереження природного різноманіття є обов'язковим сегментом діяльності всіх галузей економіки загалом та сфери туризму і рекреації зокрема на геопросторових рівнях країни, області, району чи міста.

Світове товариство дедалі більше виступає за розвиток екоспрямованості підприємств, у тому числі в індустрії гостинності. Важливими об'єктами в цій сфері є готелі. Вони мають різну кількість відвідувачів і чинять суттєвий вплив на екосистеми. Тому без дбайливого ставлення до природи подальше функціонування об'єктів готельно-ресторанного бізнесу ускладнюватиметься з кожним роком, а з часом ці об'єкти ставатимуть менш привабливими і зазнаватимуть збитків, якщо продовжуватимуть екологічно небезпечний тиск на природне середовище.

Зважаючи на світовий досвід розвитку готельно-ресторанного бізнесу, варто зазначити, що екоспрямованість готелів є конкурентоспроможним фактором ведення бізнесу, який дозволить збільшити не лише кількість відвідувачів, а й обсяг прибутку. Високорозвинені країни світу вважають, що розвиток об'єктів індустрії гостинності можливий саме з позиції екологічності.

В Україні екоготелі є досить популярними засобами розміщення серед туристів, оскільки країна має як природні, так і технологічні ресурси для популяризації цього типу готелів. Проте на сьогодні найбільшою проблемою українських екоготелів є отримання екологічного сертифікату. Адже український бізнес недостатньо спрямований на дотримання норм екологічності та отримання відповідних сертифікатів – еколейблів.

Варто наголосити на тому, що екологізація готельно-ресторанного бізнесу – це ще й хороший спосіб покращити стан здоров'я рекреантів і туристів. Адже натуральні, органічні, екологічно чисті продукти харчування здійснюють позитивний вплив на здоров'я приїжджих, а наявність якісних готелів на озелених, екологічно чистих територіях сприяє оздоровленню і відпочинку туристів та підвищенню популярності цих об'єктів.

На сьогодні розвиток готельно-ресторанного бізнесу можливий за рахунок розроблення нових стратегій розвитку бізнесу, які мають базуватися на принципах екологічності, зокрема високому рівні надання послуг, екологічній спрямованості розвитку закладів готельно-ресторанного бізнесу, їх сучасному оснащенні, екологізації інфраструктури і послуг та використанні інноваційних технологій. Базуючись на цій ідеї, розглянемо екоготелі як інструмент інноваційного розвитку готельно-ресторанного бізнесу в нашій державі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тенденція на створення екоготелів стає досить популярною, оскільки дозволяє зменшити негативний вплив людської діяльності на навколишнє природне середовище. Екоготелі споруджуються у всьому

світі, оскільки на ці заклади розміщення постійно формується попит у туристів і приїжджих.

Аналізуючи останні публікації у сфері готельно-ресторанного бізнесу, зокрема екоготелів, варто зазначити, що основний акцент був зроблений на вивченні основних тенденцій популяризації екоготелів у світі (Лебедева О. та Єрмолова Є., 2017 р.) [1], ключових аспектів екологізації об'єктів готельно-ресторанного бізнесу (Ганич Н. і Гаталяк О., 2018 р.) [2], економічних складових екологізації закладів гостинності в регіоні (Зубехіна Т., 2022 р.) [3], інноваційних заходів у сфері світового готельного господарства (Камушков О., Ткач В. і Язіна В., 2019 р.; Паньків М. і Липовий Д., 2022 р.) [4, 5], впливу екологічної сертифікації на рейтинг готелів (Терещук Н., 2022 р.) [6], досвіду використання інноваційних технологій у діяльності готельно-ресторанних підприємств (Максименко О. та Красножон С., 2020 р.; Лисюк Т., Терещук О. та Пасічник М., 2022 р.; Кіш Г., Лютак О., Баула О. та Баула В., 2023 р.) [7, 8, 9, 10], основних принципів екологізації об'єктів готельно-ресторанного бізнесу (Терещук Н., Транченко Л., і Шашеро М., 2023 р.) [11] і методики розробки концепції та проектування екоготелю (Титомир Л., 2021 р.) [12]. Водночас недостатньо дослідженими залишаються питання досконалості критеріїв оцінювання рівня екологічності готелів, збалансованого підходу до впровадження концепції екоготелю у контексті збереження навколишнього природного середовища при задоволенні потреб рекреантів і туристів.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення інноваційних трендів ведення готельно-ресторанного бізнесу на прикладі застосування концепції екоготелю, популяризації екотуризму та стимулювання використання інноваційних трендів у розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Для досягнення поставленої мети були використані такі основні методи дослідження: моніторинг інформаційних ресурсів, узагальнення теоретичних даних про концепцію екоготелю, аналіз статистичних даних та стилю ведення

готельно-ресторанного бізнесу зарубіжними компаніями з орієнтацією на екологічну складову та ін. Завданням статті є дослідження способів зменшення негативного впливу готелів на довкілля та висвітлення різноманітних інноваційних підходів до забезпечення сталості й ефективності спорудження та експлуатації об'єктів готельно-ресторанного бізнесу з урахуванням критеріїв екологічності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепція екоготелю – це система рішень, пов'язаних із забезпеченням гостям комфортного рівня проживання, відпочинку, змістовного проведення дозвілля у гармонії з природою. Тому при будівництві та забезпеченні функціонування екоготелю доцільно дотримуватися таких ключових вимог (рис. 1): 1) розробляти і реалізовувати проєкт екоготелю, який відповідатиме високим критеріям екологічності та кращим світовим практикам; 2) планувати вплив готелю на навколишнє середовище, який не зменшуватиме його стійкість і не погіршуватиме екологічний стан навколишніх ландшафтів; 3) не перевищувати екологічно допустиме використання компонентів ландшафту у процесі оздоровлення, відновлення працездатності рекреантів, туристів, відвідувачів; 4) планувати заходи з підтримки екологічної рівноваги, ревіталізації біотичних та водних компонентів, облагородження території розміщення готелів та оточуючого їх середовища; 5) у господарській практиці функціонування готелів дотримуватися принципів зеленої економіки; 6) у діяльності екоготелів та підприємств готельно-ресторанного бізнесу враховувати традиції і риси культури місцевого етносу; 7) важливою складовою концепції створення та забезпечення функціонування екоготелю має виступати екоосвітня компонента (підвищення рівня екологічної грамотності як працюючих, так і відпочиваючих); 8) також концепція функціонування екоготелів і підприємств готельно-ресторанного бізнесу повинна передбачати інформаційно-рекламний, логістичний, фінансово-економічний та страховий менеджмент.



Рис. 1. Основні аспекти концепції екоготелю (укладено авторкою за даними [13] з доповненнями)

Тому можна сказати, що, згідно з концепцією [13], визначальною умовою функціонування екоготелю є взаємодія людини та навколишнього природного середовища і, як наслідок, здійснення великого комплексу заходів, покликаних мінімізувати негативне антропогенне навантаження на природне біорізноманіття.

Вплив діяльності готелів на навколишнє природне середовище, згідно з міжнародними стандартами [13] та вимогами екологічних нормативів, досліджується за такими параметрами (рис. 2): 1) критерії оцінки стану атмосферного повітря та впливу на нього екоготелів і підприємств готельно-ресторанного бізнесу; 2) критерії оцінки водозабезпечення (водопостачання, водовідведення) та якості води; 3) критерії оцінки стану ґрунтового покриття (його якість, прояв деградаційних процесів, рівень забруднення та ін.) та впливу на нього екоготелів; 4) показники рівня шумового навантаження, створюваного екоготелями, що функціонують; 5) показники відходів, продуктованих екоготелями та підприємствами ресторанного бізнесу; 6) показники впливу транспортної, розважальної, іншої діяльності екоготелів і ресторанної інфраструктури; 7) показники заходів, запланованих для



Рис. 2. Параметри впливу об'єктів готельної індустрії на навколишнє середовище

мінімізації негативного впливу екоготелів на навколишнє середовище та поліпшення його стану.

Концепція екоготелю передбачає існування об'єктів житлової інфраструктури, покликаних мінімізувати власний негативний вплив на навколишнє природне середовище. Ці засоби розміщення мають бути екологічно сертифікованими. Концепція екоготелю ґрунтується на ідеї створення та управління готелями, які максимально сприяють збереженню природи та чинять мінімальний вплив на навколишнє середовище. Основні принципи концепції включають у себе сталість ресурсів, використання екологічних матеріалів, раціональне управління водними ресурсами та відходами, збереження природного середовища і підвищення свідомості гостей та персоналу стосовно екологічних проблем та практик сталого природокористування.

Готелі вважаються екологічними, якщо в їхньому функціонуванні дотримані наступні вимоги (рис. 3):

Основна мета функціонування екоготелів зводиться до покращення стану здоров'я приїжджих, раціонального використання природно-ресурсного потенціалу тієї території, на якій вони розміщені, усвідомлення рівня впливу своєї діяльності на навколишнє



Рис. 3. Перелік вимог до об'єктів готельної сфери для отримання екологічного сертифікату

природне середовище та реалізації комплексу заходів, спрямованих на забезпечення сталого природокористування, покращення екологічної обстановки, мінімізацію негативних впливів на біоту.

Варто зазначити, що на сьогодні у світі налічується ряд організацій, основною діяльністю яких є розробка та провадження систем екологічного менеджменту (табл. 1). Вони надають знак якості тим готелям, послуги яких відповідають екологічним нормам і стандартам.

Зарубіжний досвід створення екоготелів, вирішення завдань охорони навколишнього середовища, збереження природного біорізноманіття і впровадження практики енергозбереження свідчить, що ці заходи набувають все більшої популярності в готельно-ресторанній індустрії. Прикладом цього може слугувати той факт, що великі мережі закордонних готелів отримали екологічний статус і реалізують у своїй діяльності різноманітні екологічні інновації.

Скандинавська мережа готелів "Choice" зосередила свою увагу на скороченні обсягів споживання води, електроенергії, а також побутових відходів і шкідливих хімічних речовин. Спостереження за реалізацією цих заходів здійснюють екологічні координатори, які мають відповідну освіту [19].

Таблиця 1

Міжнародні організації у сфері екологічного менеджменту

Назва організації	Дата заснування	Територія розміщення	Ключові особливості
British Airways Holidays (BAH)	30 березня 1974 р.	Велика Британія	Один з найбільших світових авіаперевізників і туристичних операторів, який розробив критерії ефективного екологічного менеджменту та склав перелік вимог для готелів, у яких туристи можуть визначати рівень обслуговування та якість наданих послуг
Certification for Sustainable Tourism (CST)	1997 р.	Коста-Ріка	Одна з найуспішніших компаній у сфері розвитку екологічного туризму, яка сприяє тому, що знак екологічної якості отримують ті готелі, які, за оцінками експертів, зведуть до мінімуму свій негативний вплив на навколишнє природне середовище
Green Globe	1992	Велика Британія	Європейська компанія, яка встановила, що критеріями для отримання екологічних сертифікатів є зменшення кількості відходів, впровадження практики енергозощадження, ведення екологічної системи управління, сприяння соціальному та культурному розвитку території розміщення готелю і визначення ступеня впливу географічного розташування готелю на навколишнє природне середовище
Green Key	1994	Данія	Європейська компанія, яка встановила, що для отримання знаку екологічної якості готелі мають визначити обсяги споживання та економії водних ресурсів, запровадити практику ресайклінгу ресурсів і використовувати в раціоні харчування туристів лише екологічно чисті органічні продукти
Touristik Union International (TUI)	1 грудня 1968 р.	Німеччина	Європейський туристичний оператор, який активно підтримує використання принципів екологічної відповідальності в індустрії гостинності.

Укладено авторкою за даними [14, 15, 16, 17, 18].

При спорудженні нью-йоркського готелю “InterContinental” були використані перероблені матеріали. У номерах готелю спроектовані туалети з низькими обсягами використання води, а на поверхах – зелені тераси [19].

Для вирішення проблем, пов’язаних із забрудненням навколишнього природного середовища, керівництво мережі готелів “Marriott” розробило екологічну стратегію розвитку мережі, яка передбачає скорочення обсягів споживання водних ресурсів і палива, а також встановлення у готелях спеціального обладнання для використання сонячної енергії [19].

Якщо говорити про Україну, то варто відзначити, що тут екологічна концепція ведення готельно-ресторанного бізнесу, на жаль, не набула великої популярності. Це зумовлено насамперед високою вартістю будівництва і, як наслідок, високою вартістю проживання для приїжджих. В Україні до категорії екоготелів

можна віднести здебільшого приватні садиби, розміщені у сільських місцевостях.

На відміну від країн ЄС і США, систему екологічної сертифікації і маркування в Україні було запроваджено суттєво пізніше. Згідно з вимогами ДСТУ ISO 14024, тут ця система почала розвиватися починаючи з 2003 р. [20].

