

Kényszerturizmus Beregszászon (Kárpátalja)

1. Bevezetés

Turizmus nincs motiváció, diszkrécionális jövedelem, lakóhelyen kívüli helyváltoztatás és élményszerzés nélkül. Egy családi utazás megtervezése, a kiválasztott desztináció felkeresése, élmények begyűjtése, az utazásra spórolt pénz felhasználása az általános képet festi a turizmusról és a turistává válásról. Felmerül a kérdés, mi a helyzet akkor, ha környezetünk áldozatává válunk, és a külső tényezők hatására leszünk a turizmusipar részesei.

Tanulmányunk célja, hogy bemutassa azokat az állapotokat, amelyek Kárpátalján, Beregszászon alakultak ki a háborús cselekmények hatására. A változások egyértelműen jelen vannak Ukrajna minden megyéjének idegenforgalmában, mivel teljes egészében átalakult a turisztikai szektor a gazdaság más ágazataival együtt. Ennek nyomon követésére egy felmérést készítettünk, melynek eredményeit az alábbi tanulmány hivott bemutatni.

2. A kényszerturizmus meghatározása

Mikor tekinthetünk egy adott idegenforgalmi tevékenységet kényszerturizmusnak? Általánosságban elmondható, hogy ez akkor történhet meg, ha az utazásunk során az eredeti motivációnk a helyszínen meghiúsul. A legtöbb esetben ilyenkor rögtön nem indulunk haza, hanem „B” tervet készítünk. Erről nyilatkozott például a tihanyi bencés apátság perjele is, aki az apátságba ellátogatók többségét kényszerturistának tekint¹, akik rossz idő esetén térnek be hozzájuk. A környező természeti értékek általában nagyobb vonzerőt jelentenek. A világ számos

* Gergely Lívía, tanársegéd, II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola, Földrajz és Turizmus Tanszék, Beregszász, Ukrajna

** Vasvári Mária, egyetemi docens, Debreceni Egyetem, Tájvédelmi és Környezetföldrajzi Tanszék, Debrecen, Magyarország

¹ MIHÁLYI, J. (2021): *Harminc évig nem kell hozzányúlni a tihanyi bencés apátsághoz*. <https://magyarnemzet.hu/belfold/2021/08/harminc-evig-nem-kell-hozzanyulni-a-tihanyi-bences-apatsaghoz> (letöltés: 2024.05.21.).

régiójában találkozhatunk ezzel a jelenséggel, amikor a látogatók csak másodlagos desztinációként keresnek fel egyes helyszíneket különböző külső tényezők miatt. Emellett meg kell jegyezni, hogy egy turista különböző desztináció-szinteken haladva jut el végső célpontjához, a nemzetközi kínálatból fokozatos szűrés és szűkítés által.² Ezek mind szokásosnak mondható cselekvés-formák az idegenforgalmon belül. A kényszerű indíttatású utazások általában komoly háttérrel rendelkeznek, és nem csak a kellemetlen időjárás feltételek, vagy a felkeresett vonzerő nem megfelelő attraktivitása hívja őket életre.

A covid is az idegenforgalom kényszerű megjelenési formáit alakította ki, mivel a pandémia hatására jelentősen beszűkült a turisztikai élettér, annak helyszínei és lehetőségei. Az utazók olyan desztinációkat választottak, amelyek elérhetőek voltak. A karanténból való kiszabadulás, mint új utazási motiváció erőteljesen jelent meg 2020-ban.³ A koronavírus utazásra gyakorolt hatásában abszolút érzékelhető volt az a fajta magatartás az utazók részéről, hogy mindegy milyen desztinációt látogatnak meg, mindegy hová utaznak, csak legyen lehetőség a szabad mozgás valamilyen formájára, amely általában attrakcióhoz volt köthető. Tehát, a covid egy újfajta utazási jellemvonást teremtett meg.⁴

