

KITEKINTÉS / OUTLOOK

A Covid-19 hatása a magyar idegenforgalmi vállalkozók turisztikai tevékenységére Kárpátalján

The impact of the Covid-19 on the tourism activities of Hungarian tourism entrepreneurs in Transcarpathia

SASS ENIKŐ, BERGHAUER SÁNDOR, TÓTH ATTILA,
LINC ANNAMÁRIA

SASS Enikő: docens, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Földtudományi és Turizmus Tanszék; 90202 Ukrajna, Kárpátalja, Beregszász, Kossuth tér 6.; sass.eniko@kmf.org.ua; <https://orcid.org/0000-0001-8166-4535>

BERGHAUER Sándor: docens, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Földtudományi és Turizmus Tanszék; 90202 Ukrajna, Kárpátalja, Beregszász, Kossuth tér 6.; berghauer.sandor@kmf.org.ua; <https://orcid.org/0000-0002-3832-2692>

TÓTH Attila: PhD-hallgató, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola; 7624 Pécs, Ifjúság útja 6.; adjunktus, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Földtudományi és Turizmus Tanszék; 90202 Ukrajna, Kárpátalja, Beregszász, Kossuth tér 6.; toth.attila@kmf.org.ua; <https://orcid.org/0000-0001-8620-2567>

LINC Annamária: doktorjelölt, Eötvös Loránd Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földrajz- és Földtudományi Intézet, Társadalom- és Gazdaságföldrajzi Tanszék; 1117 Budapest, Pázmány Péter sétány 1/C.; lincannamary@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-5166-8797>

KULCSSZAVAK: Covid-19; Ukrajna; Kárpátalja; turizmus; magyar turisztikai vállalkozások

ABSZTRAKT: A 2014-es kelet-ukrajnai fegyveres konfliktus negatív hatásait követően Ukrajna turizmusa ismét a fejlődés útjára lépett. A turisztikai forgalom növekedése azonban nem tartott sokáig, a Covid-19 világjárvány Ukrajnát is gyorsan elérte, majd 2022 elején kirobant az orosz-ukrán háború. Ez utóbbi hatásainak vizsgálatára jelen kutatás nem tért ki.

A pandémia a világ országaiban kihatással volt az emberek életének minden területére, de legnagyobb mértékben az egészségügyet, a gazdaságot, az oktatást és az idegenforgalmat érintette. A világjárvány gyors terjedése miatt az országok kormányainak is gyorsan kellett reagálniuk a lakosok védelmének érdekében, melynek eredményeként az emberek mozgását és érintkezését korlátozó intézkedéseket vezettek be: lezártak reperteket, országhatárokat, a lakosságot hetekre vagy hónapokra karanténba, illetve távmunkára és -oktatásra kényszerítették, betiltották a nyilvános rendezvényeket és bezárták a vendéglátó egységeket. Ezek az intézkedések az erős gazdasággal rendelkező országok esetében sem zajlottak zökkenőmentesen, de különösen nagy terhet róttak a közepes és alacsony fejlettségű országokra, ahová Ukrajna is tartozik. A járvány és az említett intézkedések miatt Ukrajnát rövid idő alatt egyik negatív hatás érte a másik után, s a korlátozások az egyik legnagyobb vesztesévé a turizmusipar, illetve a turizmusban érintett vállalkozások váltak.



Tanulmányunk tárgyát a Covid-19 világvjárvány turizmusiparra gyakorolt hatásainak feltárása képezi Ukrajna egyik megyéjében, Kárpátalján. Az esettanulmányt megalapozó kutatást az ukrán-magyar határ mentén élő ukrainai magyar kisebbség turisztikai vállalkozásai körében folytattuk le. A vizsgálat során 97 vállalkozóval töltöttünk ki kérdőíveket, akik összesen 167 turizmushoz szorosabban vagy lazábban kapcsolódó tevékenységet végeztek. Elsősorban két kérdéskörre kerestük a választ: Hogyan érintette a járvány a turisztikai vállalkozásokat a 2020-as évben? Hogyan reagáltak a vizsgált cégek a kialakult helyzetre, vagyis milyen módon próbáltak alkalmazkodni a soha nem tapasztalt eseményekhez, változásokhoz?

A vizsgálat során kiderült, hogy a teljes lockdown, a különböző és szinte heti szinten változó intézkedések, a bizonytalanság teljesen háttérbe szorították az utazásokat, ellehetetlenítették a turisztikai vállalkozások tevékenységét. Egyetlen olyan általunk vizsgált vállalkozó sem volt, aki veszteség nélkül vészelt volna át a járvány 2020-as időszakát. A járvány, illetve a járványintézkedések miatt a vállalkozók forgalma 2020-ban átlagosan 70,5%-kal esett vissza az előző évhez képest. Az állam nyújtotta támogatások minimálisak voltak a vállalkozók kárának enyhítésére, és csupán a megkérdezett vállalkozások 20%-a részesült belőle. A teljes lockdown ideje alatt a vállalkozók többsége (84%) próbált a vállalkozás fejlesztésére koncentrálni a korábbi megtakarításai rovására, illetve kisebb-nagyobb sikerrel igyekeztek az általuk foglalkoztatott személyeket megtartani.

Enikő SASS: associate professor, Department of Earth Science and Tourism, Ferenc Rákóczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education; Kossuth tér 6., 90202-Berehove, Transcarpathia, Ukraine; sass.eniko@kmf.org.ua; <https://orcid.org/0000-0001-8166-4535>

Sándor BERGHAUER: associate professor, Department of Earth Science and Tourism, Ferenc Rákóczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education; Kossuth tér 6., 90202-Berehove, Transcarpathia, Ukraine; berghauer.sandor@kmf.org.ua; <https://orcid.org/0000-0002-3832-2692>

Attila TÓTH: PhD student, Doctoral School of Earth Sciences, Faculty of Sciences, University of Pécs; Ifjúság útja 6., H-7624 Pécs, Hungary; lecturer, Department of Earth Science and Tourism, Ferenc Rákóczi II Transcarpathian Hungarian College of Higher Education; Kossuth tér 6., 90202-Berehove, Transcarpathia, Ukraine; toth.attila@kmf.org.ua; <https://orcid.org/0000-0001-8620-2567>

Annamária LINC: PhD-candidate, Department of Social and Economic Geography, Institute of Geography and Earth Sciences, Faculty of Science, Eötvös Loránd University; Pázmány Péter sétány 1/C., H-1117 Budapest, Hungary; lincannamary@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-5166-8797>

KEYWORDS: COVID-19; Ukraine; Transcarpathia; tourism; Hungarian tourism businesses

ABSTRACT: Following the negative effects of the armed conflict in Eastern Ukraine in 2014, Ukraine's tourism has once again embarked on a path of development. However, the growth in tourist traffic did not take long, as the Covid-19 pandemic rapidly reached Ukraine and the Russian-Ukrainian war broke out in early 2022. The analysis of the latter's impact will not be addressed in this research.

In all countries, the pandemic has had an impact on all areas of people's lives, particularly affecting health, economy, education and tourism sectors. Due to the rapid spread of the pandemic, governments had to react quickly to protect their population. As a result, measures were introduced to restrict people's movement and contacts, such as closing airports, country borders, forcing the population to quarantine for weeks or months, to teleworking, distance education, to ban events and close catering facilities. These measures were not implemented smoothly even in countries with a high level of development and a strong economy, and placed a particularly heavy burden on countries with medium or low levels of development, including Ukraine. Given these events, Ukraine was quickly affected by one negative impact after the other, one of the main losses being tourism industry and tourism-related companies.

The subject of our study is to explore the impact of the Covid-19 pandemic on the tourism industry in one of Ukraine's regions, Transcarpathia. The case study was carried out among tourism companies of the Hungarian minority in Ukraine along the Ukrainian-Hungarian border. In the course of the survey, questionnaires were sent out to 97 entrepreneurs who carried out a total of 167 tourism-related activities. Two issues were addressed in particular: How did the epidemic affect tourism businesses in 2020? How did the companies under study react to the situation, i.e. how did they try to adapt to the unprecedented events?

The investigation showed that the entire lockdown, the various measures that were changing on almost a weekly basis, the uncertainty, completely pushed travelling to the background and made it impossible for tourism businesses to operate. There was not a single entrepreneur in our study who had not suffered losses due to the 2020 epidemic. Due to the epidemic and/or disease control measures, the entrepreneurs' turnover fell by an average of 70.5% in 2020 compared to the previous year. State aid was minimal to alleviate the damage suffered by entrepreneurs and only 20% of the surveyed enterprises received it. During the entire lockdown period, the majority of entrepreneurs (84%) tried to focus on business development at the expense of their previous savings and tried to keep the people they employed with various success. However, the interviewed Hungarian tourism entrepreneurs have not been able to really benefit from online sales; given the vulnerability of the sector, it is also necessary to develop businesses in an innovative way, in terms of marketing, sales and electrical engineering in the future.

Bevezetés

Az elmúlt évtizedek során a globális hipermobilitás révén a határok felszámolásával párhuzamosan növekedett a lokálisból globálissá fejlődő sokkhatások száma (Hall 2010). A fertőző betegségek terjedését megkönnyítik a globalizáció és a globális utazások (Tatem 2014; Wilson 1995). A korábban megjelenő SARS (2003), MERS (2013) koronavírus okozta légúti megbetegedések (Hongkong és Jeddah) a nemzetközi utazások révén a túlszűfolt turisztikai gócpontokból gyorsan terjedtek a világon (Al-Tawfiqra, Zumla, Memish 2014), amely a biológiai biztonságot kiemelt politikai kérdéssé, s egyben a közvélemény aggodalmának tárgyává is tette. Ez rávilágított a nemzetközi utazásokban résztvevő személyek súlyos fertőzéseknek való kitettségére és a turizmus jelentős szerepére a betegségek terjedésében (Hall 2015; Raptopoulou-Gig 2003). Emellett a nyugat-afrikai Ebola-járvány (2013), a délkelet-ázsiai madár- és sertésinfluenza visszatérő hullámai, illetve a karib-térségi Zikavírus (2016) is felhívta a figyelmet a rendkívül fertőző vírusok mobilitására. A kormányok utazási szabályozásokat vezettek be (Ozbay, Sariisik, Ceylan 2021), a betegségek terjedésének megelőzését célozva modernizálták a biológiai biztonságra vonatkozó intézkedéseket, ám a globalizált világ rendkívüli sebezhetősége az új típusú biológiai veszélyekkel szemben nem múlt el (Wilson 2010).

A 2019-es év utolsó napjaiban Vuhan városban az új koronavírus törzs megjelenése, majd 2020-ban világméretű, gyors elterjedése az emberek életének minden területét érintette (Nicola et al. 2020); befolyásolta a mindennapokat, a kommunikáció formáját, a munkát és a mozgást (CCSA 2020), egyben rendkívül súlyosan érintette a nemzetközi turizmust és a vendéglátóipart (Volgger, Taplin, Aebli 2021; Grotte, Pató Gáborné Szűcs, Hollósy-Vadász 2021; Gössling, Scott, Hall

2021; Ugur, Akbiyik 2020). A világjárvány következtében társadalmi távolságtartást, kijárási tilalmat, valamint utazási korlátozást vezettek be (Jóna 2020; Sobaih et al. 2021; Grotte, Pató Gáborné Szűcs, Hollósy-Vadász 2021). Az intézkedések életbe lépésével üressé váltak az utcák, ami negatív hatást gyakorolt a szabadidős tevékenységekre és a turizmusra (Sigala 2020; Duguleana, Duguleana 2020). Az emberi mobilitáson és a koherens együttműködésekben alapuló iparágként a turizmus a világjárvány és hatásainak fő célpontjává vált (<https://www.aiest.org> 2020).