На сьогодні в Україні налічується 6 екоготелів (2 од. у Львові та 4 од. у Києві [17]), в той час як у Європі (табл. 2) залежно від організації-сертифікатора їх кількість коливається від 200 од. (за даними Green Globe [16]) до 4744 од. (за даними Green Key [17]).

Екоготелі, сертифіковані Green Globe, відсутні в Україні. В Європі їх нараховується 200 од. Green Globe виділяє готелі-«члени», що відповідають вимогам сертифікації, а також «золоті» та «платинові» члени, які проходять сертифікацію протягом 5 та 10 років відповідно. «Платинових» готелів-«членів» у Європі є лише 36 од. [16].

Таблиця 2

Об'єкти готельно-ресторанної індустрії Європи, сертифіковані Green Key

Країна	Кількість об'єктів, од.
Австрія	10
Бельгія	246
Болгарія	11
Хорватія	31
Кіпр	23
Данія	233
Велика Британія	118
Естонія	66
Фінляндія	156
Франція	1559
Грузія	3
Німеччина	219
Гібралтар (залежна територія)	1
Греція	544
Угорщина	1
Ісландія	18
Ірландія	1
Італія	36
Латвія	1
Литва	4
Люксембург	3
Мальта	1
Чорногорія	3
Нідерланди	662
Норвегія	53
Польща	16
Португалія	273
Румунія	9
Сербія	2
Словенія	207
Іспанія	3
Швеція	223
Швейцарія	25
Туреччина	148
Україна	6

Укладено авторкою за даними [17].

Україна є членом міжнародної організації Global Ecolabelling Network, яка об'єднує 27 екологічно сертифікованих систем і 43 екологічні стандарти на товари та послуги. Український орган екологічної сертифікації і маркування “Жива планета” визнаний як на державному, так і на міжнародному рівнях. В Україні перші екологічні сертифікати отримали готельний комплекс “Артеміда” (Автономна Республіка Крим) та екоготель “Ковчег” (с. Долішній Шепіт, Чернівецька

обл.). Наступними об'єктами готельної індустрії, яким були присвоєні екологічні сертифікати, є екосадиба “Maison Blanche” (с. Березівка, Бучанський район, Київська область), Radisson Blu Resort (м. Яремче, Івано-Франківська область), Radisson Blu Hotel (два об'єкти у м. Києві, що розташовані за адресами: вул. Ярославів Вал, 22 і вул. Братська, 17-19), РК Галера (м. Київ), Park Inn by Radisson (м. Київ), Intercontinental Kiev (м. Київ) і т. д.

Готовність такої значної кількості готелів відповідати суворим стандартам екологічної сертифікації свідчить про позитивні зрушення у поширенні еко-трендів в індустрії гостинності та свідомості відвідувачів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Концепція екоготелю, що базується на принципах сталого розвитку та збереження природних ресурсів, стає все більш популярною в сучасному готельно-ресторанному бізнесі. Цей інноваційний тренд сприяє вдосконаленню управління енергоефективністю, використанню відновлювальних джерел енергії, зменшенню впливу на навколишнє середовище та залученню екологічно свідомих клієнтів. Впровадження концепції екоготелю має безпосередній вплив на позицію готелю на ринку, репутацію бренду та його привабливість для екологічно свідомих гостей. Крім того, це створює нові можливості для співпраці з місцевими урядовими та некомерційними організаціями, сприяючи створенню позитивного соціального впливу та підтримці збалансованого функціонування місцевих екосистем. Концепція екоготелю являє собою важливий інноваційний тренд, який сприяє не лише ефективному управлінню готельно-ресторанним бізнесом, але й створенню більш сталого та екологічно чистого майбутнього для сучасної індустрії гостинності. Очевидним є той факт, що на сьогодні екологічні питання стають дедалі актуальнішими та важливішими для суспільства. Так само зростає попит на сталі рішення у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Результатом цього є концепція екоготелю, яка продовжує удосконалюватися як інноваційний тренд

розвитку індустрії гостинності. Екоготель – це готель, який у своїй діяльності активно враховує принципи сталого розвитку та екологічної відповідальності. Він орієнтується на зменшення негативного впливу на довкілля, енергозбереження, використання екологічно чистих матеріалів та продуктів, а також на створення інфраструктури для дотримання принципів сталого розвитку. За останні роки екоготелі стали досить популярними в індустрії гостинності. Лише в Україні їх нараховується 6 одиниць (2 у м. Львові та 4 у м. Києві [17]), в той час як у Європі залежно від організації-сертифікатадавця їх кількість коливається від 200 од. (за даними Green Globe [16]) до 4744 од. (за даними Green Key [17]).

Вони привертають увагу свідомих туристів, які акцентують свою увагу на принципах сталості та екологічної відповідальності. Такі готелі використовують енергозберігаючі технології, встановлюють системи відновлення

енергії, застосовують раціональне водокористування і сприяють відновленню довкілля. Крім позитивного впливу на довкілля, розвиток екоготелів також вигідний з комерційної точки зору. Вони сприяють залученню нових клієнтів, які готові заплатити більше за екологічно чистий готельний сервіс. Також, завдяки зменшенню споживання ресурсів та використанню енергії з відновлювальних джерел, екоготелі зменшують експлуатаційні витрати. Тому концепція екоготелю є вдалим поєднанням сталості та комерційної вигоди. Вона сприяє збалансованому розвитку готельно-ресторанного бізнесу, що є важливим в контексті розвитку екологічної свідомості у суспільстві. Реалізація концепції екоготелю відкриває перспективи для сталого розвитку галузі, задоволення потреб сучасних туристів, збереження в доброму екологічному стані природних ландшафтів не лише для теперішніх, а й прийдешніх поколінь.

Література

1. Лебедева О. А. та Єрмолова, Є. Тенденції розвитку еко-готелів у світі. Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації: зб. наук. пр. 2017. Вип. 30. с. 49-52.
2. Ганич Н. М., Гаталяк О. М. Екологізація готельного та ресторанного бізнесу. Географія та туризм: науковий збірник / М-во освіти і науки України; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка; редкол.: Любіцева О. О., Яценко Б. П., Сировець С. Ю. [та ін.]. Вип. 43. – Київ: Альфа-ІПК, 2018.
3. Зубехіна, Т. Економічні складові екологізації закладів гостинності в регіоні. Товарознавчий вісник, 2022. 2(15), 96-103. <https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2022-16-8> (дата звернення: 17.12.2023).
4. Камушков О. С., Ткач В. О., Язіна В. А. Інновації світового готельного господарства. Причорноморські економічні студії, Випуск 48-2. 2019. С. 52-55.
5. Паньків М. М., Липовий Д. В. Інноваційні тренди розвитку підприємств індустрії гостинності в контексті esg-трансформації. Міжнародний науковий журнал «Грааль науки» No 14-15 (Травень, 2022): за матеріалами III Міжнародної науково-практичної конференції «Scientific researches and methods of their carrying out: world experience and domestic realities», що проводилася 27 травня 2022 року ГО «Європейська наукова платформа» (Вінниця, Україна) та ТОВ «International Centre Corporate Management» (Відень, Австрія).
6. Терещук Н. В. Вплив екологічної сертифікації на рейтинг готелів з боку клієнтів. Інфраструктура ринку. 2022. № 65. С. 133–137.
7. Максименко О. Р., Красножон С. В. Інноваційні технології у туристичному та готельно-ресторанному бізнесі. Збірник наукових праць ХКТЕІ. 2020. № 16. С. 252 – 261.
8. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Пасічник М. П. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11> (дата звернення: 14.12.2023).
9. Кіш Г. В. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. № 6(12). С. 65 – 77. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6\(12\)-65-77](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6(12)-65-77) (дата звернення: 14.12.2023).
10. Лютак О. М., Баула О. В., Баула В. В. Інноваційні технології в міжнародній готельній індустрії. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2023. Вип. 19. Т. 1. С. 10–18. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.1.19.10-18> (дата звернення: 14.12.2023).
11. Терещук, Н. В., Транченко, Л. В., Транченко, О. М., & Шашеро, А. М. Екологізація готельно-

ресторанного бізнесу. *Вісник Одеського національного університету. Географічні та геологічні науки*, 2023. Вип. 28(1(42)), 105–114. [https://doi.org/10.18524/2303-9914.2023.1\(42\).282240](https://doi.org/10.18524/2303-9914.2023.1(42).282240) (дата звернення: 14.12.2023).

12. Тітомир Л. А. Екологізація готелів як напрям розвитку готельно-ресторанного бізнесу / Л. А. Тітомир, О. М. Коротич, Ю. О. Халілова-Чуваєва // *Економіка харчової промисловості*. 2021. Т. 13, вип. № 3, С. 88-93. DOI: 10.15673/ie.v13i3.2136 (дата звернення: 14.12.2023).

13. Мельник І. М. Процеси екологізації готельних підприємств України. Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. "Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення" (м. Львів, 18-19 червня 2020 р.). Львів: Видавництво ЛТЕУ, 2020. 372 с. С. 178-180.

14. Офіційний сайт British Airways Holidays (BAH) [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.britishairways.com/en-gb/flights-and-holidays/holidays> (дата звернення: 16.12.2023).

15. Офіційний сайт Casitas Tenorio B&B [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://casitastenorio.com/certification-of-sustainable-tourism-cst/> (дата звернення: 16.12.2023).

16. Офіційний сайт Green Globe [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.greenglobe.com/> (дата звернення: 17.12.2023).

17. Офіційний сайт Green Key [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.greenkey.global/> (дата звернення: 17.12.2023).

18 Офіційний сайт Touristik Union International (TUI) [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.tuigroup.com/en-en> (дата звернення: 16.12.2023)

19. Bohdanowicz P. Environmental Awareness and Initiatives in the Swedish and Polish Hotel Industries – Survey Results // *International Journal of Hospitality Management*. 2009. Vol. 6. pp. 36-52.

20. Берзіна С.В., Капотя Д.Ю., Бузан Г.С. Екологічна сертифікація та маркування. Методичний довідник. – К.: вид-во Інститут екологічного управління та збалансованого природокористування, 2017. 114 с. [Електронний ресурс] Режим доступу: https://www.ecolabel.org.ua/images/page/ecolabel_book.pdf (дата звернення: 14.12.2023).

References

1. Lebedeva O. A. and Yermolova, E. (2017). Tendentsii rozvytku eko-hoteliv u sviti [Trends in the development of eco-hotels in the world]. *Trends and prospects for the development of science and education in the conditions of globalization: coll. of science Ave.* № 30. pp. 49-52. [in Ukrainian].

2. Ganych N. M., Gatalyak O. M. (2018). Ekolohizatsiia hotelnoho ta restorannoho biznesu [Greening of the hotel and restaurant business]. *Geography and tourism: scientific collection / Ministry of Education and Science of Ukraine*. Kyiv: Alfa-PIK, Vol. 43. [in Ukrainian].

3. Zubekhina, T. (2022). Ekonomichni skladovi ekolohizatsii zakladiv hostynnosti v rehioni [Economic components of greening of hospitality establishments in the region]. *Commodity Bulletin*, 2(15), pp. 96-103. <https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2022-16-8> [in Ukrainian].

4. Kamushkov O. S., Tkach V. O., Yazina V. A. (2019). Innovatsii svitovoho hotelnoho hospodarstva [Innovations of the world hotel industry]. *Black Sea Economic Studies*, Issue 48-2. pp. 52-55 [in Ukrainian].

5. Pankiv M.M., Lypovy D.V. (2022). Innovatsiini trendy rozvytku pidpriemstv industrii hostynnosti v konteksti esg-transformatsii [Innovative trends in the development of hospitality industry enterprises in the context of esg-transformation]. *International Scientific Journal "The Grail of Science"* No. 14-15 (May, 2022): based on the materials of the III International Scientific and Practical Conference "Scientific researches and methods of their carrying out: world experience and domestic realities", which was held on May 27, 2022, Non-Governmental Organization "European Scientific Platform" (Vinnytsia, Ukraine) and "International Center Corporate Management" LLC (Vienna, Austria) [in Ukrainian].

6. Tereshchuk N. V. (2022). Vplyv ekolohichnoi sertyfikatsii na reitynh hoteliv z boku kliientiv [The influence of ecological certification on the rating of hotels by customers]. *Market infrastructure*. No. 65. pp. 133–137. [in Ukrainian].

7. Maksimenko O. R., Krasnozhon S. V. (2020). Innovatsiini tekhnologii u turystychnomu ta hotelno-restorannomu biznesi [Innovative technologies in the tourist and hotel-restaurant business]. *Collection of scientific works of the KhKTEI*. No. 16. pp. 252-261 [in Ukrainian].

8. Lysyuk T. V., Tereshchuk O. S., Pasichnyk M. P. (2022). Innovatsiini tekhnologii u hotelno-restorannomu hospodarstvi [Innovative technologies in the hotel and restaurant industry]. *Economy and society*. Issue 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11> [in Ukrainian].