Arról is olvashatunk, főként a fiatal generáció esetében, hogy valaki azért utazik, mert a környezetében élők így tesznek; nem saját, belső indíttatás hatására dönt az utazásról.⁵ Sokszor meghatározó jelenség az ő esetükben, hogy egyes helyszínek meglátogatását akár csak egy „szelfi” elkészítésével kötik össze. Számukra az attrakció jelenthet egy általuk fontosnak ítélt helyszínt, akár forgatási helyszínt, ahol kedvenc filmes karakterük jelent meg valamilyen formában. Emellett náluk szükségletként jelenik meg az újdonság, kaland keresése, idegen kultúrák megismerése

² PISKÓTI, I. (2007): *Desztináció-menedzsment lépésről-lépésre*. Módszertani füzet desztináció-menedzsment szervezetek létrehozásához és működtetéséhez az Észak-magyarország Turisztikai Régió példáján. Eger-Miskolc 2007. április.

³ BEHRINGER, ZS., TEVELY T., BUDAVÁRI, B., HINEK, M. (2021): *Utazás a pandémia árnyékában – avagy hogyan változtak a magyar lakosság utazási szokásai, illetve fogyasztói döntései a világvárvány idején*. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok. 6(4):101-114.

⁴ KÖKÉNY, L., KENESEI, ZS. (2022): *A turisztikai fogyasztók magatartásának vizsgálata a Covid19-pandémia első hullámának árnyékában*. A Covid19-járvány társadalmi hatásai – Tanulmányok. 12. Évf. 4. Szám .

⁵ STREIT, E. (2014): *A fiatal generáció utazási döntéseinek marketingszemponútú elemzése*. E-Conom 3(12). pp. 66-79. https://epa.oszk.hu/02300/02301/00005/pdf/EPA02301_e-conom_2014_01_06.pdf.

utáni vágy. Az is bizonyított, hogy a turisták sohasem egy motivációra építenek utazásuk szervezése során, hanem másodlagos attrakciókat, vonzerőket is választanak. Az utazni vágyó személyek egyre nagyobb igényekkel rendelkeznek: pihenésre, kikapcsolódásra, élményekre és minőségre vágnak.⁶

Az utazási motivációk között két nagy csoportot különböztetünk meg: a push és a pull faktort.⁷ A pull faktor azon tényezők összességét jelenti, amely a turistákat adott desztinációkhoz vonzza (tenger, természeti értékek, kultúra). A push faktor összetevői pedig a turistákat jelenlegi élethelyzetük elhagyására készítetik, melynek különböző okai lehetnek: menekülés vészhelyzetek elől, vagy akár csak a megszokott mindennapi tevékenységek és unalom elől.

Az otthon elhagyásának hátterében a következő tényezők is állhatnak: környezeti válság (trópusi ciklon által elpusztított terület, árvíz, tüzek, légszennyezés, ökoszisztéma-szolgáltatások elvesztése) vagy különböző gazdasági, politikai, társadalmi vagy kulturális tényezők.⁸ Több százezren hagyják el lakóhelyeiket, anélkül, hogy annak turisztikai indítatása lenne, mégis a fogadó desztináció kényszer turistáivá válnak. Hogy jó-e nekik a kialakult helyzet? A válasz a legtöbb esetben természetesen az, hogy nem. Magukat turistáknak tekintik-e? A válasz hasonlóan a nem lesz! Ők nem szimpla turisták, ők kényszer turisták és ők a kényszer turizmus megélői, „elszenvedői” lesznek. Mitől kényszer? Attól, hogy külső okok hatnak a cselekvéseikre. Mitől marad turizmus? Például attól, hogy az adott céljuk eléréséhez (legyen az akár egy új ország) az útközben elérhető turisztikai szolgáltatók bevételt realizálnak költségeikből.

Ukrajnában, így Kárpátalján is hasonló helyzet alakult ki. A hadi cselekmények következtében sok ember kényszerült elhagyni lakóhelyét. Az ország belső területei felől jelentős embertömeg-áramlás volt megfigyelhető, mely teljesen megváltoztatta a nyugati területek mindennapjait.

⁶ MÜLLER, A., KÖNYVES, E. (2006): *Az egészségturizmus lehetőségei az Észak-alföldi régióban*. In: Acta Academiae Pedagogicae Agriensis- Az Eszterházy Károly Főiskola tudományos közleményei. XXXIII. Kötet. Eger.132-144.p.