Alkalmazott módszertan

A Covid-19 világjárvány turizmusiparra gyakorolt hatásainak feltárásával kapcsolatos kutatásunkat Nyugat-Ukrajnában, Kárpátalja megye területén, az ukrán-magyar határ mentén élő ukrainai magyar kisebbség turisztikai vállalkozói körében valósítottuk meg. A kutatás során primer és szekunder kutatási módszereket alkalmaztunk. A szekunder források közé tartozik a Covid-19 világjárvány témakörben íródott és a tanulmány tárgyával összefüggő nemzetközi szakirodalom feldolgozása, a pandémia ukrainai lefolyását érintő információk, valamint a releváns turisztikai statisztikai adatok elemzése.

A primer kutatáshoz egy 47 kérdésből álló online kérdőívet állítottunk össze a Google Forms segítségével. Az űrlapot elsősorban a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács (KMTT), illetve a Kárpátaljai Magyar Vállalkozók Szövetsége (KMVSZ) tagságához tartozó vállalkozóknak, személyeknek küldtük el kitöltésre. A KMTT tagsága 470 fő volt, akik ugyan nem feltétlenül rendelkeztek hivatalosan bejegyzett vállalkozással, de folytattak turisztikai tevékenységet, és a KMVSZ-nek 45 olyan tagja volt, akik foglalkoztak turizmussal 2020-ban. Természetesen a két szervezet tagsága között lehetnek átfedések, így becslés alapján 500 fős alapsokasággal számolunk. Az online űrlap 2020 augusztusától 2021 júniusáig volt elérhető, és összesen 97 személy töltötte ki azt. A számok tükrében a két szervezethez tartozók 19,4%-át kérdeztük meg, vagyis a minta reprezentatívnak mondható. Nyilvánvaló, hogy nem minden kárpátaljai magyar turizmussal foglalkozó személy vagy vállalkozó rendelkezik tagsággal az említett szervezeteknél, de biztosan állíthatjuk, hogy nagy többségük igen.

A célcsoport egyik sajátossága, hogy egy személy a saját vállalkozásán belül akár több turisztikai tevékenységet is folytathat, ezért volt arra lehetőség, hogy egy vállalkozó több kérdőívet is kitöltsön, megjelölve, hogy mely tevékenységre vonatkozóan válaszol. Így született az az eredmény, hogy a 97 vállalkozó 100 vállalkozásra vonatkozó kérdőívet töltött ki. Az adatok feldolgozásánál elsősorban a gyakorlati elemzéseket végeztük el, majd azt követően egyes kérdéseknél egyéb háttérelmzéssel is foglalkoztunk. Ennek során főként arra voltunk kíváncsiak, hogy a válaszok szempontjából az egyes turisztikai tevékenységek között mennyire figyelhetők meg lényeges eltérések. A kutatás során két kérdéskörre kerestük elsősorban a választ:

Hogyan érintette a járvány a turisztikai vállalkozásokat a 2020-as évben? Hogyan reagáltak a vizsgált cégek a kialakult helyzetre, vagyis milyen módon próbáltak alkalmazkodni a soha nem tapasztalt eseményekhez?

A Covid-19 hatása az idegenforgalmi szektorra – nemzetközi kitekintés

A Covid-19 pandémia rávilágított arra, hogy a világ számos kormánya nincs felkészülve a hirtelen és gyors betegségek, fertőzések terjedésére (Djalante et al. 2020), s ez nagy kihívást jelent az ágazat számára (UNWTO 2020). A szektor növekedési kilátásai jó néhány országban aggodalomra adnak okot (Coomes, Huston, Mangeot 2020). 2020-ban a nemzetközi érkezések száma 70–75%-kal csökkent az azt megelőző évhez képest (<https://www.unwto.org> 2020, <https://turizmus.com> 2021), s mintegy 120 millió munkahely került veszélybe (Sigala 2020). A válságokra az idegenforgalom nagyon érzékeny (Pforr, Hoise 2008), így egy világjárvány globális turisztikai desztinációkra gyakorolt hatása mélyreható és hosszan tartó (Rassy-Smith 2013).

A Covid-19 pandémia eltérően érintette a világ országait és az idegenforgalmi ágazat egységeit. Vietnámban a nagy vendéglátó-ipari egységek ellenállóbbak, míg a kisvállalkozások sokkal hátrányosabb helyzetben vannak, s akár a csőd szélére is kerülhetnek a pandémia hatására (Van Nguyen et al. 2020). Ugyanez figyelhető meg a spanyol szálláshely-szolgáltatóknál, ahol a nagyobb tőkehányaddal rendelkező nemzetközi és ötcillagos szállodaláncok a válságos időszakban is képesek az önfenntartásra, míg a kisvállalkozások sokkal kiszolgáltatottabbak (Pappas, Glyptou 2021; Korinth 2022). Magyarországon a 2020 tavaszától bevezetett járványügyi intézkedések, az utazások visszaesése miatt számos munkavállaló volt kénytelen elhagyni e szektort (Grotte, Pató Gáborné Szűcs, Hollósy-Vadász 2021), és a gazdaság más területén elhelyezkedni. A jelenlegi világjárványt okozó koronavírus törzs folyamatos módosulása, kiszámíthatatlansága a turisztikai ágazatot instabillá tette, amelynek következtében a más ágazatban elhelyezkedő munkavállalók nagy része már nem szándékozik visszatérni e szektorba, amely akár munkaerőhiányt is előidézhet (<https://hvg.hu> 2021), s elő is idézett. Erre példaként lehet megemlíteni a 2022 nyarán bekövetkező európai reptéri káoszt (<https://www.vg.hu> 2022).

Az elmúlt két évben Európa egyes országaiban – a járványhelyzeti intézkedések enyhébb szakaszaiban – meghatározóvá vált a belföldi turizmus. Csehországban a rurális térségek (Vaishar, Šťastná 2020), Franciaországban a második otthon¹ és a hegyvidéki turizmus (Seraphin, Dosquet 2020), míg Magyarországon a Balaton-felvidéki nyaralók, második otthonok (Nemes et al. 2022) értékelték fel a belföldi utazók körében. Ezzel szemben Portugáliában a pandémia negatívumai erőteljesen megjelentek a vidéki turisztikai vállalkozásoknál, mert a világjárvány ideje alatt a belföldi utazások nem ellensúlyozták az elvesztett nemzetközi turisták számát (Silva 2021).

Spanyolországban, a világjárvány első hullámának időszakában a spa- és gyógyfürdők a teljes bezárás helyett felajánlották a hatóságoknak, hogy hasznosítják egészségügyi és konzultációs szolgáltatásaikat a Covid-19 leküzdésére, online tájékoztatást és segítséget nyújtottak a betegek számára. A gyógyfürdők abban bíztak, hogy így lehetőségük nyílik új piacok, mint például a fiatalabb korosztály elérésére (Navarrete, Shawn 2020; Moreno-Luna et al. 2021). Ezek a vizsgálatok és eredmények rávilágítanak arra, hogy a Covid-19 pandémia közvetett és közvetlen hatásai az idegenforgalomra térben (és időben) eltérő módon jelentkeztek (Hall, Scott, Gössling 2020).

A világjárvány által keletkezett dominóhatás okán számos turisztikai vállalkozás a csőd szélére került. Wieprow és Gawlik (2021) kutatási eredményei arra mutatnak rá, hogy Lengyelországban a turisztikai vállalkozások összeomlását vonhatja maga után a világjárvány okozta válság. Ugyanez mondható el az elhúzódó pandémiás hatások miatti nagyarányú üzleti csődre Argentínában (Korstanje 2021; Huynh et al. 2021), de több országban a légitársaságok helyzete is instabillá vált a bevezetett utazási korlátozások és szabályozások miatt (Dube, Nhamo, Chikodzi 2021; <https://portfolio.hu> 2020).

Az utazási tilalmak, a társadalmi távolságtartási normák megváltozásával párhuzamosan csökkent a turisták utazási lehetősége és hajlandósága is (Hao, Xiao, Chon 2020). Navarrete és Shawn (2020) cikkükben amellet érvelnek, hogy a látogatók számára a minőség és a biztonság (Raffay 2020) lesz meghatározó a létesítmények és szolgáltatások újranyitásakor, és azon tömegturisztikai célpontok, amelyek e két dimenziót nem tudják majd biztosítani, nehezen lesznek képesek túlélni a poszt-pandémiás időszakot. A turisták magatartásában bekövetkező változások is megfigyelhetők. Korinth a lengyel turisták körében végzett felmérése alapján azt állapította meg, hogy a turisták a határátlépéssel kapcsolatos nehézségek, a társadalmi elszegényedés, valamint a koronavírusról való félelem okán egy időre lemondtak a nagy távolságokra való utazásokról, s helyette a lakóhelyükhöz közeli desztinációkat választják (Korinth 2020, 2022).

Több empirikus kutatás (Joo et al. 2019; Kuo et al. 2008; Novelli et al. 2018; Zeng, Carter, De Lacy 2005) alátámasztja, hogy a világjárványok hatásaként szignifikáns a kapcsolat a kockázatok megítélése és a betegségekkel sújtott régiókba való utazásról szóló döntések között. A potenciális válságkockázatok és a külföldi utazások biztonságának szubjektív megítélése a fejlődő országok turistáinak utazási motivációiban meghatározó tényezőként van jelen (Rutynskyi, Kushniruk 2020). A járványkitörések következtében súlyos károkat szenvedhetnek el azon fejlődő országok, ahol nincs erős márkaimázs vagy gyengébb a megjelenés a globális hírmédiában (Cahyanto et al. 2016; Kim et al. 2020). Ugyanis a globális turisták érzékenyek a közvetített képekre, az utazási döntéseik alkalmával az általuk érzékelt veszélyek meghaladhatják a dokumentált kockázatokat (Zenker, Braun, Gyimóthy 2021).

Jamal és Budke (2020) tanulmánya kitér a kormányok és a turisztikai szereplők kulcsfontosságú jelentőségére, valamint a globális környezeti veszélyek kockázataira és hatásaira az idegenforgalmi ágazatban. Számos szakember (Giampiccoli, Saayman 2016; Mtapuri, Giampiccoli 2020; Korinth 2022) azzal érvel, hogy ezek a jelenlegi kedvezőtlen körülmények lehetőséget biztosítanak az idegenforgalom számára az átszervezésre és a szerkezetváltásra. Chang és munkatársai (2020) amellett foglalnak állást, hogy a globális fenntartható turizmus-fejlesztés kritikus átalakítása szükséges annak érdekében, hogy az ágazat meg tudja felelni a Covid-19 által generált kihívásoknak. A szakemberek ehhez első lépésként a lokális szereplők bevonását (Higging, Desbiolles 2020), a turizmus-marketing megközelítésének felülvizsgálatát (Karyy, Balyk, Kara 2021), valamint a fenntartható turizmus kialakítását (Cheer 2020; Horeczki, Finta 2022; Gonda, Raffay 2021) javasolják.