9. Kish G. V. (2023). Innovatsiini tekhnologii v diialnosti hotelno-restorannykh pidpriemstv [Innovative technologies in the operation of hotel and restaurant enterprises]. *Current issues in modern science*. No. 6(12). pp. 65–77. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6\(12\)-65-77](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6(12)-65-77) [in Ukrainian].

10. Lyutak O. M., Baula O. V., Baula V. V. (2023). Innovatsiini tekhnolohii v mizhnarodnii hotelnii industrii [Innovative technologies in the international hotel industry]. Actual problems of the development of the economy of the region. Issue 19. Vol. 1. pp. 10–18. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.1.19.10-18> [in Ukrainian].
11. Tereshchuk, N. V., Tranchenko, L. V., Tranchenko, O. M., & Shashero, A. M. (2023). Ekolohizatsiia hotelno-restorannoho biznesu [Greening of the hotel and restaurant business]. Bulletin of Odessa National University. Geographical and Geological Sciences, 28(1(42)), pp. 105–114. [https://doi.org/10.18524/2303-9914.2023.1\(42\).282240](https://doi.org/10.18524/2303-9914.2023.1(42).282240) [in Ukrainian].
12. Titomir L. A. (2021). Ekolohizatsiia hoteliv yak napriam rozvytku hotelno-restorannoho biznesu [Greening of hotels as a direction of hotel and restaurant business development]. Economy of food industry. Vol. 13, Issue 3, pp. 88-93. DOI: 10.15673/fe.v13i3.2136 [in Ukrainian].
13. Melnyk I. M. (2020). Protsesy ekolohizatsii hotelnykh pidpriemstv Ukrainy [Processes of greening of hotel enterprises of Ukraine]. Materials of the International science and practice conf. "Modern trends in the development of the economy, entrepreneurship, technologies and their legal support". Lviv, June 18-19, 2020. Lviv: LTEU Publishing House. pp. 178-180 [in Ukrainian].
14. British Airways (2023). Official website of British Airways Holidays (BAH) Retrieved from: <https://www.britishairways.com/en-gb/flights-and-holidays/holidays>
15. Casitas Tenorio (2020). Official website of Casitas Tenorio B&B. Retrieved from: <https://casitastenorio.com/certification-of-sustainable-tourism-cst/>
16. Green Globe (n.d.). Official website of Green Globe. Retrieved from: <https://www.greenglobe.com/>
17. Green Key (n.d.). Official website of Green Key. Retrieved from: <https://www.greenkey.global/>
18. Touristik Union International (2024). Official website of Touristik Union International (TUI). Retrieved from: <https://www.tuigroup.com/en-en>
19. Bohdanowicz P. (2009). Environmental Awareness and Initiatives in the Swedish and Polish Hotel Industries – Survey Results. International Journal of Hospitality Management. Vol. 6. pp. 36-52.
20. Berzina S.V., Kapotya D.Yu., Buzan G.S. (2017). Ekolohichna sertyfikatsiia ta markuvannia. Metodychnyi dovidnyk [Environmental certification and labeling. Methodical guide]. K.: Institute of Environmental Management and Balanced Nature Management. 114 p. Retrieved from: https://www.ecolabel.org.ua/images/page/ecolabel_book.pdf [in Ukrainian].

УДК 338.48:355.01(477)

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-7>

Корнус Олеся Григорівна

кандидат географічних наук, доцент,
завідувач кафедри загальної та регіональної географії,
Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка, м. Суми, Україна
ORCID ID: 0000-0001-7469-7291
Scopus Author ID: 57198491514
Web of Science Researcher ID: L-7902-2018

Пацюк Вікторія Сергіївна

кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та економіки,
Криворізький державний педагогічний університет, м. Кривий Ріг, Україна
ORCID ID: 0000-0002-0401-2573
Web of Science Researcher ID: E-4220-2019

Венгерська Наталя Сергіївна

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів
та економіки міжнародного туризму,
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя, Україна
ORCID ID: 0000-0001-8171-8206

ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ У ПРИФРОНТОВИХ ГРОМАДАХ УКРАЇНИ

В Україні перед війною значна увага приділялася розвитку туризму шляхом активізації кластерної взаємодії. З початку повномасштабного російського вторгнення прифронтові регіони України понесли значні втрати туристичного потенціалу та руйнування туристичної інфраструктури. Вивчення перспектив створення та/або продовження функціонування туристичних кластерів у прифронтових громадах України (Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської, Донецької областей) не було розкрито, що і визначило мету нашої статті. Дослідження особливостей функціонування туристичної сфери в прифронтових громадах Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей проводилося у рамках естонсько-українського науково-дослідницького проєкту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє» (29.12.2022-28.03.2023 роки). Основним методом дослідження було анкетування власників туристичного бізнесу, працівників закладів туристичної інфраструктури та атракцій, представників громадських організацій туристичного спрямування та виконавчої влади, яка координує туристичну діяльність на прифронтових територіях України. Загальна вибірка складала 144 особи з 5 регіонів України: Дніпропетровська – 45 (31,3%), Донецька – 18 (12,5%), Запорізька – 15 (10,4%), Сумська – 29 (20,1%), Харківська – 37 (25,7%) осіб. За результатами дослідження було встановлено, що одним із пріоритетних напрямів розвитку туризму є співпраця в рамках туристичних кластерів, яка, на думку респондентів, дасть можливість отримати кращий доступ до ресурсів, досягти переваг у маркетингу та у розробці туристичного продукту. Саме організація туристичних кластерів туризму має багато переваг, які полягають у інфраструктурному розвитку територій, збільшенні продуктивності виробництва, залученні інвестицій, стимулюванні інновацій тощо. Громади, розвиваючи туризм, мають можливості для зростання своїх доходів і збільшення бюджету, створення нових робочих місць, стимулювання попиту на їхню продукцію, популяризації культурної спадщини, реінкарнації в новому форматі та з новим іміджем.

Ключові слова: туристичні кластери, соціологічне опитування, перспективи розвитку, прифронтові громади, кластерна співпраця.

TOURIST CLUSTERS IN FRONTLINE COMMUNITIES OF UKRAINE

Kornus Olesia Hryhorivna

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of General and Regional Geography,
Sumy State Pedagogical University named after A.S. Makarenko, Sumy, Ukraine
ORCID ID: 0000-0001-7469-7291
Scopus Author ID: 57198491514
Web of Science Researcher ID: L-7902-2018

Patsiuk Viktoriia Serhiivna

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Economics,
Kryvyi Rih State Pedagogical University, Kryvyi Rih, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-0401-2573
Web of Science Researcher ID: E-4220-2019

Venherska Natalia Serhiivna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of International Economy, Natural Resources
and Economics of International Tourism,
Zaporizhzhia National University, Zaporizhzhia, Ukraine
ORCID ID: 0000-0001-8171-8206

In Ukraine, before the war, significant attention was paid to the development of tourism through the activation of cluster interaction. Since the beginning of the full-scale Russian invasion, the frontline regions of Ukraine have suffered significant losses in tourism potential and the destruction of tourism infrastructure. The study of the creation and/or continuation prospects of tourism clusters operation in the frontline communities of Ukraine (Zaporizhzhia, Dnipropetrovsk, Sumy, Kharkiv, Donetsk regions) was not disclosed, which determined the purpose of our article. The study of the tourism sphere functioning peculiarities in the front-line communities of Zaporizhzhia, Dnipropetrovsk, Sumy, Kharkiv and Donetsk regions was carried out within the framework of the Estonian-Ukrainian research project "Development of Ukrainian front-line communities and tourism business in war conditions and strategies for the future" (12/29/2012–03/28/2023). The main research method was a survey of tourism business owners, employees of tourist infrastructure and attractions, representatives of tourism-oriented public organizations and the executive power that coordinates tourism activities in the front-line territories of Ukraine. The total sample consisted of 144 people from 5 regions of Ukraine: Dnipropetrovsk – 45 (31.3%), Donetsk – 18 (12.5%), Zaporizhzhia – 15 (10.4%), Sumy – 29 (20.1%). Kharkiv – 37 (25.7%) people. According to the results of the research, it was established that one of the priority areas of tourism development is cooperation within tourist clusters, which, according to the respondents, will provide an opportunity to get better access to resources, achieve advantages in marketing and in the development of a tourist product. It is the organization of tourist clusters of tourism that has many advantages, which consist in the infrastructural development of territories, increase in production productivity, attraction of investments, stimulation of innovations, etc. Communities, developing tourism, have opportunities to increase their incomes and budget, create new jobs, stimulate demand for their products, popularize cultural heritage, reincarnate in a new format and with a new image.

Key words: *tourist clusters, sociological survey, development prospects, frontline communities, cluster cooperation.*

Постановка проблеми. У багатьох країнах світу туризм є одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки, що дає можливість наповнювати місцеві бюджети, створювати нові робочі місця, зберігати

і рекламувати культурну спадщину тощо. До війни в Україні туризм мав значні перспективи. Український уряд, Державне агентство розвитку туризму як виконавчий орган і бізнес вкладали значні ресурси

в те, щоб зробити його пріоритетним напрямом вітчизняної економіки. Відповідно, за останнє передвоєнне десятиліття туризм демонстрував широкий спектр форм та суттєвий територіальний розвиток.

Однак військова агресія фактично звела нанівець всі докладені зусилля і фактично повністю зупинила потік туристів із-за кордону. Негативні аспекти збройного протистояння проявилися не лише у відсутності туристів, а й в значному пошкодженні або руйнації культурної спадщини та об'єктів інфраструктури.

За даними [1] в Україні внаслідок повномасштабного російського нападу на кінець 2022 року зруйновано: 907 закладів культури, 168 спортивних закладів, 157 об'єктів туризму та 95 релігійних об'єктів. Загальна сума прямих задокументованих збитків, завдана інфраструктурі України оцінюється у \$137,8 млрд.

В Україні перед війною значна увага також приділялася розвитку туризму шляхом активізації кластерної взаємодії. Цьому сприяла розробка в 2020 році Проєкту національної програми кластерного розвитку до 2027 року [2], де аргументується необхідність прискорення кластерного розвитку та окреслені його головні засади й орієнтири. Також розроблена Державна стратегія регіонального розвитку [3], в якій окреслені завдання з використання етнонаціонального різноманіття регіону, розвитку нових видів туризму та створення нових туристичних локацій. Створення туристичних кластерів виділено і серед пріоритетних організаційно-інфраструктурних напрямів Стратегії розвитку туризму і курортів України до 2026 року [4].

Туристичні кластери можуть формуватися на основі об'єднання підприємств різних секторів економіки, що має дуже багато позитивних моментів, і перш за все – це соціально-економічний розвиток місцевих громад. З початку повномасштабного російського вторгнення значні втрати туристичного потенціалу та руйнування туристичної інфраструктури понесли прифронтові регіони України: Запорізька, Дніпропетровська,

Сумська, Харківська, Донецька, Луганська області. Однак, незважаючи на це, туристична сфера адаптується до нових змін. Одним з таких перспективних напрямів розвитку може стати створення та/або продовження функціонування туристичних кластерів. Слід зазначити, що кластерна політика широко поширена, а підтримка кластерів є ключовим інструментом економічного розвитку в Європі та в усьому світі [5]. Тому розгляд перспектив створення та/або продовження функціонування туристичних кластерів у прифронтових громадах є актуальним питанням сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В Україні останнім часом з'явилися публікації щодо перспектив розвитку туризму після російсько-української війни. Ці питання проаналізовано у публікації Н. Барвінок та М. Барвінок [6]. Особливості розвитку туризму в повоєнний час описані у статті Н. Якименко-Терещенко зі співавторами [7]. Проблеми відновлення сфери туризму після завершення військових дій в Україні розкрито в статті О. Фастовець [8].

Вивчення особливостей функціонування туристичної сфери в прифронтових громадах Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей проводилося у рамках естонсько-українського науково-дослідницького проєкту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє» (29.12.2022-28.03.2023 роки). Авторами проєкту було проаналізовано зарубіжний досвід щодо розвитку туризму в умовах післявоєнного відновлення та розроблено науково-практичні рекомендації для прифронтових громад України (Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської, Донецької областей) на основі соціологічного опитування представників туристичної сфери [9]. Окрім цього, розглянуто особливості довоєнного розвитку туризму, виявлено яким чином війна відобразилась на функціонуванні туристичного сектору, що дало можливість окреслити перспективи подальшого розвитку туристичної діяльності в зазначених регіонах.

[10]. Однак, вивчення перспектив створення та/або продовження функціонування туристичних кластерів у прифронтових громадах України (Запорізької, Дніпропетровської, Сумської, Харківської та Донецької областей) не було розкрито, що і визначило *мету* нашого дослідження.