⁷ HINEK, M. (2007): *A push és a pull motivációk szerepe a magyarok szabadidős utazásai során*. Turizmus Bulletin 17(1-2). pp. 5-14.

⁸ HERRERO, Y. (2019): *Forced tourism or: Travelling without Economy class*. <https://stay-grounded.org/forced-tourism/> (letöltés:2014.05.21.).

A covid idején is megtapasztalhattuk, hogy milyen az, mikor a turizmusnak csak kényszerű változatát tudjuk igénybe venni.⁹ Az időszaki enyhítések – bár külföldi utazásokat csak korlátozottan tettek lehetővé – során az utazók nagy része csak belföldi desztinációkat választhatott. A nemzetközi idegenforgalom szabadsága jelentősen csökkent, ez által nagyobb hangsúly jutott a hazai attrakciók látogatására. A turisztikai kínálat jóval szerényebb lett, a turista pedig – mivel más lehetőség nem állt rendelkezésére – kénytelen volt ezen szűkösebb repertoárból választani.¹⁰

Kutatásunkban a hipotézis-felvetéseinket arra alapoztuk, hogy a háború negatív hatásai minden esetben veszteségeket produkálnak majd a vendéglátóegységek forgalmában: csökkenő vendégszámot, csökkenő bevételt, átalakult vendégkört és megváltozott szolgáltatásokat feltételeztünk. Továbbá, fontosnak tartottuk megvizsgálni, hogy tud-e az idegenforgalom működni ilyen extrém körülmények között.

Mivel adott állapotokat leginkább kérdőívek vagy interjúk segítségével a legcélszerűbb felmérni, így mi a két módszer ötvözetét alkalmaztuk a feltárás lebonyolításához. Nagyrészt veszteségekre szeretnénk volna rámutatni, viszont ezzel ellentétben voltak olyan vendéglátóhelyek, ahol a háború közvetlen hatásai növekedést produkáltak.

Tehát, a kényszerturizmus különböző módon nyilvánulhat meg, igen változatos – a már fent említett – tényezők idézhetik elő. Kutatásunk eredményeinek prezentálása által szeretnénk bemutatni a Kárpátaljára, Beregszászra vonatkozó sajátosságokat, az utóbbi időben lezajló változásokat. Valamint a tanulmány záróakkordjaként a vizsgált terület rezilienciára való lehetőségeit is szeretnénk kitérni.

3. Anyag és módszer

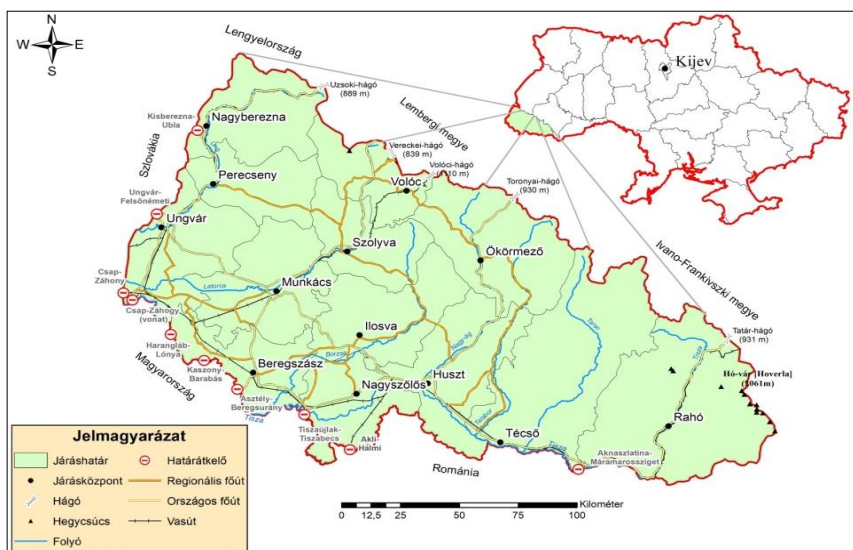
Az adott téma feltárásához több módszert is alkalmaztuk. Először a kutatásunkhoz kapcsolódó szakirodalmak gyűjtését és rendszerezését végeztük, mely szekunder elemként fontos alapot biztosított számunkra. A magyar és nemzetközi szakirodalmak tanulmányozása teremtette meg

⁹ TOMEJ, K., BILYNETS, I., KOVAL, O. (2023): *Tourism business resilience in the time of war the first three months following Russia's invasion of Ukraine*. *Annals of Tourism Research*. 99 (2023) 103547.