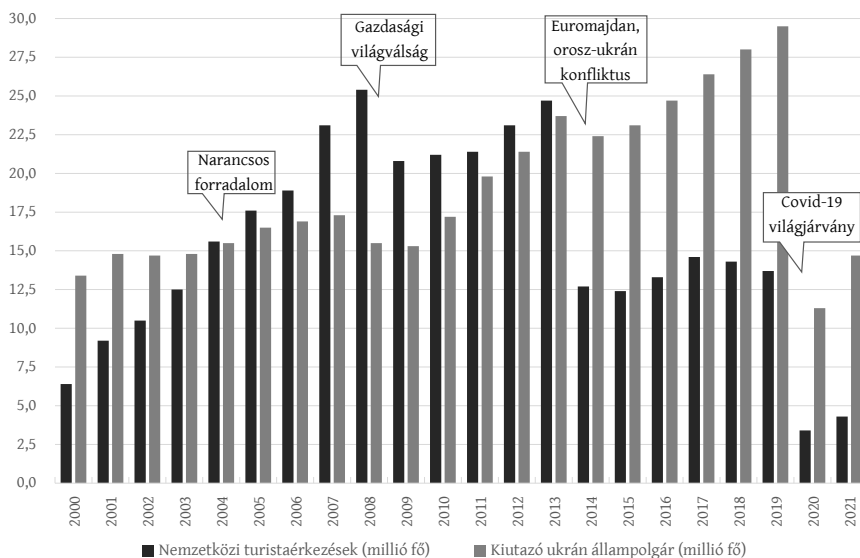
A Covid-19 járvány ukrajnai hatásai

Ukrajna turizmusának fejlődése az utóbbi két évtizedben jól körülhatárolható ciklusok szerint épült fel. Az egyes fejlődési szakaszok különböző társadalmi, politikai folyamatok közepette bontakoztak ki (1. ábra). Nem véletlen, hogy Ukrajnában a nemzetközi turistaérkezések mérlege a 2004-es narancsos forradalom után vált pozitívvá – a politikai „nyitás” egyúttal az ország iránti érdeklődést is felkeltette. A nemzetközi turistaérkezések adataiból jól kivehetők a 2008-ban kibontakozó gazdasági világválság hatásai, míg az orosz-ukrán konfliktus 2014-es kezdete teljesen új szakaszt nyitott az ország életében (Rutynskyi, Kushniruk 2020). A turizmus biztonságához kötődő törvényszerűségeinek megfelelően, ezt követően jelentős visszaesést tapasztalhattunk az ország idegenforgalmában; felére csökkent a nemzetközi turistaérkezések száma. Az adott időszakban, a konfliktus következtében mélyülő gazdasági, társadalmi válság hatására milliós nagyságrendben kerestek külföldön munkalehetőséget az ukrán állampolgárok. Ennek következtében közvetlenül a Covid-19 világjárvány kibontakozása előtt érte el csúcát az ukrán állampolgárok külföldi utazásainak a száma (Berghauer 2010; Kovály, Eröss, Tátrai 2017; Sass 2020; Quirini-Poplawski, Tomczewska-Popowycz, Dorocki 2021).

A pandémia újabb mély törésként jelentkezett az ország életében és idegenforgalmában. A járvány első évében a turizmus Ukrajnában közel kétharmadával esett vissza a 2019-es év azonos időszakához képest (1. ábra). A teljes lockdown, a különböző és szinte hetente változó intézkedések, a bizonytalanság teljesen háttérbe szorították az utazásokat, ellehetetlenítették a turisztikai vállalkozások tevékenységeit. A járvány második évében valamelyest javult a helyzet, Ukrajna mozgalmasabb turisztikai évet zárt, a 2020-as évhez képest 26,5%-kal növekedett az országba érkező külföldiek száma (4,3 millió fő) és közel 30%-kal a külföldre utazó ukrán állampolgárok száma (14,7 millió fő). Ugyanakkor ezek az adatok a

járvány előtti időszak forgalmának csupán közel harmadát képezték, messze alulmúlva a rekordnak számító 25 millió fős nemzetközi turistaérkezést (2008 és 2013) és a 2019-ben tapasztalt kis híján 30 millió fős kiutazó forgalmat (<https://www.tourism.gov.ua> 2022).

1. ábra: A nemzetközi turistaérkezések és a kiutazó ukrán állampolgárok számának alakulása (2000-2021)
Evolution of international tourist arrivals and the number of outbound Ukrainian citizens (2000-2021)



Forrás: Berghauer 2012; Sass 2020; Quirini-Poplowski, Tomczewska-Popowycz, Dorocki 2021; <http://www.ukrstat.gov.ua/> 2022; <https://www.tourism.gov.ua/> 2022; <https://datastudio.google.com> 2022

Az Ukrajnába érkező külföldiek listáját a szomszédos országok állampolgárai vezetik, 2021-ben az élen Moldova (1 054 ezer) szerepelt (1. táblázat). Érdekes módon az Ukrajnában hivatalosan „agresszor” országnak tekintett Oroszország (519 ezer) még ebben az időszakban is a második helyet foglalta el. Az elmúlt két évtizedben folyamatosan erősödő nyugati kapcsolatok hatására jelentős küldőterületként tekinthetünk a szomszédos Lengyelországra (311 ezer), Romániára (264 ezer), Magyarországra (227 ezer) is. A pandémia időszakában markáns változás elsősorban a kisebb jelentőséggel rendelkező küldőterületek esetében volt tapasztalható. Az Európán kívüli országok közül jó néhány nagymértékű növekedést ért el 2021-ben, melyek közül kiemelhetők az Egyesült Arab Emírségek (részesedése negyvenszer nagyobb lett!), valamint egyes kaukázusi országok (Örményország, Grúzia, Azerbajdzsán) (<https://datastudio.google.com> 2022).

Az Ukrajnába érkező külföldiek körében a hagyományos pihenés, üdülés (31%), az üzleti tevékenységgel összekötött utazások (27%), továbbá a rokonok és barátok meglátogatása (24%) játssza a fő szerepet. A látogatók többsége családdal

1. táblázat: Az Ukrajnába beutazó külföldiek száma országok szerinti bontásban (2021)
Number of foreign citizens visiting Ukraine, by countries (2021)

1. Moldova	1 054 000	6. Törökország	247 000
2. Oroszország	519 000	7. Magyarország	227 000
3. Lengyelország	311 000	8. Németország	154 000
4. Fehéroroszország	273 000	9. Izrael	133 000
5. Románia	264 000	10. Amerikai Egyesült Államok	103 000

Forrás: <https://www.tourism.gov.ua>

(37%), egyedül (35%) vagy barátokkal (22%) érkeznek. A külföldi vendégek költési rangsora is megváltozott a pandémia alatt, hiszen 2021-ben a legtöbb pénzt utazásaik során az Egyesült Arab Emírségekből (2 220 dollár), az Ománból (1 500 dollár) és a Kanadából (1 250 dollár) érkezők költötték Ukrajnában. Az Állami Turizmusfejlesztési Ügynökség (ÁTÜ, ukránul: ДАРТ. Державне агентство розвитку туризму) felmérése szerint az átlagos tartózkodási idő a külföldiek körében hét–kilenc nap, ez idő alatt a vendégek átlagosan 929 dollárt költenek el az ország területén (<https://www.tourism.gov.ua> 2022).

2021-ben az ukrán állampolgárok jóval aktívabbak voltak, mint a Covid-19 világjárvány kitörésének első évében (összesen 14,7 millió ukrán állampolgár utazott külföldre). Fontos megjegyezni, hogy háromszor többen lépték át a határt, mint amennyi külföldi érkezett Ukrajnába. A 2004 és 2013 közötti időszakban Ukrajna nemzetközi turistaforgalma még pozitív mérleggel rendelkezett (1. ábra), de a 2014-es orosz–ukrán konfliktus hatására ezek az arányok eltolódtak. Ma már Ukrajna ismét elsősorban küldő ország a nemzetközi utazások világában. Mindemellett, a pandémia hatásaként, a kiutazó ukrán állampolgárok száma is jelentősen elmaradt a korábbi évek adataitól; 2019-ben 29,5 millió ukrán lépte át az államhatárt. Fő utazási irányként az Európai Unió országait nevezhetjük meg (8,8 millió), az országok listáját pedig Lengyelország (4,49 millió), Törökország (2,05 millió) és Magyarország (1,72 millió) vezeti (2. táblázat). Ebben az esetben is erőteljesen érvényesül az európai célterületek iránti érdeklődés erősödése, ami egyértelműen összefügg a kedvezőbb munka- és jövedelemszerzési lehetőségekkel (<https://www.tourism.gov.ua> 2022).

2. táblázat: Az Ukrajnából kiutazó állampolgárok száma országok szerinti bontásban (2021)
Number of citizens traveling out of Ukraine, by countries (2021)

1. Lengyelország	4 490 000	6. Románia	825 000
2. Törökország	2 050 000	7. Moldova	380 000
3. Magyarország	1 720 000	8. Németország	267 000
4. Egyiptom	1 460 000	9. Fehéroroszország	213 000
5. Oroszország	918 000	10. Görögország	199 000

Forrás: <https://www.tourism.gov.ua/>

Az ukrán állampolgárok kifejezetten üdülési célú utazásai terén nem történtek jelentős változások a pandémia alatt. Az ország lakossága körében továbbra is az Európai Unió (42%) képezi a legfontosabb célirányt, de főként a kedvező áráról ismert török (28%) és egyiptomi (21%) utazások a legkeresettebbek. Az utóbbi négy évben a lakosság harmada vett részt külföldi utazáson, az esetek közel felében a nyári főszezonban. Az ukrán lakosság külföldi utazások melletti döntéseiben az Ukrajnában élő barátoknak és rokonoknak (40%), a közösségi hálónak (24%), illetve a külföldön élő barátoknak és rokonoknak (22%) van a legnagyobb szerepe (<https://www.tourism.gov.ua> 2022).

A külföldi utazások esetében jelentős regionális különbségek tapasztalhatók Ukrajnán belül. Az ország nyugati részén élő ukrán állampolgárok aktívabbak (körükben 41% a külföldi utazásokban résztvevők aránya), mint a középső és keleti területek lakossága. A 2021-es szociológiai kutatások azt is kimutatták, hogy háborúban érintett, megszállt területek részesedése az utazásokból mindössze 1% körül mozog (<https://www.tourism.gov.ua> 2022; <https://dif.org.ua> 2021).

A Covid-19 járvány hatására a belső piac súlya tovább növekedett, és ezek a változások Kárpátalja turizmusát is érintették. Az egyéni, kis létszámú utazások jelentősége Ukrajna turizmusán belül is megnőtt. A közlekedési eszközök esetében a saját gépkocsival történő utazás aránya is jelentősen (33%-ról 52%-ra) növekedett, de a belföldi turizmusban jól kimutatható a természetközeli, tengerparti és hegyvidéki pihenés iránti igény markáns (összesen 76,5%) jelenléte, ami szintén egybevág a nemzetközi pandémiás tapasztalatokkal.

Az adatok alapján jól kirajzolódik az a 2014-ben elindult folyamat, melynek következtében Ukrajnában a belső turisztikai piac átrendeződött, és melynek hatásait a Covid-19 járvány tovább erősítette. A Krím félsziget annektálásával Ukrajna elveszítette legfontosabb turisztikai desztinációját, melynek helyét a Kárpátok turisztikai régió vette át. 2021-ben az ukránok által legkedveltebb turisztikai terület ugyan az odesszai terület (13,8%) volt, de a soron következő területi egységek már az átrendeződésre utalnak – Lembergi (8%), Kijevei (7,7%), Ivano-Frankivszki (7,4%) és Kárpátalja (7,2%) megyék. Mindez jól szemlélteti, hogy Ukrajna belső turisztikai piacán a kereslet az orosz–ukrán konfliktus jelenben zajló véres időszakát megelőzően is a nyugati megyék irányába tolódott el (ÁTÜ 2021; Sass 2020).