Матеріали та методи. Матеріалом дослідження стали результати наукового проєкту [11]. У ході дослідження використовувалися такі методи, як соціологічне опитування, польове дослідження (case study), методи опису, порівняльний аналіз. Основним методом дослідження було проведення анкетування власників туристичного бізнесу, працівників закладів туристичної інфраструктури та атракцій, представників громадських організацій туристичного спрямування та виконавчої влади, яка координує туристичну діяльність на прифронтових територіях України. Загальна вибірка складала 144 особи з 5 регіонів України: Дніпропетровська – 45 (31,3%), Донецька – 18 (12,5%), Запорізька – 15 (10,4%), Сумська – 29 (20,1%), Харківська – 37 (25,7%) осіб. Соціологічне опитування проводилося методом онлайн-опитування та включало 25 запитань закритого та відкритого типу. Статистичну обробку результатів анкетування виконано за допомогою комп'ютерних пакетів аналізу даних Microsoft Excel 2019 та SPSS Statistics 21.0.

Результати. Загалом за класичним визначенням професора Гарвардської школи бізнесу М. Портера, кластери – це географічна концентрація взаємопов'язаних компаній та установ у певній галузі. Кластери охоплюють низку пов'язаних між собою галузей та інших суб'єктів, важливих для конкуренції. Вони включають, наприклад, постачальників спеціалізованих ресурсів, таких як компоненти, обладнання та послуги, а також постачальників спеціалізованої інфраструктури. Кластери також часто поширюються вниз за течією до каналів збуту та клієнтів, а також до виробників взаємодоповнюючих продуктів і компаній у галузях, пов'язаних між собою навичками, технологіями або спільними ресурсами. Нарешті, багато

кластерів включають державні та інші установи, такі як університети, установи, що встановлюють стандарти, аналітичні центри, заклади професійно-технічної освіти та торгові асоціації, які надають спеціалізовану підготовку, освіту, інформацію, дослідження та технічну підтримку [12].

Що ж до визначення безпосередньо туристичних кластерів, то ми орієнтувалися на визначення вітчизняних дослідників. Зокрема, Д. Басюк туристичний кластер трактує як неформальне об'єднання установ, організацій, фірм туристичного профілю, що розташовані на території туристичної дестинації або туристично-рекреаційного регіону з метою розробки, просування та продажу конкурентоспроможного туристичного продукту [13].

В. Гоблик пропонує наступне визначення «туристичний кластер – це добровільне об'єднання взаємодоповнюючих один одного підприємств різних форм власності матеріального і нематеріального виробництва, соціальної, туристичної та рекреаційної сфери, що тісно співпрацюють з науковими установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади, для досягнення економічного ефекту від створення і реалізації конкурентоспроможного рекреаційно-туристичного продукту [14].

Доцільність використання кластерного підходу в організації туристичної галузі як одного зі стратегічних векторів державної регіональної політики України, особливо в період післякризового відновлення економіки держави та її регіонів розглядали О. Ольшанська та А. Мельник. Вчені зазначили, що формування кластерів у туристичній сфері може стати ефективним механізмом і засобом поєднання загальнодержавних, корпоративних та індивідуальних інтересів для досягнення кінцевого результату – активізації підприємницької діяльності, підвищенню конкурентоспроможності та зростанню економічного розвитку регіонів, забезпеченню гідного рівня та якості життя населення [15].

Група вітчизняних фахівців на чолі з Ю. Зінько, досліджуючи кластери туризму

як один з інструментів сталого сільського розвитку України, зазначали, що кластери і кластерні ініціативи у сільському туризмі України у більшості випадків знаходяться на початковій стадії свого розвитку. Тому важливим є дослідження концептуальних засад формування кластерів, їх структури та функціонування. У цьому контексті важливим є типізація існуючих кластерів сільського туризму за характером спеціалізації і продуктовою орієнтованістю. Для дослідницьких і практичних цілей актуальною є розробка моделей формування і оптимального функціонування цих кластерів [16].

Формування кластеру відбувається природним шляхом, але процес прискорення його розвитку потребує цілеспрямованих зусиль. А саме – запуск і розвиток кластерної ініціативи. Кластеру притаманні три обов'язкові характеристики [17]: 1) спеціалізація: *smart-specialization*, ідея; 2) мережа: взаємозв'язки, взаємодія; 3) географічна концентрація: місце, локація. Для розвитку кластерів потрібна «потрійна спіраль» (*Triple Helix*): бізнес; влада; академія (наука і освіта).

Доволі успішними туристичними кластерами України є: кластер Кам'янець-Подільського, Львівський Туристичний Альянс, «Оберіг», що об'єднав сільські господарства Хмельниччини, агро-еколого-рекреаційний кластер «Фрумушика-Нова» в Одеській області, «Мальовнича Бережанщина» в Тернопільській області, «Гоголівськими місцями Полтавщини», «Бойківські газди» та «Гостинна бойківська Долинщина» на Львівщині. Однак бачимо, що навіть в кращі часи в нинішніх прифронтових регіонах кластерні ініціативи не були сформовані у туристичний кластер в жодній з розглянутих областей.

О. Перепелюкова виокремлює переваги застосування кластерної моделі організації туристичної галузі в Україні:

– підвищення ефекту діяльності за рахунок масштабу, оскільки економічна ефективність спільної діяльності підприємств при об'єднанні буде вищою, ніж така ж сама ефективність у окремого суб'єкта господарювання;

– розширення інноваційної складової за рахунок використання міжфірмових інформаційних потоків;

– створення локального ринку праці, що дозволяє підвищувати кваліфікацію працівників, здійснювати їх обмін, стажування та інше;

– зменшення собівартості наданих послуг за рахунок спільного використання наявних ресурсів та відповідної туристичної інфраструктури, збільшення конкуруючих між собою постачальників та посередників на ринку;

– розвиток та розширення кооперації [18].

Г. Михайліченко зазначає, що у своїй багатоконпонентній основі туристичний кластер формує додатковий синергетичний та компліментарний актив завдяки:

- координації сумісних дій, посиленню обміну інформацією, досвідом, інноваційними технологіями, сумісному використанню обслуговуваних інфраструктурних об'єктів дестинації;

- підготовки та підвищення кваліфікації кадрів туристичного супроводу й обслуговування;

- стає можливим реальне порівняння роботи фірм-конкурентів, ефективності їхньої діяльності;

- наявності трудових ресурсів відповідної кваліфікації;

- застосування особливих режимів оподаткування, інвестування;

- правового регулювання, надання субвенцій [19].

Враховуючи те, що перед війною в Україні активно почав розвиватися туристичний сектор і створювалися туристичні кластери, одне з відкритих питань анкетування передбачало встановлення думки респондентів щодо організації туристичних кластерів у громадах та особливостях співпраці в рамках кластерного підходу. Як результат, 39,4% респондентів зазначили, що їх організація входить до туристичного кластеру, ще 23,9% бажають вступити до кластеру в майбутньому, 3,4% опитаних зазначили, що їм важко відповісти, а 33,3% – їхня організація не входить до туристичного кластеру (рис. 1).

Чи входить Ваша організація до туристичних кластерів
(чи інших об'єднань) та як Ви співпрацюєте?

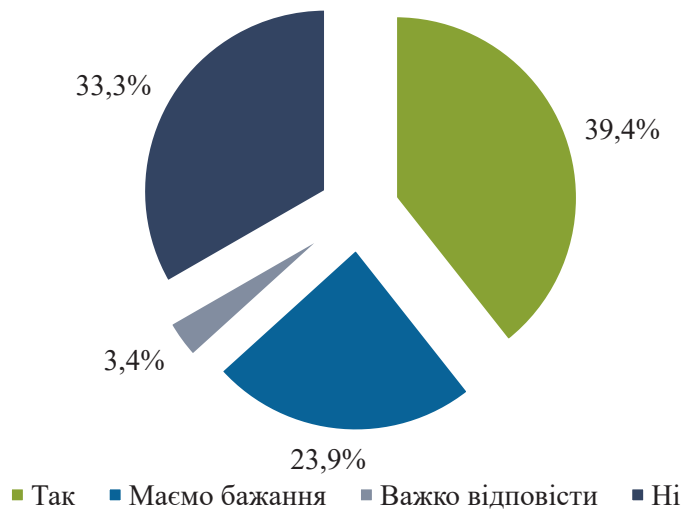


Рис. 1. Співпраця в туристичних кластерах

Які переваги у кластерній співпраці є для Вас найбільш важливими? (N=144)

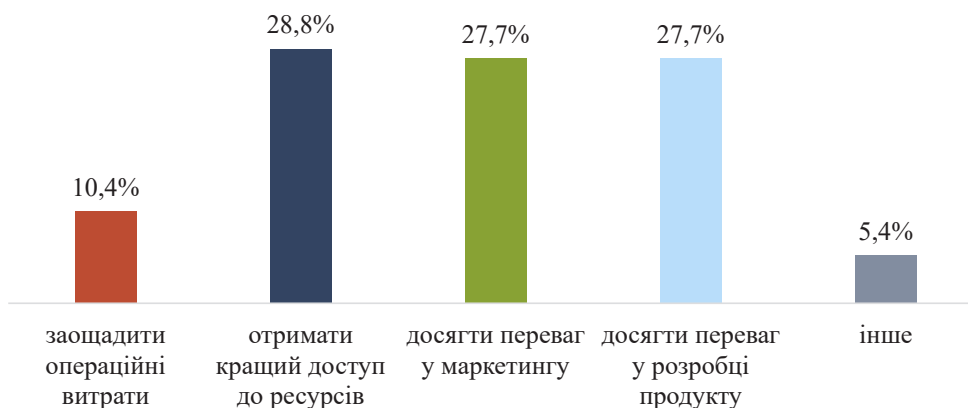


Рис. 2. Переваги у кластерній співпраці

На думку опитаних, важливими перевагами у кластерній співпраці є кращий доступ до ресурсів (28,8%); переваги у маркетингу та розробці продукту (по 27,7%), ще 10,4% респондентів визначили, що перевагою є заощадження операційних витрат (рис. 2).

При цьому відповіді представників міської і сільської місцевості були достатньо близькими: кращий доступ до ресурсів – 60,8% і 50% відповідно, переваги у маркетингу (58,8% і 46,9%), переваги у розробці продукту – 57,7% і 50% відповідно (рис. 3).

Для респондентів з Дніпропетровської області важливими перевагами у кластерній співпраці є переваги у маркетингу (30,3%), у розробці продукту (27,6%) та кращий доступ до ресурсів (23,7%); 9,2% опитаних визначили, що перевагою є заощадження операційних витрат. Крім того (варіант інше – 9,2%), респондентами були зазначені інші переваги кластерної співпраці: вплив на законодавців щодо редагування туристичних нормативних документів; вплив на громадську думку щодо формування інтересу до свого рідного краю;

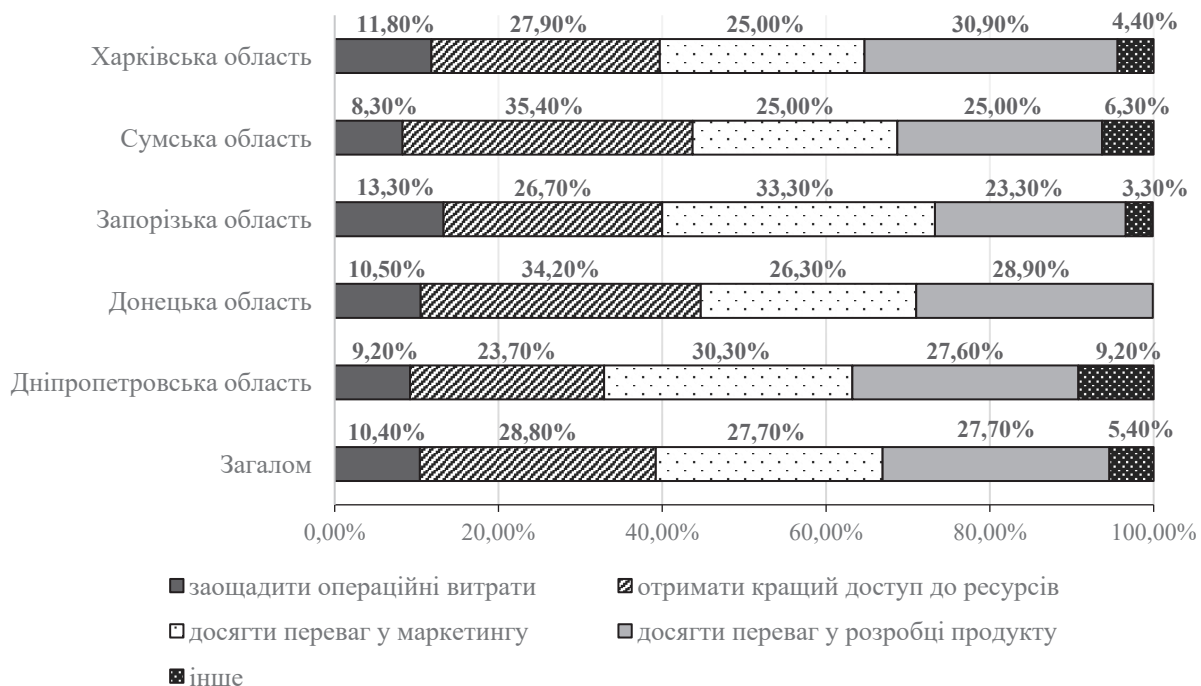


Рис. 3. Оцінка переваг кластерної співпраці в громадах прифронтових регіонів України

просування високого стандарту сервісу; спільно з іншими об'єктами створення туристичного продукту, забезпечення максимально широкого спектру послуг і розваг за рахунок залучення небайдужих й ініціативних мешканців громади; спільне залучення туроператорів, спільна промоція, спільні турпродукти, проєкти; надання більшого спектру креативних послуг відвідувачам; спільна участь у розробці проєктів розвитку туризму в регіоні та проєктів ревіталізації виробничих просторів. Респонденти з сільської місцевості важливими перевагами кластерної співпраці назвали кращий доступ до ресурсів (50%) та переваги у маркетингу (50%), а міські жителі – переваги у маркетингу (61,8%) та у розробці продукту (58,8%).