¹⁰ SASS, E., BERGHAUER, S., TÓTH A., LINC A. (2023): *A Covid-19 hatása a magyar idegenforgalmi vállalkozók turisztikai tevékenységére Kárpátalján*. *Tér és Társadalom* 37(3):176.

a téma elméleti alátámasztását. Az irodalmak használata mellett egy strukturált interjú vázlatát készítettünk el, melyben direkt-specifikus kérdéseket állítottunk össze a helyi jellemvonások ismeretét figyelembe véve. A kutatást egy viszonylag kis mintaterületen valósítottuk meg; választásunk Beregszász városára esett, amely a Beregszászi járás, valamint a Beregszászi kistérség székhelye is egyben, illetve jelentős regionális központ a Kárpátalján élő magyarság tekintetében.

A város területe 19 km², lakossága a legutolsó hivatalos népszámlálás adatai alapján 26 600 fő (2001). Egy 2020-as becslés szerint ez a szám 23 500 fő. A város Kárpátalja délnyugati részén helyezkedik el, a megyeszékhelytől, Ungvártól 72 km-re, a Beregsurány – Asztély magyar-ukrán határátkelőtől 6 km-re fekszik. Megyei jelentőségű város.



1. ábra: Beregszász elhelyezkedése

Forrás - Sass E.: A kárpátaljai Beregvidék falusi turizmusának helyzete és fejlődési lehetőségei

A Beregszászon funkcionáló vendéglátóhelyek számát illetően pontos adataink nincsenek, mivel a háború következtében sok egység bezárt, vagy csak korlátozott munkarendben működnek. Empirikus feltérképezés segítségével viszont 52 olyan objektumot találtunk, amelyek a háborús események ellenére is nyitva tartanak, és aktív vendégforgalmat bonyolítanak le. Ezek közül 24, különböző profilú (hotel és étterem, étterem, pizzázó, cukrászda, gyorsétterem) vendéglátóegységet kerestünk

fel; a helyszíneket véletlenszerűen jelöltük ki. A 24 helyszín közül 5 objektumnál – különböző okok miatt – a lekérdezés félbeszakadt, 2 vendéglátóegységénél pedig nem szerettek volna válaszolni. Így az eredményeink 17 objektumban történt interjúzás alapján születtek. Az adatgyűjtés ezáltal valósult meg.

Az interjúalanyok kiválasztásánál a legfontosabb szempont az volt számunkra, hogy az adott vendéglátóegységeknél prominens személyeket kérdezzünk meg, tehát vagy magát a tulajdonost, vagy az üzletvezetőt, mivel az ő rálátásuk a legnagyobb és legpontosabb adott objektumokkal kapcsolatban.

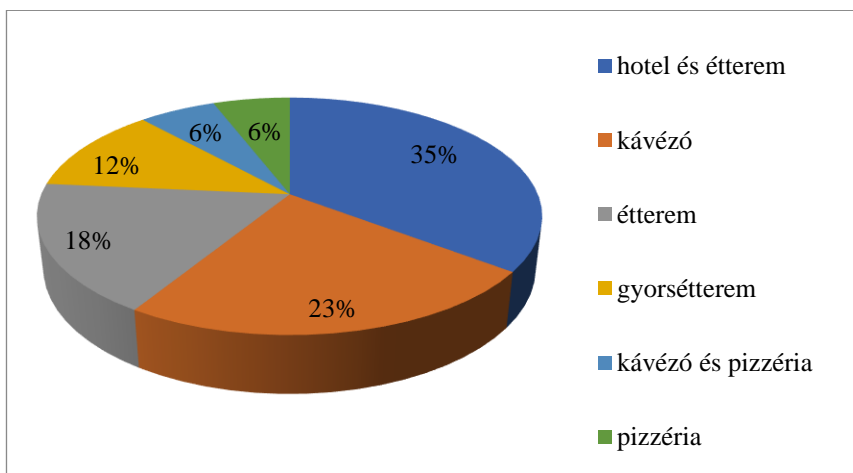
A lekérdezésre 2023. októberében került sor, így az eredményeink azokat az állapotokat tükrözik. Az interjúzás lehetőséget adott a személyes elbeszélgetéshez is, így nem csak a szűkebbre szabott, előre megfogalmazott kérdések hangzottak el, hanem menet közben felmerülő probléma-felvetések is, amelyek még inkább színesebb eredményeket produkáltak.