A vázolt folyamatok és események egyértelműen érintették Kárpátalja Ukrajna turizmusában betöltött szerepét is. Egy évtizeddel korábban az adatok még azt támasztották alá, hogy Kárpátalja igen jelentős és szerteágazó erőforrással rendelkezik (elsősorban a rekreáció, egészségturizmus, aktív, falusi és kulturális turizmus terén), de ezek jelentős része csak potenciálisan létezik. Ugyanakkor az ország területi egységeinek ragsorában az idegenforgalom terén készített korábbi kimutatások alapján a megye csak a középmezőnybe tartozott (Sass 2008; Berghauer 2012). A Covid-19 járványt követő 2021-es felmérésekben viszont az ukránok által legkedveltebb turisztikai területek rangsorában Kárpátalja az ötö-

dik helyre került. A területi egységek adóbefizetési nyilvántartásában Kárpátalja szintén az ötödik helyen szerepelt, megduplázva a 2020-as idegenforgalmi adóból befolyó összeget, és az Állami Turizmusfejlesztési Ügynökség 2021-es felmérése szerint az ukránok 11,8%-a Kárpátaljára tervezte a következő belföldi pihenését (ÁTÜ 2021).

Eredmények

A válaszadók általános adatai

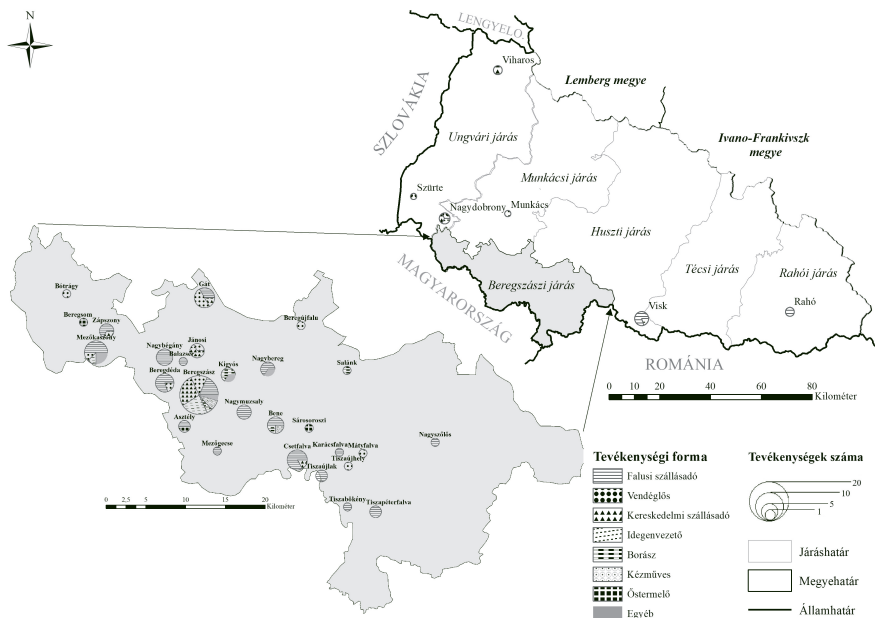
A kérdőívet 53 férfi és 44 nő töltötte ki, akik legnagyobb arányban (33%) a 40–49 éves korosztályhoz tartoznak, de magas az 50–59 (24,7%) és a 30–39 (23,7%) korosztály aránya is. A válaszadók döntő többsége (66%) rendelkezik felsőfokú végzettséggel, köztük hárman PhD fokozatot is szereztek. A többiek technikai és szakgimnáziumi (17,5%), illetve szakmunkás (8,2%) képesítéssel rendelkeznek, és nagyon kevés azok aránya, akik általános (4,1%) vagy középiskolát (4,1%) végeztek. A vizsgálatban a felsőfokú végzettséggel rendelkezők aránya jelentősen meghaladja a legutolsó 2001-es népszámlálás idején Kárpátalja közigazgatási egységeiben rögzített felsőfokú végzettségűek arányát (7,6%) (Molnár, Molnár 2005,70.). Az idegenforgalommal kapcsolatos szakirányú végzettséget, szakképzettséget vizsgálva azonban már más képet kapunk. A válaszadóknak csupán 38,1%-a rendelkezik szakirányú végzettséggel, és az adatközlők azok között is elsősorban tanfolyamokat jelöltek. A szakirányú végzettséget megjelölők közül a legtöbben a vendéglátóipari (7,2%), turisztikai (6,2%) képzettséget, illetve a falusi vendéglátó (11,3%) és idegenvezető (8,2%) tanfolyamokat nevezték meg.

A turisztikai tevékenységgel, vállalkozással kapcsolatos adatok

A vizsgálatban szereplő legtöbb adatközlő turisztikai tevékenységének, vállalkozásának székhelye a Beregszászi járásban található (86%). A többi vállalkozás az Ungvári (6%), Huszti (5%), Rahói (2%) és Munkácsi (1%) járásokban helyezkedik el. A vállalkozások 33 különböző településen működnek, a települési megoszlás tekintetében a domináns járás központja, Beregszász áll a vezető helyen (22%) (2. ábra). A vállalkozók 61%-a 2010 és 2020 között kezdett el turisztikai tevékenységgel foglalkozni, s bár nagyon kevesen (2 vállalkozó), de voltak, akik a Covid-19 járvány ellenére, 2020-ban nyitották meg turisztikai vállalkozásukat.

A 97 vállalkozó összesen 167 turizmushoz köthető tevékenységet folytat (3. ábra), ugyanis 40,2%-uk egyszerre több, átlagosan 2,8 tevékenységgel foglalkozik. A legtöbben falusi vendéglátással (58 említés) foglalkoznak, döntő többségük minősített vendégházzal rendelkezik. Ezt követik a vendéglátóiparhoz (24 említés) (étterem, csárda, pizzéria stb.), a kereskedelmi szállásadáshoz (19 említés)

2. ábra: Az adatközlő turisztikai szereplők területi megoszlása
The territorial distribution of tourist information providers



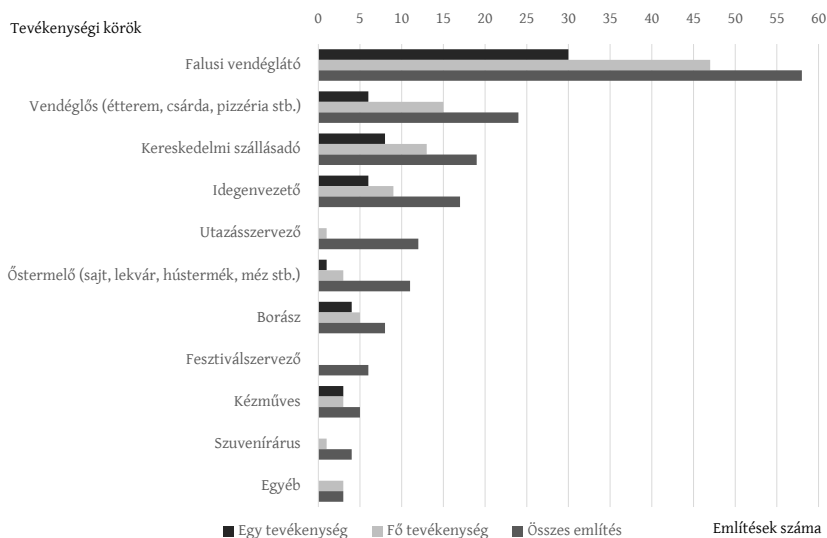
Forrás: saját szerkesztés

tés) és az idegenvezetéshez (17 említés) kapcsolódó tevékenységek. E skálát tovább színesítik az utazásszervezői, östermelői, valamint borászati, fesztiválszervezési, kézműves és a szuvenirárusítási tevékenységek (3. ábra).

A válaszadókat megkértük, hogy jelöljék meg azt a fő turisztikai tevékenységüket, amellyel kapcsolatban a további kérdéseinkre válaszolnak. Vezető helyen továbbra is a falusi vendéglátás maradt (47 említés), ami nem véletlen, ugyanis Kárpátalja lakossága (és az ukrajnai magyar kisebbség is) közel kétharmada falvakban él (Molnár, Molnár 2005, 24.). A falusi vendéglátással foglalkozók száma az évek során fokozatosan növekedett a megyében, s jelenleg 400-at közelíti a napraforgós minősítéssel ellátott vendégfogadó házak száma (Sass, Berghauer 2020). A falusi vendéglátókat a vendéglősök (15 említés) és a kereskedelmi szálláshelyek (13 említés) tulajdonosai követik. A fesztiválszervezés az egyedüli olyan tevékenység, amit senki sem nevezett meg, mint önálló fő tevékenységet (3. ábra).

Több esetben a kereskedelmi szállásadók és a vendéglősök tevékenysége között szoros összefüggés van, hiszen tíz olyan vállalkozó szerepel a kutatásunkban, aki kereskedelmi szálláshellyel és vendéglátó egységgel is rendelkezik. A falusi vendéglátók közel fele folytat a falusi vendéglátáson kívül más turisztikai tevékenységet is. A falusi vendéglátó egyben vendéglős (10 említés), östermelő (8 említés), idegenvezető (7 említés), utazásszervező (7 említés) és fesztiválszervező (3), hogy csak a leggyakoribb tevékenységeket említsük.

3. ábra: Az adatközlő turisztikai szereplők teljes tevékenységi köre
The total activity of tourist information providers



Forrás: saját szerkesztés

A karanténintézkedések hatása a vállalkozásokra

Negyvenkét vállalkozó a kérdőívben megnevezett turisztikai tevékenységét főállásban végzi – vagyis ez jelenti a fő bevételi forrást számára –, ötvennyolcan pedig csak másodállásban (szezonálisan), ami arra utal, hogy az adott vállalkozás csak a kiegészítő jövedelmet biztosít. A fő bevételi forrást legnagyobb mértékben a kereskedelmi szálláshelyek és a vendéglők jelentik a tulajdonosok számára, míg például a falusi vendéglátással inkább mellékjövedelem szerzése céljából foglalkoznak, ahogy ezt korábbi kutatások is igazolják (Sass, Berghauer 2019; Sass 2019).

A mintavétel időpontjában 70 válaszadónak volt hivatalosan bejegyzett vállalkozása, ugyanakkor a Covid-19 világjárvány előtt ez a szám magasabb volt. A felmérésből kiderült, hogy 11 fő szüneteltetni kényszerült vállalkozása működtetését, ugyanakkor az újraindítás gondolatát ezek a személyek nem zárták ki. A vállalkozás végleges bezárása mellett csupán két vállalkozó döntött. A karantén előtt 71 válaszadó egyéni, 12 pedig magánvállalkozóként tevékenykedett. Tizenheten nem rendelkeztek hivatalosan bejegyzett vállalkozással – az utóbbi kategóriába nyolc falusi vendéglátó, hat idegenvezető, két kézműves és egy borász tartozott. A vállalkozással nem rendelkezők közül kilenc válaszadónak nem volt soha hivatalos vállalkozása, és nyolcan úgy nyilatkoztak, hogy azért nincs hivatalos vállalkozásuk, mert tevékenységük végzéséhez nem szükséges vállalkozás működtetése.

A vállalkozásokban (a továbbiakban így nevezzük a hivatalosan bejegyzett és a be nem jegyzett vállalkozásokat is) a válaszadó személyével együtt átlagosan 2,7 (N=94) családtag dolgozik. A karantén bevezetése előtt 87 vállalkozás tudott további személyeket foglalkoztatni, átlagosan 6,8 főt. Az említett turisztikai szereplők a megkérdezés időpontjában már csak 4 főt foglalkoztattak, vagyis átlagosan 2,8 fővel kevesebbet, mint a karantén előtt.