Представники Донецької області важливими перевагами кластерної співпраці вважають: кращий доступ до ресурсів (34,2%), переваги у розробці продукту (28,9%), переваги у маркетингу (26,3%) та заощадження операційних витрат (10,6%). Для респондентів із сільської місцевості основною перевагою у кластерній співпраці є отримання кращого доступу до ресурсів (100% відповідей). Для представників міської місцевості

важливими перевагами кластерної співпраці є кращий доступ до ресурсів (84,6%), переваги у розробці продукту (84,6%) та маркетингу (76,9%).

Респонденти Запорізької області позитивними рисами кластерної співпраці вважають переваги у маркетингу (33,3%), кращий доступ до ресурсів (26,7%), переваги у розробці продукту (23,3%) та заощадження операційних витрат (13,3%). Також була висловлена думка, що перевагою кластерної взаємодії є створення нових ресурсів і продуктів для туриста. За місцем проживання респондентів, для представників сільської місцевості важливими перевагами кластерної співпраці є маркетингові (75%), отримання кращого доступу ресурсів (50%), заощадження операційних витрат (50%), переваги у розробці продукту (50%). Для міських мешканців перевагами є кращий доступ до ресурсів (54,5%) та переваги у маркетингу (63,6%).

Для респондентів з Сумської області важливими перевагами у кластерній співпраці є кращий доступ до ресурсів (35,4%) досягнення переваг у маркетингу та у розробці продукту (по 25%), заощадження операційних витрат (8,3%). Також були зазначені й інші переваги:

синергія бізнес-влада-наука-громада; доступ до європейських грантів та розвиток інкамінгу. Опитаним з міської місцевості основною перевагою кластерної співпраці вбачається отримання кращого доступу до ресурсів (73,7%). Думки респондентів із сільської місцевості розподілилися рівномірно по 33,3% між відповідями отримання кращого доступу до ресурсів, досягнення переваг у маркетингу і у розробці продукту.

Важливими перевагами у кластерній співпраці на думку представників сфери туризму Харківської області є переваги у розробці продукту (30,9%); кращий доступ до ресурсів (27,9%) та переваги у маркетингу (25%), а також заощадження операційних витрат (11,8%). Також були представниками зазначеної області були висвітлені й інші переваги: обмін досвідом з колегами та досягнення переваг свого кластеру у конкурентному середовищі. Представники сільської місцевості Харківської області важливими перевагами у кластерній співпраці назвали досягнення переваг у маркетингу (53,8%); кращий доступ до ресурсів (53,8%) та переваг у розробці продукту (76,9%). Міські респонденти основними перевагами кластерної співпраці бачать кращий доступ до ресурсів (60%), досягнення переваг у розробці продукту (55%) і переваги у маркетингу (50%).

Враховуючи зарубіжний досвід та результати соціологічного опитування можна надати рекомендації щодо подальшої організації туристичних кластерів у прифронтових регіонах України:

1) налагодити взаємодію необхідно в ланцюжку «держава-бізнес-громадськість-освіта»;

2) розробити стратегію розвитку туризму в прифронтових регіонах, в якій особливий акцент необхідно зробити на організації кластерів як опорного каркасу території, де прогнозується активний розвиток туристичної сфери;

3) запропонувати пільговий у податковому контексті механізм функціонування туристичних кластерів у прифронтових територій, створивши на даних територіях спеціальні економічні умови;

4) проводити серед місцевих підприємців просвітницьку роботу, в якій роз'яснювати перспективи кластерної співпраці;

5) підвищувати кваліфікацію місцевих працівників туристичної галузі шляхом залучення їх до участі в стажуваннях, вебінарах, різноманітних обмінах досвідом тощо;

6) перейняти міжнародний досвід створення та функціонування туристичних кластерів на територіях, що постраждали від військових дій.

Висновки. В межах проведеного опитування, часткового висвітленого в даній публікації, встановлено, що одним із пріоритетних напрямів розвитку туризму в прифронтових регіонах є співпраця в рамках туристичних кластерів, яка, на думку респондентів, дасть можливість отримати кращий доступ до ресурсів, досягти переваг у маркетингу та у розробці туристичного продукту. Саме організація туристичних кластерів туризму має багато переваг, які полягають у інфраструктурному розвитку територій, збільшенні продуктивності виробництва, залученні інвестицій, стимулюванні інновацій тощо. Розвиваючи туризм громади мають можливість до зростання своїх доходів і збільшення бюджету, створення нових робочих місць, стимулювання попиту на їхню продукцію, популяризацію культурної спадщини, та загалом своєї реінкарнації в новому форматі та з новим іміджем.

Питання відновлення туристичного потенціалу українських прифронтових громад актуальне навіть в нинішніх реаліях, тому що після завершення військових дій ці території стануть ще одними туристичними магнітами України. Відновлення туризму на даних локаціях після війни матиме значний вплив на ринок праці, особливо такого контингенту населення як жінки, некваліфіковані працівники та внутрішньо переміщені особи, оскільки безробіття є однією із важливих економічних та соціальних проблем. Створення кластерів сприятиме скоординованому та ефективному забезпеченню майбутніх туристів всім арсеналом необхідних послуг. Розвиток туризму покращить рівень життя

місцевого населення, забезпечить довгостроковий розвиток нині депресивних територій та створить додатковий ринок збуту вітчизняної продукції.

Туристичному бізнесу необхідно використати час «простоїв» як час для: підвищення кваліфікації шляхом вивчення іноземних мов, цифрових інструментів, соціального та фінансового маркетингу, європейського досвіду розвитку туризму; налагодження зв'язків зі стейкхолдерами; удосконалення діяльності існуючих та створення нових кластерів; розробки грантових заявок і бізнес-планів на отримання фінансування від міжнародних донорів та інвесторів; розробка маршрутів пам'яті. Ці напрями може

забезпечити взаємодія громадських організацій, освітніх закладів та представників державних органів влади. Зокрема, освітні заклади та громадські організації можуть створити курси підвищення кваліфікації за рахунок грантових коштів для підприємців у сфері туризму та допомагати створювати проєктні пропозиції щодо відновлення туристичних локацій громад з подальшим об'єднанням їх у туристичні кластери.

Робота виконана в рамках естонсько-українського науково-дослідницького проєкту «Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє».

Література

1. Загальна сума прямих збитків, завдана інфраструктурі України через війну, зросла до майже \$138 млрд. Київська школа економіки, 2023. URL: <http://surl.li/eqtrk>.
2. Проєкт національної програми кластерного розвитку до 2027. URL: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proyekt-nacziionalnoyi-programy-klasterного-rozvytku-do-2027/>
3. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>
4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 168-р. від 16.03.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
5. European Observatory for Clusters and Industrial Change. Cluster programmes in Europe and beyond. Publications Office of the European Union, 2019. URL: <https://clustercollaboration.eu/news/report-cluster-programmes-europe-and-beyond>
6. Барвінок Н. В., Барвінок М. В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2022. С. 24-32. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-4>
7. Якименко-Терещенко Н. Розвиток індустрії туризму у повоєнний період / Н. Якименко-Терещенко, Н. Мірко, А. Моца. Економіка та суспільство, 2022. № 44. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-117>
8. Фастовець О. Сфера туризму у повоєнний період: досвід для України. Економіка та суспільство, 2022. № 40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-4>
9. Рейманн М. Розвиток туристичного бізнесу прифронтових громад в умовах війни: зарубіжний та український досвід / М. Рейманн, О. Корнус, Н. Венгурська, В. Холодок, В. Пацюк, Х. Паланг. Регіональна економіка, 2023. № 1. С. 105-113. <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-14>
10. Reimann M., Kornus Olesia H., Patsiuk Viktoriia S., Venherska Natalia S., Kholodok Valentyna D., Palang Hannes. Tourism in Ukrainian frontline communities: trends, challenges, and development prospects / M. Reimann, O.H. Kornus, V.S. Patsiuk, N.S. Venherska, V.D. Kholodok, H. Palang. Journal of Geology, Geography and Geocology. 2023. Vol 32(3). P. 89-98. doi: 10.15421/112352.
11. Розвиток українських прифронтових громад і туристичного бізнесу в умовах війни та стратегії на майбутнє : звіт за результатами міжнародного естонсько-українського дослідницького проєкту (проміжн.) / кер. Март Рейманн. 2023. 120 с.
12. Porter M. E. Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review, 1998. P. 77-90.
13. Басюк Д. І. Науково-теоретичні підходи до класифікації туристичних кластерів. Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики : Збірник наук. праць. К. : НТУУ «КПІ», 2011. С. 17.
14. Гоблик В. В. Формування кластерів у рекреаційно-туристичному комплексі: автореф. дис. ... канд. економ. наук. Ужгород, 2009. 24 с.

15. Ольшанська О. В. Регіональні туристичні кластери як важливий чинник економічного зростання / О. В. Ольшанська, А. О. Мельник // Формування ринкових відносин в Україні. 2017. № 12. С. 212-216. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2017_12_38
16. Зінько Ю., Мальська М., Дубіс Л., Васильєв В., Околович І. Кластери туризму як один з інструментів сталого сільського розвитку України. Mental Health Global Challenges XXI Century. IPSI Proceedings – 2019. Рим, Італія. 2019. ст. 12-16. DOI: 10.32437/ IPSIProceedings.Issue-2019
17. Феномен кластеру: аномальні бізнес-долини. К.: Kyiv-Mohyla Business School, 2012. 78 с.
18. Перепелюкова О.В. туристичні кластери як інноваційна форма розвитку туризму в Україні. Вісник Хмельницького національного університету 2021. № 5. Том 2. С. 243-246.
19. Михайліченко Г.І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2012. С. 341-349.

References

1. Kyiv School of Economics (2023). Zahalna suma priamykh zbytkiv, zavdana infrastrukturi Ukrainy cherez viinu, zrosla do maizhe \$138 mlrd [The total amount of direct damage caused to the infrastructure of Ukraine due to the war has increased to almost \$138 billion]. Retrieved from: <http://surl.li/eqtrk> [in Ukrainian].
2. Association of Industrial Automation Enterprises of Ukraine (2020). Proiekt natsionalnoi prohramy klasterneho rozvytku do 2027 [Project of the national program of classical education until 2027]. Retrieved from: <https://www.industry4ukraine.net/publications/proyekt-naczionalnoyi-programy-klasterneho-rozvytku-do-2027/> [in Ukrainian].
3. Cabinet of Ministers of Ukraine (2020). Pro zatverdzhennia Derzhavnoi stratehii rehionalnoho rozvytku na 2021-2027 roky [On approval of the State Strategy for Regional Development for 2021-2027]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
4. Cabinet of Ministers of Ukraine (2017). Pro skhvalennia Stratehii rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku [On approval of the Tourism and Resorts Development Strategy for the period up to 2026]. Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy № 168-r. vid 16.03.2017. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> [in Ukrainian].
5. European Observatory for Clusters and Industrial Change. (2019). Cluster programmes in Europe and beyond. Publications Office of the European Union. Retrieved from: <https://clustercollaboration.eu/news/report-cluster-programmes-europe-and-beyond>
6. Barvinok N. V., Barvinok M. V. (2022). Vplyv rosiisko-ukrainskoi viiny na turyzm v Ukraini ta perspektyvy yoho rozvytku v maibutnomu [The impact of the Russian-Ukrainian war on tourism in Ukraine and prospects for its development in the future] The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects: Scientific monograph. Riga, Latvia: Baltija Publishing. P. 24-32. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-4> [in Ukrainian].
7. Iakymenko-Tereshchenko N., Mirko N., Motsa A. (2022). Rozvytok industrii turyzmu u povoiennyi period [Development of the tourism industry in the post-war period]. Ekonomika ta suspilstvo, 44. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-117> [in Ukrainian].
8. Fastovets, O. (2022). Cfera turyzmu u povoiennyi period: dosvid dlia Ukrainy [Tourism in the post-war period: experience for Ukraine]. Ekonomika ta suspilstvo, 40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-4> [in Ukrainian].
9. Reimann M., Kornus O. H., Venherska N. S., Kholodok V. D., Patsyuk V. S., Palang H. (2023). Rozvytok turystychnoho biznesu pryfrontovykh hromad v umovakh viiny: zarubizhnyi ta ukraïnskyi dosvid [Tourism development in frontline communities amid war: foreign and Ukrainian experiences]. Regional Economy, (1), 136-144. <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2023-1-14>. [in Ukrainian].
10. Reimann Mart, Kornus Olesia H., Patsiuk Viktoriia S., Venherska Natalia S., Kholodok Valentyna D., Palang Hannes (2023). Tourism in Ukrainian frontline communities: trends, challenges, and development prospects. Journal of Geology, Geography and Geoecology. Vol. 32(3). P. 89-98. doi: 10.15421/112352.
11. Mart Reimann (2023). Rozvytok ukraïnskykh pryfrontovykh hromad i turystychnoho biznesu v umovakh viiny ta stratehii na maibutnie [Development of Ukrainian frontline communities and tourism business in the context of war and strategies for the future]. Zvit za rezultatamy mizhnarodnoho estonsko-ukraïnskoho doslidnytskoho proiektu (promizhn.) 120 p. [in Ukrainian].
12. Porter M. E. (1998). Clusters and the New Economics of Competition. Harvard Business Review, p. 77-90.
13. Basiuk D. I. (2011). Naukovo-teoretychni pidkhody do klasyfikatsii turystychnykh klasteriv. Mizhnarodna ekonomika: intehratsiia nauky ta praktyky [Naukovo-teoretychni pidkhody do klasyfikatsii turystychnykh klasteriv]. Zbirnyk nauk. prats. K. : NTUU «KPI», p. 17. [in Ukrainian].