A 17 strukturált interjú adatait a Microsoft Excel táblázatkezelő programba vittük be, majd az összesített eredményekből dolgoztunk. Ezek alapján születtek a diagramjaink, amelyek százalékos arányban mutatják az elhangzott kérdésekre adott válaszok megoszlását.

4. A kutatás eredményeinek bemutatása

A 17 vendéglátóegység, mint már a fentiekben említésre került, különféle profillal rendelkezik (2. ábra); elhelyezkedésüket illetően Belegszász különböző részein találhatóak. Néhány objektum szerencsésebb fekvésű, mert tranzitútvonalak mentén helyezkednek el, mások viszont periférikus helyzetűek. Forgalmuk minősége és jellege talán ebben is keresendő. A felkeresett helyszínek között a hotel-étterem státuszú vendéglátóhelyek jelentek meg a legnagyobb arányban, az összes objektum 35%-át ezek fedték le. A kávézók részesedése 23%, ez a fajta működési profil foglalta el a második legnagyobb egységcsoportot.

A legcsekélyebb arányban a pizzázók jelentek meg, ezek részaránya csupán 6%.

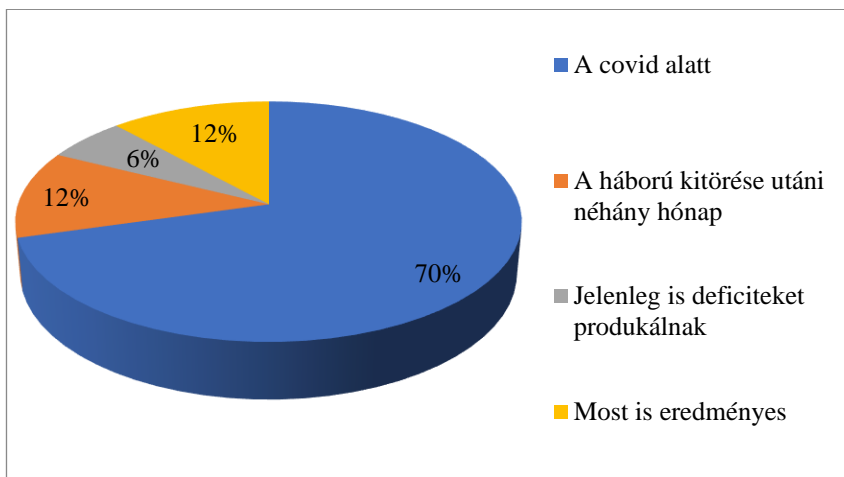


2. ábra: A vendéglátóegységek profilja

Forrás: Saját szerkesztés

Kutatásunk további részében szeretnénk volna felmérni azokat a változásokat, amelyek a vizsgált vendéglátóhelyek utóbbi öt évének forgalmát tárják fel. A 2020-ban kiteljesedő covid-19 jól érzékelhető csökkenést eredményezett minden egységnél, bár a világjárványt megelőzően is voltak átmeneti visszaesések. Ugyan kis százalékos arányban (12%), de egyes vendéglátóegységek a vizsgálat ideje alatt is eredményesnek nevezték általános forgalmukat (3. ábra). A vizsgált egységeknél nagyban megegyezett az a megállapítás, hogy a legkevésbé eredményes időszak a covid idejéhez köthető, ugyan is a vendéglátóegységek 70%-a ezt nevezte meg.