Sajátos eredmény született az idényjellegű foglalkoztatás kérdéskörében. A 100 vállalkozásból 62-ben általában szoktak idénymunkásokat foglalkoztatni, átlagosan 2,8 munkavállalót, és ami különös, hogy a válaszadók a járvány lecsengése után, alig kevesebb, 2,6 idénymunkás alkalmazását tervezik. A turisztikai szereplők egy része (51 vállalkozó) valószínűleg arra számított, hogy a pandémia lecsengését követően jelentős forgalomnövekedés várható, és ebben a helyzetben nyújthatott volna megoldást az idénymunkások alkalmazása. Tevékenységi körök mentén vizsgálva a kérdést, kitűnik a vendéglők és kereskedelmi szálláshelyek tulajdonosainak bizonytalansága – esetükben duplájára nőtt azok száma, akik a járvány után sem szeretnék idénymunkásokat foglalkoztatni.

A megkérdezett turisztikai szereplők leggyakrabban a három nyári hónapban vesznek fel idénymunkásokat, ugyanis a június (51), július (53) és augusztus (51) hónapok kapták a legtöbb említést. Ez nem véletlen, hiszen ilyenkor a legintenzívebb a terület turistaforgalma (Sass, Berghauer 2019). Ezen kívül érezhető egy elő- és egy utószezon is, hiszen többen igényelnek plusz munkaerőt már májusban (36), valamint szeptemberben (30) és októberben (22).

A karantén turisztikai hatásaival kapcsolatos problémák

A vendéglátók nagy része (46%) az előzetes turisztikai érdeklődés/foglalások alapján úgy vélte, hogy a 2020-as év valamivel rosszabb lesz, mint amilyen az előző volt, 29%-uk pedig úgy érezte, hogy 2020 hasonló lesz, mint 2019, és a megkérdezetteknek csak 24%-a gondolta azt, hogy jobb lesz, mint az előző év volt. Az előzetes elképzeléseket azonban a valóság felülírta, hiszen korábban soha nem látott mélységeket éltek meg a vállalkozók: 47% szerint visszaesett a forgalom, viszont a másik 47% úgy nyilatkozott, hogy szinte nullára csökkent a forgalom, és 2%-uk csődbe is ment.

A vállalkozásokat forgalmuk szerint vizsgálva azt az eredményt kaptuk, hogy a legérzékenyebben a szuvenírárusokat, utazásszervezőket, őstermelőket, illetve közel azonos módon az idegenvezetőket érintette a forgalom drasztikus csökkenése, ami számukra a kereslet megszűnését jelentette. Meg kell azonban jegyeznünk, hogy a kutatás adatközlői között az említett vállalkozók elég alacsony arányt képviselnek. Nagyobb súllyal a falusi szállásadók, a vendéglátók és a kereskedelmi szállásadók kerültek a kutatásba, akiknél 30–50%-os arányban volt jellemző a forgalom megszűnése (4. ábra). A legkevésbé a kereskedelmi szállásadókat viselte meg a karantén hatása, míg leginkább a falusi szállásadókat. Ez az

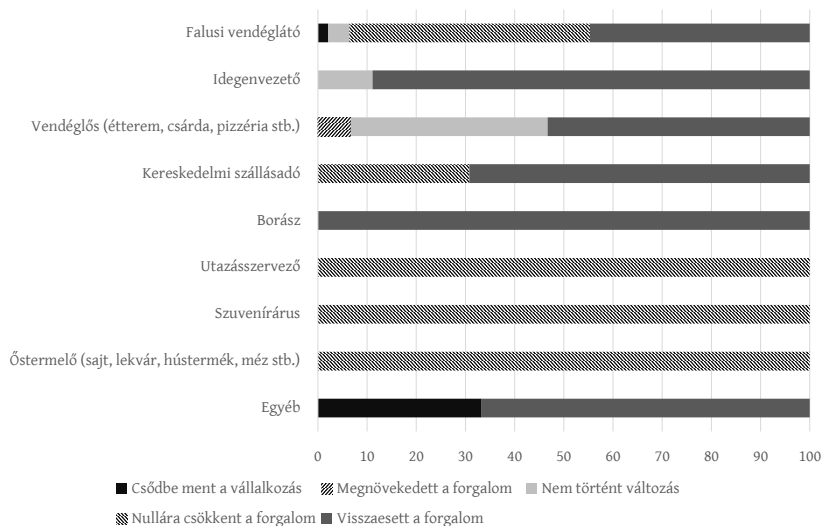
eredmény némileg ellentmond a nemzetközi, és főként a magyarországi eredményeknek, ahol a vidék felértékelődését és forgalmának növekedését tapasztalták a koronavírus-járvány idején (Raffay 2020; Seraphin, Dosquet 2020). Az összes vizsgált vállalkozás tekintetében a borászok vették legjobban ezt az akadályt, bár a forgalom visszaesését ők is érzékelték, ugyanakkor semmilyen komolyabb hatás nem érte vállalkozásukat (4. ábra).

Az adatközlőktől azt is megkérdeztük, hogy véleményük szerint a Covid-19 járvány nagyobb kárt okoz/ott turisztikai tevékenységüknek/vállalkozásuknak, mint a 2014-ben kirobbant kelet-ukrajnai konfliktus? (Akkor még nem tudhattuk, hogy ennek a konfliktusnak 2022-ben lesz egy sokkal drasztikusabb folytatása, viszont ez utóbbi hatásának felmérésére egy másik kutatás alkalmával kerülhet sor.) A válaszadók egyértelműen (85%) úgy gondolták, hogy sokkal nagyobb és rosszabb hatása van a járványnak a turisztikai tevékenységükre, mint a 2014-es kelet-ukrajnai konfliktusnak. Ez az eredmény egybevág az országos tapasztalatokkal is (1. ábra). Csupán a válaszadók 11%-a szerint váltott ki hasonló hatást és további 4% ítélte gyengébbnek a járvány hatását a 2014-es konfliktusnál.

A vállalkozások jelentős részének (43%) 2019-es turisztikai árbevétele 5 000 – 50 000 hrvnya (kb. 45 000 Ft–450 000 Ft) közé esett. Ettől az összegtől a vállalkozók 54%-a forgalmaz többet évente. Ez utóbbi kategóriába tartozik a kereskedelmi szállásadók, a vendéglátók és utazásszervezők többsége, valamint a borászok 60%-a és a falusi vendéglátók közel fele. A válaszokból az is kiderült, hogy a járvány, illetve a

4. ábra: Milyen hatást gyakorolt a Covid-19 világjárvány, illetve a karanténintézkedések a tevékenységére /vállalkozására?

What impact did the Covid-19 pandemic and the quarantine measures have on your activity/business?



Forrás: saját szerkesztés

járványintézkedések miatt a vállalkozók forgalma 2020-ban átlagosan 70,5%-kal esett vissza az előző év ugyanilyen időszakához képest (a kérdőíves kérdezés idejétől függően!).

A Covid-19 világjárvány miatt bevezetett első karantén idejére a vállalkozók döntő többsége már rendelkezett előzetes foglalással, ezért szeretnénk volna tudni, hogy a hozzájuk irányuló vendégkör hogyan reagált az adott helyzetben. A turisztikai szereplők 21%-a mondta azt, hogy a vendégek teljesen lemondták foglalásaikat, míg 29%-uk esetében a lemondások a foglalások többségét érintették, de azt nem részletezték, hogy milyen módon valósultak meg a le nem mondott foglalások. Mások megosztották velünk tapasztalataikat, eszerint voltak ugyan lemondott utazásaik, de a vendégek egy része vállalta foglalásának teljesítését (9%), vagy átkérte azt egy másik időszakra (13%). A turisztikai szereplőknek csupán 23%-a nem számolt be a foglalások lemondásáról, náluk inkább a foglalások átkérése volt jellemző, például a következő évre (6%), vagy egy biztonságosabbnak vélt időszakra még 2020-ban (17%). A válaszadók 2%-ának nem voltak foglalásai, míg 3%-uk nem válaszolt a kérdésre. Ezekből a válaszokból egyértelműen levonható a következtetés, hogy egyetlen olyan turizmusban érintett vállalkozó sem volt, aki veszteség nélkül vészelt volna át a járvány 2020-as időszakát.

Turizmusfejlesztés és támogatások a pandémia idején

A kutatás idején 12 válaszadónak volt a turisztikai tevékenységéhez kapcsolódó hitele, közülük öten a kialakult helyzet miatt nem tudták fizetni a törlesztőrészeket. A helyzetet talán tovább súlyosbította, hogy a megkérdezett turisztikai szereplők 75%-a a koronavírus-járvány okozta károk csökkentésére a vizsgálat időpontjáig nem kapott semmilyen támogatást vagy segílyt, sem állami, sem más szervezettől. Voltak olyan vállalkozók, akik nyugdíjas koruk miatt nem kaphattak támogatást, és olyanok is, akik egyértelműen azért nem voltak jogosultak, mivel nincs hivatalosan bejegyzett vállalkozásuk. A támogatottak (25%) arról számoltak be, hogy többnyire állami dotációban részesültek, ami a forgalomkiesés részleges kompenzációja volt, illetve adóvisszatérítést jelentett (egyszeri 8 000 hrvnyia, kb. 72 000 Ft értékű juttatásként), illetve voltak, akik megemlétték, hogy foglalkoztatottjaik is kaptak bérkiegészítést. Néhány vállalkozó (7 fő) kiemelte, hogy az "Egán Ede Kárpátaljai Gazdaságfejlesztési Központ" Jótékonyági Alapítványtól (későbbiekben Egán Ede Alapítvány) kapott segítséget, de ezek a Covid-19 járvány előtti időszakban benyújtott sikeres pályázatok eredményei lehettek, melyet a karantén időszakában folyósítottak (<https://kmksz.com.ua> 2020). Ezt a támogatást a válaszadók fejlesztésekre, eszközbeszerzésre fordították.

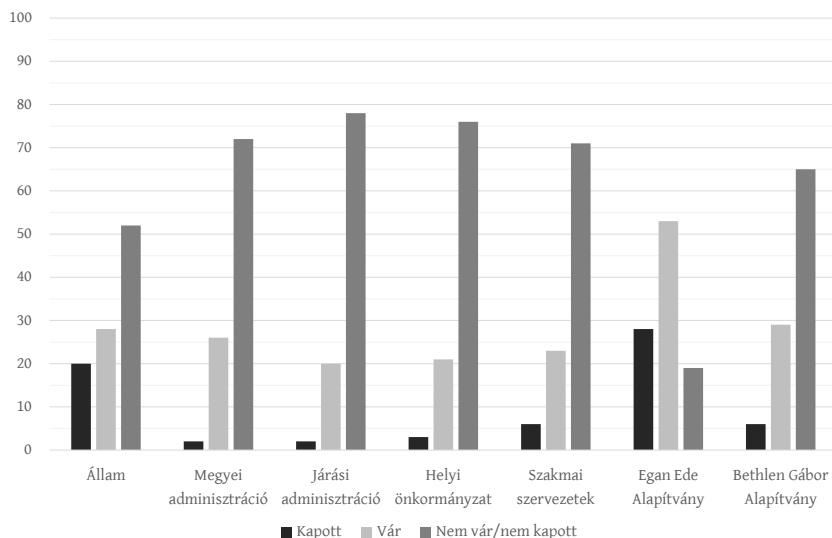
Nyílt kérdést tettünk fel arról, hogy turisztikai szereplőként milyen segítségre lett volna a leginkább szükségük. A beérkezett válaszok alapján elmondhatjuk, hogy a válaszadók közel harmadának (34%) elsősorban anyagi jellegű támogatásra lett volna szüksége, ami a vállalkozás további működtetését segít-

hette volna elő. Az adatközlők 22%-a tovább szeretne volna fejleszteni a vállalkozását, de ennek eléréséhez is támogatásra szorult volna. Ezen felül a pandémia okozta bizalomvesztés kiküszöbölésében és a forgalom visszaállításában (18%) igényeltek volna akár állami, akár szakmai segítséget. A turisztikai szereplők kisebb csoportja a karanténintézkedések feloldásában (9%) látta a megoldást, néhányan pedig további adókedvezményeket tartottak volna célszerűnek (6%) a szektor támogatása érdekében.