14. Hoblyk V. V. (2009). Formuvannia klasteriv u rekreatsiino-turystychnomu kompleksi [Formation of clusters in the recreational and tourist complex]. Avtoref. dys. ... kand. ekonom. nauk. Uzhhorod, 24 p. [in Ukrainian].
15. Olshanska O. V., Melnyk A.O. (2017). Rehionalni turystychni klastery yak vazhlyvyi chynnyk ekonomichnoho zrostannia [Regional tourist clusters as an important factor of economic growth]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraine, № 12. pp. 212-216. [in Ukrainian].
16. Zinko. Yu., Malska. M., Dubis. L, Vasiliev. V, Okolovych. I. (2019). Klastery turyzmu yak odyn z instrumentiv staloho sil's'koho rozvytku Ukrayiny [Tourism clusters as one of the tools of sustainable rural development of Ukraine]. Mental Health Global Challenges XXI Century. IPSI Proceedings – 2019. Rome, Italy. Issue 2019. pp. 12-16. DOI: 10.32437/IPSIProceedings.Issue-2019. [in Ukrainian].
17. Kyiv-Mohyla Business School (2012). Fenomen klasteru: anomalni biznes-dolyny [The cluster phenomenon: abnormal business valleys]. Kyiv. 78 c. [in Ukrainian].
18. Perepeliukova O.V. (2021). Turystychni klastery yak innovatsiina forma rozvytku turyzmu v Ukraini [Tourist clusters as an innovative form of tourism development in Ukraine]. Visnyk Khmelnytskoho Natsionalnoho Universytetu. № 5, Issue 2, pp. 243-246. [in Ukrainian].
19. Mykhailichenko H.I. (2012). Formuvannia innovatsiinykh turystychnykh klasteriv yak konkurentnoi perevahy rozvytku rehionu [Formation of innovative tourist clusters as a competitive advantage of regional development]. Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku. pp. 341-349. [in Ukrainian].

УДК 338.48-6:615.8

DOI <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2023-2-8>

МЕДИЧНИЙ СПА- ТА САНАТОРНО-КУРОРТНИЙ ТУРИЗМ: ВІДМІННІСТЬ КОНЦЕПЦІЙ

Щука Галина Петрівна

доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II, м. Берегове, Україна
ORCID ID: 0000-0003-4368-5081

Лемко Іван Степанович

доктор медичних наук, директор,
Державна установа «Науково-практичний медичний центр “Реабілітація”
Міністерства охорони здоров’я України», м. Ужгород, Україна
ORCID ID: 0000-0002-5762-6560

Шейко Віталій Ілліч

доктор біологічних наук, професор,
професор кафедри біології,
Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя, м. Ніжин, Україна
ORCID ID: 0000-0001-7932-4478

Санаторно-курортний туризм переживає кризу, яку намагається подолати шляхом диверсифікації та комерціалізації послуг, що поступово перетворює його у медичний спа-туризм. Мета дослідження – визначити наслідки цього процесу, встановивши спільне та відмінне у концепціях санаторно-курортного та медичного спа-туризму. Методологія дослідження: системно-структурний підхід, методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції, прогнозування, аналогії, наукового узагальнення, співставлення та порівняння. Результати дослідження: визначено спільне, відмінне та індивідуальне у концепціях цих видів туризму. Практичне значення: виокремлено характерні риси, які відрізняють санаторно-курортний туризм від медичного спа-туризму, і можуть бути втрачені внаслідок злиття цих сегментів.

Ключові слова: санаторно-курортний туризм, медичний спа-туризм, health tourism, порівняння концепцій.

MEDICAL SPA & HEALTH RESORT TOURISM: DIFFERENCE OF CONCEPTS

Shchuka Halyna Petrivna

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,
Professor at the Department of Geography and Tourism,
Ferenc Rakoczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education, Berehove, Ukraine
ORCID ID: 0000-0003-4368-5081

Lemko Ivan Stepanovych

Doctor of Medical Sciences, Director,
State Institution “Scientific and Practical Medical Center “Rehabilitation”
of the Ministry of Health of Ukraine”, Uzhhorod, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-5762-6560

Sheiko Vitalii Illich

Doctor of Biological Sciences, Professor,
Professor at the Department of Biology,
Nizhyn Mykola Gogol State University, Nizhyn, Ukraine
ORCID ID: 0000-0001-7932-4478

It has been established that health-resort tourism is experiencing a crisis in most countries. One of the ways out of this crisis is diversification and commercialization of such services, which brings them closer to the segment of medical spa tourism and allows scientists to predict gradual confluence of these types of health tourism. The aim of the study: to determine the consequences of this process, determining common features and differences in the concepts of health-resort and medical spa tourism. The research methodology is based on a systemic-structural approach using methods of analysis and synthesis, induction and deduction, forecasting, analogy, scientific generalization, juxtaposition and comparison.

Results of the study: common, different and individual in the concepts of health-resort tourism and medical spa tourism are defined. It has been established that sanatorium-resort tourism and the medical direction of spa tourism ensure that tourists receive medical services during the trip, and are regulated simultaneously by the legal norms of tourist activity and medical practice. However, these types of tourism differ in funding sources; the principles of formation of the stay program; requirements for the availability of natural healing resources and have different target audiences, occupying different segments of the tourist market. Practical significance: the obtained results allow us to clarify and outline concrete proposals in the development of each of the studied segments. Significance / originality: characteristic features that distinguish health-resort tourism and medical spa tourism are highlighted, and these peculiarities may be lost as a result of confluence of these segments. This information may serve as a promotion for reevaluation the reorganization processes of health-resort tourism.

Key words: health resort tourism, medical spa tourism, health tourism, comparison of concepts.

Постановка проблеми. Протягом досить тривалого часу бажання покращити здоров'я у потенційних туристів пов'язувалося з відвідуванням санаторіїв, де їм пропонувалися лікувальні процедури на основі використання властивостей мінеральних вод та інших природних лікувальних ресурсів під професійним наглядом медичних працівників. В 90-ті роки минулого століття ситуація кардинально змінюється: зменшення фінансування санаторно-курортних закладів з боку держави актуалізує питання залучення платоспроможних споживачів. Зростання частки комерційних туристів призводить до формування пропозицій, які безпосередньо не пов'язані з лікуванням, але здатні покращувати фізичний та психологічний стан людини. В результаті співвідношення лікувальних та оздоровчих послуг у курортних закладах змінюється на користь останніх.

Паралельно, за рахунок збільшення кількості осіб похилого віку, зростання обізнаності населення та поширення концепції проактивного ставлення до здоров'я, стрімко розвивається спа- та велнес-туризм, де набувають популярності програми інтенсивного

відновлення для офісних працівників, активного старіння для споживачів пенсійного віку чи пропозиції, які Jo Little характеризує як «відповідальність для зайнятої багатозадачної сучасної жінки» [1] тощо.

Спалах глобальної пандемії COVID-19 у 2020 році створив значний тиск на світову медичну та економічну системи та змусив зацікавлені сторони шукати економічно ефективні рішення [2]. Внаслідок кризи систем охорони здоров'я відбулися зміни в настроях споживачів туристичного ринку: зріс попит на подорожі, які б забезпечували відновлення після хвороби, покращення фізичного та психологічного стану, подовження життя чи інші позитивні, з точки зору здоров'я, результати.

В результаті такої гібридизації на світовому туристичному ринку функціонують санаторно-курортні заклади та комплекси з медичними спа-центрами, які пропонують ідентичні лікувально-оздоровчі послуги. Ця ситуація викликає певні ускладнення, як у споживачів, які не розуміють різницю в пропозиції, так і у власників закладів при формуванні та просуванні туристичного продукту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Незважаючи на значну кількість досліджень (627 досліджень, опублікованих за період з 1997 р. по березень 2021 р. у базі даних Web Science Core Collection [2]), визначення сутності та перспектив розвитку санаторно-курортного та медичного спа-туризму залишається дискусійним. Проведений аналіз позицій вітчизняних та зарубіжних науковців [3; 4], практик туристичного бізнесу [5–9] вказує на існування різноманітних лікувально-оздоровчих традицій, культурно-історичних, етно-економічних, нормативно-правових та інших чинників, які визначають специфіку розвитку згаданих видів туризму в кожній з країн чи регіоні країни.

Серед робіт, в яких представлено результати досліджень цільових аудиторій санаторно-курортного та медичного спа-туризму, аналіз асортименту пропонованих послуг, методів лікування, порівняння різних моделей спа та інші питання, є наукові доробки A. Szromek, R. Butler, A. Matczak, K. Wybran'czyk, M. Jakovčić, R. Anaya-Aguilar, G. Gemar, C. Anaya-Aguilar, D. Dryglas, P. Różycki, C. Costa, J. Quintela, J. Mendes, A. Zollo, B. Simonetti, V. Salsano, C. Rueda-Armengot, K. Johnston, L. Puczkó, M. Smith, P. Erfurt-Cooper, M. Cooper, H. Mueller, E. Lanz-Kaufmann, C. Hall, L. Popescu тощо.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Розглядаючи перспективи подальшого розвитку санаторно-курортного туризму, більшість учених вбачають їх у злитті з медичним напрямком спа-туризму. Треба відзначити, що в окремих країнах уже напрацьовано відповідний досвід. Проте, залишається відкритим питання, наскільки ці види туризму є рівнозначними, і чи зможе медичний напрямок спа-туризму в повній мірі виконувати функції санаторно-курортного туризму.

Мета дослідження. Вочевидь, щоб визначити оптимальний напрямок подальшого розвитку санаторно-курортного туризму та його позицію на світовому туристичному ринку (з точки зору існування як самостійного, нішевого, виду туризму чи повне перетворення

на медичний спа-туризм), необхідно встановити спільне та відмінне у реалізації концепцій санаторно-курортного та медичного спа-туризму.

Основний матеріал. В зв'язку із суперечливим трактуванням сутності досліджуваних явищ як у вітчизняній, так і у зарубіжній туризмології надаємо визначення, які, на наш погляд, найкраще виражають зміст даних понять.

Санаторно-курортний туризм – тип туристичної діяльності, що спрямована на поліпшення та відновлення здоров'я методами санаторно-курортного лікування, які базуються на застосуванні природних лікувальних ресурсів.

Медичний спа-туризм – тип туристичної діяльності, яка спрямована на поліпшення та відновлення здоров'я шляхом застосування спеціальних методик оздоровлення: лікувальні фізичні вправи, дієтичне харчування, лікувально-оздоровчі процедури, які не передбачають медичного втручання, але реалізуються переважно фахівцями з охорони здоров'я.

Санаторно-курортний та медичний спа-туризм належать до категорії подорожей з метою піклування про здоров'я і є підвидами лікувально-оздоровчого туризму (англ. – health tourism). Обидва досліджувані явища пов'язані з категорією «здоров'я» і передбачають надання послуг лікування (сфера послуг за напрямком збереження здоров'я та аспекти формування здоров'я зберігаючих технологій), що вказує на їхню приналежність до системи охорони здоров'я та необхідність отримання ліцензій на медичну практику. Подвійна підпорядкованість виокремлює дані види туризму серед інших та є одним з бар'єрів для виходу на цей ринок.