Fontos megemlíteni, hogy ugyancsak ennél a mutatónál egyes vendéglátók (a megkérdezettek 12%-a) a háború kitörését követő néhány hónapot jelölték meg az legdeficitesebb időszaknak.



3. ábra: A legkevésbé eredményes időszak

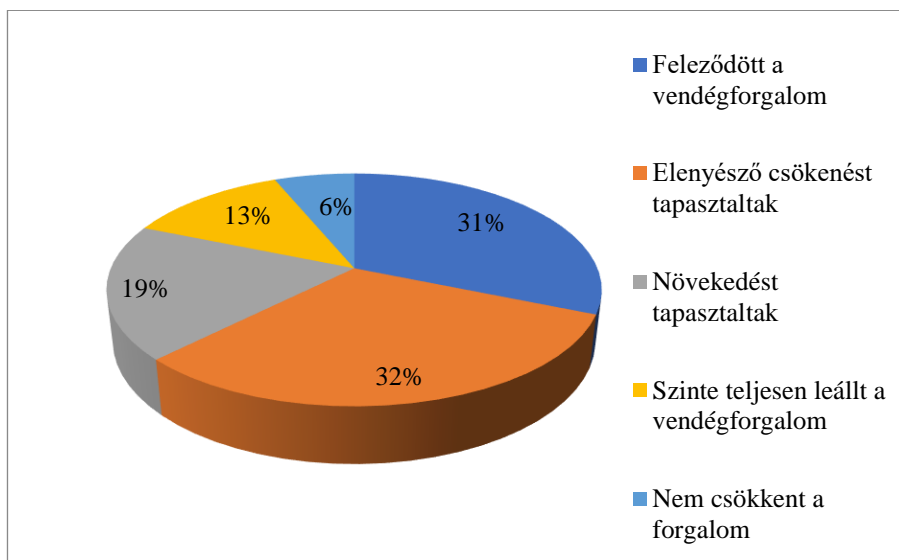
Forrás: Saját szerkesztés

A továbbiakban rákérdeztünk konkrétan arra, hogy a hadi események milyen módon befolyásolták a vizsgált vendéglátóhelyek forgalmát. A válaszok megoszlása igen változatos képet mutatott (4. ábra). A megkérdezett egységek 31%-ánál feleződött vendégforgalomról számoltak be, 32%-uknál viszont csak elenyésző csökkenésről beszéltek.

A leginkább figyelemre méltó eredmény azoknál az objektumoknál született, ahol a háború hatásai miatt növekedést tapasztaltak; a felkerekedett vendéglátóegységek 19%-a vélekedett így adott kérdésre. Egyes szakirodalmak az ukrajnai turizmus 10%-os növekedéséről számoltak be, így a mi megállapításunk ez által is megerősítést nyert.¹¹

Nem célunk azt a hatást erősíteni, miszerint a hadi cselekményeknek pozitív hozadéka is lehet, inkább arra szeretnénk rámutatni, hogy az idegenforgalmi szektor a fennmaradás érdekében teljes mértékű átalakulásra is képes.

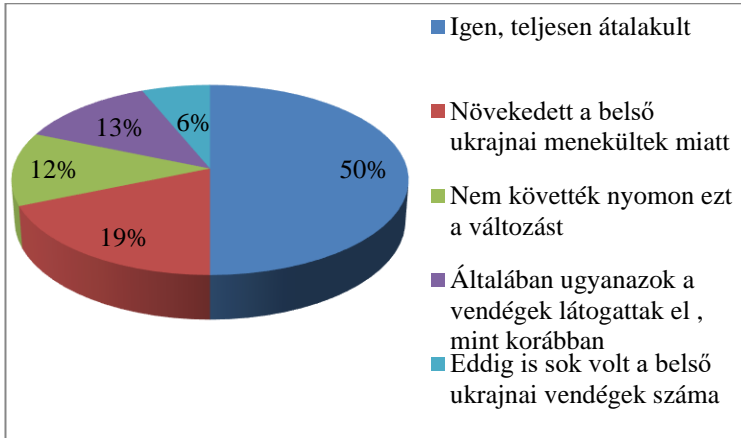
¹¹ BUT, T. (2024): *Identification of problems and post-war recovery of tourism in Ukraine*. Management and entrepreneurship: trends of development ISSUE 1 (27).