Ezt követően konkrét szervezeteket soroltunk fel a vállalkozóknak, és arra kértük őket, hogy nevezzék meg, hogy kitől kaptak és kitől várnak segítséget (5. ábra). A kérdésben nem rögzítettük, hogy válaszukat csak a koronavírus-járványra vonatkoztassák, így szám szerint több támogató jelent meg, mint az előző kérdésnél, tehát egyes válaszadók általános választ adtak, visszatekintve eddigi tevékenységükre, illetve egyes vállalkozások több helyről is kaptak támogatást. A legtöbben az Egán Ede Alapítványt (28 említés) jelölték meg mint olyan támogatót, akitől már kaptak segítséget. Ezt követte az ukrán állami támogatás (20 említés), illetve ehhez a kategóriához sorolhatjuk a megyei (2), járási adminisztrációt (2) és a helyi önkormányzatokat (3) is. Néhány vállalkozó szakmai szervezetektől (6) – főleg a Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanácstól és a Kárpátaljai Magyar Vállalkozók Szövetségétől – és a Bethlen Gábor Alapítványtól (6) is kapott támogatást. Ezen kívül négyen, az említetteken kívül, egyéb forrásból is kaptak támogatást. Az ukrán államot és a hozzá kapcsolható szervezetek (27) támogatási arányát jóval felülmúlták a többségében magyarországi finanszírozású források (40) (Egán Ede és a Bethlen Gábor Alapítvány, KMTT, KMVSZ). A vizsgált kárpátaljai magyar vállalkozók nagyon pesszimistának vagy inkább realistának mondhatók – talán a korábbi tapasztalataik miatt –, de a többség nem vár, és nem is kapott támogatást. Akik bizakodóbbak, azok továbbra is az Egán Ede Alapítványtól várnak a legnagyobb mértékben (53 említés) segítséget. A többi szervezet 19–29 említés között mozog (5. ábra).

A több hónapig tartó koronavírus-járvány miatt bevezetett első karantén ideje alatt a vállalkozók többsége nem tétlenkedett, és a rendelkezésre álló „szabadidőt” hasznos tevékenységgel próbálta kitölteni. A megkérdezettek 84%-a végzett valamilyen fejlesztést a vállalkozása minőségének/versenyképességének javítása céljából. A kutatás idején a Covid-19 járvány első hulláma volt érezhető Kárpátalján, tehát feltételezhető, hogy a vállalkozóknak még voltak tartalékaik, amelynek egy részét sokan fejlesztésekre fordították, bár akkor még nem tudták, hogy a járvány és a forgalom visszaesés évekig elkíséri őket. Ennél a kérdésnél az adatközlők több választ is megjelölhettek, így összesen 290 választ adtak. A vállalkozók közel fele (43%) végzett belső felújítást a vállalkozásához tartozó ingatlanban. Új eszközök beszerzésével, a komfortfokozat emelésével és telekszépítéssel a válaszadók 31–33% arányban foglalkoztak. Jó néhányan bővítették a meglévő kapacitásukat (29%) vagy végeztek külső renoválást (24%). A karantén ideje alatt sokan rájöttek, hogy az értékesítés, a forgalom növelése érdekében a

5. ábra: Kitől kapott vagy kitől várna segítséget?
Who did you get help from or who would you expect to help?



Forrás: saját szerkesztés

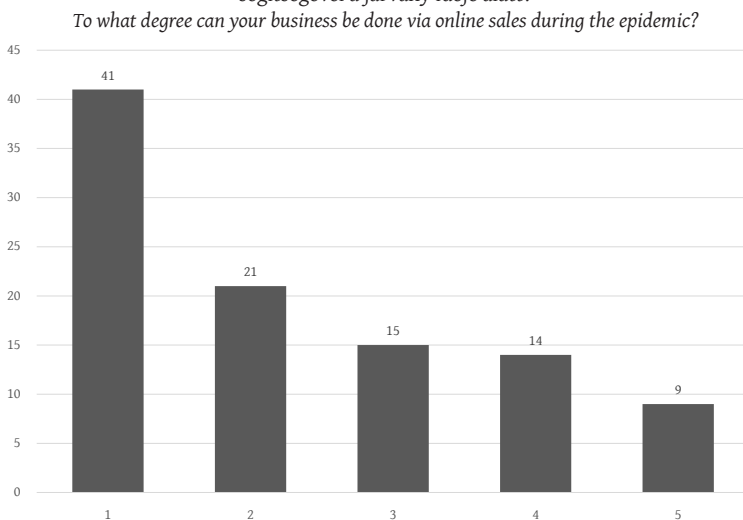
közösségi oldalakon való megjelenésüket/elérhetőségüket is szükséges javítani (31%); voltak, akik saját honlapot hoztak létre (13%) vagy a meglévőt fejlesztették (12%). Viszonylag kevesen fogtak bele komolyabb befektetéseket igénylő fejlesztésekbe, mint például új épületszárny építése vendégfogadás céljából (10%), vagy földterület (6%) és épület vásárlása (6%), illetve új ingatlan építése (4%). Azon vállalkozók közül néhányan, akik nem végeztek fejlesztést (16%) a karantén ideje alatt, döntésüket bevétel- és a forráshiánnyal (6 fő), sikertelen pályázattal (2 fő) indokolták, illetve egy részük értelmetlennek látta a fejlesztést a kialakult helyzetben (3 fő).

A válaszadók 45%-a az általa működtetett vállalkozásban már a Covid-19 világjárvány kitörése előtt is alkalmazta az online értékesítés módszerét. A különböző turisztikai szereplők közül csak az őstermelők nem folytattak egyáltalán online értékesítést, miközben az utazásszervezők, kézművesek és szuvenirárusok mindegyike használta ezt az értékesítési csatornát. A többi vállalkozás tekintetében elmondható – ahol a vállalkozók aránya is sokkal nagyobb, mint az előbb említett esetekben –, hogy átlagosan 42%-ban foglalkoztak online értékesítéssel. Ezek közül a vendéglátósok emelkednek ki a legnagyobb arányban, 46,7%-kal, és érdekes módon a kereskedelmi szállásadók képviselik a legalacsonyabb 38,5%-os kategóriát, pedig ez utóbbi vállalkozástípus részére számtalan online értékesítési lehetőség érhető el.

Liker-skála segítségével vizsgáltuk meg, hogy a vállalkozókat mennyiben segítette az online értékesítés a járvány időszakában. Az eredmények azt mutatják, hogy az online platformok alkalmazása nem mutat érdemi összefüggést a vállal-

kozások fejlődésével, illetőleg rentabilitásának fenntartásával, ugyanis 41 vállalkozó úgy nyilatkozott, hogy egyáltalán nem használta az online lehetőségeket a járvány idején, a többi 59 főből 21 is csak elvétve. A fennmaradó 38 fő az, aki intenzívebben próbált érvényesülni az online tér segítségével: 15 fő használt offline (pl. telefon) és online lehetőségeket egyaránt, míg 14 fő főleg az online értékesítési lehetőségekkel élt, és kilencen voltak azok, akiknek csak online értékesítés útján sikerült bevételt generálniuk (6. ábra). Ezeket az értékeket levetítettük a különböző vállalkozástípusokra, és azt az eredményt kaptuk, hogy az online lehetőségeket (4 és 5 értékelés) a vizsgált vállalkozók közül leginkább a kézművesek (66,7%), a borászok (40%), a vendéglátósok (33,3%) és a falusi szállásadók (21,3%) tudták kihasználni. A többi válasz között a kereskedelmi szállásadók ezúttal is a nagyon alacsony százalékos kategóriában jelentek meg (7,7%).

6. ábra. Tevékenysége/vállalkozása mennyire tud érvényesülni az online értékesítés segítségével a járvány ideje alatt?



1 = Egyáltalán nem használta az online lehetőségeket; 2 = Elvétve használta az online lehetőségeket; 3 = Használt offline és online lehetőséget is; 4 = Főleg az online értékesítési lehetőségeket használta; 5 = Csak az online értékesítés során sikerült bevételt generálni.

Forrás: saját szerkesztés

Következtetések

A Covid-19 világjárvány globális szinten olyan törést okozott az emberek életében, amelyre senki sem számított: milliós nagyságrendekben követelt áldozatokat, átrendezte a gazdasági, társadalmi viszonyokat és óriási megpróbáltatás elé állította a turizmus szereplőit. A pandémia hatásai Ukrajna turizmusát is érintették, a nemzetközi turistaérkezések száma mélypontra zuhant, hónapokon keresztül bizonytalanság jellemezte a turisztikai szektorban vállalkozó, dolgozó

emberek életét. A válság kezelésére nem létezett bevált, követhető minta vagy példa, és ahogy azt a szakirodalmi áttekintés is alátámasztja, a turizmus sajátos, helyi összetevői más-más hatást váltottak ki a különböző desztinációkban.

A „sajátos tényezők” sorából Ukrajna, és így Kárpátalja esetében is ki kell emelnünk a 2014-es orosz-ukrán konfliktust és ennek egyik turizmusban is jól érezhető hatását. Az ország iránti nemzetközi érdeklődés visszaesett, melynek következtében már évekkel ezelőtt megindult a belföldi kereslet irányába történő átállás, míg más országokban a szakemberek a belföldi piac felé fordulást a pandémia kezelésének egyik eredményes eszközeként javasolták. Ettől függetlenül csak nagy nehézségek árán sikerült átélniük a helyi vállalkozóknak a pandémiás időszakot, mivel Ukrajna fejlődő országgént nem tudott jelentős támogatást biztosítani a turisztikai piac szereplőinek. Ez utóbbi tény markánsan megmutatkozott empirikus kutatásunkban is.

A helyzet válságos voltát jól tükrözi, hogy a kutatásba bevont kárpátaljai magyar turisztikai szereplők közül egyetlen olyan vállalkozó sem volt, aki veszteség nélkül vészelte volna át a pandémia időszakát. A járvány, illetve a karanténintézkedések miatt a vállalkozók forgalma 2020-ban átlagosan 70,5%-kal esett vissza az előző évhez képest. Ebben az extrém időszakban az említett turisztikai szereplők, akiknek túlnyomó többsége a mikro- és kisvállalkozás kategóriába sorolható, az átlagosnál is sokkal kiszolgáltatottabb helyzetbe kerültek.