Досліджувані види туризму походять з одного джерела (спа-туризм), генеза якого пов'язана з прадавніми часами. Виокремлення санаторно-курортного туризму відбувалося поступово, протягом кількох віків, під впливом політичних, соціально-економічних, етно-демографічних, культурно-історичних та природних чинників. На території

німецькомовних країн, Франції, країн Балтії (Естонії, Латвії та Литви), Центральної та Східної Європи поширюються класичні терапевтичні методи лікування (бальнеологія, кліматотерапія та ін.), що призводить до формування санаторно-курортного туризму, розквіт якого прийшовся на XVIII–XIX, в окремих країнах XX, століття і пов'язаний передусім з досягненнями німецької школи курортології.

На інших територіях продовжує еволюціонувати спа-туризм, який характеризується відсутністю медичної складової. Зауважимо, що перебування у термальних басейнах чи вживання мінеральних вод відвідувачами на власний розсуд, хоча і забезпечує певний оздоровчо-лікувальний ефект, не розглядається нами як лікування. Слід відмітити наявність загальних рекомендацій щодо споживання спа-послуг в закладах, де медична складова практично відсутня.

Медичний напрям у спа-туризмі почав активно формуватися в 90-ті роки минулого століття, саме тоді, коли санаторно-курортний туризм входить у період свого занепаду. Зрозуміло, що визначені часові рамки досить приблизні, оскільки в різних країнах темпи розвитку досліджуваних явищ відрізняються, і ми говоримо, швидше, про наявність таких тенденцій на світовому туристичному ринку, ніж про існуючий факт, який можна застосувати для будь-якої з країн світу.

Криза, яку переживав санаторно-курортний туризм, не може вважатися за основний чинник становлення медичного напрямку в спа-туризмі, оскільки ці процеси відбувалися паралельно. Наразі обидва досліджувані явища перебувають на етапі змін, проте санаторно-курортний туризм – це вже сформована, злагоджена і достатньо консервативна складова в системі соціальної політики держави, що змушена змінюватися під впливом обставин. Тоді як медичний спа-туризм – це гнучке новоутворення, що з'явилося в системі спа-туризму у відповідь на потреби споживачів, у свідомості яких поняття «медичний спа-туризм» вказує на існування додаткового сервісу за принципом «лікарня на курорті»,

що в свою чергу формує певний стереотип споживача таких послуг.

Тобто санаторно-курортний туризм тривалий час розглядався як дієвий інструмент відновлення людського капіталу [10]. Тому уряди (особливо країн соціалістичного табору) всебічно стимулювали його розвиток: фінансували розвідки природних лікувальних ресурсів, будівництво санаторно-курортних комплексів, дослідження та впровадження інноваційних методик лікування тощо. Вони ж визначали і цільового споживача. Тоді як медичний напрямок у спа-туризмі більш орієнтований на комерційний ринок зміцнення здоров'я і розглядається насамперед як ефективний засіб отримання додаткового прибутку. Відновлення людського капіталу в даному випадку є результатом успішного функціонування медичних спа-комплексів, але не головною ціллю їхнього створення.

Отже, ми спостерігаємо два різні алгоритми існування цих процесів. Санаторно-курортний туризм: потреби держави – визначення переліку послуг – встановлення цільової аудиторії; медичний спа-туризм: потреби споживача – визначення переліку послуг – отримання прибутку виробниками послуг. Саме цей факт, на нашу думку, є основою більшості відмінностей між цими двома явищами. Розглянемо їх докладніше.

Нормативно-правове регулювання.

В зв'язку з тим, що санаторно-курортний туризм та медичний спа-туризм розвиваються на перетині двох сфер, туризму та охорони здоров'я, вони підпадають під подвійне регулювання. Суб'єкти, які працюють на цих ринках, повинні мати відповідні дозвільні документи на провадження туристичної діяльності та надання медичних послуг.

Наразі діє лише один стандарт ISO 17679:2016, IDT «Туризм та пов'язані з ним послуги. Велнес та СПА. Вимоги до послуг», який встановлює вимоги до обслуговування у велнес та спа-турах. Інші міжнародні нормативні документи в цій сфері відсутні, кожна держава встановлює власні стандарти, самостійно визначає правила сертифікації та

ліцензування, тому рівень регулювання цієї діяльності в різних країнах відрізняється.

Зауважимо, що санаторно-курортний туризм, порівняно з медичним напрямком у спа-туризмі, має краще нормативно-правове забезпечення, що зумовлено регулюванням держави даного виду діяльності. Тривалий розвиток, фінансування з бюджету держави та за рахунок страхових організацій, виробничих підприємств і т.д. передбачав узгодження інтересів зацікавлених сторін та розробку відповідних законодавчих актів, що дозволяло витримувати встановлені норми і було позитивним фактором до тих пір, поки ці норми не застарівали і починали перешкоджати подальшому розвитку галузі.

Що стосується медичного спа-туризму, ситуація з нормативно-правовим регулюванням значно складніша. Більшість питань, які унормовують процес отримання медичних послуг під час перебування в спа-готелях, дискутуються в зв'язку з існуванням відмінностей у традиціях лікарських практик різних країн, визнання методів альтернативної медицини, вимогами до професійної підготовки працівників, які надають ці послуги тощо. І якщо послуги традиційної (доказової) медицини вимагають ліцензування практично в усіх країнах, то правила та вимоги до ліцензування послуг альтернативної медицини можуть відрізнятися в різних країнах та юрисдикціях. Це створює передумови для формування нової нормативно-правової бази, пов'язаної з наданням послуг SPA, wellness, таласотерапії в сертифікованих бальнеотерапевтичних (медичних SPA), оздоровчих та таласотерапевтичних центрах [11].

Фахівці звертають увагу на відсутність відповідей навіть на самі елементарні запитання: «Який готель можна назвати оздоровчим? Як виміряти рівень оздоровчого обслуговування в готелі?», підкреслюють необхідність міжнародної правової бази в цій сфері, описують ризик для пацієнтів повернутися з інфекціями після отримання послуг лікування в іншій країні тощо [2].

Продуктова політика. Як було відзначено вище, санаторно-курортний туризм та

медичний напрямок спа-туризму функціонують одночасно в двох системах, тому пропонують лікувально-оздоровчі та туристичні (транспортні, розміщення, харчування, організації дозвілля та ін.) послуги.

Асортимент послуг на ринку санаторно-курортного туризму тривалий час регулювався державою і обмежувався поняттям «санаторно-курортне лікування». Санаторно-курортне лікування розглядається як один з елементів медичної реабілітації і рекомендується особам, які потребують відновлення після перенесених захворювань та їх загострень, або компенсації втрачених внаслідок нещасних випадків або оперативних втручань функцій організму, чи як засіб запобігання переходу недуги у хронічну форму та інвалідизації. Цей вид медичної допомоги базується на комплексному застосуванні методів бальнеології, апаратної фізіотерапії, нутріціології, лікувальної фізичної культури, масажу, інших методів фізичної медицини тощо.

Санаторно-курортне лікування – це узгоджений комплекс медичних послуг. Його ефективність забезпечується саме комплексністю послуги та узгодженістю її складових, результативність яких підтверджена науково.

Лікувальні послуги в санаторіях надаються у відповідності до клінічних протоколів, які розробляються до конкретних груп захворювань з використанням методології доказової медицини, затверджуються в установленому порядку і є обов'язковими для використання. Клінічний протокол визначає не лише методи кліматотерапії, водо-, теплолікування, апаратної фізіотерапії, які необхідно використовувати в процесі лікування, але й встановлює тип санаторного режиму, дієту, вимоги до рухового режиму, тривалість лікування тощо.

Таким чином, основу санаторно-курортного туристичного продукту складають послуги санаторно-курортного лікування, перелік яких визначається з огляду на тип захворювання споживача. Всі інші послуги, які надаються на базі санаторіїв, розглядаються як вторинні по відношенню до послуг лікування і покликані доповнювати їх, посилюючи лікувальний ефект.

Можливість формувати пропозицію у санаторно-курортному туризмі обмежується профілем санаторно-курортного закладу, який визначається державними органами з огляду на наявні природні лікувальні ресурси. Наявність цих ресурсів є головним фактором для визначення місця розташування закладу, оскільки санаторно-курортне лікування базується, в першу чергу, на методах бальнео- та кліматотерапії [12].

Вплив споживача на формування пакету санаторно-курортного продукту обмежений: наявність потреби в санаторно-курортному лікуванні та профіль закладу визначає лікар, перелік послуг та тривалість перебування встановлюється клінічним протоколом в залежності від типу захворювання. Тобто, споживач не може суттєво впливати на формування програми свого перебування. Він може до певної міри урізноманітнити організацію власного дозвілля, але не порушуючи санаторний режим та виконуючи всі призначення лікаря, інакше щодо нього можуть бути застосовані відповідні міри впливу (наприклад, повідомлення на роботу чи позбавлення права в майбутньому отримати путівку в санаторно-курортний заклад).

Асортимент послуг лікування в медичному спа-туризмі значно ширший. В пропозиції присутні методи санаторно-курортного лікування (всі, які ми перераховували вище), медичної косметології (хімічні пілінги, лазерні технології, курси гормональної корекції старіння і т. п.), альтернативної медицини (акупунктура, аюрведа, гомеопатія, хіропрактика та ін.), психотерапія, кріотерапія, пропонуються індивідуальні програми детоксикації організму, антистресової терапії тощо.

По суті, пропонуються методи як традиційної, так і комплементарної медицини, причому зі значним переважанням останньої, незважаючи на те, що її результативність дискутується, оскільки більшість методів ще не отримали підтвердження своєї ефективності в ході клінічних досліджень. Менш з тим, маркетологи медичних спа-центрів наголошують на справжній медичній цінності та

довготривалості естетичних переваг пропонованих лікувальних послуг.

Як бачимо, в асортименті медичних центрів спа-готелів більшість послуг не пов'язані з природними джерелами, що дає необмежені можливості при визначенні місця розташування закладу. Значно різноманітніші, порівняно з санаторно-курортним туризмом, також послуги оздоровлення, харчування та організації дозвілля.

Профіль закладу та асортимент послуг визначається кон'юнктурою туристичного ринку; стратегічним баченням, фінансовими можливостями та продуктовою політикою закладу. Пропозиція на ринку медичного спа-туризму досить гнучка (пакет формується з нуля) і постійно оновлюється.

Споживач у даному випадку не обмежений у виборі закладу для відпочинку та вимогами клінічного протоколу, а тому самостійно визначає тривалість відпочинку, режим своєї життєдіяльності, формує програму перебування і може замовляти будь-які послуги (в тому числі й лікувальні) за власним бажанням, не обов'язково пов'язуючи їх з наявними захворюваннями, як це відбувається при санаторно-курортному лікуванні.

Основна причина такої різниці полягає в *джерелах фінансування* санаторно-курортного та медичного спа-туризму. Як зазначалося, санаторно-курортний туризм фінансується з державного бюджету чи страховими компаніями. Фінансування це, переважно, обмежене і здійснюється не в інтересах виробників та споживачів послуг; на ньому намагаються максимально економити, що негативно позначається на темпах введення інновацій, утриманні території, оплаті праці персоналу тощо, що врешті решт призводить до кризи. Спроби залучити комерційних споживачів одночасно з соціальними у більшості випадків не дають очікуваного результату, і тому науковцями не схвалювалися раніше [13] і не підтримуються до цього часу [6].

В медичному спа-туризмі, де споживач самостійно сплачує за отримані послуги, ситуація зовсім інша. Виробники на основі аналізу власних можливостей та ситуації на

туристичному ринку формують асортимент, визначають ціну послуги, розпоряджаються прибутком, тому краще забезпечені фінансово, що дає можливість оновлювати обладнання, вводити інновації, запрошувати висококваліфікованих фахівців і т.д.

Одним із наслідків цих особливостей є різниця в *маркетинговій політиці*: санаторно-курортні заклади не зацікавлені у формуванні кола лояльних споживачів, тому що їхні клієнти не можуть самостійно вирішувати питання вибору закладу та формування програми лікування. Натомість керівники спа-готелів реалізують таку можливість шляхом вивчення потреб споживачів і врахування їх в процесі організації роботи медичних центрів. Очевидно, що це проявляється і в процесі обслуговування: низький рівень сервісу в першому випадку, і високий – у другому.

І головна різниця між досліджуваними явищами – *цільова аудиторія*. Простежимо, чим вони відрізняються.