4. ábra: Vendégforgalom változása a háború hatására
 Forrás: Saját szerkesztés

A kutatás következő részében azt is szeretnénk volna feltárni, hogy az adott vendéglátóegységeknél mennyire volt jellemző a vendégkör megváltozása, átalakulása a háború hatására (5. ábra). Feltételeztük, hogy ennél a mutatónál nagymértékű változások voltak tapasztalhatók; a népesség mozgásának irányából erre engedtünk következtetni. A nyugat felé irányuló áthelyeződés a mozgó lakosság minden tagjára jellemző volt: a helyiek – az esetek nagy többségében – elhagyták Kárpátalját és Magyarországra távoztak, Ukrajna belső területei felől pedig jelentős számban érkeztek a legnyugatibb megye területére. Közülük némelyek később elhagyták az országot és Nyugat-Európa más államai felé indultak.

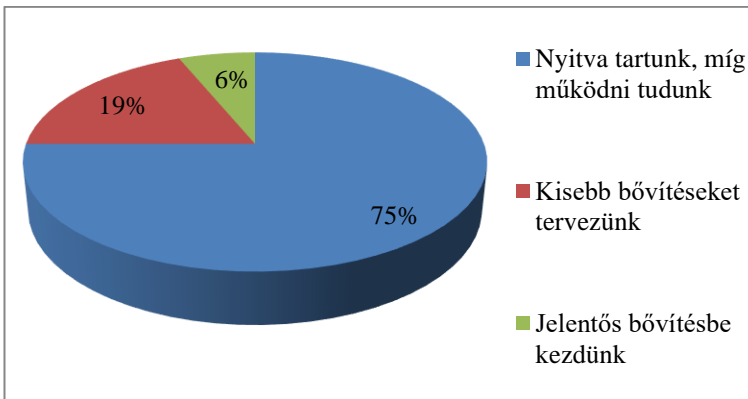
Kárpátalján – az Ukrinform adatai szerint – több mint 400 ezer belső ukrainai menekült vagy áttelepült tartózkodik, a hivatalosan regisztráltak száma 200 ezer fő körüli.



5. ábra: A vendégkör átalakulása
 Forrás: Saját szerkesztés

A megkérdezett vendéglátóhelyeknél 50%-ban azt a választ kaptuk, hogy teljesen átalakult a vendégkörük a háború hatására. Az interjúzás során 19% konkrétan megnevezte, hogy kifejezetten növekedett belső Ukrajna területeiről érkezők száma. Ellentét példaként megemlítendő, hogy az egységek 6%-nál nem érzékelték ez irányú változást, mivel elmondásuk alapján eddig is voltak vendégeik Ukrajna más megyéiből.

A kutatás során kitértünk a vendéglátóhelyek perspektívájára (6. ábra). Azt szeretnénk volna feltárni, hogy jelen helyzetben mennyire készek arra a tulajdonosok, hogy tőkét investáljanak vállalkozásukba, tehát gondolkodnak-e fejlesztéseken, vagy éppen csak működésben tartják komplexumukat. Erre vonatkozóan változó képet kaptunk.



6. ábra: A vendéglátóegységek jövőképe
 Forrás: Saját szerkesztés

Az interjúalanyok 75%-a fogalmazta meg azt a választ, hogy fenntartják a működésüket, míg lehetőségük engedi, de nagy beruházásokat nem terveznek. Viszont bizalomra ad okot, hogy egyes vendéglátóhelyek vezetői kisebb-nagyobb bővítéseket terveztek már az interjúzás időszakában is, pontosabban, ezt nyilatkozták. Megjegyzendő, hogy a kutatás óta eltelt idő megmutatta ennek a valóságát, ugyan is két helyszínnél jelentős, látványos beruházások, bővítések zajlanak napjainkban is (2024. május).