A vállalkozók túlélési esélyeit néhány helyi sajátosság növelte. A megye idegenforgalmi szereplői egy kevésbé frekvenciát, nagy tömegektől mentes turisztikai desztináció szereplőiként viszonylag nagyobb biztonságban fogadhatták vendégeiket. A „biztonságérzet” ukrain kontextusban mást is jelent 2014 óta: Kárpátalját az országon belül mindenki biztonságos területnek tartotta és tartja ma is. A pandémia időszakában előtérbe kerültek a kedvező természeti adottságokkal rendelkező területek, így javult a megye országos pozíciója, és a karantén ideje alatt összezsugorodó belföldi idegenforgalmi piacon egyre több mutató alapján került be a vezető területi egységek rangsorába. Mindez a karanténintézkedések enyhülő időszakaiban volt érzékelhető, amikor tömegesen jelentek meg a megyében a belföldi turisták.

Pozitívum, hogy a teljes lockdown ideje alatt a turisztikai szereplők nagy része (84%) igyekezett vállalkozása fejlesztésére koncentrálni, viszont a vidék „elmaradottsága” következtében a megkérdezett turisztikai vállalkozók így sem tudtak igazán érvényesülni, sem az online értékesítés területén, sem az új piaci lehetőségek feltárásában. A megkérdezettek hagyományos módon kezelték a felmerülő problémákat, és a pandémia ideje alatt elvégzett fejlesztések a turisztikai piac korábbi helyzetéhez igazodtak, így került sok esetben előtérbe a belső felújítás, az új eszközök beszerzése, a komfortfokozat emelése vagy a telekszépítés.

A karantén ideje alatt sokan (31%) szinte ösztönösen tettek lépéseket vállalkozásuk online jelenlétének növelésére, de a világháló adta lehetőségeket csak a kézművesek, a borászok és részben a vendéglátósok tudták hasznosítani. Előbbi-

ek elsősorban azért, mert már korábban is rendelkeztek online értékesítési tapasztalattal, illetve termékeik külső érintkezés nélkül is piacra vihetők. A vendéglátóhelyek egy része megpróbált átállni kiszállításra, de többségük így sem tudta a szűk helyi kereslettel pótolni a kieső turistaforgalmat.

Kárpátalja lakossága, így a vállalkozók is hozzá vannak szokva a viszontagságos és a folyamatosan változó körülményekhez, éppen ezért mindenki igyekszik több lábon állni, több megélhetési lehetőséget keresni. A kutatásból kiderült, hogy a Covid világjárvány hatásaival a turisztikai vállalkozások nehezen birkóztak meg, viszont szembesültek működésük gyenge pontjaival. A jövőben erőteljesebben ki kell használniuk az online platformok adta reklámozási és értékesítési lehetőségeket, saját honlap és/vagy közösségi oldal létrehozásával, online foglalási és rendelési felületek alkalmazásával. A világjárvány során szerzett tapasztalatokat, elsősorban az éttermek és a szállásszolgáltatás esetében, figyelembe venni a vállalkozások fejlesztésénél, ilyen például a magasabb fokú higiénia vagy az érintésmentes fizetés biztosítása. Érdemes lenne az alternatív jövedelemszerzési tevékenységek körét bővíteni, még akkor is, ha sokan nem fő megélhetési forrásként tekintenek a turizmusra. A falusi vendégfogadók például bekapcsolódhatnak a helyi termékek előállításába, amelyeket online is tudnának értékesíteni és csomagküldő szolgálattal célba juttatni, ahogy azt a helyi borászok is teszik (Sass, Berghauer 2019). De a falusi porták szakosodásával (pl. bioporta, magyar ételek gasztroportája) is lehetne szegmentálni a belföldi piacot, és különleges programajánlatokkal növelni a forgalmat. Az utazásszervezők és idegenvezetők pedig a szűkebb környezetükben, így a Kárpátalján élők számára programokat szervezhetnek a megye városaiba, illetve kijánlhatják a vendégek számára a természet által kínált és biztonságosabbnak tartott lehetőségeket.

Jegyzet

- 1 Második otthon: túlnyomóan szabadidőben és csak átmenetileg (hétköznapiakon a munkaidő után, hétvégeken vagy a szabadság ideje alatt), és elsősorban szabadidős célokra használt lakások, házak. http://real.mtak.hu/111408/1/2020_2_ECO_006_Csordas.pdf

Irodalom

- Al-Tawfiq, J. A., Zumla, A., Memish, Z. A. (2014): Travel implications of emerging coronaviruses: SARS and MERS-CoV. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 5., 422-428. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2014.06.007>
- ÁTÜ / ДАРТ (Állami Turizmusfejlesztési Ügynökség / Державне агентство розвитку туризму) (2021): Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та візніого туризму українціє». <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9mujGJjEUCfkzBfAsIVbke9A/view> (Letöltés: 2022. 01. 28.)

- Berghauer S. (2010): Turizmus Kárpátalján. *Modern Geográfia*, 2., 31-54. http://www.moderngeografia.eu/wp-content/uploads/2012/02/berghauer_sandor_2010_2.pdf
- Berghauer S. (2012): *A turizmus, mint kitörési pont Kárpátalján (?) (Értekek, remények, lehetőségek Ukrajna legnyugatibb megyéjében)*. Phd-értekezés, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola
- Cahyanto, I., Wiblishauser, M., Pennington-Gray, L., Schroeder, A. (2016): The dynamics of travel avoidance: The case of Ebola in the U.S. *Tourism Management Perspectives*, 20., 195-203. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.09.004>
- CCSA (Committee for the Coordination of Statistical Activities): *How COVID-19 is Changing the World: A Statistical Perspective* – May 2020. <https://unstats.un.org/unsd/ccsa/documents/covid19-report-ccsa.pdf> (Letöltés: 2022. 02. 19.)
- Chang, C. L., McAleer, M., Ramos, V. (2020): A charter for sustainable tourism after COVID-19. *Sustainability*, 9., 3671 <https://doi.org/10.3390/su12093671>
- Cheer, J. M. (2020): Human flourishing, tourism transformation and COVID-19: a conceptual touchstone. *Tourism Geographies*, 3., 514-524. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1765016>
- Coomes, S., Huston, K., Mangeot, M. (2020): The future of bourbon tourism. In: *The Rebirth of Bourbon: Building a Tourism Economy in Small-Town, USA (Economics of Vice)*. Emerald Publishing Limited, 113-137. <https://doi.org/10.1108/978-1-83867-711-420201009>
- Djalante, R., Lassa Setiamarga, J. D., Mahfud, C., Sudjatma, A. Indrawan, M., Haryanto, B., Sinopoy, M. S., Rafliana, I., Djalante, S., Gunawan, L. A., Anindito, R., Warsilah, H., Surtiari, I. G. A. (2020): Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: period of January to March 2020. *Progress in Disaster Science*, 6., 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.pdisas.2020.100091>
- Dube, K., Nhamo, G., Chikodzi, D. (2021): COVID-19 pandemic and prospect for recovery of the global aviation industry. *Journal of Air Transport Management*, 92. 102022 <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2021.102022>
- Duguleana C., Duguleana, L. (2020): EU Countries Fighting the Covid-19 Pandemic. *Bulletin of the Transylvania University of Brasov*, 1., 123-132. <https://doi.org/10.31926/but.es.2020.13.62.1.14>
- Giampiccoli, A., Saayman, M. (2016): Community-based tourism: from a local to a global push. *Acta Commercii*, 1., 1-10. <https://doi.org/10.4102/ac.v16i1.372>
- Gonda T., Raffay Z. (2021): Környezettudatosak-e a hazai turisták? *Turizmus Bulletin*, 2., 4-14. <https://doi.org/10.14267/TURBULL.2021v21n2.1>
- Gössling, S., Scott, D., Hall, M. C. (2021): Pandemic, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 1., 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Grotte J., Pató Gáborné Szűcs B., Hollósy-Vadász G. (2021): HR kihívások a pandémia idején a hazai szállodaiiparban és a vendéglátásban. *Új Munkügyi Szemle*, 2., 65-77. <http://real.mtak.hu/123557/1/megjelent.pdf>
- Hall, C. M., Scott, D., Gössling, S. (2020): Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 3., 577-598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Hall, C. M. (2010): Crisis events in tourism: Subject of crisis in tourism. *Current Issues in Tourism*, 5., 401-417. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2010.491900>
- Hall, C. M. (2015): The coming perfect storm: medical tourism as a biosecurity issue. In: Lunt, N., Horsfall, D., Hanefeld, J. (eds.): *Handbook on Medical Tourism and Patient Mobility*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 193-204. <https://doi.org/10.4337/9781783471195.00029>
- Hao, F., Xiao, Q., Chon, K. (2020): COVID-19 and China's Hotel Industry: Impacts, a Disaster Management Framework, and Post-Pandemic Agenda. *International Journal of Hospitality Management*, 90., 102636 <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102636>
- Higgins-Desbiolles, F. (2020): Socialising tourism for social and ecological justice after COVID-19. *Tourism Geographies*, 3., 610-623. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1757748>
- Horeczki R., Finta I. (2022): Prosperáló vidék a pandémia árnyékában. Beszámoló a IX. Falukonferenciáról. *Tér és Társadalom*, 1., 169-172. <https://doi.org/10.17649/TET.36.1.3393>
- Huynh, D. V., Truong, T. T. K., Duong, L. H., Nguyen, N. T., Dao, G. V. H., Dao, C. N. (2021): The COVID-19 pandemic and its impacts on tourism business in a developing city: insight from Vietnam. *Economic*, 4., 172. <https://doi.org/10.3390/economies9040172>