Санаторно-курортними послугами можуть користуватися особи різного віку. Навіть якщо не брати до уваги функціонування дитячих санаторіїв, реабілітаційний період після оперативного втручання чи наслідків ДТП може знадобитися будь-кому незалежно від віку, освіти, роду занять і т.д. Те ж саме можна сказати про пацієнтів медичних центрів спа-курортів. Але, ознайомлення з результатами емпіричних досліджень зарубіжних та вітчизняних науковців дозволило нам скласти наступні узагальнені портрети споживачів цих продуктів.

Санаторно-курортний туризм: особи від 50 років і вище (похилий вік) з наявними захворюваннями, які потребують лікування; більшість з них – пенсіонери з середньою або вищою освітою; обмеженою купівельною спроможністю та низькими очікуваннями щодо якості процедур, послуг розміщення, будівель та ін.; які проживають відносно недалеко від місця розташування закладу. До речі, такий погляд міцно закріпився і в суспільстві: у більшості населення санаторно-курортний туризм асоціюється з місцем для літніх людей

та осіб, які мають проблеми зі здоров'ям [7; 8]. Опосередковано отримані дані свідчать, що за реабілітацією після нещасних випадків чи оперативних втручань звертається значно менша кількість осіб, частина яких, без сумнівів, є працездатною.

Споживачі медичних послуг у спа-турах – це працездатні особи віком від 25 років (зрілий вік) з вищою освітою; середнім, або вищим за середній, доходом; офісні працівники або самозайняті особи, орієнтовані на короткотривалу рекреацію; переважання жінок – у межах демографічних показників. Загалом це здорові люди, орієнтовані на здоровий спосіб життя.

Як бачимо, цільові аудиторії даних сегментів туристичного ринку відрізняються за станом здоров'я, віком, зайнятістю та платоспроможністю.

Отже, в результаті порівняння санаторно-курортного туризму та медичного напрямку спа-туризму було визначено їхні спільні риси:

- основна мета подорожі для споживача – піклування про своє здоров'я (його поліпшення та відновлення);
- наявність у пропозиції лікувальних послуг, які не передбачають медичного втручання, але реалізуються фахівцями з охорони здоров'я;
- недостатнє нормативно-правове забезпечення.

Перелік відмінних рис:

- джерела фінансування (звідси різниця в ціноутворенні та маркетингу);
- цільова аудиторія;
- принципи формування програми перебування;
- вимоги до наявності природних лікувальних ресурсів.

В порівняльних дослідженнях традиційно виділяють спільне, відмінне та індивідуальне. Індивідуальне в даному випадку – це те, що характерно для конкретної країни (наприклад, по причині її географічного розташування, в силу сформованих традицій, діючого законодавства тощо) або навіть закладу (з врахуванням особливостей природного лікувального ресурсу).

Проведений аналіз дозволяє зробити наступні інформаційні рекомендації споживачам, які хочуть під час подорожі поліпшити чи відновити здоров'я:

1) пропозиція санаторно-курортного лікування передбачає перебування в санаторії, який розташовується в курортній зоні; територія закладу та приміщення можуть не відрізнятися оновленим дизайном, інтер'єром та екстер'єром; більша частина дня відпочиваючих присвячена лікувальним процедурам, які базуються на традиційних методах курортології та фізіотерапії; пропозиції по організації дозвілля обмежені, рівень сервісу здебільшого невисокий; режим життя – уповільнений; існує можливість пільгового перебування – часткової оплати вартості путівки; передбачене тривале лікування, оскільки терапевтичний ефект від дії лікувальної води є накопичувальним;

2) пропозиція медичних центрів при готелях передбачає перебування в сучасних закладах розміщення, територія, будівлі, номери і т.д. яких відповідають визначеній категорії; лікування базується на методах як традиційної, так і комплементарної медицини; програма лікування обирається споживачем за власним бажанням; комплексність отриманих послуг, а отже й ефективність отриманих результатів також є його власною відповідальністю; організація дозвілля різноманітна, що дозволяє відпочивати з родиною та друзями, які не обов'язково потребують лікувальних послуг; рівень сервісу – високий.

З огляду на перспективу, перетворення санаторно-курортного туризму в медичний напрямок спа-туризму, на нашу думку, матиме кілька негативних наслідків. Насамперед, це позначиться на можливості отримати лікувально-оздоровчі послуги соціально незахищеним верствам населення, що

в результаті призведе до негативних впливів на перебіг хронічних хвороб та інвалідизації, отже і збільшення витрат з державного бюджету. Бальнеотерапія є більш економічно ефективною, ніж традиційна терапія, що також є перевагою в контексті зростання витрат на охорону здоров'я. Крім того, втрата одного з етапів медичної реабілітації після травм та оперативних втручань, яким є санаторно-курортне лікування, матиме наслідком подовження тривалості відновлення здоров'я людини або не повне відновлення здоров'я, а саме деяких функцій.

Висновки. В ході порівняльного аналізу концепцій двох підвидів лікувально-оздоровчого туризму: санаторно-курортного та медичного напрямків спа-туризму, було визначено їхні спільні та відмінні риси. Подібними досліджуваними явищами є за метою подорожі, пропозицією лікувальних послуг та подвійним (хоча й недостатнім) нормативно-правовим забезпеченням. Кардинально відрізняються з огляду на джерела фінансування; цільову аудиторію; принципи формування програми перебування; вимогами до наявності природних лікувальних ресурсів.

З огляду на суттєві відмінності у концепції досліджуваних явищ, вважаємо, що реформування санаторно-курортного туризму має бути обережним та регламентованим з боку держави, щоб бажання отримати миттєву фінансову вигоду не призвело до значних фінансових (і людських) втрат у перспективі.

Усвідомлення даного факту породжує значну кількість ідей щодо реформації та ребрендингу санаторно-курортного туризму, оновлення санаторно-курортної послуги, створення стратегічних альянсів між зацікавленими сторонами, що становлять значний дослідницький інтерес, вартий подальшого вивчення.

Література

1. Little J. Pampering, well-being and women's bodies in the therapeutic spaces of the spa. *Social & Cultural Geography*. 2023. Vol. 14. P. 41–58. DOI: <https://doi.org/10.1080/14649365.2012.734846>.
2. Aluculesei A.-C., Nistoreanu P., Avram D., Nistoreanu B.G. Past and Future Trends in Medical Spas: A Co-Word Analysis. *Sustainability*. 2021. № 13. P. 9646. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13179646>.
3. Щука Г.П. Подорожі з метою оздоровлення в академічному дискурсі зарубіжних науковців / *Modern aspects of scientific research in the context of modernisation of biological and natural*

science education : Scientific monograph. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”. 2022. C. 283–306. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-257-9-14>.

4. Щука Г.П. Термінологічний дискурс навколо подорожей, основною метою яких є піклування про здоров'я. *Prospects for the development of the tourism and hospitality industry in Ukraine based on the experience of the European Union : Scientific monograph*. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”. 2023. C. 51–78. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-308-8-3>.

5. Glass E. H. El Turismo de Salud desde el Enfoque Sistémico: Aplicación a la Provincia de Alicante. *Cuadernos de Turismo*. 2021. No 48. P. 123–152 DOI: <https://doi.org/10.6018/turismo.49269>.

6. Matczak A. Changes in the Structure of the Tourist Function in Kujawy Spas (Based on the Volume and Structure of Tourist Traffic). *Tourism*. 2019. No 29/2. P. 81–94. DOI: <http://dx.doi.org/10.18778/0867-5856.29.2.08>.

7. Pinos-Navarrete A.; Abarca-Álvarez F.J.; Maroto-Martos J.C. Perceptions and Profiles of Young People Regarding Spa Tourism: A Comparative Study of Students from Granada and Aachen Universities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2022. No 19. P. 2580. DOI : <https://doi.org/10.3390/ijerph19052580>.

8. Anaya-Aguilar R.; Gemar G.; Anaya-Aguilar C. A Typology of Spa-Goers in Southern Spain. *Sustainability*. 2021. No 13. P. 3724. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13073724>.

9. Derco J., Romaniuk P., Cehlár M. Economic Impact of the Health Insurance System on Slovak Medical Spas and Mineral Spring Spas. *Sustainability*. 2020. Vol. 12. P. 3384. DOI : [10.3390/su12083384](https://doi.org/10.3390/su12083384).

10. Щука Г.П. Санаторно-курортний туризм як засіб збереження людського капіталу. *Promising areas for the development of physical culture, sports, fitness and recreation: Scientific monograph*. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 2023. p. 420–451. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-314-9-18>.

11. Dimitrov S., Dimitrova T. Human resources as main Factor for the Development of health tourism in Bulgaria. *Trakia Journal of Sciences*, 2021. No 4. P. 314–328. DOI: [10.15547/tjs.2021.04.005](https://doi.org/10.15547/tjs.2021.04.005).

12. Lemko I. Medical rehabilitation: possibilities of natural curative factors and their artificial analogies. *21st European congress of Physical & Rehabilitation Medicine (1-6 May, 2018; Vilnius, Lithuania): Abstract book*. P. 15

13. Smith M., Puczkó L. *Health and Wellness Tourism*. Copyright. 2009 Elsevier Ltd. 417 p.

References

1. Little, J. (2023). Pampering, well-being and women's bodies in the therapeutic spaces of the spa. *Social & Cultural Geography*, 14, 41–58. <https://doi.org/10.1080/14649365.2012.734846> [in English].

2. Aluculesei, A.-C., Nistoreanu, P., Avram, D., Nistoreanu, B.G. (2021). Past and Future Trends in Medical Spas: A Co-Word Analysis. *Sustainability*, 13, 9646. <https://doi.org/10.3390/su13179646> [in English].

3. Schuka, H. P. (2022). Podorozhi z metoiu ozdovrovlennia v akademichnomu dyskursi zarubizhnykh naukotsiv [Travel for the purpose of recovery in the academic discourse of foreign scientists]. In *Modern aspects of scientific research in the context of modernization of biological and natural science education : Scientific monograph*. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 283–306. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-257-9-14> [in Ukrainian].

4. Schuka, H. P. (2023). Terminologichnyi dyskurs navkolo podorozhei, osnovnoiu metoiu yakykh ye pikluvannia pro zdorovia [Terminological discourse around trips, which main purposes are health care]. In *Prospects for the development of the tourism and hospitality industry in Ukraine based on the experience of the European Union : Scientific monograph*. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 51–78. DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-308-8-3> [in Ukrainian].

5. Glass, E. H. (2021). Health Tourism from the Systemic Approach: Application to the Province of Alicante. *Cuadernos de Turismo*, 48, 123–152. <https://doi.org/10.6018/turismo.49269> [in Spanish].

6. Matczak, A. (2019). Changes in the Structure of the Tourist Function in Kujawy Spas (Based on the Volume and Structure of Tourist Traffic). *Tourism*, 29/2, 81–94. <http://dx.doi.org/10.18778/0867-5856.29.2.08> [in English].

7. Pinos-Navarrete, A.; Abarca-Álvarez, F.J.; Maroto-Martos, J.C. (2022). Perceptions and Profiles of Young People Regarding Spa Tourism: A Comparative Study of Students from Granada and Aachen Universities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 2580. <https://doi.org/10.3390/ijerph19052580> [in English].

8. Anaya-Aguilar, R.; Gemar, G.; Anaya-Aguilar, C. (2021). A Typology of Spa-Goers in Southern Spain. *Sustainability*, 13, 3724. <https://doi.org/10.3390/su13073724> [in English].

9. Derco, J., Romaniuk, P., Cehlár, M. (2020). Economic Impact of the Health Insurance System on Slovak Medical Spas and Mineral Spring Spas. *Sustainability*, 12, 3384. <https://doi.org/10.3390/su12083384>. [in English].

10. Schuka, H. P. (2023). Sanatorio-kurortnyi turizm yak zasib zberezhenia liudskoho kapitalu [Sanatorium-resort tourism as a means of preserving human capital]. *Promising areas for the development of physical culture, sports, fitness and recreation: Scientific monograph*. Riga, Latvia : «Baltija Publishing», 420–451. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-314-9-18> [in Ukrainian].
11. Dimitrov S., Dimitrova T. (2021). Human resources as main Factor for the Development of health tourism in Bulgaria. *Trakia Journal of Sciences*. No4. P. 314-328. DOI : 10.15547/tjs.2021.04.005 [in English].
12. Lemko, I. (2018). Medical rehabilitation: possibilities of natural curative factors and their artificial analogies. *21st European congress of Physical & Rehabilitation Medicine (1-6 May, 2018; Vilnius, Lithuania): Abstract book*. P.15. [in English].
13. Smith, M., Puczkó, L. (2009). *Health and Wellness Tourism*. Copyright. Elsevier Ltd. 417 p. [in English].

Наукове видання

Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica et Recreatio

№ 2, 2024

Коректура – Н. В. Славогородська
Комп'ютерна верстка – А. О. Філатов

Підписано до друку 26.01.2024 р.
Формат 60х84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 9,30. Замов. № 0124/059. Наклад 200 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
вул. Інглезі, 6/1, м. Одеса, 65101
Телефон +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.