5. Összegzés

A turizmus – a globális közvélemény tudatában jelenlévő ismert fogalom. Formáit, jellemvonásait általában a jól ismert sztereotípiák szerint értelmezzük. Az idegenforgalom – és annak szereplője, a turista – a szokásos magatartási mintákat hordozza magában. Tanulmányunk viszont azokat a negatív tényezőket tárgyalja, amelyek a jól ismert turisztikai tevékenységek jellegét teljesen átalakítják. Ezek a negatív faktorok sokfélék lehetnek: környezeti katasztrófák, elégtelen szociográfiai körülmények, vagy éppen fegyveres konfliktusok, háborúk. A felsorolt komponensek képesek megváltoztatni egy régió társadalmi, gazdasági helyzetét, így egyértelműen idegenforgalmát is. Ezen tényezők hatására transzformálódik a „hagyományos” turizmus kényszerturizmussá, illetve a benne szereplő egyének kényszerturistává. Kutatásunk egy kis mintaterület által mutatta be azokat a sajátosságokat, amelyek az idegenforgalom ilyen módú változásait idézik elő.

Bár hipotéziseink nem minden esetben nyertek bizonyosságot, viszont a háború, mint negatív környezeti tényező, egyértelműen képes előidézni olyan kényszeres cselekvési formákat a társadalom szereplői körében, amelyek turizmusnak minősíthetők. Bár a személyek indíttatása – ebben az esetben – lényegesen más, mint a tradicionális utazások során, mégis idegenforgalmi tevékenységeket és szolgáltatásokat vesznek igénybe, ettől válnak turistává – *kényszerturistává*.

Felhasznált irodalom:

- BEHRINGER, ZS., TEVELY, T., BUDAVÁRI, B., HINEK, M. (2021): *Utazás a pandémia árnyékában – avagy hogyan változtak a magyar lakosság utazási szokásai, illetve fogyasztói döntései a világjárvány idején*. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok. 6(4):101-114.
- BUT, T. (2024): *Identification of problems and post-war recovery of tourism in Ukraine*. Management and entrepreneurship: trends of development ISSUE 1 (27).
- HERRERO, Y. (2019): *Forced tourism or: Travelling without Economy class*. <https://stay-grounded.org/forced-tourism/> (letöltés:2014.05.21.).
- HINEK, M. (2007): *A push és a pull motivációk szerepe a magyarok szabadidős utazásai során*. Turizmus Bulletin 17(1-2). pp. 5-14.
- KÖKÉNY, L., KENESEI, ZS. (2022): *A turisztikai fogyasztók magatartásának vizsgálata a Covid19-pandémia első hullámának árnyékában*. A Covid19-járvány társadalmi hatásai – Tanulmányok. 12. Évf. 4. Szám .
- MIHÁLYI, J. (2021): *Harminc évig nem kell hozzányúlni a tihanyi bencés apátságához*. <https://magyarnemzet.hu/belfold/2021/08/harminc-evig-nem-kell-hozzanyulni-a-tihanyi-bences-apatsaghoz> (letöltés: 2024.05.21.).
- MÜLLER, A., KÖNYVES, E. (2006): *Az egészségturizmus lehetőségei az Észak-alföldi régióban*. In: Acta Academiae Pedagogicae Agriensis- Az Eszterházy Károly Főiskola tudományos közleményei. XXXIII. Kötet. Eger.132-144.p.
- PISKÓTI, I. (2007): *Desztináció-menedzsment lépésről-lépésre*. Módszertani füzet desztináció-menedzsment szervezetek létrehozásához és működtetéséhez az Észak-magyarország Turisztikai Régió példáján. Eger-Miskolc 2007. április.
- SASS, E., BERGHAUER, S., TÓTH, A., LINC, A. (2023): *A Covid-19 hatása a magyar idegenforgalmi vállalkozók turisztikai tevékenységére Kárpátalján*. Tér és Társadalom 37(3):176.
- STREIT, E. (2014): *A fiatal generáció utazási döntéseinek marketingszemponútú elemzése*. E-Conom 3(12). pp. 66-79. https://epa.oszk.hu/02300/02301/00005/pdf/EPA02301_e-conom_2014_01_06.pdf.
- TOMEJ, K., BILYNETS, I., KOVAL, O. (2023): *Tourism business resilience in the time of war the first three months following Russia's invasion of Ukraine*. Annals of Tourism Research. 99 (2023) 103547.