- Jamal, T., Budke, C. (2020): Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action. *Journal of Tourism Futures*, 6., 181-188. <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2020-0014>
- Jóna L. (2020): A COVID-19 járvány hatása a közösségi terek használatára és jövőjére. *Tér és Társadalom*, 3., 295-306. <https://doi.org/10.17649/TET.34.3.3289>
- Joo, H., Henry, R. E., Lee, Y. K., Berro, A., Maskery, B. A. (2019): The effect of past SARS experience and proximity on declines in number of travellers to the Republic of Korea during the 2015 MERS outbreak: A retrospective study. *Travel Medicine and Infectious Disease*, 30., 54-66. <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2019.05.009>
- Karyy, O., Balyk, U., Kara, N. (2021): Tourism territorial branding in the conditions of the Covid-19 pandemic (on the example of Ukraine and Poland). *Baltic Journal of Economic Studies*, 7., 91-100. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2021-7-4-91-100>
- Kim, J., Kim, J., Lee, S. K., Tang, L. (2020): Effects of epidemic disease outbreaks on financial performance of restaurants: event study method approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43., 32-41. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.01.015>
- Korinth, B. (2020): The impact of COVID-19 on foreign travel plans of Polish tourist in 2020. *Studia Perieget*, 4., 59-69. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.6585>
- Korinth, B. (2022): Impact of the COVID-19 Pandemic on International Tourism Income in Tourism Receiving Countries. *Sustainability*, 12550. <https://doi.org/10.3390/su141912550>
- Korstanje, M. E. (2021): Tourism Disaster Preparedness Post-COVID-19 Pandemic: The Example of Argentina. In: Gowreesunkar, V. GB., Maingi, S. W., Micera, R. (eds.): *Tourism Destination Management in a Post-Pandemic Context*. Emerald Publishing, 69-84. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-511-020211005>
- Kovály K., Erőss Á., Tátrai P. (2017): „Hát megpróbálunk küzdeni”: átalakuló boldogulási stratégiák Kárpátalján az Euromajdan után. *Tér és Társadalom*, 2., 3-22. <https://doi.org/10.1749/TET.31.2.2851>
- Kuo, H. I., Chen, C. C., Tseng, W. C., Ju, L. F., Huang, B. W. (2008): Assessing impact of SARS and Avian Flu on international tourism demand to Asia. *Tourism Management*, 5., 917-928. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.10.006>
- Molnár J., Molnár D. I. (2005): *Kárpátalja népessége és magyarsága a népszámlálási és népmozgalmi adatok tükrében*. Kárpátaljai Magyar Pedagógusszövetség Tankönyv- és Taneszköztanács, Beregszász, 120. https://konyvbirodalom.at.ua/term_tud/Molnar_Jozsef_-Karpatalja_nepessege.pdf (Leültetés: 2022. 02. 20.)
- Moreno-Luna, L., Robina-Ramírez, R., Sánchez, M. S., O, Castro-Serrano, J. (2021): Tourism and Sustainability in Times of COVID-19: The Case of Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 4., 1-21. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041859>
- Mtapuir, O., Giampiccolo, A. (2020): Toward a model of just tourism: a proposal. *Social Sciences*, 9., 1-19. <https://doi.org/10.3390/socsci9040034>
- Navarrete, A. P., Shawn, G. (2020): Spa tourism opportunities as strategic sector in aiding recovery from Covid-19: The Spanish model. *Tourism and Hospitality Research*, 2., 245-250. <https://doi.org/10.1177%2F1467358420970626>
- Nemes G., Tomay K., Sulyok J., Orbán É. (2022): Nekem a Balaton a Riviéra – turisztikai dzsentrifikáció a Balaton-felvidéken a COVID-19 járvány idején. *Tér és Társadalom*, 2., 99-122. <https://doi.org/10.17649/TET.36.2.3427>
- Nicola, M., Alsafi, Z., Sohrabi, C., Kerwan, A., Jabir, A. A., Iosifidis, C., Agha, M., Agha, R. (2020): The socio-economic implications of the coronavirus pandemic (COVID-19): A review. *International Journal of Surgery*, 78., 185-193. <https://doi.org/10.1016/j.ijisu.2020.04.018>
- Novelli, M., Burgess, L. G., Jones, A., Ritchie, B. W. (2018): „No Ebola... still doomed” – The Ebola-induced tourism crisis. *Annals of Tourism Research*, 70., 76-87. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.03.006>
- Ozbay, G., Sariisik, M., Ceylan, V. (2021): A comparative evaluation between the impact of previous outbreaks and COVID-19 on the tourism industry. *International Hospitality Review*, 1., 1-18. <https://doi.org/10.1108/IHR-05-2020-0015>
- Pappas, N., Glyptou, K. (2021): Accommodation decision-making during the COVID-19 pandemic: Complexity insights from Greece. *International Journal and Hospitality Management*, 93., 102767. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102767>

- Pffor, C., Hoise, P. J. (2008): Crisis management in tourism: Preparing for recovery. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2-4., 249-264. https://doi.org/10.1300/J073v23n02_19
- Quirini-Poplowski, L., Tomczewska-Popowycz, N., Dorocki, S. (2021): Ups And Downs of Tourism in Ukraine: The Unobserved Component Model Approach. *International Business Information Management Association (IBIMA)*, Cordoba, 12493-12509. <http://ibima.org/accepted-paper/ups-and-downs-of-tourism-in-ukraine-the-unobserved-component-model-approach/> (Letöltés: 2022. 01. 23.)
- Raffay Z. (2020): A COVID-19 járvány hatása a turisták fogyasztói magatartásának változására. In: Ercsey I. (szerk.): *Marketing a digitalizáció korában*. Széchenyi István Egyetem, Győr, 347-356. https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/008_A%20COVID-19%20jarvany%20hatasa%20a%20turistak%20fogyasztoi%20magatartasanak%20valtozasara.pdf (Letöltés: 2022. 01. 21.)
- Raptopoulou-Gigi, M. (2003): Severe acute respiratory syndrome (SARS): A new emerging disease in the 21st century. *Hippokratia*, 7., 81-83. <https://www.hippokratia.gr/images/PDF/7-2/408.pdf>
- Rassy, D., Smith, R. D. (2013): The economic impact of H1N1 on Mexico's tourist and pork sector. *Health Economic*, 7., 824-834. <https://doi.org/10.1002/hec.2862>
- Rutynskiy, M., Kushniruk, H. (2020): The impact of quarantine due to COVID-19 on the tourism industry in Lviv (Ukraine). *Problems and Perspectives in Management*, 2., 194-205. [https://doi.org/10.21511/ppm.18\(2\).2020.17](https://doi.org/10.21511/ppm.18(2).2020.17)
- Sass E. (2008): Kárpátalja Ukrajna turizmusában betöltött szerepének vizsgálata. In: Szónokyné Ancsin G. (szerk): *Magyarok a Kárpát medencében. Tudományos nemzetközi konferencia*. Szeged, CD-Rom, 465-476.
- Sass E. (2019): *A kárpátaljai Beregvidék falusi turizmusának helyzete és fejlődési lehetőségei*. PhD értekezés, Pécsi Tudományegyetem, Természettudományi Kar, Földtudományok Doktori Iskola
- Sass, E. (2020): The Impact of Eastern Ukrainian Armed Conflict on Tourism in Ukraine. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 2., 880-888. <https://doi.org/10.30892/gtg.302spl14-518>
- Sass E., Berghauer S. (2019): *Kárpátalja magyarlakta területeinek turisztikai helyzetfelmérése*. Kutatási beszámoló. Kárpátaljai Magyar Turisztikai Tanács, Gáborprint, Beregszász, 66. http://real.mtak.hu/108940/1/Helyzetfelmeres_1_e-pub.pdf
- Sass E., Berghauer S. (2020): Helyzetkép az Egán Ede Kárpátaljai Gazdaságfejlesztési Program turizmusra gyakorolt hatásairól. In: Berghauer S., Dávid L. D., Dnyisztrjanszkij M., Fodor Gy., Gergely L., Gönczy S., Izsák T., Mocá A., Molnár D. I., Molnár J., Nagy T., Oláh N., Papp G., Sass E., Scsuka H., Tóth A., Vince T., Virván O. (szerk.): *Társadalomföldrajzi folyamatok Kelet-Közép-Európában: problémák, tendenciák, irányzatok*. Nemzetközi földrajzi konferencia, tanulmánykötet, 2. kötet, „RIK-U” Kft., Ungvár, 575-584.
- Seraphin, H., Dosquet, F. (2020): Mountain tourism and second home tourism as post COVID-19 lockdown placebo? *Worldwide Hospitality and Tourism Theme*, 4., 485-500. <https://doi.org/10.1108/WHATT-05-2020-0027>
- Sigala, M. (2020): Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117., 312-321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Silva, L. (2021): The impact of the COVID-19 pandemic on rural tourism: case study from Portugal. *Anatolia. An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 1., 157-159. <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1875015>
- Sobaih, A., Elshaer, I., Hasanein, A., Abdelaziz, A. (2021): Responses to COVID-19: the role of performance in the relationship between small hospitality enterprises' resilience and sustainable tourism development. *International Journal of Hospitality Management*, 1:102824 <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102824>
- Tatem, A. J. (2014): Mapping population and pathogen movements. *International Health*, 1., 5-11. <https://doi.org/10.1093/inthealth/ihu006>
- Ugur, N. G., Akbiyik, A. (2020): Impact of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36:100744 <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>

- Vaishar, A., Šfastná, M. (2020): Impact of the COVID-19 pandemic on rural tourism in Czechia: Preliminary considerations. *Current Issues in Tourism*, 2., 187-191. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1839027>
- Van Nguyen, H., Van Hoang, M., Dao, A. T., Nguyen, H. L., Van Nguyen, T., Nguyen, P. T., Khuong, L. Q., Le, P. M., Gilmour, S. (2020): An adaptive model of health system organization and responses helped Vietnam to successfully halt the Covid-19 pandemic: What lessons can be learned from a resource-constrained country. *The International Journal of Health Planning and Management*, 5., 988-992. <http://dx.doi.org/10.1002/hpm.3004>
- Volgger, M., Taplin, R., Aebli, A. (2021): Recovery of domestic tourism during the COVID-19 pandemic: An experimental comparison of interventions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48., 428-440. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.015>
- Wieprow, J., Gawlik, A. (2021): The use of discriminant analysis to assess the risk of bankruptcy of enterprises in crisis conditions using the example of the tourism sector is Poland. *Risk*, 4., 1-11. <http://dx.doi.org/10.3390/risks9040078>
- Wilson, M. E. (1995): Travel and the Emergence of Infectious Diseases. *Journal of Emerging Infectious Diseases*, 1., 39-46. https://www.researchgate.net/publication/14304188_Travel_and_the_Emergence_of_Infectious_Diseases (Letöltés: 2022. 01. 14.)
- Wilson, M. E. (2010): Global travel and emerging infections. In: Mack, A., Choffnes, E. R., Relman, D. A. (eds.): *Infectious disease a borderless world*. The National Academies Press, Washington DC, 90-104. https://www.researchgate.net/publication/286141065_Global_travel_and_emerging_infections/citations (Letöltés: 2022. 02. 23.)
- Zeng, B., Carter, R. W., De Lacy, T. (2005): Short-term perturbations and tourism effects: The case of SARS in China. *Current Issues in Tourism*, 4., 306-322. <https://doi.org/10.1080/13683500508668220>
- Zenker, S., Braun, E., Gyimothy Mørup-Petersen, Sz. (2021): Too afraid to Travel? Development of a Pandemic (COVID-19) Anxiety Travel Scale. *Tourism Management*, 84 [104286] <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104286>

Internetes források

- https://hvg.hu/gazdasag/20210706_Budapesti_szallodak_Nem_lesz_itt_turizmus (Letöltés: 2022. 01. 04.)
- <https://turizmus.com/szabalyozas-orszagmarketing/unwto-2020-ban-tortenetenek-legrosszabb-ebet-zarta-a-turizmus-1173329> (Letöltés: 2022. 01. 04.)
- https://www.aiest.org/fileadmin/ablage/dokumente/Covid-Reports/Report_20200418_Business_Response.pdf (Letöltés: 2022. 01. 04.)
- <https://www.portfolio.hu/uzlet/20201008/iden-mar-tobb-mint-40-legitarsasag-ment-csodbe-es-most-jon-meg-csak-a-neheze-452072> (Letöltés: 2022. 01. 04.)
- <https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism> (Letöltés: 2022. 01. 04.)
- <https://datastudio.google.com/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70b-ddb7f5568c68/page/w55UC> (Letöltés: 2022. 03. 04.)
- <https://datastudio.google.com/reporting/ef4e05ee-33c4-49af-b70b-ddb7f5568c68/page/n1BVC> (Letöltés: 2022. 03. 04.)
- <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2021-roci-v-ukrayini-naybilshe-vitrachali-groshey-turisti-z-oe> (Letöltés: 2022. 03. 14.)
- <https://www.tourism.gov.ua/blog/doslidzhennya-dart-zvidki-ukrayinci-berut-nathnennya-napodorozhi> (Letöltés: 2022. 03. 07.)
- <https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-otrimala-rekordi-244-mln-grn-turistichnogo-zboru> (Letöltés: 2022. 03. 12.)

<https://dif.org.ua/article/gromadska-dumka-ukraintsiv-shchodo-problem-pri-peretini-derzhavnogo-kordonu-ukraini> (Letöltés: 2022. 03. 07.)

<https://kmsz.com.ua/2020/06/23/folytatodik-az-egan-ede-karpataljai-gazdasagfejlesztési-program/> (Letöltés: 2022. 06. 28.)

<https://www.vg.hu/nemzetkozi-gazdasag/2022/08/minden-amit-az-europai-repteri-kaoszrol-tudni-kell> (Letöltés: 2022. 12. 01.)